



Rede de Difusão do Desempenho do Turismo Capixaba

Relatório Técnico Final
Área 5 – Cariacica e Viana

Fundação de Amparo a Pesquisa no Estado do Espírito Santo (FAPES)
Secretaria de Turismo do Estado do Espírito Santo (SETUR)

Vitória/ES
2014

Ficha Técnica

Proponentes da Pesquisa

Alexandre Ricardo Nicolau (Área 2)
Giovanilton André Carreta Ferreira (Área 4)
Ivana Souza Marques (Área 5)
Paulo Henrique Assis Feitosa (Área 3)

Pesquisadores

André Luiz Nascentes Coelho
Eduardo Reis Araujo
Leandro de Souza Lino
Ludmila Dutra do Souto Gatti
Rodrigo de Alvarenga Rosa

Pesquisadores Bolsistas

Ana Elisa Pereira Poubel, Ana Rita Braga da Fonseca, André Luís Demuner Ramos, Daniel Assis Feitosa, Fabio Samora, Fabiana Petrocchi de Rezende, Guilherme Dutra do Souto Gatti, Hérica da Vitória Nunes dos Santos, Léa Brígida Rocha de Alvarenga Rosa, Leidiane Scheffer Favero, Ligia Betim Marchi, Mariana Carvalho Rodrigues, Mario Vinicius Zanetti Cinelli, Nara Rodrigues Barreto, Santileia de Mello Braz, Umberto Gatti

Colaboradores

Aminthas Loureiro Junior, Bianca Passos Arpini, Eric Arantes Ribeiro, Gilton Luis Ferreira, Rosangela Rocha, Ubirajara Corrêa Nascimento, Wallace Rocha

Ficha Catalográfica

Este estudo foi realizado após ser selecionado na chamada pública de projetos de pesquisa e desenvolvimento que visem diagnosticar a economia do turismo e avaliar o potencial do setor turístico na Região Metropolitana da Grande Vitória/ES (Edital FAPES Nº 020/2011 – Pesquisa Aplicada a Políticas Públicas Estaduais – Economia do Turismo).

Desenvolvido por uma equipe multidisciplinar de pesquisadores, o estudo tem como premissas o rigor científico, a liberdade de pensamento e a busca de consenso através do diálogo entre todos os envolvidos. Devido a seu pioneirismo, os resultados devem ser vistos como primeiras aproximações sobre um tema complexo, servindo como contribuição para o debate.

Agradecimentos

Os proponentes desta pesquisa são devedores de um grande número de pessoas que ofereceram sua valiosa contribuição para que este estudo se tornasse possível. A todas elas agradecemos o diligente apoio que viabilizou a realização deste projeto.

Evidentemente, todos os erros e omissões por acaso remanescentes no trabalho são de responsabilidade única de seus autores.

SUMÁRIO

RESUMO EXECUTIVO.....	5
1 INTRODUÇÃO.....	5
2 ANÁLISE ECONÔMICA	5
3 GEORREFERENCIAMENTO E ESPACIALIZAÇÃO.....	5
4 ESTUDO DA LOGÍSTICA DE TRANSPORTE E MOBILIDADE URBANA	5
5 DIAGNÓSTICO DO TURISMO E PLANO DE AÇÃO	5
6 AMBIENTE VIRTUAL	5

2. Análise Econômica

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	2
1.1. CONCEITUAÇÃO	2
1.2. PROBLEMA DE PESQUISA	4
1.3. ESTÁGIO DE AVANÇO DAS PESQUISAS.....	4
1.4. OBJETIVOS E CONTRIBUIÇÕES PROPOSTAS.....	7
2. METODOLOGIA.....	7
2.1. COEFICIENTE DE DEMANDA TURÍSTICA	7
2.2. COLETA DE DADOS, AJUSTES E AMOSTRAGEM	9
3. IMPACTOS DIRETOS DO TURISMO.....	11
3.1. ESTIMATIVAS DOS COEFICIENTES DE DEMANDA TURÍSTICA	11
3.2. ESTIMATIVA DE EMPREGOS DIRETOS GERADOS PELO TURISMO	13
3.3. IMPACTO DO TURISMO NA GERAÇÃO DE MASSA SALARIAL MENSAL	14
3.4. COMPARATIVO DO IMPACTO DO TURISMO EM LOCALIDADES	14
4. OUTRAS ESTATÍSTICAS DESCRITIVAS DO TURISMO.....	15
4.1. EVOLUÇÃO DOS EMPREGOS E DOS ESTABELECIMENTOS FORMAIS NA INDÚSTRIA TURÍSTICA.....	15
4.2. PORTE DOS ESTABELECIMENTOS NA INDÚSTRIA TURÍSTICA	19
4.3. SAZONALIDADE NOS EMPREGOS FORMAIS NA INDÚSTRIA TURÍSTICA.....	21
4.4. DISTRIBUIÇÃO POR SEXO DOS EMPREGADOS FORMAIS NA INDÚSTRIA TURÍSTICA	22
4.5. FAIXA ETÁRIA DOS EMPREGADOS FORMAIS NA INDÚSTRIA TURÍSTICA.....	22
4.6. ESCOLARIDADE DOS EMPREGADOS FORMAIS NA INDÚSTRIA TURÍSTICA	23
4.7. SALÁRIOS DOS EMPREGADOS FORMAIS NA INDÚSTRIA TURÍSTICA	24
4.8. INFORMALIDADE E MICRO EMPREENDEDOR INDIVIDUAL NA INDÚSTRIA TURÍSTICA	25
4.9. TRIBUTOS ESTADUAIS	27
5. CONCLUSÕES.....	31
5.1. PRINCIPAIS RESULTADOS.....	31
5.2. LIMITAÇÕES METODOLÓGICAS	31
5.3. RECOMENDAÇÕES PARA FUTURAS PESQUISAS	32
6. REFERÊNCIAS.....	33

1. INTRODUÇÃO

1.1. Conceituação

A atividade turística é um fenômeno que está associado ao movimento de pessoas a destinos localizados fora do “entorno habitual”¹ e que é responsável por gerar implicações de caráter social, cultural e econômico na sociedade.

Em geral, define-se o “turismo” como sendo uma categoria de “viagem”, enquanto “visitante” é uma expressão utilizada para fazer menção à subcategoria de “viajante” que realiza viagens turísticas.

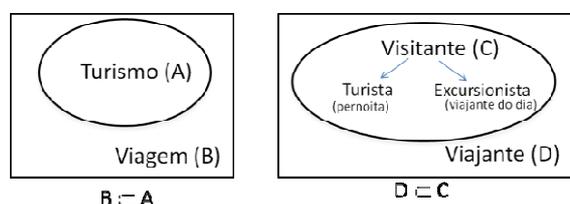


Figura 1. Esquema ilustrativo de definição de turismo e visitante.

O termo “visitante” faz referência não apenas aos turistas (visitantes que pernoitam) mas também aos excursionistas (visitantes do dia). Incluem-se aqui os viajantes que realizam viagens por um período de tempo inferior a um ano, e por qualquer finalidade (lazer, negócios, educação, visita familiar, saúde ou outros motivos pessoais) desde que não seja a de ser empregado de algum estabelecimento situado no destino.

Do ponto de vista econômico, o turismo se define fundamentalmente pela demanda, ou seja, pela atividade de consumo realizada pelos visitantes (Naciones Unidas; Organización Mundial del Turismo, 2010, p. 2)². Alguns pesquisadores afirmam que não existem empresas que sejam turísticas por natureza, mas sim um conjunto de produtos que se convertem em turísticos conforme a destinação do seu consumo final (Goded Salto, 1998) (Silva, 2007).

A Economia do Turismo é o campo de estudos responsável por investigar os impactos econômicos do turismo. A ascensão dessa área de pesquisa, certa maneira, está associada à evidência empírica que demonstra contribuição do turismo para a geração de renda (Kim, Chen, & Jang, 2006) (Lee, 2008) (Balaguer & Cantavella-Jorda, 2002) (Takasago, Guilhoto, Mollo, & Andrade, 2011) e até mesmo na estabilização de crises econômicas (Toulouse, 2012).

Ainda com respeito às definições, o “gasto turístico receptivo” corresponde à soma de valores pagos pelos visitantes para a aquisição de bens e serviços de consumo (como o transporte, o alojamento, alimentos e bebidas), objetos de valor, todo tipo de comida (preparada ou não), todos os objetos manufaturados (que

¹ O “entorno habitual” é uma expressão utilizada pela Organização Mundial do Turismo (OMT) para dizer que a atividade turística inclui os casos de viagens que integram o cotidiano das pessoas. Embora a literatura não estabeleça um limite geográfico de distância, fica evidente a preocupação da OMT em excluir os deslocamentos que fazem parte da rotina diária, como por exemplo, ir ao trabalho ou à escola.

² O documento intitulado “Recomendaciones para elaboración de estadísticas turísticas 2008”, elaborado pela Organização Mundial do Turismo, em parceria com o Departamento de Estatística das Nações Unidas, foi a principal fonte de referência utilizada deste trabalho, dado o interesse da pesquisa em uniformizar conceitos, definições, classificações e indicadores compatíveis com os marcos conceituais das Contas Satélites de Turismo.

sejam de produção local ou importada), todos os tipos de serviços de pessoas e etc., para o uso do próprio visitante ou para presentear terceiros, adquiridos durante o tempo de permanência no município destino, estando inclusas as somas pagas ou reembolsadas por terceiros (é o caso de viagens de negócios quando as despesas de hospedagens são pagas por empresas).

A expressão “Produtos Característicos do Turismo” refere-se ao conjunto de produtos que possuem maior representatividade no orçamento de “gastos turísticos” dos visitantes, e por outro lado, também apresentam um consumo significativamente reduzido em caso de ausência de visitantes (Naciones Unidas; Organización Mundial del Turismo, 2010, p. 45).

O termo “consumo turístico” é um conceito empregado neste trabalho para restringir o objeto de estudo apenas aos casos de gastos turísticos com bens de consumo finais, ou seja, aqueles que os visitantes fazem diretamente com os estabelecimentos (Naciones Unidas; Organización Mundial del Turismo, 2010, p. 53). Por isso, excluem-se deste estudo os gastos feitos com bens de investimentos, serviços de publicidade, consultoria e outros tipos de serviços de apoio, investigados em metodologias que utilizam as Contas Satélites do Turismo³.

A “oferta turística” define-se por um conjunto de Atividades Características do Turismo (ACT), responsáveis por ofertar os produtos característicos do turismo, aqui também denominadas “Indústrias Turísticas”. Em tese, nesta categoria de estabelecimentos estão apenas aqueles que possuem alta dependência do consumo feito por visitantes e que deixariam de existir em casos de ausência desses viajantes.

Tabela 1. Lista de categorias de produtos de consumo característicos do turismo e de atividades características do turismo (indústrias turísticas)

Produtos Característicos do Turismo	Atividades Características do Turismo (ACT) ou Indústrias Turísticas
1. Serviços de alojamento para visitantes	1. Alojamento para visitantes
2. Serviços de provisão de alimentos e bebidas	2. Atividades de provisão de alimentos e bebidas
3. Serviços de transporte de passageiros ferroviário	3. Transporte ferroviário
4. Serviços de transporte de passageiros rodoviário	4. Transporte rodoviário
5. Serviços de transporte de passageiros aquaviário	5. Transporte aquaviário
6. Serviços de transporte de passageiros aéreo	6. Transporte aéreo
7. Serviços de aluguel de equipamentos de transporte	7. Aluguel de equipamentos de transporte
8. Agências de viagens e outros tipos de serviços de reserva	8. Atividades de agências viagens e outros tipos reservas
9. Serviços culturais	9. Atividades culturais
10. Serviços de esporte e de recreação	10. Atividades esportivas e recreativas
11. Bens característicos do turismo, específicos de cada país.	11. Comércio varejista de bens característicos do turismo, específicos de cada país
12. Serviços característicos do turismo, específicos de cada país.	12. Outras atividades características do turismo, específicas de cada país

Fonte: (Naciones Unidas; Organización Mundial del Turismo, 2010, p. 47). Observação: os itens 11 e 12 referem-se à possibilidades de Produtos ou Indústrias que podem ser definidas segundo as especificidades do turismo de cada país. Por exemplo, a atividade de supermercados poderia ser incluída na categoria 11, caso esse ramo de atividade possua participação relevante dos gastos dos turistas em uma localidade. O detalhamento das Indústrias Turísticas por códigos da CIU e a associação com o respectivos código de subclasse econômica, segundo a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE – Versão 2.1) estão listados no Anexo I.

A delimitação da “oferta turística” é um aspecto-chave para os estudos de impacto econômico do turismo, em especial no caso brasileiro por não haver um consenso oficial sobre quais as atividades econômicas formam o turismo no Brasil. De maneira geral, a Organização Mundial do Turismo propõe doze categorias de Indústrias turísticas, apresentadas na Tabela 1 com seus respectivos produtos característicos de turismo.

³ A Conta Satélite de Turismo é o marco conceitual para uma conciliação global dos dados turísticos da oferta e da demanda e possui um âmbito mais amplo da demanda turística que não inclui apenas o consumo turístico, mas também o consumo coletivo do turismo e a formação de capital fixo.

1.2. Problema de pesquisa

O problema que motivou a realização deste trabalho foi a escassez de indicadores estatísticos e econômicos para avaliação do desempenho do turismo municipal. Ou seja, o desafio proposto pela pesquisa é no sentido de produzir informações para dar subsídios aos gestores públicos na tomada de decisões e na elaboração de políticas de turismo para alguns municípios capixabas.

A revisão da literatura demonstrou que o uso de indicadores do mercado de trabalho são uma alternativa para avaliar os impactos econômicos gerados pelo turismo, tendo em vista a escassez de informações estatísticas e as limitações de metodologias macroeconômicas para se avaliar o desempenho da atividade em âmbito subnacional.

Há evidências de que o trabalho humano possui maior peso como insumo de produção do serviço turístico do que em outras atividades econômicas (Takasago, Guilhoto, Mollo, & Andrade, 2011, p. 13). Há também crescente interesse de instituições governamentais por utilizar indicadores do mercado de trabalho como parâmetros de referência para medir o desempenho do turismo (Naciones Unidas; Organizacion Mundial del Turismo, 2010, p. 65)

Entretanto, de acordo com a Organização Mundial do Turismo, a dificuldade dos pesquisadores em incorporar informações da demanda no cálculo das estatísticas é justamente um dos aspectos que ainda requer desenvolvimento de pesquisas.

É que a compatibilização das informações da demanda com os da oferta turística, é o que permite, em última instância, capturar efeito do turismo. Ou seja, sem depurar a parcela de participação do consumo dos turistas no total das vendas dos estabelecimentos da Indústria Turística, sem deduzir o percentual do consumo devido aos não-visitantes, é praticamente impossível de se fazer inferências precisas sobre o impacto da atividade turística.

Nesse sentido, a mensuração do total de “empregos gerados pelo turismo” não deve ser feito como resultado de uma soma do total de postos de trabalho das Indústrias Turísticas, tão pouco a medição do “faturamento gerado pelo turismo” corresponde ao somatório das vendas do total indústria. Porque ao fazer isso estaria se incorrendo em superestimação do impacto do turismo.

Por esse motivo, não se pode considerar que o somatório do faturamento ou de empregos das Industrias Turísticas estejam integralmente relacionadas com o turismo, porque fazendo isso, estaríamos admitindo que 100% dos clientes que adquirem produtos dessas empresas são constituídos por visitantes. O que sabemos que não é verdade, pois estudos anteriores demonstram que o coeficiente de atendimento turístico para alguns subsetores pode chegar a 3% (Coelho, 2011).

1.3 Estágio de avanço das pesquisas

O primeiro grupo de pesquisas refere-se às publicações⁴ que utilizam a soma dos postos de trabalho da Indústria Turística, numa situação de cálculo do total de “Empregos das Indústrias Turísticas” e não dos “Empregos gerados pela Indústrias Turísticas”⁵, evidenciando os problemas de superestimação decorrente da

⁴ Por exemplo os trabalhos da (Secretaria de Turismo da Argentina, 2007) e (Secretaria de Turismo de Minas Gerais, 2012).

⁵ Note que é sutil a diferença entre os conceitos, pois o total de “Empregos das Indústrias Turísticas” é diferente do total “Empregos Gerados pelo Turismo”. O primeiro indicador é simplesmente uma contagem do quantidade de postos de trabalho das Indústrias turísticas, e que não leva em consideração vínculos gerados exclusivamente em razão do

não exclusão da parcela do consumo destinada aos não-visitantes (Organização Internacional do Trabalho, 2004).

No caso brasileiro, o trabalho seminal que propôs a solução dos problemas de superestimação do impacto do turismo no mercado de trabalho deve-se ao IPEA e à Fundação Universa (2006) que propõe estimar o Coeficiente de Atendimento Turístico ou Coeficiente de Demanda, no intuito de identificar o percentual da produção do estabelecimento que é decorrente da atividade de consumo aos visitantes.

O problema de segregar ou de identificar a contribuição da demanda turística no total da oferta dos estabelecimentos da Indústria Turística também está presente na metodologia das Contas Satélites do Turismo. Os conceitos de Valor Adicionado Bruto das Indústrias Turísticas (VABIT) e Valor Adicionado Bruto Direto Turístico (VABDT) (Nações Unidas, Escritório de Estatísticas da Comunidade Europeia, Organização de Cooperação e Desenvolvimento Econômico Europeia e Organização Mundial do Turismo, 2008), por exemplo, diferenciam-se pelo fato de que no primeiro a produção está orientada ou não para visitantes, enquanto o segundo restringe-se apenas aos visitantes.

Na literatura estrangeira é possível identificar também conceitos semelhantes como “ratio del turismo” ou “tourism ratios” que faz referência à razão ou parcela turística da produção total da indústria (Organização Internacional do Trabalho, 2004, p. 41).

O documento *Measuring the Role of Tourism in OECD Economies* (2000) contém as orientações para realizar o cálculo das estatísticas de emprego com uso do “Tourism Ratio”. A metodologia da OECD pressupõe o uso da Tabela de Recursos e Usos (TRU) das Contas Nacionais, que é ajustada para segregar a parcela dos produtos característicos do turismo que são consumidos pela demanda turística⁶.

A Tabela 2 é uma demonstração simplificada de estimação do “Tourism Ratio” segundo a metodologia da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (2000, p. 87). No caso em tela, as vendas da atividade “fornecimento de comida com serviços completos de restaurante” totalizaram 100 unidades monetárias. As 30 unidades monetárias consumidas por turistas (famílias) e por indústrias turísticas (estabelecimentos) resultaram num coeficiente de 0,30.

Tabela 2. Demonstração do cálculo do coeficiente turístico utilizando a Tabela de Usos simplificada

Produtos característicos do turismo	Consumo intermediário		Consumo das famílias		Total da produção utilizada	Coeficiente turístico ou <i>Tourism Ratio</i> $\frac{(A + C)}{(A + B + C + D)}$
	Indústria turística (A)	Outras indústrias (B)	Visitantes (C)	Não visitantes (D)		
Fornecimento de comida com serviços completos de restaurante	5	20	25	50	100	$\frac{(5 + 25)}{(100)} = 0,30$
(...)	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)

Elaboração própria

turismo. Já o segundo conceito corresponde a um resultado mais adequado, em nossa opinião, por retratar o quantitativo de postos criados em razão do consumo dos visitantes.

⁶ A demanda turística é definida, nesse caso, de forma ampla. É formada pelo somatório do consumo das famílias (ou seja, a aquisição de produtos característico do turismo por visitantes) com o consumo intermediário (aquisição produtos característico do turismo por empresas).

Note que a diferença metodológica do coeficiente de atendimento turístico, estimado pelo IPEA, e do *Tourism Ratio*, proposto pela OCDE dá-se essencialmente por dois aspectos-chaves: a fonte de dados; e as variáveis utilizadas.

A metodologia do IPEA é baseada em informações do perfil de clientes das Indústrias Turísticas, onde há segregação de visitantes e não visitantes. É, portanto, a percepção do representante do estabelecimento, a fonte utilizada para avaliar o percentual de turistas e, por sua vez, a parcela dos empregos que são gerados pelo turismo. A relação de proporcionalidade é direta, por exemplo, se uma Indústria Turística possui em média 70% de visitantes como clientes, então considera-se que 70% dos vínculos empregatícios desta Indústria são gerados pelo turismo.

Já a OCDE utiliza variáveis monetárias da Tabela de Usos e Recursos. Além disso, recorre-se às pesquisas censitárias para saber sobre o tipo de produtos que foram adquiridos pelas pessoas e por empresas no período de um ano (Organização Internacional do Trabalho, 2004, p. 19). De forma simplificada, a parcela de postos de trabalhos gerados pelo turismo é uma proporção direta das vendas que os estabelecimentos realizam para visitantes e as demais indústrias turísticas.

Wien (1989) defende a tese de que a melhor maneira de se analisar o impacto econômico do turismo é pelo uso de matrizes regionais de insumo-produto, onde é possível identificar a geração de valor adicionado, de receitas de impostos e criação de empregos.

A proposta de Wien é de uma avaliação de efeitos, indiretos e induzidos que o turismo exerce no mercado de trabalho. Nessa linha de trabalho há pesquisadores nacionais que merecem ser citados como Takasago, Guilhoto, Millo e Andrade (2011), Cassimiro Filho (2002) e Arbache, Teles, Cury e Silva (2008), que usam matrizes de insumo-produto para avaliar o impacto da demanda turística na geração de emprego e renda para o Brasil.

Takasago, Guilhoto, Millo e Andrade (2011, p. 4) utilizaram a última versão da matriz de insumo-produto brasileira e, com isso, conseguiram realizar um recorte mais preciso das Atividades Características do Turismo. Além disso, apropriaram-se dos coeficientes de atendimento turístico estimados pelo IPEA para separar a parcela da demanda que serve aos não visitantes, daquela que atende aos visitantes (turistas e excursionistas).

Até aqui, demonstrou-se quatro alternativas metodológicas mais populares para estudar o impacto do turismo na geração de empregos: 1º) são os estudos de avaliação do total de empregos das Indústrias Turísticas, que não fazem uso de coeficiente ou outros critérios de ajuste da oferta; 2º) são trabalhos que utilizam as técnicas de estimação dos coeficientes de atendimento turístico, na forma utilizada pelo IPEA; 3º) são pesquisas que seguem a linha da OECD no uso *Tourism ratios* ou *Ratio del Turism*; 4º) são publicações que adotam as matrizes de insumo-produto para avaliar impacto direto, indireto e induzido do turismo na criação de empregos.

Como se demonstrou, o uso da 1ª alternativa não é aconselhável por conta da superestimação dos efeitos do turismo na economia. A 3ª e 4ª alternativas, embora atrativas, não podem ser aplicadas ao caso de estudos municipais, por conta da ausência de matriz de insumo-produto ou TRU para os municípios pesquisados. Portanto, a 2ª alternativa é a que se revela mais adequada para investigação do impacto do turismo municipal.

1.4. Objetivos e contribuições propostas

Face as considerações expostas, o objetivo deste trabalho consiste em estimar os Coeficientes de Atendimento Turístico para os municípios capixabas e, consecutivamente, avaliar os Impactos Econômicos gerados pela atividade turística.

Entendemos que as principais contribuições deste trabalho para o avanço da pesquisa acadêmica são: a proposta de delimitação de oferta turística compatível com a definição da OMT, conforme Anexo I; e a inovadora pesquisa de campo para estimação da participação do consumo turístico em relação ao total da oferta turística no âmbito municipal.

Além dessa introdução, o trabalho está estruturado em cinco capítulos. O segundo apresenta a metodologia utilizada para estimar os coeficientes. O terceiro capítulo descreve os resultados da pesquisa, detalhando os impactos econômicos diretos do turismo. O quarto concentra-se em outras estatísticas descritivas do turismo, tais como dados referentes ao mercado de trabalho, bem como análise dos tributos gerados pela indústria turística nos municípios. E o quinto, apresenta as principais conclusões.

2. METODOLOGIA

Nesta seção são apresentados procedimentos para estimar o coeficiente de atendimento turístico e, consecutivamente, a mensuração do impacto do turismo na geração de vínculos empregatícios.

2.1. Coeficiente de Demanda Turística

Em uma primeira aproximação, o Coeficiente de Demanda Turística, T_{s_i} , pode ser definido pela razão entre as compras realizadas por visitantes v_{s_i} e o total do faturamento c_{s_i} da indústria turística s no tempo i .

$$T_{s_i} = \frac{v_{s_i}}{c_{s_i}}$$

Onde: v_{s_i} expressa o total do faturamento da indústria turística s demandado exclusivamente por visitantes em i ; c_{s_i} é o faturamento total de s demandado por visitantes como também os não-visitantes em i ; s é uma variável qualitativa atribuída às Indústrias Turísticas, definida no intervalo $\{s \in \mathbb{N} | 1 \leq s \leq 10\}$ (ver Tabela 1); i é uma variável qualitativa referente aos meses do ano $\{i \in \mathbb{N} | 1 \leq i \leq 12\}$.

Para ilustrar, considere $s = 1$, $i = 1$, $c_{s_i} = R\$ 500 \text{ mil}$ e $v_{s_i} = R\$ 250 \text{ mil}$, o que implica em $T_{1_1} = 0,5$. Nesse caso, o Coeficiente T_{1_1} indica que os turistas contribuíram com apenas 50% do total das vendas do subsetor de “alojamentos para visitantes” no mês de “janeiro”.

O ideal seria que a estimativa de c_{s_i} fosse obtida a partir do faturamento declarado pelas empresas às Fazendas Municipais ou Estaduais. E, também seria desejável obter as informações de v_{s_i} por meio de registros administrativos ou outros controles que possibilitassem identificar a parcela de vendas destinadas exclusivamente aos visitantes (turistas e não turistas).

Mas é custoso e de difícil operacionalização, a execução de um levantamento do faturamento das empresas, ou mesmo, dos registros administrativos dos estabelecimentos de modo a mensurar o volume de compras realizadas por visitantes.

A alternativa para contornar os problemas de coleta de dados, é o uso de outras variáveis. Por exemplo, pode-se utilizar uma pesquisa de opinião com os estabelecimentos para avaliar a percepção dos empresários

sobre o percentual das vendas que é destinado aos visitantes, o que ofereceria para avaliar o comportamento da demanda turística.

Com esse método alternativo, define-se aqui a variável aleatória \hat{T}_{s_i} que será uma estimativa do verdadeiro valor de T_{s_i} , calculada com base no somatório do produto de x_{s_i} por w_{s_i} , estando sujeita ao erro⁷ ε_{s_i} :

$$\hat{T}_{s_i} = \sum_{j=1}^n (x_{s_i} \cdot w_{s_i})_j + \varepsilon_{s_i}$$

Onde: \hat{T}_{s_i} é uma variável aleatória definida no intervalo $\{\hat{T}_{s_i} \in \mathbb{Q} | 0 \leq x_{s_i} \leq 1\}$; x_{s_i} é uma variável aleatória contida em $\{x_{s_i} \in \mathbb{Q} | 0 \leq x_{s_i} \leq 1\}$ e que indica a opinião dos proprietários sobre o total de vendas destinadas a visitantes para o estabelecimentos j , integrante da Indústria Turística s , no tempo i ; w_{s_i} é um fator de ponderação que varia no intervalo $\{w_{s_i} \in \mathbb{Q} | 0 \leq w_{s_i} \leq 1\}$, obtido pela razão entre a quantidade de empregos do estabelecimento j e o total de empregos do subsetor s ; i é uma variável qualitativa discreta que assume valores no intervalo $\{i \in \mathbb{N} | 1 \leq i \leq 12\}$, conforme o mês de referência do ano; s é uma variável qualitativa que define a Indústria Turística definida no intervalo $\{s \in \mathbb{N} | 1 \leq s \leq 10\}$ e ε_{s_i} um termo de erro que por hipótese supõe-se $\varepsilon_{s_i} = 0$.

Para melhor compreensão, considere que $i = 1, s = 2, n = 3$, e que os $(w_{2_1})_j$ atribuídos a cada um dos j estabelecimentos sejam correspondentes a $\{0,5; 0,2; 0,3 | j = 1,2,3\}$ e que os valores $(x_{2_1})_j$ sejam equivalentes à $\{0,9; 0,8; 0,75 | j = 1,2,3\}$, então \hat{T}_{2_1} será:

$$\hat{T}_{2_1} = \sum_{j=1}^3 (x_{2_1} \cdot w_{2_1})_j = (0,5 \cdot 0,9) + (0,2 \cdot 0,8) + (0,3 \cdot 0,75) = 0,835$$

Note que o coeficiente \hat{T}_{2_1} é apenas uma dentre outras estimativas para o coeficiente de Demanda Turística conforme valores $i = \{1,2,3 \dots, 12\}$ e de $s = \{1,2,3 \dots, 10\}$. Por isso, o mais adequado para se fazer referência aos coeficientes de todas as Indústrias Turísticas da região, ao longo de um ano, é utilizar a matriz de coeficientes turísticos $i \times s$, sendo $i = 12$ linhas e $s = 10$ colunas:

$$\hat{T} = [\hat{T}_{i_s}] = \begin{bmatrix} \hat{T}_{1_1} & \hat{T}_{1_2} & \hat{T}_{1_3} & \dots & \hat{T}_{1_s} \\ \hat{T}_{2_1} & \hat{T}_{2_2} & \hat{T}_{2_3} & \dots & \hat{T}_{2_s} \\ \vdots & \vdots & \vdots & \vdots & \vdots \\ \hat{T}_{i_1} & \hat{T}_{i_2} & \hat{T}_{i_3} & \dots & \hat{T}_{i_s} \end{bmatrix}$$

Se assumirmos como verdade que existe uma relação de proporcionalidade direta entre o percentual de vendas destinados aos visitantes e o total de postos de trabalhos gerados pela atividade turística, poderemos então produzir inferências sobre o impacto do turismo na geração de empregos tendo por base a matriz \hat{T} , como demonstrado no parágrafo a seguir.

⁷ O termo de erro $\varepsilon_{s_i} = \hat{T}_{s_i} - T_{s_i}$ está relacionado à chance de se obter valores x_{s_i} distintos de v_{s_i}/c_{s_i} , dado que a pesquisa de opinião fornece apenas uma aproximação da verdadeira participação de visitantes no faturamento das empresas. Por esse motivo, os dados coletados estão sujeitos a um tipo erro desconhecido. Neste trabalho supõe que o informante da pesquisa detêm informações corretas, implicando no pressuposto de que $\varepsilon_{s_i} = 0$.

Ou seja, se definirmos a matriz $U = [u_{si}]$ como sendo a matriz que fornece a quantidade de vínculos empregatícios, distribuídos por $s = \{1,2,3 \dots, 10\}$ linhas e $i = \{1,2,3 \dots, 12\}$, então o produto $\hat{T}.U$ será o resultado do estoque de empregos gerados pelo turismo em determinado município no período de 12 meses.

$$\hat{T}.U = [\hat{T}_{i_s}][u_{si}] = \begin{bmatrix} \hat{T}_{1_1} & \hat{T}_{1_2} & \hat{T}_{1_3} & \dots & \hat{T}_{1_s} \\ \hat{T}_{2_1} & \hat{T}_{2_2} & \hat{T}_{2_3} & \dots & \hat{T}_{2_s} \\ \vdots & \vdots & \vdots & \vdots & \vdots \\ \hat{T}_{i_1} & \hat{T}_{i_2} & \hat{T}_{i_3} & \dots & \hat{T}_{i_s} \end{bmatrix} \times \begin{bmatrix} u_{11} & u_{12} & u_{13} & \dots & u_{1i} \\ u_{21} & u_{22} & u_{23} & \dots & u_{2i} \\ \vdots & \vdots & \vdots & \vdots & \vdots \\ u_{s1} & u_{s2} & u_{s3} & \dots & u_{si} \end{bmatrix}$$

Observe que o resultado da multiplicação das matrizes $\hat{T}.U = [\sum_{s=1}^n \hat{T}_{i_s}.u_{si}]$ implica num vetor cujas linhas representam o total de empregos gerados em cada mês i de referência. Por exemplo, sendo $i = 1$, o resultado da primeira linha expressa o total de empregos gerados em “janeiro”, a segunda linha “fevereiro” e assim por diante.

$$[\hat{T}_{i_s}][u_{si}] = \begin{bmatrix} \hat{T}_{1_1}u_{11} + \hat{T}_{1_2}u_{21} + \hat{T}_{1_3}u_{31} + \dots + \hat{T}_{1_s}u_{s1} \\ \hat{T}_{2_1}u_{12} + \hat{T}_{2_2}u_{22} + \hat{T}_{2_3}u_{32} + \dots + \hat{T}_{2_s}u_{s2} \\ \vdots & \vdots & \vdots & \vdots & \vdots \\ \hat{T}_{i_1}u_{1i} + \hat{T}_{i_2}u_{2i} + \dots + \hat{T}_{i_s}u_{si} \end{bmatrix}$$

Por exemplo, se $s = 2$, $i = 1$, $u_{21} = 1500$ e $\hat{T}_{2_1} = 0,835$, então o produto de $\hat{T}_{2_1}u_{21} = 0,835 \times 1500 \cong 1252$ fornece a estimativa de 1.252 empregos gerados para o subsetor “provisão de alimentos e bebidas” no mês de janeiro. Para se calcular o impacto do turismo na geração de empregos nesta localidade, seria necessário computar as estatísticas para todas as demais indústrias turísticas.

Será admitido como pressuposto neste trabalho que a matriz $[\hat{T}_{i_s}]$ expressa uma característica estrutural da atividade turística nos municípios e, por consequência, os coeficientes serão constantes a cada triênio. Assim, uma vez estimados os coeficientes da matriz $[\hat{T}_{i_s}]$, os dados de $[u_{si}]$ podem ser obtidos gratuitamente em fontes secundárias, como a Relação Anual de Informações Sociais, do Ministério do Trabalho e Emprego (RAIS/MTE).

2.2. Coleta de dados, ajustes e amostragem

A mensuração do impacto da atividade turística na geração de emprego envolve a estimação do produto de matrizes $[\hat{T}_{i_s}][u_{si}]$. Nesta seção são discutidos os procedimentos utilizados para a coleta de dados de fontes primárias e secundárias para estimar o produto de matrizes e atender aos propósitos desta pesquisa, que é avaliar o impacto do turismo na economia local.

A coleta de dados primários, provenientes do levantamento de campo, forneceu as observações das variáveis $x_{s_i}.w_{s_i}$ e, por sua vez, permitiu consolidar os resultados da matriz $[\hat{T}_{i_s}]$. Lembre-se que x_{s_i} refere-se à opinião das empresas sobre a parcela de vendas destinadas aos visitantes, enquanto w_{s_i} refere-se ao peso⁸ dessas observações no computo final do coeficiente de Demanda Turística.

⁸ Os estabelecimentos de maior porte (com maior quantidade de empregados) são aqueles de w_{s_i} mais elevados, que resulta em maior influência das respectivas observações x_{s_i} no cômputo final do coeficiente de atendimento turístico da Indústria.

Já se argumentou sobre a dificuldade de coleta das informações de x_{s_i} . Aqui é preciso esclarecer ainda que, na tentativa de compatibilizar a metodologia desta pesquisa com o que foi utilizado pelo IPEA (2006), optou-se por interrogar o entrevistado acerca do percentual de visitantes que frequentaram o estabelecimento. Ou seja, ao invés de questionar sobre o percentual de vendas destinadas aos turistas, optou-se por indagar sobre o percentual de atendimento.

Com essa opção metodológica de investigar o tipo de atendimento, subentende-se que está implícita a hipótese de equivalência do *ticket* médio das vendas entre visitantes e não-visitantes. Em outros termos, o trabalho possui uma suposição de que turistas e não-turistas possuem o mesmo padrão de consumo.

A seleção do respondente é também um dos critérios que contribuem para minimização do erro e que, com isso, possa assumir $\varepsilon_{s_i} = 0$. Nesse sentido, é importante esclarecer que as entrevistas de campo foram direcionadas ao representante do estabelecimento que detivesse maior conhecimento sobre atividade comercial, e do tipo de clientes que são atendidos (ou seja, se são turistas ou não turistas).

O processo de amostragem também é de fundamental importância para o resultado das inferências. No caso em questão, adotou-se uma amostragem estratificada *equi*proporcional⁹, sendo utilizado o tipo de atividade econômica e a localização do estabelecimento como fatores de *estratificação*¹⁰ adotados. O sorteio aleatório das firmas possibilitou que a amostra selecionada conservasse as características da população.

A identificação e a contagem da população só foi possível por conta de informações cadastrais levantadas pela empresa contratada, provenientes de três tipos de bancos de dados, além das próprias observações de campo sobre a existência do respectivo estabelecimento.

Em geral, as diferenças cadastrais é atribuída a dois fatores: 1º) apesar do esforço de sincronização de cadastros dos fiscos, persiste a não-sincronização de dados entre as Fazendas Estadual e Federal, com casos de inscrições que são baixadas ou suspensas pelo Estado continuarem em situação ativa na Fazenda Nacional; 2º) há grande número de estabelecimentos de natureza jurídica Micro Empreendedor Individual (MEI) que embora cadastrados na Fazenda Nacional, não possuem obrigatoriedade legal de prestar declarações acessórias ou ter registros na Fazenda Estadual ou Ministério do Trabalho e Emprego.

A Tabela 3 ilustra a diferença nos Bancos de Dados do Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas, no Sistema de Informações Tributárias da Fazenda Estadual e no Ministério do Trabalho e Emprego.

Tabela 3. Comparativo da quantidade de estabelecimentos da Indústria Turística por fonte de dados e municípios

Município	Fazenda Nacional		Fazenda Estadual		Ministério do Trabalho e Emprego	
	Quantidade	%	Quantidade	%	Quantidade	%
Cariacica	2.078	86,1	586	86,8	430	86,0
Viana	335	13,9	89	13,2	70	14,0
Total	2.413	100,0	675	100,0	500	100,0

Fonte: Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas, Secretaria da Fazenda do ES e Ministério do Trabalho e Emprego (2011).

Após proceder a ajustes chegou-se à uma população de **500** estabelecimentos integrantes da Indústria Turística dos municípios pesquisados, conforme dados do Ministério do Trabalho e Emprego. Porém, destaca-se que tal universo variou conforme a fonte de dados. E, utilizando este universo, com uma margem

⁹ É a forma de amostragem estratificada mais simples, na qual um estrato que corresponde 20% da população, por exemplo, também representará 20% da amostra.

¹⁰ O fator de estratificação é uma variável utilizada para dividir a população em estratos.

de erro de 5% em todas as atividades da Indústria Turística, a amostra foi estimada em **275** estabelecimentos distribuídos conforme a Tabela 4.

Tabela 4. Amostra da pesquisa de campo

Subsetores	Cariacica e Viana
1. Alojamento para visitantes	6
2. Atividades de provisão de alimentos e bebidas	84
3. Transporte de passageiros ferroviário	0
4. Transporte de passageiros rodoviários	45
5. Transporte de passageiros aquaviário	0
6. Transporte aéreo de passageiros	0
7. Aluguel de equipamentos de transporte	20
8. Agências de viagens e outros tipos de reservas	11
9. Atividades culturais	33
10. Atividades esportivas e recreativas	42
11. Comércio varejista de bens caract.do turismo	34
Total de estabelecimentos	275

Fonte: elaboração própria

Por fim, para a elaboração da matriz de empregos $[u_{si}]$ foram utilizados os Microdados da RAIS dos anos de 2010, 2011 e 2012. Os dados desse banco de dados foram ajustados com a finalidade de incluir os proprietários dos estabelecimentos que trabalham nessas empresas sem carteira assinada, em jornada superior à 6 horas/dia.

3. IMPACTOS DIRETOS DO TURISMO

Este capítulo apresenta os resultados dos Coeficientes de Demanda Turística e uma avaliação dos impactos econômicos diretos gerados pela atividade turística, estimada por meio da combinação de informações da pesquisa de campo e da RAIS, conforme metodologia apresentada anteriormente.

3.1. Estimativas dos Coeficientes de Demanda Turística

O Coeficiente de Demanda Turística ou Coeficiente de Atendimento Turístico \hat{T} é um indicador utilizado para estimar a parcela do consumo dos estabelecimentos que é destinada aos visitantes, dada a constatação de que o conjunto de firmas que integram a Indústria Turística não ofertam produtos e serviços exclusivamente aos visitantes (turistas e excursionistas).

Para obtenção das estimativas, a pesquisa de campo foi realizada com uma amostra de **275** estabelecimentos localizados nos municípios de **Cariacica e Viana**, a partir de um universo populacional constituído por **500** empresas¹¹. O questionário (disponível no Anexo II) procurou levantar dados sobre o percentual de atendimento a visitantes em estabelecimentos cuja atividade econômica principal estivesse enquadrada na relação de subclasses da CNAE 2.1 (do Anexo I).

¹¹ O universo amostral utilizado para o cálculo da amostra baseou-se em informações da RAIS de 2011. Relevante explicitar que a RAIS 2012 só foi publicada em outubro de 2013, período posterior ao planejamento da pesquisa de campo.

Após conferência das informações coletadas em campo, foi então possível calcular o coeficiente de demanda turística, com base na média¹² de opiniões dos representantes dos estabelecimentos, sendo a quantidade de empregados de cada empresa o critério de ponderação utilizado.

A Tabela 5 reúne os resultados dos coeficientes estimados, revelando o percentual de visitantes em cada indústria. Por exemplo, a atividade de “alojamento para visitantes” é a que concentra maior percentual de visitantes, com **66%**, podendo alcançar **96%** no limite superior do intervalo de confiança¹³.

Tabela 5. Coeficiente de Demanda Turística de Cariacica e Viana

Indústrias turísticas	\hat{T}	s_x	CV	n	Erro Padrão	Intervalo de confiança (95%)	
						Limite Inferior	Limite Superior
1. Alojamento para visitantes	66%	36%	55%	6	15%	7%	96%
2. Provisão de alimentos e bebidas	17%	19%	109%	58	2%	14%	22%
3. Transporte ferroviário	-	-	-	-	-	-	-
4. Transporte rodoviário	24%	34%	143%	34	6%	22%	35%
5. Transporte aquaviário	-	-	-	-	-	-	-
6. Transporte aéreo	-	-	-	-	-	-	-
7. Aluguel de equipamentos de transporte	29%	4%	15%	19	1%	2%	31%
8. Agências de viagens e outras reservas	20%	8%	37%	10	2%	3%	25%
9. Atividades culturais	35%	26%	73%	23	5%	15%	46%
10. Atividades esportivas e recreativas	6%	11%	179%	30	2%	7%	10%
11. Comércio varejista de bens caract. do turismo	20%	22%	111%	22	5%	12%	29%

Fonte: elaboração própria

Observações: s_x é o desvio padrão, CV é o coeficiente de variação, n é o tamanho da amostra

Ainda com o relação a Tabela 5, é possível destacar que, por outro lado, a categoria Atividades Esportivas e Recreativas é considerada a Indústria com menor parcela de visitantes, apenas 6%. A justificativa para esse reduzido percentual de visitantes está relacionado ao fato de haver número elevado de empresas que, embora classificadas como integrantes desta Indústria, não ofertam produtos e serviços turísticos, como é o caso de estabelecimentos que alugam quadras esportivas, casas de festas, clubes e associações recreativas de empresas.

A Tabela 6 mostra uma comparação dos Coeficientes de Atendimento das Indústrias Turísticas de Cariacica e Viana (FCAA) com os coeficientes estimados para Sudeste (IPEA). Embora haja algumas diferenças metodológicas entre as pesquisas da FCAA e do IPEA, é possível constatar que prevalece menor percentual de atendimento a visitantes nas Indústrias Turísticas capixabas. Essa diferença é mais acentuada no caso da Indústria de Agências de Viagens e Outros Tipos de Reservas, que possui 20% de visitantes contra a média de 79% do Sudeste. Esse resultado sugere que os estabelecimentos localizados em Cariacica e Viana realizam atendimentos majoritariamente aos moradores locais, ou seja, relaciona-se com a natureza dos serviço que estas agencias oferecem, por serem emissivas e não receptivas.

¹² A comparação dos resultados com a Mediana, estatística de tendência central indicada para corrigir problemas com valores atípicos (*ouliers*), não demonstrou mudanças significativas em relação ao critério de Media ponderada empregado.

¹³ É de se esperar que os coeficientes de demanda turística sejam próximos a 100% em atividades de hospedagem. No caso desta pesquisa, para fins de simplificação da pesquisa de campo, o conceito de visitante excluiu todos os viajantes que possuíam vínculos empregatício. Com isso, no caso da hospedagem dos municípios de Cariacica e Viana, identificou-se que os hotéis localizados na proximidade de rodovias hospedavam majoritariamente profissionais (como motoristas, caminhoneiros, profissionais que atuam em obras de engenharia na construção do shopping Moxuara) não classificados como turistas.

Tabela 6. Comparação do Coeficiente de Demanda Turística Municipal com a Região Sudeste

Indústrias Turísticas	FCAA	IPEA	Diferença
1. Alojamento para visitantes	66%	74%	-8%
2. Atividades de provisão de alimentos e bebidas	17%	29%	-12%
3. Transporte ferroviário	N/D	N/D	N/D
4. Transporte rodoviário	24%	2%	22%
5. Transporte aquaviário	N/D	31%	N/D
6. Transporte aéreo	N/D	86%	N/D
7. Aluguel de equipamentos de transporte	29%	39%	-10%
8. Agências de viagens e outros tipos de reservas	20%	79%	-59%
9. Atividades culturais, esportivas e recreativas	35%	3%	32%
10. Atividades esportivas e recreativas	6%	N/D	N/D
11. Comércio varejista de bens característicos do turismo	20%	N/D	N/D

Fonte: Elaboração própria e IPEA (2010)

3.2. Estimativa de empregos diretos gerados pelo Turismo

É possível fazer inferências sobre o impacto ou montante de ocupações geradas pela atividade turística na região, desde que se aceite a hipótese de que existe uma relação de proporcionalidade direta entre os Coeficientes de Demanda Turística e o total de empregos formais diretos gerados pelo turismo. Sob essas condições, a Tabela 7 registra estimativas sobre o impacto do turismo no mercado de trabalho de Cariacica e Viana.

Tabela 7. Estimativa de empregos gerados pelo turismo em Cariacica e Viana

Subsetores	<i>U</i>	\hat{T}	$\hat{T} \cdot U$	Intervalo inferior	Intervalo superior
1. Alojamento para visitantes	46	66%	31	3	44
2. Atividades de provisão de alimentos e bebidas	1403	17%	242	194	311
3. Transporte ferroviário	0	-	-	-	-
4. Transporte rodoviário	1362	24%	323	303	481
5. Transporte aquaviário	0	-	-	-	-
6. Transporte aéreo	0	-	-	-	-
7. Aluguel de equipamentos de transporte	86	29%	25	2	27
8. Agências de viagens e outros tipos de reservas	8	20%	2	0	2
9. Atividades culturais	5	35%	2	1	2
10. Atividades esportivas e recreativas	18	6%	1	1	2
11. Comércio varejista de bens característicos do turismo	56	20%	11	7	16
Total das atividades do turismo	2.984	21%	636	511	885
Total de empregos formais nos municípios	69.716				
% das atividades do turismo no total	4,28%		0,91%	0,73%	1,27%

Fonte: Elaboração própria

Observações: *U* corresponde à quantidade de vínculos empregatícios formais em cada Indústria Turística, em 31/12/2012, conforme os dados do Ministério do Trabalho e Emprego. \hat{T} corresponde aos coeficientes de Demanda Turísticas estimados em pesquisa de campo, conforme resultados discutidos na seção 3.1; $\hat{T}U$ representa o produto dos coeficientes \hat{T} pela quantidade de empregados *U*, o que se traduz na estimativa do total de empregos gerados pela atividade turística no município; Os Intervalos de Confiança apresentados nesta tabela foram calculados tendo em vista o nível de 95% de confiança.

Na Tabela 7, a coluna que contém o produto $\hat{T} \cdot U$ é que sintetiza o impacto do turismo na geração de postos de trabalhos formais diretos em Cariacica e Viana. Pelo somatório dessa coluna é possível constatar que o movimento dos visitantes contribui com cerca de **636 ocupações** formais.

Além da estimativa pontual, é possível estimar o impacto máximo quando se considera o limite superior do intervalo de confiança de 95%. Por essa ótica de análise, a estimativa de impacto máximo esperado pelo turismo é correspondente a **885** postos de trabalho diretos, ou seja, 1,27% do total de **69.716** postos que a economia dos municípios detinha no dia 31 de dezembro de 2012.

3.3. Impacto do turismo na geração de massa salarial mensal

O mesmo raciocínio feito na seção anterior pode ser aplicado na avaliação da massa salarial. Significa dizer que os impactos do turismo na geração de salários pode ser calculado quando se admite que existe uma relação direta de proporcionalidade entre a massa salarial e o coeficiente de Demanda Turística.

Tabela 8. Impactos do turismo na geração de massa salarial mensal

Subsetores	r	\hat{T}	r. \hat{T}	Intervalo inferior	Intervalo superior
1. Alojamento para visitantes	37.961	66%	25.200	2.521	36.416
2. Atividades de provisão de alimentos e bebidas	1.121.366	17%	193.118	154.812	248.253
3. Transporte ferroviário	-	-	-	-	-
4. Transporte rodoviário	2.364.444	24%	560.841	525.944	835.417
5. Transporte aquaviário	-	-	-	-	-
6. Transporte aéreo	-	-	-	-	-
7. Aluguel de equipamentos de transporte	104.624	29%	30.742	2.504	32.865
8. Agências de viagens e outros tipos de reservas	8.886	20%	1.804	246	2.228
9. Atividades culturais	3.721	35%	1.316	559	1.716
10. Atividades esportivas e recreativas	13.459	6%	841	954	1.390
11. Comércio varejista de bens característicos do turismo	54.421	20%	10.630	6.755	15.652
Massa Salarial (I)	3.708.882	22%	824.493	694.296	1.173.937
Massa Salarial das demais atividades (II)	98.473.619				
% (I) em (II)	3,77%		0,84%	0,71%	1,19%

Fonte: Elaboração própria

A Tabela 8 mostra que, em termos de geração de salários, o turismo contribui com cerca de **R\$ 824 mil** por mês. Trata-se de uma participação de **0,84%** do total da massa de salários que recebe mensalmente o conjunto de trabalhadores de **Cariacica e Viana**.

3.4. Comparativo do Impacto do Turismo em localidades

Em vista da escassez de informações para apuração do Valor Adicionado das Industrias Turísticas nos municípios, além da ausência de metodologia de Contas Satélites de Turismo, propõe-se, aqui, que os indicadores do mercado de trabalho formal da seção 3.2 sejam utilizados como referência para medir o impacto direto do turismo na economia municipal.

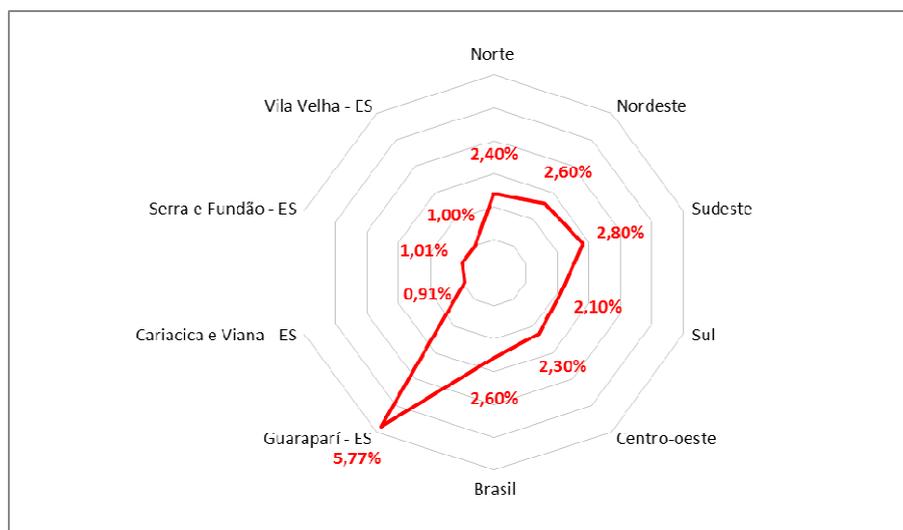


Figura 2. Comparativo da Participação do Turismo no mercado de trabalho

Fonte: IPEA (2013, p. 13) – Elaboração própria

Por esse raciocínio, a Figura 2 é utilizada para demonstrar que a participação do turismo em Cariacica e Viana (0,91%) é proporcionalmente inferior à observada na média do Brasil (2,60%) e das demais regiões brasileiras. Em relação ao Espírito Santo, o resultado é inferior a Serra/Fundão (1,01%), a Vila Vela (1,00%) e a Guarapari (5,77%).

4. OUTRAS ESTATÍSTICAS DESCRITIVAS DO TURISMO

Neste capítulo são apresentadas algumas estatísticas da RAIS 2012, que são úteis para descrever aspectos relacionados a faixa etária, sexo, escolaridade e renda média dos trabalhadores. Além disso, encontram-se expostas informações complementares sobre o quantitativo de Micro Empreendedores Individuais (MEIs) e tributos estaduais gerados pela Indústria Turística.

Deste modo, entre os itens 4.1 e 4.7, encontram-se informações baseadas na RAIS, sobre o mercado de trabalho. Já o item 4.8, trata da discussão entre a informalidade e os dados dos Micro Empreendedores Individuais. E, por último, o item 4.9, apresenta os dados dos tributos, que no caso de Cariacica e Viana, por indisponibilidade dos dados municipais, serão tratados apenas a geração dos impostos estaduais.

4.1. Evolução dos empregos e dos estabelecimentos formais na indústria turística

As informações sobre o mercado de trabalho local são importantes para ter conhecimento sobre a dimensão da indústria turística nos municípios em questão, principalmente no que se refere à quantidade de estabelecimentos e de empregados envolvidos com suas diversas atividades.

Deste modo, além dos totais de estabelecimentos na indústria turística, o presente item também apresenta a quantidade de funcionários destinados a atender a demanda turística existente na região (tendo como base os coeficientes de demanda turística apresentada na Tabela 5).

Os dados apresentados na Figura 3 referem-se à aplicação dos coeficientes de demanda turística (apresentadas na Tabela 5) no total de empregos da indústria turística na região, entre os anos de 2010 e 2012. Com isso, será possível analisar a quantidade de empregados na região que atende, ou não, a demanda turística.

Assim, antes de discutir exclusivamente a quantidade de empregados destinada a atender exclusivamente a demanda turística na região, cabe destacar algumas informações sobre a indústria turística de maneira geral (considerando os trabalhadores que atendem ou não o turismo). Observa-se que a quantidade total de empregos na indústria turística nos municípios, entre os anos de 2010 e 2012, apresentou um incremento de 10,7%, passando de 2.695 para 2.984.

Para efeitos comparativos, este crescimento da indústria turística na região foi igual ao apresentado no total de empregos dos dois municípios, para este mesmo período (entre 2010 e 2012), já que também teve um aumento de 10,7%, passando de 62.981 para 69.716 empregados.

Por outro lado, este desempenho observado na indústria turística de Cariacica e Viana foi superior ao que ocorreu com o total de empregados no Espírito Santo, uma vez que aumentou 7,7% (passando de 860.421 para 926.336 empregados).

Outro ponto de destaque sobre a quantidade de empregos na indústria turística, em Cariacica e Viana, é que do total existente na região durante o ano de 2012 (ou seja, 2.984 empregados), 2.704 (ou 90,1% do total) eram de Cariacica e 280 (ou 9,9%), de Viana.

Ainda sobre a indústria turística na região, conforme Figura 3, nota-se a predominância da quantidade de funcionários que não atendem a demanda turística (representada pelos “não turistas”). Tal fato relaciona-se ao baixo atendimento a demanda turística na região (conforme visto anteriormente), que no caso deste trabalho, trata-se das pessoas que se deslocam para fora do local de sua residência por mais de 24 horas, realizando pernoite, por motivo outro que não o de fixar residência ou exercer atividade remunerada, realizando gastos de qualquer espécie com renda auferida fora do local visitado.

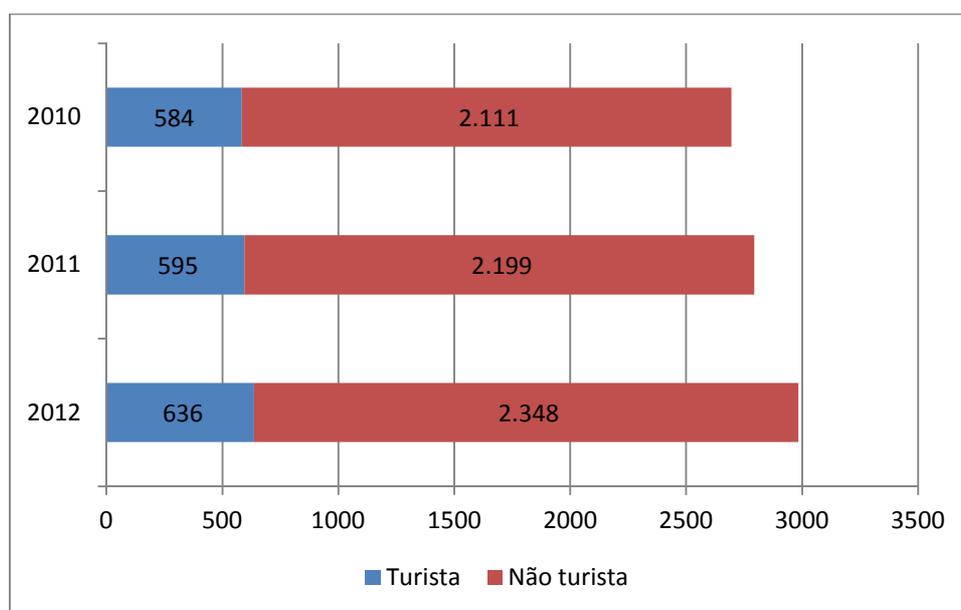


Figura 9. Aproveitamento dos empregos diretos, conforme o atendimento, ou não, à demanda turística nas atividades da indústria turística, durante os anos de 2010, 2011 e 2012

Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego, 2012

Nota: ¹A quantidade de “**Turistas**” refere-se ao número de funcionários responsáveis por atender a demanda turística na região. Ou seja, é o resultado da aplicação dos coeficientes da demanda turística (conforme item 2.1) no total de empregos da indústria turística no respectivo ano.

²A quantidade de “**Não turistas**” trata-se da diferença entre o total de empregos da indústria turística e a de funcionários que atendem a demanda turística na região no respectivo ano.

Enquanto isso, na Tabela 9, há a quantidade de empregos responsáveis por atender a demanda turística, distribuída por atividade. As atividades que apresentaram, em quantidade, os maiores resultados de empregos destinados a atender aos turistas na região, referem-se ao transporte rodoviário e às atividades de provisão de alimentos e bebidas.

Com isso, observa-se que, de maneira geral, os empregos que atendem exclusivamente a demanda turística na região, aumentou 8,9% (entre 2010 e 2012), passando de 584 para 636.

Tabela 10. Aproveitamento dos empregos diretos, conforme a demanda turística nas atividades da indústria turística, durante os anos de 2010, 2011 e 2012

Subsetores	2010	2011	2012	Δ%
1. Alojamento para visitantes	31	26	30	-2,1
2. Atividades de provisão de alimentos e bebidas	200	220	239	19,3
3. Transporte ferroviário	0	0	0	-
4. Transporte aquaviário	0	0	0	-
5. Transporte rodoviário	318	312	327	2,9
6. Transporte aéreo	0	0	0	-
7. Aluguel de equipamentos de transporte	19	19	25	28,4
8. Agências de viagens e outros tipos de reservas	1	2	2	33,3
9. Atividades culturais	5	2	2	-64,3
10. Atividades esportivas e recreativas	1	1	1	20,0
11. Comércio varejista de bens característicos do turismo	9	12	11	21,7
Total	584	595	636	8,9

Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego, 2010-2012

Nota: ¹Quantidade de empregados da indústria turística que atendem a demanda do turismo na região.

Sobre os estabelecimentos formais presentes na região, é importante ressaltar que, como todas as 526 empresas presentes nos municípios (conforme dados de 2012) são capazes de atender a demanda turística na região, aqui não é possível fazer a distinção quantitativa de empresas que atendem ou não à demanda turística.

Assim, no que tange às empresas formais da indústria turística nos municípios, no geral, verifica-se que ocorreu um crescimento de 18,2%, entre 2010 e 2012, passando de 445 para 526 empresas. Deve-se ressaltar que este desempenho da indústria turística na região foi superior ao ocorrido no total de estabelecimentos nos dois municípios, para este mesmo período (entre 2010 e 2012), uma vez que este foi igual a 11,7%, passando de 5.163 para 5.765 empresas.

Além disso, o desempenho da indústria turística em Cariacica e Viana também foi superior no total de empresas no Espírito Santo, que teve um crescimento de 8,4% (passou de 76.152 para 82.529 estabelecimentos, respectivamente).

Ainda sobre a quantidade de empresas no ano de 2012, em Cariacica e Viana, destaca-se que das 526 empresas existentes, 460 (ou 87,5% do total) eram de Cariacica e 66 (ou 12,5%), de Viana.

Na distribuição percentual da quantidade de empresas por atividade da indústria, verifica-se o destaque da atividade de provisão de alimentos e bebidas, cuja participação total foi de mais de 70%, no ano de 2012.

Quando se avalia esta distribuição juntamente com a dos empregados da indústria turística de maneira geral, conforme apresentado anteriormente, percebe-se que as empresas de provisão de alimentos e bebidas tiveram uma quantidade maior de empregados do que a do transporte rodoviário (que também se destacou por estar entre as atividades que mais empregaram nestes municípios).

Com isso, tal fato indica que as empresas do setor de transporte rodoviário são de maior porte, ou seja, têm proporcionalmente mais empregados (por estabelecimento) do que as de provisão de alimentos e bebidas.

Tabela 11. Quantidade de empresas formais que exerceram atividade durante os anos de 2010, 2011 e 2012

Subsetores	2010	2011	2012	Δ%
1. Alojamento para visitantes	8	12	9	12,5
2. Atividades de provisão de alimentos e bebidas	313	356	370	18,2
3. Transporte ferroviário	0	0	0	-
4. Transporte aquaviário	0	0	0	-
5. Transporte rodoviário	37	38	43	16,2
6. Transporte aéreo	0	1	0	-
7. Aluguel de equipamentos de transporte	19	23	27	42,1
8. Agências de viagens e outros tipos de reservas	10	6	8	-20,0
9. Atividades culturais	13	13	15	15,4
10. Atividades esportivas e recreativas	24	22	26	8,3
11. Comércio varejista de bens característicos do turismo	21	29	28	33,3
Total das atividades do turismo	445	500	526	18,2

Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego, 2010-2012

Nota: *Destaca-se que, por causa do período de planejamento e execução do campo, foi utilizada a quantidade de empresas no ano de 2011, para realização da amostragem.

Quando se avalia a relação entre a quantidade de empregados que atendem à demanda turística na região, com o número de estabelecimentos, nota-se que o maior resultado é apresentado no transporte rodoviário, que em 2012, foi igual a 7,6.

Porém, é importante destacar que esta relação apresentada no transporte rodoviário teve queda durante o período avaliado, já que, no ano de 2010, este foi igual a 8,6 (contra 7,6, em 2012).

Tabela 12. Relação de empregados por estabelecimento nas indústrias, nos anos de 2010, 2011 e 2012

Subsetores	2010	2011	2012	Δ%
1. Alojamento para visitantes	3,9	2,1	3,4	-13,0
2. Atividades de provisão de alimentos e bebidas	0,6	0,6	0,6	0,9
3. Transporte ferroviário	-	-	-	-
4. Transporte aquaviário	-	-	-	-
5. Transporte rodoviário	8,6	8,2	7,6	-11,5
6. Transporte aéreo	-	-	-	-
7. Aluguel de equipamentos de transporte	1,0	0,8	0,9	-9,7
8. Agências de viagens e outros tipos de reservas	0,1	0,4	0,2	66,7
9. Atividades culturais	0,4	0,1	0,1	-69,0
10. Atividades esportivas e recreativas	0,0	0,0	0,0	10,8
11. Comércio varejista de bens característicos do turismo	0,4	0,4	0,4	-8,7
Total	1,3	1,2	1,2	-7,9

Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego, 2010-2012

Nota: ¹Quantidade de empregados da indústria turística que atendem a demanda do turismo na região.

²Quantidade de empregados da indústria turística que não atendem a demanda do turismo na região.

A relação de funcionários que atendem a demanda do turista por estabelecimento na região apresentou uma pequena redução durante o período avaliado, ou seja, entre 2010 e 2012, já que passou de 1,3 para 1,2.

De todo modo, é importante destacar que, caso medidas sejam adotadas de forma a ampliar o turismo na presente região, o coeficiente da demanda turística (apresentado na Tabela 5) e, automaticamente, o emprego originado exclusivamente pelo turismo no local, tendem a aumentar¹⁴.

¹⁴Ressalta-se que, como os empregos destinados a atender a demanda turística na região se basearam em estimativas (através do coeficiente da demanda turística e do quantitativo total da indústria turística), as demais análises sobre o perfil dos empregados formais aqui apresentados referem-se à indústria turística como um todo.

4.2. Porte dos estabelecimentos na Indústria Turística

O porte dos estabelecimentos formais da indústria turística na região pode ser analisado neste item, e na Tabela 12 há a distribuição percentual das empresas por porte. A distribuição das empresas da indústria turística, conforme o tamanho da firma, foi realizada a partir da classificação realizada pelo SEBRAE (SC, 2013¹⁵), para as atividades de comércio e serviços, que considera para tal separação, a quantidade de empregos formais¹⁶ (que neste caso, foi a apresentada no dia 31 de dezembro de 2012), da seguinte forma:

- Micro empresa: até 9 empregados;
- Pequena empresa: de 10 a 49 empregados;
- Média empresa: de 50 a 99 empregados;
- Grande empresa: mais de 100 empregados.

Desta forma, verifica-se que, exceto o alojamento para visitantes, todas as demais indústrias turísticas tiveram mais da metade de seus estabelecimentos caracterizados como micro empresa.

Entretanto, no caso específico da atividade de alojamento para visitantes, mesmo que não tenha sido metade, observa-se que 44,4% de seus estabelecimentos foram caracterizados como micro empresa, e ainda, 55,6% são pequenas empresas. Ou seja, se somar as micro e pequenas empresas desta indústria, nota-se a presença de 100,0% de seus estabelecimentos.

Vale lembrar a participação das empresas do setor de transporte rodoviário, na região, que teve 7,0% de seus estabelecimentos com mais de 100 empregados, sendo, portanto, caracterizadas como grandes empresas.

Tabela 13. Distribuição das empresas ligadas ao turismo, conforme a quantidade de empregados no dia 31 de dezembro de 2012

Subsetores	Micro Empresa	Pequena Empresa	Média Empresa	Grande Empresa	Total (%)	Total (absoluto)
	Até9	De 10 a 49	De 50 a 99	Mais de 100		
1 - Alojamento para visitantes	44,4	55,6	0,0	0,0	100,0	9
2 - Atividades de provisão de alimentos e bebidas	71,1	26,2	2,7	0,0	100,0	370
3 - Transporte de passageiros ferroviário	-	-	-	-	-	0
4 - Transporte de passageiros rodoviários	81,4	7,0	4,7	7,0	100,0	43
5 - Transporte de passageiros aquaviário	-	-	-	-	-	0
6 - Transporte aéreo de passageiros	-	-	-	-	-	0
7 - Aluguel de equipamentos de transporte	81,5	11,1	7,4	0,0		27
8 - Agências de viagens e outros tipos de reservas	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0	8
9 - Atividades culturais	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0	15
10 - Atividades esportivas e recreativas	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0	26
11 - Comércio varejista de bens característicos do turismo	78,6	21,4	0,0	0,0	100,0	28
Total	75,1	21,7	2,7	0,6	100,0	526

Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego, 2012

¹⁵SEBRAE-SC. **Critérios de classificação de empresas:** EI - ME - EPP. Disponível em: <<http://www.sebrae-sc.com.br/leis/default.asp?vcdtexto=4154>>. Acesso em 18 jul. 2013.

¹⁶Cabe destacar ainda a presença dos Micro Empreendedores Individuais (MEIs), porém sua abordagem será realizada especificamente no item 4.8.

Com isso, de maneira geral, tem-se que 75,1% das empresas da indústria do turismo foram caracterizadas como micro empresas, enquanto 21,7% são pequenas empresas, 2,7%, média empresa e 0,6% grande empresa.

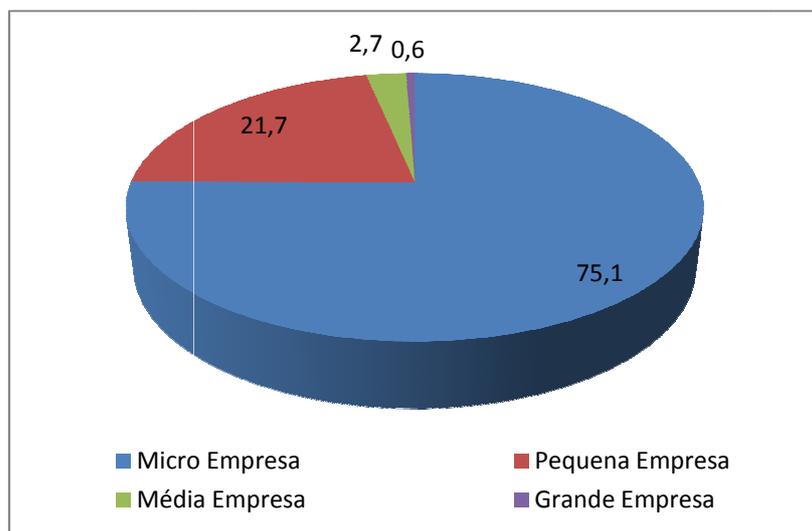


Figura 14. Tamanho das empresas formais na região de Cariacica e Viana, em 2012

Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego, 2012

Por outro lado, embora as micro empresas sejam maioria na quantidade de empresas, na análise pelo número de empregos gerados, as grandes empresas são as que tem maior parcela (com 41,5% do total).

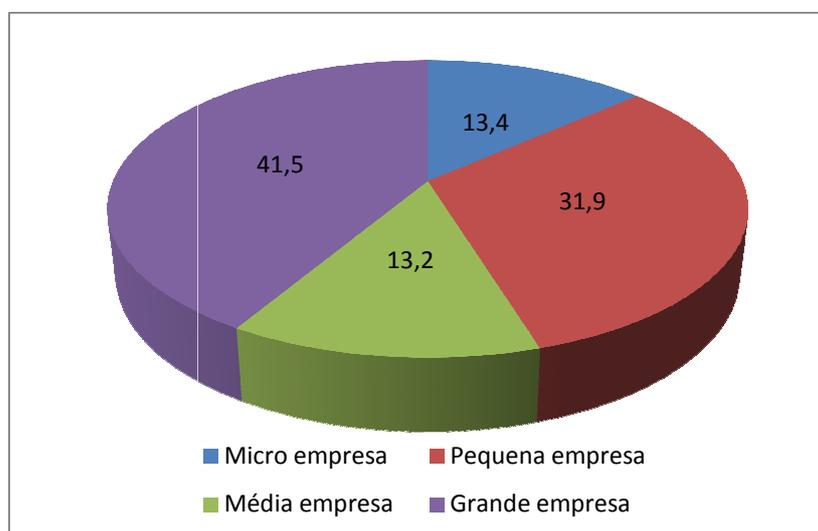


Figura 15. Distribuição percentual da quantidade de empregos gerados na indústria turística, conforme o tamanho da empresa, no dia 31 de dezembro de 2012

Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego, 2012

Assim, as micro empresas que participam com 75,1% da quantidade total de empresas na região, são responsáveis por gerar 13,4% dos empregos nos dois municípios. Por outro lado, as grandes empresas, que representam apenas 0,6% da quantidade de estabelecimentos na região, empregam 41,5% dos funcionários presentes em Cariacica e Viana.

4.3. Sazonalidade nos empregos formais na Indústria Turística¹⁷

A partir dos saldos entre as admissões e as demissões nos municípios de Cariacica e Viana, é possível avaliar as oscilações no mercado de trabalho local. Nota-se pela Figura 6, que houve um desempenho satisfatório no saldo da indústria turística ao longo de todo ano de 2010 (culminando com um pico em dezembro) na região, influenciada principalmente pelo desempenho da atividade de transporte rodoviário do município de Cariacica. Entretanto, em 2011 e 2012, o saldo se comportou de maneira menos acentuada e oscilando nas proximidades do resultado igual a zero.

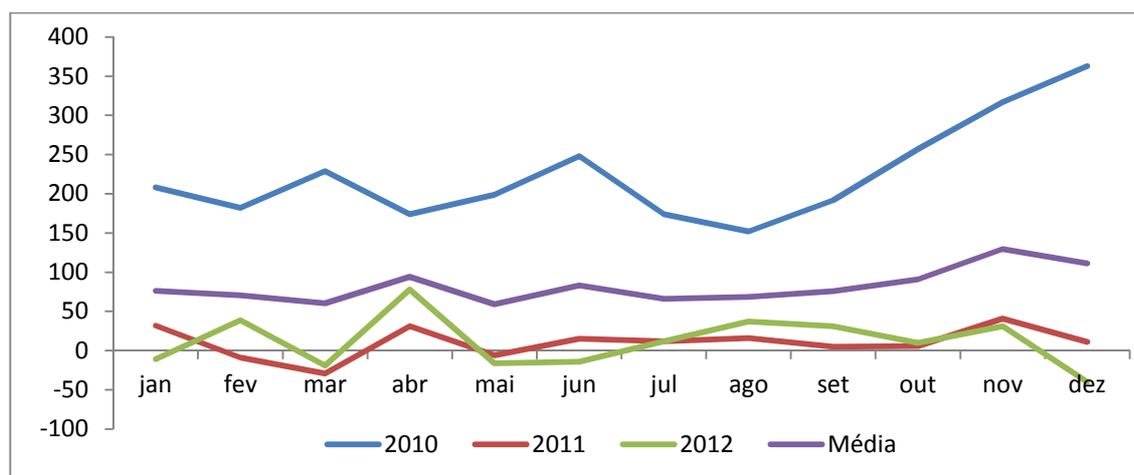


Figura 16. Saldo de empregados formais totais, no total de Cariacica e Viana, por mês durante os anos de 2010, 2011 e 2012
Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego, 2012

De todo modo, novamente influenciado pelo mercado de trabalho cariaciquense, as movimentações no mercado de trabalho da indústria do turismo tiveram destaque principalmente em dezembro de 2010.

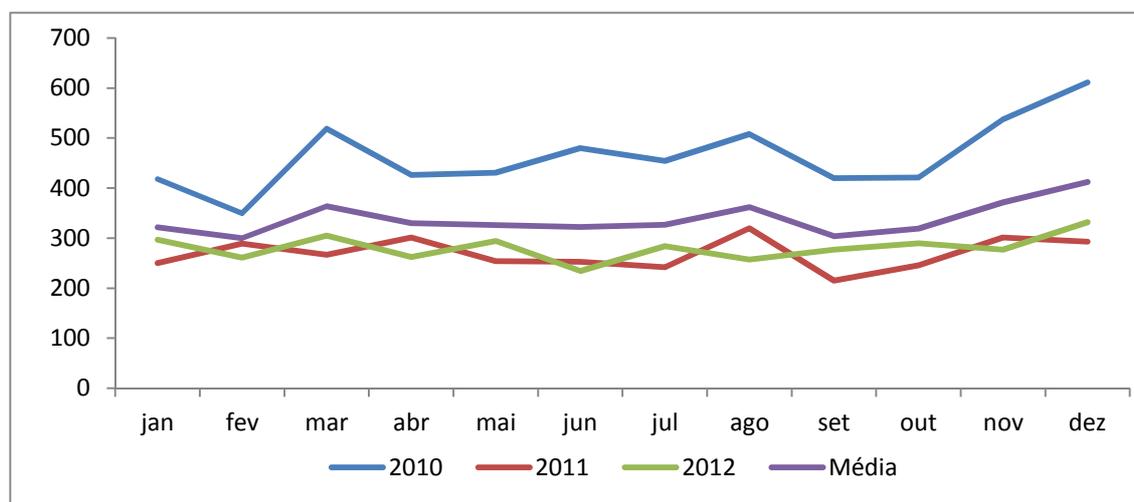


Figura 17. Movimentações (admissões mais demissões) dos empregados formais totais, no total de Cariacica e Viana, por mês durante os anos de 2010, 2011 e 2012
Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego, 2012

¹⁷ Esta informação se baseia na análise de toda a indústria turística na região, ou seja, aos que atendem ou não à demanda turística.

Assim, destaca-se que grande parte dos movimentos no mercado de trabalho que ocorreram nos municípios de Cariacica e Viana, foram influenciados pelo transporte rodoviário em Cariacica, que durante o ano de 2012, representou 44,3% do total de empregos gerados na região como um todo (foram 1.321 empregos gerados no transporte rodoviário do município, em um total de 2.984 empregos na indústria turística da região).

4.4. Distribuição por sexo dos empregados formais na Indústria Turística

A Tabela 13 apresenta a distribuição dos empregados formais na indústria do turismo por sexo. As mulheres tiveram elevadas participações em atividades culturais e no comércio varejista de bens característicos do turismo. Por outro lado, a participação dos homens foi mais acentuada no aluguel de equipamentos de transporte, no transporte de passageiros rodoviários e nas agências de viagens e outros tipos de reservas.

Tabela 18. Distribuição percentual de empregados formais¹ por sexo, no total de Cariacica e Viana, em 2012

Subsetores	Homem	Mulher
1 - Alojamento para visitantes	54,3	45,7
2 - Atividades de provisão de alimentos e bebidas	29,1	70,9
3 - Transporte de passageiros ferroviário	-	-
4 - Transporte de passageiros rodoviários	82,5	17,5
5 - Transporte de passageiros aquaviário	-	-
6 - Transporte aéreo de passageiros	-	-
7 - Aluguel de equipamentos de transporte	83,7	16,3
8 - Agências de viagens e outros tipos de reservas	75,0	25,0
9 - Atividades culturais	20,0	80,0
10 - Atividades esportivas e recreativas	38,9	61,1
11 - Comércio varejista de bens característicos do turismo	19,6	80,4
Total	55,4	44,6

Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego, 2012

Nota: ¹Empregados no dia 31 de dezembro do respectivo ano

O destaque na indústria turística como um todo, é pela presença de homens no mercado de trabalho, que representaram 55,4% do total. Enquanto as mulheres, participaram com 44,6% do total.

Entretanto, quando se avalia o mercado de trabalho nos municípios de Cariacica e Viana como um todo, durante o ano de 2012, percebe-se que a ampla maioria é constituído por homens, que por sua vez, representam 62,7% do total.

4.5. Faixa etária dos empregados formais na Indústria Turística

Na Figura 8, encontra-se a distribuição percentual dos empregados formais na região por faixa etária. Verifica-se que a faixa etária predominante nos municípios é a de pessoas que possuem entre 30 e 39 anos de idade. Além disso, praticamente 60% dos trabalhadores destas atividades, de maneira geral, têm até 39 anos de idade.

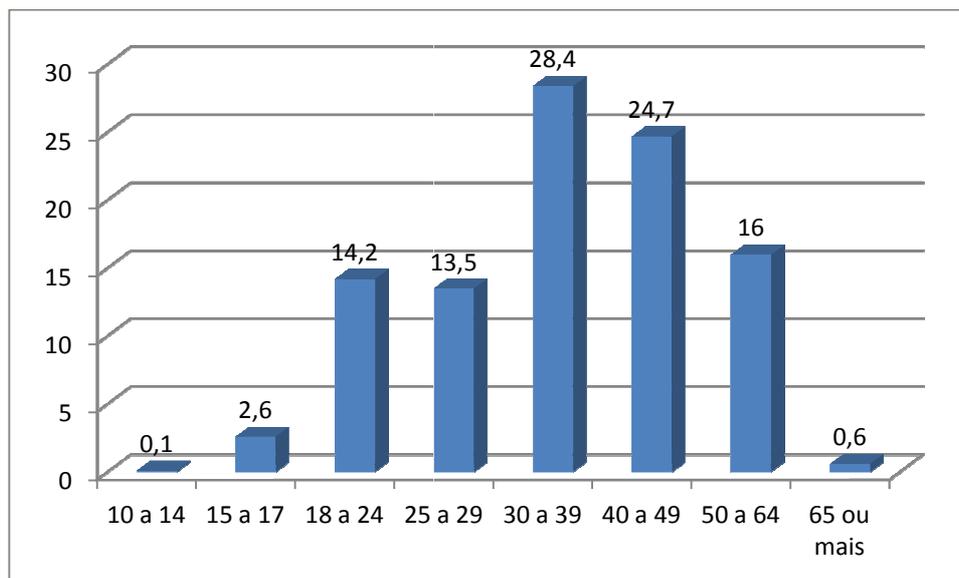


Figura 19. Distribuição percentual de empregados formais¹ por faixa etária, no total de Cariacica e Viana, em 2012
Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego, 2012

4.6. Escolaridade dos empregados formais na Indústria Turística

Na Figura 9, há a relação dos empregados formais nos municípios conforme o nível de escolaridade. A partir dos resultados desta Figura, é possível observar o baixo nível de escolaridade dos trabalhadores formais da indústria turística em Cariacica e Viana, uma vez que 95,2% destes empregados tiveram até o Ensino Médio completo.

Destaca-se ainda a presença de funcionários analfabetos e com Ensino Fundamental incompleto na região, que representaram 15,5% do total. Por outro lado, 3,0% destes empregados apresentaram Ensino Superior completo e/ou Mestrado.

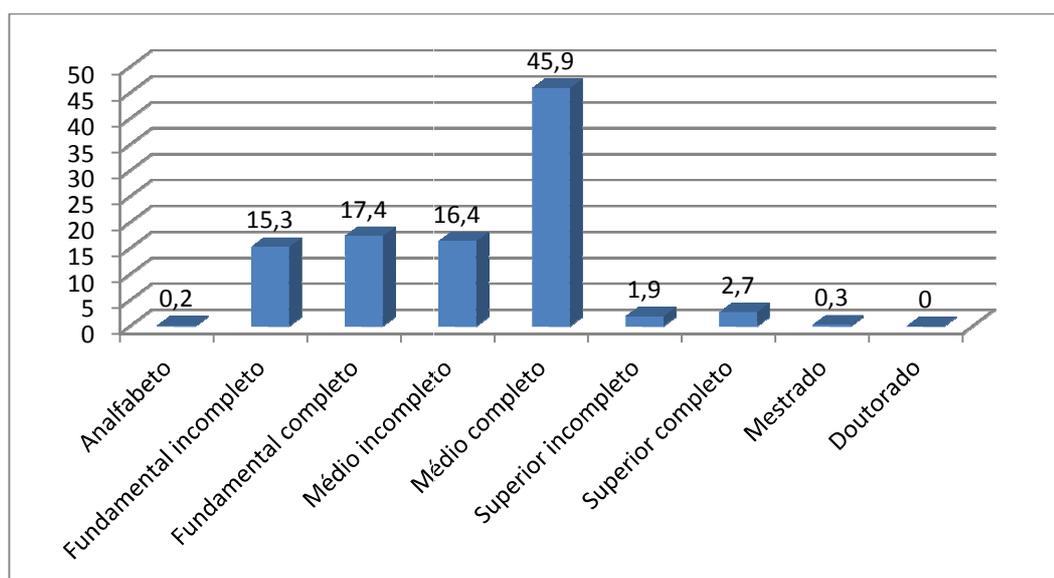


Figura 20. Distribuição percentual de empregados formais¹ por grau de instrução, 2012
Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego, 2012

De todo modo, pode-se notar que, de maneira geral, o grau de instrução predominante entre os empregados formais na indústria turística em Cariacica e Viana, durante o ano de 2012, é o Ensino Médio completo.

4.7. Salários dos empregados formais na Indústria Turística

Na Tabela 14 constam os salários médios dos empregados formais por atividade. De maneira geral, cabe destacar que o salário médio da indústria do turismo, nos dois municípios, teve seu maior resultado, no transporte de passageiros rodoviários, com R\$ 1.736,01.

No geral, os salários médios dos empregados formais na indústria turística é de R\$ 1.242,92. Entre os municípios, observa-se que a maior média ocorreu em Cariacica, com um resultado igual a R\$ 1.291,52. Enquanto em Viana, esta média foi igual a R\$ 773,62.

Para efeitos de comparação, os salários médios pagos aos empregados totais de Cariacica e Viana foram inferiores aos da indústria turística, uma vez que aquele foi igual a R\$ 942,97. Por município, destaca-se ainda que o resultado da indústria turística também foi superior ao total em Cariacica (que teve uma média do salário total igual a R\$ 922,42). Já Viana, a média de todos os salários dos empregados formais em dezembro, foi superior à da indústria turística, já que aquela foi igual a R\$ 1.037,65.

Tabela 21. Salário médio dos empregados formais¹ por subsetor, 2012

Subsetores	Total
1 - Alojamento para visitantes	825,25
2 - Atividades de provisão de alimentos e bebidas	799,26
3 - Transporte de passageiros ferroviário	-
4 - Transporte de passageiros rodoviários	1.736,01
5 - Transporte de passageiros aquaviário	-
6 - Transporte aéreo de passageiros	-
7 - Aluguel de equipamentos de transporte	1.216,55
8 - Agências de viagens e outros tipos de reservas	1.110,76
9 - Atividades culturais	744,13
10 - Atividades esportivas e recreativas	747,73
11 - Comércio varejista de bens característicos do turismo	971,81
Total – Salário médio	1.242,92

Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego, 2012

Nota: ¹Empregados no dia 31 de dezembro do respectivo ano

Quando se faz a análise de alguns indicadores dos salários médios nominais dos empregados formais com vínculo no dia 31 de dezembro de 2012, observa-se que a mediana foi igual a R\$ 831,20. Além disso, os salários pagos aos empregados da indústria turística tiveram uma elevada dispersão, tendo em vista que seu desvio-padrão foi igual a R\$ 1.916,21.

Tabela 22. Salário médio dos empregados formais¹ por subsetor, 2012

Informação	Remuneração nominal do mês de dezembro de 2012
Média	1.242,92
Mediana	831,2
Desvio-Padrão	1.916,21
Massa salarial	3.708.881,88
Total de empregados	2.984

Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego, 2012

Nota: ¹Empregados no dia 31 de dezembro do respectivo ano

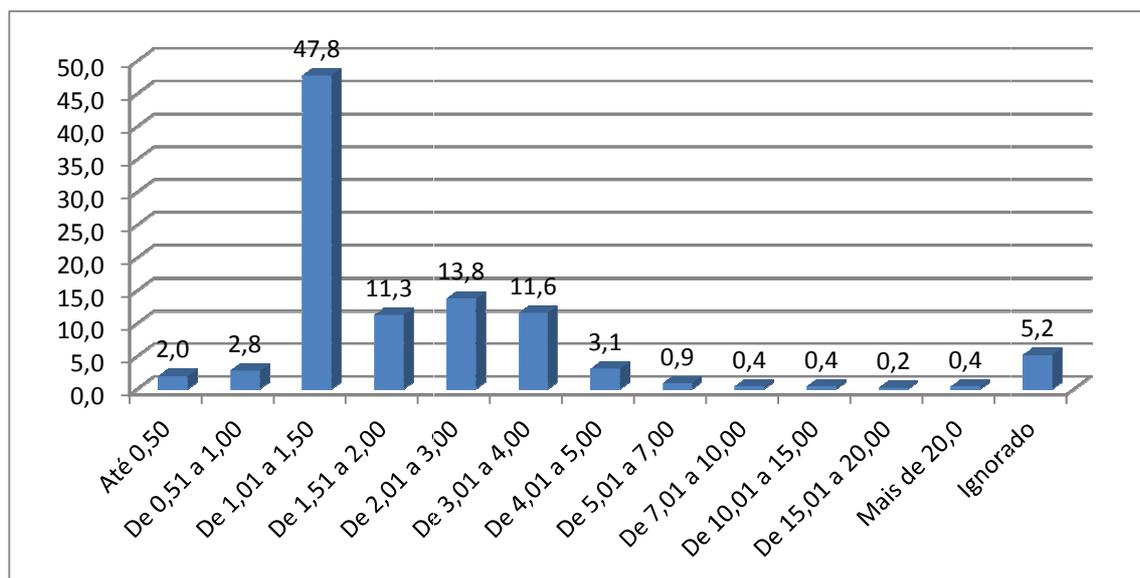


Figura 23.. Distribuição percentual de empregados formais¹ por faixas de salário mínimo (SM), no total dos dois municípios, em 2012

Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego, 2012

Nota: ¹Empregados no dia 31 de dezembro do respectivo ano

Porém, quando se avalia a distribuição dos empregados formais da indústria do turismo, nos municípios de Cariacica e Viana, nota-se que, de maneira geral, aproximadamente 64% recebem até 2 salários mínimos.

4.8. Informalidade e Micro Empreendedor Individual na Indústria Turística

Esta seção destaca uma das limitações desta pesquisa, que está relacionada à omissão da variável “empregos informais”. Entretanto, salienta-se que esse problema deve ser relativizado dado que, nos últimos anos, por conta da Lei Complementar nº 128 de 2008, tem havido crescimento no registro de Micro Empreendedores Individuais (MEI) nos municípios de **Cariacica e Viana**.

Segundo a Organização Internacional do Trabalho (1993, p. 2) o setor informal é definido como sendo formado por unidades dedicadas à produção de bens ou de prestação de serviços, que atuam em pequena escala, com relações de emprego ocasional e sem garantias. Os postos de trabalho informais são caracterizados por não realizarem contribuição aos institutos de previdência e também por conter profissionais sem licenciamento. São, portanto, os vínculos sem carteira assinada, trabalhadores por conta própria (profissional autônomo) e as pequenas unidades produtivas sem registro.

No setor de turismo constata-se um número expressivo de ambulantes em praias, feiras de artesanato e outras atividades comerciais que operam na informalidade. O Sistema de Informações Integrado do Mercado de

Trabalho do Turismo (Coelho, 2011, p. 16) estimou que 62% das ocupações do turismo no Brasil eram provenientes do Setor Informal. Com base nessa estatística, é de se esperar que para cada emprego formal do turismo tenha-se aproximadamente dois na informalidade.

Há diversas publicações que estudam as relações entre informalidade e condições de trabalho. Barreto (2002), por exemplo, usou uma amostra da Pesquisa de Padrão de Vida do IBGE para demonstrar que existe uma relação positiva entre informalidade e a precariedade das condições de trabalho. Em outra linha de pesquisa, Pero e Urani (1994) demonstraram casos em que os trabalhadores preferem atuar na informalidade por conta de condições de rendimento mais atrativas que a do setor formal.

O tema é abrangente, mas aqui estamos interessados em destacar o fato de que a omissão da variável “emprego informal”, certa maneira, implica em subestimação dos impactos do turismo nos municípios. A OIT (1993, p. 1) inclusive orienta para incluir a informalidade nas estatísticas de emprego.

A dificuldade de coleta das informações sobre fontes secundárias é a principal justificativa por não ter sido incorporada ao estudo. Dessa forma, a investigação sobre os efeitos da informalidade no turismo de **Cariacica e Viana** dependeria de uma pesquisa de campo, exclusivamente voltada para essa finalidade. E dado o escopo da pesquisa proposta, nos limitamos a apontar esse assunto como um elemento de pesquisas futuras.

Aqui também salienta-se que proporção dos empregos informais teve redução significativa nos últimos anos com o advento da Lei Complementar 128/2008, que criou o Micro Empreendedor Individual (MEI). Os dados da Receita Federal do Brasil indicam que houve um crescimento significativo de estabelecimentos inscritos como MEI. Pelo resumo da arrecadação do Simples Nacional¹⁸ é possível verificar que a quantidade média de Documentos de Arrecadação do Simples cresceu 123% no Brasil, na média do 1º trimestre de 2013 contra o 1º trimestre de 2008.

O Estado do Espírito Santo detém 76.565 estabelecimentos cadastrados como MEI, sendo que 99% dessas inscrições correspondem a empreendedores informais que se cadastraram pelo Portal do Empreendedor¹⁹ e outros 1% dos casos refere-se a microempresários (ME) que migraram para condição de MEI.

Especificamente com relação à Indústria Turística, em maio de 2013, havia cerca 11.258 estabelecimentos cadastros em atividades econômicas relacionadas ao Turismo no Estado do Espírito Santo. Sendo que, desse total, 1.085 inscrições estavam localizadas em **Cariacica e Viana**, conforme detalhamento da Tabela 16.

As estatísticas da Tabela 16, mostram que a atividade de provisão de alimentos e bebidas é a que detém a maior parcela desses microempreendedores (85,3%) e a de comércio varejista de bens característicos do turismo (5,3%).

¹⁸ Disponível em <http://www8.receita.fazenda.gov.br/SIMPLESNACIONAL/Arrecadacao>, acessado em 15/05/2013.

¹⁹ Disponível em <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/estatistica/relatorios-estatisticos-do-mei>, acessado em 16/05/2013.

Tabela 24. Quantidade de MEI na Indústria Turística de Cariacica e Viana

Indústrias Turísticas	Absoluto	%
1. Alojamento para visitantes	5	0,5
2. Atividades de provisão de alimentos e bebidas	926	85,3
3. Transporte de passageiros ferroviário	-	0,0
4. Transporte de passageiros rodoviários	12	1,1
5. Transporte de passageiros aquaviário	-	0,0
6. Transporte aéreo de passageiros	-	0,0
7. Aluguel de equipamentos de transporte	-	0,0
8. Agências de viagens e outros tipos de reservas	11	1,0
9. Atividades culturais	34	3,1
10. Atividades esportivas e recreativas	40	3,7
11. Comércio varejista de bens característicos do turismo	57	5,3
Total geral	1.085	100,0

Fonte: Portal do Empreendedor, 2013

Com os resultados da Tabela 16 quer se chamar a atenção também para o fato de que a metodologia desta pesquisa adota uma perspectiva diferente dos estudos do IPEA (Coelho, 2011), (IPEA, 2006) e (Árias & Barbosa, 2007), que utilizam como fonte de referência os dados RAIS para investigação dos vínculos formais e a PNAD para investigação dos informais.

Ao utilizar os dados do Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas, nota-se cerca de 1.085 estabelecimentos Micro Empreendedores Individuais, localizados nos municípios de **Cariacica e Viana**. Acredita-se que parcela significativa desse total refere-se a pessoas que, entre o período de 2008 e 2013, migraram do setor informal para o formal.

4.9. Tributos estaduais

As informações sobre o recolhimento de impostos das empresas que atuam na indústria turística são úteis para avaliar as fontes de financiamento disponíveis que o setor público dispõe para realizar os investimentos e executar as políticas para o desenvolvimento turístico.

É claro que esses recursos não são de uso exclusivo para investimentos do turismo, já que também servem para financiar o sistema de saúde, educação, segurança, pagamento de servidores, manutenção da máquina pública estadual como um todo e, no caso do ICMS, a quarta parte é repassada aos municípios.

Os dados da Secretaria de Estado da Fazenda revelam que, nos municípios de **Cariacica e Viana**, foram arrecadados R\$ 13,66 milhões das empresas que atuam na indústria turística, no ano de 2012. Esse valor corresponde a 0,13% da Receita Tributária²⁰ do Estado do Espírito Santo no período.

Além disso, por atividade, nota-se que 89,8% do total arrecadado por **Cariacica e Viana**, refere-se ao setor de transporte de passageiros rodoviários.

²⁰A Receita Tributária do Estado do Espírito Santo foi R\$ 10.269,5 milhões em 2012. Esse valor correspondente ao somatório recolhimento do Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação (ICMS), do Imposto sobre a Propriedade de Veículos Automotores (IPVA), do Imposto de Transmissão causa mortis e Doação (ITCD) e de outras taxas.

Tabela 25. Arrecadação de tributos estaduais, em Cariacica e Viana, por subsetores turísticos, 2012

Subsetores	Cariacica e Viana	
	Absoluto (em R\$ mil)	%
1. Alojamento para visitantes	73	0,5
2. Atividades de provisão de alimentos e bebidas	1.095	8,0
3. Transporte de passageiros ferroviário	-	-
4. Transporte de passageiros rodoviários	12.273	89,8
5. Transporte de passageiros aquaviário	-	-
6. Transporte aéreo de passageiros	-	-
7. Aluguel de equipamentos de transporte	144	1,1
8. Agências de viagens e outros tipos de reservas	0	0,0
9. Atividades culturais	11	0,1
10. Atividades esportivas e recreativas	14	0,1
11. Comércio varejista de bens caract. turismo	54	0,4
Total	13.664	100,0

Fonte: Secretaria de Estado da Fazenda do Espírito Santo, 2012

A Tabela 18 demonstra que nas cidades de Cariacica e Viana, 82,6% da arrecadação total refere-se ao ICMS.

Tabela 26. Tipos de tributos estaduais arrecadados por municípios (em R\$ mil) - 2012

Tipos de tributos	Cariacica e Viana	
	Absoluto (em R\$ mil)	%
ICMS	11.286	82,6
IPVA	1.477	10,8
ITCD	1	0,0
Outros	901	6,6
Total	13.664	100,0

Fonte: Secretaria de Estado da Fazenda do Espírito Santo, 2012

É relevante citar que o ICMS é um dos tributos estaduais mais relevantes para análise econômica do turismo, já que o montante do recolhimento desse imposto está diretamente associado ao faturamento do setor turístico. Significa dizer que uma arrecadação maior de ICMS é um indicativo de ampliação nas vendas do setor.

Por exemplo, se em determinado período do ano ocorrer uma ampliação no fluxo de turismo emissivo, é provável que ocorra também maior procura por passagens emitidas por empresas de transporte rodoviário, o que resultaria em elevação do faturamento dessas firmas e, conseqüentemente, elevação no recolhimento do ICMS.

Tabela 27. Quantidade de contribuintes do ICMS no ano de 2010

Subsetores	Cariacica e Viana	
	Absoluto	%
1. Alojamento para visitantes	3	1,1
2. Atividades de provisão de alimentos e bebidas	237	84,0
3. Transporte de passageiros ferroviário	-	-
4. Transporte de passageiros rodoviários	18	6,4
5. Transporte de passageiros aquaviário	-	-
6. Transporte aéreo de passageiros	-	-
7. Aluguel de equipamentos de transporte	2	0,7
8. Agências de viagens e outros tipos de reservas	-	-
9. Atividades culturais	2	0,7
10. Atividades esportivas e recreativas	2	0,7
11. Comércio varejista de bens caract. do turismo	18	6,4
Total	282	100,0

Fonte: Secretaria de Estado da Fazenda do Espírito Santo, 2012

A Tabela 19 mostra que a Fazenda Estadual computou um total de 282 contribuintes do ICMS no ano de 2012), nos municípios de Cariacica e Viana. As atividades de provisão de alimentos e bebidas é a que se destaca com a maior quantidade de empresas, nesse caso compreendendo os restaurantes, as lanchonetes, os bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas, cantinas e os serviços ambulantes de alimentação.

Tabela 28. Arrecadação do ICMS de atividades turísticas por município em 2012 (em R\$ mil)

Subsetores	Cariacica e Viana	
	Absoluto (em R\$ mil)	%
1. Alojamento para visitantes	11	0,1
2. Atividades de provisão de alimentos e bebidas	732	6,5
3. Transporte de passageiros ferroviário	-	-
4. Transporte de passageiros rodoviários	10.479	92,9
5. Transporte de passageiros aquaviário	-	-
6. Transporte aéreo de passageiros	-	-
7. Aluguel de equipamentos de transporte	6	0,1
8. Agências de viagens e outros tipos de reservas	-	-
9. Atividades culturais	7	0,1
10. Atividades esportivas e recreativas	2	0,0
11. Comércio varejista de bens caract. turismo	48	0,4
Total	11.286	100,0

Fonte: Secretaria de Estado da Fazenda do Espírito Santo, 2012

A partir dos dados da Tabela 20, é possível notar que, em termos de valores, a maior parte da arrecadação de ICMS em Cariacica/Viana, é proveniente das atividades de transporte de passageiros rodoviários, com 92,9% do total. Como exposto anteriormente, nota-se nesse caso grande influência de empresas do ramo de transporte coletivo de passageiros rodoviário interestadual e intermunicipal localizadas em Cariacica e Viana.

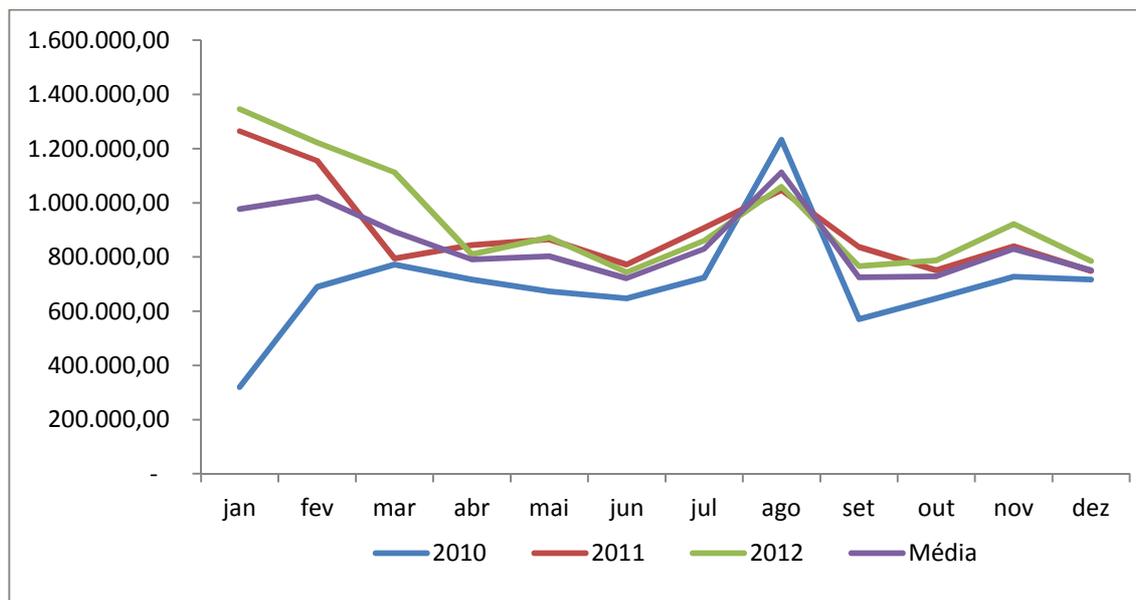


Figura 29. Comparativo da arrecadação de ICMS por mês – região pesquisada – 2010 à 2012 (em R\$)

Fonte: Secretaria de Estado da Fazenda do Espírito Santo, 2012

A análise do desempenho mensal da receita com ICMS também permite avaliar a sazonalidade do setor turístico. Nesse caso, as vendas das empresas ocorrem em t e o recolhimento do tributo em $t - 1$. Veja que a Figura 11 mostra que a receita tributária estadual média (curva em vermelho) tem pico em fevereiro e agosto.

Tabela 30. Coeficiente de Variação do recolhimento de tributos de setores turísticos entre jan/2010 à dez/2012

Subsetores	Cariacica e Viana
1. Alojamento para visitantes	111%
2. Atividades de provisão de alimentos e beb	27%
3. Transporte de passageiros ferroviário	
4. Transporte de passageiros rodoviários	26%
6. Transporte aéreo de passageiros	
7. Aluguel de equipamentos de transporte	101%
8. Agências de viagens e outros tipos de reservas	
9. Atividades culturais	296%
10. Atividades esportivas e recreativas	123%
11. Comércio varejista bens caract. turismo	48%
Total	25%

Fonte: Secretaria de Estado da Fazenda do Espírito Santo, 2012

A Tabela 21 mostra os coeficientes de variação do recolhimento de tributos de setores turísticos, entre janeiro de 2010 e dezembro de 2012. Observa-se que o maior resultado, em Cariacica e Viana, ocorreu nas atividades culturais, com 296%.

5. CONCLUSÕES

5.1 Principais resultados

Este estudo propôs o uso de um conjunto de indicadores estatísticos do mercado de trabalho como uma alternativa para se avaliar o desempenho do turismo em **Cariacica e Viana** e, com isso, nortear a elaboração de políticas públicas do turismo voltadas à essas localidades.

Embora seja desejável a utilização de indicadores macroeconômicos para avaliar a dimensão econômica setorial, o problema apontado pelo trabalho é que, devido ao nível de agregação das atividades econômicas da Pesquisa de “Contas Regionais do Brasil” do IBGE, é impossível estimar o Valor Adicionado de Indústrias Turísticas em nível municipal, que fosse condizente com o marco conceitual de Contas Satélites do Turismo (2008) elaborado pela Organização das Nações Unidas (ONU), Escritório de Estatística das Comunidades Europeias (EuroStat), Organização de Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) e Organização Mundial do Turismo (OMT).

A solução apresentada seguiu a linha do IPEA que, desde 2006, realiza pesquisa de campo para estimar o coeficiente de demanda turística e, com isso, corrigir informações do Ministério do Trabalho para o correto dimensionamento do impacto do turismo na geração de empregos e de massa salarial. Ou seja, procede-se com a exclusão da parcela do consumo dos não-visitantes (em geral os moradores do destino e outros tipos de viajantes que não podem ser classificados como turistas), de forma que, os dados da Oferta Turística reflitam, após os ajustes, apenas o comportamento do consumo de visitantes.

Em síntese, os resultados estimados sugerem que a Demanda Turística é responsável por gerar **636 postos** de trabalho formais diretos nos municípios de **Cariacica e Viana**, que representam cerca de **0,91% do total** dos vínculos empregatícios existentes nessa localidade. Além disso, estima-se que sejam gerados **R\$ 824 mil** em salários nominais por mês, cerca de **0,84%** da massa salarial do conjunto de atividades econômicas dessas localidades. Na comparação com outras localidades, o desempenho demonstra-se inferior à média nacional (2,6%), e a dos municípios capixabas, como Guarapari (5,77%), Serra/Fundão (1,01%) e Vila Velha (1,00%).

As outras estatísticas descritivas mostram que o perfil dos trabalhadores na indústria turística é formado predominantemente por profissionais com baixo nível de escolaridade, com idades variando entre 30 e 49 anos e tendo como salário médio igual a R\$ 1.242,92. Outro detalhe importante, é que não há grandes diferenças do perfil dos trabalhadores na região, no que se refere a gênero, já que 55,4% são homens e 44,6%, mulheres.

5.2. Limitações metodológicas

Uma das principais dificuldades enfrentadas na execução da pesquisa de campo foi o levantamento das observações para a variável “valor das vendas realizadas por visitantes em relação ao faturamento total do estabelecimento em um mês”. Para contornar o problema, decidiu-se utilizar como proxy²¹ a mesma variável que o IPEA utilizou em sua pesquisa de campo, que é o “percentual de visitantes atendidos em relação ao total de clientes atendidos pela empresa em um mês”.

Entre as principais limitações deste estudo está a ausência de informações sobre o mercado de trabalho informal nos municípios capixabas. A ausência da quantidade de empresas atuando no mercado informal, faz

²¹Ou seja, representa uma variável que substitui aproximadamente a que estamos procurando.

com que se tenha limitações nas análises e avaliações da situação da indústria turística nos municípios estudados.

5.3. Recomendações para futuras pesquisas

Para futuras pesquisas relacionadas a oferta turística, do ponto de vista econômico, é essencial o aprofundamento na análise sobre o encadeamento produtivo existente entre as diversas indústrias turísticas, mesmo as que estejam indiretamente ligadas ao setor. Entretanto, para que haja uma análise mais detalhada, é importante que seja feita a distinção entre a demanda proporcionada pelo atendimento ao turista, do que é habitualmente consumido por visitantes em geral, conforme metodologia apresentada no presente trabalho.

Tal análise possibilitaria um maior entendimento sobre a situação das atividades relacionadas ao turismo nos municípios e favoreceria ao desenvolvimento de políticas públicas mais direcionadas ao tema. Além disso, nesta análise futura também poderia ser mais bem explorada, a relação existente entre as empresas dos diferentes tamanhos, conforme delimitação apresentada na legislação vigente, sobre os Micro Empreendedores Individuais, e os Micro, Pequenos, Médios e Grandes Empresários.

6. REFERÊNCIAS

- Arbache, J., Teles, V., Cury, S., & Silva, N. (2008). Matriz de Contabilidade Social do Brasil para o Turismo – 2002. In: A. e. al., *A Economia do Turismo no Brasil*. Brasília: SENAC.
- Árias, A. R., & Barbosa, M. C. (2007). *Caracterização da Mão de Obra Formal de Trabalho do Setor Turismo - Estimativas Baseadas na RAIS 2004*. 2007: IPEA.
- Balaguer, J., & Cantavella-Jorda, M. (2002). Tourism as a Long-run Economic Growth Factor: The Spanish Case. *Applied Economics*, 34, pp. 877-884.
- Barreto, R. G. (Jan/Jun de 2002). Uma avaliação da relação entre informalidade e qualidade dos postos de trabalho. *Brazilian Journal of Labour Studies*, V. II, pp. 152-183.
- Cassimiro Filho, F. (2002). *Contribuições do Turismo a Economia Brasileira*. Acesso em 01 de Maio de 2013, disponível em Biblioteca Digital da Universidade de São Paulo: www.teses.usp.br/teses/disponiveis/11/11132/tde.../francisco.pdf
- Coelho, M. H. (2011). *Ocupação do Setor de Turismo no Brasil: Análise da Ocupação nas Principais ACTs nos Estados, nas Regiões e Brasil*. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Brasília: IPEA.
- Goded Salto, M. (1998). El impacto del turismo sobre el desarrollo económico: el caso de Argentina. *Tesis (Doctorado em Economía Internacional y Desarrollo)*. Madrid, Espanha: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Complutense de Madrid.
- Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. (2013). *Relatório 3b - Indicadores básicos de emprego no turismo para o Distrito Federal, Região Centro-Oeste e Brasil*. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, Sistema de Informações sobre o Mercado de Trabalho do Setor Turismo no Brasil, Brasília.
- IPEA. (2006). *Metodologia do cálculo dos coeficientes de atendimento turístico e estimativas relativas ao emprego formal no setor do turismo com base nos dados da RAIS*. Brasília.
- Kim, H., Chen, M., & Jang, S. (2006). Tourism Expansion and Economic Development: The Case of Taiwan. *Tourism Management*, 27, pp. 925-933.
- Lee, C. G. (2008). Tourism and Economic Growth: The Case of Singapore. *Regional and Sectorial Economic Studies*, 8-1, pp. 90-98.
- Ministério do Trabalho e Emprego. Relação Anual de Informações Sociais. Disponível em: <www.mte.gov.br>. Acesso em 15 out. 2013.
- Naciones Unidas; Organización Mundial del Turismo. (2010). *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008*. Madrid/Nueva York: Naciones Unidas.
- Nações Unidas e Organização Mundial do Turismo. (2001). *Cuenta Satélite del Turismo*. Nova York.
- Nações Unidas, Escritório de Estatísticas da Comunidade Europeia, Organização de Cooperação e Desenvolvimento Econômico Europeia e Organização Mundial do Turismo. (2008). *Conta Satélite*

do Turismo: recomendações sobre o marco conceitual. Luxemburgo, Madri, Nova York e Paris: Nações Unidas.

Oh, C. (2005). The Contribution of Tourism Development to Economic Growth in the Korean Economy. *Tourism Management*, 26, pp. 39-44.

Organização Internacional do Trabalho. (1993). *Resolución sobre las estadísticas del empleo en el sector informal, adoptada por la decimoquinta Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo*.

Organização Internacional do Trabalho. (2004). *Introdução as Estatísticas Laborais do Turismo*. Genebra.

Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico. (2000). *Measuring the Role of Tourism in OECD Economies*. Paris: Head of Publication Division .

Pero, V., & Urani, A. (1994). Os trabalhadores formais querem emprego com contrato formal? *Archétypon*, Nº 2, pp. 61-84.

Portal do Empreendedor. Micro Empreendedor Individual. Disponível em: <www.portaldoempreendedor.gov.br>. Acesso em 15 out. 2013.

SEBRAE-SC. Critérios de classificação de empresas: EI - ME - EPP. Disponível em: <<http://www.sebrae-sc.com.br/leis/default.asp?vcdtexto=4154>>. Acesso em 18 jul. 2013.

Secretaria de Turismo da Argentina. (2007). *El Empleo en las ramas características del turismo en Argentina*. Buenos Aires: Secretaria de Turismo de Argentina.

Secretaria de Estado da Fazenda do Espírito Santo. Sistema de Informações Tributárias. 2013.

Secretaria de Turismo de Minas Gerais. (2012). *Turismo Formal em Minas Gerais 2006-2011*. Governo do Estado de Minas Gerais, Belo Horizonte.

Silva, J. A. (Outubro de 2007). O Turismo como enfoque econômico: enfoque de demanda versus enfoque de oferta. *TURyDES*.

Takasago, M., Guilhoto, J., Mollo, M., & Andrade, J. (May de 2011). The potencial to create employment and income from tourism in Brazil. *Munic Personal RePEc Archive*, pp. 1-25.

Toulouse, F. V. (2012). *The indirect impact of tourism: an economic analysis*. Third Meeting of T20 Tourism Ministers Paris. France: UNTWO.

3. Georreferenciamento e Espacialização

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	2
1.1	SISTEMA DE INFORMAÇÕES GEOGRÁFICAS (SIG)	2
1.2	SIG E TURISMO	4
2	METODOLOGIA	6
2.1	AQUISIÇÃO DE MATERIAL BIBLIOGRÁFICO	7
2.2	DEFINIÇÃO DO SISTEMA GEODÉSICO E SISTEMA DE PROJEÇÃO	7
2.3	AQUISIÇÃO DE PLANOS DE INFORMAÇÃO	8
2.4	BANCO DE DADOS EM SIG	9
2.5	GEORREFERENCIAMENTO	9
2.6	PADRONIZAÇÃO CARTOGRÁFICA	10
2.7	PARÂMETROS DE TRANSFORMAÇÃO GEODÉSICA.....	10
2.8	TRABALHO DE CAMPO	11
2.9	METODOLOGIA DO GEORREFERENCIAMENTO DOS ATRATIVOS, EQUIPAMENTOS E EVENTOS TURÍSTICOS.....	11
3	CARACTERIZAÇÃO DOS ATRATIVOS, EQUIPAMENTOS, EVENTOS E SERVIÇOS DE APOIO AO TURISMO	12
3.1	ELEMENTOS GERAIS DE CARACTERIZAÇÃO E APOIO AO TURISMO	12
3.2	ATRATIVOS, EQUIPAMENTOS, EVENTOS E SERVIÇOS DE APOIO AO TURISMO	13
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS	32
5	BIBLIOGRAFIA.....	33

1 INTRODUÇÃO

1.1 Sistema de Informações Geográficas (SIG)

A revolução tecnológica colocou a Cartografia em correspondência com a manipulação interativa da informação espacial (MARTINELLI, 2005). O uso de Sistemas de Informação Geográfica na tomada de decisão vem se tornando uma importante ferramenta para o planejamento e gestão, assim como para o levantamento e manipulação de informações acerca dos mais diversos frentes científicas.

A cartografia é um ramo da geografia que estuda a representação da superfície de Terra com símbolos abstratos. Os Sistemas de Informação Geográfica (SIG) processam a informação sobre a Terra num computador, de um modo preciso e apropriado ao propósito de informar. Por esse fato, em todas as subcategorias da geografia, os especialistas de SIG devem dominar o computador e sistemas de base de dados.

Podemos definir, de maneira bem simples, um SIG como um sistema constituído por um conjunto de programas computacionais, o qual integra dados, equipamentos e pessoas com o objetivo de coletar, armazenar, recuperar, manipular, visualizar e analisar dados espacialmente referenciados a um sistema de coordenadas conhecido (FITZ, 2008).

Tomando em vista as possibilidades do uso do SIG, Fitz (2008, p. 25) aponta que

os espaços devidamente mapeados e trabalhados pode-se conhecer melhor uma região, possibilitando, assim, o fornecimento de subsídios para uma futura tomada de decisões. O próprio desenrolar das atividades no decorrer do uso de um SIG pode fazer parte de um processo decisório mais consistente.

Buscando melhor compreender o conceito de SIG, Rosa (1990, p.252) afirma que

o SIG agrega os aspectos institucionais, de recursos humanos e principalmente a aplicação específica a que se destina. Um SIG (também conhecido como GIS) é um conjunto de ferramentas computacionais composto de equipamentos e programas que, por meio de técnicas, integra dados, pessoas e instituições de forma a tornar possível a coleta, o armazenamento, o processamento, a análise e a distribuição, a partir de dados georreferenciados, de informação produzida.

O SIG vem se afirmando cada vez mais como o ambiente e o instrumento mais adequado à construção das representações gráficas de conhecimento acerca do espaço geográfico, e vem sendo aplicado as mais diversas realidades possíveis, tais como gestão pública, atividades comerciais e, inclusive, nas atividades turísticas.

A tecnologia dos SIG pode ser aplicada a diversas áreas do conhecimento que têm em comum o interesse por objetos do mundo real, com respeito à sua localização e distribuição espacial (georreferenciamento).

Estas áreas científicas, de modo geral, são caracterizadas pela atuação do homem sobre o meio físico, como por exemplo: agricultura, urbanismo, transporte, saúde pública, engenharia civil, turismo, geografia, engenharia florestal, engenharia ambiental, engenharia de minas, levantamentos censitários, geologia, hidrologia e outras (Ramirez, 1994).

Dessa forma, o crescimento da utilização do SIG no cenário atual se deve pelo fato de que ele possibilita tratar dados das mais diversas fontes, processar, armazenar, recuperar e analisar, com o objetivo de gerar novas informações e apresentar resultados integrados, em um formato passível de ser compreendido pelo

usuário (mapas ou em ambiente virtual), oferecendo um ambiente de processamento integrado e a gestão da informação.

De modo geral, as principais características de SIG são: 1. Integrar, numa única base, informações espaciais provenientes de dados cartográficos, dados de censo e cadastro urbano e rural, imagens orbitais (de satélite) e suborbitais (fotografias aéreas), planos de informações e modelos numéricos de terreno; 2. Combinar as várias informações, através de algoritmos de manipulação e gerar mapeamentos derivados; 3. Consultar, recuperar, visualizar e plotar o conteúdo (mapa) da base de dados georreferenciada (banco de dados).

Assim, entende-se o SIG como uma ferramenta indispensável para a manipulação da informação tendo como objetivo a gestão e ordenamento do espaço, bem como o entendimento das relações sociedade x natureza.

O processamento das informações geográficas figura como instrumento de auxílio poderoso e eficiente junto aos órgãos competentes, formuladores de políticas e tomadores de decisão.

A utilização do SIG na gestão pública é uma ferramenta poderosa uma vez que ele é um conjunto de técnicas que permitem realizar análises espaciais, manipular e gerenciar informações espaciais georreferenciadas com uma agilidade e precisão que até antes de seu surgimento, eram inimagináveis. Tornando-se assim um caminho imprescindível para a tomada de decisão das gestões municipais, estaduais e federais.

Informações georreferenciadas sobre o relevo, hidrografia (rios, córregos e canais), características geológicas, geomorfológicas, declividades ou áreas de ocorrências de doenças, área de expansão urbana, análise de infraestrutura urbana, informações socioeconômicas, cadastro técnico multifinalitário, análises de interesses ambientais, cadastro escolar, entre outros são apenas algumas das possibilidades de informações espacializadas que podem ser geradas e manipuladas através do SIG, gerando mapas gerais e temáticos.

O planejamento é um instrumento fundamental em todas as áreas da administração, seja ela pública ou privada. No entanto, sem informações corretas, atuais e consistentes, não é possível planejar adequadamente ou de forma satisfatória.

Os Sistemas de Informações Geográficas podem ser usados pelos órgãos públicos (e também particulares) visando melhorar os serviços oferecidos e as decisões tomadas em benefício público, dentre eles:

1. Planejamento: gestão da mancha urbana, gestão do cadastro de logradouros, cadastro técnico multifinalitário;
2. Finanças: gestão do cadastro imobiliário, gestão da planta genérica de valores;
3. Saúde: controle do atendimento (unidade básica de saúde, hospital, pronto socorro);
4. Educação: localização das escolas, faculdades e creches, controle de matrículas por unidade de educação, gestão de dados de evasão escolar por bairro/município;
5. Obras: gestão de limpeza urbana (conhecimento das ruas e pontos viciados de lixo), cadastro das rotas de coleta de lixo (controle do trânsito dos carros coletores);

Sabe-se que a implantação e utilização do SIG em um ambiente de gestão pública não é algo simples, tendo em vista os diversos fatores políticos e financeiros que estão associados à questão governamental.

Além disso, o processo de criação do banco de dados geográfico com informações integradas das diferentes fontes de informação é o maior desafio para as prefeituras, governos estaduais e federais, uma vez que esta etapa exige um conhecimento especialista que nem sempre está acessível a todos gestores.

Este conhecimento especialista está relacionado aos saberes associados a princípios de cartografia e representação espacial em ambiente digital, sensoriamento remoto, GPS, semiologia gráfica, compreensão relações sobre diferentes aspectos, todos esses voltados para a representação dessas relações no espaço, em que o profissional mais adequado para a execução do mesmo é o Geógrafo.

No contexto do SIG aplicado a gestão pública aparece a sua utilização no turismo, atividade socioeconômica, que vem crescendo e se destacando em todo o mundo. Com o objetivo de auxiliar na compreensão deste no espaço, a cartografia (por meio do SIG) tem como uma de suas funções a sua representação através da construção de mapas sejam eles de base ou temáticos.

1.2 SIG e Turismo

A incorporação do SIG ao turismo pode contribuir para melhorar os serviços oferecidos no mercado turístico, pois assenta na capacidade de fazer chegar informação a diferentes agentes, incluindo a comunidade (turistas e gestores das atividades turísticas).

O turismo, tendo o SIG como base de apoio, demanda o conhecimento, organização, georreferenciamento e atualização das informações sobre a infraestrutura de transporte, hotelaria, restaurantes, eventos, comércio, exploração de recursos e belezas naturais, arquitetura urbana, tudo isso através de documentos cartográficos.

Isto sugere que os SIG podem constituir uma ferramenta útil e eficaz no planejamento da atividade turística. As mudanças que ocorrem no turismo, a competição entre produtos e destinos turísticos e as alterações nos comportamentos dos turistas são vectores que terão de ser geridos do ponto de vista do planejamento, estratégia e desenvolvimento de espaços turísticos (Colak e Aydinoglu, 2006).

O SIG pode constituir uma ferramenta eficaz no reconhecimento de uma área turística, fornecendo informações criativas e inovadoras sobre uma determinada realidade, permitindo um melhor conhecimento dos atrativos e equipamentos turísticos para as pessoas residentes e visitantes.

Tendo como referência Fernandes et al (2008), a cartografia turística é uma ferramenta essencial para o planejamento turístico e orientação de turistas.

Assim a apresentação da informação turística sob a forma gráfica (mapas e modelos) configura-se como um documento essencial para áreas com utilização turística (atrativos, equipamento e serviços de apoio), uma vez que possibilitará ao turista e outros interessados, uma visão geral, e deverá ao mesmo tempo orientar e estimular a visitar ao local representado.

Para a organização das informações turísticas e elaboração de documentos cartográficos destinados aos turistas destaca-se o SIG como um catalisador na sistematização e construção dessas informações. Por basear-se no fato de que um objeto no espaço pode ser descrito por meio de um sistema de coordenadas, todos os elementos do mapa turístico estarão georreferenciados (com sua localização X e Y exata, facilitando a chegada e reconhecimento do local).

É necessário ressaltar que no mapa turístico é indispensável a utilização de escala, localização geográfica (pontos norteadores de localização), coordenadas, legenda. Elementos fundamentais em qualquer tipo de mapa, muitas vezes desprezados em mapas turísticos.

O SIG apresenta uma vasta biblioteca de símbolos, que auxiliam na caracterização das primitivas cartográficas, por meio da generalização e semiologia gráfica, favorecendo assim a organização e caracterização dos atrativos e equipamentos turísticos.

Além disso, a tabela de atributos (banco de dados georreferenciado), que é facilmente editada contribuindo para a inserção ou exclusão de elementos gráficos do mapa. As sobreposições de dados realizadas em um SIG contribuem para a análise da legibilidade e espacialidade dos dados geográficos, evitando conflitos entre os elementos.

Os mapas turísticos têm a função de representar e transmitir ao turista a realidade que o espera no destino a ser visitado. O desenvolvimento de mapas turísticos em ambiente SIG, torna-se necessário a medida que as informações transmitidas precisam ser confiáveis e condizentes com a realidade.

Um conjunto de planos de informações, em formato SIG, pode facilitar a captação de informação por parte do viajante que pretende organizar a sua viagem numa determinada área.

Além disso, para o turismo o SIG pode ser um auxiliar poderoso no domínio do planejamento e gestão dos recursos e atrações turísticas; uma ferramenta na avaliação e na determinação da aptidão turística do território; permite satisfazer diferentes classes de potenciais utilizadores (turistas e profissionais do turismo), dentre outras aplicações.

Quadro 1 – Síntese da aplicação do SIG ao Turismo

APLICAÇÕES DO SIG AO TURISMO			
Funcionalidades do SIG	Exemplos de questões que podem ser investigadas		Aplicações ao Turismo
Entrada de dados, armazenamento e manipulação	Localização	O que existem em?	Inventário de atrativos e equipamentos
Produção de mapas	Condição	Onde está?	Identificar o local mais adequado para o desenvolvimento, de acordo com determinada necessidade
Integração de base de dados	Tendências	O que é que mudou?	Medição e monitoramento dos impactos
Pesquisa e inquisição dos dados	Rotas	Qual é o melhor caminho?	Gestão e monitoramento para visitantes
Análise Espacial	Padrões	Qual é o padrão?	Analisar relações associadas com o uso dos recursos
Modelagem Espacial	Modelação	E se?	Quantificar, qualificar e avaliar os potenciais impactos do desenvolvimento turístico; estabelecer cenários possíveis

Ainda levando em consideração o papel do SIG e confrontando as atividades do turismo podemos citar a função do mesmo na definição e planejamento de itinerários, onde é possível analisar a representatividade (quantidade, qualidade) de um determinado grupo de recursos e atrações; determinar o melhor percurso, em função de diversas variáveis, distância, tempo médio a percorrer; calcular caminhos entre dois ou mais pontos; fazer a otimização dos percursos a efetuar segundo as diversas modalidades de deslocação / transporte; fazer a otimização dos percursos a efetuar segundo os motivos da visita; identificar e atribuir responsabilidades às organizações com competências de intervenção em cada área territorial; simular cenários em função da mutação de diversas variáveis que condicionam o usufruto dos recursos e atrações turísticas nos itinerários; traçar os itinerários e definir os respectivos mapas.

Os SIG possibilita ainda o acesso a dados georreferenciados, ou seja, a localização exata dos atrativos e equipamentos turísticos, bem como os serviços de apoio. Isso por a localização exata geográfica dos locais é

integrada com informação adicional específica, de forma a permitir uma maior percepção dos recursos existentes (Haines-Young et al., 1994).

Resumidamente, o SIG pode ser usado para uma inventariação sistemática dos recursos turísticos e uma análise de tendências; o SIG pode ser usado para monitorizar e controlar as atividades turísticas. Ao integrarem dados turísticos, ambientais, culturais e socioeconómicos; o SIG facilita o controle de indicadores de desenvolvimento sustentado; o SIG pode ser usado para identificar localizações adequadas e convenientes e áreas de conflito e de complementaridade; o SIG permite a integração de dados representativos do capital socio-económico e ambiental num dado contexto espacial. Os SIG assumem um papel preponderante no planeamento estratégico espacial do turismo.

Essa pesquisa, em revisão bibliográfica, aponta para a necessidade da utilização de tecnologias virtuais (rede mundial de computadores) na construção dos mapas que relacionem a utilização do SIG para o turismo, tendo em vista a pluralidade de opções que é possível nesse ambiente.

Tendo como referência Peterson (1997) identificou duas importantes categorias relacionadas a utilização do SIG junto a internet onde o uso de mapas na internet (tais como tipos de mapas, vários usuários e o número de mapas criados) e a construção de mapas na Internet (incluindo design gráfico de mapas, formatos de arquivos, impressão, escala do mapa e mapas elaborados sob demanda).

Para Peterson (1997), a internet tornou possível tanto novas formas de mapas quanto diferentes maneiras de utilizar os mapas, além disso, a internet talvez tenha favorecido o surgimento de uma nova categoria de usuário de mapas.

Segundo Tsou (2011), diferentemente da Cartografia Tradicional, o mapeamento móvel e os mapas interativos na web colocam mais ênfase na localização dos usuários e nas tarefas centradas nos usuários (tais como fazer compras, navegar, fazer buscas), ao invés da visualização dos fenômenos espaciais (tais como densidade demográfica, índices de criminalidade, uso da terra) e no design de mapas temáticos (tais como o arranjo dos elementos no mapa, simbologia e tipologia).

Esta tendência, ou seja, a utilização do SIG com o suporte da internet vem favorecer ao turismo, uma vez que é possível dar aos usuários dos mapas as opções e informações que eles procuram de modo interativo e não estático como o mapa tradicional.

A utilização de mapas interativos na web para visualização de atrativos e equipamentos do turismo aponta-se como um processo em crescimento, ou seja, é inevitável que tal fato torne-se realidade uma vez que é uma atividade dinâmica e que precisa constantemente de atualização (que ocorre mais facilmente em ambientes virtuais, como a rede mundial de computadores)

2 METODOLOGIA

O trabalho de georreferenciamento dos atrativos e equipamentos turísticos seguiu determinados pontos metodológicos e teve como caminho científico a aquisição de materiais técnicos indispensáveis para a sua caracterização geográfica e detalhamento dos elementos primordiais de pesquisa.

Diante disso, mostra-se a necessidade de se apresentar claramente quais foram os procedimentos metodológicos e técnicos seguidos na realização dessa pesquisa.

Para o georreferenciamento dos atrativos e equipamentos turísticos foram utilizados os seguintes materiais:

- Cartas Topográficas do IBGE escala 1:50.000

- Uso e Cobertura do Solo IJSN (2011);
- Parques e Reservas: IEMA (2006);
- Rede Hidrográfica: IBGE (2010);

Outros

- GPS fotográfico: Garmin Oregon 550t;
- Registro fotográfico;
- Trabalhos de Campo;
- Uso do Sistema de Informações Geográficas – SIG integrado com produtos (orbital e suborbital) e técnicas de Sensoriamento Remoto;

2.1 Aquisição de Material Bibliográfico

Para atingir os objetivos propostos na pesquisa, primeiramente foi realizada uma criteriosa revisão bibliográfica na literatura que trata a respeito da relação existente entre Geografia x Turismo.

Ainda relacionada à revisão bibliográfica, foram pesquisados e lidos artigos científicos que detalham a utilização dos Sistemas de Informações Geográficas na área do turismo e ainda formas de georreferenciamento dos atrativos e equipamentos.

2.2 Definição do Sistema Geodésico e Sistema de Projeção

Sistema Geodésico de Referência (Datum)

A palavra "Datum", oriunda do latim dado ou detalhe, em cartografia refere-se ao modelo matemático teórico da representação da superfície da Terra ao nível do mar, utilizado pelos cartógrafos numa dada carta ou mapa (IBGE, 2011).

De uma forma muito simplificada, o Datum indica o ponto de referência a partir do qual a representação gráfica dos paralelos e meridianos, e conseqüentemente de todo o resto que for desenhado na carta, está relacionado. De modo geral, um datum caracteriza-se por uma superfície de referência posicionada em relação à Terra.

Fitz (2008) destaca que uma das condições ideais para quem trabalha com geoinformação diz respeito ao uso de sistemas de referência, também chamado de datum. Quando se deseja estabelecer uma relação entre um ponto determinado do terreno e um elipsóide de referência, é preciso referir-se a um sistema específico que faça esse relacionamento. Os sistemas geodésicos de referência cumprem essa função.

Portanto, um datum é o conjunto de parâmetros que definem o sistema cartográfico de um país ou regiões. Por parâmetros, se subentende a figura geométrica adotada para representar a Terra, as especificações relativas ao ponto origem, a orientação do sistema de coordenadas, a posição da superfície elipsoidal em relação à física e a geoidal, entre outros parâmetros.

Assim, essa pesquisa utiliza o sistema de referência que atualmente é reconhecido pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), como sendo o principal norteador nas pesquisas e trabalhos que lidem com assuntos relacionados a geodésica, que é o Sistema de Referência Geocêntrico para as Américas (SIRGAS 2000).

O SIRGAS foi criado em outubro de 1993, contando com a participação dos países da América do Sul, representados por suas agências nacionais, tendo como principal objetivo estabelecer um sistema de referência geocêntrico para a América do Sul (ZANETTI, 2007).

Fitz (2008, p.34) salienta também que o SIRGAS foi concebido em razão da necessidade de adoção de um sistema de referência compatível com as técnicas de posicionamento por satélite, dadas por sistemas dessa natureza, como o GPS. Amplamente discutido no meio cartográfico latino-americano, ele está programado para substituir o SAD-69 até 2015.

Em fevereiro de 2005, o IBGE, responsável pela definição, implantação e manutenção do Sistema Geodésico Brasileiro, estabeleceu o SIRGAS, em sua atualização do ano 2000 (SIRGAS-2000) como novo sistema de referência geodésico para o Brasil. Esse fato foi validado através Resolução IBGE N°1/2005, onde foi oficialmente adotado como Referencial Geodésico Brasileiro.

Para Zanetti (2007, p.50), sobre a utilização e adoção do SIRGAS-2000 no Brasil, ele afirma que garante a qualidade dos levantamentos GPS, devido à necessidade de um sistema de referência geocêntrico compatível com a precisão dos métodos e técnicas de posicionamento atuais e com os demais sistemas adotados em outros países.

A adoção do SIRGAS segue uma tendência atual, tendo em vista as potencialidades do GPS e as facilidades para os usuários, pois, com esse sistema geocêntrico, as coordenadas obtidas com o GPS, relativamente a esta rede, podem ser aplicadas diretamente aos levantamentos cartográficos.

Nota-se, portanto, que o SIRGAS-2000, é atualmente o datum oficial do IBGE, sendo, portanto necessária a sua adoção para trabalhos e pesquisas desenvolvidos no Brasil de modo a fortalecer a comunidade científica que utiliza as geotecnologias e validar com maior precisão os apontamentos apresentados.

Sistema de Projeção – Sistema Universal Transversal de Mercator (UTM)

De acordo com Fitz (2008), o sistema UTM é, talvez, o mais empregado em trabalhos que envolvam SIGs. Suas facilidades dizem respeito à adoção de uma projeção cartográfica que trabalha com paralelos retos e meridianos retos e equidistantes.

O sistema UTM adota uma projeção do tipo cilíndrica, transversal e secante do globo terrestre. Ela possui sessenta fusos (zonas delimitadas por dois meridianos consecutivos), cada um com seis graus de amplitude, contados a partir do antimeridiano de Greenwich, no sentido oeste-leste.

Essa breve explanação se faz necessário visto que a pesquisa utilizará preferencialmente, planos de informação com o sistema de projeção UTM, facilitando assim as convenções métricas e medidas de áreas, bem como a coleta e organização das informações, mas medidas mais adequadas a cada necessidade.

2.3 Aquisição de Planos de Informação

Os planos de informação, conhecidos como PIs, são dados espaciais transformados em informações (variáveis) possíveis de serem representados espacialmente, ou seja, de forma gráfica.

Os PIs foram criado para representar as entidades cartográfica cabíveis em um mapa, dessa forma pode-se citar como exemplos de curvas de nível, polígonos demarcando uso e ocupações do solo, ou caracterizando o tipo de solo, os limites de uma propriedade ou loteamento urbano, pontos de localização rural, linhas de redes elétricas entre outros.

Nesse sentido os PIs irão constituir a base cartográfica de todo e qualquer projeto que lide com SIG e Sensoriamento Remoto, configurando-se como a base, o alicerce, o ponto de partida de qualquer projeto SIG (ROSA, 1990, p. 253).

Diante desse breve esclarecimento, chegou-se a conclusão que os PIs que seriam utilizados nessa pesquisa terão como fonte preferenciais o Sistema Integrado de Bases Geoespaciais do Estado do Espírito Santo (GEOBASES) e o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), bem como outras fontes seguras de informação.

É importante ressaltar que ao longo da pesquisa foram criados planos de informações para representar os atrativos e equipamentos turísticos, bem como os serviços de apoio ao turista.

2.4 Banco de Dados em SIG

Ao abordar a aplicabilidade do banco de dados, visto como um conjunto de dados integrados sobre um assunto específico, é definido segundo Longley (2013) como um banco que contém dados geográficos por uma determinada área e assunto.

Seus dados são armazenados e especializado em qualquer tipo de escala geográfica e não geográfica.

O banco de dados é um vínculo importante do SIG por representar a sua parte crítica operacional, levando em consideração o seu custo de criação e manutenção, bem como pelo seu impacto sobre todas as análises, modelagens e atividades de tomada de decisão (LONGLEY, 2013).

Este é um conjunto integrado de dados sobre um determinado assunto, apresenta importância para o acesso facilitado das informações turísticas, assim como outras fontes de informações.

Segundo Longley (2013, p.252) o banco de dados auxilia em reunir diversos dados em um único local reduzindo a sua redundância; os custos de manutenção diminuem por conta da organização e duplicação reduzida dos fatos; as aplicações podem evoluir separadamente ao longo do tempo, tendo as aplicações independentes dos dados; o conhecimento do usuário pode ser transferido entre aplicações; o compartilhamento de dados é facilitado, e uma visão corporativa de dados pode ser fornecida a todos os gestores e usuários; e a segurança de acesso aos dados podem ser estabelecidos e aplicados.

Além destes fatores gerais facilitadores que o banco de dados possui, no turismo, ocorre a facilidade de identificação de atrativos e equipamentos, advindo com a interface do usuário e a informação desejada. Tendo a exemplo das informações turísticas que são lançadas no banco de dados para posteriormente formular o mapa produto, podendo auxiliar prefeituras, turistas e os moradores em localizar as informações essenciais de forma facilitada pois sua base está localizada em ambiente georreferenciado.

O banco de dados apresenta um objetivo fundamental segundo Silva (2003), é prover uma visão abstrata dos dados escondendo do usuário os detalhes de como se chegar no produto mapa, de como são mantidos e armazenados. Os dados são abstratos, apresentando grande complexidade, e o banco de dados auxilia em esconder essa complexidade no chamado nível de abstração.

2.5 Georreferenciamento

A localização geográfica é o elemento que distingue a informação geográfica dos outros tipos de informação. Portanto, os métodos para especificar o local na superfície da Terra são essenciais para a criação do georreferenciamento (LONGLEY, 2013).

Segundo Fitz (2008, p. 22) uma base de dados georreferenciados são dados que estão associados a um sistema de coordenadas conhecido, ou seja, vinculam-se a pontos reais dispostos no terreno, caracterizados, em geral, pelas suas coordenadas de latitude e longitude.

Muitas técnicas foram desenvolvidas ao longo dos séculos como métodos de georreferenciamento tendo a exemplo da latitude e longitude; projeções e coordenadas; medição de latitude, longitude e elevação (GPS); conversão de referências geográficas, geo-registro e entre outras.

Com o georreferenciamento as informações apresentam a capacidade de vincular informações distintas através de uma localização geográfica comum, como exemplo a capacidade de medir distâncias e áreas na superfície da Terra, executando suas formas mais complexas de análise e a capacidade de vincular a informação geográfica do modo acessível para a compreensão do leitor.

Longley (2013) aborda que o georreferenciamento foi introduzido na sociedade primitiva a partir da necessidade de descrição dos lugares. Conforme a sociedade foi evoluindo, a demanda de descrição das localizações precisas tornou-se necessárias, do modo que atualmente os métodos existentes de georreferenciamento são capazes de localizar qualquer ponto da superfície terrestre.

Urge que, o georreferenciamento nos mostra que o tempo é um elemento opcional na informação geográfica, porém a localização se torna essencial.

2.6 Padronização Cartográfica

Um foco indispensável aos métodos de pesquisa diz respeito a padronização dos elementos cartográficos. Se entende como padronização em cartografia, a organização lógica dos elementos de comunicação contidos em um mapa, carta ou qualquer meio de comunicação que vise apresentar uma dada realidade.

Assim, em toda pesquisa torna-se indispensável uma lógica de organização e um padrão cartográfico em todo o trabalho, visando organizar os dados, sistematizar as informações e apresentar um padrão aos mapas e/ou meios de comunicação cartográficos para que a informação apresentada pelo cartógrafo seja plenamente compreendida pelo receptor.

Assim, relacionado à padronização cartográfica, Coelho (2009), aponta que se deve ter um cuidado com os formatos de arquivos (definição de projeções cartográficas; sistemas de referência; limites da área de trabalho; georreferenciamento; escala do mapa) e apresentação dos produtos (devendo conter no mínimo: um título representativo; fonte; toponímia; direção do norte; escala de preferência, gráfica; legenda)

Assim o presente trabalho tem como foco uma padronização que permite editar, redesenhar e proceder a uma revisão gráfica em todos os mapas e em todos os níveis de informação, tendo como objetivo produzir a normatização e controle para todo o desenho cartográfico, gerando padronização e formatos acessíveis, inclusive para a plotagem do produto final

2.7 Parâmetros de Transformação Geodésica

Uma etapa importante na utilização de um SIG para qualquer tipo de trabalho ou projeto está relacionada à transformação geodésica da informação cartográfica em termos de datums utilizados. Portanto, mesmo que as informações existentes ou construídas ao longo da pesquisas estejam com sistemas de referências distintos é possível e indispensável a sua padronização e correção geodésica, inclusive em escalas mais detalhadas, de forma a atender às qualidades essenciais de precisão, eficácia e legibilidade dos objetos representados do território (FITZ, 2008; NOGUEIRA, 2008; JOLY, 1990; COELHO, 2009), se construirá um produto cartográfico valioso.

Os parâmetros de transformação estabelecidos pelo IBGE (2005) entre Sistemas de Referências/Datum são: SAD-69 para SIRGAS-2000: $\Delta X = - 67,35$ m, $\Delta Y = + 3,88$ m, $\Delta Z = - 38,22$ m. SIRGAS-2000 para SAD 69: $\Delta X = + 67,35$ m, $\Delta Y = - 3,88$ m, $\Delta Z = + 38,22$ m. SAD-69 para WGS84: $\Delta X = - 66,87$ m, $\Delta Y = + 4,37$ m, $\Delta Z = - 38,52$ m. WGS84 para SAD-69: $\Delta X = + 66,87$ m, $\Delta Y = -4,37$ m, $\Delta Z = + 38,52$ m. Onde: ΔX , ΔY , ΔZ são os parâmetros de transformação entre os sistemas/geocentric translation.

Coelho (2009) ressalta que o WGS-84 possui características muito próximas do SIRGAS-2000, podendo ambos, para efeitos práticos da cartografia, serem considerados como equivalentes.

2.8 Trabalho de Campo

Os trabalhos de campo foram realizados ao longo de toda a pesquisa tendo como foco o levantamento dos atrativos e equipamentos turísticos na sua real localização visando o georreferenciamento dos mesmos.

Os levantamentos foram realizados com a ajuda das prefeituras municipais envolvidas na pesquisa.

2.9 Metodologia do Georreferenciamento dos Atrativos, Equipamentos e Eventos Turísticos

1. O mapeamento trabalhou com o plano de informação ponto, ou seja, o levantamento de campo foi feito com pontos (para atrativos, equipamentos e eventos turísticos);
2. Foi realizada em gabinete a produção dos planos de informações em linhas (para praias);
3. Foi realizada em gabinete a produção dos planos de informações em polígonos (tendo como exemplo os parques, APAS, clubes e demais locais onde seja possível se representar por polígono).
4. Foi pesquisado junto ao Instituto Jones dos Santos Neves todo o material que já existe relacionado aos planos de informação (formato ponto, linha e polígono) que pudesse ser acrescentado aos planos de informações que foram construídos no processo de pesquisa e georreferenciamento dos atrativos, equipamentos e eventos turísticos;
5. Foi realizado a organização e padronização dos planos de informações, todos georreferenciados e tendo como fonte o IJSN (Projeto Mapeamento dos Equipamentos Comunitários): Cemitério; Edificações Aeroportuárias; Edificações de Ensino; Edificações de Saúde; Edificações de Segurança; Edificações de Apoio Social; Arruamento; Rodovias; Limites dos Bairros; Limites dos Municípios;
6. Locais como as praias (e demais áreas que podem ser representados por plano de informação linha) serão mapeados tendo como referencia a sua linha de costa (utilização das Ortofotos do IEMA 2007/2008);
7. Tendo como referência as praias existentes na pesquisa, foram georreferenciados pontos com atrativos, equipamentos e eventos turísticos, tais como área para prática de surf, de frescobol, de banhistas, de pesca.
8. Locais como parques municipais ou estaduais foi mapeado a entrada principal com o plano de informação ponto e os limites do parque foram representados como polígono.
9. Com o apoio dos dados existentes (oriundos do IJSN) foi produzido em gabinete a melhoria e aprofundamento das informações (com o georreferenciamento das demais entradas com a utilização das Ortofotos do IEMA 2007/2008), bem como a inclusão (georreferenciadas em campo ou não) dos atrativos, equipamentos e eventos turísticos que existam dentro dos parques.
10. Atrativos turísticos que sejam rios, córregos ou relacionados a recursos hídricos foram mapeados tendo como referencia a ponte, que se localize sobre tal curso d'água.
11. Atrativos e equipamentos turísticos que estejam indicados com fauna e flora não foram mapeados tendo em vista a pluralidade de possibilidades.
12. A flora e fauna estão representadas pelos atrativos e equipamentos turísticos existentes nos parques, APAS e demais locais turísticos que tenham ligação com o patrimônio ambiental.
13. Atrativos e equipamentos turísticos que estejam indicados como culinária e cultivo agrícola (exemplo moqueca, café, mandioca) não foram mapeados tendo em vista a pluralidade de

- possibilidades. Tais elementos estarão representados pelos atrativos e equipamentos turísticos existentes nos restaurantes.
14. Foram mapeados atrativos e equipamentos turísticos relacionado à culinária considerando área rural e urbana que tenham um destaque cultural (doce típico do município ou produção artesanal) e ponto de venda ou de produção fixo (consolidado);
 15. Atrativos e equipamentos turísticos citados no inventário que sejam bandas (exemplo Bandas de Congo) foram mapeados apenas se tiver local fixo, sede consolidada e que esteja relacionado à cultura do município;
 16. Festa, festivais, eventos de cunho tradicional e cultural relacionados ao município foram mapeados com plano de informação ponto o local (rua, praça, local fechado) que ocorre tradicionalmente. Todas essas manifestações foram caracterizadas como *evento turístico* para diferenciar de atrativo ou equipamento.
 17. Exemplo disso: Praça Principal de Serra Sede é um atrativo representado pelo plano de informação ponto. Na Praça Principal de Serra Sede ocorre à festa de São Benedito (tradicionalmente), assim, teremos outro ponto com o Evento Turístico “Festa de São Benedito”. Tal exemplo foi válido para os demais municípios que tiverem festas similares;
 18. Festas particulares (produzidas por empresas e que podem não ocorrer anualmente) não foram mapeadas;
 19. O local tradicional de festas (exemplo Pavilhão de Carapina) foi mapeado equipamento turístico;
 20. Equipamentos de apoio aos serviços turísticos citados no inventário, tais como: farmácias, autopeças, imobiliárias e outros similares foram mapeados tendo como representação o plano de informação ponto, tendo como referencia o próprio inventário e o trajeto principal ao atrativo turístico de destaque, onde serão georreferenciados os equipamentos de apoio aos serviços turísticos existentes.
 21. Tendo em vista a pluralidade de possibilidades existentes desses comércios próximos aos atrativos e equipamentos, foi tomada como referência a via principal de caminho a um atrativo de referência.
 22. Serviços de apoio ao turismo citados no inventário, tais como: policia hospitais, prontos socorros e outros similares foram mapeados tendo como representação o plano de informação ponto.
 23. Equipamentos turísticos relacionados à hospedagem serão mapeados todos (atualizados) com representação do plano de informação ponto.
 24. Equipamentos turísticos relacionados à alimentação foram mapeados com representação do plano de informação ponto os que estiverem dentro de um raio que será definido tendo como base o atrativo principal.
 25. Assim, a partir do plano de informação ponto ou linha (no caso de praia) do atrativo, será traçado um raio e todos os estabelecimentos de alimentação compreendidos dentro desse polígono serão georreferenciados.
 26. Foram mapeados apenas os bares e restaurantes de interesse turístico (representatividade). Devem ser considerados os equipamentos de alimentação por tipicidade (ex: arquitetônica), localização (ex: mirante), gastronomia típica ou de demanda turística qualificada, além da proximidade dos atrativos.
 27. Os equipamentos turísticos relacionados à alimentação que estavam no inventário foram mapeados com representação do plano de informação ponto.
 28. Os atrativos turísticos possíveis de serem mapeados antes do trabalho de campo foram feitos tendo em vista a necessidade de se definir o raio amostral para georreferenciamento dos equipamentos de alimentação, bem como outros.

3 Caracterização dos Atrativos, Equipamentos, Eventos e Serviços de Apoio ao Turismo

3.1 Elementos Gerais de Caracterização e Apoio ao Turismo

Durante a pesquisa foram realizados levantamentos a diversas fontes, uma delas o Instituto Jones dos Santos Neves (2013) de onde foi possível colher os elementos gerais de caracterização e apoio ao turismo.

Dessa forma para toda a área de pesquisa é possível fazer uma representação cartográfica do arruamento, limite dos bairros, limite municipal, trechos ferroviários, trechos rodoviários e hidrografia.

Todas essas caracterizações estão disponíveis em formato de plano de informação, georreferenciadas e podem ser utilizadas em diversos aplicativos de sistema de informações geográficas (SIG).

Todas essas informações podem ser visualizadas no anexo I deste relatório.

3.2 Atrativos, Equipamentos, Eventos e Serviços de Apoio ao Turismo

Tendo como base o Instituto Jones dos Santos Neves (2013), por meio de seu projeto Mapeamento dos Equipamentos Comunitários que teve como objetivo principal, mapear através de dados de GPS e fotografias aéreas, todos os equipamentos comunitários existentes nos municípios do Estado do Espírito Santo.

Dessa maneira foi realizada uma filtragem por meio de técnicas de SIG onde foram sintetizadas as informações para a área da pesquisa (todos os municípios). Assim, para cada município temos como serviços de apoio ao turismo as informações georreferenciadas de: cemitérios, edificações aeroportuárias, edificações de ensino, edificações de saúde, edificações de segurança e edificações sociais.

Serviços de apoio ao turismo de Cariacica

Cemitérios

Ponto X	Ponto Y	Nome
357006	7751191	Cemitério São José
357049	7760490	Cemitério Municipal Jardim da Saudade
356312	7753975	Cemitério Santo Agostino
351761	7758880	Cemitério São João Batista
356282	7751288	Cemitério São Jorge
354051	7749279	Cemitério São Pedro
354855	7755442	Cemitério Parque da Paz
356398	7757576	Cemitério Doutor Pedro Fontes
349426	7752919	Cemitério Boa Vista

Edificações Aeroportuárias

Ponto X	Ponto Y	Nome	Tipo	Superfície
356109	7751123	Heliponto Meridional	Heliponto	Concreto

Edificações de Ensino

Ponto X	Ponto Y	Nome	Administração
357430	7747187	EEEF Castelo Branco	Estadual
357907	7748399	CMEI Vinicius de Moraes	Municipal
354884	7749558	EI Brilho de Lua	Privada
357465	7749800	EEEFM Professor José Nunez	Estadual
356087	7749928	CMEI Pedro da Vieira	Municipal
357162	7751452	EEEFM Professor Maria de Lourdes Silva	Estadual
355981	7751567	EMEF Álvaro Amerione	Municipal
355095	7752036	CMEI Corina Serrano Mota	Municipal
356210	7752230	CE Sonho Meu	Privada

Ponto X	Ponto Y	Nome	Administração
357180	7753581	EEEEF General Tiburcio	Estadual
356297	7756275	EEEEF Manoel Paschoal de Oliveira	Estadual
350658	7758230	EEEEF Wellington Ferreira Broges	Estadual
350946	7758358	CMEI Amélia Virginia Barbosa Machado	Municipal
355440	7760002	EEEEF Teotonio Brandão Vilela	Estadual
357045	7745254	EEEEF Gladiston Regis Barbosa	Estadual
356735	7746609	EEEFM Alzira Ramos	Estadual
355183	7747298	EEEFM Maria de Lourdes Poyares Labuto	Estadual
356566	7747312	EEEFM Doutor José Moyses	Estadual
357264	7747847	EEEEF Mariano Firme de Souza	Estadual
356581	7748235	EEEFM Maracanã	Estadual
357377	7748934	EEEEF Tiradentes	Estadual
355497	7749117	EEEEF Ventino da Costa Brandão	Estadual
356113	7749425	EMEF Maria Paiva	Municipal
355814	7749703	Escola São Geraldo	Privada
354324	7750594	EEEFM Ary Parreiras	Estadual
358160	7750746	EEEEF Pautila Rodrigues Xavier	Estadual
351464	7750754	EEEFM Theodomiro Ribeiro	Estadual
353606	7751007	EEEEF Jardim Feliz	Estadual
355853	7751419	EEEEF Nossa Senhora Aparecida	Estadual
354653	7751750	EEEEF José Maria Ferreira	Estadual
356563	7751801	EEEFM Professor Maria Penedo	Estadual
356483	7752074	EEEEF Professor Augusto Carvalho	Estadual
357231	7753338	EEEFM João Crisostomo Beleza	Estadual
354742	7753447	EEEFM Coronel Olimpio Cunha	Estadual
356931	7754194	CMEI João Colombo	Municipal
356906	7754256	EEEEF Presidente Médice	Estadual
353299	7754566	EEEFM José Rodrigues Coutinho	Estadual
357748	7754625	EEEEF Stellita Ramos	Estadual
353126	7755344	EMEF Maria Guilhermina de Castro	Municipal
356069	7755846	EEEFM Ana Lopes Balestrero	Estadual
354277	7757937	EEEFM Rosa Maria Reis	Estadual
351886	7758393	EEEFM Professor Augusto Luciano	Estadual
355246	7758728	CMEI Maria Ribeiro Resende	Municipal
350965	7759038	CMEI Eliza Leal Bezerra	Municipal
355203	7759340	Associação Bom Samaritano do Brasil	Privada
355997	7748913	Espaço Nosso Amiguinho	Privada
355895	7749607	Colégio Americano Batista	Privada
355499	7750305	EMEF Stelida Dias	Municipal
355238	7750374	CMEI Jesus Menino	Municipal
354984	7750298	CE Sol Nascente	Privada
354863	7751001	CMEI Tereza Tironi Martins	Municipal
357136	7749799	EMEF Amenophis de Assis	Municipal
357145	7749972	CE Criança Esperança	Privada
357441	7751561	CMEI Edmilson Varejão	Municipal
357331	7751454	Creche Palhaçinho Feliz	Privada
357149	7751929	EMEF Iraci Gobbi	Municipal
357367	7752284	EEEFM Itagiba Escobar	Estadual

Ponto X	Ponto Y	Nome	Administração
357962	7751663	EMEF Oliveira Castro	Municipal
357968	7751960	CMEI Ana Lúcia Ferreira da Silva	Municipal
357985	7750588	EMEF Professor Cerqueira Lima	Municipal
357408	7750550	EEEFM Doutor Afonso Schwab	Estadual
357228	7750577	Colégio Integração	Privada
356666	7750451	EEEF Antônio Esteves	Estadual
356702	7750961	Escola Despertar	Privada
355339	7754166	EMEF Laurinda Pereira do Nascimento	Municipal
357266	7753834	EEEFM Presidente Castelo Branco	Estadual
356528	7752064	CMEI Erenita Rodrigues Trancoso	Municipal
356565	7752139	EMEF Terfina Rocha Ferreira	Municipal
357606	7750911	Colégio Passionista	Privada
357157	7747941	CMEI Dom José Mauro Pereira Bastos	Municipal
355979	7748011	EMEF Eurides Gabriel	Municipal
355190	7749523	EEEFM Hunney Everest Piovesan	Estadual
355107	7749181	CE Morada do Saber	Privada
354424	7748675	EMEF Tancredo de Almeida Neves	Municipal
353502	7748440	EMEF Valdeci Cezário	Municipal
353210	7749240	EEEFM Jesus Cristo Rei	Estadual
354083	7750394	EMEF Ferdinando Santório	Municipal
355747	7750404	CE Adventista	Privada
355733	7750168	EMEF Talma Sarmento de Miranda	Municipal
357351	7748924	CMEI Larissa Pereira Batista	Municipal
357504	7749631	CMEI Geraldo Menegucci	Municipal
356160	7750447	CE Gilmar Vaneli	Privada
356073	7750494	CE Charles Darwi - Cariacica	Privada
355142	7750070	EMEF Antário Filho	Municipal
354905	7749850	CNEC Cenecista de Campo Grande	Privada
355071	7749815	CE Vinicius de Moraes	Privada
354765	7749596	CEI Balão Mágico	Privada
354656	7749561	EMEF Nilton Gomes	Municipal
354143	7749820	EMEF Manoel Melo Sobrinho	Municipal
354431	7751076	EMEF Marília Rezende Coutinho	Municipal
354339	7751176	CE Vicente Pelicione	Privada
355695	7749247	EMEF Pedro Venturim	Municipal
355632	7749080	EMEF Rosa da Penha	Municipal
355987	7755880	CMEI Aparecida da Conceição Casagrande Camilio	Municipal
355220	7756251	CMEI Rosalina Marques de Souza	Municipal
356119	7756092	CMEI Wilson Alves do Nascimento	Municipal
355537	7756299	EMEF Martim Lutero	Municipal
355984	7759644	EEEF Mariuza Sechin	Estadual
355688	7758879	EEEFM Saturnino Rangel Mauro	Estadual
354963	7758768	EEEFM Zaira Manhaes de Andrade	Estadual
356439	7754072	EMEF Arthur da Costa e Silva	Municipal
356604	7753996	CMEI Maria Alzira de Jesus	Municipal
357094	7753457	CMEI Manoel Coutinho Siqueira	Municipal
357057	7753786	CEI Projetando o Futuro	Privada
356962	7753790	EMEF João Pedro da Silva	Municipal

Ponto X	Ponto Y	Nome	Administração
357472	7754535	EMEF Hilda Scarpino	Municipal
349973	7752936	EEEF Boa Vista	Estadual
349959	7752751	CMEI Jacy Pereira	Municipal
352036	7750405	EMEF Luzbel Pretti	Municipal
355002	7753676	Colégio Castro alves	Privada
354641	7753544	EMEF Vienna Rosetti Guterres	Municipal
355006	7753306	CMEI Darcy Rodrigues Cardoso	Municipal
354729	7752524	EMEF Leonilda das Graças Langa	Municipal
354805	7751538	EEEFM Joaquim Barbosa Quitiba	Estadual
354447	7751558	CE Sementinha	Privada
354323	7751680	CE Thomas Edson	Privada
353576	7751253	EMEF Angelo Zani	Municipal
356072	7746745	EMEF Joana Maria da Silva	Municipal
354925	7746548	EMEF Renascer	Municipal
354318	7746677	EMEF Alice Coutinho Santos	Municipal
354372	7746652	CMEI Princípio do Saber	Municipal
355658	7750189	CS Colégio Salomão	Privada
356865	7747017	EEEF Celestino de Almeida	Estadual
353614	7756846	EMEF Virgilio Francisco Schwab	Municipal
351939	7758344	CMEI Cleto Prudêncio Rodrigues	Municipal
352391	7757625	EEEFM São João Batista	Estadual
353537	7757049	EEEF Eulália Moreira	Estadual
354561	7759135	CE Fé e Alegria	Privada
354767	7760472	EMEF Almerinda Portela Colodette	Municipal
354607	7750577	CAT Bárbara Monteiro Lindenberg	Privada
357279	7753778	CAT Arnaldo Magalhães Filho-Sesi	Privada
358275	7750634	CE Alegria do Saber	Privada
357288	7750895	Creche Alfa	Privada
356791	7752059	IFES Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Espírito Santo - Campus Cariacica	Federal
352586	7755995	EEEF Adalberto Queiroz	Estadual
349904	7758771	EEPEF De Limão	Estadual
354928	7750006	IESES Instituto de Educação Superior do Espírito Santo	Privada
355436	7750467	Faculdade Pio XII	Privada
354971	7753725	Creche Bem Me Quer	Privada
357907	7752186	CMEI Rafael Capucho Mazioli	Municipal
357285	7754045	CE Logos	Privada
356444	7754181	CMEI Pastor Jocarly Alves Cardoso	Municipal
356316	7754576	EMEF Antônio Coutinho Oliveira	Municipal
355758	7751667	CE Pedacinho do Céu	Privada
356868	7754926	EMEF Padre Gabriel Roger Maire	Municipal
355859	7751671	EI Primeiros Passos	Privada
357332	7749035	CE Mundo Moderno	Privada
357188	7749439	EMEF Jones dos Santos Neves	Municipal
357063	7749281	Escola Tia Joana Criança e Cia	Privada
357171	7748991	CE Estrela do Amanhã LTDA ME	Privada
357154	7745787	EMEF São Jorge	Municipal

Ponto X	Ponto Y	Nome	Administração
357441	7754509	CMEI Silvino de Paula Ramos	Municipal
356639	7746652	CE Cantinho da Criança	Privada
355686	7756517	CMEI Maria Rachel do Nascimento	Municipal
355534	7755406	EMEF Agustinha Muniz de Oliveira	Municipal
356285	7746859	CMEI Emiliana Giles Bragança	Municipal
358386	7759091	EMEF Professora Tania Poncio Leite	Municipal
355569	7759569	CMEI Dom João Batista da Motta e Albuquerque	Municipal
354916	7757712	EEEF Doutor Souza Araujo	Estadual
354880	7757679	CMEI Maria Jardelina Santos	Municipal
352021	7751522	EMEF Hemogenea Maria da Conceição	Municipal
351929	7750727	CMEI José Luis Araujo	Municipal
351292	7751266	EMEF Deocleciano Francisco da Vitoria	Municipal
350840	7752052	CMEI Benedito Ribeiro de Almeida	Municipal
350877	7752021	EMEF Antero José do Nascimento	Municipal
349948	7752773	EMEF Euvira Benedita Cardoso da Silva	Municipal
348901	7753051	EEPEF Itapoca	Estadual
345667	7752015	EEPEF Roda Dagua	Estadual
346723	7755765	EMEF Getulio Brandão Leite	Municipal
346210	7759265	EEUEF Destacamento	Estadual
344877	7759839	EMEF Durvalina Coutinho Ribeiro	Municipal
356332	7750679	CMEI Maria Aparecida Lacerda Moura	Municipal
355603	7750031	CE Max Planck	Privada
355815	7749790	FSG Faculdade São Geraldo	Privada
355212	7750087	CE Joaquim Carvalho	Privada
355369	7750058	EI Fracalossi	Privada
354967	7750513	EI Doçura	Privada
354752	7750153	CEI Brilho do Sol	Privada
354541	7750240	Colégio Lusíadas	Privada
353545	7749221	CE Pequenos Passos	Privada
354489	7749562	CEI Cantinho Encantado	Privada
354884	7749588	CEI Senna's	Privada
354004	7750324	CE Aquarela do Saber	Privada
354699	7750538	Centro Universo de Educação e Desenvolvimento	Privada
352082	7758276	Colégio Panoramico	Privada
352640	7759125	EMEF Cleilza Amaral Vaz	Municipal
350500	7759319	Creche Comunitária Renascer	Privada
351121	7758903	EMEF Valdici Alves Baier	Municipal
351526	7757234	CE Montanha da Esperança	Privada
352973	7757280	EMEF Olivino Rocha	Municipal
356823	7744896	EMEF Maria Augusta Tavares	Municipal
356587	7744722	EMEF São João Chrisostomo	Municipal
356482	7744664	CMEI Maria Ines Gurtler	Municipal
357380	7745908	CMEI Abilio Luiz Fagundes	Municipal
354494	7747583	EMEF Hilário Vieira da Silva	Municipal
354446	7747715	CMEI Altiva Belmon de Campos	Municipal
356120	7748052	Creche Sorriso de Criança	Privada
356033	7748580	EMEF Orlando Moreira de Lima	Municipal
356665	7747960	CMEI Cecilia Meireles	Municipal

Ponto X	Ponto Y	Nome	Administração
357401	7748618	EMEF Ayrton Senna	Municipal
357306	7747365	CEI Sofia	Privada
357117	7751400	Creche Escola Passarinhos do Saber	Privada
356645	7751280	EMEF Jocarly Gomes Salles	Municipal
355400	7749596	Escolinha Tia Piti	Privada
355425	7749286	CE Aquarela	Privada
353813	7749105	EMEF Sebastião Rodrigues Sobrinho	Municipal
353605	7749627	CE Caminho do Sol	Privada
351997	7758338	CE Samaritano	Privada
355940	7748939	CMEI Jaime dos Santos	Municipal
355792	7755196	CMEI Ivan Roberto de Sousa	Municipal
354543	7759141	EMEF Padre Anthonius Lute	Municipal
357239	7751527	CE LMB Soares Ltda ME	Privada
351268	7750486	Escola Meimei	Privada
351394	7756785	HCTP Hospital de Custodia Tratamento Psiq.Dr. Antônio Batalha Barcelos	Estadual
355693	7753063	PEF Penitenciária Estadual Feminina	Estadual
352218	7757672	IASES Instituto de Atendimento SócioEducativo do Espírito Santo	Estadual
350971	7756705	Fazenda UVV	Privada
358510	7750977	Centro de Desenvolvimento Técnico Ltda	Privada
347500	7761417	EEUEF De Cachoeirinha	Estadual
354715	7749547	CE Passaredo	Privada
357606	7750911	FIB Faculdade Italo Brasileira	Privada
356076	7751070	ISEC Instituto Superior de Educação de Cariacica	Privada
356061	7751058	FAESA Faculdades Integradas Espírito Santense	Privada
356077	7751051	UNICAPE Faculdade Espírito Santense	Privada
356087	7750493	UNIEST Faculdade de Cariacica	Privada
357891	7751566	FAESTE Faculdade Espírito Santense de Ensino tecnológico	Privada

Edificações de Saúde

Ponto X	Ponto Y	Nome	Tipo	Administração
355783	7753179	Centro de Atenção Psicosocial Moxuara	Centro de Atenção Psicosocial	Estadual
358503	7751465	Centro Regional de Especialidades Metropolitano	Policlínica	Estadual
355950	7758009	Hospital Doutor Pedro Fontes	Unidade Mista	Estadual
356239	7752057	Policlínica Cariacica	Policlinica	Municipal
355693	7753064	Presídio Feminino Tucum	Centro de Saúde/Unidade Básica	Estadual
358293	7750870	Programa de Saúde Bucal	Posto de Saúde	Municipal
358293	7750869	Programas Especiais	Clinica Especializada/Ambulatório de Especialidade	Municipal
354937	7750298	Hospital São Francisco	Hospital Geral	Privada
353424	7750976	Unidade de Saúde Alice Coutinho Santos	Centro de Saúde/Unidade Básica	Municipal
357830	7752168	Unidade de Saúde Alto Boa	Centro de Saúde/Unidade Básica	Municipal

Ponto X	Ponto Y	Nome	Tipo	Administração
		Vista		
357466	7751632	Unidade de Saúde Alto Lage e Pronto Atendimento Trevo	Centro de Saúde/Unidade Básica	Municipal
351930	7750585	Unidade de Saúde Bairro Operário	Centro de Saúde/Unidade Básica	Municipal
357368	7748851	Unidade de Saúde Bela Aurora	Centro de Saúde/Unidade Básica	Municipal
356864	7747045	Unidade de Saúde Bela Vista / Pronto Atendimento Miguel Leonor	Centro de Saúde/Unidade Básica	Municipal
354825	7749837	Unidade de Saúde Bom Pastor	Centro de Saúde/Unidade Básica	Municipal
355400	7749618	Unidade de Saúde Campo Grande Santa Fé	Centro de Saúde/Unidade Básica	Municipal
353473	7755481	Unidade de Saúde Campo Verde	Centro de Saúde/Unidade Básica	Municipal
351865	7758713	Unidade de Saúde Cariacica Sede	Centro de Saúde/Unidade Básica	Municipal
356381	7748399	Unidade de Saúde Itapemirim	Centro de Saúde/Unidade Básica	Municipal
352352	7757634	Unidade de Saúde Iases	Centro de Saúde/Unidade Básica	Municipal
357115	7744964	Unidade de Saúde Jarbas Cypreste de Sá	Centro de Saúde/Unidade Básica	Municipal
357402	7750958	Unidade de Saúde Jardim AmÚrica	Centro de Saúde/Unidade Básica	Municipal
354371	7751639	Unidade de Saúde Nova Brasília	Centro de Saúde/Unidade Básica	Municipal
356337	7756137	Unidade de Saúde Nova Canaã Flexal I	Centro de Saúde/Unidade Básica	Municipal
354973	7758835	Unidade de Saúde Nova Rosa da Penha I	Centro de Saúde/Unidade Básica	Municipal
355887	7751468	Unidade de Saúde Oriente = Anísio Ferreira dos Santos	Centro de Saúde/Unidade Básica	Municipal
357176	7753665	Unidade de Saúde Porto de Santana	Centro de Saúde/Unidade Básica	Municipal
357080	7746125	Unidade de Saúde Rio Marinho	Centro de Saúde/Unidade Básica	Municipal
354443	7748664	Unidade de Saúde Santa Bárbara	Centro de Saúde/Unidade Básica	Municipal
352930	7757243	Unidade de Saúde Santa Luzia	Centro de Saúde/Unidade Básica	Municipal
355026	7753347	Unidade de Saúde Santana	Centro de Saúde/Unidade Básica	Municipal
353165	7749467	Unidade de Saúde São Francisco	Centro de Saúde/Unidade Básica	Municipal
356242	7749743	Unidade de Saúde São Geraldo Dario Paiva	Centro de Saúde/Unidade Básica	Municipal
357424	7747495	Unidade de Saúde Valparaiso	Centro de Saúde/Unidade Básica	Municipal
355367	7754176	Unidade de Saúde Vila Grauna	Centro de Saúde/Unidade Básica	Municipal
356230	7750929	Vigilância Sanitária	Unidade de Vigilância em Saúde	Municipal
355829	7753120	Hospital Aduino Botelho	Hospital	Estadual
354947	7750347	Policlínica Campo Grande	Policlínica	Municipal
357711	7748489	Unidade de Saúde Sotelândia	Centro de Saúde/Unidade Básica	Municipal
356251	7751077	Hospital Meridional	Hospital	Privada
356346	7751219	Pronto Socorro, Maternidade e Pronto Atendimento São João Batista	Maternidade/Consultórios isolados	Municipal
358297	7750849	Vigilância Sanitária / Secretaria Municipal de Saúde	Vigilância sanitária	Municipal
349946	7752714	Unidade de Saúde Novo Brasil	Centro de Saúde/Unidade Básica	Municipal

Edificações de Segurança

Ponto X	Ponto Y	Nome
356748	7746632	5ª Companhia da Polícia Militar - 7ª BPM
354715	7746689	Destacamento da Polícia Militar - 7º BPM - Padre Gabriel
357193	7747937	Destacamento da Polícia Militar - 7º BPM - Bandeirantes
355718	7748731	Destacamento da Polícia Militar - 7º BPM - São Geraldo II
357543	7749196	Destacamento da Polícia Militar - 7º BPM - Bela Aurora
354871	7749224	Destacamento da Polícia Militar - 7º BPM - Morada de Santa Fé
354497	7749928	Destacamento da Polícia Militar - 7º BPM - Vila Palestina
355159	7750060	1ª Companhia do Batalhão da Polícia de Trânsito - Posto 2
355159	7750063	2ª Companhia da Polícia Militar - 7º BPM
353652	7750141	Destacamento da Polícia Militar - 7º BPM - Ceasa
355427	7750583	Departamento de Polícia Judiciária - Cariacica
351934	7750569	Destacamento da Polícia Militar - 7º BPM - Operário
357425	7750898	Destacamento da Polícia Militar - 7º BPM - Jardim América
356971	7751228	Destacamento da Polícia Militar - 7º BPM - Alto Lage
354557	7751769	Destacamento da Polícia Militar - 7º BPM - Nova Brasília
357005	7752138	Destacamento da Polícia Militar - 7º BPM - Expedito
356294	7752176	10º Distrito Policial
355744	7752791	7º Batalhão da Polícia Militar
355878	7752721	1ª Companhia da Polícia Militar Ambiental
355830	7753122	Manicomio Adalto Botelho
354754	7753530	Destacamento da Polícia Militar - 7º BPM - Santana
357087	7753608	Destacamento da Polícia Militar - 7º BPM - Porto de Santana
352218	7757672	Unidade de Integração Social
356007	7758023	Destacamento da Polícia Militar - 7º BPM - Hospital Dr. Pedro Fontes
351783	7758555	4ª Companhia da Polícia Militar - 7º BPM
351838	7758634	15º Distrito Policial
354965	7758817	Destacamento da Polícia Militar - 7º BPM - Nova Rosa da Penha I
355622	7759566	Destacamento da Polícia Militar - 7º BPM - Nova Rosa da Penha II
355426	7750593	Delegacia de Crimes Contra a Vida - Cariacica
358420	7751335	Delegacia de Proteção ao Meio Ambiente e Patrimônio
358418	7751341	Delegacia de Costumes e Diversões
355812	7750457	Delegacia de Defesa da Mulher - Cariacica
351394	7756785	Hospital de Custódia e Tratamento Psiquiátrico
356257	7756110	3ª Companhia da Polícia Militar - 7º BPM
355693	7753062	Penitenciária Estadual Feminina
355567	7753609	Centro de Formação e Aperfeiçoamento
355883	7752718	1º Pelotão da Polícia Militar Ambiental - 1ª Cia da Polícia Militar Ambiental
355808	7750457	9º Distrito Policial
358429	7750390	11º Distrito Policial
355742	7753131	Centro de Detenção Provisória - Cariacica

Edificações Sociais

Ponto X	Ponto Y	Nome	Administração
355241	7758871	Centro de Referência de Assistência Social de Nova Rosa da Penha	Municipal
352980	7751453	Centro de Referência de Assistência Social de Novo Horizonte	Municipal
353653	7756196	Centro de Referência de Assistência Social de Campo Verde	Municipal
354857	7746564	Centro de Referência de Assistência Social de Padre Gabriel	Municipal
356885	7754960	Centro de Referência de Assistência Social de Porto Novo	Municipal

Serviços de apoio ao turismo de Viana

Cemitérios

Ponto X	Ponto Y	Nome
338582	7753082	Cemitério
344631	7736585	Cemitério
343833	7744736	Cemitério Municipal de Viana
352948	7748103	Cemitério de Vila Bethânia
329805	7736821	Cemitério
332661	7737459	Cemitério
337862	7735640	Cemitério
339347	7739852	Cemitério
345581	7749287	Cemitério
351671	7746132	Cemitério

Edificações Aeroportuárias

Não tem.

Edificações de Ensino

Ponto X	Ponto Y	Nome	Administração
351650	7747612	EMEF Gislene Silva Queiroz	Municipal
351265	7747701	EMEF Soteco	Municipal
351000	7748629	EMEF Doutor Arcílio Tononi	Municipal
349059	7747972	EMEF Adamastor Furtado	Municipal
348255	7747929	EMEF Alvimar Silva	Municipal
350713	7746668	EMEF Euzélia Lyrio	Municipal
344807	7736715	EMEF Araçatiba	Municipal
345499	7737970	EMUEF Hercília Jantorno Azevedo	Municipal
354664	7743964	EMUEF Professora Agenília Correa da Penha	Municipal
343915	7744672	CMEI Professora Biluca	Municipal
344363	7744585	CMEI Tia Ditinha	Municipal
348822	7748495	EEEM Augusto Ruschi	Estadual
333697	7734444	EMUEF João Buback	Municipal

Ponto X	Ponto Y	Nome	Administração
339616	7735900	EMUEF Derly Felipe Lima	Municipal
340564	7739910	EMUEF Deoclides Pereira	Municipal
347557	7741149	EMEF Orestes Souto Novaes	Municipal
347447	7741171	CMEI Maria da Penha de Castro Novaes	Municipal
343559	7744060	EMEF Padre Antunes Siqueira	Municipal
343841	7744483	EEEFM Nelson Vieira Pimentel	Estadual
346516	7744623	EMEF Dorival Brandão	Municipal
353382	7745219	EMEF Ulisses dos Santos Filho	Municipal
343395	7745832	PSME II Penitenciária de Segurança Média II	Estadual
343090	7746134	PSME I Penitenciária de Segurança Média I	Estadual
352900	7746636	EMEF Professora Divaneta Lessa Moraes	Municipal
353361	7747719	CMEI Santa Clara	Municipal
353391	7747858	EEEFM Maria de Novaes Pinheiro	Estadual
349946	7748063	EMEF Francisco Assis Pereira	Municipal
348908	7748076	CMEI Lourdes Maria Carvalho Capdeville	Municipal
349946	7748071	EEEM Anflia Knaak Buss	Estadual
349855	7748281	CMEI Maria Antônia de Souza Brawim	Municipal
342049	7748823	EMUEF Naly Freitas Sacramento	Municipal
351313	7749331	EMEF Constantino José Vieira	Municipal
351310	7749400	EEEM Irmã Dulce Lopes Ponte	Estadual
351269	7749478	CETEK Telles Kohler	Privada
350992	7749655	CMEI Calypio Siqueira Rocha	Municipal
350937	7749655	EMEF Marcílio de Noronha	Municipal
351739	7749748	EMEF Doutor Denizart Santos	Municipal
351860	7749839	CMEI Izabel Mercher Helmer	Municipal
339269	7749949	EMUEF Lavínia Vellozo	Municipal
350524	7750067	EMEF Washington Martins Filho	Municipal
338569	7753286	EMUEF Aila Paiva Lube	Municipal
343618	7746207	PAES Penitenciária Agrícola do ES	Estadual
343281	7746940	PSMA I Penitenciária de Segurança Máxima I	Estadual
343369	7746815	PSMA II Penitenciária de Segurança Máxima II	Estadual
351479	7749723	FESAV Faculdade de Estudos Sociais Aplicados de Viana	Privada
353379	7745238	CMEI Raio de Luz	Municipal
352841	7746617	CMEI Lydia Eliete de Souza	Municipal
352046	7746800	CMEI Manoel Evêncio de Oliveira	Municipal
351729	7747099	EMEF Doutor Tancredo de Almeida Neves	Municipal
352034	7747291	EEEM Ewerton Montenegro Guimarães	Estadual
351525	7747256	EMEF João Paulo Sobrinho	Municipal
351172	7747047	CMEI Pequenos Brilhantes	Municipal
347905	7746071	EMPEF Castorina R Siqueira	Municipal
341089	7753465	EMUEF Cecilia Muller Helmer	Municipal
345347	7749534	EMPEF Luiz Lube	Municipal

Ponto X	Ponto Y	Nome	Administração
336073	7738172	EMUEF Sitalzina Solidade	Municipal
335243	7741985	EMUEF CÔndida Maria dos Santos	Municipal
348913	7744585	EMUEF Orozimbo Rodrigues de Siqueira	Municipal

Edificações de Saúde

Ponto X	Ponto Y	Nome	Tipo	Administração
352890	7746630	Núcleo Assistência a Portadores de Deficiência CAIC	Centro de Saúde / Unidade Básica	Municipal
343100	7746358	Casa de Custódia de Viana	Centro de Saúde / Unidade Básica	Estadual
343769	7744481	Centro de Testagem e Aconselhamento	Centro de Saúde / Unidade Básica	Municipal
344782	7736668	Unidade Básica Saúde de Araçatiba	Centro de Saúde / Unidade Básica	Municipal
352747	7748260	Unidade Básica de Saúde de Vila Bethânia	Centro de Saúde / Unidade Básica	Municipal
347519	7741109	Unidade Básica Saúde Jucu	Centro de Saúde / Unidade Básica	Municipal
350990	7749573	Unidade Básica de Saúde Marcílio de Noronha	Centro de Saúde / Unidade Básica	Municipal
338573	7753126	Unidade Básica de Saúde São Paulo Biriricas	Centro de Saúde / Unidade Básica	Municipal
343841	7744256	Pronto Atendimento Municipal	Centro de Saúde / Unidade Básica	Municipal
350620	7746756	Unidade de Saúde da Família Areinha	Centro de Saúde / Unidade Básica	Municipal
346169	7744796	Unidade de Saúde da Família Bom Pastor	Centro de Saúde / Unidade Básica	Municipal
349799	7748184	Unidade de Saúde da Família Canãa	Centro de Saúde / Unidade Básica	Municipal
348906	7748075	Unidade de Saúde da Família de Universal	Centro de Saúde / Unidade Básica	Municipal
348068	7747991	Unidade de Saúde da Família Ipanema	Centro de Saúde / Unidade Básica	Municipal
353297	7745418	Unidade de Saúde da Família Morada de Bethânia	Centro de Saúde / Unidade Básica	Municipal
352355	7746995	Unidade de Saúde da Família Nova Bethânia Eldorado	Centro de Saúde / Unidade Básica	Municipal
350692	7748898	Unidade de Saúde da Família Primavera	Centro de Saúde / Unidade Básica	Municipal
353144	7748352	Unidade de Referência em Saúde Mental	Centro de Saúde / Unidade Básica	Municipal
343392	7745758	Unidade Prisional de Segurança Média II	Centro de Saúde / Unidade Básica	Estadual
351321	7749270	Vigilância em Saúde	Unidade de Vigilância em Saúde	Municipal
343788	7744497	Unidade de Saúde de Viana Mãe Casimira	Centro de Saúde / Unidade Básica	Municipal

Ponto X	Ponto Y	Nome	Tipo	Administração
351246	7749376	Unidade Sanitária de Marcílio de Noronha APAE	Sem Informação	Sem Informação
351735	7749777	Unidade de Saúde da Família Industrial	Centro de Saúde / Unidade Básica	Municipal
351141	7747458	Unidade de Saúde da Família Soteco	Centro de Saúde / Unidade Básica	Municipal
352508	7747360	Pronto Atendimento do Bairro Arlindo Vilaschi	Pronto Atendimento	Municipal
343611	7745804	Unidade de Saúde Prisional	Unidade de Saúde Prisional	Estadual
343620	7745799	Unidade de Acompanhamento de Tuberculose	Sem Informação	Estadual

Edificações de Segurança

Ponto X	Ponto Y	Nome
347652	7745486	Polícia Rodoviária Federal - Posto Viana
343813	7744539	1ª Companhia da Polícia Militar - 7º BPM
343769	7744379	Departamento de Polícia Judiciária - Viana
343085	7746110	Penitenciária de Segurança Média - I
343069	7746393	Casa de Custódia de Viana
343385	7745798	Penitenciária de Segurança Média - II
343334	7746814	Penitenciária de Segurança Máxima - II
343312	7746957	Penitenciária de Segurança Máxima - I
343596	7746179	Penitenciária Agrícola do Espírito Santo
343765	7744380	16º Distrito Policial
343771	7744377	Delegacia de Crime Contra a Vida - Viana
343495	7745678	Unidade de Saúde Penitenciária
343318	7747018	Centro de Detenção Provisória - Viana
352853	7746621	Território de Paz - Campo Verde

Edificações Sociais

Ponto X	Ponto Y	Nome	Administração
351522	7749221	Centro de Referência de Assistência Social	Municipal
351347	7746086	Centro de Referência de Assistência Social	Municipal

Ainda relacionado ao georreferenciamento dos atrativos, equipamentos e eventos, é importante ressaltar que foram mapeados por meio de trabalho de campo os locais que se enquadram nesse contexto.

Atrativos, Equipamentos, Eventos de Cariacica

Ponto X	Ponto Y	Nome	Atrativo	Equipamento	Evento	Outro
358426	7751176	Estação Ferroviária Pedro Nolasco	Não	Sim	Não	Não
358428	7751145	Estádio de Futebol Engenheiro Araripe	Sim	Não	Não	Não

Ponto X	Ponto Y	Nome	Atrativo	Equipamento	Evento	Outro
357727	7751268	Posto de Gasolina McLaren	Não	Sim	Não	Não
357727	7751268	Cafeteria	Não	Sim	Não	Não
357571	7751321	Posto de Gasolina CTF (BR)	Não	Sim	Não	Não
357571	7751321	Loja de Conveniência Cadilac (BR)	Não	Sim	Não	Não
357494	7751318	Agência Bancária Bradesco	Não	Sim	Não	Não
356790	7750868	Posto de Gasolina Zanoni	Não	Sim	Não	Não
356125	7750724	Venda de Passagens Rodoviárias Viação Itapemirim	Não	Sim	Não	Não
355960	7750636	Posto de Gasolina Shell BR-31	Não	Sim	Não	Não
355925	7750624	Hotel BR-31	Não	Sim	Não	Não
355839	7750686	Fly Motel	Não	Sim	Não	Não
355415	7750857	Kiss Motel	Não	Sim	Não	Não
355412	7750856	Estádio de Futebol Kléber Andrade	Sim	Não	Não	Não
354973	7750703	Posto de Gasolina São Cristóvão	Não	Sim	Não	Não
354973	7750703	Lanchonete São Cristóvão	Não	Sim	Não	Não
354965	7750700	Restaurante São Cristóvão	Não	Sim	Não	Não
354779	7750582	Correios	Não	Sim	Não	Não
354665	7750496	Churrascaria Valentim	Não	Sim	Não	Não
354665	7750496	Pousada Valentim	Não	Sim	Não	Não
354644	7750480	Posto de Gasolina Valentim (SHELL)	Não	Sim	Não	Não
354601	7750440	Padaria Super Pão	Não	Sim	Não	Não
354547	7750438	Farmácia Dom Bosco	Não	Sim	Não	Não
354060	7750336	Padaria Pão Bom	Não	Sim	Não	Não
353963	7750613	Supermercados Gold	Não	Sim	Não	Não
353998	7750654	Restaurante Colodetti	Não	Sim	Não	Não
353822	7751022	Caribe Motel	Não	Sim	Não	Não
353812	7751017	Luminy Motel	Não	Sim	Não	Não
353787	7750977	Posto de Gasolina Ale	Não	Sim	Não	Não
353783	7750967	Posto de Gasolina Alê	Não	Sim	Não	Não
353782	7750966	Loja de Conveniência do Posto de Gasolina Ale	Não	Sim	Não	Não
353947	7750621	Farmácia Rede Farmes	Não	Sim	Não	Não
354002	7750460	Supermercado Unisuper	Não	Sim	Não	Não
354022	7750412	Restaurante Sabor da Vila	Não	Sim	Não	Não
354041	7750360	Agência de Turismo Ilha Viagens	Não	Sim	Não	Não
354042	7750361	Farmácia Mais Saúde	Não	Sim	Não	Não
354059	7750091	Parada Viação Águia Branca	Não	Sim	Não	Não
353781	7750036	Ceasa	Não	Sim	Não	Não
353780	7749972	Shopping Moxuara	Não	Sim	Não	Não
354571	7750334	Hotel Elci	Não	Sim	Não	Não
354570	7750335	Restaurante Elci	Não	Sim	Não	Não
354591	7750352	Farmácia Galênica	Não	Sim	Não	Não
354594	7750261	Lanchonete e Açai Dicasa	Não	Sim	Não	Não

Ponto X	Ponto Y	Nome	Atrativo	Equipamento	Evento	Outro
354651	7750354	Ponto de Táxi	Não	Sim	Não	Não
354652	7750353	Pólo Comercial Avenida Expedito Garcia	Sim	Não	Não	Não
354662	7750348	Venda de Pasagens Rodoviárias Viação Águia Branca	Não	Sim	Não	Não
354707	7750309	Farmácia Drogasil	Não	Sim	Não	Não
354749	7750256	Farmácia Mônica	Não	Sim	Não	Não
354766	7750237	Agência Bancária Bradesco	Não	Sim	Não	Não
354841	7750153	Hotel Pouso Alegre	Não	Sim	Não	Não
354801	7750200	Restaurante e Lanchonete Nunes	Não	Sim	Não	Não
354831	7750171	Agência Bancária Banco do Brasil	Não	Sim	Não	Não
354873	7750112	Farmácia São Paulo	Não	Sim	Não	Não
354888	7750104	Agência Bancária Itaú	Não	Sim	Não	Não
354897	7750089	Agência Bancária HSBC	Não	Sim	Não	Não
354911	7750061	Venda de Pasagens Rodoviárias Viação Itapemirim	Não	Sim	Não	Não
354982	7749980	Farmácia Santa Lúcia	Não	Sim	Não	Não
354955	7749915	Restaurante Cheiro Verde	Não	Sim	Não	Não
354899	7749900	Igreja Católica Bom Pastor	Sim	Não	Não	Não
354837	7749936	Bar de Angeli	Não	Sim	Não	Não
354877	7749975	Banestes Mais Fácil	Não	Sim	Não	Não
354971	7750026	Avenida Expedito Garcia	Sim	Não	Não	Não
355050	7749919	Praça Avenida Expedito Garcia	Não	Sim	Não	Não
355064	7749923	Farmácia Drogapolis	Não	Sim	Não	Não
355067	7749922	Lanchonete Paladar	Não	Sim	Não	Não
355198	7749926	Supermercados Schowambach	Não	Sim	Não	Não
355348	7749933	Ponto de Táxi	Não	Sim	Não	Não
355349	7749933	Supermercados Epa	Não	Sim	Não	Não
355439	7749971	Farmácia São Paulo	Não	Sim	Não	Não
355445	7749975	Ponto de Táxi	Não	Sim	Não	Não
355445	7749975	Imobiliária CIM	Não	Sim	Não	Não
355457	7749982	Pastelaria Lee	Não	Sim	Não	Não
355559	7750063	Correios	Não	Sim	Não	Não
355504	7749943	Posto de Gasolina Ale	Não	Sim	Não	Não
355501	7749946	Loja de Conveniência do Posto de Gasolina Ale	Não	Sim	Não	Não
355451	7749980	Restaurante Schwanz	Não	Sim	Não	Não
355523	7750035	Ponto de Táxi (Lojas Americanas)	Não	Sim	Não	Não
355521	7750040	Pizzaria Pizzamore	Não	Sim	Não	Não
355575	7750077	Farmácia Saúde Farma	Não	Sim	Não	Não
355586	7750084	Posto de Gasolina Alê	Não	Sim	Não	Não
355586	7750084	Loja de Conveniência do Posto de Gasolina Ale	Não	Sim	Não	Não
355616	7750110	Agência Bancária Santander	Não	Sim	Não	Não
355635	7750155	Agência Bancária Caixa Econômica Federal	Não	Sim	Não	Não

Ponto X	Ponto Y	Nome	Atrativo	Equipamento	Evento	Outro
355638	7750176	Agência Bancária Bradesco	Não	Sim	Não	Não
355638	7750183	Farmácia Pague Menos	Não	Sim	Não	Não
355640	7750193	Agência Bancária Banco do Brasil	Não	Sim	Não	Não
355649	7750217	Restaurante Comunitário Prato Popular	Não	Sim	Não	Não
355656	7750227	Imobiliária Universal	Não	Sim	Não	Não
355662	7750283	Bar e Boate Degusta	Não	Sim	Não	Não
355677	7750311	Supermercado Epa	Não	Sim	Não	Não
355728	7750365	Ponto de Táxi	Não	Sim	Não	Não
355729	7750363	Farmácia Boa Esperança	Não	Sim	Não	Não
355800	7750426	Posto de Gasolina Campo Grande	Não	Sim	Não	Não
355810	7750437	Loja de Conveniência do Posto de Gasolina	Não	Sim	Não	Não
355822	7750438	Avenida Expedito Garcia	Sim	Não	Não	Não
355628	7750359	Bar e Boate 100 Saída	Não	Sim	Não	Não
355640	7750234	Lanchonete Estrela	Não	Sim	Não	Não
355597	7750118	Farmácia Globo	Não	Sim	Não	Não
355574	7750078	Grill Restaurante	Não	Sim	Não	Não
355497	7750028	Loteria Vida Mansa	Não	Sim	Não	Não
355497	7750028	Restaurante Casarão	Não	Sim	Não	Não
355433	7749971	Restaurante Prato do Dia	Não	Sim	Não	Não
355426	7749967	Farmácia Santa Lúcia	Não	Sim	Não	Não
355324	7749942	Padaria Forno Grande	Não	Sim	Não	Não
355309	7749942	Imobiliária Nosso Lar	Não	Sim	Não	Não
355215	7749967	Banesfácil	Não	Sim	Não	Não
355216	7749964	Farmácia Imafar	Não	Sim	Não	Não
355210	7749976	Bar do Paraíba	Não	Sim	Não	Não
355288	7750065	Lanchonete Aperitivo Bar	Não	Sim	Não	Não
355283	7750051	Lanchonete Point do Frango	Não	Sim	Não	Não
355385	7749999	Lanchonete Bib's Burger	Não	Sim	Não	Não
355239	7749934	Restaurante Gula	Não	Sim	Não	Não
355071	7749944	Lanches Capixabão	Não	Sim	Não	Não
355161	7750014	Pizzaria La Brasa	Não	Sim	Não	Não
355154	7749969	Loteria Campo Grande	Não	Sim	Não	Não
355142	7749929	Restaurante Saboramil	Não	Sim	Não	Não
355074	7749932	Ponto de Táxi	Não	Sim	Não	Não
355045	7749949	Banesfácil	Não	Sim	Não	Não
355025	7749955	Agência Bancária Banestes	Não	Sim	Não	Não
354988	7749986	Farmácia Del Pupo (da Família)	Não	Sim	Não	Não
354976	7749996	Agência Bancária Itaú	Não	Sim	Não	Não
354962	7750012	Agência Bancária Caixa Econômica Federal	Não	Sim	Não	Não
354929	7750062	Farmácia Alquimia	Não	Sim	Não	Não
354931	7750069	Padaria	Não	Sim	Não	Não
354939	7750111	Drogaria Ativa	Não	Sim	Não	Não
354934	7750156	Restaurante Pavê e Comê	Não	Sim	Não	Não

Ponto X	Ponto Y	Nome	Atrativo	Equipamento	Evento	Outro
354870	7750211	Restaurante e Churrascaria Partei	Não	Sim	Não	Não
354750	7750371	Casa de Forró Brasileiro	Não	Sim	Não	Não
355030	7749905	Restaurante Simonato	Não	Sim	Não	Não
355030	7749870	Restaurante Campo Grande	Não	Sim	Não	Não
355033	7749868	Restaurante Brasileiro	Não	Sim	Não	Não
354954	7749726	Supermercado Casagrande	Não	Sim	Não	Não
355179	7749369	Bar Dona Rosa	Não	Sim	Não	Não
355147	7749363	Posto de Gasolina Alê	Não	Sim	Não	Não
355008	7749575	Padaria Pão Bonito	Não	Sim	Não	Não
355217	7749784	Caldas Bar	Não	Sim	Não	Não
355217	7749801	Silf Bar	Não	Sim	Não	Não
355090	7749895	Pizzaria Ki Brazão	Não	Sim	Não	Não
354933	7750635	Agência Bancária Sicoob	Não	Sim	Não	Não
355726	7750435	Posto de Gasolina 262	Não	Sim	Não	Não
355998	7750583	Posto de Gasolina Ipiranga	Não	Sim	Não	Não
356019	7750592	Loja de Conveniência do Posto de Gasolina Ipiranga	Não	Sim	Não	Não
356034	7750599	Banco 24h	Não	Sim	Não	Não
357007	7750914	Posto de Gasolina BR	Não	Sim	Não	Não
357073	7750947	Lanchonete Posto de Gasolina BR	Não	Sim	Não	Não
357563	7751283	Supermercados Epa	Não	Sim	Não	Não
357612	7751273	Banco 24h	Não	Sim	Não	Não
357614	7751262	Agência Bancária Caixa Econômica Federal	Não	Sim	Não	Não
357692	7751238	Agência Bancária Banco do Brasil	Não	Sim	Não	Não
357796	7751176	Agência Bancária Itaú	Não	Sim	Não	Não
357841	7751142	Posto de Gasolina Shell	Não	Sim	Não	Não
357842	7751134	Loja de Conveniência do Posto de Gasolina Shell	Não	Sim	Não	Não
358268	7751075	Posto de Gasolina Ipiranga	Não	Sim	Não	Não
358277	7751070	Loja de Conveniência do Posto de Gasolina Ipiranga	Não	Sim	Não	Não
353547	7749976	Agência Bancária Banco do Brasil	Não	Sim	Não	Não
353546	7749976	Agência Bancária Banestes	Não	Sim	Não	Não
353213	7749856	Posto de Gasolina Ipiranga	Não	Sim	Não	Não
353235	7749846	Loja de Conveniência do Posto de Gasolina Ipiranga	Não	Sim	Não	Não
353244	7749847	Banco 24h	Não	Sim	Não	Não
355267	7753318	Museu PM Tucum	Sim	Não	Não	Não
354401	7755299	Viação SatÚlite	Não	Sim	Não	Não
352159	7757790	Acesso Vale do Moxuara	Sim	Não	Não	Não
351941	7757297	Projeto Montanha da Esperança	Não	Sim	Não	Não
351249	7756776	Fazenda Roças Velhas	Não	Sim	Não	Não
349913	7756387	EstÔncia Vale do Moxuara	Sim	Não	Não	Não
350085	7756413	Acesso Vale das Pedras	Não	Sim	Não	Não

Ponto X	Ponto Y	Nome	Atrativo	Equipamento	Evento	Outro
352150	7757869	Supermercado Nossa Rede	Não	Sim	Não	Não
352175	7758053	Restaurante Cantinho Legal	Não	Sim	Não	Não
352062	7758304	Correios	Não	Sim	Não	Não
352045	7758324	Lanchonete Franguinhos	Não	Sim	Não	Não
351904	7758429	Posto de Gasolina	Não	Sim	Não	Não
351878	7758470	Banester Mais Fácil	Não	Sim	Não	Não
351877	7758470	Farmácia	Não	Sim	Não	Não
351806	7758562	Padaria	Não	Sim	Não	Não
351786	7758569	LotÚrica	Não	Sim	Não	Não
351771	7758583	Biblioteca Municipal	Não	Sim	Não	Não
351777	7758598	Praça Marechal Deodoro Fonseca	Sim	Não	Não	Não
351781	7758600	Igreja São João Batista	Sim	Não	Não	Não
351771	7758632	Restaurante Le Franze	Não	Sim	Não	Não
351760	7758640	Labareda Pizzaria	Não	Sim	Não	Não
351721	7758618	Banestes	Não	Sim	Não	Não
351739	7758603	Panificadora Futura	Não	Sim	Não	Não
351745	7758599	Ponto de Táxi	Não	Sim	Não	Não
351778	7758601	Acesso a Reserva	Não	Não	Não	Sim
351624	7758662	Supermercado Praça Real	Não	Sim	Não	Não
351621	7758667	Banco 24h	Não	Sim	Não	Não
349447	7758673	Recanto da Lagoa	Não	Sim	Não	Não
349064	7757935	Vale das Pedras	Sim	Não	Não	Não
346514	7758436	Sítio Colírio	Não	Sim	Não	Não
345781	7757682	Reserva Biológica Duas Bocas	Sim	Não	Não	Não
346020	7758077	Acesso Reserva Duas Bocas	Não	Não	Não	Sim
346112	7758163	Acesso Vale das Pedras	Não	Não	Não	Sim
348276	7758458	Acesso Duas Bocas e Maricaná	Não	Não	Não	Sim
348721	7758842	Corredeira da Cachoeira Maricaná	Sim	Sim	Não	Não
348706	7758833	Bar da Cachoeira Maricaná	Não	Sim	Não	Não
348701	7758826	Cachaça Jóia e Maricaná	Não	Sim	Não	Não
348750	7758844	Bar	Não	Sim	Não	Não
348767	7758847	Campo de Futebol	Não	Sim	Não	Não
347659	7761485	Delícias da Cachoeirinha	Não	Sim	Não	Não
347629	7761487	Acesso a Boqueirão e Pau Amarelo	Não	Não	Não	Sim
346736	7761109	Rancho Pedra Negra	Não	Sim	Não	Não
347460	7761443	Acesso a Boqueirão e Pau Amarelo	Não	Não	Não	Sim
348290	7759768	Feira da Igreja São João Batista	Não	Sim	Sim	Não
358795	7760631	Fazenda Porto das Pedras	Não	Sim	Não	Não
357764	7761137	Churrascaria Espeto de Prata	Não	Sim	Não	Não
354235	7752742	Posto de Gasolina	Não	Sim	Não	Não
350986	7751193	Acesso Casa Sol Economia Solidária	Não	Não	Não	Sim
351058	7751210	Casa Sol Economia Solidária	Não	Sim	Não	Não
349920	7753020	Apiário Moxuara	Não	Sim	Não	Não

Ponto X	Ponto Y	Nome	Atrativo	Equipamento	Evento	Outro
349329	7753025	Acesso Roças Velhas	Não	Não	Não	Sim
346234	7752202	Sítio Canto Verde	Não	Sim	Não	Não
346193	7752169	Associação Bandas de Congo	Sim	Não	Não	Não
346208	7752185	Acesso Sítio Canto Verde	Não	Não	Não	Sim
345734	7752054	Bica Roda D'água	Não	Sim	Não	Não
344995	7752242	Restaurante Ambiente Familiar	Não	Sim	Não	Não
346573	7752309	Acesso Mugumba Pau Amarelo	Não	Não	Não	Sim
345632	7750185	Acesso Pau Amarelo	Não	Não	Não	Sim
338578	7756884	Fazenda Pau Amarelo Terra Santa	Não	Sim	Não	Não
356637	7750943	Ponto de Taxi - Coopertaxi	Sim	Não	Não	Não
357987	7751985	Agência Oxford Turismo	Não	Não	Não	Não
357987	7751879	Escola Samba Independentes de Boa Vista	Não	Não	Não	Não
357665	7751290	Ponto Táxi	Não	Sim	Não	Não
357723	7751160	Segeer Grill	Não	Sim	Não	Não
357766	7750772	LotÚrica	Não	Sim	Não	Não
357781	7750749	Fillete Restaurante	Não	Sim	Não	Não
357808	7750717	Supermercado Extrabom	Não	Sim	Não	Não
357813	7750710	Banco 24h	Não	Sim	Não	Não
357812	7750710	Caixa Banco do Brasil	Não	Sim	Não	Não
357725	7750869	Correios	Não	Sim	Não	Não
357643	7751057	Igreja Santa Maria Goreti	Sim	Não	Não	Não
357823	7750698	Banestes Mais Fácil	Não	Sim	Não	Não
357836	7750675	Ponto de Táxi	Não	Sim	Não	Não
357699	7751090	Banestes	Não	Sim	Não	Não
357648	7751155	Banesfácil	Não	Sim	Não	Não
357630	7751165	Padaria ManÚ	Não	Sim	Não	Não
357604	7751162	Farmácia Rede Farma	Não	Sim	Não	Não
357594	7751158	Supermercado Epa	Não	Sim	Não	Não
357526	7751196	Mirante Transportes	Não	Sim	Não	Não
357749	7751167	LotÚrica	Não	Sim	Não	Não
357472	7751297	Ranking Rentacar	Não	Sim	Não	Não
357208	7752177	Lusa Transportes	Não	Sim	Não	Não
355910	7752436	Toscana Pizzaria	Não	Sim	Não	Não
356440	7751331	Sest/Senat	Não	Sim	Não	Não
356455	7751336	Restaurante	Não	Sim	Não	Não
356288	7751087	Ponto de Táxi - Hospital Meridional	Não	Sim	Não	Não
356365	7751232	Ponto de Táxi - Maternidade São João Batista	Não	Sim	Não	Não
355564	7751017	Matrix Hall	Não	Sim	Não	Não
355227	7749999	Rei do Bafo	Não	Sim	Não	Não
354854	7750143	Agência Eba Viagens	Não	Sim	Não	Não
355302	7750256	Apolo Viagens	Não	Sim	Não	Não
358428	7751145	Ponto de Taxi - Jardim AmÚrica	Não	Sim	Não	Não

Ponto X	Ponto Y	Nome	Atrativo	Equipamento	Evento	Outro
354059	7750091	Parada Viação Águia Branca	Não	Sim	Não	Não
354059	7750091	Centro de Memória Águia BRanca	Não	Sim	Não	Não
354059	7750091	Agência - Águia Branca Turismo	Não	Sim	Não	Não
354059	7750091	Viação - Águia Branca Transportadora	Não	Sim	Não	Não
355302	7750256	Associação das Bandas de Congo	Não	Sim	Não	Não

Atrativos, Equipamentos, Eventos de Viana

Ponto X	Ponto Y	Nome	Atrativo	Equipamento	Evento	Outro
352572	7749247	Agência Bancária Bradesco	Não	Sim	Não	Não
352064	7748611	Restaurante Merlo	Não	Sim	Não	Não
352072	7748622	Ponto de Táxi	Não	Sim	Não	Não
352028	7748588	Posto de Gasolina Shell	Não	Sim	Não	Não
352026	7748587	Lanchonete Posto Shell	Não	Sim	Não	Não
351979	7748529	Motel CQSabe	Não	Sim	Não	Não
351502	7748212	Posto de Gasolina 13 de Maio (BR)	Não	Sim	Não	Não
351416	7748244	Restaurante Sabor Caseiro	Não	Sim	Não	Não
348887	7746088	Hotel Canaã	Não	Sim	Não	Não
348895	7746089	Lanchonete Canaã	Não	Sim	Não	Não
348891	7746089	Churrascaria Posto Ipiranga	Não	Sim	Não	Não
348863	7746078	Posto de Gasolina Ipiranga	Não	Sim	Não	Não
344009	7744806	Praça Principal de Viana	Não	Sim	Não	Não
344029	7744722	Teatro Municipal de Viana	Sim	Não	Não	Não
344099	7744702	Casa da Cultura de Viana	Sim	Não	Não	Não
344123	7744678	Galeria de Arte Casarão	Sim	Não	Não	Não
344320	7744685	Estação Ferroviária de Viana	Sim	Não	Não	Não
344323	7744688	Trem das Montanhas	Não	Sim	Não	Não
344324	7744688	Museu da Estação Ferroviária	Sim	Não	Não	Não
344226	7744676	Antiga Maria Fumaça (Visitação)	Sim	Não	Não	Não
344045	7744638	Praça do Coreto	Não	Sim	Não	Não
344045	7744638	Correios	Não	Sim	Não	Não
343955	7744661	Igreja Nossa Senhora da Conceição	Sim	Não	Não	Não
343955	7744661	Eventos Igreja (Paixão de Cristo)	Não	Não	Sim	Não
343884	7744619	Supermercado Faustão	Não	Sim	Não	Não
343896	7744538	Restaurante ED1000SOM	Não	Sim	Não	Não
343886	7744551	Agência Bancária Caixa Econômica Federal	Não	Sim	Não	Não
343893	7744553	Padaria Viana	Não	Sim	Não	Não
343873	7744546	Loteria Viana	Não	Sim	Não	Não

Ponto X	Ponto Y	Nome	Atrativo	Equipamento	Evento	Outro
343861	7744544	Farmácia Rede Farmes	Não	Sim	Não	Não
343859	7744541	Agência Bancária Banestes	Não	Sim	Não	Não
343820	7744532	Farmácia Lisboa	Não	Sim	Não	Não
343982	7744604	Biroskão Restaurante	Não	Sim	Não	Não
343956	7744579	Restaurante D'Arlete	Não	Sim	Não	Não
343940	7744574	Venda de Passagens Rodoviárias Viação Águia Branca	Não	Sim	Não	Não
343885	7744479	Nossa Rede Supermercado	Não	Sim	Não	Não
343995	7744603	Ponto de Táxi	Não	Sim	Não	Não
344079	7744642	Biblioteca Pública Municipal	Sim	Não	Não	Não
344048	7744731	Praça Pública de Viana	Não	Sim	Sim	Não
344556	7744395	Posto de Gasolina Shell	Não	Sim	Não	Não
344556	7744395	Lanchonete Posto Shell	Não	Sim	Não	Não
347866	7745560	Posto de Gasolina Elias	Não	Sim	Não	Não
347866	7745560	Churrascaria Posto Elias	Não	Sim	Não	Não
347959	7746147	Restaurante Vista da Mata	Não	Sim	Não	Não
351943	7748425	Agência Bancária Banco do Brasil	Não	Sim	Não	Não
352060	7748552	Posto de Gasolina BR	Não	Sim	Não	Não
352087	7748582	Loja de Conveniência do Posto de Gasolina BR	Não	Sim	Não	Não
344048	7744731	Acesso Rampa do Urubu (Salto de Parapente)	Não	Sim	Não	Não
339159	7751880	Fazenda 3 Lagoas	Não	Sim	Não	Não
339384	7751788	Pesque Pague do Nenem	Não	Sim	Não	Não

4 Considerações Finais

A pesquisa intitulada Rede de Difusão do Desempenho do Turismo Capixaba, foi pioneira e deu início a infinitas possibilidades de trabalhos relacionados ao turismo e as atividades decorrentes dela.

No que tange a aplicação do SIG por meio do georreferenciamento dos atrativos, equipamentos, eventos e serviços de apoio ao turismo foi pioneira, um vez que aproximou uma necessidade social (localização dos elementos envolvidos no turismo) de um fator tecnológico em evolução (SIG por meio do georreferenciamento).

A utilização do SIG nas mais diversas áreas é um fato crescente em todo o mundo, estar envolvido nesse processo mostra que a pesquisa Rede de Difusão do Desempenho do Turismo Capixaba é inteiramente relevante.

Um dos fatores que merecem ser destacados é que o georreferenciamento dos atrativos, equipamentos, eventos e serviços de apoio ao turismo será divulgados em diversas mídias e em vários formatos diferentes, o que mostra seu papel de difusão das informações, que é objetivo de qualquer pesquisa.

Com o georreferenciamento e o conhecimento das várias informações coletadas ao longo da pesquisa, é possível estruturar uma análise mais plural do que o turismo representa nos dias de hoje para o Espírito Santo e o que precisa ser feito para melhorar uma atividade que é crescente em todo o mundo.

5 Bibliografia

COELHO, A. L. N. Sistema de Informações Geográficas (SIG) como Suporte na Elaboração de Planos Diretores Municipais, Revista Caminhos de Geografia - ISSN: 1678-6343, 2009.

Colak H, Aydinoglu A (2006) Determining regional tourism development strategies of east black sea region of Turkey by GIS. Paper presented at the FIG XXIII Congress, Munich.

Fernandes, M.C.; Menezes, P. M. L.; Silva, M. V. L. C. Cartografia e turismo: Discussão de Conceitos Aplicados às Necessidades da Cartografia Turística. UFRJ Depto. de Geografia - Lab. de Cartografia(GEOCART), Cidade Universitária - Rio de Janeiro - RJ, Brasil, 2008.

FITZ, P. R. Geoprocessamento sem complicação. São Paulo: Oficina de Textos, 2008

FITZ, Paulo R. Cartografia Básica (nova edição), Ed. Oficina de Textos, 2008.

Haines-Young R, Bunce R, Parr T (1994) Countryside information system: an information system for environmental policy development and appraisal. *Geographical Systems*, 1(4): 329-345.

IEMA - Instituto Estadual de Meio Ambiente, Ortofotomosaicos 2007/2008.

INSTITUTO DE APOIO À PESQUISA E AO DESENVOLVIMENTO JONES DOS SANTOS NEVES – IJSN. [www.ijsn.es.gov.br]. Acesso em: 08 Julho, 2011.

INSTITUTO ESTADUAL DO MEIO AMBIENTE. [www.iema.es.gov.br]. Acesso em: 08 Julho, 2006.

INTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Vários anos.

JOLY, F. A. Cartografia. Campinas: Papirus, 1990.

LONGLEY, P. A. [et. Al.]. Sistemas e Ciência da Informação Geográfica. [tradução: André Schneider...et. Al.]; revisão técnica: Heinrich Hasenack, E. J. W. – 3 ed. – Porto Alegre: Bookman, 2013.

MARTINELLI, M. Cartografia Dinâmica: Tempo e Espaço nos Mapas. In.: GEOUSP - Espaço e Tempo, São Paulo, Nº 18, pp. 53 - 66, 2005.

NOGUEIRA, Ruth E., Cartografia: representação, comunicação e visualização de dados espaciais - 2ª ed. rev. – Florianópolis, Ed. da UFSC, 2008.

PETERSON, M. P. Cartography and the Internet: introduction and research agenda Cartographic Perspectives, v. 26, p. 3-12, 1997.

RAMIREZ, M. R.. Sistemas Gerenciadores de Banco de dados para Geoprocessamento, 1994. Dissertação de Mestrado, Rio de Janeiro: Coppe/Uerj.

SILVA, A. B. Sistemas de Informações Geo-referenciadas: conceitos e fundamentos. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2003.

TSOU, M. H. Revisiting web cartography in the United States: the rise of user-centered design. and Geographic Information Science, v. 38, n. 3, p. 250-257, Jul.2011.

ZANETTI, M.A.Z. Geodésia. Universidade Federal do Paraná. 2007. 95 p.

4. Estudo da Logística de Transporte e Mobilidade Urbana

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	4
2	DESDOBRAMENTO DA FUNÇÃO QUALIDADE - QFD	4
2.1	CONCEITUAÇÃO DO QFD.....	4
2.1.1	<i>Matriz da Qualidade ou Casa da Qualidade</i>	5
2.1.2	<i>Etapas do QFD</i>	6
2.2	APLICAÇÕES DO QFD EM SERVIÇOS.....	8
2.3	CONSIDERAÇÕES PARA APLICAÇÃO DA METODOLOGIA QFD NO CASO EM ESTUDO.....	8
3	DIAGNÓSTICO DO MUNICÍPIO DE CARIACICA	8
3.1	RESERVA BIOLÓGICA DUAS BOCAS.....	9
3.2	CARNAVAL DE CONGO DE MÁSCARAS DE RODA D'ÁGUA.....	15
4	RESULTADO QFD DO MUNICÍPIO DE CARIACICA	20
4.1	ÍTEM DA QUALIDADE DEMANDADA.....	20
4.2	MATRIZ DE CORRELAÇÃO.....	20
4.3	PRIORIZAÇÃO DOS ÍTEMS DE CARACTERÍSTICA DA QUALIDADE.....	5
5	CONCLUSÃO: MUNICÍPIO DE CARIACICA	6
6	DIAGNÓSTICO DO MUNICÍPIO DE VIANA	7
6.1	ESTAÇÃO FERROVIÁRIA DE VIANA.....	7
6.2	IGREJA NOSSA SENHORA DA CONCEIÇÃO.....	9
6.3	CASARÃO DA ARQUITETURA AÇORIANA.....	12
7	RESULTADO QFD DO MUNICÍPIO DE VIANA	14
7.1	ÍTEM DA QUALIDADE DEMANDADA.....	14
7.2	MATRIZ DE CORRELAÇÃO.....	14
7.3	PRIORIZAÇÃO DOS ÍTEMS DE CARACTERÍSTICA DA QUALIDADE.....	31
8	CONCLUSÃO: MUNICÍPIO VIANA	32
9	REFERÊNCIAS	33

1 INTRODUÇÃO

O crescimento do turismo tanto como atividade quanto como indústria ocorreu de fato no último quarto do século XX. Segundo Cooper *et al.* (2001, p. 36), em termos históricos, a atividade turística é um acontecimento relativamente recente e há poucos anos tem sido considerada alvo de projetos empresariais sérios e estudos acadêmicos. Em meio a isso, nos últimos anos o setor socioeconômico do turismo se destaca como um dos mais significativos, incluindo as viagens a negócios, visita a amigos e familiares, viagens por motivações de estudos, saúde, religião, conferências e exposições, eventos esportivos, além das tradicionais viagens de férias e lazer (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2007 *apud* BALDO, 2011).

O Espírito Santo, com uma área de 46.078 Km² e 415 quilômetros de litoral, possui localização estratégica uma vez que está próximo às principais metrópoles do Brasil. Tal proximidade atrai turistas de lazer, eventos e negócios. O Estado se desenvolve, sua economia cresce acima da média nacional oferecendo qualidade de vida aos seus cidadãos. Devido a isso, tem se transformado numa excelente alternativa para turismo e negócios (REDE GAZETA, 2013).

Tendo em vista a importância de tal atividade para o cenário capixaba, desenvolveu-se um projeto com o intuito de constituir uma rede de pesquisa voltada para difusão do desempenho do turismo capixaba. Com esse objetivo foram estudadas as principais questões econômicas que envolvem o desenvolvimento do turismo capixaba, o mapeamento georreferenciado dos equipamentos e atrativos turísticos e a formatação de banco de dados para sua posterior disponibilização em um ambiente virtual.

O projeto denominado Rede de Difusão do Desempenho do Turismo Capixaba visa diagnosticar as diversas áreas do turismo e avaliar o potencial do setor turístico em cinco municípios da Região Metropolitana do estado do Espírito Santo sendo estes Cariacica, Viana, Vila Velha, Serra, Fundão e Guarapari. Busca-se formular, avaliar e aplicar metodologias de apuração de informações setoriais para o Turismo no âmbito dessa região.

Especificamente, esta parte do projeto aborda o setor da mobilidade cuja finalidade é fazer análises na área da logística de transporte e da mobilidade urbana, que, neste caso, caracterizam-se como os acessos a atrativos turísticos e suas proximidades. Sabe-se que obter um diagnóstico é fundamental para buscar melhorias na qualidade. Sendo assim, o objetivo é determinar o direcionamento e priorização do uso de recursos a partir das análises realizadas.

2 DESDOBRAMENTO DA FUNÇÃO QUALIDADE - QFD

2.1 Conceituação do QFD

O desdobramento da função qualidade ou QFD (*Quality Function Deployment*) pode ser conceituado como uma forma de comunicação sistematizada das informações relativas à qualidade e aos métodos para se atingir a qualidade. Tem, ainda, como objetivo garantir a qualidade durante o desenvolvimento do produto. O QFD é constituído de duas partes: o Desdobramento da Qualidade (QD) e o Desdobramento da Função Qualidade no sentido restrito (QFD_r) (CHENG e MELO FILHO, 2010, p. 44 *apud* ARPINI e RIBEIRO, 2012).

Segundo Cheng *et al* (1995 *apud* ARPINI e RIBEIRO, 2012), o Desdobramento da Qualidade (QD) visa desdobrar a qualidade de maneira estruturada, por meio da lógica da causa e efeito. Para isso, parte-se da voz do cliente, identificando-se a qualidade exigida e desdobrando-a até alcançar os parâmetros de controle do processo. Já o QFD restrito é definido por Cheng *et al* (1995 *apud* ARPINI e RIBEIRO, 2012) como “o desdobramento da função do trabalho ou desdobramento de um conjunto de procedimentos gerenciais e técnicos”.

Outra definição desta ferramenta é apresentada por Akao (1996 *apud* ARPINI e RIBEIRO, 2012), que afirma que o QFD trata-se da conversão das necessidades dos clientes em características da qualidade para o produto acabado, desdobrando de forma metódica as relações entre as demandas e características, começando com a qualidade de cada componente funcional e expandindo o desdobramento para a qualidade de cada parte ou processo. Conforme Miguel (2008 *apud* ARPINI e RIBEIRO, 2012) o QFD é uma metodologia voltada para o desenvolvimento de produtos/serviços visando determinar as especificações a partir das necessidades dos clientes.

Percebe-se que os autores tendem para a definição de que o QFD é um método para traduzir as necessidades dos clientes em requisitos técnicos apropriados, possibilitando a introdução dos desejos e anseios nos produtos e serviços (ARPINI e RIBEIRO, 2012).

2.1.1 *Matriz da Qualidade ou Casa da Qualidade*

O QFD é operacionalizado usando-se a Matriz da Qualidade (CHENG E MELO FILHO, 2010 *apud* ARPINI *et al*, 2013), que visa fazer o projeto da qualidade, determinando as qualidades exigidas pelos clientes, exibindo a correlação entre essas qualidades exigidas e as características da qualidade do produto. Após isso, precisa-se converter a importância aos itens de qualidade exigida para os itens de características da qualidade.

Essa matriz é composta pelos mundos do cliente e da tecnologia, que são conectados por uma relação de causa-efeito, sistematizada pelas funções de extração, correlação e conversão. A extração é quando uma tabela origina-se a partir da outra. A correlação tem graus indicados por símbolos, tais como forte, moderada, fraca ou inexistente, e objetiva identificar as relações entre os itens desdobrados das tabelas. A conversão é um processo quantitativo, no qual a importância dos elementos de uma tabela é transmitida para outros elementos de outra tabela (CHENG E MELO FILHO, 2010 *apud* ARPINI e RIBEIRO, 2012).

A Matriz da Qualidade é o resultado junção da Tabela de Desdobramento da Qualidade Exigida (QE) com a Tabela de Desdobramento das Características da Qualidade (CQ). Enquanto a primeira tabela refere-se ao mundo dos clientes, a segunda diz respeito ao mundo da tecnologia (AKAO, 1996 2010 *apud* ARPINI e RIBEIRO, 2012).

De acordo com Eureka e Ryan (1992 *apud* ARPINI e RIBEIRO, 2012) essa matriz, também chamada de Casa da Qualidade pela semelhança da forma, é a primeira a ser elaborada no método QFD e embasa as próximas etapas. Segundo Akao (1996 *apud* ARPINI e RIBEIRO, 2012), “esta matriz visa listar os itens da qualidade exigida pelo consumidor, priorizando aqueles que maximizam a sua satisfação, e correlacionar estes itens às características da qualidade do produto que os traduzam”.

Resumindo, a casa da qualidade possibilita a organização e maior visibilidade das informações, e sua utilização permite que o projeto básico do produto seja estabelecido com foco nas necessidades dos consumidores (CHENG e MELO FILHO, 2010 *apud* ARPINI e RIBEIRO, 2012).

Destaca-se que a ênfase está na metodologia e não no uso da matriz, que é apenas uma ferramenta para melhor estruturar e processar as informações. (CHENG e MELO FILHO, 2010 *apud* ARPINI e RIBEIRO, 2012). A matriz da qualidade genérica é apresentada na Figura 1.

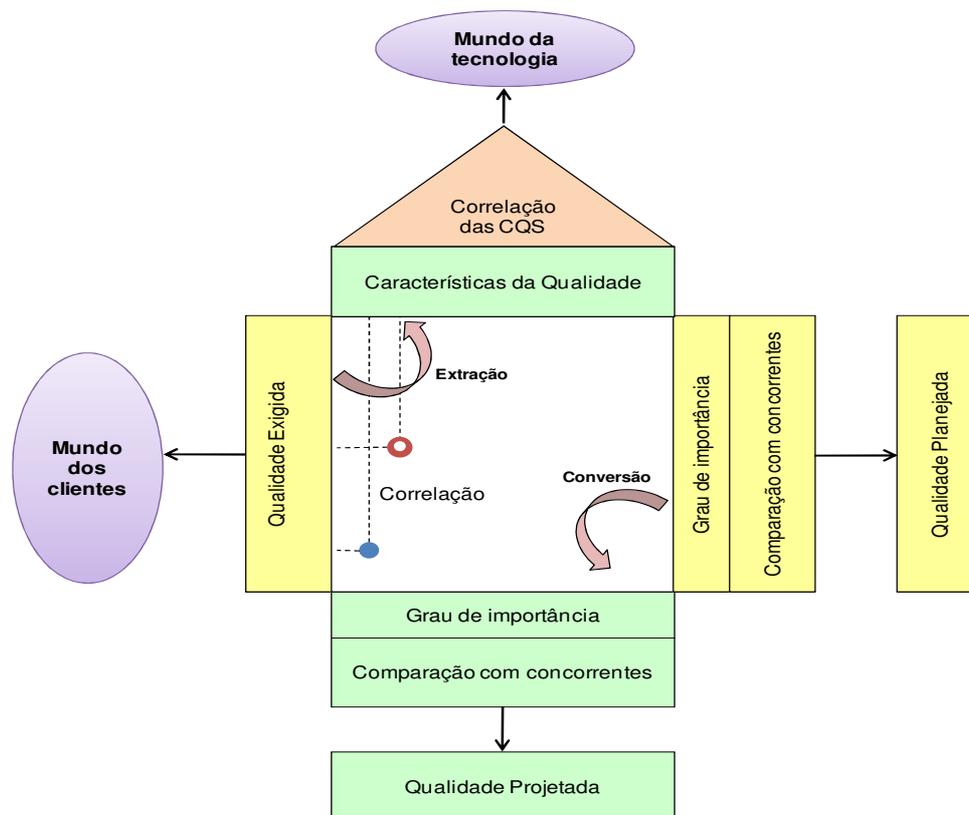


Figura 1 - Matriz da Qualidade

Fonte: Adaptado de Cheng et al. (1995 *apud* ARPINI e RIBEIRO, 2012)

Na Figura 1, são identificadas as duas principais etapas de elaboração da Matriz da Qualidade: a Tabela de Desdobramento das QEs, determinando-se a Qualidade Planejada e a Tabela de Desdobramento das CQs, definindo-se Qualidade Projetada. Nas duas fases apura-se o grau de importância de cada item (ARPINI e RIBEIRO, 2012).

2.1.2 Etapas do QFD

A primeira etapa, que consiste na construção da Tabela de Qualidade exigida, visa obter informações junto ao cliente dos itens que mais influenciam na qualidade do produto ou serviço segundo sua percepção, ou seja, “captar a voz do cliente” (ARPINI e RIBEIRO, 2012).

O objetivo primordial é gerar uma lista de necessidades que seja a mais abrangente possível. Para isso há duas técnicas: as qualitativas, que incluem entrevistas individuais, entrevistas em grupo, observação direta do comportamento do cliente ao usar ou escolher o produto ou serviço; e as quantitativas, que tem como principal representante o levantamento por questionário, que pode ser aplicado por meio de entrevista pessoal, correio ou telefone (CHENG ET AL, 1995 *apud* ARPINI e RIBEIRO, 2012).

Depois de obter as informações, devem-se converter os dados originais em necessidades, chamadas de **itens exigidos**, que dizem respeito às necessidades de todo tipo: qualidade intrínseca do produto ou serviço, preço, etc. Nesta etapa o importante é identificar e organizar os itens exigidos que se refiram à qualidade intrínseca do produto ou serviço, os quais, na literatura de QFD, são chamados **qualidade exigida (QE)** (CHENG e MELO FILHO, 2010 *apud* ARPINI e RIBEIRO, 2012). A Tabela de Qualidade Exigida é definida por Cheng e Melo Filho (2010 *apud* ARPINI e RIBEIRO, 2012) como “a representação organizada e detalhada das verdadeiras exigências do (s) cliente (s), na linguagem do grupo de desenvolvimento”.

A segunda etapa trata-se da qualidade planejada, que é obtida pela priorização dos itens de qualidade exigida, por meio da atribuição de pesos que quantificam a importância de cada um desses itens (ARPINI e RIBEIRO, 2012).

Na terceira etapa, tem-se a transformação da voz dos clientes em características da qualidade, por meio da extração da tabela de características da qualidade, a partir da tabela de qualidade exigida (CHENG e MELO FILHO, 2010 *apud* ARPINI e RIBEIRO, 2012). Nesta fase, para originar as características da qualidade, faz-se uso da técnica do *brainstorming* (CHENG *et al*, 1995 *apud* ARPINI e RIBEIRO, 2012).

Na quarta etapa elabora-se a Matriz de correlação a partir das tabelas de qualidade exigida e da tabela de características da qualidade. Correlação é a identificação do grau de influência ou interferência que um item de uma tabela exerce sobre o outro. Tal processo é efetuado com base na experiência da equipe, a qual se reúne e busca o consenso para todas as correlações existentes na matriz (CHENG *et al*, 1995 *apud* ARPINI e RIBEIRO, 2012).

O processo de correlação do QFD tem dois objetivos: identificar as relações de causa-e-efeito entre os itens desdobrados das tabelas de qualidades exigidas e de características da qualidade, e viabilizar a priorização dos itens das características da qualidade em função dos pesos atribuídos às qualidades exigidas, o que é chamado processo de conversão. Assim, é possível visualizar como as especificações do produto/serviço afetam a satisfação dos consumidores (CHENG e MELO FILHO, 2010 *apud* ARPINI e RIBEIRO, 2012).

Antes de determinar as correlações, precisam ser definidas as intensidades e os critérios que serão utilizados. Na Tabela 1 há uma forma de representação das intensidades das correlações, que podem ser forte, média, fraca ou inexistente e necessitam estar associadas a um valor numérico. Para possibilitar uma melhor visualização da distribuição das correlações nas matrizes, é feito o uso de símbolos e/ou cores (CHENG e MELO FILHO, 2010 *apud* ARPINI e RIBEIRO, 2012).

Tabela 1 - Definições para as correlações da matriz de QFD

Símbolo	Correlação	Peso
	Forte	9
	Moderada	3
	Fraca	1
“Em branco”	Inexistente	-

Fonte: Adaptado de Cheng e Melo Filho (2010 *apud* ARPINI e RIBEIRO, 2012)

Na quinta etapa é realizado o processo de conversão, que consiste em transferir a importância, ou seja, o peso relativo atribuído a cada item da tabela de qualidades exigidas para os itens da tabela de características de qualidade, a partir das correlações identificadas na matriz. (CHENG *et al*, 1995 *apud* ARPINI e RIBEIRO, 2012).

Trata-se de um dos processos mais importantes na elaboração da matriz da qualidade, pois é por meio dele que a importância atribuída pelos clientes a cada qualidade exigida é transferida às características da qualidade, determinando as prioridades do projeto (CHENG e MELO FILHO, 2010 *apud* ARPINI e RIBEIRO, 2012).

O cálculo utilizado para conversão dos pesos das qualidades exigidas em pesos de cada item das características da qualidade é o seguinte (CHENG e MELO FILHO, 2010 *apud* ARPINI e RIBEIRO, 2012): “multiplicar as correlações pelos pesos das qualidades exigidas por linha da matriz, e somar este produto por coluna”.

2.2 Aplicações do QFD em serviços

As primeiras aplicações de QFD no setor de serviços foram desenvolvidas por Ohfuji, Noda e Ogino no Japão em 1981, que utilizaram o método em um *shopping center*, um complexo esportivo e em várias lojas de departamento (MAZUR, 1993 *apud* ARPINI *et al*, 2013). No Brasil as aplicações iniciais no setor de serviços se concentraram nas áreas de suprimento de energia, gás e água (OLIVEIRA, 2006 *apud* ARPINI *et al*, 2013).

A partir da revisão na literatura, identificou-se o emprego do QFD nas seguintes áreas de prestação de serviços (ARPINI e RIBEIRO, 2012): agronegócio (GUAZZI, 1999; BARROS, 2001; NAGUMO, 2005; ALVES, 2009; MATOS, 2009); saúde (BOFF, 2004; VOLPATO ET AL, 2010); ensino (NOCKER ET AL, 2011; MATEI ET AL, 2012; FABRI e CARVALHO, 2012); logística (BITTENCOURT, 2006; WAGNER ET AL, 2008); treinamento (DIAS JÚNIOR, 2012); bancária (COSTA, 1999; RAMOS ET AL, 2011); concessionária (OLIVEIRA ET AL, 2010); gráfica (FENERICH ET AL, 2011) e em transportes (SILVA, 2000; BASTIDAS *et al*, 2001; SILVEIRA, 2002; SHEIN, 2004; SPERANDIO, 2005; PÊGO, 2006; OLIVEIRA, 2006; KORZENOWASKI *et al*, 2008; JAMMAL, 2010; HOLZ *et al*, 2010; ARPINI e RIBEIRO, 2012).

2.3 Considerações para aplicação da metodologia QFD no caso em estudo

Sabe-se que a primeira etapa do método é marcada pela aplicação de técnicas qualitativas e quantitativas, tais como realização de entrevistas e levantamento por questionário, para obter informações junto ao cliente sobre os itens que mais influenciam na qualidade do produto ou serviço. Depois de obter as informações, devem-se converter os dados originais em necessidades, chamadas de itens exigidos, e estruturar a Tabela de Qualidade Exigida.

Contudo, o projeto inclui muitos atrativos turísticos, dispersos geograficamente, pois abrange ao todo seis municípios do Estado do Espírito Santo, o que dificultaria a visita dos pesquisadores a todos os locais pessoalmente para conseguir esses dados primários. Portanto, a fim de padronizar o modo de aplicação do método para todos os atrativos, essa etapa foi realizada por meio de levantamentos bibliográficos, construindo-se, com base na tese de Costa (2008), uma lista com os aspectos relativos à logística e mobilidade urbana de modo geral, que, neste projeto, referem-se aos acessos a atrativos turísticos.

Ressalta-se que a segunda etapa do método QFD, que diz respeito à priorização dos itens da Tabela de Qualidade Exigida, também precisou ser adaptada, uma vez que essa fase é elaborada com base nas respostas obtidas via questionário, e conforme descrito acima, a aplicação de questionários não foi realizada. Optou-se, então, pelo uso de imagens do site do Google Street View e Google Maps de 2013, além de informações contidas em outros sites da internet a fim de analisar os acessos no entorno dos atrativos, e, qualitativamente, determinar a importância de cada item listado. Destaca-se que tais análises e julgamentos foram efetuados pela equipe de pesquisadores deste projeto, composta de estudantes de engenharia civil, e pelo coordenador, um engenheiro civil com experiência na área de logística e mobilidade urbana. Por esse motivo, a determinação do grau de importância não foi prejudicada pela ausência de questionário, uma vez que os itens estudados dependiam de uma visão mais técnica do que uma perspectiva dos proprietários dos atrativos turísticos e/ou turistas.

As demais etapas foram realizadas segundo descrito na seção 2.1.2.

3 DIAGNÓSTICO DO MUNICÍPIO DE CARIACICA

O presente diagnóstico aborda a mobilidade do turismo no município de Cariacica. Cariacica é um município pertencente à região metropolitana da Grande Vitória. Localiza-se entre os municípios de Viana, Vila Velha,

Vitória, Serra, Santa Leopoldina e Domingos Martins. De origem indígena e com influências das culturas negra e europeia, a cidade possui região urbana e rural. O centro urbano abriga grande área comercial e mais de 90% da população, mas a região rural se estende por uma ampla área do território (PMC,2013). O diagnóstico foi realizado nos atrativos de maior relevância do município, conforme sugestão da equipe de pesquisa e são os listados abaixo:

- Reserva Biológica Duas Bocas
- Carnaval de Congo de Máscaras de Roda D'Água

Serão analisados qualitativamente para cada atrativo os tópicos seguintes, que dizem respeito à logística e mobilidade nas proximidades do atrativo.

- Estacionamento: Todo espaço que pode ser destinado, dentro das leis de trânsito, ao estacionamento de carros, motos, ônibus e bicicletas.
- Acessibilidade para deficientes: Todos os tipos de adaptações existentes que auxiliam indivíduos com deficiência no acesso ao atrativo
- Sinalização horizontal: Sinalização executada sobre o pavimento de uma via para o controle, advertência e orientação ou informação ao usuário
- Sinalização vertical: Sinalização viária, que se utiliza de sinais mostrados sobre placas fixadas na posição vertical, ao lado ou suspensas sobre a pista.
- Sinalização turística: Conjunto de placas de sinalização inseridas sucessivamente no decorrer de um trajeto estabelecido, com mensagens escritas ordenadas, setas direcionais e pictogramas.
- Pavimentação: Estruturas das vias de acesso.
- Ponto de táxi: Local onde um grupo de táxis fica disponível para atendimento.
- Ponto de ônibus: Local onde há parada de ônibus de linha regular.
- Iluminação pública: Todas as luminárias presentes ao longo das vias de acesso

Com o levantamento dos tópicos citados, será elaborada uma matriz QFD para levantar as prioridades de investimento, com vistas a melhoria da mobilidade urbana nas proximidades dos atrativos pesquisados, objetivando contribuir para o desenvolvimento do turismo no município de Cariacica. Para a realização do levantamento foram analisadas imagens do sítio do Google Street View e Google Maps de 2013, além de informações contidas em outros sítios da internet.

3.1 Reserva Biológica Duas Bocas

Localizada na área rural de Cariacica, a reserva foi criada inicialmente como Reserva Florestal. Em 1991, por meio da Lei Estadual nº 4.503, teve sua categoria redefinida. É de posse e domínio públicos. Nesta reserva está localizada a represa de Duas Bocas, inaugurada pelo Presidente Getúlio Vargas, e abastecida pelos rios Pau Amarelo, Rios Panela e Naia-Assú. A unidade faz parte do Corredor Ecológico Duas Bocas - Mestre Álvaro. As principais atividades são fiscalizações, recepção de escolas e pesquisas científicas. A reserva representa um importante fragmento florestal de Mata Atlântica em bom estado de conservação e abriga fauna rica e diversificada, com espécies raras e ameaçadas de extinção (IEMA, 2013). Foram adotadas como premissa as imagens que chegam mais próximo ao acesso à Reserva Biológica Duas Bocas. As ruas analisadas são a Alfredo Couto Teixeira, a São Marcos e a Estrada para Duas Bocas.

De acordo com a Figura 2, Figura 3 e Figura 4, há trechos com pavimento de blocos de concreto intertravados em um trecho em boas condições e em outro com más condições. É possível observar também a existência de ponto ônibus sinalizado, embora sem abrigo.



Figura 2 - Acesso Duas Bocas – Rua Alfredo Couto Teixeira



Figura 3 - Acesso Duas Bocas – Rua Alfredo Couto Teixeira



Figura 4 - Acesso Duas Bocas – Rua Alfredo Couto Teixeira

Na Figura 5 pode se notar a existência de pavimentação asfáltica em bom estado de conservação embora não haja presença de sinalização horizontal nem vertical.



Figura 5 - Acesso Duas Bocas – Rua Alfredo Couto Teixeira

A Figura 6 mostra a bifurcação da Rua São Marcos onde ocorre o início da Rua São Jorge, à esquerda, e da Estrada para Duas Bocas, à direita. Para análise da mobilidade, a partir deste ponto foi analisada apenas a Estrada para Duas Bocas.



Figura 6 - Acesso Duas Bocas – Rua São Marcos

A sinalização vertical e horizontal no que se refere ao trânsito do bairro no acesso ao atrativo não foi percebida até a chegada à bifurcação que dá acesso à Estrada de Duas Bocas. No entanto, de acordo com a Figura 7, a bifurcação possui uma placa de indicação visível na entrada para a estrada que leva à reserva. Há diversos postes em todo o trecho, que possivelmente garantem uma boa iluminação pública. Não foram localizados pontos de táxi.



Figura 7 - Acesso Duas Bocas – Rua São Marcos

Após a bifurcação não é mais possível a análise pelo Google Streer View, e por isso realizou-se o diagnóstico da Estrada para Duas Bocas por imagens de vista aérea do Google Maps. A Figura 8 demonstra a vista aérea da bifurcação e o trecho inicial da Estrada para Duas Bocas.



Figura 8 - Acesso Duas Bocas – Vista aérea da bifurcação

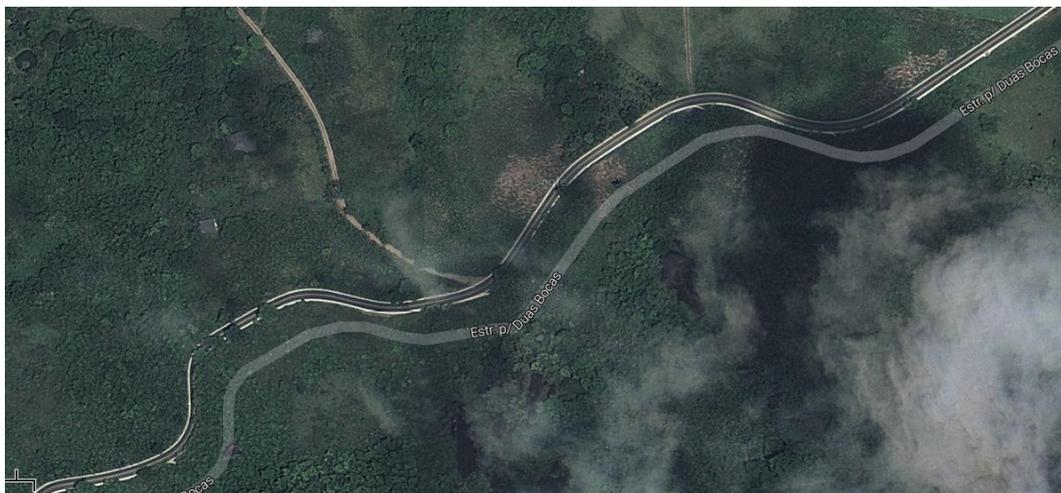


Figura 9 - Acesso Duas Bocas – Vista aérea da Estrada para Duas Bocas

A estrada possui sinalização horizontal, entretanto, não foi percebida sinalização vertical a partir da bifurcação indicando a própria reserva. De acordo com a Figura 9 e a Figura 10, não é possível afirmar que haja iluminação pública neste trecho.



Figura 10 - Acesso Duas Bocas – Vista aérea da Estrada para Duas Bocas

Aparentemente não há nenhuma instalação específica para deficientes na Reserva. Da mesma forma, também não existe calçada cidadã nas ruas de acesso analisadas. De acordo com a Figura 11, não é possível dizer se esta acessibilidade se faz presente na chegada do atrativo. Não há ciclovias em nenhum dos trechos. Conforme as imagens da Estrada para Duas Bocas não é possível dizer também se há pontos de ônibus, entretanto, de acordo com a CETURB-GV, há uma linha que liga Duas Bocas ao terminal de Campo Grande.

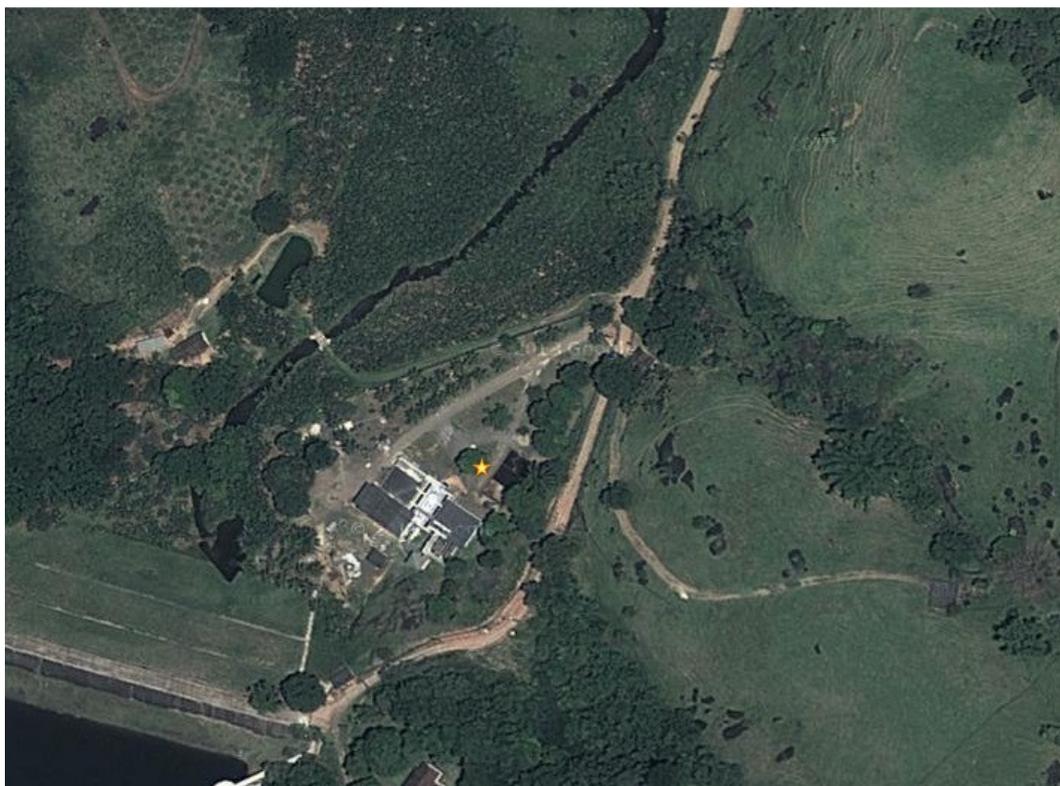


Figura 11 - Acesso Duas Bocas – Vista aérea da Reserva

Após a observação das imagens aéreas nota-se que a estrada para Duas Bocas está em sua grande parte constituída de pavimento asfáltico em boas condições e no final (Figura 11) a estrada se muda em estrada sem pavimento. Também de acordo com a Figura 11, foi percebida a existência de um espaço amplo na Reserva que pode ser um estacionamento.

3.2 Carnaval de Congo de Máscaras de Roda D'água

O Carnaval de Congo de Máscaras de Roda D'Água, que acontece em abril é uma manifestação da cultura afro-brasileira, com grande influência indígena e que resiste ao tempo. Representa um antigo gesto em homenagem à padroeira do Espírito Santo. Contam os descendentes que, no passado, diante da dificuldade de locomoção até o Convento da Penha, os moradores decidiram homenagear a santa saindo pelas ruas da localidade em procissões animadas por tambores de congo. Todo ano cerca de 10 mil pessoas participam da festa (SECULT, 2013). Foram adotadas como premissa as imagens que chegam mais próximo ao acesso à Roda D'Água. As ruas analisadas são a Rua Principal, Avenida Moxuara e a Rua para Roda D'Água.



Figura 12 - Acesso Roda D'Água – Rua Principal

De acordo com a Figura 12, nota-se a existência de ponto de ônibus na Rua Principal, assim como a pavimentação do tipo bloco de concreto intertravado em bom estado em todo esse trecho até a Avenida Moxuara (Figura 13). A calçada possui trechos em bom estado de conservação e trechos mal conservados.



Figura 13 - Acesso Roda D'Água – Rua Principal



Figura 14 - Acesso Roda D'Água – Avenida Moxuara

Como mostrado na Figura 14 e em seguida na Figura 15, nota-se a continuidade da pavimentação de blocos de concreto intertravados em bom estado de conservação. Percebe-se também a existência de uma placa de indicação na entrada da Avenida Moxuara.



Figura 15 - Acesso Roda D'Água – Avenida Moxuara

Na Figura 16 nota-se o início do trecho não pavimentado, mas em bom estado de conservação, que segue até o bairro Roda D'Água.



Figura 16 - Acesso Roda D'Água – Avenida Moxuara

Na Figura 17 e na Figura 18 nota-se a continuidade da rua não pavimentada com bom estado de conservação e início da área mais rural. Por ser um acesso não pavimentado, pode-se inferir que em épocas de chuvas o acesso fique comprometido.



Figura 17 - Acesso Roda D'Água – Rua para Roda D'Água



Figura 18 - Acesso Roda D'Água – Rua para Roda D'Água

Na Figura 19 nota-se a existência de mais uma placa de indicação. O atrativo está localizado na região rural de Cariacica, por este motivo, ao longo do trecho de acesso não se percebe a existência de pontos de táxi.

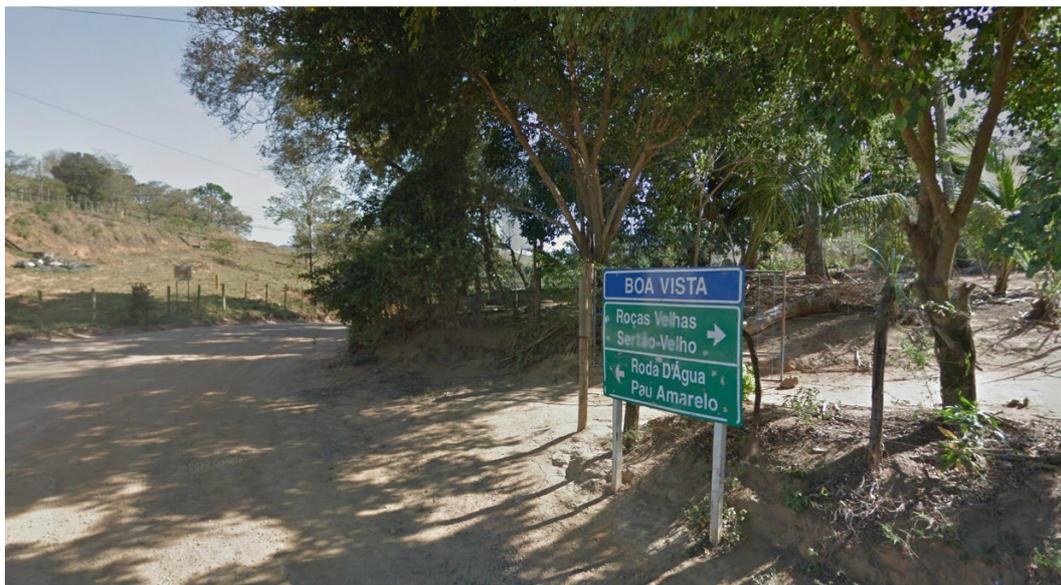


Figura 19 - Acesso Roda D'Água – Rua para Roda D'Água

Na Figura 20 nota-se ainda a presença de pontos de ônibus. Outro tópico também notado até este trecho é a existência de postes de iluminação pública. Na parte mais urbana, o espaçamento entre os postes é menor, logo, nessa parte subentendeu-se que a iluminação é melhor.



Figura 20 - Acesso Roda D'Água – Rua para Roda D'Água

A Figura 21 mostra a última imagem feita na Rua Roda D'Água pelo Google Street View. Não foi observado semáforos nas ruas que dão acesso ao atrativo, porém, não se considera que este quesito tenha grande grau de importância uma vez que o tráfego de veículos e de pessoas na região é pequeno. Pelo mesmo motivo, não há sinalização ao longo de todo o trecho nem presença de ciclovia.



Figura 21 - Acesso Roda D'Água – Rua para Roda D'Água

Aparentemente, o evento de carnaval que ocorre no bairro de Roda d'Água não demanda instalações específicas para deficientes, de tal forma, a acessibilidade à portadores de deficiência não está presente. De acordo com as imagens, não é possível dizer se esta acessibilidade se faz presente na chegada do atrativo e nem se há presença de estacionamento.

4 RESULTADO QFD DO MUNICÍPIO DE CARIACICA

4.1 Itens da qualidade demandada

Para desenvolvimento do QFD faz-se necessário a obtenção da listagem de itens de qualidade exigida pelos clientes. Baseado na análise das condições de mobilidade do entorno dos atrativos turísticos e no diagnóstico elaborado obteve-se a priorização nos itens da qualidade demandada no município de Cariacica conforme a Tabela 2. Por se tratar de tema muito específico e com poucos dados estatísticos, optou-se por atribuir um peso pequeno à acessibilidade à portadores de deficiência, deixando este tema para ser analisado por um eventual trabalho específico futuro.

Tabela 2 - Itens da Qualidade Demandada

ITENS DA QUALIDADE DEMANDADA	PESO	PRIORIZAÇÃO
Existência de acesso viário bem conservado	1,00	1º
Existência de sinalização indicativa do atrativo	1,00	1º
Existência de vagas de estacionamento	0,50	2º
Existência de pontos de táxi nas proximidades do atrativo	0,25	3º
Existência de pontos de ônibus nas proximidades do atrativo	0,25	3º
Existência de Ciclovias	0,20	4º
Acessibilidade à portadores de deficiência	0,20	4º

4.2 Matriz de correlação

Cientes dos itens da qualidade demandada e dos itens de qualidade exigida, elaborou-se uma matriz correlacionando todos estes tópicos de acordo o grau de influência conforme demonstrado na Tabela 1. A matriz denominada de Matriz de Correlação está indicada na Tabela 3.

A seguir são apresentadas as análises que levaram ao peso das correlações:

1) Existência de um acesso viário bem conservado

Para a existência de um acesso viário bem conservado, considerou-se peso maior para a “conservação de pavimento das ruas e estradas de acesso ao atrativo”, “asfaltamento das vias de acesso ao atrativo” e “aumento de placas específicas de turismo na cor marrom” uma vez que são itens faltantes nos acessos e suas proximidades. A “melhoria de iluminação nas vias de acesso ao atrativo”, “aumento de placas indicativas do atrativo” e “melhoria da sinalização viária” foram considerados medianos para o município, pois na maior parte dos trajetos já existem e precisam de melhoras.

2) Existência de ciclovias

A existência de ciclovias correlacionou-se moderadamente com a “melhoria de iluminação nas vias de acesso ao atrativo” visto que o horário de funcionamento e pico de visitantes ocorre em período que a iluminação não se faz tão necessária e com o “aumento de vaga de estacionamento para bicicletas”, pois os tipos de atrativos presentes não possuem alto potencial de atração de ciclistas. Tal item correlacionou-se fortemente com a “construção de ciclovias até o atrativo”, pois não há ciclovias em nenhum acesso.

3) Existência de pontos de táxi nas proximidades do atrativo

A existência de pontos de táxi nas proximidades do atrativo correlacionou-se fortemente com o “aumento de pontos de taxi nas proximidades do atrativo” já que não foi percebida a existência destes. Houve uma correlação fraca com “melhoria da iluminação pública no atrativo”, pois aparentemente, tal item pouco influencia na existência dos pontos de táxi.

4) Existência de pontos de ônibus nas proximidades do atrativo

Não foi possível observar a existência de pontos de ônibus até os atrativos devido à falta de imagens, entretanto, julgou-se com peso forte o “aumento de linhas de ônibus para o atrativo” por entender que tal característica possui influência. O “aumento de pontos de ônibus nas proximidades do atrativo” foi considerado com peso moderado pois até onde foi possível observar, havia, aparentemente, pontos de ônibus suficientes para a demanda.

5) Acessibilidade à portadores de deficiência

O “aumento de oferta de transporte público para pessoas com necessidades especiais”, “aumento de vaga de estacionamento para pessoas com necessidades especiais” e a “construção de calçadas cidadãs para pessoas com necessidades especiais” foram consideradas com forte grau de correlação devido a inexistência, aparentemente, destas características nos acessos. A “melhoria da conservação das calçadas no entorno do atrativo” obteve peso moderado uma vez que possui influência na acessibilidade à portadores de deficiência, em meio a isso, não foi possível observar o estado de conservação e/ou existência de calçadas no entorno.

6) Existência de vagas de estacionamento

Nos atrativos listados de Cariacica, notou-se, aparentemente, pouco espaço destinado a estacionamento, por isso, o “aumento de vaga de estacionamento para veículos” e “aumento de vaga de estacionamento para ônibus de turismo” obteve forte grau de correlação. O “aumento de vaga de estacionamento para pessoas com necessidades especiais” obteve correlação moderada devido ao público pequeno de pessoas com deficiência.

7) Existência de sinalização indicativa do atrativo

Foi observado nos atrativos a existência de sinalização indicativa, mas em pouca quantidade, por ser considerado de grande relevância, o “aumento de placas indicativas do atrativo” obteve correlação forte. Placas turísticas marrons foram pouco notadas então o “aumento de placas específicas de turismo na cor marrom” também recebeu forte correlação. A “melhoria da sinalização viária” possui correlação moderada por ser considerada, aparentemente, suficiente em certos trechos e se tratando em sua maioria de áreas rurais.

4.3 Priorização dos itens de característica da qualidade

A priorização dos itens de característica da qualidade é feita por meio da conversão do peso dos itens da qualidade exigida para os itens de características da qualidade usando-se as correlações identificadas na matriz de correlação. Assim, considera-se tanto as correlações efetuadas como a importância atribuída pelo usuário (ARPINI e RIBEIRO, 2012).

A partir do cálculo dos pesos relativos (PR), obteve-se a priorização das características da qualidade apresentada na Tabela 4 em ordem decrescente. A classificação dos itens indica ainda seus pesos absolutos (PA). Com essa priorização, ficaram identificadas em quais características as instituições devem concentrar sua atenção de forma a aumentar a satisfação do público.

Tabela 4 - Priorização dos Itens das Características da Qualidade

CARACTERÍSTICAS DA QUALIDADE	PA	PR	PRIORIDADE
Aumento de placas específicas de turismo na cor marrom	18,0	21,50%	1º
Aumento de placas indicativas do atrativo	12,0	14,30%	2º
Conservação de pavimento das ruas e estradas de acesso ao atrativo	9,0	10,70%	3º
Asfaltamento das vias de acesso ao atrativo	9,0	10,70%	3º
Melhoria da sinalização viária	6,0	7,20%	4º
Aumento de vaga de estacionamento para pessoas com necessidades especiais	5,1	6,10%	5º
Aumento de vaga de estacionamento para veículos	4,5	5,40%	6º
Aumento de vaga de estacionamento para ônibus de turismo	4,5	5,40%	6º
Melhoria de iluminação nas vias de acesso ao atrativo	3,6	4,30%	7º
Aumento de linhas de ônibus para o atrativo	2,3	2,70%	8º
Aumento de pontos de taxi nas proximidades do atrativo	2,3	2,70%	8º
Aumento de oferta de transporte público para pessoas com necessidades especiais	1,8	2,10%	9º
Construção de calçadas cidadãs para pessoas com necessidades especiais	1,8	2,10%	9º
Construção de ciclovias até o atrativo	1,8	2,10%	9º
Aumento de pontos de ônibus nas proximidades do atrativo	0,8	0,90%	10º
Aumento de vaga de estacionamento para bicicletas	0,6	0,70%	11º
Melhoria da conservação das calçadas no entorno do atrativo	0,6	0,70%	11º
Melhoria da iluminação pública no atrativo	0,3	0,30%	12º

Na Tabela 4, encontram-se as ordens de prioridades que devem ser investidas na mobilidade urbana para o município de Cariacica. Serão citadas as três mais importantes do município:

1ª prioridade - Aumento de placas específicas de turismo na cor marrom

Não foi observada a existência de placas específicas de turismo na cor marrom nas proximidades dos atrativos turísticos de Cariacica, por isso esse item ficou em primeiro lugar nos pesos dos itens de qualidade, e também foi o primeiro na ordem de priorização das características da qualidade a ser investido no município. O aumento e/ou existência dessas placas, poderia ocasionar o aumento do número de visitantes.

2ª prioridade – Aumento de placas indicativas do atrativo

Nos atrativos pesquisados no município de Cariacica não foram percebidas placas indicativas suficientes, por isso tal item ficou em segundo lugar. A implantação de um maior número de placas poderia proporcionar um maior número de visitantes

3ª prioridade – Conservação de pavimento das ruas e estradas de acesso ao atrativo e Asfaltamento das vias de acesso ao atrativo

Grande parte das vias de acesso aos atrativos mostrados possuem trechos pavimentados com blocos de concreto intertravados e trechos sem pavimentação. Há ainda locais em más condições de conservação e aqueles em que em períodos chuvosos ficam comprometidos. Por tais motivos essas características da qualidade obtiveram o terceiro lugar. A conservação de pavimento das ruas e estradas de acesso ao atrativo e o asfaltamento das vias de acesso poderiam aumentar a motivação de visitantes em ir aos atrativos.

Essas são as três principais prioridades a serem investidas, seguidas da melhoria da sinalização viária no atrativo, aumento de vaga de estacionamento para pessoas com necessidades especiais entre outras indicadas na Tabela 4. Com o objetivo de melhorar a mobilidade urbana do município, junto a ordem de priorização devem ser levados em conta os recursos disponíveis, e todo o processo orçamentário da prefeitura. Há ainda que se considerar os itens que não foram percebidos e ainda assim não foram listados como primários, como é o caso da existência de ciclovias. Viu-se que tal item não é realmente um quesito necessário devido ao tipo de atrativo e turismo do local, que se firma em sua maior parte como rural.

Pode-se perceber ainda que as prioridades são obtidas numa visão geral dos atrativos do município. A implantação de placas específicas de turismo na cor marrom deve ser a mais importante para todos os atrativos, visto que não foi observada em ambos os atrativos, e o aumento de placas indicativas segue o mesmo parâmetro. O asfaltamento das vias de acesso, no entanto, pode não ser a terceira prioridade como é o caso do acesso à Roda D'Água visto que o evento do Carnaval de Congo de Máscaras ocorre apenas uma vez por ano.

5 CONCLUSÃO: MUNICÍPIO DE CARIACICA

Este relatório teve por objetivo identificar ações prioritárias para a melhoria da mobilidade urbana, no entorno dos atrativos turísticos selecionados pela pesquisa, a fim de contribuir para o desenvolvimento do turismo no município de Cariacica através de um levantamento qualitativo de itens. Para tanto, foram realizados diagnósticos a partir de imagens do Google Earth, Google Street View e visitas aos locais visando levantar o estado atual das condições de mobilidade e logística dos atrativos deste município.

Para definição da qualidade exigida tomou-se como base Costa (2008) e a experiência de pesquisadores da equipe. Com base nesses dados foi construída uma matriz QFD de onde foi possível tabular os dados de maneira quantitativa e gerar a priorização das ações a serem tomadas pelo município a fim de aumentar seu fluxo turístico.

Destes levantamentos e da matriz QFD destacam-se as seguintes ações: implantação de placas específicas de turismo, implantação de placas indicativas, conservação e pavimentação das vias de acesso aos atrativos.

Tais itens são de suma importância, pois são ações que devem ser tomadas de forma rápida e efetiva de acordo com a demanda característica de cada atrativo.

6 DIAGNÓSTICO DO MUNICÍPIO DE VIANA

O presente diagnóstico aborda a mobilidade do turismo no município de Viana. Colonizada pelos portugueses, Viana é uma cidade pertencente à Região Metropolitana da Grande Vitória, com aproximadamente 65.000 habitantes segundo o Censo de 2010. Em seus casarões antigos ainda pode-se observar a contribuição cultural deixada pelos europeus no município (VIANA, 2013). O diagnóstico foi realizado nos atrativos de maior relevância do município, conforme sugestão da equipe de pesquisa e são os listados abaixo:

- Estação ferroviária de Viana
- Igreja Nossa Senhora da Conceição
- Casarão de arquitetura açoriana

Serão analisados qualitativamente para cada atrativo os tópicos seguintes, que dizem respeito à logística e mobilidade nas proximidades do atrativo.

- Estacionamento: Todo espaço que pode ser destinado, dentro das leis de trânsito, ao estacionamento de carros, motos, ônibus e bicicletas.
- Acessibilidade para deficientes: Todos os tipos de adaptações existentes que auxiliam indivíduos com deficiência no acesso ao atrativo.
- Sinalização horizontal: Sinalização executada sobre o pavimento de uma via para o controle, advertência e orientação ou informação ao usuário.
- Sinalização vertical: Sinalização viária, que se utiliza de sinais mostrados sobre placas fixadas na posição vertical, ao lado ou suspensas sobre a pista.
- Sinalização turística: Conjunto de placas de sinalização inseridas sucessivamente no decorrer de um trajeto estabelecido, com mensagens escritas ordenadas, setas direcionais e pictogramas.
- Pavimentação: Estruturas das vias de acesso.
- Ponto de táxi: Local onde um grupo de táxis fica disponível para atendimento.
- Ponto de ônibus: Local onde há parada de ônibus de linha regular.
- Iluminação pública: Todas as luminárias presentes ao longo das vias de acesso.

Com o levantamento dos tópicos citados, será elaborada uma matriz QFD para levantar as prioridades de investimento, com vistas a melhoria da mobilidade urbana nas proximidades dos atrativos pesquisados, objetivando contribuir para o desenvolvimento do turismo no município de Viana. Para a realização do levantamento foram analisadas imagens do sítio do Google Street View e Google Maps de 2013, além de informações contidas em outros sítios da internet.

6.1 Estação Ferroviária De Viana

Localizada na Rua Coronel Vieira Pimentel, a estação ferroviária de Viana mostrada na Figura 22, faz parte da rota do passeio turístico conhecido como “Trem das Montanhas Capixabas”, onde o turista tem a oportunidade de conhecer o trajeto percorrido pelos imigrantes europeus no Espírito Santo (PMV, 2013).



Figura 22 - Estação ferroviária de Viana

De acordo com a Figura 23, não foi percebido a presença de estacionamentos próximo a estação ferroviária, entretanto, há algumas vagas na rua como mostrado na Figura 22. A largura da pista é pequena, mas aparentemente suficiente para atender a população local. A Rua Coronel Vieira Pimentel dá acesso para a estação ferroviária, visivelmente seu pavimento está em bom estado de conservação. Na Figura 23, foi observado postes de iluminação pública visualmente suficientes para atender os moradores, porém, não foi observado a presença de pontos de táxi e pontos de ônibus nas proximidades da estação.

Em relação ao quesito acessibilidade, não foi observado acesso para cadeirantes, assim como não foi observado ciclovia para os ciclistas.



Figura 23 - Acesso Estação ferroviária de Viana

Na Figura 24, pode-se notar que há sinalização turística da estação ferroviária em uma rotatória próxima ao mesmo. Não foi observado semáforos na rua que dá acesso ao atrativo, porém, não considerou-se de grande importância pois o tráfego de veículos e de pessoas na região é aparentemente pequeno.



Figura 24 - Sinalização turística da estação ferroviária

Na Figura 25, observa-se a vista superior do atrativo e seus principais acessos.

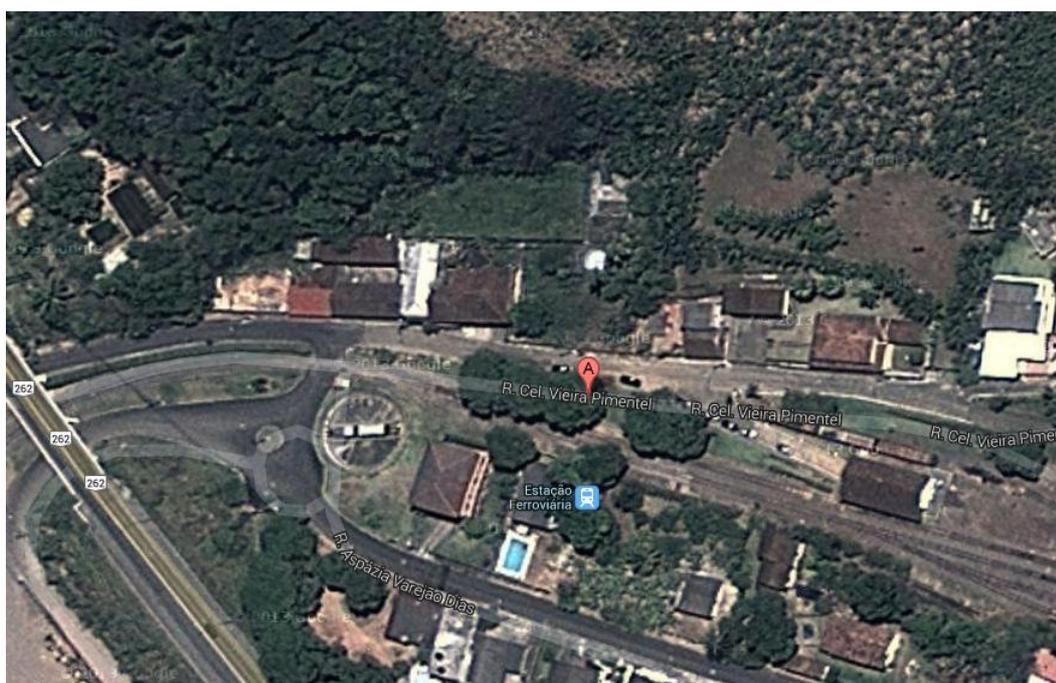


Figura 25 - Estação ferroviária de Viana

6.2 Igreja Nossa Senhora da Conceição

Localizada na Rua Alvimar Silva, a igreja de Nossa Senhora da Conceição é considerada um dos principais monumentos históricos de Viana, ela é de arquitetura barroca, construída no período de 1815 a 1817 pelos colonos açorianos (SECULT, 2013).

De acordo com a Figura 26, pode-se observar que as principais ruas que dão acesso ao atrativo estão em bom estado de conservação. Na mesma figura, foi observado ponto de ônibus, assim como a sinalização turística do atrativo, porém não foram observado pontos de táxi.



Figura 26 - Acesso Igreja Nossa Senhora da Conceição

Observou-se pelas Figura 27 e Figura 28 que o acesso ao atrativo se dá por uma escada, ou por uma rampa que não está adequada com as necessidades dos cadeirantes. Também não foi observado nas proximidades do atrativo a presença de ciclovias para os ciclistas.



Figura 27 - Acesso Igreja Nossa Senhora da Conceição - Rua Alvimar Silva

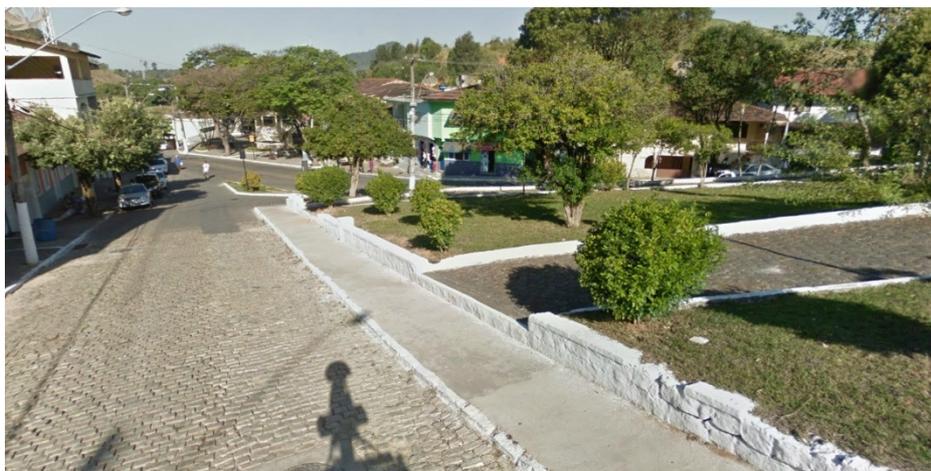


Figura 28 - Acesso Igreja Nossa Senhora da Conceição - Rua Alvimar Silva

Pode-se observar pelas figuras que existe estacionamento nas ruas próximas ao atrativo, porém as vagas não estão sinalizadas. Todas as ruas que dão acesso ao atrativo possuem postes de iluminação pública. Pela Figura 29 não foi percebido semáforos nas ruas, porém, considerou-se não ser de grande importância, pois tráfego de veículos na região é aparentemente pequeno.



Figura 29 - Acesso Igreja Nossa Senhora da Conceição

Na Figura 30 observa-se a vista superior do atrativo.

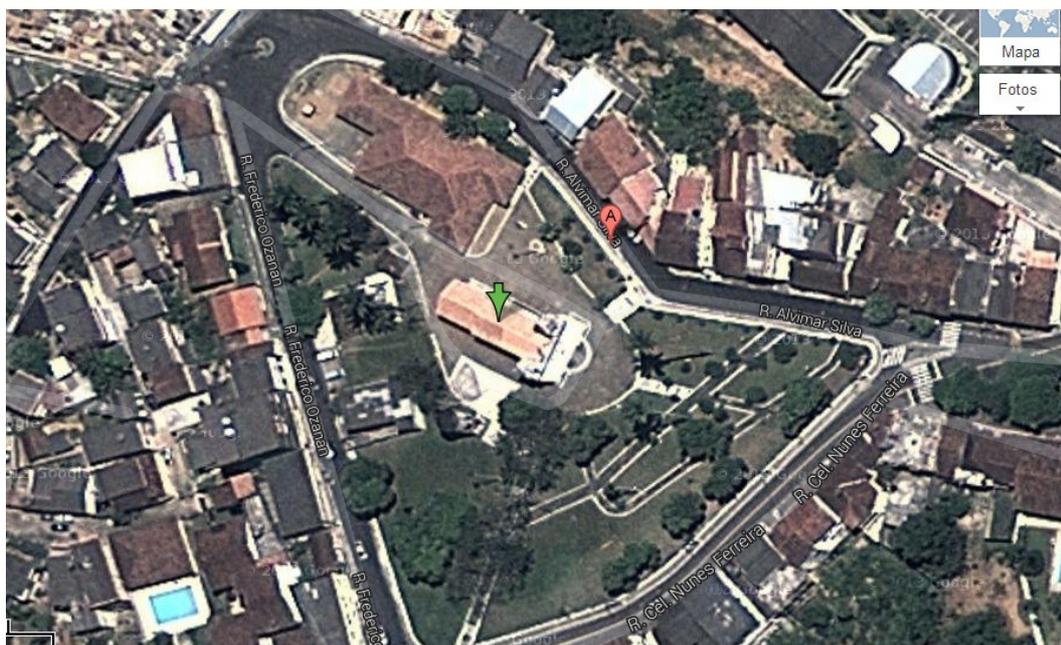


Figura 30 - Igreja Nossa Senhora da Conceição

6.3 Casarão da Arquitetura Açoriana

O Casarão da arquitetura açoriana observado na Figura 31, abriga uma galeria de arte contemporânea. No espaço anexo ao casarão funciona um centro de vivência que abriga um projeto de residência artística que é considerado de muito importante para o cenário das artes visuais no Espírito Santo (PMV, 2013).



Figura 31 - Acesso Casarão da arquitetura açoriana

Foi observado pela Figura 32 que os principais acessos ao atrativo estão com o pavimento asfáltico em bom estado de conservação, pela mesma figura observou-se também ao redor do atrativo a presença de vagas de estacionamento suficientes para atender a população e aos turistas. Foi percebido também a presença de sinalização vertical e horizontal aparentemente suficiente para o trânsito local.



Figura 32 - Acesso Casarão da arquitetura açoriana

Pode-se observar pela Figura 33 a presença de ponto de ônibus nas proximidades do atrativo, porém não foi percebido a presença de pontos de táxi.



Figura 33 - Acesso Casarão da arquitetura açoriana

A sinalização turística do atrativo foi observada na Figura 34, também foram observados postes de iluminação pública aparentemente satisfatório para o trânsito local, porém quanto ao quesito acessibilidade, não foi observado acesso para cadeirantes e nem ciclovias para os ciclistas.



Figura 34 - Acesso Casarão da arquitetura açoriana

7 RESULTADO QFD DO MUNICÍPIO DE VIANA

7.1 Itens da qualidade demandada

Para desenvolvimento do QFD faz-se necessário a obtenção da listagem de itens da qualidade exigida pelos clientes. Baseado na análise das condições de mobilidade do entorno dos atrativos turísticos e no diagnóstico elaborado obteve-se a priorização nos itens da qualidade demandada no município de Serra conforme a Tabela 5. Por se tratar de tema muito específico e com poucos dados estatísticos, optou-se por atribuir um peso pequeno à acessibilidade de cadeirantes, deixando este tema para ser analisado por um eventual trabalho específico futuro.

Tabela 5 - Itens da qualidade demandada

ITENS DA QUALIDADE DEMANDADA	PESO	PRIORIZAÇÃO
Existência de acesso viário bem conservado	0,50	1º
Existência de pontos de táxi nas proximidades do atrativo	0,33	2º
Existência de pontos de ônibus nas proximidades do atrativo	0,33	2º
Existência de Ciclovias	0,25	3º
Acessibilidade à portadores de deficiência	0,20	4º
Existência de vagas de estacionamento	0,20	4º
Existência de sinalização indicativa do atrativo	0,20	4º

7.2 Matriz de Correlação

Foram levantadas as qualidades exigidas e as ações para levantar essas qualidades, e foram ranqueados por grau de importância quais trazem melhor correlação de acordo com as necessidades dos municípios, conforme mostrado Tabela 6.

A seguir são apresentadas as análises que levaram ao peso das correlações:

1) Existência de um acesso viário bem conservado

Foi indicada uma correlação mediana com a característica da qualidade “Conservação de pavimento das ruas e estradas de acesso ao atrativo”, uma vez que as ruas dos atrativos analisados estavam em bom estado de conservação. Em relação a característica da qualidade “asfaltamento das vias de acesso ao atrativo” foi considerado uma correlação fraca, visto que em as ruas analisadas estavam com pavimento. Para os itens: “melhoria de iluminação nas vias de acesso ao atrativo”, “melhoria da sinalização viária”, “aumento de placas específicas de turismo na cor marrom” e “aumento de placas indicativas do atrativo”, foi considerado uma correlação fraca, pois estes itens pouco influenciam com a melhoria de um acesso viário bem conservado.

2) Existência de ciclovias

Foi considerada uma correlação mediana com a característica de qualidade “aumento de vagas de estacionamento para bicicletas”, uma vez que a existência de ciclovias não necessariamente está ligada com o aumento de vagas de estacionamento, porém, quando correlacionado com a “construção de ciclovias até ao atrativo”, foi considerado um peso forte, pois não foi percebido ciclovias em Viana. Foi considerada uma correlação fraca quando correlacionado com a “melhoria de iluminação pública”, pois a melhoria de iluminação pública pouca influencia com a existência de ciclovias.

3) Existência de pontos de táxi nas proximidades do atrativo

Foi indicado uma correlação forte, quando relacionado com o “aumento de pontos de táxi nas proximidades do atrativo”, visto que não foi observado pontos de táxi nas proximidades dos atrativos de Viana. Em relação à característica de qualidade “melhoria da iluminação pública no atrativo”, foi considerado uma fraca correlação, pois aparentemente a melhoria da iluminação pública no atrativo, pouco influencia na existência de pontos de táxi nas proximidades do mesmo.

4) Existência de pontos de ônibus nas proximidades do atrativo

Considerou-se uma correlação mediana quando correlacionado com “aumento de linhas de ônibus para o atrativo”, pois Viana já possui pontos de ônibus nas proximidades dos atrativos, e aparentemente possui linhas de ônibus suficientes para atender aos usuários, por isso a característica de qualidade “aumento de pontos de ônibus nas proximidades do atrativo” também foi avaliado como sendo uma correlação mediana.

5) Acessibilidade à portadores de deficiência

Nos atrativos turísticos de Viana não foi observado acesso para cadeirantes, porém dado o universo da população o número de cadeirantes é considerado pequeno, logo foi considerado uma correlação mediana com as seguintes qualidades exigidas: “aumento de oferta de transporte público para pessoas com necessidades especiais”, “melhoria da conservação das calçadas no entorno do atrativo” e “construção de calçadas cidadãs para pessoas com necessidades especiais”. Foi considerada uma correlação fraca o item “aumento de vaga de estacionamento para pessoas com necessidades especiais”, pois Viana aparentemente possui vagas no entorno do atrativo que pode atender também aos cadeirantes.

6) Existência de vagas de estacionamento

Viana possui vagas de estacionamento aparentemente suficientes para atender a população local e aos visitantes, com base nesses dados foi apontada uma correlação mediana para os itens da qualidade exigida: “aumento de vaga de estacionamento para veículos” e “aumento de vaga de estacionamento para pessoas com necessidades especiais”, no entanto, foi considerada uma correlação fraca o aumento de “vaga de estacionamento para ônibus de turismo”, pois aparentemente Viana não possui um número considerável de visitantes para aumentar o número de vagas de estacionamento para ônibus de turismo.

7) Existência de sinalização indicativa do atrativo

Foi observado em Viana a presença das placas turísticas e placas indicativa do atrativo, logo não é de grande importância o investimento nesses itens, portanto foi considerado uma correlação fraca para os seguintes itens da qualidade exigida: “melhoria da sinalização viária”, “aumento de placas específicas de turismo na cor marrom” e “aumento de placas indicativas do atrativo”.

7.3 Priorização dos itens de característica da qualidade

A priorização dos itens de característica da qualidade é feita por meio da conversão do peso dos itens da qualidade exigida para os itens de características da qualidade usando-se as correlações identificadas na matriz de correlação. Assim, considera-se tanto as correlações efetuadas como a importância atribuída pelo usuário (ARPINI e RIBEIRO, 2012).

A partir do cálculo dos pesos relativos (PR), obteve-se a priorização das características da qualidade apresentada na **Erro! Fonte de referência não encontrada.** em ordem decrescente. A classificação dos itens indica ainda seus pesos absolutos (PA). Com essa priorização, ficaram identificadas em quais características as instituições devem concentrar sua atenção de forma a aumentar a satisfação do público.

Tabela 7 - Priorização dos itens das características da qualidade

CARACTERÍSTICAS DA QUALIDADE	PA	PR	PRIORIDADE
Aumento de pontos de táxi nas proximidades do atrativo	3,0	18,0%	1 ^º
Construção de ciclovias até o atrativo	2,3	13,6%	2 ^º
Conservação de pavimento das ruas e estradas de acesso ao atrativo	1,5	9,1%	3 ^º
Aumento de linhas de ônibus para o atrativo	1,0	6,0%	4 ^º
Aumento de pontos de ônibus nas proximidades do atrativo	1,0	6,0%	4 ^º
Aumento de vaga de estacionamento para pessoas com necessidades especiais	0,8	4,8%	5 ^º
Aumento de vaga de estacionamento para bicicletas	0,8	4,5%	6 ^º
Melhoria de iluminação nas vias de acesso ao atrativo	0,8	4,5%	6 ^º
Melhoria da sinalização viária	0,7	4,2%	7 ^º
Aumento de placas específicas de turismo na cor marrom	0,7	4,2%	7 ^º
Aumento de placas indicativas do atrativo	0,7	4,2%	7 ^º
Aumento de oferta de transporte público para pessoas com necessidades especiais	0,6	3,6%	8 ^º
Aumento de vaga de estacionamento para veículos	0,6	3,6%	8 ^º
Melhoria da conservação das calçadas no entorno do atrativo	0,6	3,6%	8 ^º
Construção de calçadas cidadãs para pessoas com necessidades especiais	0,6	3,6%	8 ^º
Asfaltamento das vias de acesso ao atrativo	0,5	3,0%	9 ^º
Melhoria da iluminação pública no atrativo	0,3	2,0%	10 ^º
Aumento de vaga de estacionamento para ônibus de turismo	0,2	1,2%	11 ^º

Na Tabela 7, encontra-se as ordens de prioridades que devem ser investidas na mobilidade urbana para o município de Viana. Serão citadas as três primeiras prioridades para serem investidas no município:

1^a prioridade - Aumento de pontos de táxi nas proximidades do atrativo

Não foi observado pontos de táxi nas proximidades dos atrativos turísticos de Viana, por esse motivo, o aumento de pontos de táxi nas proximidades do atrativo ficou em primeiro lugar na ordem de priorização das características da qualidade a ser investido no município, conforme mostrado na **Erro! Fonte de referência não encontrada..** O investimento no aumento de pontos de táxi nas proximidades dos atrativos poderia ocasionar aumento do número de visitantes e a diminuição do número de veículos que circulam no município, diminuindo assim o fluxo de veículos e dando uma opção a mais de locomoção para os turistas.

2ª prioridade - Construção de ciclovias até o atrativo

No município de Viana, não foi percebido ciclovias até aos atrativos, por esse motivo a construção de ciclovias ficou em segundo lugar na ordem de priorização das características da qualidade a ser investido no município, conforme mostrado na **Erro! Fonte de referência não encontrada..** A construção de uma ciclovia seria uma alternativa a mais para o lazer dos moradores e visitantes do município, além da ciclovia apresentar um baixo custo de manutenção e ser um meio de transporte sustentável.

3ª prioridade - Conservação de pavimento das ruas e estradas de acesso ao atrativo

Apesar das vias de acesso aos atrativos de Viana apresentar o pavimento em bom estado, uma contínua conservação é ideal para garantir o conforto e segurança nos deslocamentos dos moradores e visitantes, por isso esse item ficou em terceiro lugar na ordem de priorização das características da qualidade a ser investido no município, conforme mostrado na **Erro! Fonte de referência não encontrada..**

Essas são as três principais prioridades a serem investidas, seguidas dos itens “aumento de linhas de ônibus para o atrativo” e “aumento de pontos de ônibus nas proximidades dos atrativos”, entre outras indicadas na **Erro! Fonte de referência não encontrada..** Para o objetivo de melhorar a mobilidade urbana do município, a ordem de priorização a ser tomada pelo município tem que ser levado em conta os recursos disponíveis, lembrando que as prioridades a serem estabelecidas devem estar de acordo com o orçamento da prefeitura.

O diagnóstico foi realizado nos atrativos de maior relevância do município, conforme sugestão da equipe de pesquisa. Nos atrativos analisados foi percebido vagas de estacionamento no entorno dos atrativos aparentemente suficientes para atender aos moradores e visitantes, foi observado também a sinalização horizontal e vertical aparentemente suficientes para o trânsito local, assim como foi observado a sinalização turística nos atrativos analisados. A pavimentação estava em bom estado, foi observado pontos de ônibus e postes de iluminação pública nas proximidades dos atrativos, entretanto não foi observado pontos de táxi, ciclovias e acesso para cadeirantes.

Vale ressaltar, que conforme a ordem de priorização dos itens das características da qualidade, **Erro! Fonte de referência não encontrada..**, obteve o primeiro lugar o item “aumento de pontos de táxi nas proximidades dos atrativos” e em segundo lugar o item “construção de ciclovias até o atrativo”. Apesar de não ter sido observado acesso para cadeirantes nos atrativos analisados, esse item não obteve boa colocação, pois dado o universo da população o número de cadeirantes é considerado pequeno.

8 CONCLUSÃO: MUNICÍPIO VIANA

Este relatório teve por objetivo identificar ações prioritárias para a melhoria da mobilidade urbana, no entorno dos atrativos turísticos selecionados pela pesquisa, a fim de contribuir para o desenvolvimento do turismo no município de Viana através de um levantamento qualitativo de itens. Para tanto, foram realizados diagnósticos a partir de imagens do Google Earth, Google Street View e visitas aos locais visando levantar o estado atual das condições de mobilidade e logística dos atrativos deste município.

Para definição da qualidade exigida tomou-se como base Costa (2008) e a experiência de pesquisadores da equipe. Com base nesses dados foi construída uma matriz QFD de onde foi possível tabular os dados de maneira quantitativa e gerar a priorização das ações a serem tomadas pelo município a fim de aumentar seu fluxo turístico.

Destes levantamentos e da matriz QFD destaca-se a seguinte ação: “aumento de ponto de táxi nas proximidades dos atrativos”, é uma ação que deve ser tomada devido a falta de pontos de táxi nas proximidades do atrativo, também foi considerado importante investir na construção de ciclovias até ao atrativo como uma alternativa a mais para o lazer dos moradores e visitantes da região. Em último lugar na ordem de priorização das características da qualidade a ser investido no município de Viana ficou o item “aumento de vagas de estacionamento para ônibus de turismo”, o que é coerente, visto que Viana aparentemente não recebe um grande número de visitantes para aumentar o número de vagas de estacionamento para ônibus de turismo.

9 REFERÊNCIAS

ARPINI, B. P.; RIBEIRO, M. de F. **Avaliação da Qualidade no Serviço de Transporte Coletivo Urbano de Passageiros na Grande Vitória e Priorização de Ações para Melhoria por Meio do Método Quality Function Deployment – QFD**. 2012. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Engenharia de Produção) - Centro Tecnológico, Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2012.

BALDO, J. **Avaliação da Eficiência na Captação de Investimentos Turísticos nas Rotas Turísticas do Espírito Santo utilizando Análise Envoltória de Dados**. 2011. Dissertação (Mestrado em Engenharia Civil) - Centro Tecnológico, Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2011.

CETURB GV- Companhia de Transportes da Grande Vitória. **Horários**. Disponível em: <<http://www.ceturb.es.gov.br/default.asp?pagina=15980>>. Acesso em 13 de outubro de 2013.

COOPER, C.; FLETCHER, J.; WANHILL, S. GILBERT, D.; SHEPHERD, R. Turismo, princípios e prática. Trad. por Roberto Cataldo Costa. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001. 559 p.

COSTA, M.S. **Um Índice de Mobilidade Urbana Sustentável**. 2008. Tese (Doutorado em Engenharia Civil) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia Civil, Universidade de São Paulo, São Carlos, 2008.

DETRAN-PI – Departamento Estadual de Trânsito de Piauí. **Sinalização Horizontal**. Disponível em: <<http://www.detran.pi.gov.br/sinalizacao/sinalizacao-horizontal/>>. Acesso em 12 de novembro de 2013.

DNIT - Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes. **Placas de Sinalização**. Disponível em: <<http://www.dnit.gov.br/rodovias/operacoes-rodoviaras/placas-de-sinalizacao>>. Acesso em 11 de outubro de 2013

_____. **Sinalização Vertical de Regulamentação**. Disponível em: <<http://www.dnit.gov.br/rodovias/operacoes-rodoviaras/prosinal/18-manual-vol-i-sinalizacao-vertical-de-regulamentacao.pdf>>. Acesso em: 12 de novembro de 2013.

FERRAGI, P.C.. **Indicadores de Desempenho e de Qualidade do SIVIM - Sistema Viário de Interesse Metropolitano**. 2013. Trabalho apresentado ao 19. Congresso Brasileiro de Transporte e Trânsito, Brasília, 2013.

IEMA - Instituto Estadual de Meio Ambiente e Recursos Hídricos. **Reserva Biológica de Duas Bocas**. Disponível em: <<http://www.meioambiente.es.gov.br/default.asp?pagina=16702>>. Acesso em: 10 de outubro de 2013

LÓRA, R.M. **Por uma Construção da Mobilidade Urbana: Metodologia e Indicadores na Cidade de Vitória-ES**. 2012. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – Centro de Artes, Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2012.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Guia Brasileiro de Sinalização Turística**. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/publicacoes/cadernos_publicacoes/12manual_sinalizacao.html>. Acesso em: 12 de novembro de 2013.

PMC - Prefeitura Municipal de Cariacica. **Meio Ambiente, Turismo e Qualidade de Vida**. Disponível em: <<http://www.cariacica.es.gov.br/default.asp?pagina=20691>>. Acesso em: 10 de outubro de 2013

REDE GAZETA. **O Espírito Santo**. Disponível em: <<http://gazetaonline.globo.com/index.php?id=/redegazeta/es/index.php>>. Acesso em: 07 de novembro de 2013.

SECULT - Secretaria de Estado da Cultura. **Mapa da Cultura - Cariacica**. Disponível em: <http://secult.es.gov.br/?id=/mapa_cultura/materia.php&cd_matia=569>. Acesso em: 10 de outubro de 2013.

4.1. Estatísticas do Turismo

SUMÁRIO

1	LEVANTAMENTO DOS DADOS	5
1.1	INTRODUÇÃO	5
2	METODOLOGIA EMPREGADA NA ANÁLISE DOS DADOS	6
2.1	ANÁLISE DA EVOLUÇÃO DO FLUXO TURÍSTICO POR MODO DE TRANSPORTE	6
2.1.1	<i>Fluxo turístico pelo aeroporto</i>	6
2.1.2	<i>Fluxo turístico pela rodoviária</i>	7
2.1.3	<i>Fluxo turístico pela estação ferroviária</i>	9
2.1.4	<i>Fluxo turístico pelas rodovias</i>	10
2.2	COMPARATIVO DO FLUXO DE TRANSPORTE POR MODO DE TRANSPORTE POR ANO	11
2.2.1	<i>Análise do ano 2005</i>	12
2.2.2	<i>Análise do ano 2006</i>	12
2.2.3	<i>Análise do ano 2007</i>	13
2.2.4	<i>Análise do ano 2008</i>	14
2.2.5	<i>Análise do ano 2010</i>	15
2.2.6	<i>Análise do ano 2011</i>	16
2.2.7	<i>Análise do ano 2012</i>	17
2.3	COMPARATIVO DOS MODAIS UTILIZADOS POR ANO	18
2.3.1	<i>Análise do ano 2005</i>	18
2.3.2	<i>Análise do ano 2006</i>	19
2.3.3	<i>Análise do ano 2007</i>	20
2.3.4	<i>Análise do ano 2008</i>	21
2.3.5	<i>Análise do ano 2011</i>	22
2.3.6	<i>Análise do ano 2012</i>	22
2.4	COMPARATIVO DO ESTADO DE ORIGEM DE TURISTAS POR ANO	23
2.4.1	<i>Análise do ano 2004</i>	23
2.4.2	<i>Análise do ano 2005</i>	24
2.4.3	<i>Análise do ano 2006</i>	25
2.4.4	<i>Análise do ano 2007</i>	26
2.4.5	<i>Análise do ano 2008</i>	27
2.4.6	<i>Análise do ano 2011</i>	28
2.4.7	<i>Análise do ano 2012</i>	29
2.5	COMPARATIVO DO PAÍS DE ORIGEM DE TURISTAS POR ANO	30
2.5.1	<i>Análise do ano 2004</i>	31
2.5.2	<i>Análise do ano 2005</i>	31
2.5.3	<i>Análise do ano 2006</i>	32
2.5.4	<i>Análise do ano 2007</i>	33
2.5.5	<i>Análise do ano 2008</i>	34
2.5.6	<i>Análise do ano 2011</i>	35
2.5.7	<i>Análise do ano 2012</i>	36
3	OUTRAS INFORMAÇÕES	38
4	SUGESTÕES	39
5	REFERÊNCIAS	40

1 LEVANTAMENTO DOS DADOS

1.1 Introdução

Para elaboração da análise de dados foram coletadas informações das pesquisas da SETUR e do SEBRAE.

Na pesquisa da SETUR, existem informações dos anos de 2004, 2005, 2006, 2007, 2008 e 2010. Vale destacar que não houve pesquisa da SETUR no ano de 2009.

Na pesquisa da SETUR nos anos 2004, 2005, 2006 e 2007 houve pesquisas na baixa, na média e na alta temporada. Nos anos de 2008 e 2010 só foram realizadas pesquisas de média e alta temporada.

A pesquisa do ano de 2010 se diferencia das demais por possuir dados focados de acordo com as rotas turísticas enquanto as demais são organizadas de acordo com regiões (Grande Vitória e Interior).

A pesquisa do SEBRAE foi realizada nos anos de 2011, considerando média, alta e baixa temporada e 2012 considerando somente a alta temporada.

Foi adotado como premissa que a do SEBRAE 2011 e 2012 são pesquisas que continuam o levantamento de dados da SETUR dos anos de 2004 a 2010. Ressaltando que nenhum dos dois órgãos realizou pesquisa em 2009.

2 METODOLOGIA EMPREGADA NA ANÁLISE DOS DADOS

2.1 Análise da evolução do fluxo turístico por modo de transporte

Primeiramente foram elaborados gráficos de linha comparando a evolução da chegada de turistas no Espírito Santo na baixa, média e alta temporada, quando os dados permitiam, na rodoviária, estação ferroviária, aeroporto e rodovias.

Para elaboração dos gráficos adotou-se que o fluxo da alta temporada é dividido por um, o fluxo da média temporada é dividido por dois e o fluxo da baixa temporada é dividido por nove. Isto foi feito, pois os dados de baixa temporada representam 9 meses, a média temporada 2 meses e a alta temporada um mês (janeiro).

2.1.1 Fluxo turístico pelo aeroporto

Foi considerado nas pesquisas da SETUR e do SEBRAE somente o aeroporto de Vitória, denominado de Aeroporto Eurico Sales.

Para estimar o fluxo de pessoas do aeroporto, foram levantados os dados das tabelas denominadas “Fluxo turístico da região metropolitana” das pesquisas da SETUR (SETUR, 2005, 2006, 2007, 2008) e os dados das tabelas denominadas “Fluxo Turístico” do SEBRAE (SEBRAE, 2010, 2011, 2012). As informações de todas as tabelas foram consolidadas na Tabela 1.

Tabela 1 - Chegada de pessoas no aeroporto de Vitória (x1000)

Ano	2005	2006	2007	2008	2010	2011	2012
Alta temporada	33.208	32.043	35.957	31.108	142.269	112.604	123.039
Média temporada	15.456	16.729	16.727	13.077	35.154	23.994	-
Baixa temporada	3.659	3.690	4.235	-	-	4.362	-
Total	52.323	52.462	56.919	44.185	177.423	140.960	123.039

A partir da Tabela 1 foi elaborado o Gráfico 1 para ter uma visão de como o fluxo de pessoas evolui por temporada e por ano.

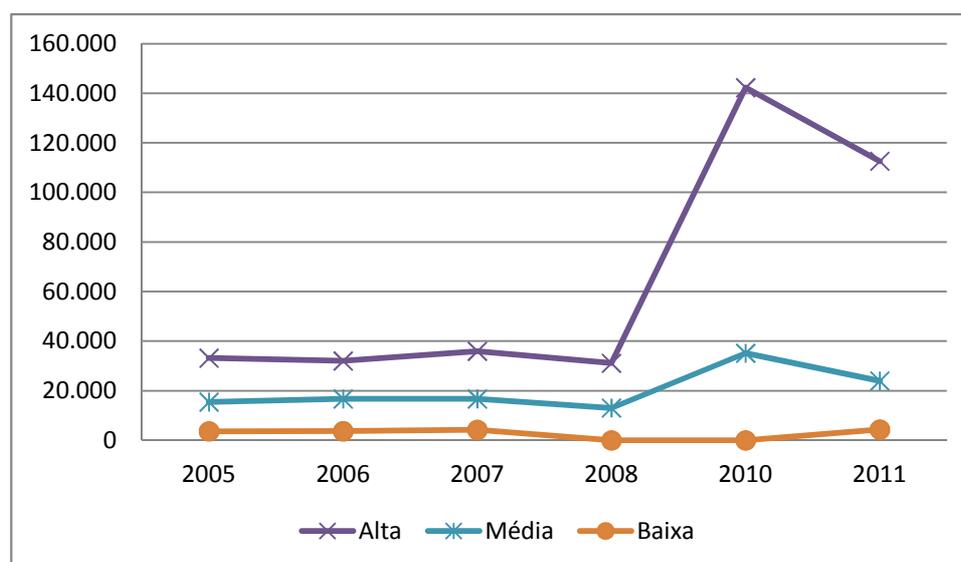


Gráfico 1 - Quantidade de pessoas que chegam pelo aeroporto por temporada

Ao observar o Gráfico 1, nota-se o acentuado aumento de fluxo de pessoas somente na alta temporada ao longo dos anos de 2005 a 2012 pelo aeroporto de Vitória.

Como pode ser visto na Tabela 1, para o ano de 2012 só existem dados da alta temporada, e para o ano de 2008 e 2010 há dados da alta e média temporada, e em 2009 não foi realizada a pesquisa de fluxo. Assim, foi elaborado o Gráfico 2 que consolida as três temporadas visando uma análise do fluxo total de pessoas pelo aeroporto.

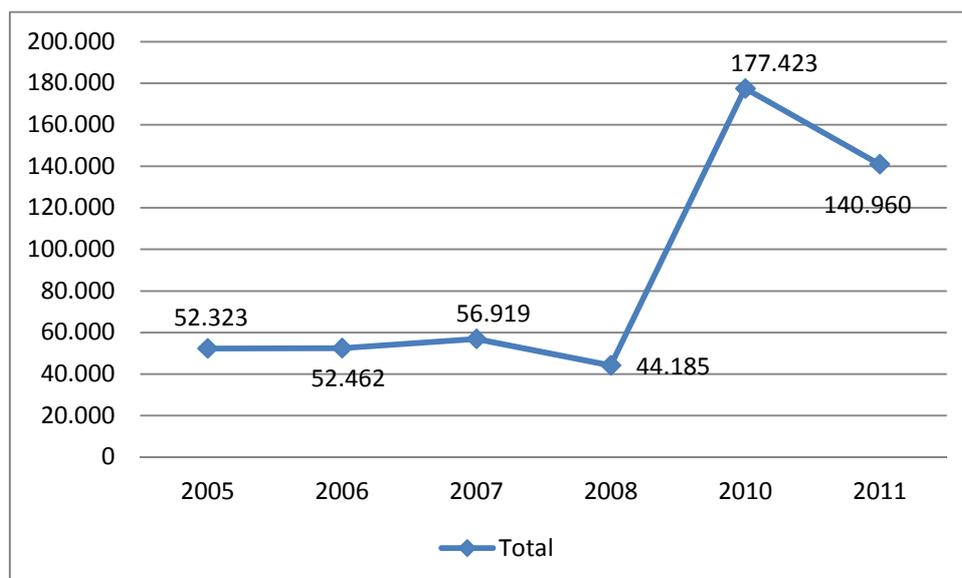


Gráfico 2 - Quantidade de pessoas que chegam pelo aeroporto por ano

Analisando o Gráfico 2 percebe-se com clareza uma grande evolução do fluxo de pessoas pelo aeroporto de Vitória, principalmente no ano de 2008 a 2010, talvez impulsionada pela redução do preço das passagens aéreas.

2.1.2 Fluxo turístico pela rodoviária

Com base nas pesquisas da SETUR e do SEBRAE foram consideradas as rodoviárias de Vitória, denominada Terminal Rodoviário Carlos Alberto Vivácqua Campos, e de Guarapari.

Para avaliar o fluxo de pessoas nas rodoviárias, foram levantados os dados das tabelas denominadas “Fluxo turístico da região metropolitana” das pesquisas da SETUR (SETUR, 2005, 2006, 2007, 2008) e das tabelas denominadas “Fluxo Turístico” do SEBRAE (SEBRAE, 2010, 2011, 2012). Consolidaram-se os dados de todas as tabelas na Tabela 2.

Tabela 2 - Chegada de pessoas pelas Rodoviárias (x1000)

Ano	2005	2006	2007	2008	2010	2011	2012
Alta temporada	76.766	34.731	119.797	66.777	73.489	95.599	75.941
Média temporada	33.051	34.027	37.781	22.77	23.987	32.326	-
Baixa temporada	6.834	6.559	6.516	-	-	4.816	-
Total	116.651	75.316	164.094	89.547	97.476	132.741	75.941

A partir da Tabela 2, elaborou-se o Gráfico 3 para visualizar como o fluxo de pessoas evolui por temporada e por ano. Salienta-se o elevado aumento de chegada de pessoas por rodoviárias na alta temporada de 2007.

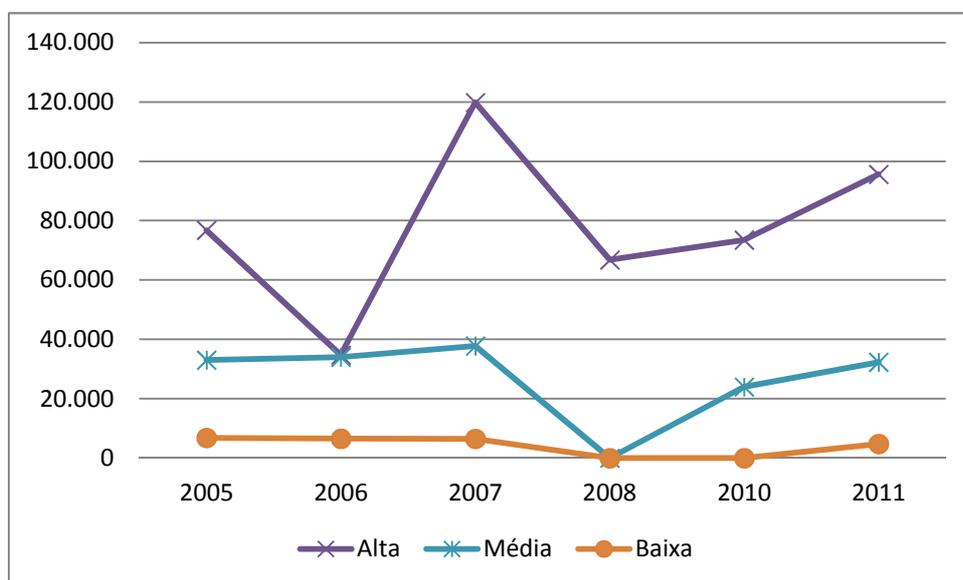


Gráfico 3 - Quantidade de pessoas que chegam pelas Rodoviárias por temporada

Conforme mostra na Tabela 2, para o ano de 2012 só há dados da alta temporada, e para o ano de 2008 e 2010 existem dados da alta e média temporada, e em 2009 não foi realizada a pesquisa de fluxo. Assim, elaborou-se o Gráfico 4 que consolida as três temporadas visando uma análise do fluxo total de pessoas pelas rodoviárias.

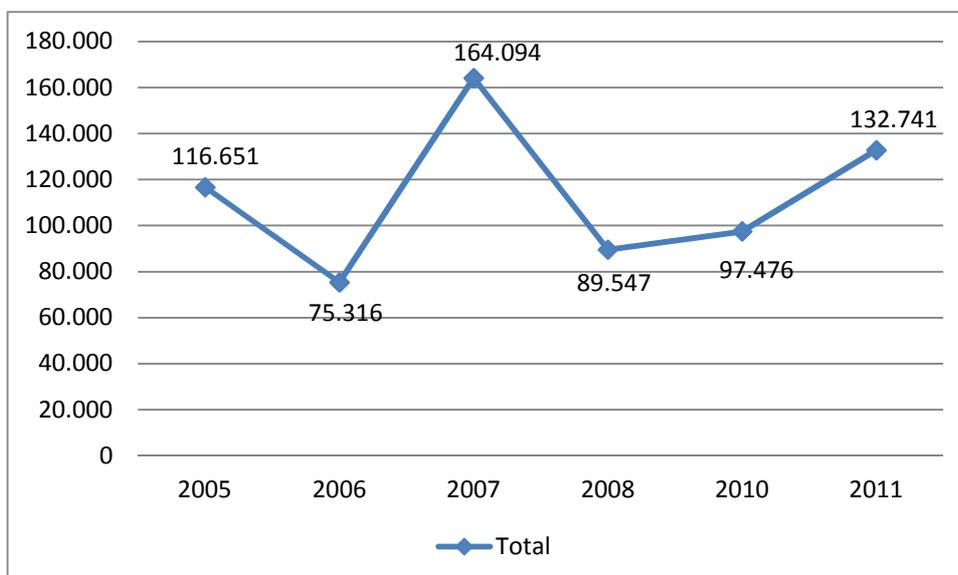


Gráfico 4 - Quantidade de pessoas que chegam pelas rodoviárias por ano

Analisando o Gráfico 4, percebe-se uma instabilidade e variabilidade no fluxo de pessoas, com o maior fluxo em 2007.

2.1.3 Fluxo turístico pela estação ferroviária

Considerou-se nas pesquisas da SETUR e do SEBRAE a Estação Ferroviária Pedro Nolasco, localizada em Cariacica.

Para analisar o fluxo de pessoas na estação, levantaram-se os dados das tabelas denominadas “Fluxo turístico da região metropolitana” das pesquisas da SETUR (SETUR, 2005, 2006, 2007, 2008) e das tabelas denominadas “Fluxo Turístico” do SEBRAE (SEBRAE, 2010, 2011, 2012). Consolidaram-se os dados de todas as tabelas na Tabela 3.

Tabela 3 - Chegada de pessoas pela estação ferroviária (x1000)

Ano	2005	2006	2007	2008	2010	2011	2012
Alta temporada	5.714	7.090	6.660	17.363	12.205	5.760	8.105
Média temporada	3.762	4.045	23.247	3.03	3.940	1.843	-
Baixa temporada	2.035	1.889	1.723	-	-	2.91	-
Total	11.511	13.023	31.630	20.388	16.145	7.894	8.105

A partir da Tabela 3 elaborou-se o Gráfico 5 a fim de se ter uma percepção da evolução do fluxo de pessoas por temporada e por ano. Destaca-se o crescimento do fluxo durante a média temporada de 2007.

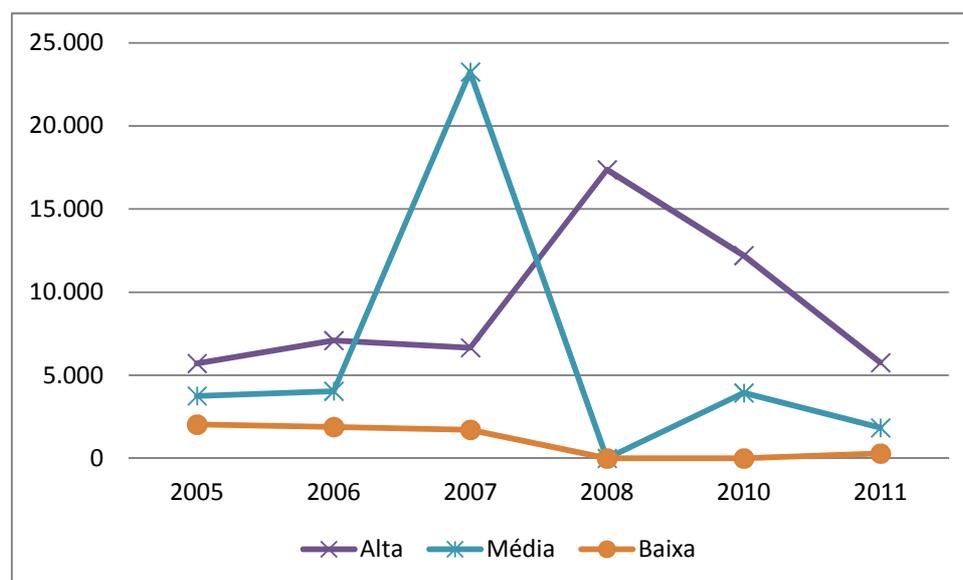


Gráfico 5 - Quantidade de pessoas que chegam pela estação ferroviária por temporada

Segundo a Tabela 3, para o ano de 2012 só existem dados da alta temporada, e para o ano de 2008 e 2010 há dados da alta e média temporada, e em 2009 não foi realizada a pesquisa de fluxo. Assim, foi elaborado o Gráfico 6 que consolida as três temporadas visando uma análise do fluxo total de pessoas pela estação ferroviária.

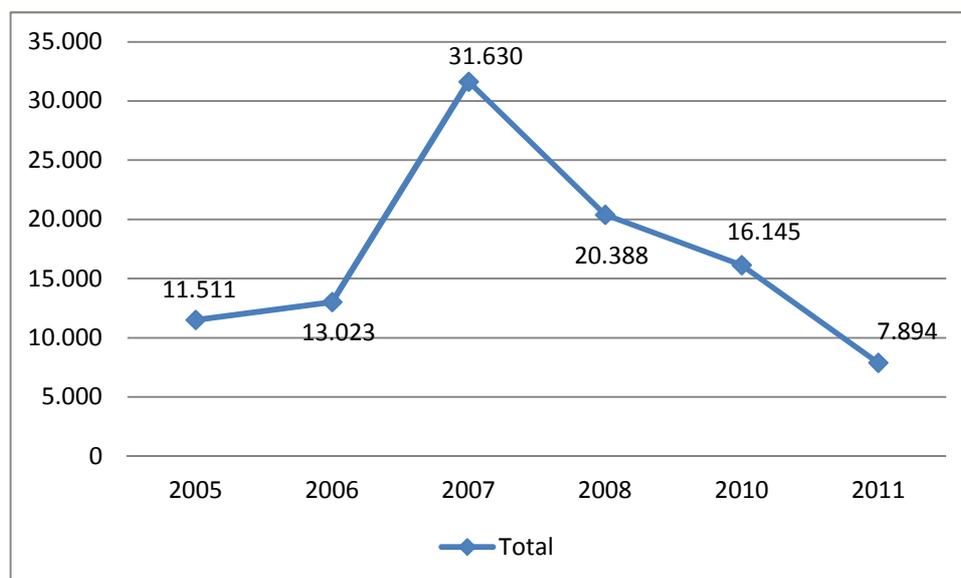


Gráfico 6 – Quantidade de pessoas que chegam pela estação ferroviária por ano

Ao avaliar o Gráfico 6 nota-se o alto fluxo de pessoas no ano de 2007 e posterior queda até atingir um ponto mínimo em 2011.

2.1.4 Fluxo turístico pelas rodovias

Consideraram-se nas pesquisas da SETUR e do SEBRAE a Rodovia do Sol, a BR 262 e a BR 101. Para analisar o fluxo de pessoas nas rodovias, levantaram-se os dados das tabelas denominadas “Fluxo turístico da região metropolitana” das pesquisas da SETUR (SETUR, 2005, 2006, 2007, 2008) e das tabelas denominadas “Fluxo Turístico” do SEBRAE (SEBRAE, 2010, 2011, 2012). Tais dados foram consolidados na Tabela 4.

Tabela 4 - Chegada de pessoas pelas rodovias (x1000)

Ano	2005	2006	2007	2008	2010	2011	2012
Alta temporada	250.000	491.620	351.585	394.238	521.496	724.089	361.086
Média temporada	150.456	84.119	80.129	103.830	395.603	229.338	-
Baixa temporada	38.153	39.263	31.814	-	-	11.171	-
Total	438.609	615.002	463.527	498.068	917.099	964.598	361.086

A partir da Tabela 4 elaborou-se o Gráfico 7 para visualizar a evolução do fluxo de pessoas por temporada e por ano. Destaca-se o crescimento do fluxo durante a alta temporada de 2011 e a média temporada de 2010.

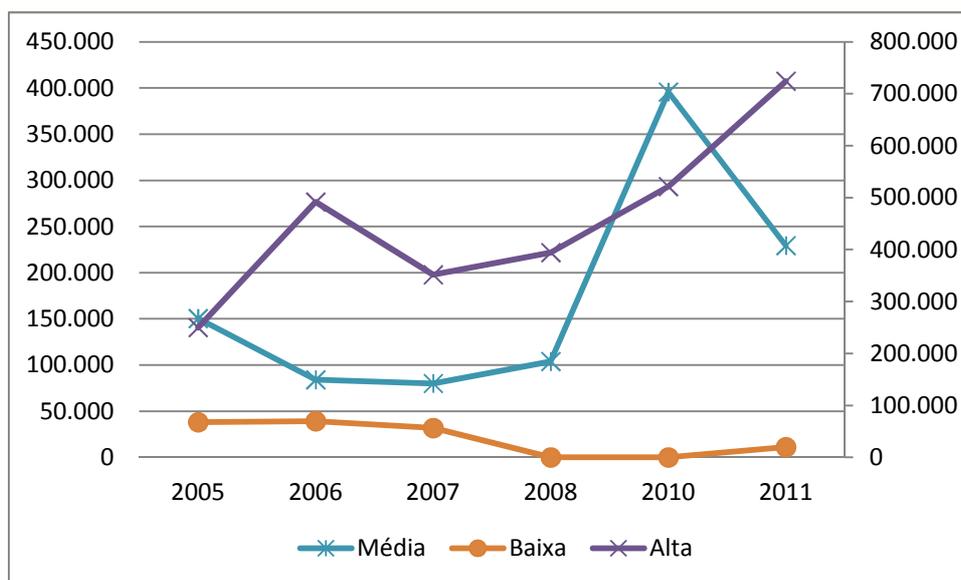


Gráfico 7 – Quantidade de pessoas que chegam pelas rodovias por temporada

De acordo com a Tabela 4, para o ano de 2012 só foram computados dados da alta temporada, e para o ano de 2008 e 2010 há dados da alta e média temporada, e em 2009 não foi realizada a pesquisa de fluxo. Elaborou-se o Gráfico 8 que consolida as três temporadas visando uma análise do fluxo total de pessoas pelas rodovias.

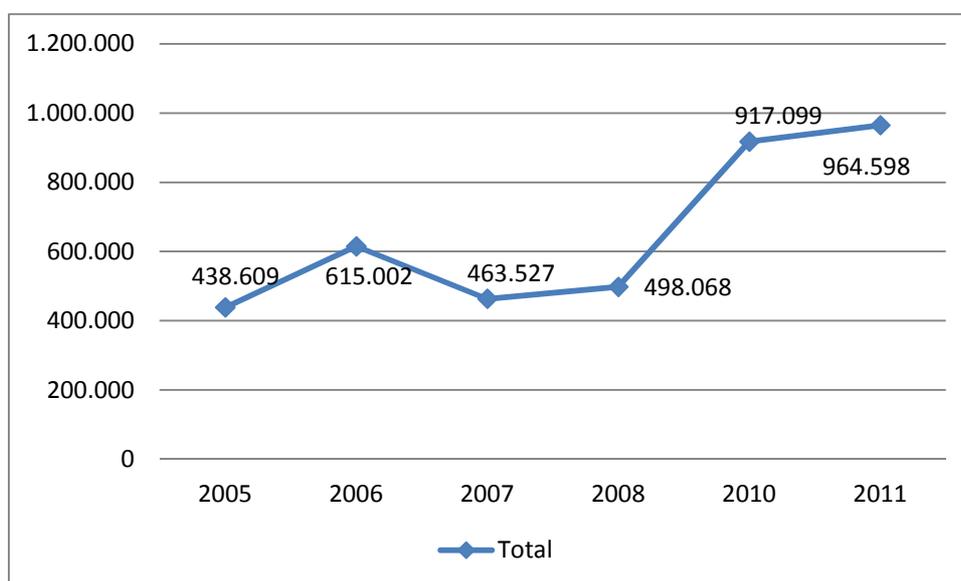


Gráfico 8 – Quantidade de pessoas que chegam pelas rodovias por ano

Observando o Gráfico 8, percebe-se um aumento no fluxo de pessoas em 2010, até chegar a seu auge em 2011.

2.2 Comparativo do fluxo de transporte por modo de transporte por ano

A fim de entender o comportamento da chegada de pessoas pelos diferentes modos de transporte, fez-se uma análise comparativa da chegada por temporada (alta, média e baixa) por modo de transporte para os anos de 2005, 2006, 2007 e 2008.

A seguir, são apresentadas as tabelas consolidando as informações das tabelas denominadas “Fluxo turístico da região metropolitana” das pesquisas da SETUR (SETUR, 2005, 2006, 2007, 2008), e SEBRAE (SEBRAE, 2010, 2011, 2012).

Para o ano de 2012 só há dados da alta temporada, e para o ano de 2008 e 2010 existem dados da alta e média temporada, e em 2009 não foi realizada a pesquisa de fluxo.

2.2.1 Análise do ano 2005

A análise dos dados de 2005 é baseada na consolidação dos dados da pesquisa SETUR (SETUR, 2005), que podem ser vistos na Tabela 5.

Tabela 5 - Chegada de pessoas por modo de transporte (x1000)

Modo de Transporte	Alta Temporada	Média Temporada	Baixa Temporada
Aeroporto	33	15	4
Rodoviárias	77	33	7
Ferrovias	6	4	2
Rodovias	250	150	38

Com base nos dados da Tabela 5, gerou-se o Gráfico 9.

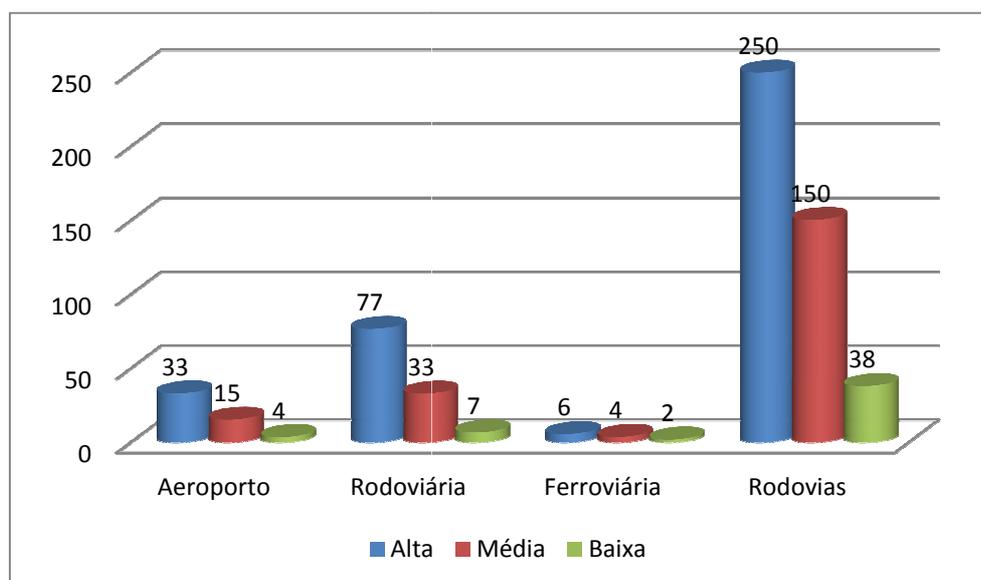


Gráfico 9 – Comparativo ano 2005 de chegada de pessoas (x1000) por modo de transportes

No Gráfico 9 nota-se que para o ano de 2005 o número de pessoas que chegaram pelo aeroporto se mostrou constante em relação às temporadas. Pode-se notar que nas rodovias do Estado (BR101, BR262, Rodovia do Sol) ocorre o maior fluxo de pessoas e há obediência da regra geral de que na alta temporada há maior fluxo e na baixa temporada o menor fluxo, assim como acontece no aeroporto, na estação ferroviária e nas rodoviárias.

2.2.2 Análise do ano 2006

A análise dos dados de 2006 é baseada na consolidação dos dados da pesquisa SETUR (SETUR, 2006), que podem ser vistos na Tabela 6.

Tabela 6 – Chegada de pessoas por modo de transportes (x1000)

Modo de Transporte	Alta Temporada	Média Temporada	Baixa Temporada
Aeroporto	32	17	4
Rodoviárias	35	34	7
Ferrovíárias	7	4	2
Rodovias	492	84	39

Com base nos dados da Tabela 6 elaborou-se o Gráfico 10.

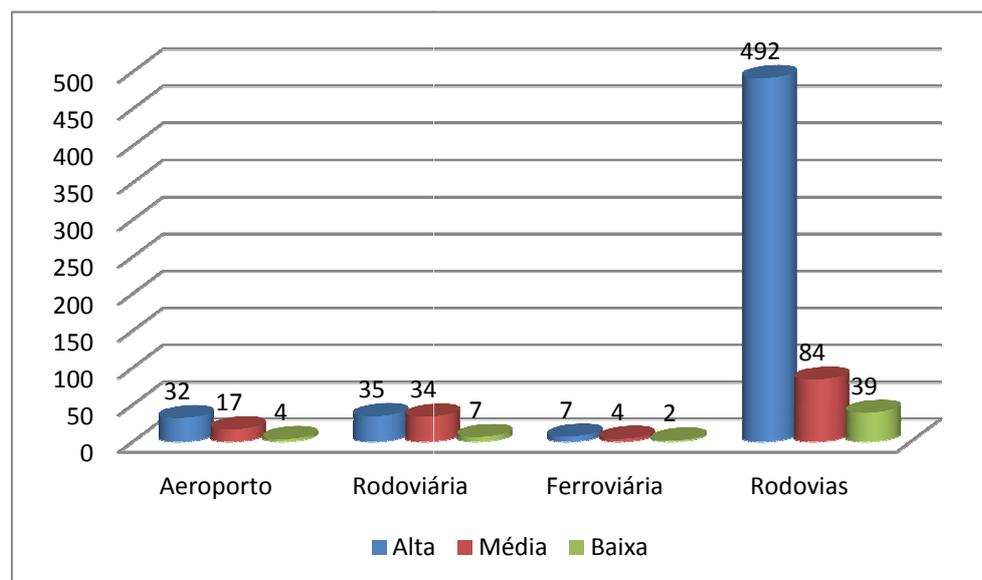


Gráfico 10 – Comparativo ano 2006 de chegada de pessoas (x1000) por modo de transportes

Pode-se notar que nas rodovias do Estado (BR101, BR262, Rodovia do Sol) ocorre o maior fluxo de pessoas e há obediência da regra geral de que na alta temporada há maior fluxo e na baixa temporada o menor fluxo, assim como acontece no aeroporto, na estação ferroviária e nas rodoviárias.

2.2.3 Análise do ano 2007

A análise dos dados de 2007 é baseada na consolidação dos dados da pesquisa SETUR (SETUR, 2007), que podem ser vistos na Tabela 7.

Tabela 7 - Chegada de pessoas por modo de transporte (x1000)

Modo de Transporte	Alta Temporada	Média Temporada	Baixa Temporada
Aeroporto	36	17	4
Rodoviárias	120	38	7
Ferrovíárias	7	23	2
Rodovias	352	80	32

Com base nos dados da Tabela 7 gerou-se o Gráfico 11.

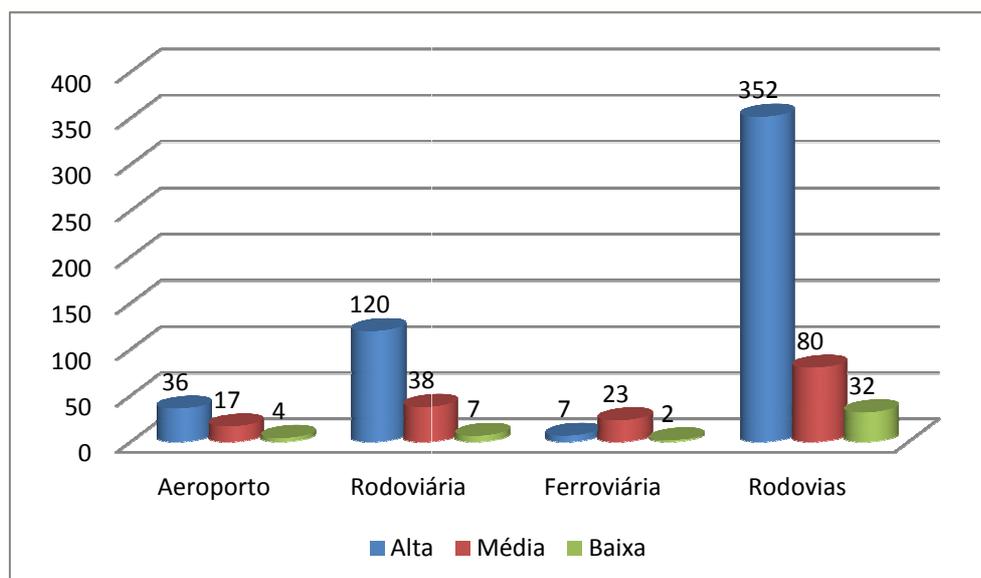


Gráfico 11 - Comparativo ano 2007 de chegada de pessoas (x1000) por modo de transporte

Do mesmo gráfico, percebe-se que a chegada de pessoas pela rodoviária, aeroporto e pelas rodovias do Estado (BR101, BR262, Rodovia do Sol) é bem sensível à temporada. Pode-se notar que, em geral, na alta temporada há um fluxo bem maior de pessoas em comparação com a média e baixa temporada.

No que se refere às chegadas de pessoas pela estação ferroviária, há um comportamento não esperado a priori, pois o fluxo de pessoas na alta temporada é inferior ao número de pessoas da média temporada sem uma explicação plausível para este comportamento.

2.2.4 Análise do ano 2008

A análise dos dados de 2008 é baseada na consolidação dos dados da pesquisa SEBRAE (SETUR, 2008), que podem ser vistos na Tabela 8.

Tabela 8 - Chegada de pessoas por modo de transporte (x1000)

Modo de Transporte	Alta Temporada	Média Temporada	Baixa Temporada
Aeroporto	31	13	-
Rodoviárias	67	23	-
Ferroviárias	17	3	-
Rodovias	394	103	-

Com base nos dados da Tabela 8 foi elaborado o Gráfico 12.

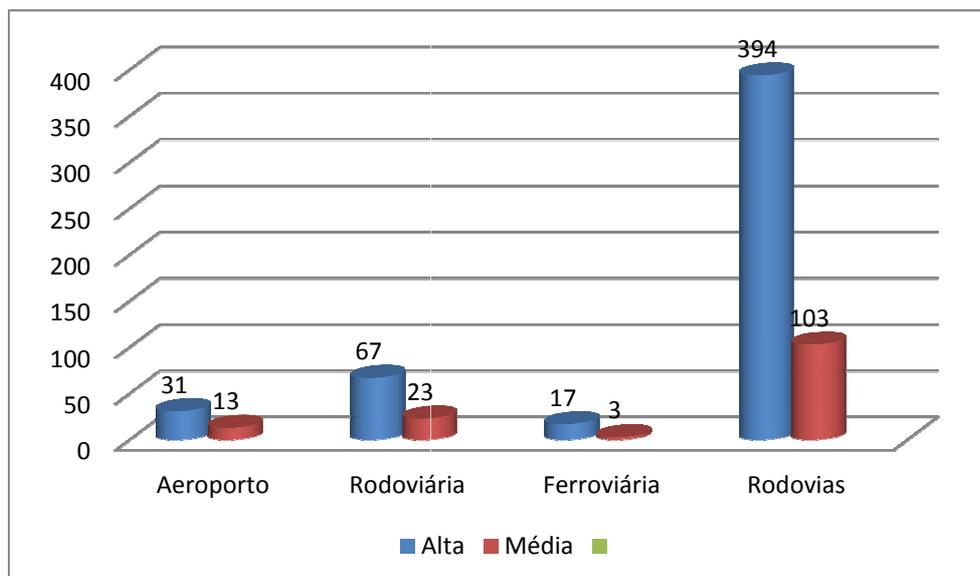


Gráfico 12 - Comparativo ano 2008 de chegada de pessoas (x1000) por modo de transporte

Do mesmo gráfico, percebe-se que a chegada de pessoas pela rodoviária, aeroporto e pelas rodovias do Estado (BR101, BR262, Rodovia do Sol) é bastante sensível à temporada. Pode-se notar que na alta temporada há um fluxo bem maior de pessoas em comparação com a média temporada, entretanto quando comparado em porcentagem a quantidade de pessoas que chegam pelas rodovias na alta temporada é de quase 80%, enquanto na média temporada a quantidade de pessoas que chegam pelas rodovias é de quase 73%.

2.2.5 Análise do ano 2010

A análise dos dados de 2010 é baseada na consolidação dos dados da pesquisa SEBRAE (SEBRAE, 2011), apresentados na Tabela 9.

Tabela 9 – Chegada de pessoas por modo de transporte

Modo de Transporte	Alta Temporada	Média Temporada	Baixa Temporada
Aeroporto	142	35	-
Rodoviárias	73	24	-
Ferroviárias	12	4	-
Rodovias	521	396	-

Com base nos dados da Tabela 9 foi elaborado o Gráfico 13 que vem a facilitar a análise dos dados.

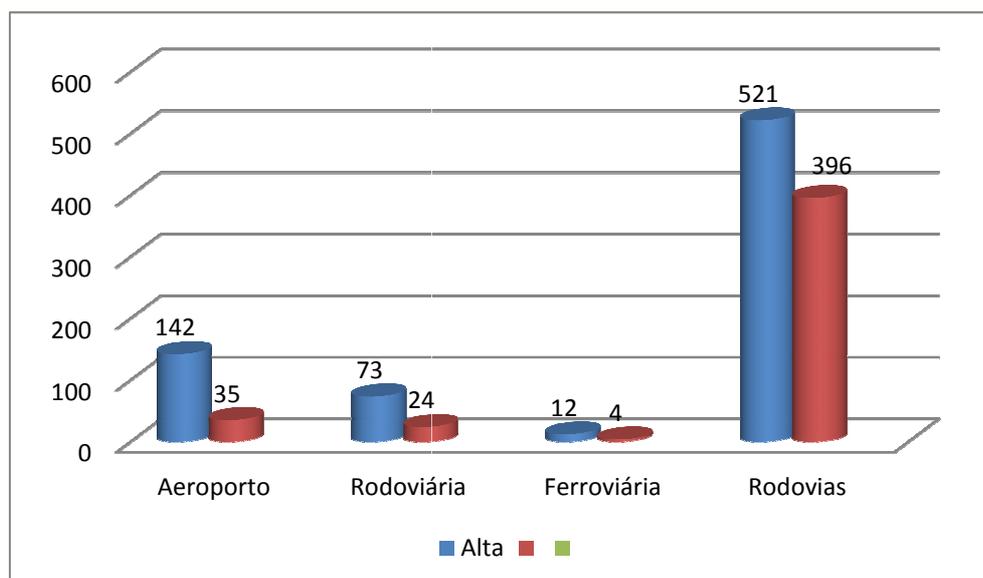


Gráfico 13 – Comparativo ano 2010 de chegada de pessoas (x1000) por modo de transporte

Pode-se notar que pelo aeroporto, rodoviárias, estação ferroviária e pelas rodovias do estado (BR101, BR262, Rodovia do Sol) há obediência da regra geral em que na alta temporada há maior fluxo de turistas.

2.2.6 Análise do ano 2011

A análise dos dados de 2011 é baseada na consolidação dos dados da pesquisa SEBRAE (SEBRAE, 2011), que podem ser vistos na Tabela 10.

Tabela 10 – Chegada de pessoas por modo de transporte (x1000)

Modo de Transporte	Alta Temporada	Média Temporada	Baixa Temporada
Aeroporto	113	24	4
Rodoviárias	96	32	5
Ferroviárias	6	2	0
Rodovias	724	229	11

Com base nos dados da Tabela 10 foi elaborado o Gráfico 14 que vem a facilitar a análise dos dados.

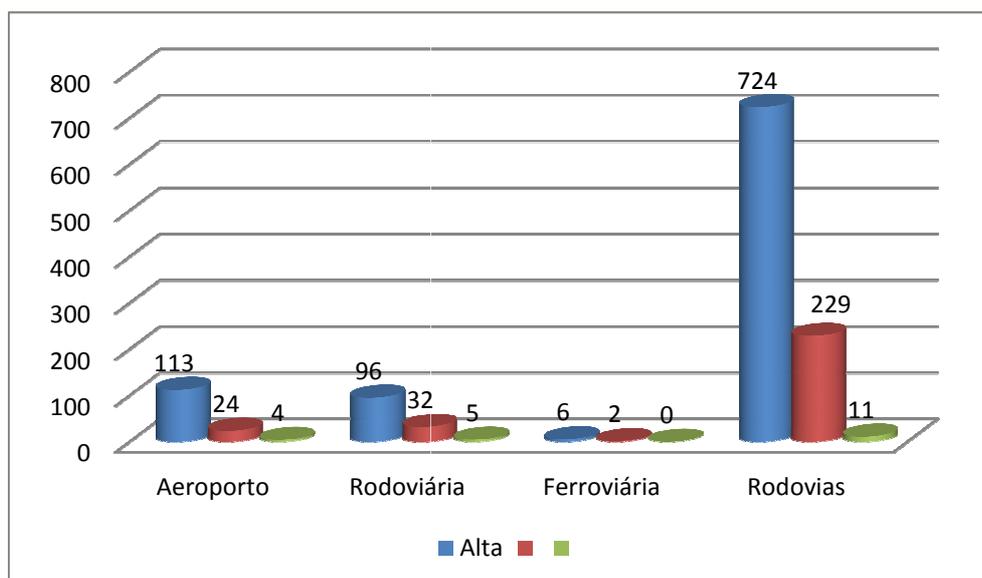


Gráfico 14 – Comparativo ano 2011 de chegada de pessoas (x1000) por modo de transporte

No Gráfico 14 pode se perceber que para o ano de 2011 o número de pessoas que chegaram pelo aeroporto se mostrou sem grandes alterações em função da temporada.

Pode-se notar que pelas rodovias do estado (BR101, BR262, Rodovia do Sol) ocorrem o maior fluxo de pessoas e há obediência da regra geral em que na alta temporada há maior fluxo e na baixa temporada o menor fluxo, assim como acontece no aeroporto, na estação ferroviária e nas rodoviárias

2.2.7 Análise do ano 2012

A análise dos dados de 2012 é baseada na consolidação dos dados da pesquisa SEBRAE (SEBRAE, 2012), que podem ser vistos na Tabela 11.

Tabela 11 – Chegada de pessoas por modo de transporte (x1000)

Modo de Transporte	Alta Temporada	Média Temporada	Baixa Temporada
Aeroporto	123	-	-
Rodoviárias	75	-	-
Ferrovias	8	-	-
Rodovias	361	-	-

Com base nos dados da Tabela 11 foi elaborado o Gráfico 15.

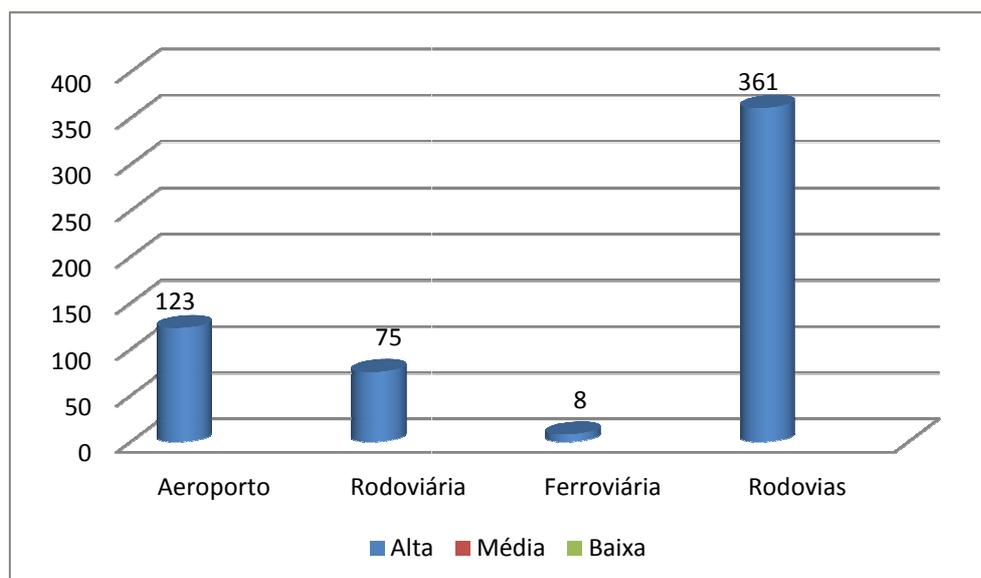


Gráfico 15 – Comparativo ano 2012 de chegada de pessoas (x1000) por modo de transporte

Em 2012 não houve pesquisa de fluxo na baixa e média temporada, não possibilitando comparação entre as temporadas, entretanto comparando entre modos, pode-se perceber que a maior quantidade de pessoas chegam pelas rodovias, e a menor quantidade de pessoas chegam pela ferroviária. mesmas.

2.3 Comparativo dos modais utilizados por ano

Foram elaborados gráficos para a análise do tipo de modal utilizado pelo turista para chegar ao seu destino final. A avaliação é feita por meio da comparação da alta, média e baixa temporada para os anos de 2005, 2006, 2007 e 2011.

Para os anos de 2008 e 2012 há apenas os dados da alta temporada, em 2009 não foi realizada a pesquisa de fluxo e em 2010 não há dados.

São apresentadas as tabelas consolidando as informações das tabelas denominadas “Fluxo turístico da região metropolitana” das pesquisas da SETUR (SETUR, 2005, 2006, 2007) e “Pesquisa de Fluxo Turístico e Turismo Receptivo” das pesquisas do SEBRAE (SEBRAE 2011 e 2012).

2.3.1 Análise do ano 2005

A análise dos dados de 2005 é baseada na consolidação dos dados da pesquisa SETUR (SETUR, 2005), que podem ser vistos na Tabela 12.

Tabela 12 - Modais utilizados em 2005

Modais	Baixa Temporada	Média Temporada	Alta Temporada
Automóvel	76,68%	75,71%	63,30%
Ônibus	13,36%	12,86%	16,51%
Avião	10,45%	8,00%	7,95%
Trem	1,83%	1,43%	4,28%
Outros	1,38%	1,71%	5,20%
NS/NR	-	0,29%	2,76%

Com base nos dados da Tabela 12 foi elaborado o Gráfico 16.

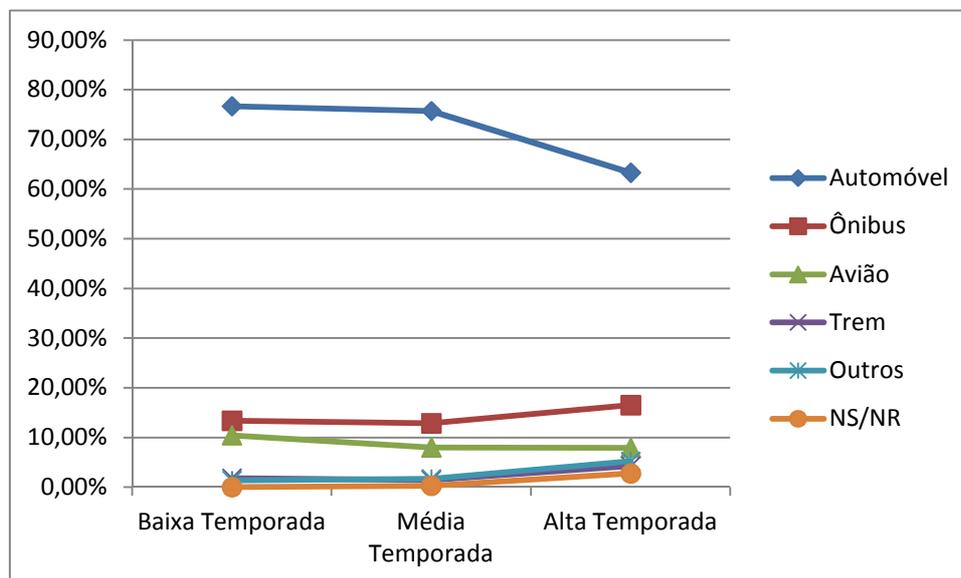


Gráfico 16 - Comparativo dos modais utilizados ano 2005

Pelo Gráfico 16 nota-se que, para o ano de 2005, o automóvel foi o modal mais utilizado em todas as temporadas, apresentando um percentual de uso bastante elevado em comparação aos demais modais.

2.3.2 Análise do ano 2006

A análise dos dados de 2006 é baseada na consolidação dos dados da pesquisa SETUR (SETUR, 2006), que podem ser vistos na Tabela 13.

Tabela 13 - Modais utilizados em 2006

Modais	Baixa Temporada	Média Temporada	Alta Temporada
Automóvel	34,91%	60,42%	60,81%
Ônibus	27,36%	23,74%	27,63%
Avião	30,19%	8,64%	9,14%
Trem	-	1,19%	3,23%
Outros	6,60%	5,20%	2,42%
NS/NR	0,94%	6,61%	-

Com base nos dados da Tabela 13 foi elaborado o Gráfico 17.

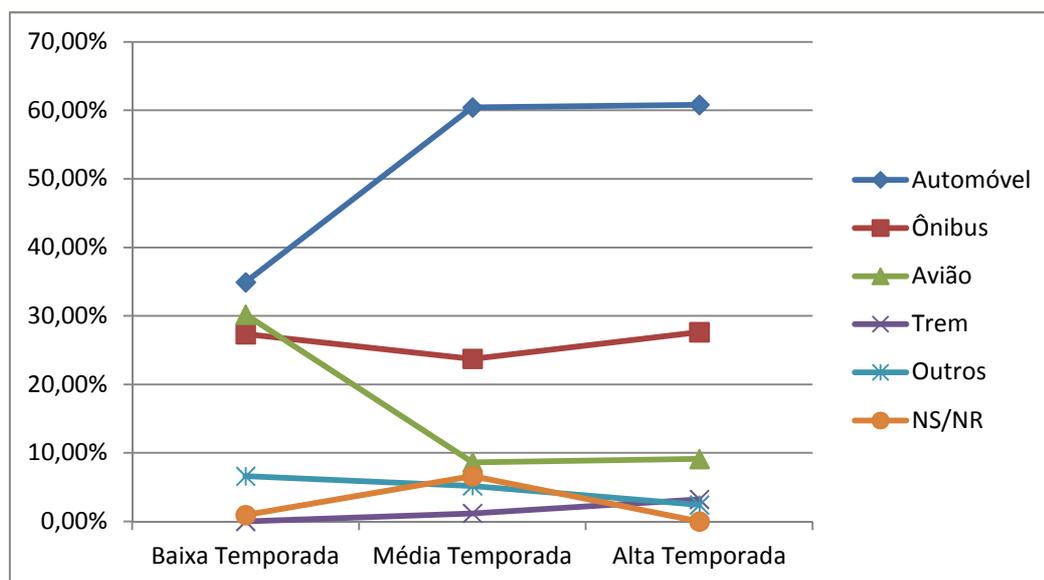


Gráfico 17 - Comparativo dos modais utilizados ano 2006

Pelo Gráfico 17, nota-se que, para o ano de 2006, o modal mais utilizado em todas as temporadas foi o automóvel.

2.3.3 Análise do ano 2007

A análise dos dados de 2007 é baseada na consolidação dos dados da pesquisa SETUR (SETUR, 2007), que podem ser vistos na Tabela 14.

Tabela 14 - Modais utilizados em 2007

Modais	Baixa Temporada	Média Temporada	Alta Temporada
Automóvel	58,95%	53,28%	58,28%
Ônibus	18,66%	27,95%	27,55%
Avião	9,87%	16,93%	9,50%
Trem	0,74%	1,25%	2,01%
Outros	11,97%	3,68%	2,50%
NS/NR	-	0,06%	0,15%

Com base nos dados da Tabela 14 foi elaborado o Gráfico 18.

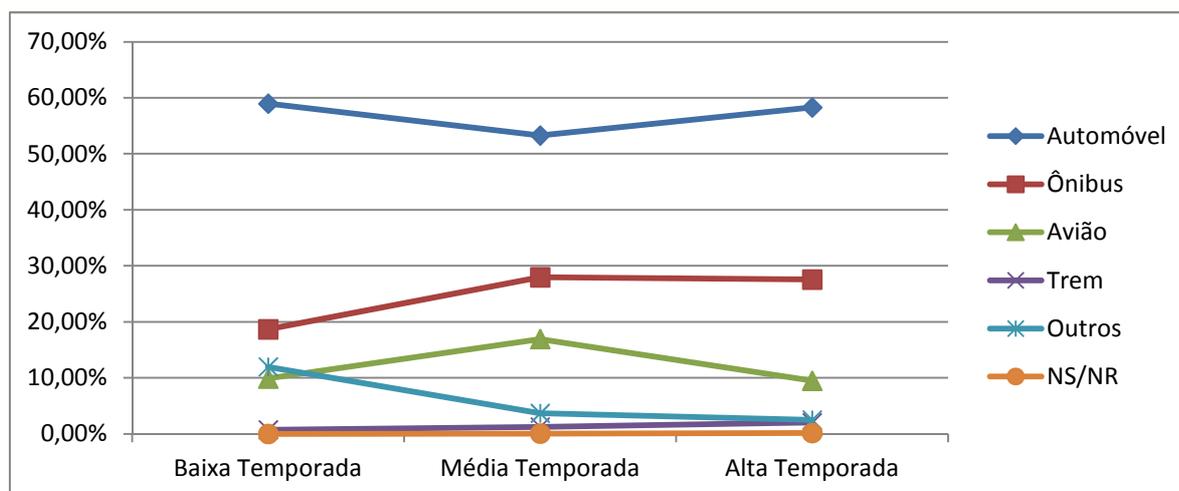


Gráfico 18 - Comparativo dos modais utilizados ano 2007

Pelo Gráfico 18, nota-se que, para o ano de 2007, o automóvel foi o modal mais utilizado em todas as temporadas, apresentando um percentual de uso bastante elevado em comparação aos demais modais.

2.3.4 Análise do ano 2008

A análise dos dados de 2008 é baseada na consolidação dos dados da pesquisa SETUR (SETUR, 2008), que podem ser vistos na Tabela 15.

Tabela 15 - Modais utilizados em 2008

Modais	Média Temporada	Alta Temporada
Automóvel	54,80%	71,19%
Ônibus	52,00%	12,38%
Avião	32,00%	8,10%
Trem	10,80%	1,19%
NS/NR	-	8,81%

Com base nos dados da Tabela 15 foi elaborado o Gráfico 19 que vem a facilitar a análise dos dados.

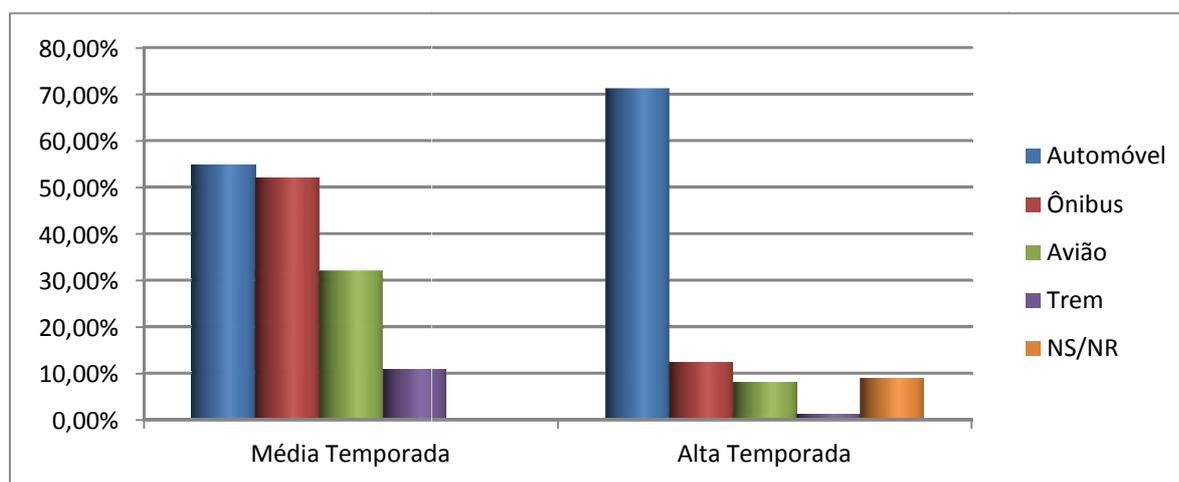


Gráfico 19 - Comparativo dos modais utilizados ano 2008

Como não há dados de todas as temporadas optou-se por expor o gráfico em barras para melhor comparação e entendimento. Pode-se notar pelo Gráfico 19, que na média temporada o modal mais utilizado foi o automóvel com uma diferença percentual pequena em relação ao ônibus. Na alta temporada o modal mais utilizado também foi o automóvel, porém com uma diferença bem em relação aos outros modais.

2.3.5 Análise do ano 2011

A análise dos dados de 2011 é baseada na consolidação dos dados da pesquisa SEBRAE (SEBRAE, 2011) que podem ser vistos na Tabela 16

Tabela 16 - Modais utilizados em 2011

Modais	Baixa Temporada	Média Temporada	Alta Temporada
Automóvel	53,60%	67,30%	67,70%
Ônibus	33,80%	23,90%	25,20%
Avião	23,60%	17,50%	13,20%
Trem	6,40%	3,00%	4,30%
Outros	14,50%	11,80%	1,50%

Com base nos dados da Tabela 16 foi elaborado o Gráfico 20 que vem a facilitar a análise dos dados.

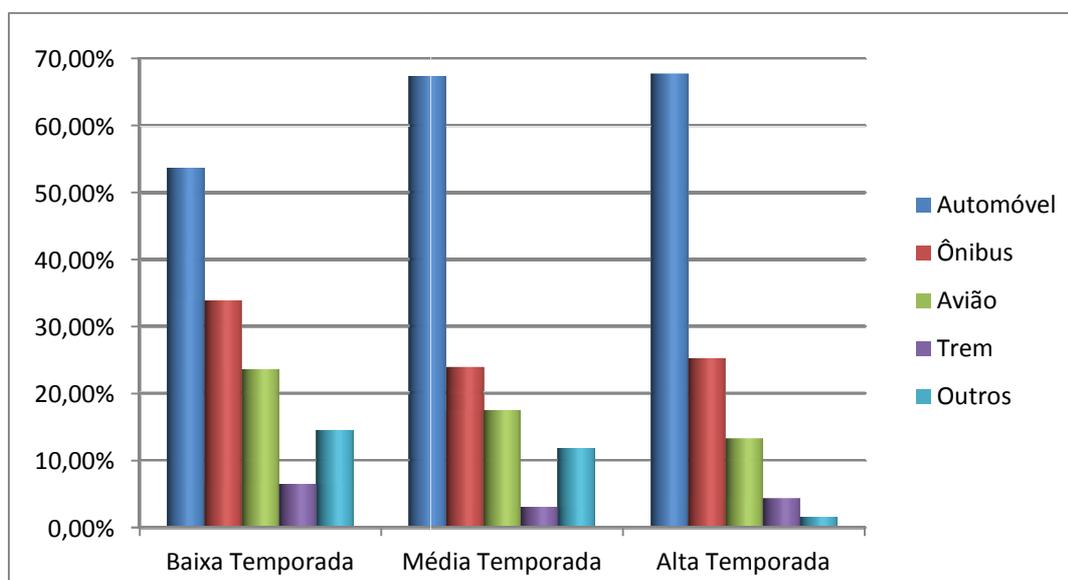


Gráfico 20 - Comparativo dos modais utilizados ano 2011

Como não há dados de todas as temporadas optou-se por expor o gráfico em barras para melhor comparação e entendimento. Notou-se que em todas as temporadas o automóvel é meio de transporte mais utilizado, chegando a se diferenciar em 43,4% do segundo modal mais utilizado na média temporada.

2.3.6 Análise do ano 2012

A análise dos dados de 2012 é baseada na consolidação dos dados da pesquisa SEBRAE (SEBRAE, 2012) que podem ser vistos na Tabela 17.

Tabela 17 - Modais utilizados em 2012

Modais	Alta Temporada
Automóvel	62,90%
Ônibus	26,90%
Avião	22,50%
Trem	2,20%
Outros	10,30%

Com base nos dados da Tabela 17 foi elaborado o Gráfico 21:

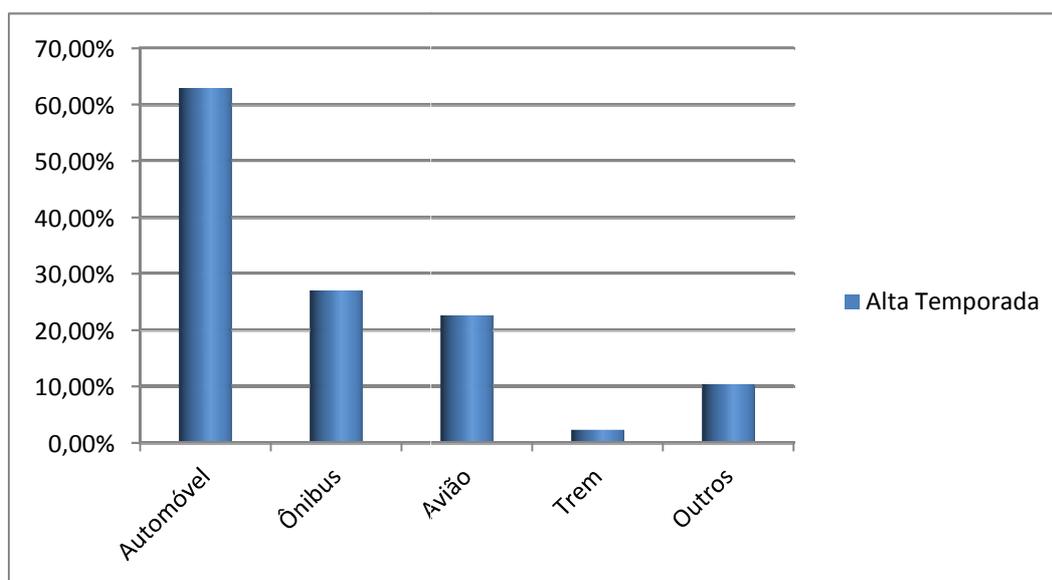


Gráfico 21 - Comparativo dos modais utilizados ano 2012

Como não há dados de todas as temporadas optou-se por expor o gráfico em barras para melhor comparação e entendimento. Observou-se que o automóvel é o meio de transporte mais utilizado.

2.4 Comparativo do estado de origem de turistas por ano

Foram elaborados gráficos para a análise do estado brasileiro de origem do turista. A avaliação é feita através da comparação das baixa e média temporadas de 2004, das alta, média e baixa temporadas para os anos de 2005, 2006 e 2007.

Em 2008 há dados apenas da média e alta temporada, 2011 baixa, alta e média e 2012 apenas da alta temporada. Não há pesquisas feitas de 2009 e não dá dados de 2010.

São apresentadas as tabelas consolidando as informações das tabelas denominadas “Fluxo turístico da região metropolitana” das pesquisas da SETUR (SETUR, 2005, 2006, 2007) e “Pesquisa de Fluxo Turístico e Turismo Receptivo” das pesquisas do SEBRAE (SEBRAE 2011 e 2012).

2.4.1 Análise do ano 2004

A análise dos dados de 2004 é baseada na consolidação dos dados da pesquisa SETUR (SETUR, 2004) que podem ser vistos na Tabela 18.

Tabela 18 - Estado de origem - Ano 2004

Estado	Baixa Temporada	Média Temporada
Espírito Santo	36,14%	18,92%
Minas Gerais	19,60%	42,17%
Rio de Janeiro	22,21%	19,30%
Bahia	1,84%	3,29%
Distrito Federal	0,77%	3,02%
Rio Grande do Sul	2,91%	0,37%
Goiás	0,15%	1,13%
Tocantins	-	1,60%
São Paulo	14,24%	5,84%
Outros	1,98%	4,09%

Com base nos dados da Tabela 18 foi elaborado o Gráfico 22:

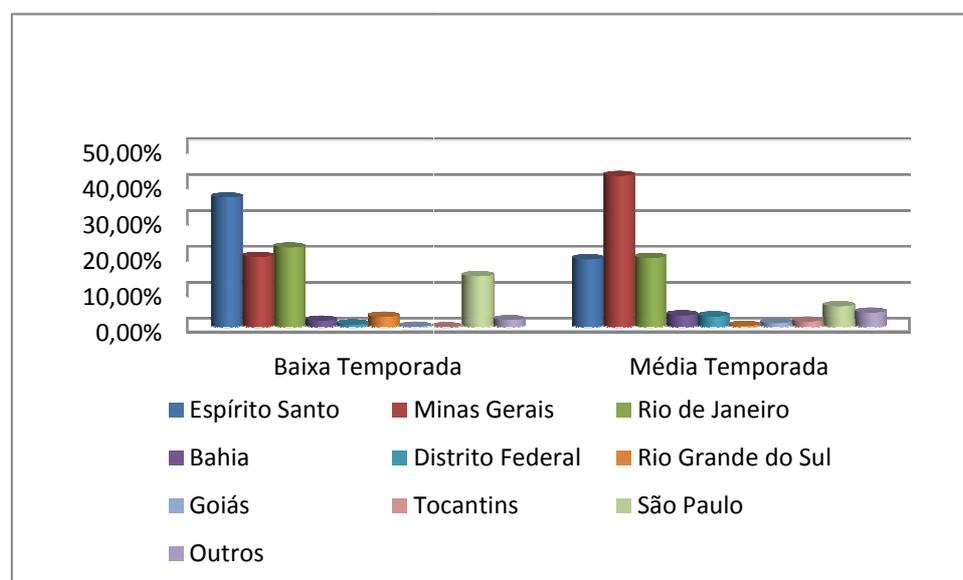


Gráfico 22 - Comparativo do estado de origem ano 2004

Observou-se que em ambas as temporadas, o estados de origem dos turistas que mais se destacam são os componentes da Região Sudeste: Espírito Santo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e São Paulo. Na baixa temporada o Espírito Santo possui maior número de turistas, enquanto na média temporada Minas Gerais obteve um maior número de turistas.

2.4.2 Análise do ano 2005

A análise dos dados de 2005 é baseada na consolidação dos dados da pesquisa SETUR (SETUR, 2005) que podem ser vistos na Tabela 19.

Tabela 19 - Estado de origem - Ano 2005

Estado	Baixa Temporada	Média Temporada	Alta Temporada
Minas Gerais	21,81%	46,57%	32,11%
Espírito Santo	38,81%	11,71%	22,63%
Rio de Janeiro	15,58%	33,43%	22,02%
Bahia	4,82%	2,57%	1,83%
Paraná	1,42%	1,14%	1,22%
Pernambuco	-	0,57%	1,22%
Distrito Federal	1,98%	-	0,92%
Rio Grande do Sul	1,13%	-	0,00%
Rondônia	-	-	1,22%
Outros	1,99%	0,58%	2,14%

Com base nos dados da Tabela 19 foi elaborado o Gráfico 23:

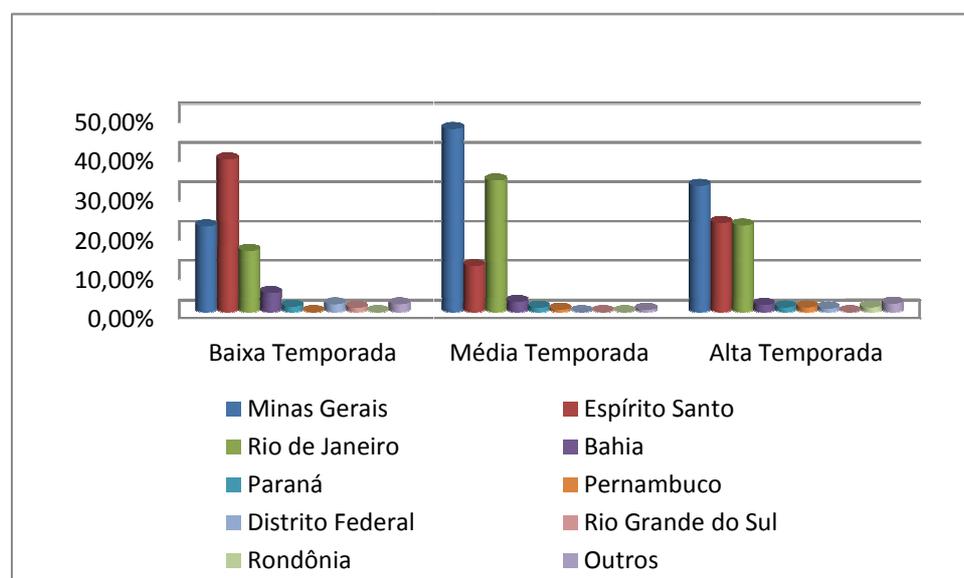


Gráfico 23 - Comparativo do estado de origem ano 2005

Comparando-se os estados de origem, notou-se que na baixa temporada o maior número de turistas vem do próprio estado do Espírito Santo. Na média e na alta temporada Minas Gerais é o estado com o maior número de turistas.

2.4.3 Análise do ano 2006

A análise dos dados de 2006 é baseada na consolidação dos dados da pesquisa SETUR (SETUR, 2006) que podem ser vistos na Tabela 20

Estado	Baixa Temporada	Média Temporada	Alta Temporada
Rio de Janeiro	29,25%	16,38%	13,44%
São Paulo	26,42%	-	-
Minas Gerais	17,92%	33,12%	38,44%
Espírito Santo	8,49%	20,65%	23,92%
Sergipe	4,72%	-	0,81%
Bahia	2,83%	7,41%	4,84%

Goiás	2,83%	-	1,08%
Paraná	1,89%	3,87%	1,08%
Rio Grande do Sul	1,89%	0,59%	0,54%
Outros	3,76%	4,34%	4,84%

Com base nos dados da tabela 20 foi elaborado o Gráfico 24:

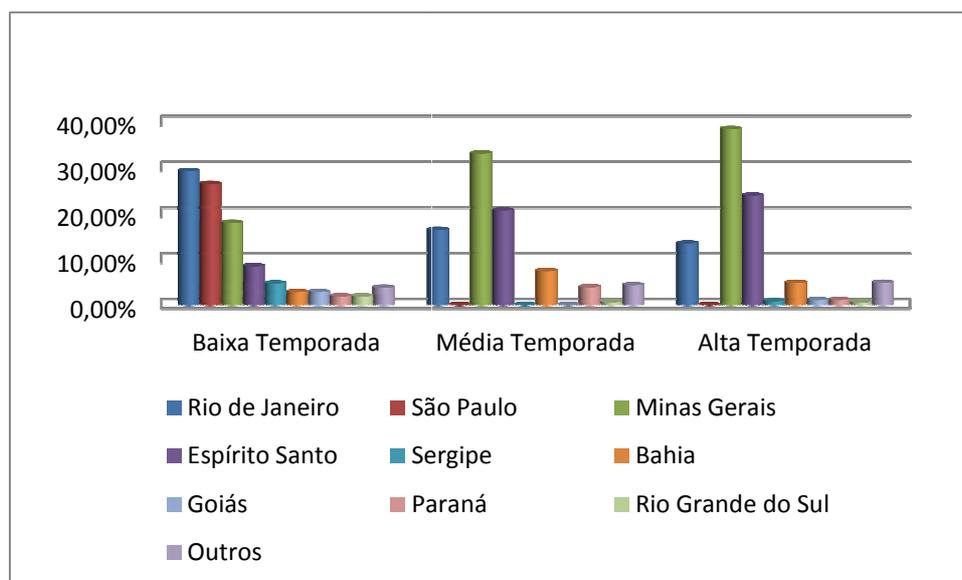


Gráfico 24 - Comparativo do estado de origem ano 2006

Na comparação entre as temporadas do ano de 2006, os estados do Rio de Janeiro, Minas Gerais e o próprio Espírito Santo foram os que mais se destacaram. Na baixa temporada a origem da maior parte dos turistas era o Rio de Janeiro, enquanto na média e alta temporada a maior parte vem de Minas Gerais e do Espírito Santo.

2.4.4 Análise do ano 2007

A análise dos dados de 2007 é baseada na consolidação dos dados da pesquisa SETUR (SETUR, 2007) que podem ser vistos na Tabela 21.

Tabela 21 - Estado de origem - Ano 2007

Estado	Baixa Temporada	Média Temporada	Alta Temporada
Minas Gerais	32,46%	40,88%	33,67%
Espírito Santo	25,86%	20,18%	26,28%
Rio de Janeiro	19,21%	11,60%	16,87%
São Paulo	8,78%	11,81%	7,41%
Distrito Federal	4,46%	0,99%	5,38%
Bahia	2,38%	6,45%	3,39%
Outros	4,88%	7,23%	1,99%

Com base nos dados da Tabela 21 foi elaborado o Gráfico 25:

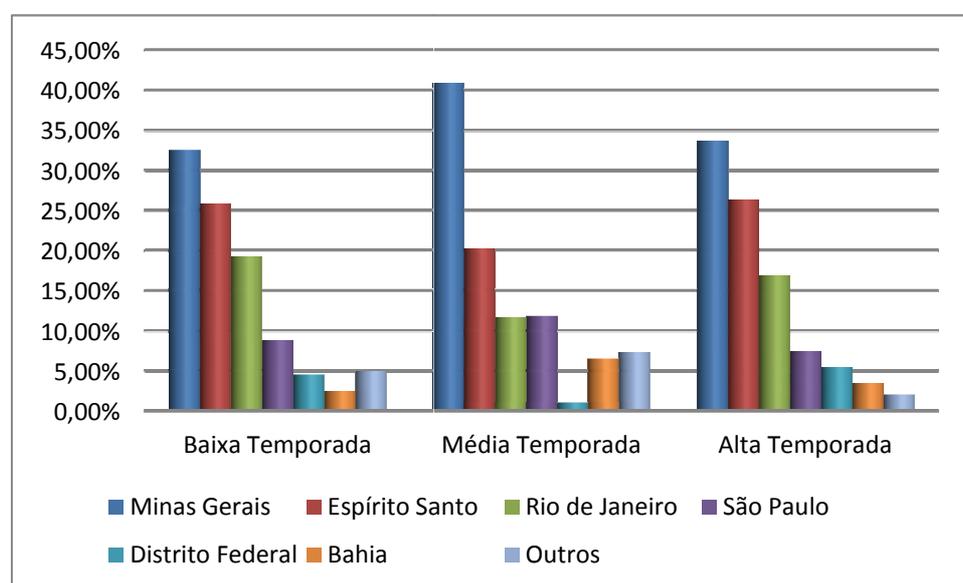


Gráfico 25 - Comparativo do estado de origem ano 2007

Em todas as temporadas do ano de 2007 observou-se que a maior parte dos turistas vindos de solo brasileiro vem de Minas Gerais seguidos sempre do Espírito Santo.

2.4.5 Análise do ano 2008

A análise dos dados de 2008 é baseada na consolidação dos dados da pesquisa SETUR (SETUR, 2008) que podem ser vistos na Tabela 22.

Tabela 22 - Estado de origem - Ano 2008

Estado	Média Temporada	Alta Temporada
Minas Gerais	27,40%	34,28%
Espírito Santo	24,10%	27,93%
São Paulo	19,00%	5,48%
Rio de Janeiro	16,20%	16,01%
Bahia	3,80%	5,29%
Distrito Federal	3,30%	1,52%
Paraná	1,50%	1,15%
Rio Grande do Sul	1,00%	-
Outros	3,70%	0,87%

Com base nos dados da Tabela 22 foi elaborado o Gráfico 26:

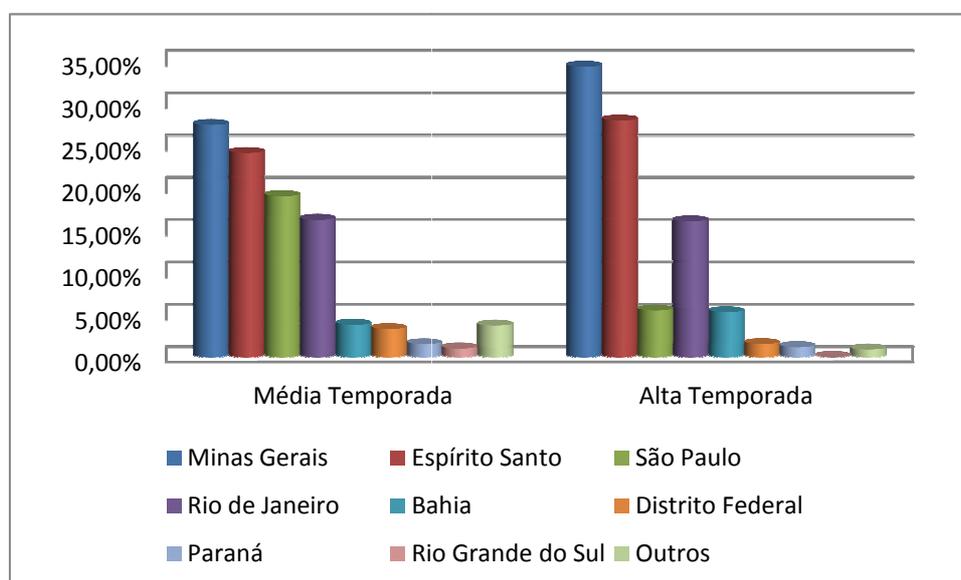


Gráfico 26 - Comparativo do estado de origem ano 2008

Nó ano de 2008 notou-se que o estado de origem da maior parte dos turistas foi Minas Gerais, seguido do Espírito Santo. Na média temporada São Paulo obteve o terceiro lugar, já na alta temporada, o terceiro lugar foi ocupado pelo Rio de Janeiro.

2.4.6 Análise do ano 2011

A análise dos dados de 2011 é baseada na consolidação dos dados da pesquisa SEBRAE (SEBRAE, 2011) que podem ser vistos na Tabela 23.

Tabela 23 - Estado de origem - Ano 2011

Estado	Baixa Temporada	Média Temporada	Alta Temporada
Minas Gerais	34,50%	30,90%	43,00%
Espírito Santo	32,10%	34,70%	27,30%
São Paulo	10,20%	9,10%	6,70%
Rio de Janeiro	12,10%	13,10%	12,20%
Bahia	3,60%	3,10%	1,80%
Distrito Federal	1,30%	2,00%	2,00%
Paraná	0,90%	0,70%	1,00%
Outros	5,10%	7,00%	5,20%

Com base nos dados da Tabelas 23 foi elaborado o Gráfico 27:

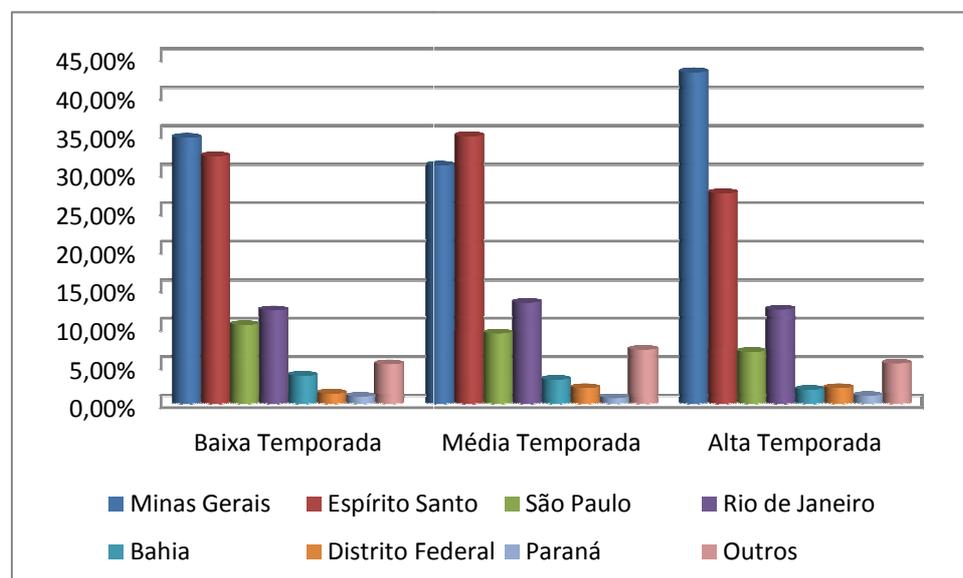


Gráfico 27 - Comparativo do estado de origem ano 2011

Na baixa e na alta temporada de 2011, o maior número de turistas vindos do Brasil veio de Minas Gerais enquanto na média temporada o estado de origem da maior parte dos turistas é o Espírito Santo.

2.4.7 Análise do ano 2012

A análise dos dados de 2012 é baseada na consolidação dos dados da pesquisa SEBRAE (SEBRAE, 2012) e podem ser vistos na Tabela 24.

Tabela 24 - Estado de origem - Ano 2012

Estado	Alta Temporada
Minas Gerais	34,20%
Espírito Santo	32,20%
São Paulo	6,70%
Rio de Janeiro	12,80%
Bahia	5,10%
Distrito Federal	2,30%
Outros	8,10%

Com base nos dados da Tabela 24 foi elaborado o Gráfico 28:

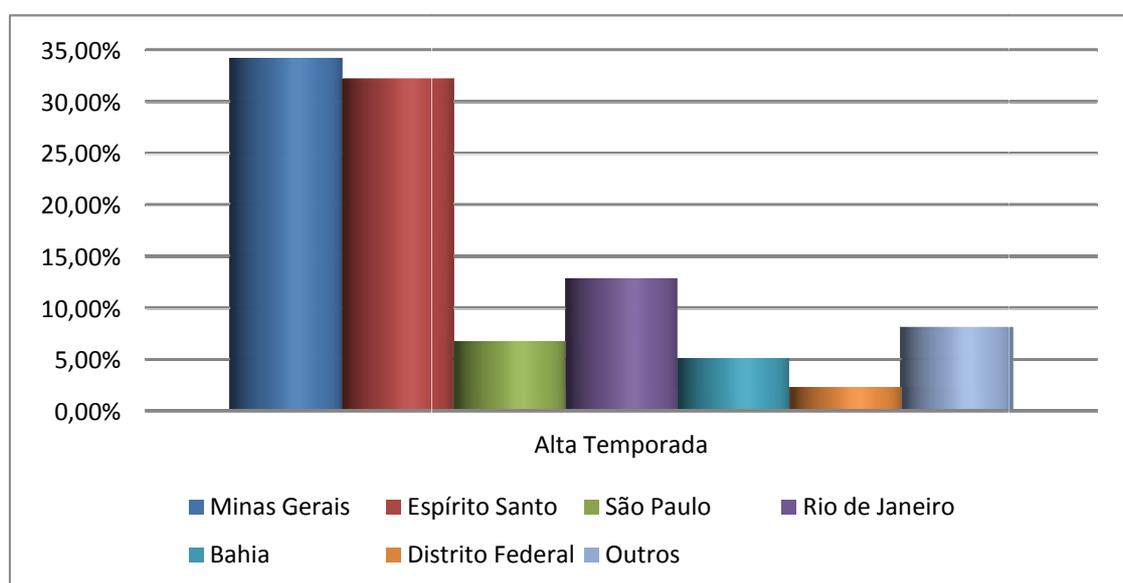


Gráfico 28 - Comparativo do estado de origem ano 2012

Notou-se que Minas Gerais foi o estado de origem da maior parte dos turistas, seguido do Espírito Santo e São Paulo.

2.5 Comparativo do país de origem de turistas por ano

Foram elaborados gráficos para a análise do país de origem do turista. A avaliação é feita através da comparação das baixa e média temporadas de 2004, das alta, média e baixa temporadas para os anos de 2005, 2006, 2007 e 2011.

Em 2008 há dados apenas da média e alta temporada e 2012 apenas da alta temporada. Não há pesquisas feitas de 2009 e não dá dados de 2010.

São apresentadas as tabelas consolidando as informações das tabelas denominadas “Fluxo turístico da região metropolitana” das pesquisas da SETUR (SETUR, 2005, 2006, 2007, 2010) e “Pesquisa de Fluxo Turístico e Turismo Receptivo” das pesquisas do SEBRAE (SEBRAE 2011 e 2012).

Em todos os anos descritos é possível perceber que o número de brasileiros turistas na região da grande Vitória é discrepantemente maior do que outros turistas, por isso, nas análises abaixo se considerou nos gráficos apenas os estrangeiros para melhor demonstrá-los.

2.5.1 Análise do ano 2004

A análise dos dados de 2004 é baseada na consolidação dos dados da pesquisa SETUR (SETUR, 2004) que podem ser vistos na Tabela 25.

Tabela 25 - País de origem ano 2004

País	Baixa Temporada	Média Temporada
Brasil	99,54%	98,58%
EUA	-	1,03%
Portugal	0,15%	0,10%
Itália	0,15%	-
Alemanha	-	0,10%
Suíça	-	0,10%
Outros	0,15%	0,10%

Com base nos dados da Tabela 25 foi elaborado o Gráfico 29:

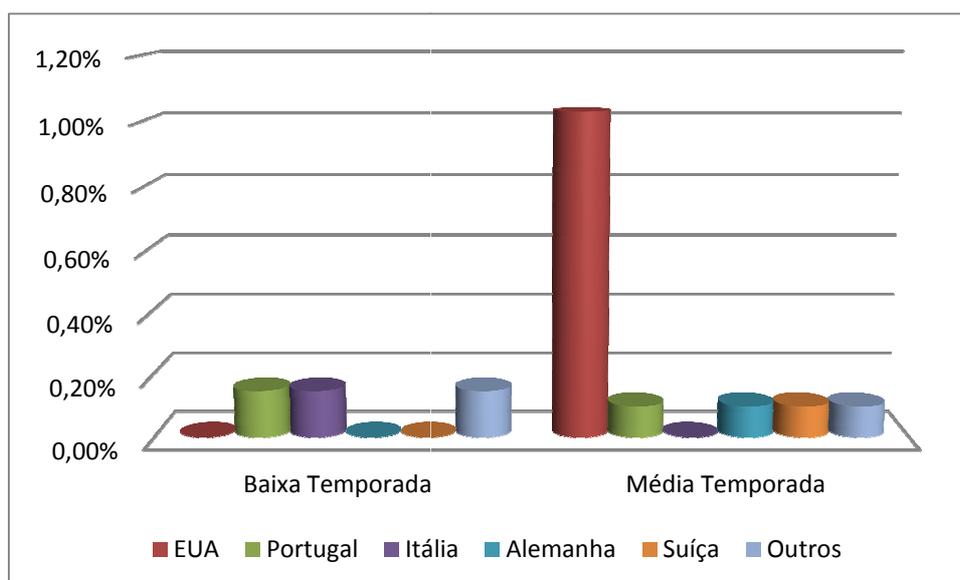


Gráfico 29 - Comparativo país de origem ano 2004

Em 2004 observou-se que na baixa temporada Portugal e Itália foram o país de origem do maior número de turistas, enquanto na média temporada, os Estados Unidos obteve o maior número de turistas.

2.5.2 Análise do ano 2005

A análise dos dados de 2005 é baseada na consolidação dos dados da pesquisa SETUR (SETUR, 2005) que podem ser vistos na Tabela 26.

Tabela 26 - País de origem ano 2005

País	Baixa Temporada	Média Temporada	Alta Temporada
Brasil	98,87%	98,86%	98,47%
EUA	0,57%	1,14%	-
Portugal	0,28%	0,19%	-
Itália	0,28%	0,10%	0,31%
Outros	-	0,68%	1,53%

Com base nos dados da Tabela 26 foi elaborado o Gráfico 30:

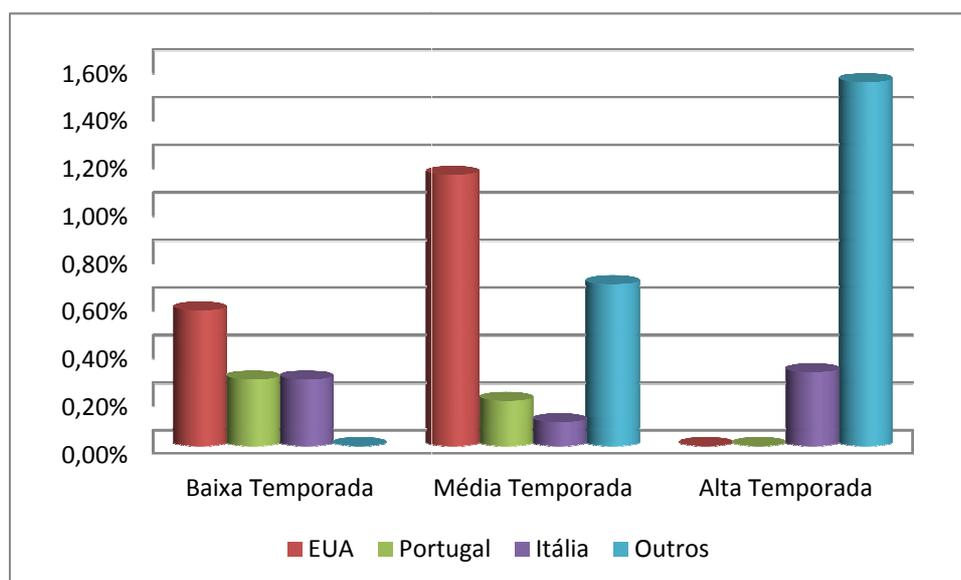


Gráfico 30 - Comparativo país de origem ano 2005

Na baixa e média temporada de 2005 os Estados Unidos foi o país de origem da maior parte dos turistas estrangeiros. Já na alta temporada, a primeira colocação correspondeu a outros países.

2.5.3 Análise do ano 2006

A análise dos dados de 2006 é baseada na consolidação dos dados da pesquisa SETUR (SETUR, 2006) e podem ser vistos na Tabela 27

Tabela 27 - País de origem ano 2006

País	Baixa Temporada	Média Temporada	Alta Temporada
Brasil	97,55%	98,45%	98,66%
EUA	1,09%	0,29%	0,81%
Portugal	0,54%	0,19%	-
França	-	-	0,27%
Outros	0,82%	0,68%	0,54%

Com base nos dados da Tabela 27 foi elaborado o Gráfico 31:

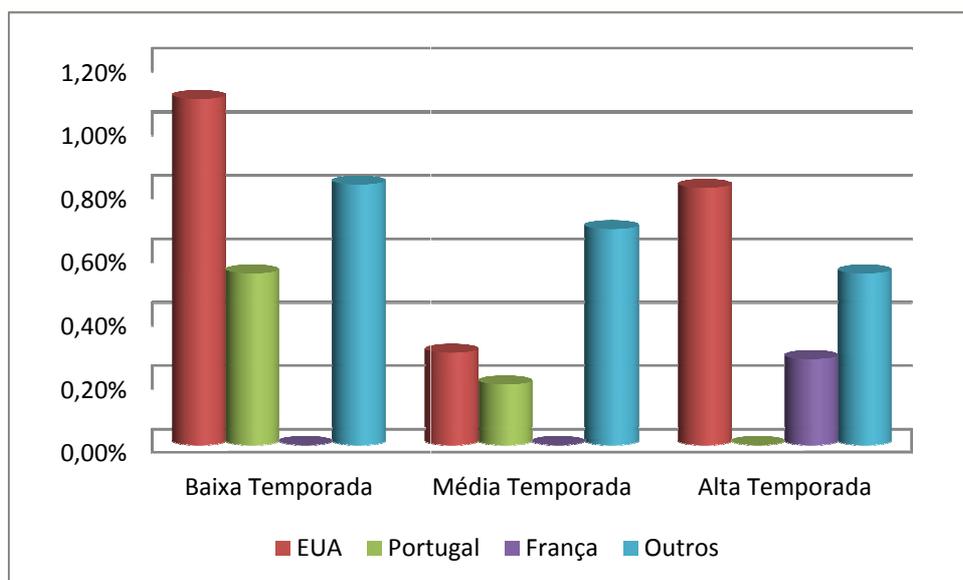


Gráfico 31 - Comparativo país de origem ano 2006

Em todas as temporadas de 2006 os Estados Unidos foi o país de origem da maior parte dos turistas estrangeiros.

2.5.4 Análise do ano 2007

A análise dos dados de 2007 é baseada na consolidação dos dados da pesquisa SETUR (SETUR, 2007) que podem ser vistos na Tabela 28

Tabela 28 - País de origem ano 2007

País	Baixa Temporada	Média Temporada	Alta Temporada
Brasil	99,58%	97,42%	99,30%
EUA	-	1,91%	0,15%
Alemanha	-	-	0,13%
Suécia	-	-	0,13%
Outros	0,36%	0,66%	0,29%

Com base nos dados da Tabela 28 foi elaborado o Gráfico 32:

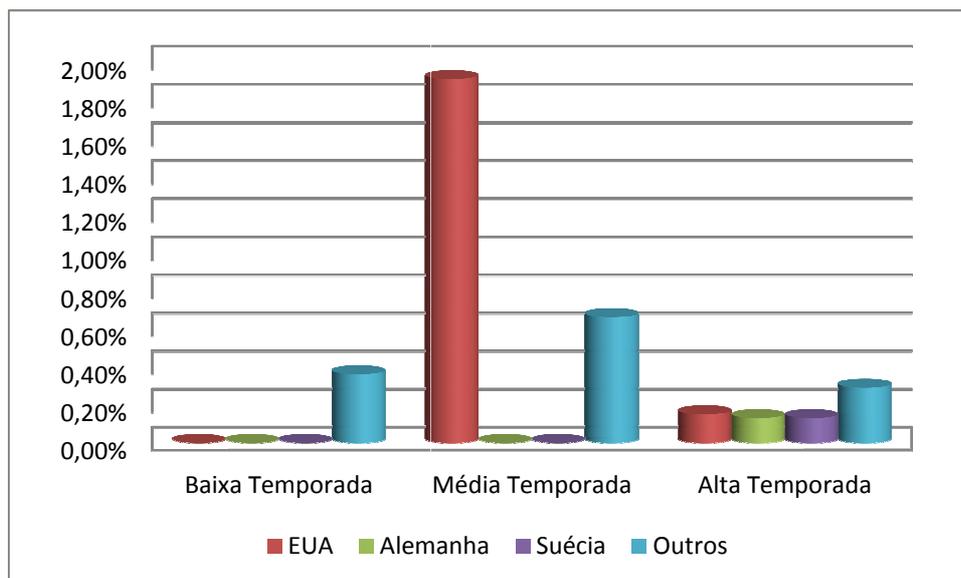


Gráfico 32 - Comparativo país de origem ano 2007

No ano de 2007 os os turistas de países estrangeiros tiveram fluxo inconstante, dificultando sua comparação entre temporadas. Entretanto, notou-se a diferença no fluxo de turistas dos Estados Unidos que na média temporada corresponderam a 1,91% enquanto na alta temporada corresponderam a 0,15%.

2.5.5 Análise do ano 2008

A análise dos dados de 2008 é baseada na consolidação dos dados da pesquisa SETUR (SETUR, 2008) que podem ser vistos na Tabela 29

Tabela 29 - País de origem ano 2008

País	Média Temporada	Alta Temporada
Brasil	97,50%	98,35%
EUA	0,50%	0,71%
Itália	0,50%	0,68%
Argentina	0,30%	-
França	0,30%	0,27%
Outros	1,20%	-

Com base nos dados da Tabela 29 foi elaborado o Gráfico 33:

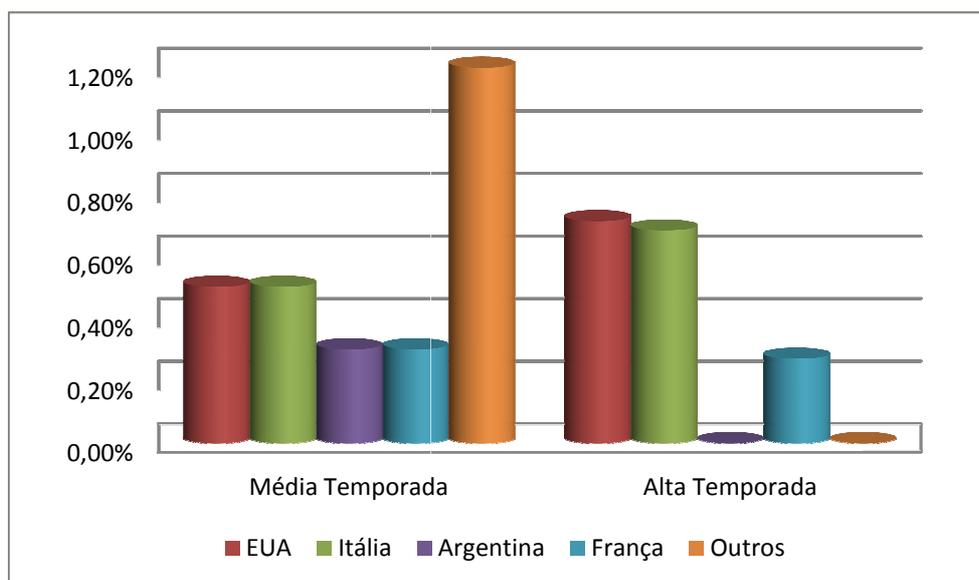


Gráfico 33 - Comparativo país de origem ano 2008

Notou-se que na média temporada a maioria dos turistas estrangeiros vem de países diversos, considerados “Outros”, enquanto na alta temporada a o país de origem com maior parte de turistas é os Estados Unidos.

2.5.6 Análise do ano 2011

A análise dos dados de 2011 é baseada na consolidação dos dados da pesquisa SEBRAE (SEBRAE, 2011) que podem ser vistos na Tabela 30

Tabela 30 - País de origem ano 2011

País	Baixa Temporada	Média Temporada	Alta Temporada
Brasil	98,90%	99,30%	98,80%
Itália	0,30%	0,20%	0,40%
EUA	0,10%	0,10%	0,20%
Alemanha	0,10%	0,10%	0,10%
Outros	0,50%	0,20%	0,60%

Com base nos dados da Tabela 30 foi elaborado o Gráfico 34:

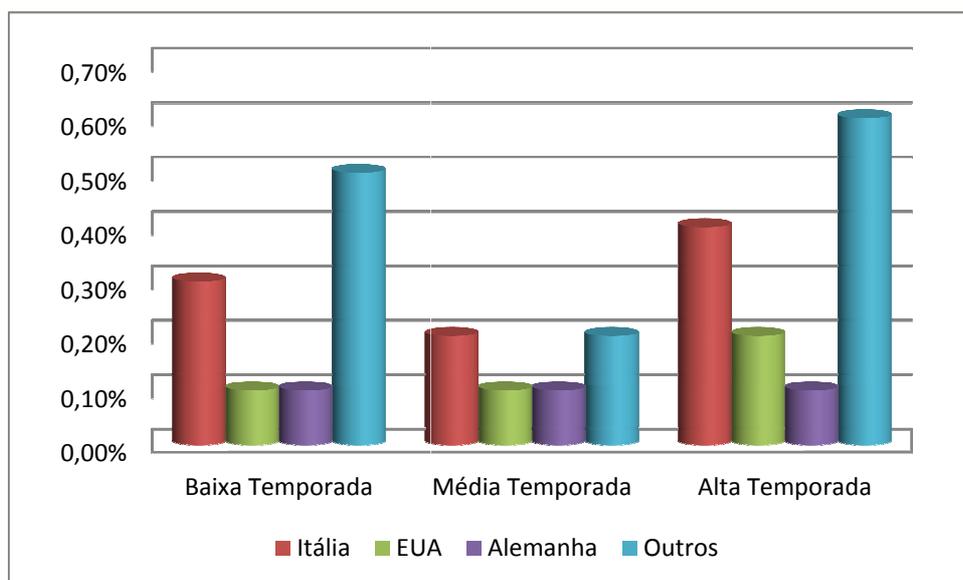


Gráfico 34 - Comparativo país de origem ano 2011

Em 2011 notou-se que a maior parte dos turistas estrangeiros veio de diversos países classificados como “Outros”, mas, os Estados Unidos se destacaram como o país de origem de turistas estrangeiros em todas as temporadas.

2.5.7 Análise do ano 2012

A análise dos dados de 2012 é baseada na consolidação dos dados da pesquisa SEBRAE (SEBRAE, 2012) que podem ser vistos na Tabela 31

Tabela 31 - País de origem ano 2012

País	Alta Temporada
Brasil	98,50%
Itália	0,30%
Portugal	0,30%
EUA	0,30%
Espanha	0,20%
Outros	0,60%

Com base nos dados da Tabela 31 foi elaborado o Gráfico 35:

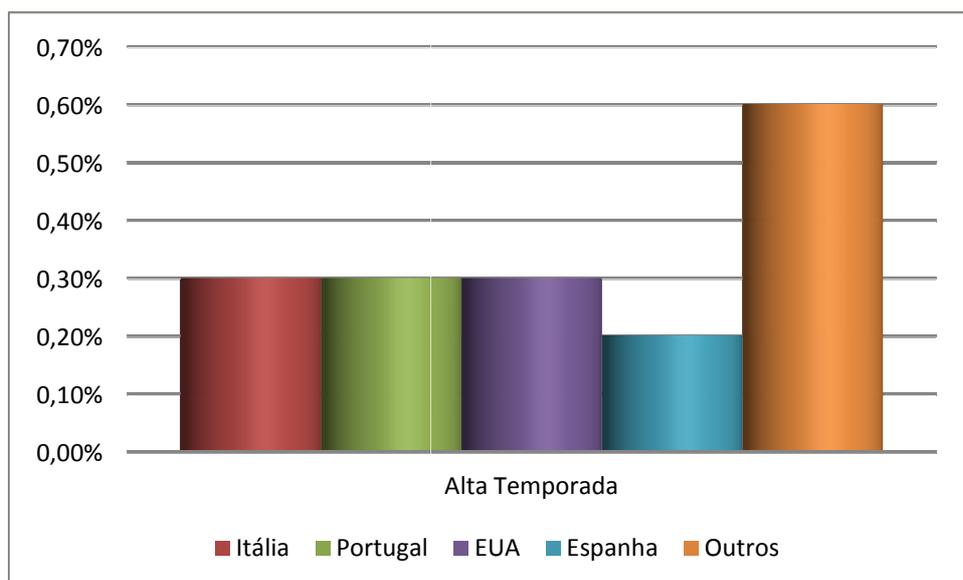


Gráfico 35 - Comparativo país de origem ano 2012

Notou-se que na alta temporada de 2012 a maior parte dos turistas estrangeiros veio de diversos países classificados como “Outros”, mas, ainda assim, destacaram-se Itália, Portugal e Estados Unidos.

3 OUTRAS INFORMAÇÕES

Com base no Plano Estratégico de Turismo, as seguintes diretrizes estratégicas foram consideradas relevantes: Promover investimentos em infraestrutura de serviços públicos, vias de acesso e informações turísticas.

No Macroprograma 2, Infraestrutura é uma área temática que envolve a criação/melhoramento da infraestrutura básica, visando garantir tanto a viabilidade como a sustentabilidade, ao longo dos anos, de investimentos na expansão da oferta hoteleira,

de áreas e equipamentos de lazer, além da diversificação de produtos turísticos. Dessa forma, constitui-se meta geral para este macroobjetivo a viabilização da infraestrutura básica para o turismo com ênfase na intermodalidade do transporte, na adequação do transporte aéreo, na sinalização turística local e rodoviária e na segurança do turista.

A necessidade de infraestrutura reforça a necessidade de articulação entre o setor público e o setor privado, através de parcerias, na busca pela viabilização da infraestrutura necessária aos destinos turísticos do Estado. Portanto, a criação/melhoria da infraestrutura das cidades onde, efetivamente, o turismo acontece, deve ser fruto, principalmente, de PPP (parceria público/privada).

Parcela dos investimentos na infraestrutura turística do Estado depende de decisões que estão no âmbito federal. São investimentos em rodovias, ferrovias e aeroporto. Nesse sentido, o Governo do Estado do Espírito Santo envidará todos os esforços no sentido de que tais investimentos sejam realizados.

Estão incluídos na relação de investimentos considerados prioritários e estruturantes para o turismo capixaba:

- Duplicação da BR-101
- Duplicação da extensão da BR-101 – Contorno de Vitória
- Construção do novo aeroporto de Vitória
- Recuperação e melhoria da BR-262
- Recuperação e ampliação da Rodovia do Sol, que ligará a capital do Estado ao litoral norte
- Construção da Ferrovia Litorânea Sul
- Estrada Parque Caparaó
- Adequação dos aeroportos regionais

4 SUGESTÕES

Algumas sugestões são propostas a fim de que o fluxo turístico seja maior e que o turista seja melhor recebido e atendido:

1. Visando conduzir o turista pelas vias do Espírito Santo propõe-se criar rotas turísticas coloridas. Todos os postes seriam pintados com cores diferentes conforme as rotas turísticas que passam pela via. Assim vê-se a necessidade da criação de um mapa de rotas, onde cada rota teria uma cor e os postes ao longo desta rota teriam a mesma cor;
2. Duplicar a rodovia 262, acesso importante para quem vem de Minas Gerais, São Paulo, e Mato Grosso do Sul;
3. Duplicar a rodovia 101, acesso importante para quem vem do norte e sul do país;
4. Criar um ônibus de turismo que pare nos principais pontos turísticos do Espírito Santo a exemplo de grandes cidades. Com isso procura-se diminuir a necessidade de circulação do turista com carro próprio e aumentar o acesso aos pontos turísticos principais;
5. Criar, principalmente nos finais de semanas, roteiros com vans para os municípios da região da grande Vitória a exemplo de Natal-RN e Bonito-MS;
6. Instalar Totens nos principais hotéis, pontos turísticos, estação ferroviária, aeroporto e rodoviária com os mapas turísticos e o software que esta sendo elaborado pela equipe, que irá propor roteiros para o turista conforme seus desejos;
7. Implantar mapas dos pontos turísticos nos pontos de ônibus e terminais localizando o turista e apresentando o itinerário e horário de todos os ônibus. Implantar também esse sistema em aeroportos, rodoviárias e estações ferroviárias;
8. Ativar o sistema aquaviário para implementar o turismo nos municípios de Vila Velha, Cariacica e Vitória;
9. Propor à Vale S.A., administradora da Estrada de Ferro Vitória a Minas (EFVM), e à Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT) a melhoria das condições do trem de passageiros para atrair o turismo para o estado, incluindo vídeos institucionais do ES;
10. Para atrair mais turistas de outros estados deve-se conversar com a Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC) e com as companhias aéreas para o aumento da malha de vôos saindo e chegando a Vitória de modo direto;
11. Ampliar para vôos internacionais de passageiros o aeroporto do Espírito Santo, em função da baixa atratividade de turista, o que se justifica também pelo turismo de negócio que vem aumentando em função do petróleo;
12. Criar um terminal marítimo de passageiros para cruzeiros de médio e grande porte.

5 REFERÊNCIAS

SETUR, Secretária de Turismo do Espírito Santo, **Pesquisa de Turismo Receptivo na Região Metropolitana de Vitória – Baixa Temporada - 2004**, Disponível em: <http://www.setur.es.gov.br/>, Acesso em: 20 de agosto de 2012.

_____, **Pesquisa de Turismo Receptivo na Região Metropolitana de Vitória – Média Temporada - 2004**, Disponível em: <http://www.setur.es.gov.br/>, Acesso em: 20 de agosto de 2012.

_____, **Pesquisa de Turismo Receptivo na Região Metropolitana de Vitória – Alta Temporada - 2004**, Disponível em: <http://www.setur.es.gov.br/>, Acesso em: 20 de agosto de 2012.

_____, **Pesquisa de Turismo Receptivo na Região Metropolitana de Vitória – Baixa Temporada - 2005**, Disponível em: <http://www.setur.es.gov.br/>, Acesso em: 20 de agosto de 2012.

_____, **Pesquisa de Turismo Receptivo na Região Metropolitana de Vitória – Média Temporada - 2005**, Disponível em: <http://www.setur.es.gov.br/>, Acesso em: 20 de agosto de 2012.

_____, **Pesquisa de Turismo Receptivo na Região Metropolitana de Vitória – Alta Temporada - 2005**, Disponível em: <http://www.setur.es.gov.br/>, Acesso em: 20 de agosto de 2012.

_____, **Pesquisa de Turismo Receptivo na Região Metropolitana de Vitória – Baixa Temporada - 2006**, Disponível em: <http://www.setur.es.gov.br/>, Acesso em: 20 de agosto de 2012.

_____, **Pesquisa de Turismo Receptivo na Região Metropolitana de Vitória – Média Temporada - 2006**, Disponível em: <http://www.setur.es.gov.br/>, Acesso em: 20 de agosto de 2012.

_____, **Pesquisa de Turismo Receptivo na Região Metropolitana de Vitória – Alta Temporada - 2006**, Disponível em: <http://www.setur.es.gov.br/>, Acesso em: 20 de agosto de 2012.

_____, **Pesquisa de Turismo Receptivo na Região Metropolitana de Vitória – Baixa Temporada - 2007**, Disponível em: <http://www.setur.es.gov.br/>, Acesso em: 20 de agosto de 2012.

_____, **Pesquisa de Turismo Receptivo na Região Metropolitana de Vitória – Média Temporada - 2007**, Disponível em: <http://www.setur.es.gov.br/>, Acesso em: 20 de agosto de 2012.

_____, **Pesquisa de Turismo Receptivo na Região Metropolitana de Vitória – Alta Temporada - 2007**, Disponível em: <http://www.setur.es.gov.br/>, Acesso em: 20 de agosto de 2012.

_____, **Pesquisa de Turismo Receptivo na Região Metropolitana de Vitória – Alta Temporada - 2008**, Disponível em: <http://www.setur.es.gov.br/>, Acesso em: 20 de agosto de 2012.

_____, **Pesquisa de Turismo Receptivo na Região Metropolitana de Vitória – Média Temporada - 2008**, Disponível em: <http://www.setur.es.gov.br/>, Acesso em: 20 de agosto de 2012.

_____, **Pesquisa de Turismo Receptivo nas Rotas Turísticas do Espírito Santo – Alta Temporada - 2010**. Disponível em: <http://www.setur.es.gov.br/>, Acesso em: 20 de agosto de 2012.

_____, **Pesquisa de Turismo Receptivo nas Rotas Turísticas do Espírito Santo – Média Temporada - 2010**. Disponível em: <http://www.setur.es.gov.br/>, Acesso em: 20 de agosto de 2012.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas empresas, **Pesquisa de Fluxo Turístico e Turismo Receptivo de Alta Temporada - 2011**, Disponível em: <http://www.biblioteca.sebrae.com.br/>, Acesso em: 12 de agosto de 2012.

_____, **Pesquisa de Fluxo Turístico e Turismo Receptivo de Média Temporada – 2011**. Disponível em: <http://www.biblioteca.sebrae.com.br/>. Acesso em: 08 de setembro de 2012.

_____, **Pesquisa de Fluxo Turístico e Turismo Receptivo de Baixa Temporada - 2011**. Disponível em: <http://www.biblioteca.sebrae.com.br/>. Acesso em: 08 de setembro de 2012.

_____, **Pesquisa de Fluxo Turístico e Turismo Receptivo de Alta Temporada – 2012**. Disponível em: <http://www.biblioteca.sebrae.com.br/>. Acesso em: 08 de setembro de 2012.

5. Diagnóstico do Turismo e Plano de Ação

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	2
1.1	CONCEITUAÇÃO.....	2
1.2	OBJETIVO DA PESQUISA.....	3
1.3	JUSTIFICATIVA.....	4
1.4	METODOLOGIA E TRABALHO.....	5
2	DIAGNÓSTICO DO TURISMO.....	7
3	DIAGNÓSTICO DO TURISMO EM CARIACICA E VIANA.....	13
3.1	A REGIÃO METROPOLITANA.....	14
3.2	O MUNICÍPIO DE CARIACICA.....	15
3.2.1	<i>Subsistema de Superestrutura.....</i>	<i>16</i>
3.2.2	<i>Subsistema de Oferta.....</i>	<i>19</i>
3.2.3	<i>Levantamento das Fortalezas e Fraquezas do Município de Cariacica.....</i>	<i>23</i>
3.3	O MUNICÍPIO DE VIANA.....	25
3.3.1	<i>Subsistema de Superestrutura.....</i>	<i>26</i>
3.3.2	<i>Subsistema de Oferta.....</i>	<i>26</i>
3.3.3	<i>Levantamento das Fortalezas e Fraquezas do Município de Viana.....</i>	<i>28</i>
3.4	CARACTERIZAÇÃO INSTITUCIONAL DO EMPRESARIADO.....	30
4	SUBSISTEMA DA DEMANDA.....	37
4.1	DEMANDA TURÍSTICA DO ESPÍRITO SANTO NOS ANOS DE 2011 A 2013.....	37
5	CONCLUSÃO.....	41
6	PROPOSTA DE PLANO DE AÇÃO.....	43
6.1	INTRODUÇÃO.....	43
6.2	MATRIZ DO PLANO DE AÇÃO PARA O TURISMO NO MUNICÍPIO DE CARIACICA.....	45
6.3	MATRIZ DO PLANO DE AÇÃO PARA O TURISMO NO MUNICÍPIO DE VIANA.....	52
7	REFERÊNCIAS.....	57
7.1	SÍTIOS DA INTERNET.....	58
8	ANEXOS.....	59

1 INTRODUÇÃO

O diagnóstico do turismo na área pesquisada, composta pelos municípios de Cariacica e Viana (agrupados, para efeito de estudo, como Área 5), compreende a apresentação do seu potencial turístico e a análise de desempenho dos serviços, organização e principais atrativos nas duas regiões. Algumas propostas de ação para a mitigação de conflitos encontrados nas citadas áreas, também, fazem parte dessa análise elaborada com a participação do *trade* local.

Este levantamento complementa a informação desses municípios no projeto *Rede de Difusão do Desempenho do Turismo Capixaba*, uma vez que define o estágio atual da atividade turística em cada um deles. Assim, integra os dados sobre a economia e o mapeamento do território e mobilidade urbana. A complexidade da atividade do turismo ressurte-se de investigações centradas apenas no desempenho econômico, por meio da geração de empregos, renda e produção de impostos. Este estudo preocupou-se, também, em colher informações sobre outras partes do processo de produção, organização e consumo da atividade turística.

A ênfase, desta pesquisa, recaiu na organização das instâncias de governança pública e privada, levantamento do perfil dos empresários no âmbito municipal, principais atrativos locais e perfil dos turistas que frequentaram a região no período compreendido entre os anos de 2011 e 2013. Oferece, como adendo, propostas para um plano de ação com vista à elaboração de políticas públicas para o turismo e orientações para a sistematização do conhecimento sobre o turismo na Grande Vitória.

1.1 Conceituação

Quando se analisa o turismo sob a perspectiva histórica observa-se que, ao longo do tempo, esta atividade vem impactando de modo significativo a vida de suas comunidades anfitriãs. Uma atividade tão complexa envolve, necessariamente, diversos setores da economia, influenciando na organização dos espaços e nas relações pessoais entre diferentes culturas. Ela interfere a tal ponto no dia a dia das cidades que, o excesso ou a escassez de turistas durante o ano, muda por completo o ritmo citadino das localidades.

O *Diagnóstico do Turismo* mostra a dinâmica que se estabelece entre visitantes e visitados e suas repercussões, o que chamamos de mercado. A literatura que trata do fenômeno do turismo oferece uma enorme variedade de termos, expressões e conceitos, que mudam conforme a realidade de cada região, segmentação turística ou singularidade da oferta, e expressam diferentes formas de aproveitar os recursos existentes (Tulik, 1997) e (MTur, 2013).

O lugar onde acontece esta relação de troca de produtos e serviços chamado mercado está condicionado pela oferta e procura do bem ou serviço. Conforme Kotler (2006) são necessárias, no mínimo, cinco condições para que isso ocorra: a existência de pelo menos duas partes; que estas possuam algo que tenha valor para elas; que as partes tenham condição de diálogo e entrega; que sejam livres para escolher e que queiram participar da troca. No caso do turismo, estas partes são denominadas oferta, demanda e espaço, ou ainda, oferta turística, demanda turística ou núcleo receptivo e núcleo emissor (MTur, 2010).

O relatório técnico do diagnóstico do turismo, no município de Vila Velha, utilizou como base de investigação os fundamentos da teoria geral de sistemas aplicada ao turismo, sugerida por Beni (2001) em seu estudo sobre a análise estrutural no turismo. O Sistema de Turismo – SISTUR é um modelo empírico, fundamentado na concepção de mercado e utilizado por diversos autores, entre eles Nascimento (2012), Zouain e Cruz (2004), em sua totalidade ou partes.

Como o sistema é classificado como aberto e de interação com o meio onde está inserido torna-se bem complexa a sua análise. Este estudo limitou-se a pesquisar as partes disponíveis para investigação dos subsistemas da oferta, superestrutura e demanda. Para que o corte pudesse ser feito dessa maneira, permitindo ao mesmo tempo a continuidade dos estudos, foram separados alguns conceitos.

Definiu-se como demanda turística o grupo de pessoas que se desloca temporariamente de sua residência habitual e ultrapassa as fronteiras municipais com o propósito de lazer, recreação ou outro, e que consome nesse espaço de tempo algum bem ou serviço. Foram contabilizados os turistas (aqueles que pernoitam no destino) e os excursionistas (aqueles com permanência inferior a 24 horas e que não pernoitam no destino), que representam o conjunto de visitantes ou a demanda turística para os destinos investigados. Excluiu-se deste grupo os trabalhadores e estudantes de fronteira, que realizam movimentos pendulares constantes, considerando a natureza deste deslocamento.

A complexidade de uma abordagem mais ampla e a precariedade de informações e modelos consistentes, que garantissem a fidelidade das informações no âmbito dos municípios pesquisados, levaram à adoção do tratamento sugerido pela Organização Mundial do Turismo – OMT (2010) na sistematização da oferta turística. As atividades econômicas do turismo foram agrupadas, conforme a Tabela 1, e focada a investigação na busca de informações sobre equipamentos da oferta e seus operadores.

Tabela 1 - Produtos de consumo e atividades características do turismo

Produtos característicos do turismo	Atividades características do turismo (ACT) ou indústrias turísticas
1. Serviços de alojamento para visitantes	1. Alojamento para visitantes
2. Serviços de provisão de alimentos e bebidas	2. Atividades de provisão de alimentos e bebidas
3. Serviços de transporte de passageiros ferroviário	3. Transporte ferroviário
4. Serviços de transporte de passageiros rodoviário	4. Transporte rodoviário
5. Serviços de transporte de passageiros aquaviário	5. Transporte aquaviário
6. Serviços de transporte de passageiros aéreo	6. Transporte aéreo
7. Serviços de aluguel de equipamentos de transporte	7. Aluguel de equipamentos de transporte
8. Agências de viagens e outros tipos de serviços de reserva	8. Atividades de agências de viagens e outros tipos de reservas
9. Serviços culturais	9. Atividades culturais
10. Serviços de esporte e de recreação	10. Atividades esportivas e recreativas
11. Bens característicos do turismo específicos de cada país	11. Comércio varejista de bens característicos do turismo específicos de cada país
12. Serviços característicos do turismo específicos de cada país	12. Outras atividades características do turismo específicas de cada país

Fonte: (Naciones Unidas; Organizacion Mundial del Turismo, 2010, p. 47)

Com a investigação baseada nestas categorias e atividades características do turismo foi possível produzir as informações que, juntamente com a análise econômica, compuseram o perfil da classe empresarial, dos trabalhadores da área turística e a organização das instâncias de governança pública e privada locais.

1.2 Objetivo da pesquisa

Para balizar o presente estudo estabeleceram-se algumas hipóteses, que motivaram e orientaram as investigações de campo. São elas:

1. Os municípios da Região Metropolitana atuam de forma organizada e participativa no desenvolvimento do turismo?
2. O turismo é uma atividade favorável ao desenvolvimento econômico da Região Metropolitana?

Como apoio para o processo de reflexão sobre o desempenho do turismo nessa região e para facilitar a articulação de ideias que contribuíssem para estabelecer planos de ação para políticas públicas regionais de turismo optou-se por diagnosticar a atividade do turismo, no município de Vila Velha, a partir de sua oferta, governança e demanda. Os objetivos específicos do trabalho foram assim enumerados:

1. Apresentação geral do município e da organização das estâncias de governança pública e privada da atividade do turismo;
2. Pesquisa sobre o setor turístico através de sua estrutura empresarial;
3. Estudo da demanda do setor turístico na área delimitada;
4. Descrição das fortalezas e fragilidades para elaboração de um plano de ação.

1.3 Justificativa

Em todo o mundo, o turismo tem se destacado como um dos setores mais significativos da economia, não apenas por contribuir para o crescimento do Produto Interno Bruto (PIB), mas por sua capacidade de produzir bem estar na sociedade por meio de benefícios econômicos, sociais e ambientais. Um desses benefícios é a geração de empregos, com consequente aumento de renda da população contribuindo para melhoria da qualidade de vida para todos os residentes.

Estatísticas recentes da *United Nations World Tourism Organisation* mostram que o turismo é responsável pela geração de 6% a 8% do total de empregos no mundo, além de ser uma das atividades econômicas com menor demanda de investimentos diretos para a geração de postos de trabalho. Existem, ainda, outras vantagens como o efeito multiplicador dos gastos diretos e indiretos dos turistas, replicados pela economia local; aumento da receita advinda dos impostos locais gerados pelas atividades turísticas; e incentivo à exportação de produtos locais como lembrancinhas e *souvenires*, que representam entre 15 a 20% dos gastos totais dos turistas (KOTLER, 1994).

Estas ocupações resultam da oferta direta de bens e serviços, mais especificamente de atividades como hospedagem, alimentação, transporte, diversões ou o próprio comércio varejista, que tem efeitos importantes na geração de renda e na criação de novas oportunidades de trabalho no mercado como um todo.

Por sua capilaridade, a atividade do turismo consegue pulverizar a renda entre diversos tipos e tamanhos de empreendimentos e por fazer movimentar a economia de núcleos receptores. Outra função de extrema importância, principalmente para estados como o Espírito Santo, refere-se ao combate do desemprego em situações adversas, como a retração de outras atividades econômicas voltadas para o mercado internacional.

Assim como o turismo está crescendo e tornando-se uma importante atividade econômica no mundo e no Brasil, no Espírito Santo, principalmente na Região Metropolitana, esta atividade vem assumindo um lugar de destaque na geração de novos empreendimentos, empregos e renda para a população local. Conforme pesquisa da SETUR, o fluxo turístico na alta temporada, na Região Metropolitana, aumentou 25% em relação ao mesmo período de 2010. Tanto no que se refere ao turismo de negócios e eventos ou aos segmentos voltados para o lazer e entretenimento, este fenômeno cresce ano a ano.

Com a intenção de conhecer e melhorar as vantagens competitivas do produto turístico capixaba, o Estado do Espírito Santo, através da Secretaria Estadual de Turismo, vem desde 2004 realizando ações de fomento à atividade, segundo os planos de desenvolvimento do turismo. Os planos atuais são elaborados de forma participativa com o *trade* e apresentam diretrizes e projetos sempre convergentes com o *Plano Nacional de Turismo*, *Plano de Desenvolvimento do Estado do Espírito Santo 2025* e as diretrizes do *PPA 2012-2015*, de

forma a manter um modelo de gestão alinhado com as políticas locais, programas nacionais e necessidades do *trade* capixaba.

Neste contexto de crescimento e organização, o diagnóstico do turismo realiza uma breve passagem sobre o potencial do setor, no município de Vila Velha. Sendo de fundamental importância a formulação desse documento, já que a mensuração destes benefícios está diretamente ligada ao nível de desenvolvimento da atividade em cada município e no grau de importância desta atividade na economia local.

1.4 Metodologia e trabalho

Nos municípios de Cariacica e Viana, um diagnóstico do turismo desse porte é fundamental para contextualizar a sua organização e dimensionar a importância dessa atividade na região. Desse modo é possível entender em que realidade se deu o estudo do seu desempenho.

O método de pesquisa escolhido, o modelo SISTUR, foi desenvolvido, por Beni, a partir da teoria geral de sistema e tem como fundamento a concepção de mercado regulado pela relação de oferta e demanda em determinado território. Isso implica dizer que o turismo não deve ser analisado somente pela ótica da oferta e da demanda, uma vez que é crucial compreender a dinâmica que liga esses elementos. O SISTUR não é apenas a soma de seus componentes, mas resulta das interações entre eles. Considera-se na análise desta relação interdependentes três grandes conjuntos: o conjunto das relações ambientais (RA), o da organização estrutural (OE) e o das ações operacionais (AO).

O conjunto das relações ambientais (RA) compreende os subsistemas ecológico, econômico, social e cultural. O conjunto da organização estrutural (OE) engloba os subsistemas da superestrutura e da infraestrutura. A superestrutura estabelece a política e organização de governança do SITUR, sua coordenação, planejamento e gestão da atividade no âmbito público/privado. E, por fim, a infraestrutura é composta pela infraestrutura de acesso e transporte, de comunicação, de segurança, de equipamentos sociais e serviços de saneamento, abastecimento de água, energia e outros. O conjunto das ações operacionais (AO) agrupa a oferta, a demanda, o consumo e a distribuição do produto turístico.

Do modelo referencial apresentado por Beni (2001) foram extraídos elementos passíveis de análise, levando em conta as informações disponíveis no município pesquisado sobre os subsistemas de oferta, de superestrutura e de demanda.

O subsistema de oferta está relacionado ao conjunto de bens e serviços de alojamento, alimentação, recreação e lazer, de caráter artístico, cultural ou social, capaz de atrair e reter visitantes em um determinado núcleo receptor. O subsistema de superestrutura estabelece sua política e organização de governança e sua coordenação, planejamento e gestão da atividade representada, no âmbito público, pelos órgãos municipais administrativos do turismo e, no privado, pelo Conselho Municipal de Turismo. O subsistema de demanda, por sua vez, avalia o perfil dos turistas para uma determinada região e algumas variáveis mercadológicas.

O diagnóstico do turismo no município de Vila Velha está, aqui, dividido em cinco capítulos: Introdução, no primeiro; no segundo, a discussão referencial sobre os conceitos utilizados no estudo da Rede DDTC como um todo e as argumentações que justificam o fato de o diagnóstico ter se baseado no SISTUR. Leva em consideração, para isso, a opinião e o posicionamento de alguns autores e estudiosos do turismo.

O terceiro apresenta os subsistemas de superestrutura e de oferta do município de Vila Velha, informando sua localização e aspectos geográficos, populacionais e sociais. Introduz-se, desse modo, a atividade do

turismo no subsistema da superestrutura local, descrevendo aspectos das estâncias de governança pública e privada da atividade do turismo e fortalezas e fraquezas da atividade.

A metodologia usada neste capítulo tomou por base pesquisa feita com dados secundários, bibliográficos e documentais, sobre a área em foco, disponíveis nos acervos públicos das secretarias municipais e estaduais e nos acervos das instituições de ensino superior que oferecem curso de Turismo no Espírito Santo.

A pesquisa primária, feita no órgão municipal (Tabela 2), teve como método na apuração de dados das entrevistas baseado no modelo de pesquisa de campo usado no *Estudo de Competitividade de Destinos Turísticos* da Fundação Getúlio Vargas - FGV. Ele contempla o seguinte:

1. Organização da governança local (órgão oficial, conselhos ou outros);
2. Organização do órgão oficial, seu organograma e qualificação da equipe;
3. Levantamento dos planos existentes: de Turismo, Ações de fomento à atividade, Ações de qualificação e divulgação, marketing entre outros;
4. Levantamento das fortalezas e fraquezas da atividade do turismo municipal.

Tabela 2 – Município e órgão oficial

Município	Local
Cariacica	Secretaria de Desenvolvimento Econômico e de Turismo
Viana	Secretaria de Empreendedorismo e Turismo

A A atividade do turismo, sob o enfoque da oferta e da caracterização institucional do empresariado, levou em conta a pesquisa de campo realizada pela própria Rede DDTC, em 2013, junto aos empresários dos municípios investigados e o georreferenciamento também realizado pela equipe da Rede DDTC no território desses mesmos os municípios.

No quarto capítulo aparece uma análise da evolução histórica dos dados apresentados nas pesquisas de fluxo turístico e caracterização do turista, realizadas pela Secretaria de Estado do Turismo do Espírito Santo – SETUR durante a alta temporada de 2011, 2012 e 2013. Escolheu-se esse período de tempo em função das mudanças administrativas ocorridas nos órgãos públicos municipais das cidades em questão e da continuidade metodológica de pesquisa sobre a demanda e avaliação do desempenho do turismo aplicada.

Os principais temas abordados foram o movimento de turistas do Estado e suas características e hábitos, a saber: origem, escolaridade, renda individual e familiar, meios de locomoção para chegar ao destino Espírito Santo, nível de gasto durante a viagem, tempo de permanência no destino, frequência com que costuma visitar o Espírito Santo, o principal motivo da viagem e forma de organização da viagem.

O quinto capítulo é dedicado à conclusão deste levantamento feito nos municípios de Cariacica e Viana, voltado para a análise da atividade turística nas duas regiões.

2 DIAGNÓSTICO DO TURISMO

Os deslocamentos humanos pelo mundo acontecem desde que o homem habita a Terra, porém, somente a partir de meados do século XIX, estes deslocamentos passaram a ser vistos como turismo. Em função do desenvolvimento tecnológico iniciado com a Revolução Industrial e suas implicações na divisão de tarefas, da utilização generalizada do dinheiro como moeda de troca e, principalmente, da organização do tempo em tempo de trabalho e tempo livre, as viagens tornaram-se acessíveis a um número maior de pessoas graças aos meios de transporte de massa e o desejo de lazer.

Neste contexto surgiu, em 1840, na cidade do Porto (Portugal), a Abreu - a primeira agência de viagens de que se tem notícia. Em 1878 foram catalogadas cerca de 250 agências de viagem em funcionamento no planeta (Trigo, 1998). Em 1949, o número de pessoas viajando com a finalidade de lazer era tão grande, que chegava à casa dos 10 milhões. E, em 1960, esta atividade movimentava cerca de 6,9 bilhões de dólares, principalmente nos países da Europa e dos Estados Unidos.

Em função dos números crescentes de deslocamentos turísticos e animados pelas implicações sociais e econômicas positivas que geravam, muitos estudos e análises foram desenvolvidos. Logo, os conceitos que balizavam estes estudos começaram a ser discutidos em diferentes contextos. Conforme Andrade (1992), as terminologias e denominações específicas sobre turismo e turista ainda permanecem passíveis de mudanças e a calibragem é o que mais se observa nos dias de hoje.

Em 1929, em Berlim, um estudo de Glucksman e Benschmidt conceituava turismo como “(...) uma ocupação de espaço por pessoas que afluem à determinada localidade, onde não possuem residência fixa”¹. Em seguida, em 1931, Bormann ampliou este conceito para “(...) o conjunto de viagens que tem por objetivo o prazer ou motivos comerciais, profissionais ou outros análogos, durante os quais é temporária sua ausência da residência habitual. As viagens realizadas para locomover-se ao local de trabalho não se constituem em turismo”².

Por sua característica dinâmica, os conceitos de turismo e de turista (indivíduo que pratica o turismo) vão sendo moldados conforme as necessidades de cada período e da abordagem do estudo ou explicação do fenômeno que se quer atender. Todos, no entanto, têm em comum aspectos de deslocamento temporário para local diferente daquele em que reside³, um determinado motivo e consumo de equipamentos e serviços. Para Lage e Milone (2000), o turismo moderno não precisa de um conceito absoluto e sim do conhecimento do ambiente que se quer pesquisar. Pelo perfil mercadológico que a prática da atividade apresenta, alguns dos estudos atuais usam conceitos de turismo e turista seguindo uma linha de análise microeconômica, mais preocupada com a relação entre demanda, oferta e mercado.

Por demanda turística entende-se a quantidade de pessoas que estão dispostas a consumir um produto turístico. O termo é, também, usualmente utilizado para determinar o fluxo turístico de um destino, a quantidade de bens e serviços que consomem em uma região ou outras manifestações do consumidor do turismo. Lage e Milone (2000) utilizam o termo no texto *Teoria Econômica do Turismo*, como sinônimo de

¹ Glucksman e Benschmidt apud ANDRADE (1992) pg 34.

² BOMANN, Arthur – Die Lehre vom Fremdenverkehr. Berlim 1931. pg10

³ Já se discute, em vários artigos que abordam o tema, o fenômeno da segunda residência principalmente entre os aposentados.

“quantidade de bens e serviço turísticos que os consumidores estão dispostos a adquirir por um dado preço e em um dado período de tempo”⁴.

A Organização Mundial de Turismo - OMT define turismo, segundo uma visão econômica, a partir da perspectiva da demanda, considerando o fenômeno do consumo realizado pelo turista. No caso do turismo, classifica-o como “o conjunto de atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e estadas em lugares distintos do seu entorno habitual, por um período de tempo inferior a um ano, com fins de lazer, negócios e outros motivos não relacionados com o exercício de uma atividade remunerada no lugar visitado.” (CUENTA, 2001 apud MTur 2012)⁵.

Beni (2001), em um relatório sobre Turismo, chega a apresentar três definições para o termo: econômica, técnica e holística. Cada uma privilegia o movimento da viagem sob determinado aspecto, destacando diferentes pontos de vista. Desde a definição econômica, com o consumo de bens e serviços e suas implicações, até a técnica no processo, relações, equipamentos; e a holística com suas implicações sociais e motivacionais.

Ao tratar da dimensão social do turismo, Moeschi (2012)⁶ discute a negligência em relação ao impacto social nos diferentes estudos sobre as repercussões da atividade do turismo. Ele atesta que isto implica distorção da condução de políticas públicas para o setor, resultando em ações pouco incentivadoras da cidadania, que desprezam a capacidade “redistributiva em termos de renda e poder,” além do manejo de bens simbólicos.

Coduras (2004) defende o turismo como atividade econômica com o propósito de diminuir o desequilíbrio entre as classes econômicas, principalmente em territórios ainda em desenvolvimento. Ele apresenta os fatores dos desajustes produtivos, descreve sobre a espacialização da atividade e da participação pública e privada nos esforços para desenvolvê-la e diminuir a dicotomia entre ricos e pobres de uma mesma comunidade. O quadro onde aparecem as principais motivações de viagem durante as férias dos europeus, inclui o poder de compra como o terceiro grande motivo de deslocamento, acrescido dos deslocamentos durante o período fora das férias. Ele chama a atenção para o grande montante de recursos que cruza as fronteiras e que deveria ser mais bem aproveitado.

Para que tais deslocamentos turísticos ocorram é necessária a existência da oferta turística. E esta se constitui no conjunto de bens e serviços utilizados pelos visitantes (turistas e excursionistas) durante o período de sua estada no destino visitado. A oferta turística, por sua característica diversificada e heterogênea, permite a utilização e integração dos setores primário, secundário e terciário em sua composição ou complementação.

Kippendorf (1980) ocupou-se do marketing e desenvolvimento do turismo. Apontou diversas singularidades do produto turístico, entre elas a impossibilidade de estocar, a presença do consumidor no local da produção (no caso do serviço), a intangibilidade e a forte concorrência interna (no caso de um equipamento) e externa (entre outros destinos). Em função destas características, Andrade (1981) afirma que, na análise da oferta turística, devem ser considerados os seus elementos estáticos e dinâmicos, propondo um estudo da “oferta turística natural e da oferta turística artificial” e criando uma nova divisão nos elementos da oferta.

⁴ LAGE, Beatriz Helena e MILONE, Paulo Cesar – Turismo: teoria e prática. ed. Atlas. SP. 2000. Pg. 26

⁵ IBGE- Economia do Turismo - Uma perspectiva macroeconômica 2003-2009. RJ. 2012

⁶ MOESCHI, Marutschka in BENI, Mario Carlos – Turismo planejamento estratégico e gestão. Ed. Manole. SP 2012 (pg. 203)

Como oferta turística natural considera os recursos que não tiveram interferência humana, como clima, paisagem e elementos silvestres. No caso da oferta turística artificial se encaixariam aqueles onde houve intervenção humana, completando ou transformando tudo que é natural.

Nos primeiros levantamentos do *Inventário da Oferta do Turismo Municipal*, a Empresa Nacional de Turismo – EMBRATUR (1984) utilizou-se das terminologias “*atrativos turísticos*”, “*equipamentos e serviços*” e “*infra-estrutura de apoio turístico*” para a divisão da oferta, também conhecida por “*oferta técnica e oferta diferencial*”.

Alguns autores, em suas análises, contribuem com a divisão “tangível e intangível” dentro desta oferta. Sob o ponto de vista do consumidor, a oferta turística é entendida e consumida como um produto visto como pacote e deve responder a três perguntas: Porque vou a este destino? Onde vou ficar e o que faço lá? Como chego? Para respondê-las, Ruschmann (1991) organizou o conjunto total das ofertas em “atrações, facilidades e acessos”. As “atrações” constituem o ambiente geográfico, a cultura e a história do núcleo receptor, passando inclusive pela sua imagem, pois ela se destaca como um destino, entre tantos outros.

Já as “facilidades” são os elementos que não geram fluxo, mas determinam o acontecer da atividade do turismo. Elas são compostas pelos equipamentos de comércio, lazer, serviços públicos e privados, infraestrutura municipal e sua organização. As vias e meios de transportes disponíveis, acrescidos do custo e do tempo de viagem rumo ao destino final, constituem o chamado “acesso”. Nesta composição é o visitante que escolhe o que quer ver, que atividade pretende desenvolver e que serviço utilizará na sua estada.

A partir desse pensamento, Beni (2001) propõe o uso do *Sistema Aplicado ao Turismo SISTUR* e divide a oferta em “*original e derivada*”, subdividindo-a em vários elementos. No sentido macroeconômico e agrupados como produto, esses elementos geram um subsistema de produção que, por sua vez, determina a dinâmica do processo produtivo de bens e serviços turísticos no SISTUR. Nesta situação a atividade do turismo é entendida como um processo econômico geral, no qual se situam os processos produtivo, distributivo e de consumo, acrescidos de um processo social com variáveis sociológicas e psicossociais inerentes aos diferentes contatos humanos que o turismo promove.

Para a OMT, a classificação dos produtos do turismo é separada os produtos específicos do turismo por categorias: produtos característicos do turismo e produtos conexos ao turismo. Os produtos específicos do turismo somam duas categorias. A primeira engloba aqueles que, predominantemente, atendem aos turistas e cuja sazonalidade do seu serviço é melhor observada. Na segunda inclui-se o grupo dos conexos ao turismo, produtos que apesar de identificados como específicos do turismo em uma localidade podem não ser em outra, dependendo de sua finalidade ou uso. Considera-se nesta segmentação a quantidade do consumo como fator de categorização e sua formalização como universo investigativo (figura 1).

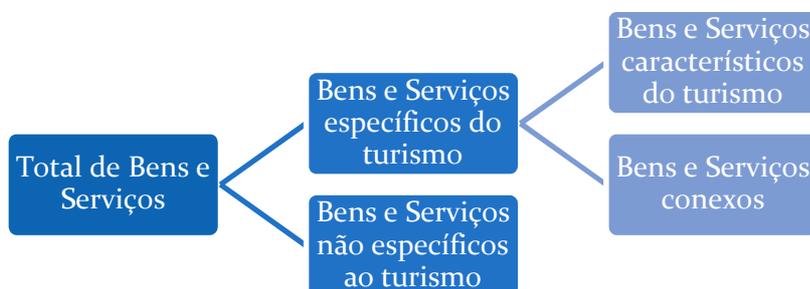


Figura 1 - Totalidade de bens e serviços

Fonte: IBGE⁷ - Adaptado para o Projeto de Difusão do Desempenho do Turismo Capixaba

Avaliando, também, pelo viés econômico, Beni (2001) explica que o turismo pode decompor-se de forma intersetorial computando-se a renda com atividades que são caracterizadas como plenamente turísticas (agências de viagens, hotéis e outros), ramos produtivos que prestam parcialmente ou indiretamente serviços turísticos (bancos, supermercados e postos de gasolina, entre outros) e setores industrial, agrícola ou de serviço, com repercussão direta ou indireta pelo movimento do turismo local (geração de alimentos, comunicação, construção civil etc.).

É preciso lembrar ainda da geração de renda para o setor público através de impostos diretos (municipais e estaduais) e indiretos, resultado dos tributos das negociações, movimentação do mercado local e até incremento das exportações. Incorporam-se, também, a este cálculo as atividades eventuais de artistas, camelôs, trabalhadores avulsos e toda asorte da imaginativa informalidade brasileira.

O gasto turístico tem um efeito cascata sobre a economia. Este começa com os turistas gastando nos serviços chamados *front-line*, como transporte, hotéis e restaurantes, drenados para o resto da economia. Conforme Beni (2001), o efeito multiplicador *keynesiano* (um conceito de 1930) se aplica muito bem à atividade turística, podendo ser analisado através do gasto inicial do visitante e que permanece no núcleo receptor através de pagamentos de salários, compra de alimentos, manutenção dos equipamentos turísticos e impostos, dentre outros.

Neste contexto, o próprio território deixa de ser visto como espaço físico contínuo e passa a ser estudado como espaço de construção social e de relações comerciais. Para isso, os núcleos emissores e receptores devem fazer parte da investigação. Mendonça (2012) diz que as “relações sociais originam-se da identidade e da consciência de propósitos compartilhados entre os agentes envolvidos em determinado negócio.”⁸ A autora defende o modelo de *clusters*⁹ para o entendimento destas relações e seus desdobramentos mercadológicos.

⁷ IBGE- Economia do Turismo - Uma perspectiva macroeconômica 2003-2009. RJ. 2012

⁸ MENDONÇA, Maria Cristina Angélico in BENI, Mario Carlos – Turismo, planejamento estratégico e capacidade de gestão. Ed. Manole, SP. 2012 (p96)

⁹ O estudo do cluster turístico defendido por vários autores foi definido por Beni (2003, p 100) como: “... conjunto de atrativos com destacado diferencial turístico, concentrado em espaço geográfico contínuo ou descontínuo, dotado de

Assinado pelo Serviço Brasileiro de Apoio ao Pequeno e Micro Empresário – SEBRAE, o levantamento da oferta e o estudo sobre sua inter-relação seguem a metodologia do arranjo produtivo local. Esta metodologia considera o levantamento dos equipamentos, serviços, instituições e outros atores locais voltados para o suporte da atividade em determinada região e a interação das ações de apoio e a convergência entre elas.

Outros aspectos normalmente não observados nos estudos tradicionais são os levantamentos dos investimentos públicos em infraestrutura, publicidade, programas de formação, custeio do órgão oficial e empréstimos de fundo perdido, entre outros gastos na execução de políticas públicas. Na esfera particular estão os financiamentos e investimentos para estruturação e adequação de serviços e equipamentos turísticos e as linhas de financiamento bancário para aquisição de pacotes turísticos, que estimulam a oferta e desenvolvem a atividade.

Entre os autores que defendem o estudo integral do meio como forma de análise econômica do turismo estão Lemos e Batista (2012)¹⁰. Estes avaliam não só os gastos gerados pelo turismo, mas, também, outras variáveis que vão desde os processos da produção turística à consumação da viagem e suas repercussões. Tal análise não se atém somente aos impactos positivos, mas também aos negativos, como especulação imobiliária, aumento dos preços na alta temporada, poluição (de todo tipo), imagem do destino (quando sofre influência) e relações sociais. Os autores argumentam que estes aspectos deveriam ser mensurados e calculados.

Entre os modelos tradicionais mais conhecidos e utilizados na mensuração dos impactos econômicos do turismo estão a Conta Satélite de Turismo, desenvolvido e utilizado pela Organização Mundial do Turismo – OMT; os multiplicadores sugeridos por Keynes, que analisam o impacto através da renda obtida com o receptivo e as mudanças (nível de emprego, investimentos e outros) observadas na região; e o Matriz Insumo-Produto, bom para testar os impactos sobre renda e emprego. Além destes, outros índices são úteis para avaliar a competitividade de um destino, no que se refere a sua economia e/ou à qualidade da sociedade local. São estes: os índices GINI, o Índice de Desenvolvimento Humano – IDH e os mais recentes, e ainda questionados, Felicidade Interna Bruta – FIB e *Happy Planet Index*.

Porém, uma investigação, mesmo que extensa, não determina o sucesso ou fracasso da atividade em determinado território. A relação de compra e venda entre a oferta e a demanda turística é compreendida como mercado - e este pode ser físico ou virtual¹¹. Sob esta ótica, analisar o mercado não é somente perceber a demanda dos turistas atuais e sua conduta de consumo, mas também compreender as tendências e transformações que estão acontecendo nos padrões de consumo.¹²

Para atender aos consumidores, os produtos podem sofrer ajustamentos dependendo das necessidades dos diversos segmentos de mercado, evitando uma oferta unificada para todos os turistas. Nesta composição, segundo Ignarra (1999), o produto turístico pode ser composto pelos seguintes elementos: 1. Recursos naturais (clima, solo, paisagens, fauna, flora e outros) e Culturais (patrimônio arquitetônico, cultura local, gastronomia, artesanato e outros); 2. Bens e Serviços; 3. Gestão; 4. Imagem ou Marca e 5. Preço.

equipamentos e serviços de qualidade, de eficiência coletiva, de coesão social e política, de articulação da cadeia produtiva e de cultura associativa, e com excelência gerencial em redes de empresas que geram vantagens estratégicas comparativas e competitivas.”

¹⁰ Dimensão econômica: cadeia produtiva e contas satélites do turismo.

¹¹ A influência da internet no mercado turístico virtual revolucionou a distribuição de produtos turísticos, melhorando sua eficiência para agilizar diversos tipos de negociação e divulgação de produtos, com uma capilaridade cada vez maior, mais rápida e segura.

¹² Caderno Virtual de Turismo – Disponível em: <<http://www.ivt.coppe.ufrj.br/>>.

Ainda de acordo com o Sistema de Turismo – SISTUR, o estudo do mercado deve-se ater à decisão estratégica de definir o que se quer produzir, quanto produzir, com que qualidade e a qual preço, visando obter a máxima satisfação do consumidor e do produtor. A este processo dá-se o nome de eficiência atributiva; e, por eficiência produtiva compreende-se a produção com o menor custo, empregando a menor quantidade de recursos. A estes dois processos adiciona-se a eficiência distributiva, que consiste em levar ao consumidor um bom produto, com preço justo e conseqüente satisfação.

Para cada produto turístico é possível prever um tipo de mercado real e potencial e a melhor forma de identificar um produto é através de sua segmentação. Pela segmentação é possível decompor a população de consumidores do turismo em uma fatia própria e para ela estabelecer uma política de marketing. Nesse tipo de estudo é necessário o conhecimento dos principais núcleos emissores¹³ e receptores. A composição demográfica e geográfica é, do mesmo modo, imprescindível para se traçar as estratégias.

Entre os elementos que compõem o sistema de turismo desenvolvido por Leiper, três deles abordam o enfoque geográfico, relacionados ao fluxo das viagens turísticas representadas pelos deslocamentos humanos. Aqui são analisados os núcleos de origem, os corredores de trânsito e os núcleos receptores como locais de estacionalidade e, ao mesmo tempo, os fluxos internos do turismo de massa.

A organização do território e o estudo e planejamento da mobilidade e do desenho dos assentamentos locais tornam-se vitais para a execução dos objetivos do estudo do turismo em determinada localidade. É adequado investigar a dinâmica das áreas urbanas e rurais (principalmente as de densidade demográfica), seu ritmo e direção de crescimento, aproveitamento dos recursos naturais e espaços recreacionais, distribuição espacial dos equipamentos, situação territorial e índice de ocupação, a situação de ruas, estradas e acessos e a necessidade de transporte.

No século XX, no Brasil, a mobilidade geográfica e social ficou mais evidente nas décadas de 70 e 80, período de intensa industrialização no país. Como características deste tipo de mobilidade há, por um lado, a efetivação de mudanças nas condições de vida dos trabalhadores e, por outro, o crescimento da população em centros urbanos e a constituição de metrópoles industriais. Nas décadas seguintes, novas configurações econômicas e culturais, pautadas pela globalização – que traz como uma de suas principais características a efetivação de redes transnacionais de informação, comunicação e pessoas –, não apenas redefiniram, como também ampliaram os modos de mobilidade, seja em âmbito local, regional ou internacional.

Para além dos processos de industrialização, contudo, o que se observa hoje é o fenômeno da mobilidade decorrente de outros setores de mercado, sendo um deles o turismo, que geram uma mobilidade que se caracteriza, conforme a sua motivação de deslocamento, por ser geográfica, social, funcional e recreacional.

A mobilidade geográfica constitui-se no deslocamento de indivíduos no espaço geográfico, fenômeno que dificilmente está dissociado de fatores econômicos, sociais e culturais. No âmbito desta pesquisa diz respeito ao movimento (deslocamento no espaço geográfico) de visitantes entre seus pontos de origem e destino e dentro do destino com interesses diversos.

Nos últimos anos, os dados atestam o crescimento mundial do turismo enquanto atividade econômica. E o Brasil segue esta tendência. Além de deslocamentos dos próprios turistas, a geração de empregos (formais e informais) e o aumento de serviços vinculados ao turismo são aspectos evidentes desta situação, fomentando

¹³ Núcleos emissores ou de origem - local onde se encontram e de onde saem a demanda real e potencial para determinado produto turístico. Núcleos receptores – local que recebe os turistas ou demanda real.

a mobilidade ocupacional e social em diferentes contextos. No caso dos trabalhos informais ou temporários, estes ocupam um espaço considerável na esfera do turismo, levando em conta aspectos como sazonalidade e deslocamentos temporários.

Se a intenção do ordenamento territorial é o desenvolvimento socioeconômico e cultural de uma sociedade, pode-se basear o planejamento deste em três pilares: maximização da produção da atividade econômica, bem-estar da população local e de seus visitantes e valorização e preservação da paisagem e ecossistemas, garantido o equilíbrio natural e a harmonia do território. Por sua vez, a atividade do turismo acontece no território e tudo o que está nele e sua forma de organização passam a fazer parte do produto local.

Em um projeto sobre política de turismo e território, Cruz (2000) afirma que a atividade do turismo “*consume*” o território. E sugere uma nova lógica para a paisagem e os espaços¹⁴, sendo estes “*improdutivos*” se destinados ao ócio e ao lazer e “*produtivos*” se destinados ao consumo do turista.

O planejamento do espaço geográfico passa a considerar “*fixos e fluxos*”,¹⁵ novos processos e formas antigas dentro de uma lógica voltada para os conflitos de interesses locais, onde o turismo e o lazer representam parte desse processo. Como esta análise é complexa, admite e necessita de um estudo multidisciplinar.

Sendo assim, o trabalho de pesquisa da *Rede de Difusão do Desempenho do Turismo Capixaba* reúne seis relatórios, separados por assuntos: Turismo, Mobilidade, Economia, Urbanismo, Georreferenciamento e Ações para o Planejamento. O relatório Turismo, traça um diagnóstico da atividade utilizando elementos do SISTUR, mas apenas daqueles possíveis de serem mensurados pelo estágio em que a atividade se encontra nos municípios investigados, informações disponíveis e pela sua governabilidade.

Entre as estratégias associadas ao diagnóstico turístico, as que propomos conhecer e analisar estão ligadas aos subsistemas da oferta, subsistema de superestrutura e ao subsistema da demanda. O ponto de partida desta análise foram os documentos bibliográficos com informações sobre a atividade do turismo nos municípios averiguados.

3 DIAGNÓSTICO DO TURISMO EM CARIACICA E VIANA

Para compor o *Diagnóstico do Turismo* da Área 5 foram analisadas diferentes características dos municípios de Cariacica e Viana, e que compreendem desde suas respectivas localizações até aspectos geográficos, populacionais, econômicos e sociais. Esta é uma forma simples de conduzir a atividade do turismo para o seu universo de origem.

As informações deste capítulo são resultantes de uma pesquisa minuciosa, feita a partir de dados secundários (sobre os municípios) e primários – coleta junto aos órgãos oficiais de turismo municipais; entrevistas com o empresariado local (donos e funcionários de restaurantes, agências de viagens, meios de hospedagem e empreendimentos de lazer); visitas a entidades culturais, instituições de ensino, instâncias de governança local e regional, SEBRAE e órgãos do meio ambiente, planejamento e cultura.

¹⁴ Neste ponto a autora refere-se ao espaço como físico e abstrato considerando os elementos terra, água, ar e urbanização e os sentimentos e experiências sensoriais que o prazer da estar e ser são sentidos.

¹⁵ Santos apud Cruz 2000

A pesquisa de base primária teve por objetivo levantar informações e identificar as fortalezas e fraquezas nos seguintes campos: superestrutura municipal; estrutura municipal de gestão do turismo, infraestrutura turística; atrativos turísticos, serviços e equipamentos turísticos; produto turístico municipal, fomento, promoção e comercialização; qualificação; história e cultura locais. Para isso aplicou-se um questionário (Anexo I), que foi respondido pelo gestor da pasta em questão.

No caso da pesquisa secundária foram investigados sites, folhetos turísticos, calendários de eventos, inventários da oferta e relatórios impressos ou virtuais disponibilizados pelos órgãos públicos municipais das áreas pesquisadas. Em Cariacica, foram analisados:

1. Planejamento Estratégico do Turismo de Cariacica.
2. Plano de Marketing Turístico do Município de Cariacica 2013.
3. Inventário do Turismo de Cariacica.
4. Site da Prefeitura Municipal de Cariacica. Disponível em: <<http://www.cariacica.es.gov.br/>>. Acesso em setembro de 2013.

Em Viana:

1. Inventário Turístico de Viana.
2. Site da Prefeitura Municipal de Viana. Disponível em: <<http://www.viana.es.gov.br/>>. Acesso em setembro de 2013.

Os documentos abaixo valeram para os dois municípios:

1. Plano de Turismo 2025.
2. Plano de Desenvolvimento Sustentável da Região Metropolitana 2006.
3. Pesquisa de Fluxo Turístico - 2011, 2012 e 2013.
4. Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS da Região Metropolitana da Grande Vitória (Espírito Santo, 2011).
5. Turismo no Brasil 2011 – 2014.
6. Site da Secretaria Estadual de Turismo. Disponível em: <<http://www.setur.es.gov.br/>>. Acesso em setembro de 2013.
7. Site da Agência de Desenvolvimento de Região Metropolitana. Disponível em: <<http://www.adeturmetropolitana.com.br/>>. Acesso em setembro de 2013.
8. Site do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/>>. Acesso em setembro de 2013.
9. Site do Instituto Jones dos Santos Neves. Disponível em: <<http://www.ijsn.es.gov.br/>>. Acesso em setembro de 2013.

3.1 A REGIÃO METROPOLITANA

Para efeito de organização do espaço turístico no Espírito Santo e para atender à política de implementação das ações de regionalização do turismo brasileiro incentivada pelo Ministério do Turismo, o Estado do Espírito Santo foi dividido em dez regiões. Este estudo teve como foco territorial apenas a chamada Região

Metropolitana da Grande Vitória, constituída pelos municípios de Vila Velha, Serra, Guarapari, Cariacica, Viana, Fundão e Vitória.

Na Região Metropolitana estão situados os municípios com maior número de habitantes e os mais desenvolvidos, no que diz respeito ao acesso à tecnologia do Estado, com índices de desenvolvimento humano - IDH variando entre médio e alto, conforme informações do Atlas de Desenvolvimento Humano do Brasil (2012). Localizada no litoral centro-sul do Estado, apresenta atrativos bem diversificados. Ao lado de praias e montanhas, destacam-se os parques botânicos, manguezais, lagoas, cachoeiras, rico artesanato, grupos folclóricos, espaços de arte e cultura, gastronomia sofisticada, patrimônio histórico e espaços para eventos.

Chama a atenção a proximidade entre as regiões de mar e de montanha, a formação étnica do seu povo e sua privilegiada localização. Por isso a facilidade para receber a demanda da região Sudeste do Brasil, onde estão inseridos os principais emissores de demanda turística doméstica e de maior PIB nacional. De acordo com as pesquisas de fluxo turístico, realizadas pela SETUR, esta região recebe anualmente um grande fluxo de turistas mineiros, cariocas e paulistas, sem falar dos próprios capixabas, grandes frequentadores de seus atrativos.

O mercado turístico local está orientado para os seguintes segmentos indutores: turismo de sol e praia, turismo de negócios e eventos, turismo rural e agroturismo, turismo ecoturístico e turismo esportivo, variando em dimensão e importância de município para município. O segmento do turismo de negócios e eventos vem crescendo muito nessa região, vinculado ao aumento de investimentos em setores como o de petróleo, siderurgia e comércio exterior.

O turismo rural/agroturismo está, aos poucos, encontrando adeptos entre os grandes empreendedores rurais, se consolidado e atraindo cada vez mais turistas de fora. O turismo de sol e mar tem no litoral capixaba o seu maior apelo. Este continua sendo o principal segmento da região, principalmente fora do município de Vitória.

3.2 O Município de Cariacica

O município de Cariacica possui 348.738 habitantes, segundo o Censo do IBGE de 2010, agrupados em uma área territorial de 279,98 quilômetros quadrados (km²). Deste total, 151 km² correspondem à área rural; 124,05 km² à área urbana e 4,92 km² à área de limites costeiros. A sua população é composta de descendentes de origem indígena, com influências das culturas negra e européia. Cariacica é a imagem da miscigenação brasileira. Segundo os antigos habitantes do lugar, o nome do município surgiu da expressão *cari-jaci-caá*, utilizada pelos índios nativos para identificar o porto onde desembarcavam os imigrantes. Se traduzida, é entendida como “chegada do homem branco”. O centro urbano do município abriga uma grande área comercial e quase 95% da sua população; já a região rural se estende por uma ampla área do território e é marcada pela diversidade natural.

Cariacica está localizada na Região Metropolitana da Grande Vitória, a oeste do canal da Baía de Vitória. Faz fronteira com os municípios da Serra e Santa Leopoldina ao norte, Viana ao sul, Vitória e Vila Velha a leste e Domingos Martins e Viana a oeste. Tem como base econômica os setores moveleiro, de confecções e metal-mecânico. A sua vocação comercial fica evidente: é uma das áreas de maior valor econômico do Estado. O bairro Campo Grande é conhecido como um *shopping* a céu aberto, com milhões de metros quadrados em oferta para novos investimentos. O seu parque empresarial é composto majoritariamente pelo setor de logística e de serviços ligados ao comércio exterior.

O município ocupa uma posição estratégica, de extrema importância logística, às margens de duas rodovias federais: BR 101 e BR 262, e da Rodovia Estadual ES 080. Conta com vários modais ferroviários, de grande importância para a logística nacional, sem falar na Estrada de Ferro Vitória a Minas e na Estrada de Ferro Santa Leopoldina. Abriga o maior porto seco da América Latina. Cariacica é o eixo principal de entrada e saída da capital Vitória, assim como de toda a Região Metropolitana para os municípios do sul do Estado, para os estados de Minas Gerais e Rio de Janeiro e, também, como eixo de ligação com a saída no sentido norte do Estado.

Considerando que a maior parte dos turistas para a Região Metropolitana (89,8%) utiliza ônibus ou carro próprio¹⁶ para se locomover, a posição do município de Viana também é estratégica para a atividade do turismo. Com o *Programa de Sinalização Turística do Governo do Estado*, a orientação para se atingir os equipamentos e atrativos turísticos municipais se dará de forma bem mais fácil. A sinalização é uma ferramenta de atração e direcionamento para o turismo local de grande valor.

A importância da gestão e das relações institucionais vem obrigando a uma constante articulação entre os diversos segmentos do setor do turismo, sempre em busca de soluções para a barreira burocrática, compartilhamento de decisões e participação integrada entre governo municipal e sociedade civil no processo de crescimento do setor.

3.2.1 *Subsistema de Superestrutura*

Integram esse subsistema projetos e ações direcionadas à definição das instâncias de governança; organização e capacitação dos atores locais; planejamento da atividade do turismo; integração das instâncias municipal, regional e estadual; adequação do orçamento público; preservação e conservação da memória histórica e cultural; incentivo e elaboração de estudos e pesquisas; monitoria e avaliação dos programas municipais e estabelecimento das políticas públicas.

Por meio de entrevista, realizada na Prefeitura Municipal de Cariacica, tomou-se conhecimento da existência de uma gerência responsável pela atividade turística do município, um órgão da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Turismo – SENDETUR. Esta tem como missão “a promoção de políticas de desenvolvimento econômico local em sinergia com o desenvolvimento regional, elaboração e implementação do plano de desenvolvimento do turismo, fixação de uma política de geração de renda alternativa através da economia solidária, além de constituir políticas de inovação, ciência e tecnologia”.

De acordo com a Lei nº 4885/2011, de 08 de setembro de 2011 (ANEXO II), a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Turismo compreende, em sua estrutura interna, as seguintes unidades (Figura 3):

I – Subsecretaria de Desenvolvimento Econômico;

II – Subsecretaria da Micro e Pequena Empresa;

III – Assessoria Técnica;

IV – Gerência de Fomento às Micro e Pequenas Empresas;

¹⁶ SETUR/ SEBRAE – Pesquisa de Fluxo Turístico da Alta Temporada 2012 – Disponível em: <http://www.turismo.es.gov.br/_midias/pdf/fluxo_alta_temporada-1542-509a930a87521.pdf>.

a) Coordenação de Microcrédito;

b) Coordenação da Lei de Incentivo às Micro e Pequenas Empresas

V – Gerência de Desenvolvimento e Inovação;

a) Coordenação de Apoio à Ciência e Tecnologia de Inovação;

b) Coordenação de Projetos Estruturantes;

VI – Gerência do Centro Integrado de Apoio às Micro e Pequenas Empresas;

a) Coordenação de Atendimento e Orientação

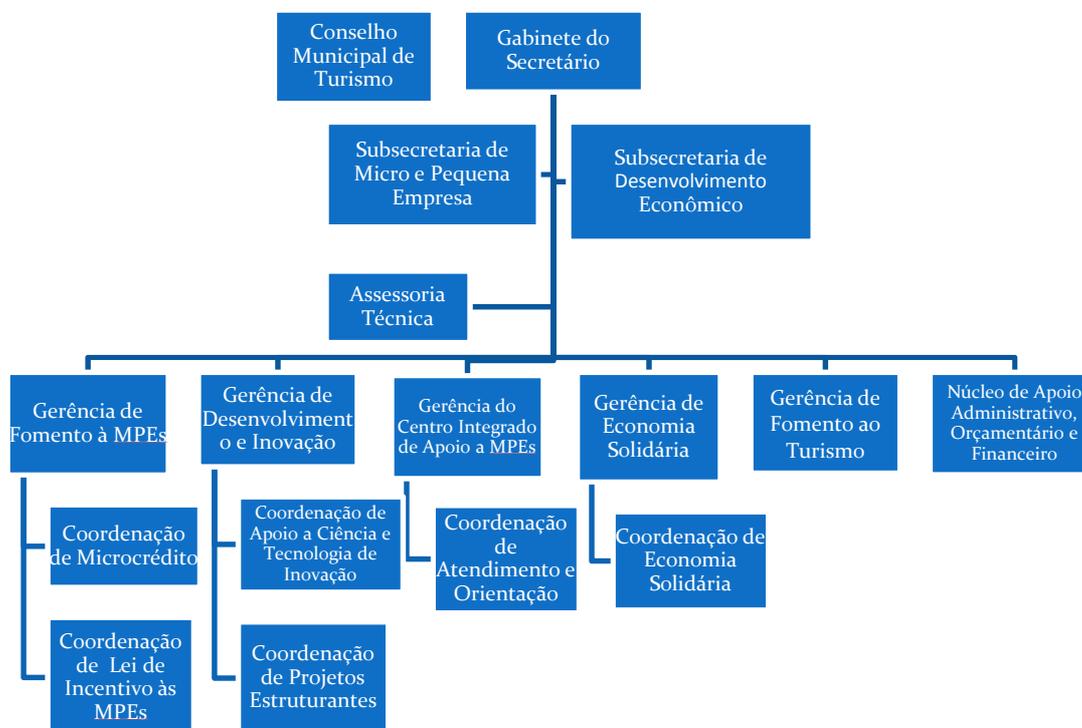
VII – Gerência de Economia Solidária;

a) Coordenação de Economia Solidária;

VIII – Gerência de Fomento ao Turismo;

IX – Núcleo de Apoio Administrativo, Orçamentário e Financeiro.

Figura 3 – Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Turismo



Fonte: Lei 4885/2011. Adaptado do Projeto de Difusão do Desempenho do Turismo Capixaba.

A localização da Instância de Governança do Turismo junto a de Desenvolvimento Econômico foi estratégica para a atividade do turismo, principalmente pelo serviço e facilidades voltados para o empreendedorismo e para o pequeno comerciante. A Casa do Empreendedor, localizada junto à SENDETUR, oferece serviços como concessão de alvarás e licenças, certidões, abertura e fechamento de empresas, o que facilita bastante a vida dos que mantêm seus negócios no município.

Na esfera coletiva, ligada ao setor público, a articulação público/privada é feita principalmente pelo Conselho Municipal de Turismo - COMTUR, instituído pela Lei nº 4.666/2008 (ANEXO III). Cariacica conta com um fundo destinado exclusivamente ao turismo: Fundo Municipal de Turismo. O orçamento previsto para a gestão do turismo, no ano de 2013, foi de R\$ 55.000,00 (cinquenta e cinco mil reais).

A pesquisa mostra que, apesar da participação de vários de seus membros, há necessidade de ampliar a representatividade do COMTUR. A participação dos representantes ausentes é fundamental, assim como a inclusão de outros integrantes, de modo a diminuir a distância entre o planejado e o executado. A organização é atuante, porém seus os membros precisam assumir seus papéis de indutores do turismo municipal e de gestores do Fundo Municipal de Turismo. Além de orientar as ações locais, o Conselho Municipal é a principal ponte de articulação com o Programa Nacional de Regionalização do Turismo.

A integração das instâncias de governanças municipal, regional e estadual, responsáveis pela execução das políticas públicas do turismo, acabou prejudicada pela extinção da regional ADETUR Metropolitana. Esta ruptura pode desacelerar a execução das políticas já traçadas, voltadas para a organização e profissionalização da atividade no município, e desarticular as ações de promoção do produto turístico local implantadas pelo Estado. Esta é uma situação que deve ser melhor observada e solucionada em curto prazo.

O *Plano Estratégico do Turismo de Cariacica – Agenda 2010-2030* foi formulado de acordo com a seguinte visão: “Cariacica será um destino consolidado turisticamente pela qualidade e diversidade de sua oferta, geração de emprego e renda e hospitalidade sustentável”. Por missão, tem o compromisso de “proporcionar condições ótimas de competitividade, que levem ao desenvolvimento sustentável do turismo”. A partir deste plano, a Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo está trabalhando alguns projetos considerados prioritários. São eles:

- Urbanização da orla de Cariacica;
- Revitalização dos circuitos do agroturismo;
- Revitalização da corredeira de Maricará;
- Projeto de qualificação profissional;
- Projeto Turismo Pedagógico.

Do projeto *Turismo Pedagógico*, conforme informações publicadas no documento *Cariacica em Dados – Indicadores Socioeconômicos (Cariacica, 2011)*¹⁷, vale ressaltar a adoção de currículos escolares focados nos atrativos turísticos mapeados pela prefeitura, em conjunto com os alunos. Palestras, mostras de ciência, oficinas de montagem e aplicação de jogos pedagógicos e visitas externas a locais com atrativos turísticos e ambientais no município são algumas das atividades propostas. Além disso, o projeto busca garantir a contratação de pelo menos um educador por escola, na rede pública municipal, capacitado para contar histórias, lendas e fatos da cidade. Este se ocupa, ainda, da divulgação do potencial turístico da região entre

¹⁷ Disponível em: <http://www.cariacica.es.gov.br/download/cariacica_dados_web.pdf>.

os alunos. Por isso, a cada dois anos, os professores contratados passam por um processo de capacitação. Até agora, cerca de 80 profissionais já se formaram.

O município de Cariacica possui, também, um *Plano de Marketing Turístico*. Ações de promoção e divulgação desse destino como produto turístico são os seus principais objetivos. Cariacica, apesar da situação de violência em alguns bairros, guarda paisagens encantadoras, capazes de seduzir e emocionar qualquer turista. Entre os objetivos específicos do plano, destacam-se:

1. Palestras de sensibilização do público;
2. Orientação na divulgação e promoção do turismo local;
3. Exibição das potencialidades turísticas do município para funcionários da Prefeitura;
4. Inserção do produto *Cariacica* nas prateleiras das agências de viagens municipais;
5. Programas para atrair turistas para um pernoite;
6. Capacitação de agentes viagens para divulgar e vender o destino;
7. Criação de parcerias para facilitar o acesso das pequenas e microempresas nos mercados turísticos regional, estadual e nacional;
8. Elaboração e promoção do calendário oficial de eventos do município.

Para implementar os projetos e ações do *Plano Estratégico do Turismo de Cariacica* e do *Plano de Marketing Turístico*, o município vem articulando algumas parcerias. Com o SEBRAE pretende ampliar e qualificar a sua oferta de produtos e serviços no segmento do agroturismo; com a Secretaria de Estado do Turismo - SETUR e com o SENAC intenciona implantar o programa *Qualifica ES Turismo*, atento à qualificação dos profissionais que atuam nos equipamentos turísticos, por meio da oferta de cursos nas áreas de hotelaria, bares e restaurantes, idiomas e turismo.

Tanto o *Plano Estratégico do Turismo* quanto o *Plano de Marketing Turístico de Cariacica* estabeleceram metas, no que diz respeito à organização e capacitação dos atores locais, para a melhoria na oferta de serviços. Uma análise mais detalhada destes atores será apresentada mais adiante, como parte do capítulo que trata da caracterização institucional do empresariado.

3.2.2 *Subsistema de Oferta*

Cariacica trabalha para unir o desenvolvimento econômico com a preservação ambiental, por meio da demarcação de áreas de preservação ambiental e de incentivo ao agroturismo e à agricultura familiar. Na região rural prevalecem as estâncias e pequenas propriedades rurais, que agora estão abrindo suas portas para o turista vivenciar um dia no campo, com direito a provar as delícias da culinária local feitas com banana, além dos biscoitos e doces caseiros.

De acordo com o documento *Cariacica em Dados – Indicadores Socioeconômicos (Cariacica, 2011)*, entre 2005 e 2008 foram criadas quatro Unidades de Conservação no município. Dessas quatro, duas estão ligadas à região do Mochuara e duas à região dos manguezais. O modo como se dá a apropriação dos espaços geográficos depende das políticas públicas adotadas em cada localidade. Por esse motivo, além da criação das Unidades de Conservação, foram formados Conselhos Deliberativos e Consultivos para definir o uso dessas áreas.

Tabela 3 – Unidades de Conservação do município de Cariacica

Unidade de Conservação (UC)	Área (Há)
Parque Municipal Monte Mochuara	436,18
Área de Proteção Ambiental Municipal do Monte Mochuara	2.618,24
Parque Natural Municipal do Manguezal de Itanguá	31,34
Reserva de Desenvolvimento Sustentável Municipal do Manguezal de Cariacica	740,51
Reserva Biológica Estadual de Duas Bocas	2.910,00
Total de área protegida no município	6.736,27

Fonte: Cariacica em Dados – Indicadores Socioeconômicos, 2011. Adaptado da Rede DDTC.

Talvez, a maior potencialidade turística de Cariacica seja a sua bela e extensa área verde, sendo o agroturismo a principal ferramenta para expandir com segurança a sua atividade turística. Neste segmento, os empreendimentos turísticos abertos à visitação oferecem diferentes atividades de lazer, entretenimento e hospedagem. Fazem parte desta lista as fazendas Terra Santa, Roças Velhas, Ibiapaba, e a Estância Vale do Moxuara.

A pesquisa bibliográfica encontrou, em diferentes folders de turismo e levantamentos técnicos sobre o município de Cariacica, muitas referências aos atrativos turísticos locais. Reunidos, foram submetidos à análise do órgão oficial de turismo municipal e depois, pontuados a partir de entrevistas com representantes do *trade*. O resultado final privilegiou quatro atrativos:

1. Parque Natural Municipal Monte Mochuara.
2. Reserva Biológica Duas Bocas.
3. Carnaval de máscaras do congo de Roda D'Água.
4. Associação do Agroturismo.

Todos estão direcionados para os segmentos de agro e ecoturismo, além do turismo histórico-cultural. No ecoturismo destacam-se o Parque Natural Municipal Monte Mochuara e a Reserva Biológica Duas Bocas. O primeiro possui 436,18 hectares e encontra-se a 718 metros de altitude. É considerado o cartão postal do município. Na maior área de Mata Atlântica da região, os visitantes encontram espécies nativas raras, que florescem somente nesse recanto. A Reserva de Duas Bocas foi o primeiro manancial de água potável a ser canalizado para abastecer a população da Capital, nos primeiros anos do século XIX. Cariacica conta com outras Unidades de Conservação, como a Reserva de Desenvolvimento Sustentável Municipal dos Manguezais de Cariacica, com 740 hectares, e o Parque Natural Municipal Manguezais do Itanguá, com 32 hectares. E mais: a área em torno do Porto das Pedras, o Mirante dos Ventos e a Aldeia dos Cocos.

O Carnaval de Máscaras do Congo de Roda D'Água, que dança ao som de tambores e casacas, é uma festa tradicional. A data do festejo marca a homenagem à santa padroeira do Estado, Nossa Senhora da Penha, pelas bandas de congo. O centro histórico de Cariacica, a Estação Ferroviária de Cariacica e o artesanato feito com peças de alumínio reciclado são de grande relevância para este segmento. O calendário oficial de eventos, no ano de 2013, assinalava o seguinte:

- Jogos escolares do município de Cariacica (março a junho).
- Carnaval de máscaras do congo de Roda D'Água (abril).
- 6º Polentino & Minestrina da ACIC – Associação da Cultura Italiana de Cariacica (maio).
- 12º Encontro de corais de Cariacica (maio).
- 10º Festival nacional de danças (maio).

- 1ª Cavalgada ecológica de Cariacica (junho).
- Parada do orgulho gay (junho).
- Festival do caranguejo (setembro).
- 9º Mostra cultura italiana “Tributo aos descendentes de italianos de Cariacica” (setembro).
- 14º Jantar italiano (setembro).
- XI Caminhada noturna dos zumbis contemporâneos (novembro).
- Festa de emancipação política (dezembro).

Apesar da oferta significativa de parques e reservas e da riqueza do calendário de eventos, o turismo de negócios e o comércio são o forte dessa região. Para esta demanda específica não foi encontrado, durante a pesquisa, nenhum equipamento ou suporte que facilitasse o seu receptivo local, ou material de divulgação para atrair novos visitantes. Outro ponto a ser observado é a urgência de se trabalhar mais a imagem do município com os próprios moradores e trabalhadores que atuam no local, apesar das ações centradas no turismo pedagógico. Citada no planejamento, a ação de mostrar as potencialidades turísticas do município aos funcionários da Prefeitura é muito bem-vinda.

Quanto à oferta de equipamentos específicos para o turismo, o *Anuário Estatístico do Estado do Espírito Santo 2010*¹⁸ registra 16 empreendimentos de meios de hospedagem no município de Cariacica, enquanto na área de alimentos e bebidas este número cresce para 172 estabelecimentos. De acordo com os dados do CADASTUR - Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos, do Ministério do Turismo¹⁹, Cariacica possui quatro (4) empreendimentos de meios de hospedagem, oito (8) empresas de organização de eventos, um (1) empreendimento de entretenimento e lazer, nove (9) profissionais cadastrados como guias de turismo, seis (6) empresas de transporte turístico e seis (6) agências de viagens e turismo.

Segundo o georeferenciamento²⁰ realizado especificamente para o *Projeto de Difusão do Desempenho do Turismo Capixaba*, foi constatado que, na área pesquisada, ou seja, no espaço urbano com maior concentração de empreendimentos comerciais, o município possui uma (1) agência de viagens e turismo, oito (8) empresas de meios de hospedagem e trinta e oito (38) bares e restaurantes. Estas informações descasadas indicam que o município tem um longo caminho a percorrer se quiser organizar a sua oferta.

Cariacica faz parte do roteiro turístico *Caminhos do Imigrante*, que abrange ainda os municípios de Fundão, Santa Teresa, São Roque do Canaã, Itaguaçu, Itarana, Santa Maria de Jetibá e Santa Leopoldina; e, também, da *Rota Imperial*, cortando o sul do Espírito Santo e o leste de Minas Gerais. Com 575 km de extensão, percorre 31 municípios - 14 do Espírito Santo e 17 de Minas Gerais. No Estado abarca Vitória, Cariacica, Viana, Santa Leopoldina, Santa Maria de Jetibá, Domingos Martins, Castelo, Conceição do Castelo, Venda Nova do Imigrante, Ibitirama, Irupi, Iúna, Ibatiba e Muniz Freire. A Rota oferece várias opções de aventura, como escaladas em paredes rochosas, descidas em rios e cachoeiras, trilhas, um cenário ideal para os

¹⁸ Espírito Santo, 2010 - O Anuário Turístico do Espírito Santo é uma publicação que consolida todas as pesquisas de fluxo da Secretaria de Turismo do Espírito Santo, as estimativas estatísticas realizadas pelo Espírito Santo Convention & Visitors Bureau para os eventos estaduais, além de informações disponíveis em base de dados secundários como, IBGE, Ministério do Trabalho e Emprego, entre outros.

¹⁹ Pesquisado em 25 de novembro de 2013, por meio do site www.cadastur.turismo.gov.br

²⁰ O georeferenciamento teve como base o inventário, equipamentos encontrados no campo e seus dados foram consolidados pela SENDETUR.

praticantes de rapel, *rafting*, vôo livre e *trekking*. No município foram criados dois circuitos de agroturismo, atraentes e bem sinalizados: Circuito Mochuara e Circuito Terras Altas.

Tabela 4 – Empreendimentos dos circuitos turísticos

Circuito Mochuara	Circuito Terras Altas
Estância Vale Moxuara	Fazenda Terra Santa
Aldeia dos Cocos	Parque Porto das Pedras
Sítio Mirante dos Ventos	Patrimônio Histórico (1ª praça, 1ª igreja e 1ª prefeitura)
Casa Sol	Reserva Biológica de Duas Bocas
Fazenda Roças Velhas	

Fonte: Cariacica em Dados – Indicadores Socioeconômicos, 2011

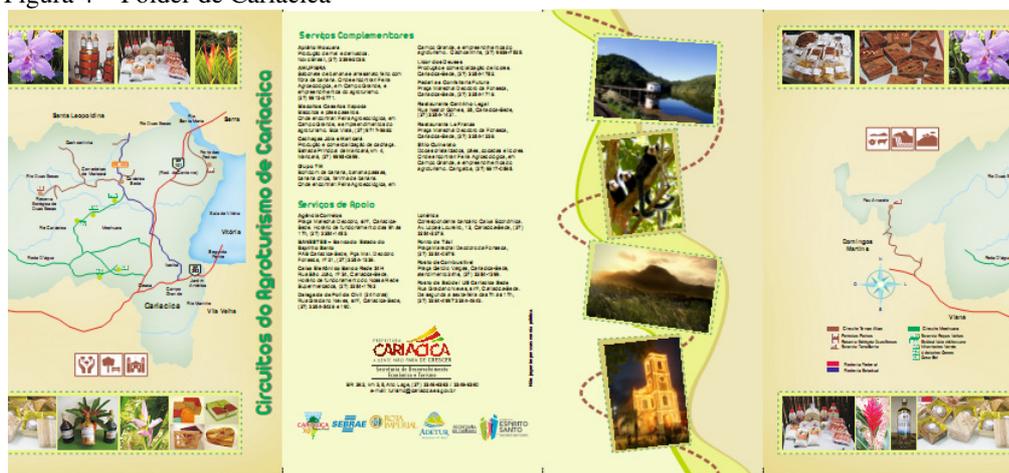
Estes circuitos são bem identificados no município e a região onde estão inseridos é propícia para oferta e consumo de atividades recreativas e lúdicas próprias do turismo. É bom citar o estudo realizado por CRUZ (2000), no qual destaca que o território não age apenas como base para as relações sociais e desenvolvimento de ações, mas é condicionante e condicionado por elas. Desta forma, além dos aspectos geográficos de cada pólo, estes também se distinguem pela ação do homem e sua utilização.

A adoção da espacialização e sua apropriação para o planejamento da atividade turística derivam da própria utilização do espaço como “principal objeto de consumo” (CRUZ, 2000) desta atividade. A manutenção de suas características históricas, culturais e geográficas, como forma de preservar o diferencial existente entre os espaços e a identidade da sociedade local, são elementos da sua oferta.

A oferta turística que se pretende estruturar nestes espaços, por sua vez, deve ser trabalhada de modo coerente visando à definição dos segmentos potenciais para a “concentração de esforços na implementação do composto mercadológico” (ANSARAH 2000). Este trabalho integrado ainda não ocorre em Cariacica, mas já circula um material promocional específico voltado para a divulgação dos circuitos turísticos, comumente distribuídos em eventos como a *Expotur*, *Feira Sabores da Terra*, *GranExpoES* e *Feira de Artesanato*, entre outros.

Vale ressaltar que as rotas e circuitos turísticos de Cariacica ainda não são comercializados por agências e operadores de turismo estadual e nacional; a sua demanda é espontânea.

Figura 4 – Folder de Cariacica



Fonte: Material publicitário de livre distribuição sobre o turismo de Cariacica. Prefeitura Municipal de Cariacica.

Fortalezas	Fraquezas	Intervenção/Sugestão
Acesso fácil aos equipamentos turísticos	interpretativa nos atrativos Grande número de empreendimentos fora do CADASTUR	Campanha de incentivo ao CADASTUR
Aspecto: Atrativos, serviços e equipamentos turísticos		
Estrutura existente nos equipamentos de agroturismo Existência de Unidades de Conservação: Monte Mochuara e Reserva Duas Bocas Diversidade de atrativos naturais	Falta de sinalização de acesso e inexistência de serviços de visitação ao Parque Natural Monte Mochuara Incompatibilidade de horário de abertura na visitação dos atrativos históricos	Dotar o Parque Natural Monte Mochuara de estrutura para visitação Firmar acordo com as entidades representativas dos patrimônios histórico-culturais para regulamentar os horários de abertura dos monumentos e criar um circuito histórico cultural
Aspecto: Estrutura municipal de gestão do turismo		
Conselho Municipal de Turismo atuante Profissionalização da Secretaria de Turismo Participação efetiva do município na instância de governança regional Fundo Municipal de Turismo atuante Parceria com o governo estadual e Sebrae Existência do <i>Plano Estratégico do Turismo</i>	Dificuldade de captação de recursos para projetos turísticos junto ao governo federal	Promover cursos de capacitação para servidores públicos para elaboração de projetos e utilização da ferramenta SICONV Articular junto à bancada federal apoio para projetos de infraestrutura turística Dar mais legitimidade ao Conselho para agir na captação de recursos e envolvimento em projetos
Aspecto: Produto turístico, fomento, promoção e comercialização		
Participação do município em duas rotas turísticas: <i>Caminhos do Imigrante e Imperial</i> Existência de circuitos turísticos: Terras Altas e Vale do Mochuara Existência do <i>Plano de Marketing Turístico do Município</i> Participação em eventos estaduais	Produtos turísticos não comercializados por agências e operadoras de turismo Pouca divulgação dos produtos turísticos	Realizar fantour para agentes de viagens e fanpress e fanblog com intuito de promover os roteiros e circuitos existentes Promover cursos de capacitação para os empresários locais para a comercialização dos seus empreendimentos Incentivar a abertura de agências de receptivo e operadora no município
Aspecto: Estatísticas do turismo e qualificação profissional		
Diversidade de cursos de capacitação na área de	Inexistência de pesquisas específicas sobre o setor de	Firmar parcerias com instituições de ensino para desenvolver pesquisas na área de turismo

Fortalezas	Fraquezas	Intervenção/Sugestão
turismo Existência de estudos e projetos científicos sobre o turismo do município	turismo Profissionais pouco qualificados	Realizar pesquisas do perfil de visitantes nos empreendimentos turísticos e implantar observatório de turismo no município Incentivar o uso e promover a análise do BOH – Boletim de Ocupação Hoteleira Promover a qualificação continuada dos serviços turísticos
Aspecto: História e cultura Local		
Diversidade de etnias existentes; Existência de lei de fomento à cultura “Lei João Bananeira”; Manifestação cultural representativa – carnaval de congo	Dificuldade de registro de base histórica de edificações; Estrutura da festa do “Carnaval de Congo”;	Profissionalizar a organização, apoiar e divulgar o Carnaval de Congo; Promover estudos e resgate sobre a história e cultura do município.

3.3 O Município de Viana

Viana oficialmente iniciou o ciclo da imigração europeia para o Espírito Santo em fevereiro de 1813. Vieram imigrantes alemães, italianos e também açorianos, todos para reduzir a escassez de mão de obra agrícola e ajudar a povoar as margens da primeira estrada que ligaria Vitória a Minas Gerais. Paulo Fernandes Viana trouxe, dos Açores, 53 famílias que contribuíram para o povoamento de Viana. Os açorianos se instalaram nas proximidades do rio Jucú e seus afluentes - Formate e Santo Agostinho - e iniciaram o cultivo de trigo e arroz; melhoraram, também, as culturas de milho e mandioca, já conhecidas pelos nativos.

O capelão Frei Francisco Nascimento Teixeira recebeu terras do governo e foi encarregado de fundar ali um núcleo populacional. Na localidade de Jabaeté nasceu o novo núcleo, que ganhou o nome de Viana, em homenagem ao pioneiro Paulo Fernandes Viana. A contribuição cultural deixada pelos europeus pode ser percebida nos casarios antigos, que resistem ao tempo. Jesuítas, índios e negros ajudaram muito na construção da história do município, que foi criado oficialmente em 23 de julho de 1862, ao ser desmembrado de Vitória.

A sede do município de Viana está localizada a 22 km de Vitória. O acesso ao município é realizado via BR-262, bem como entre o sul e o norte capixaba pela BR-101. Viana possui 60.829 habitantes, em uma área de 312 km². Entre os municípios que integram a Região Metropolitana da Grande Vitória, Viana é o terceiro maior em extensão territorial e possui localização privilegiada. Com 60% de área rural, a sua produção agropecuária - especialmente a banana, o café e o gado - abastece parte do mercado consumidor da Grande Vitória, mas a economia do município tem como principais bases de sustentação a indústria, o comércio e os serviços.

O setor que concentra o maior número de empresas e empregos é o comércio e o serviço de reparação de veículos automotores. Também estão instaladas na região sete das 150 maiores empresas do Estado. O setor industrial representa 42% do PIB do município.

3.3.1 *Subsistema de Superestrutura*

Na gestão do turismo, as informações acerca da estrutura municipal de turismo de Viana foram geradas a partir de dados secundários disponibilizados no site oficial do município²¹ e no *Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS da Região Metropolitana da Grande Vitória (2011)*, além de visitas à Secretaria de Cultura, Esporte e Turismo. Esta secretaria é responsável por formular, planejar e implementar as políticas públicas municipais de forma sustentável e eficiente, na área da cultura, esporte e turismo, além de resgatar, proteger e valorizar o patrimônio e a memória do município.

O organograma da Secretaria é composto por quatro departamentos: Cultura, Esporte, Turismo e Patrimônio e Memória. O Departamento de Turismo tem por missão “formular e implementar políticas de incentivo ao turismo, estimulando de forma sustentável o desenvolvimento socioeconômico local, além de buscar a consolidação do município de Viana como um roteiro turístico nacional”.

O município ainda não criou o seu Conselho Municipal de Turismo, nem o Fundo Municipal de Turismo; muito menos elaborou um Plano Diretor de Turismo. Como ferramenta de planejamento, Viana se vale do *Plano Diretor Municipal – PDM*, aprovado em 2006, através da Lei nº 1.876, gerido pela Secretaria Municipal de Planejamento e Desenvolvimento Econômico. O plano contempla o setor de turismo com diretrizes e ações estratégicas de desenvolvimento bem definidas. São elas:

Seção I – Da Política de Desenvolvimento do Turismo

Art. 21 - São diretrizes da Política de Desenvolvimento do Turismo:

- I - Consolidar novas modalidades do turismo;
- II - Implementar formas de articulação regional e metropolitana para as atividades turísticas;
- III - Ampliar a infraestrutura turística.

Art. 22 - São ações estratégicas da Política de Desenvolvimento do Turismo:

- I - Constituir um sistema eficiente de informações turísticas;
- II - Promover e divulgar a atividade turística do município;
- III - Capacitar recursos humanos para o desenvolvimento do turismo.

3.3.2 *Subsistema de Oferta*

Tem destaque em seus atrativos turísticos o conjunto histórico e arquitetônico composto pelas igrejas Nossa Senhora da Conceição, Nossa Senhora de Belém e Nossa Senhora D’Ajuda, tombada pelo IPHAN, construída pelos jesuítas no distrito de Araçatiba. Fazem parte do seu acervo o Teatro Municipal, a Biblioteca Municipal e a Casa da Cultura, que funcionam em um casarão de arquitetura açoriana, onde já se hospedou o Imperador D. Pedro II. Este imóvel, um dos mais antigos do lugar, fica no centro da cidade e

²¹ Disponível em: <www.viana.es.gov.br>.

abriga uma exposição permanente sobre a história do município. A antiga estação ferroviária data de 1895 – até janeiro de 2010 abrigou um museu, hoje desativado. Dessa estação parte o trem que percorre as montanhas capixabas, passando pelos municípios de Domingos Martins e Marechal Floriano.

Outros atrativos são a Biquinha, fonte de água potável usada pela comunidade e por visitantes, adornada por um mirante com vista para a bela paisagem interiorana da região; e a rampa do Urubu, com 260 metros de altura e local de encontro dos praticantes de vôo livre e apreciadores da natureza. A fábrica de cerveja artesanal Elsen é um atrativo à parte: curiosos vindos de todas as partes do Estado buscam este recanto de Viana, no distrito de Pedra da Mulata, apenas para conhecer suas instalações e provar da bebida. O município é sede de eventos importantes, como a *Descida do Rio Jucu*, a *Caminhada Ecocultural* e a *Caminhada Rota do Imigrante*.

Os serviços e equipamentos turísticos de Viana são, na sua maioria, informais. De acordo com o *Anuário Estatístico do Turismo (2010)*, só existe registro de trinta (30) estabelecimentos no setor de alimentação. No CADASTUR aparece com um (1) profissional cadastrado como guia de turismo e três (3) transportadoras turísticas.

No levantamento dos serviços turísticos, realizado pela Secretaria de Cultura, Esporte e Lazer e disponível no site oficial do município²², constata-se a existência de sete (7) empreendimentos de meios de hospedagem e dez (10) estabelecimentos de alimentação como bares, restaurantes, pizzarias e lanchonetes.

O georreferenciamento realizado especificamente para o *Projeto de Difusão do Desempenho do Turismo Capixaba* atestou, na área pesquisada, (no espaço urbano com maior concentração de empreendimentos comerciais do município), duas (2) empresas de meios de hospedagem e onze (11) estabelecimentos de bares e restaurantes. Estas informações descasadas indicam que, como no caso de Cariacica, Viana tem um longo caminho a percorrer para organizar sua oferta.

Viana integra a *Rota do Mar e das Montanhas*, juntamente com os municípios de Vitória, Viana, Domingos Martins, Marechal Floriano e Venda Nova do Imigrante. É o ponto de partida do passeio turístico *Trem das Montanhas Capixabas*, com 46 km de extensão, seguindo pelos municípios de Viana, Domingos Martins e Marechal Floriano até o distrito de Araguaia. Na *Rota Imperial* é um dos 31 municípios participantes - 14 do Espírito Santo e 17 de Minas Gerais. No Estado, o caminho cruza as cidades de Vitória, Cariacica, Viana, Santa Leopoldina, Santa Maria de Jetibá, Domingos Martins, Castelo, Conceição do Castelo, Venda Nova do Imigrante, Ibitirama, Irupí, Iúna, Ibatiba e Muniz Freire. A participação de Viana nestes dois circuitos ajuda no resgate histórico e celebração da cultura imigrante.

O circuito da *Rota do Mar e das Montanhas* continua sendo divulgado pelo governo do Estado do Espírito Santo nas diversas feiras e eventos de turismo nacional e internacional. O material promocional é editado em três idiomas e comercializado por agências e operadoras de turismo de todo o Brasil. O passeio do *Trem das Montanhas Capixabas* também é comercializado pelas empresas do setor, tanto nacional como localmente.

²² Site oficial do município. Disponível em: <www.viana.es.gov.br>.



Figura 2 - Sítio da Rota do Sol e da Moqueca. Disponível em <http://www.fomatur.com.br/>



Figura 3 – Trem Das Montanhas. Disponível em <http://www.fomatur.com.br/>

3.3.3 Levantamento das Fortalezas e Fraquezas do Município de Viana

Na análise da oferta neste município utilizou-se, para a obtenção dos pontos fortes e fracos do turismo em Cariacica, uma metodologia constituída de: (1) aplicação de entrevistas orientadas e qualificadas desenvolvidas especificamente para o *Projeto de Pesquisa de Difusão do Desempenho do Turismo Capixaba* (ANEXO IV), com relatos de empresários e representantes do poder público municipal de Cariacica; (2) informações extraídas do *Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS da Região Metropolitana da Grande Vitória (Espírito Santo, 2011)*; e (3) observações dos pesquisadores durante as visitas *in loco*. Foram identificados os pontos fortes e fracos e anotadas as sugestões para intervenções/sugestões (Tabela 7):

Tabela 6 – Quadro de fortalezas e fraquezas do município de Cariacica

Pontos fortes	Pontos fracos	Intervenção/Sugestão
Aspecto: Infraestrutura municipal		
Levantamento de projetos de revitalização	Segurança pública	Investir no projeto de drenagem no município
Serviços básicos de boa qualidade	Sistema deficitário de drenagem – muitos alagamentos.	Discutir com a comunidade novos planos para melhorar a segurança no município
Aspecto: Sistema de transporte e mobilidade		
Disponibilidade dos poderes públicos estadual e municipal para investir em melhorias no município	Baixo fluxo (horários) de ônibus para Vitória (sistema Transcol)	Implantar sistemas alternativos de transporte público
	Falta de um terminal rodoviário no município	Instalar terminal rodoviário no município
Aspecto: Infraestrutura turística		
Município apropriado para o agroturismo	Falta de infraestrutura para turistas	Implantar projeto de sinalização turística
Infraestrutura para o trem das montanhas	Falta de investimentos no turismo pelas gestões passadas	Criar um PIT – Posto de Informações Turísticas na estação ferroviária
Revitalização da estação ferroviária	Falta de sinalização turística	
Aspecto: Atrativos, serviços e equipamentos turísticos		
Qualidade dos serviços prestados pelos restaurantes do município	Carência de meios de hospedagem e de empresas de turismo receptivo local	Atrair investimentos hoteleiros e empresas de turismo
Preços acessíveis dos restaurantes	Horário de abertura indefinido para visitação de monumentos históricos	
Calendário de eventos do município		
Aspecto: Estrutura municipal de gestão do turismo		
Plano Diretor Municipal em execução	Falta de um Conselho Municipal de Turismo	Criar o <i>Plano Diretor de Turismo</i>
Secretaria de Cultura, Esporte e Turismo estruturada	Poucos profissionais atuando na gestão do turismo	
Participação do município em uma instância regional de turismo		
Aspecto: Produto turístico, fomento, promoção e comercialização		
Dinamização do agroturismo	Baixa divulgação do município	Criar o Plano de Marketing Turístico
Participação em feiras e eventos de turismo	Ausência de um plano de marketing	Diversificar as ferramentas de promoção do destino
Criação do site oficial	Falta de incentivos para atividades características do turismo	
Comercialização do turismo via gestão pública		
Aspecto: Estatísticas do turismo e qualificação profissional		
Sensibilizar a comunidade local sobre a importância da atividade turística	Baixa oferta de cursos de capacitação	Inserir o turismo como disciplina nas escolas públicas da rede municipal

Pontos fortes	Pontos fracos	Intervenção/Sugestão
Inventariar a oferta turística	Falta de interesse da população local nos cursos oferecidos Falta de dados estatísticos sobre o turismo local	Promover a capacitação empresarial
Aspecto: História e cultura local		
Boa oferta de equipamentos culturais Boa visibilidade do município em função de suas manifestações culturais Espaço para exposição do artesanato local Estação ferroviária	Falta de apoio público e privado para as produções culturais: bandas de música e dança açoriana, entre outras Falta de registros sobre as edificações históricas do município	Desenvolver projetos para valorizar a história e a cultura locais Implantar programas e premiações de valorização da história e da cultura locais nas escolas da rede pública municipal

3.4 Caracterização institucional do empresariado

Para alcançar sucesso em qualquer atividade pressupõe-se a existência de pessoas preparadas e dispostas a empreender em determinado setor. A atividade do turismo não foge à regra. O aprender como fator de competitividade e sobrevivência nesta atividade significa assumir uma postura voltada para a criação e agregação de valor ao produto, visando atrair e satisfazer a demanda do consumidor final.

Para se adquirir competência é fundamental o conhecimento e a habilidade no trato da atividade. E estes podem vir tanto a partir da esfera individual quanto da coletiva. Ou por meio da participação em cursos de qualificação, programas de ação que envolvam movimentos cooperativos ou atuando na organização e legalização de seus negócios.

O *trade*, em Cariacica e em Viana, conta com ações facilitadoras e institucionais que promovem este encontro e incentivam a participação dos empresários na abertura de novos negócios. No caso de Cariacica, a Casa do Empreendedor, administrada pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo – SENDETUR, desenvolve desde o ano passado o programa *Cidade 100% Legal*²³. A intenção é orientar os empreendedores locais sobre a importância de manter atualizada a documentação. Em Viana, a Prefeitura Municipal concentra seus esforços no *Guia do Empreendedor*, fomentando a geração de novos negócios.²⁴ Tais ações, no entanto, ainda são insuficientes para qualificar os integrantes do setor.

Pesquisa da Rede DDTC com foco nos equipamentos de turismo, feita especialmente para este levantamento, destacou aspectos interessantes em relação ao empresariado nos municípios de Cariacica e Viana.

As empresas pesquisadas são, em sua maioria, do ramo de alimentação, seguidas pelas de hospedagem, com destaque para as lazer e entretenimento. Quanto à administração, a maior parte delas são classificadas como pequenas ou micro, geridas por pessoas da mesma família: 89,8% dos proprietários trabalham nesses estabelecimentos e 47,8% destes têm gestão familiar. Entre as empresas com gestão familiar, cerca de 56,3%

²³ Disponível em: <<http://www.cariacica.es.gov.br/default.asp>>.

²⁴ Disponível em: <<http://www.viana.es.gov.br/>>.

delas são voltadas para as atividades de provisão de alimentos e bebidas; 66,7% estão ligadas a atividades culturais. Surpreende que somente 7,3% dos estabelecimentos pesquisados possuam o Selo de Qualidade Nacional de Turismo, criado para classificar os padrões de serviço das empresas ou entidades prestadoras de serviços em qualificação do turismo. Apenas 16,7% integram alguma associação de classe (Gráficos 1 e 2).

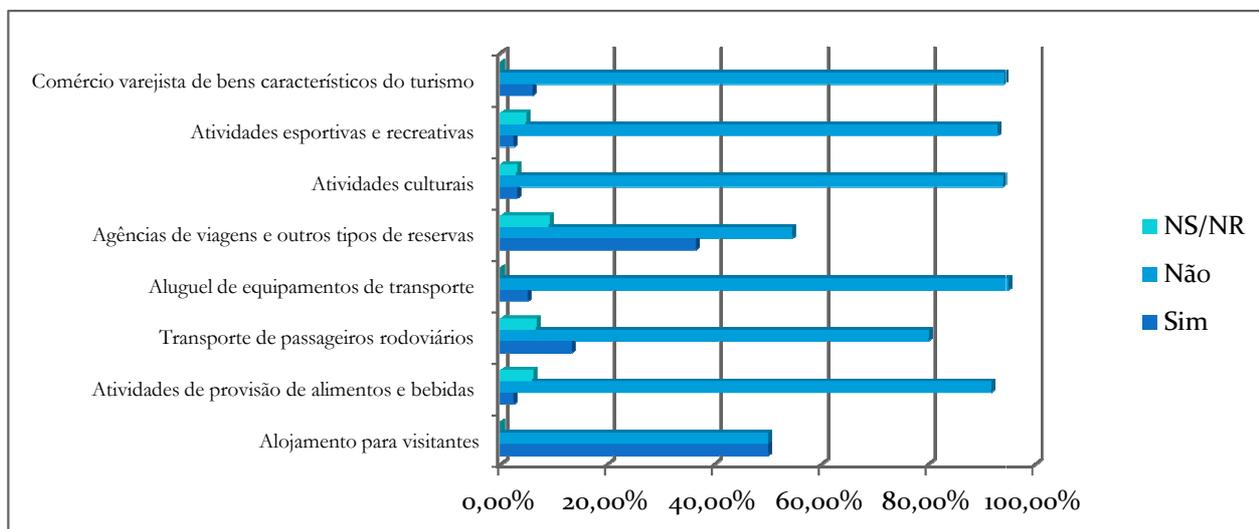


Gráfico 1 - Selo de Qualidade Nacional de Turismo (destinado a classificar os padrões de serviço das empresas ou entidades prestadoras de serviços em turismo)

Fonte: Rede DDTC, 2013. Nota: Em percentual

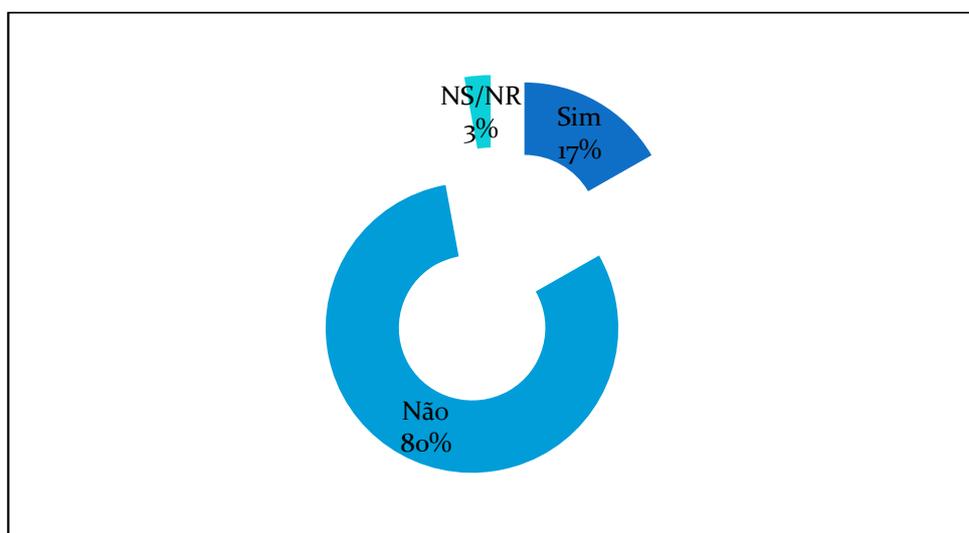


Gráfico 2 - Participação dos estabelecimentos em associações de classe

Fonte: Rede DDTC, 2013. Nota: Em percentual

Quando perguntados, de forma espontânea, a que associação de classe pertenciam, apenas três (3) dos 46 empresários entrevistados responderam CADASTUR; onze (11) disseram Sindbares. Isso mostra a urgência de informar melhor sobre as vantagens e obrigatoriedade de registro no CADASTUR e a força do Sindbares. Quando perguntados diretamente sobre a participação deles no CADASTUR, 23% responderam que mantinham esse vínculo (Tabela 7).

Com a publicação da Portaria 311²⁵, de 4 de dezembro de 2013, o Ministério do Turismo mais ganhou força para fiscalizar os prestadores de serviço e os guias de turismo. Agora é possível advertir, multar, interditar e até solicitar o cancelamento de registro dos não cadastrados no CADASTUR; ou dos que sonegam informações sobre suas atividades ou deixam de fornecer corretamente os dados exigidos pelos Boletins de Ocupação Hoteleira.

Tabela 7 – O estabelecimento é cadastrado no CADASTUR

Opções	Atividades características do turismo (ACT)								Total
	1	2	4	7	8	9	10	11	
Sim	33,3%	18,8%	30,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	23,9%
Não	66,7%	81,3%	70,0%	100,0%	0,0%	100,0%	100,0%	100,0%	76,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Rede DDTC, 2013. Nota: Em percentual. Legenda: 1. Alojamento para visitantes; 2. Atividades de provisão de alimentos e bebidas; 3. Transporte ferroviário; 4. Transporte rodoviário; 5. Transporte aquaviário; 6. Transporte aéreo; 7. Aluguel de equipamentos de transporte; 8. Atividades de agências de viagens e outros tipos de reservas; 9. Atividades culturais; 10. Atividades esportivas e recreativas; 11. Comércio varejista de bens característicos do turismo específicos de cada país; 12. Outras atividades características do turismo específicas de cada país.

Para definir o estado de conservação e grau de aparelhamento dos equipamentos turísticos pesquisou-se se o estabelecimento havia sido reformado e há quanto tempo havia ocorrido essa reforma. No Gráfico 3 observa-se que, metade (51,6%) dos que passaram por algum tipo de reforma, a realizaram há menos de um ano. Entende-se daí que existe preocupação, por parte dos empresários do setor, em oferecer equipamentos em boas condições de uso. O Gráfico 13 mostra, porém, que apenas 36% dos estabelecimentos estão aptos a receber pessoas portadoras de necessidades especiais – com rampas de acesso, portas largas, banheiros adaptados e cadeiras de transbordo. Segundo uma avaliação geral, os equipamentos turísticos nos municípios de Cariacica e Viana estão longe de atender às determinações do Decreto nº. 5.296/2004 e da norma ABNT NBR 9050:2004.

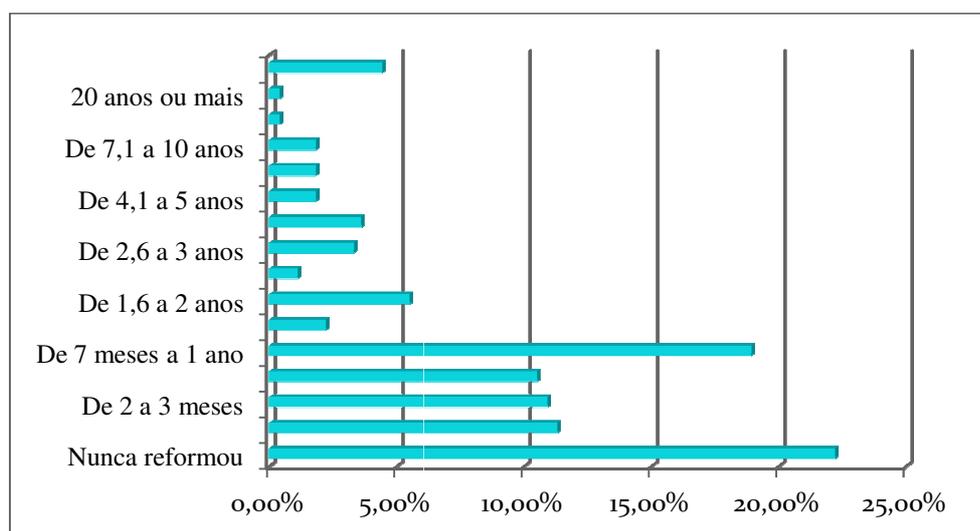
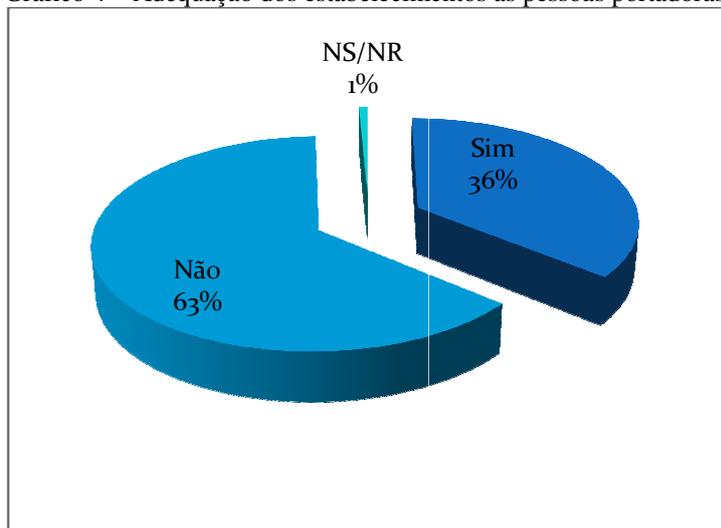


Gráfico 3 – Última reforma dos equipamentos turísticos em Cariacica e Viana

Fonte: Rede DDTC, 2013. Nota: Em percentual.

25 Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20131204-2.html>.

Gráfico 4 – Adequação dos estabelecimentos às pessoas portadoras de necessidades especiais



Fonte: Rede DDTC, 2013. Nota: Em percentual.

Pode-se dar ao termo acessibilidade – além do acesso em si e das formas de se chegar ao município – um significado mais específico. A acessibilidade urbana e a adaptação de equipamentos e serviços para atender a demanda turística têm por objetivo promover o acesso de qualquer pessoa com deficiência ou mobilidade reduzida, sejam elas idosos, crianças e gestantes, entre outros. Segundo o Decreto nº. 5.296/2004 e a norma ABNT NBR 9050:2004, o termo acessibilidade significa:

A condição para utilização, com segurança e autonomia, total ou assistida, dos espaços, mobiliários e equipamentos urbanos, das edificações, dos serviços de transporte e dos dispositivos, sistemas e meios de comunicação e informação, por pessoa com deficiência ou com mobilidade reduzida.

É importante ressaltar que acessibilidade no turismo é hoje prioridade para o governo federal. Com a assinatura do Decreto nº. 5296/2004, o turismo se tornou um meio de integração social e um direito das pessoas com deficiência. Se por um lado os receptivos turísticos no Brasil ainda sofrem com a precariedade de suas instalações e com o despreparo da mão de obra no atendimento à pessoa com deficiência, por outro, a Constituição brasileira garante as mesmas oportunidades a todos, sem distinção, numa tentativa de estimular a independência econômica e a integração social do cidadão.

A atividade do turismo relaciona-se com uma série de negócios de naturezas diversas, como hospedagem, agenciamento, alimentação e lazer, entre outras. Nas regiões onde a atividade do turismo se dá de forma mais intensa, além de equipamentos bem estruturados, considera-se a qualificação dos empresários e da mão de obra como condição imprescindível para garantir o crescimento e a consolidação da atividade.

Vale citar Ansarah (2002) e seu relato sobre o profissional de turismo e hotelaria, quando afirma que o sucesso das empresas e dos destinos turísticos tem por base o fator humano. Uma atuação eficaz no mercado é inseparável da competência e da preparação apropriada do profissional. Nos municípios de Cariacica e Viana nota-se que é fundamental melhorar o nível de escolaridade da mão de obra local e qualificá-la apropriadamente para garantir o bom atendimento e a satisfação do cliente final.

A oferta de mão de obra, nos municípios de Cariacica e Viana, foi avaliada pelos empresários pesquisados como regular (27,6%) ou péssima (21,5%) (Tabela8). Com uma oferta de serviços pouco mecanizada e a

consequente dependência por mão de obra para tal execução, os municípios irão enfrentar grandes desafios se estiverem buscando a excelência na atividade. A dificuldade para encontrar funcionários qualificados ajudou nos resultados negativos apresentados na pesquisa: 30,2% a consideram regular; e 19,3%, péssima. (Tabela 9)

Tabela 8- -Avaliação da quantidade de mão de obra no turismo (estimulada)

Opções	Atividades características do turismo (ACT)								Total
	1	2	4	7	8	9	10	11	
Ótimo	0,0	3,6	2,2	0,0	0,0	0,0	2,4	0,0	1,8
Bom	16,7	20,2	31,1	15,0	18,2	15,2	21,4	17,6	20,7
Regular	16,7	32,1	31,1	20,0	18,2	24,2	26,2	26,5	27,6
Ruim	33,3	8,3	15,6	30,0	27,3	21,2	33,3	5,9	17,5
Péssimo	16,7	26,2	4,4	20,0	36,4	33,3	14,3	26,5	21,5
NS/NR	16,7	9,5	15,6	15,0	0,0	6,1	2,4	23,5	10,9
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Rede DDTC, 2013. Nota: Em percentual. Legenda: 1. Alojamento para visitantes; 2. Atividades de provisão de alimentos e bebidas; 3. Transporte ferroviário; 4. Transporte rodoviário; 5. Transporte aquaviário; 6. Transporte aéreo; 7. Aluguel de equipamentos de transporte; 8. Atividades de agências de viagens e outros tipos de reservas; 9. Atividades culturais; 10. Atividades esportivas e recreativas; 11. Comércio varejista de bens característicos do turismo específicos de cada país; 12. Outras atividades características do turismo específicas de cada país.

Tabela 9 – Avaliação da qualidade da mão de obra no turismo (estimulada)

Opções	Atividades características do turismo (ACT)								Total
	1	2	4	7	8	9	10	11	
Ótimo	0,0	2,4	0,0	0,0	0,0	3,0	2,4	0,0	1,5
Bom	16,7	20,2	24,4	10,0	18,2	9,1	26,2	20,6	19,6
Regular	50,0	29,8	44,4	25,0	36,4	21,2	23,8	26,5	30,2
Ruim	16,7	14,3	13,3	25,0	27,3	24,2	26,2	8,8	17,8
Péssimo	16,7	22,6	2,2	20,0	18,2	33,3	14,3	26,5	19,3
NS/NR	0,0	10,7	15,6	20,0	0,0	9,1	7,1	17,6	11,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Rede DDTC, 2013. Nota: Em percentual. Legenda: 1. Alojamento para visitantes; 2. Atividades de provisão de alimentos e bebidas; 3. Transporte ferroviário; 4. Transporte rodoviário; 5. Transporte aquaviário; 6. Transporte aéreo; 7. Aluguel de equipamentos de transporte; 8. Atividades de agências de viagens e outros tipos de reservas; 9. Atividades culturais; 10. Atividades esportivas e recreativas; 11. Comércio varejista de bens característicos do turismo específicos de cada país; 12. Outras atividades características do turismo específicas de cada país.

Tal despreparo da mão de obra esta, em parte, relacionado à oferta de cursos²⁶, apontada pelos entrevistados como regular (26,5%) e péssima (21,5%). Para reverter esse quadro sugerem a oferta do curso de atendimento ao cliente em primeiro lugar (74,5%), seguido pelo de gerenciamento (30,2%). Essa posição mostra o interesse do *trade* em profissionalizar o setor e buscar maior controle sobre seu próprio negócio. Entre as empresas de provisão de alimentos e bebidas e de aluguel de equipamentos de transporte, o curso de higiene alimentar foi o mais pedido: entre 33,3% e de 40%, respectivamente (Gráfico 5 e Tabela 10).

²⁶ Na pesquisa não ficou claro o motivo do descontentamento, se é pela pouca quantidade da oferta, pela má qualidade, pouca participação dos interessados ou por outro motivo não especificado.

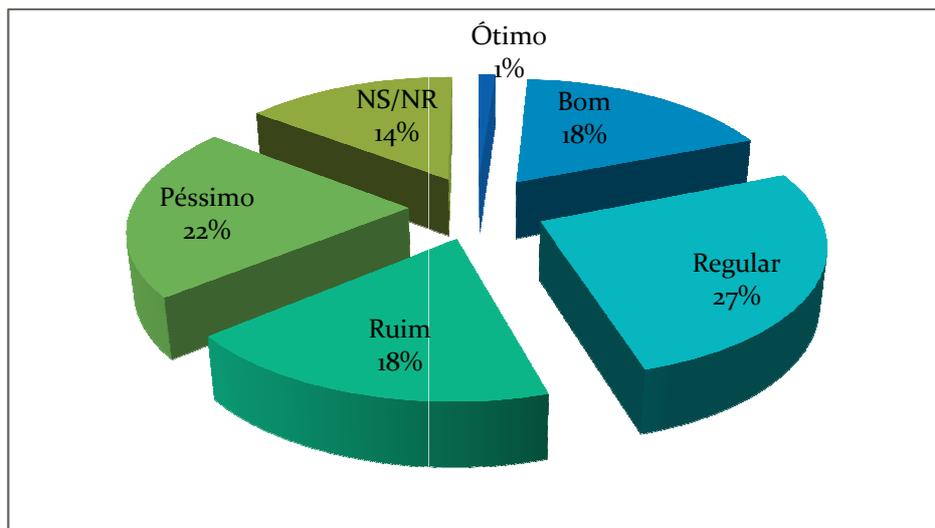


Gráfico 5 - Avaliação da oferta de cursos de treinamento para a mão de obra no turismo.
Fonte: Rede DDTC, 2013. Nota: Em percentual.

Tabela 10- Relação dos cursos considerados mais importantes (até três opções de resposta)

Opções	Atividades características do turismo (ACT)								Total
	1	2	4	7	8	9	10	11	
Atendimento ao cliente	83,3	75,0	86,7	80,0	63,6	69,7	71,4	64,7	74,5
Barman	0,0	2,4	0,0	5,0	0,0	6,1	4,8	0,0	2,5
Camareira	33,3	0,0	0,0	0,0	9,1	0,0	0,0	5,9	1,8
Controler	16,7	0,0	4,4	10,0	9,1	3,0	2,4	5,9	3,6
Cozinheiro	16,7	31,0	6,7	0,0	27,3	9,1	7,1	17,6	16,4
Garçom	16,7	23,8	11,1	5,0	18,2	15,2	16,7	14,7	16,7
Gerência	33,3	28,6	22,2	35,0	45,5	27,3	31,0	38,2	30,2
Governança	16,7	4,8	2,2	0,0	9,1	6,1	2,4	11,8	5,1
Higiene Alimentar	33,3	32,1	15,6	40,0	27,3	27,3	23,8	20,6	26,5
Recreação	16,7	2,4	24,4	30,0	27,3	18,2	31,0	14,7	17,1
Outros	0,0	6,0	26,7	10,0	0,0	12,1	9,5	5,9	10,5
Total	266,7	206,0	200,0	215,0	236,4	193,9	200,0	200,0	205,1

Fonte: Rede DDTC, 2013. Nota: Em percentual. Legenda: 1. Alojamento para visitantes; 2. Atividades de provisão de alimentos e bebidas; 3. Transporte ferroviário; 4. Transporte rodoviário; 5. Transporte aquaviário; 6. Transporte aéreo; 7. Aluguel de equipamentos de transporte; 8. Atividades de agências de viagens e outros tipos de reservas; 9. Atividades culturais; 10. Atividades esportivas e recreativas; 11. Comércio varejista de bens característicos do turismo específicos de cada país; 12. Outras atividades características do turismo específicas de cada país.

Para que as ações voltadas para o desenvolvimento do turismo possam ter resultados positivos devem ser bem definidas e planejadas pelo setor público responsável. Para uma ação se tornar assertiva deve-se avaliar, ao longo do processo, os resultados produzidos, a eficiência dos métodos aplicados e os modelos utilizados e sua eficácia. Caso contrário, pode-se trabalhar muito e não obter o resultado esperado.

Durante as pesquisa de campo, os entrevistados avaliaram a atuação do setor público em relação às políticas para o turismo adotadas nos municípios de Cariacica e Viana. O resultado foi bem abaixo do esperado: 28,4% a consideram regular; 26,2%, péssima. As críticas em relação à falta de políticas para as agências de viagens e outros tipos de reservas encabeçaram a lista: 54,5% as julgaram péssimas, do mesmo modo que a falta de atenção para com as atividades culturais (30,3%). Em relação aos investimentos destinados à melhoria do setor de turismo, o resultado foi negativo: 28,0% os classificaram como regular e 25,5% como péssimo.

Entre os setores que mais se ressentem da falta de uma política definida estão o das agências de viagens e outros tipos de reservas (péssima para 45,5%) e o das atividades culturais (péssima para 30,3%). A revisão no planejamento municipal para o turismo pode ser um bom começo, sem esquecer de um maior entrosamento entre os órgãos públicos e as empresas de turismo local. (Gráficos 6 e 7).

Gráfico 6 - Avaliação da atuação dos órgãos públicos no desenvolvimento da atividade do turismo

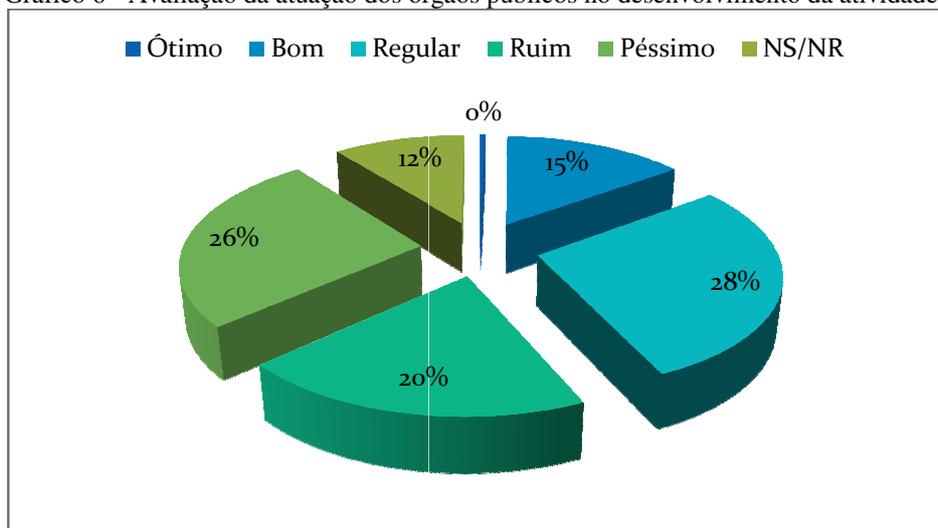


Gráfico 1 - Adequação dos estabelecimentos aos portadores de necessidades especiais
Fonte: Rede DDTC, 2013. Nota: Em percentual.

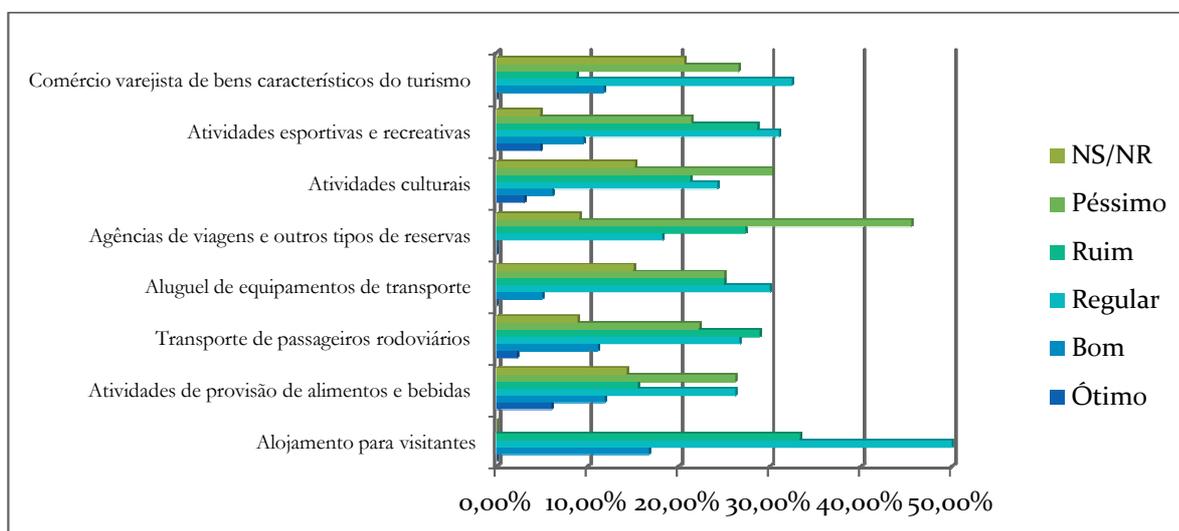


Gráfico 7 - Avaliação os investimentos destinados à melhoria do setor de turismo
Fonte: Rede DDTC, 2013. Nota: Em percentual.

Nota-se, de modo geral, que a maior parte dos equipamentos turísticos são constituídas por pequenas e micro empresas que não participam de associações de classe e nem têm registro no CADASTUR. Pouco interessadas em conseguir uma certificação de qualidade para seus serviços, estão ocupadas apenas em melhorá-los, visto que investem na reforma de seus estabelecimentos. Estas reformas, entretanto, não se

ajustaram ao padrão sugerido pelos órgãos competentes para se adequarem às exigências do público formado por pessoas portadoras de necessidades especiais.

Levando em conta os dados da pesquisa, apesar do esforço realizado pelos municípios de Cariacica e Viana, no sentido de fortalecer e divulgar a atividade do turismo em seus redutos, é preciso um investimento muito grande na sensibilização dos atores desse segmento para que se envolvam e melhorem seus serviços. O setor de recursos humanos pede uma atenção especial no que se refere a sua capacitação, organização e participação consciente no processo de desenvolvimento da atividade do turismo.

4 SUBSISTEMA DA DEMANDA

Reconhecida como importante atividade econômica para o Espírito Santo, o turismo, ainda que sazonal, contribui significativamente para a geração de trabalho e renda. A expectativa de crescimento do turismo é que, em 2015, as vagas formais geradas pela atividade cheguem próximas a 52.290²⁷.

É certo que alterações no ambiente acarretam modificações no turismo, dentro de uma visão sistêmica. Assim, a análise da demanda é essencial para garantir que a atividade tenha continuidade e possa se adaptar às novas demandas. Nesse contexto é essencial identificar o tipo de visitante, seu perfil, gastos, motivações atuais e comportamento diante do consumo, entre outros. O monitoramento desses aspectos, suas futuras alterações – ou não – e, acima de tudo, a preparação da população local para atender a esse visitante, participando ativamente dos benefícios do turismo, deve ser feito sem demora.

Estas informações são muito significativas para a criação de indicadores de acompanhamento. Visam o monitoramento do fenômeno do turismo, a partir de sua demanda, auxiliando na condução de ações mitigadoras ou de promoção mercadológica para melhor ocupação, manutenção dos ganhos e continuidade da atividade na região do estudo.

4.1 Demanda turística do Espírito Santo nos anos de 2011 a 2013

Não foi possível analisar o perfil da demanda turística dos municípios de Cariacica e Viana separadamente pela ausência de pesquisas específicas. Por este motivo, recorreu-se às pesquisas realizadas pelo Estado, que apresentam o perfil do turista em terras capixaba. Este estudo teve como fonte principal as pesquisas de fluxo turístico da alta temporada no Espírito Santo, nos anos de 2011, 2012 e 2013.

Segundo dados da Secretaria de Estado de Turismo do Espírito Santo – SETUR, o fluxo turístico no Estado do Espírito Santo, no ano de 2013 (período de verão), aumentou em 26,13 % em relação ao ano de 2012 e 4,4% comparando ao ano de 2011, conforme Tabela 12.

Tabela 2 - Fluxo turístico do Espírito Santo na alta temporada

Ano	2011	2012	2013
Fluxo	938.052	776.684	979.681

Fonte: SETUR/ES. Elaboração: Rede DDTC.

Em relação ao quantitativo dos turistas por região turística, a Região Turística Metropolitana representa 70,14% do total de turistas, comparada às demais do Estado, de um total de dez. Esta região, também, é a

²⁷ Visão de Futuro Espírito Santo 2025 apud ES, 2006, (p. 24).

que possui o maior número de equipamentos turístico do Estado. Fazendo um recorte específico para este trabalho, ou seja, excluindo os dados levantados em outros locais de abordagem que não fossem os municípios de Vila Velha, Fundão, Guarapari, Serra, Viana e Vila Velha, obtivemos os seguintes números absolutos:

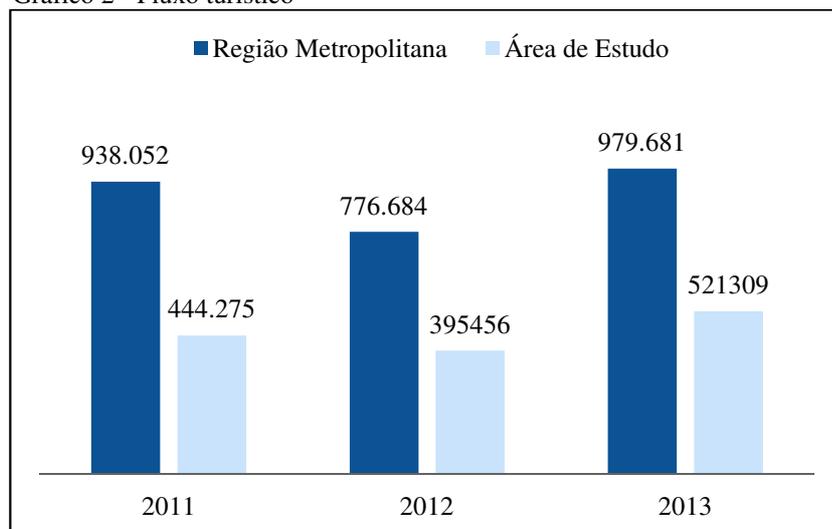
Tabela 3 - Número de turistas da alta temporada por local de abordagem

Local	2011	2012	2013
Estação Ferroviária - Vila Velha	5.760	8.105	8.938
Rodoviária de Vila Velha	785	2.665	1.519
Rodoviária de Guarapari	22.323	23.600	15.724
BR 101 – Serra	74.986	48.578	65.311
Rodovia do Sol	340.421	312.508	429.817
Total de turistas anual	444.275	395.456	521.309

Fonte: SETUR/ES. Elaboração: Rede DDTC.

Consideram-se os dados acima representativos do fluxo turístico total da região em estudo nesse trabalho. Sendo assim, o número de turistas do ano de 2013 na região representou 53,21% do número de turistas do Estado; em 2012 representou 50,92 % e, em 2011, 47,36%. Isso mostra um crescimento na capacidade de atrair demanda na área estudada superior aos demais municípios do Estado.

Gráfico 2 - Fluxo turístico



Fonte: SETUR/ES. Elaboração: Rede DDTC.

Quanto à origem dos turistas, nota-se que o principal país emissor de turistas para o Estado do Espírito Santo é o Brasil, representando 98% do fluxo, seguidos dos países Itália, Portugal e Estados Unidos.

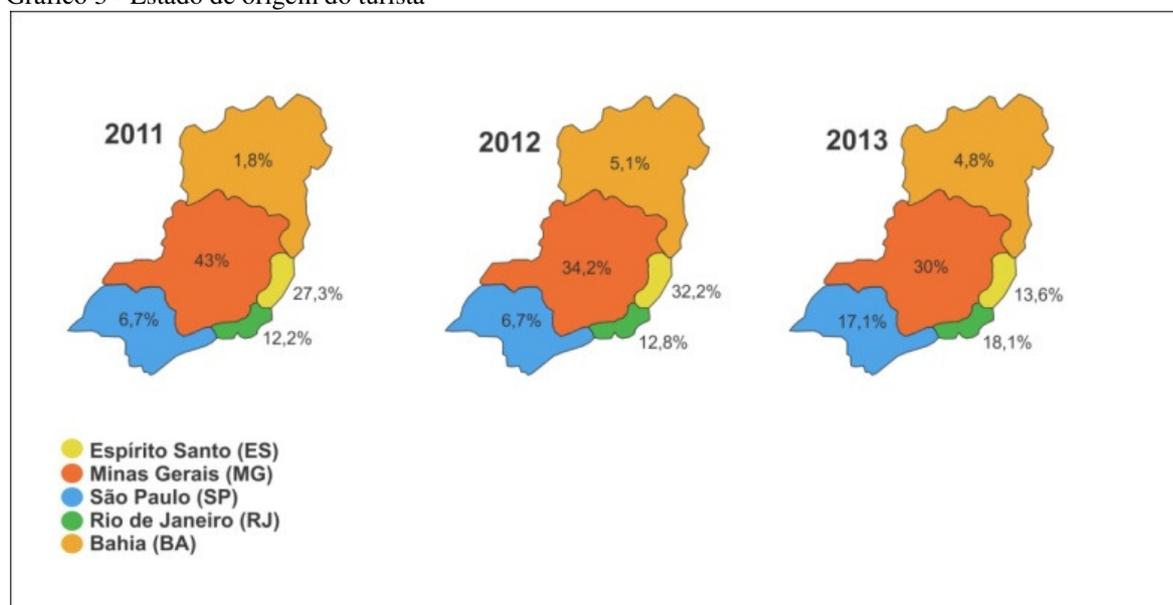
Tabela 4 - País de origem do turista

País de Origem	2011	2012	2013
Brasil	98,8	98,5	98,1
Itália	0,4	0,3	0,4
Portugal	0,3	0,3	0,1
Estados Unidos	0,2	0,3	0,7

Fonte: SETUR/ES. Nota: Em percentual. Elaboração: Rede DDTC.

Dos cinco estados brasileiros mais emissores de turistas para o estado do Espírito Santo, destacam-se, nos anos de 2011 e 2012, em primeiro lugar os turistas oriundos de Minas Gerais, seguidos dos turistas do Espírito Santo, Rio de Janeiro, São Paulo e Bahia. Em 2013, o Espírito Santo diminuiu sua participação, perdendo em percentual para o Rio de Janeiro e São Paulo, o que mostra um grande salto na captação de turistas nestes dois estados.

Gráfico 3 - Estado de origem do turista



Fonte: SETUR/ES. Elaboração: Rede DDTC

O perfil do turista de alta temporada do Espírito Santo, nestes últimos três anos, tem sido predominantemente do sexo masculino, com idade média de 39,7 anos. Em sua maioria são casados e possuem alto nível de escolaridade, como mostra a Tabela 15.

Tabela 5 - Nível de escolaridade do turista

Nível de escolaridade	2011	2012	2013
Sem escolaridade	0,3	0,2	0,1
Ensino fundamental incompleto	6,5	6,7	6,0
Ensino fundamental completo	6,6	7,1	5,5
Ensino médio incompleto	3,6	2,8	1,8
Ensino médio completo	35,1	33,0	29,1
Superior incompleto	8,8	9,4	9,9
Superior completo	30,7	29,7	31,7
Pós-graduados	8,5	10,9	12,5
Não responderam	0,8	0,2	0,5

Fonte: SETUR/ES. Nota: Em percentual. Elaboração: Rede DDTC.

Analisando o nível de renda média do turista que visita o Estado, observa-se que são turistas qualificados, com alto poder aquisitivo, com um valor médio de renda mensal individual em torno de R\$ 3.406,00 e de renda mensal familiar de R\$ 5.423,13. O nível de renda média do turista vem aumentando significativamente.

Tabela 6 - Renda média individual e familiar do turista (R\$)

Renda média	2011	2012	2013
Mensal individual	2.385,00	3.569,79	4.263,19
Mensal familiar	4.912,00	5.325,68	6.031,72

Fonte: SETUR/ES. Elaboração: Rede DDTC.

Com o poder aquisitivo elevado do turista e as ofertas nos preços das passagens aéreas promovidas pelas companhias, observa-se um aumento no uso do avião como um dos principais meios de transporte para chegar ao destino Espírito Santo. Nota-se, também, diminuição no uso do automóvel e do ônibus no período analisado.

Tabela 7 - Meio de transporte utilizado

Meios de Transporte	2011	2012	2013
Automóvel	67,7	62,9	58,7
Avião	13,2	22,5	47,5
Ônibus	25,2	26,9	22,4
Trem (Vitória/Minas)	3,3	1,8	2,4

Fonte: SETUR/ES. Nota: Em percentual. Elaboração: Rede DDTC.

Em relação ao gasto médio do turista no destino, os dados da pesquisa diferem na metodologia de apuração da informação de um ano para o outro. A única informação que se mantém, nas três pesquisas analisadas, é a do gasto médio diário individual. Assim, constata-se que, na alta temporada de 2011, o valor foi de R\$ 15,95; em 2012, R\$ 109,97; e, em 2013, com uma pequena queda passou para R\$ 86,04.

O principal motivo da viagem dos turistas que frequentam o Estado é “rever amigos e familiares”, seguido de “trabalho” e “praia”. Tratando-se da Região Metropolitana, a motivação de trabalho fica mais evidente.

Tabela 8 - Motivo da viagem

Motivos	2011	2012	2013
Rever amigos/familiares	28,0	34,5	35,6
Trabalho	9,4	14,9	26,8
Praia	23,8	14,9	15,2
Lazer em geral	13,7	12,2	6,4
Perfil do local	8,1	10,3	2,5
Beleza natural/natureza	6,1	7,4	2,4

Fonte: SETUR/ES. Nota: Em percentual. Elaboração: Rede DDTC.

A maioria dos turistas viaja em família (47%), seguido dos que viajam sozinhos (34,7%). A organização da viagem, na maioria das vezes, é feita por conta própria. Observa-se um aumento significativo na vinda de turistas ao Estado por aquisição de pacotes de viagens, no ano de 2013, o que demonstra que as ações de promoção e comercialização desenvolvidas por gestores públicos e privados estão surgindo efeito.

Tabela 9 - Companhia de viagem

Companhia de viagem	2011	2012	2013
Sozinho	16,7	28,2	47,8
Em família	59,8	50,9	34,7
Casal	10,8	10,1	8,9
Em grupo	9,9	8,2	8,3
Em excursão	1,8	2,1	0,1

Fonte: SETUR/ES. Nota: Em percentual. Elaboração: Projeto de Pesquisa FAPES

Tabela 10 - Organização da viagem

Organização da viagem	2011	2012	2013
Por conta própria	93,7	89,8	86,3
Pacote de viagem	0,7	0,5	7,0
Excursão	2,5	2,1	0,0
Não sabe	2,5	-	1,3

Fonte: SETUR/ES. Nota: Em percentual. Elaboração: Projeto de Pesquisa FAPES

No geral, o turista que frequenta o estado do Espírito Santo é morador da região Sudeste do Brasil, desloca-se em grupo familiar para visitar amigos e parentes e faz mais uso do transporte aéreo para se locomover. É um turista de classe C, que visita o Estado de forma espontânea e é sensível às campanhas de *marketing* e de promoção do produto capixaba. Esta é uma oportunidade que pode ser melhor trabalhada pelo trade local.

Percebe-se que a fragilidade na oferta por parte das agências de receptivo, nos municípios estudados, provoca a pouca competitividade na comercialização de pacotes turísticos no Estado e na região. Para uma leitura mais afinada da demanda específica dos municípios é necessário a intervenção dos organismos gestores, no sentido de realizar mais pesquisas, divulgar seus resultados e monitorá-los para avaliar o resultado de cada ação realizada no mercado turístico.

5 CONCLUSÃO

Com o objetivo de traçar o diagnóstico da atividade do turismo nos municípios de Cariacica e Viana, esta pesquisa fez uso da metodologia Sistema Aplicada ao Turismo - SISTUR como suporte para levantar dados sobre o tema. A idéia era permitir a compreensão do funcionamento dos subsistemas de oferta, de superestrutura e de demanda nos municípios investigados.

Através deste estudo foi possível avaliar a atual situação dessa atividade na região delimitada e avaliar sua maturidade no que diz respeito à organização das estâncias de governança pública e privada, estrutura empresarial e demanda para oferta turística. A pesquisa de campo e as entrevistas com representantes do *trade* e de instituições públicas ajudaram a detectar as fortalezas e fragilidades dessa atividade, servindo de suporte para a elaboração de um plano de ação futuro.

No subsistema de superestrutura nota-se que, tanto o município de Cariacica quanto o de Viana possuem órgãos específicos, inseridos em suas respectivas prefeituras, com foco na gestão do turismo. Chama a atenção, nos dois casos, o quadro de pessoal: o número de profissionais é insuficiente para desempenhar as funções exigidas. Viana ainda não criou o seu Conselho Municipal de Turismo; Cariacica, por sua vez, deve dar voz ativa aos seus integrantes para que possam elaborar políticas e acompanhar suas ações. O orçamento público destinado à atividade do turismo, também, é bastante reduzido tendo em conta a carência do setor.

O resgate da história e da cultura desses municípios vem sendo trabalhado, ainda que de modo incipiente, juntamente com a preservação de parques e reservas naturais, principalmente em Cariacica. Não existem – e isto vale para os dois municípios - projetos sistematizados para monitoria e avaliação das práticas adotadas pelos gestores municipais no desenvolvimento do turismo. Atividades para sensibilizar a população em relação à importância do turismo para a comunidade e para a preservação ambiental estão sendo desenvolvidas, sobretudo, nas escolas públicas municipais.

O subsistema de oferta, em ambos os municípios, está restrito aos equipamentos, atrativos e divulgação do turismo rural e ecológico - porém, o turismo de negócio é o que movimenta o maior número de serviços. A organização dos equipamentos é amadora: faltam informação e formação, assim como mão de obra qualificada. Os atrativos turísticos são singulares e podem, se bem trabalhados, atrair demanda (principalmente a doméstica).²⁸

O subsistema de demanda foi analisado com base na pesquisa feita no Estado, o que justifica pequenas distorções ao ser transportado para o âmbito dos municípios de Cariacica e Viana. Esse descompasso se dá, principalmente, nos dados sobre os núcleos emissores de turistas e gasto médio diário. No geral há indicadores importantes para se propor planos de comunicação e de comercialização adequados.

No tema fortalezas do turismo são destaques a localização e a facilidade de acesso, qualidade dos atrativos, integração dos municípios às rotas turísticas, apoio à cultura, calendário de eventos e desejo dos órgãos públicos de incrementarem a atividade. Entre as fraquezas aparecem a falta de apoio ao turista de negócio/compras, ausência de ciclovias e de sinalização turística, falta de registro dos empreendimentos junto ao CADASTUR, pouca divulgação e dificuldade de comercialização via operadoras, receptivo mal preparado e pouco estudo sobre a dinâmica do turismo, história e cultura locais.

²⁸ Neste caso, a demanda doméstica é representada pelos próprios capixabas.

A análise acima direcionou algumas sugestões de intervenção, que serão usadas como base para a elaboração dos planos de ação dos municípios. Entre as intervenções mais relevantes estão a implantação de um plano de sinalização turística viária e interpretativa, criação de uma campanha de informação sobre o CADASTUR, melhoria na infraestrutura e implementação de serviços nos parques e monumentos históricos, envolvimento e legitimação dos Conselhos Municipais, capacitação do *trade* e estímulo para a abertura de novos empreendimentos turísticos na região.

A atividade do turismo, nos municípios de Viana e Cariacica, apresenta-se em estágio intermediário, o que deve afetar o seu desempenho econômico. Este é o conteúdo do *Relatório Técnico 2*, que trata da economia do turismo nestes dois municípios. As informações contidas neste diagnóstico irão, com certeza, auxiliar outros pesquisadores a aprofundar o assunto. Dessa forma, a investigação sobre o fenômeno turístico na Região Metropolitana da Grande Vitória deixará de ser especulação para se tornar realidade.

6 PROPOSTA DE PLANO DE AÇÃO

Esse trabalho apresenta sugestões em forma de um Plano de Ação para a melhoria da atividade do turismo nos municípios da Região Metropolitana da Grande Vitória, excetuando Vitória. Para isso utilizou-se os relatórios realizados pelos profissionais ligados a este estudo, nas áreas de turismo, economia, geografia e transporte, analisando e identificando os componentes, inter-relações as fortalezas e fragilidades do sistema turístico junto ao *trade* de turismo de cada município. Este estudo tem como finalidade auxiliar o processo de desenvolvimento econômico dos municípios através do seu prognóstico apresentado.

6.1 Introdução

Sempre que o estado encontra uma situação inadequada ou que necessita de melhorias ou fortalecimento, busca definir uma estratégia para sua ação. Neste processo inclui em sua agenda governamental uma linha de ação para resolver a questão. Pela repercussão das ações na vida das pessoas. No ambiente em que vivem ou em determinada atividade, quanto mais for discutida com a sociedade, mais fácil será de implantá-las.

Definido o objetivo de uma política pública, se estabelece os programas a serem desenvolvidos e as metas que deverão ser alcançadas. Para sua execução ainda são observados os recursos disponíveis como financeiro, técnico, pessoal e material. O processo de elaboração segue, normalmente, o seguinte caminho:

Estudo e levantamento estatísticos e informações relevantes que mostrem o problema;

Discussão sobre a melhor estratégia;

Definição da ação balizada em conhecimentos adquiridos²⁹.

Para melhor entendimento sobre o processo de desenvolvimento do turismo em uma localidade é oportuno delinear o que se entende como elementos importantes deste processo. Para este estudo já foram apresentadas as delimitações da oferta, da demanda e do mercado local e suas repercussões econômicas. Cabe agora analisar o processo do “ato do consumo” na sua graduação temporal, os passivos “utilizados” e “inutilizados” do núcleo receptor e os efeitos da “aglomeração” e “conjugação” da oferta, para traçar propostas de um plano de ação.

29 SEBRAE: <http://www.sebrae.com.br/>.

O ato do consumo realizado pelos turistas em um núcleo receptivo é de difícil reconhecimento antes do momento do próprio consumo, visto a sua diversificação diante da necessidade do indivíduo. Porém, é possível definir os mais realizados e potencializá-los, como utilizado em todo o estudo e sugerido pela Organização Mundial do Turismo – OMT (2010), na sistematização da oferta turística como produtos de consumo e atividades características do turismo. Esta sistematização leva em consideração toda a oferta que pode ser mensurada economicamente pelo seu poder de geração de divisas. Nesta lista não estão relacionados, por exemplo, a oferta geográfica não acrescida de bens ou serviço ou, ainda, as manifestações culturais espontâneas de um povo. De tal modo, a vista de uma montanha, o clima, a praia e os costumes são bens, na maioria das vezes os principais atrativos, não mensuráveis economicamente e em alguns casos negligenciados. Neste estudo consideramos apenas os serviços, equipamentos, recursos humanos e materiais: de promoção (virtual ou real) confeccionado para o fim de informação, promoção e comercialização do produto turístico da região pesquisada.

Nos relatórios anteriores a atividade do turismo foi apresentada através pesquisa, estudos, entrevistas e investigações sobre a econômica da atividade, do a mobilidade, a organização geográfica, do perfil do trade e do órgão público municipal e da análise da pesquisa da demanda. Todos os estudos foram relacionados com o núcleo receptor e a segmentação turística praticada. Estes estudos possibilitaram ao grupo de trabalho multidisciplinar da FCAA a visualizar informações relevantes que mostraram os problemas e as situações de conflito encontradas em cada município analisado e geraram a proposição de várias ações que estão relacionadas na Matriz do Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo.

6.2 Matriz do Plano de Ação para o turismo no Município de Cariacica

	Aspecto	Situação de conflito encontrada	Situação satisfatória pretendida	Projeto	Proposição de ação
Turismo	Infraestrutura Municipal	Organização do espaço público pouco adequado para atendimento ao turista; Ausência de parques públicos com infraestrutura de lazer;	Espaço das áreas prioritárias para o turismo organizados com infraestrutura e equipamentos públicos satisfatórios ao atendimento da população e do turista.	Cidade Cidadã	Promover a modernização da infraestrutura urbana municipal e a melhoria das calçadas, dos serviços de segurança, coleta de lixo e saneamento; Recuperar e/ou implantar paisagismo nas praças, calçadas e locais turísticos; Dotar os principais pontos turísticos do município com iluminação, bancos, coletores de lixo, telefones públicos, câmeras de vídeo e monitoramento constante; Criar infraestrutura de lazer e entretenimento nos parques.
	Infraestrutura Turística	Falta de CAT- Centro de Informação Turística e sinalização turística, principalmente nas áreas rurais. Maior aproveitamento turístico do Caminho do Imigrante e da Rota Imperial.	Oferecer ao turista hospitalidade com uma cidade bem sinalizada que facilite o seu deslocamento e com pontos de informação que auxiliem no descobrimento das atrações que existem e sua localização.	Acolhendo o Turista	Dotar o município de mapas de localização, sinalização turística e interpretativa nos principais pontos turísticos da área urbana e rural; Instalar Totens nos principais pontos turísticos e terminais de ônibus com os mapas turísticos e informação turística; Criar atrativos e roteiros alternativos ao Caminho do Imigrante e da Rota Imperial ; Criar O CAT- Centro de Informação Turística em local próprio e estruturado para o atendimento, acolhimento e informação ao turista durante todo o ano.
	Atrativos, Serviços e Equipamentos Turísticos	Equipamentos turísticos irregulares, não cadastrados no CADASTUR, sem estrutura	Valorização do produto turístico local através de estímulos ao profissional da área, aos artesões e artistas locais.	Turismo é o meu Negócio	Promover programas de sensibilização junto a escolas, clubes, associações e outros coletivos sobre a

	Aspecto	Situação de conflito encontrada	Situação satisfatória pretendida	Projeto	Proposição de ação
		<p>para receber portadores de necessidades especiais; Falta de sinalização de acesso e inexistência de serviços de visitação ao Parque Natural Monte Mochuara; Incompatibilidade de horário de abertura na visitação dos atrativos históricos; Ausência de sensibilização de todos os envolvidos no turismo; Desestímulo ao profissional de turismo que é pouco qualificado e mal remunerado.</p>	<p>Equipamentos em boas condições, adaptados as necessidades dos turistas, com serviço de qualidade e aberto a visitação.</p>		<p>importância da cultura e da história do município; Firmar acordo com as entidades representativas dos patrimônios histórico-culturais para regulamentar os horários de abertura dos monumentos e criar um circuito histórico cultural; Dotar o Parque Natural Monte Mochuara de estrutura para visitação; Viabilizar recursos do Fundo Ambiental para projetos de infraestrutura, turismo e educação ambiental nas Unidades de Conservação do município; Envolver os parceiros locais e o trade numa campanha de valorização da atividade do profissional de turismo; Realizar o dia comunitário do turismo, com atividades de regulamentação, cadastramento, palestras e outras atividades que colaborem na formalização dos equipamentos; Criar um programa contínuo de estímulo a regularização dos equipamentos turísticos locais; Divulgar e criar novas linhas de financiamento para o turismo; Incentivar os estabelecimentos turísticos a se adequarem as normas de acessibilidade; Buscar parcerias para tornar o empreendedor local mais competitivo.</p>

	Aspecto	Situação de conflito encontrada	Situação satisfatória pretendida	Projeto	Proposição de ação
	Estrutura Municipal de Gestão do Turismo	<p>Poucos recursos para desenvolver o turismo no município;</p> <p>Dificuldade de captação de recursos para projetos turísticos junto ao governo federal</p> <p>Falta de continuidade em alguns projetos.</p>	<p>Estruturação do Órgão Público Municipal de Turismo e acompanhamento e planejamento da atividade;</p> <p>Programa de mobilização de recursos junto aos governos estadual e federal e aos empresários locais;</p> <p>Organização e monitoramento da atividade potencializando as ações realizadas.</p>	Gestão Integrada do Turismo de Cariacica	<p>Valorizar e estimular a participação do trade no Conselho Municipal de Turismo e estabelecimento do Fundo Municipal de Turismo;</p> <p>Ampliar a comunicação e o envolvimento com os parceiros locais e regionais;</p> <p>Criar e manter banco de dados turísticos atualizado;</p> <p>Implantação e utilização do SIG Sistemas de Informações Geográficas na gestão pública do turismo municipal;</p> <p>Realizar o Plano de Desenvolvimento do Turismo de forma participativa;</p> <p>Capacitação para servidores públicos para elaboração de projetos e utilização da ferramenta SICONV;</p> <p>Articular junto à bancada federal apoio para projetos de infraestrutura turística;</p> <p>Dar mais legitimidade ao Conselho para agir na captação de recursos e envolvimento em projetos;</p> <p>Identificar novas fontes de captação de recursos;</p> <p>Apresentar, disponibilizar e dialogar este estudo com o trade local;</p> <p>Profissionalizar a organização, apoiar e divulgar o Carnaval de Congo;</p> <p>Elaborar editais públicos de apoio a projetos de turismo e de cultura local e maior valorização da lei de fomento à cultura “Lei João Bananeira”.</p>
	Produto Turístico, Fomento, Promoção e	Divulgação insuficiente e com atrativos pouco explorados, sem	Bons equipamentos de receptivo e produtos turísticos bem elaborados e com	Promoção do Turismo	Fortalecer os roteiros locais e a participação na Estância de

	Aspecto	Situação de conflito encontrada	Situação satisfatória pretendida	Projeto	Proposição de ação
	Comercialização	conservação e equipamentos de apoio; Pouca promoção e divulgação; Inexistência de material promocional e de mapa turístico para distribuição; Pouco apoio ao visitante de negócios/ compras	apoio do trade local; Ações de promoção e comercialização integradas ao Plano de Marketing do município, da região e do estado, fortalecendo o produto local; Estimulo ao empresário a participação de feiras e de divulgar e comercializar seu produto.		Governança Regional; Realizar o de Plano de Marketing e estabelecer estratégias de comercialização de forma participativa e integrada ao Plano Regional e ao Estado; Criar um site municipal de turismo interativo e dinâmico; Estimular a utilização da mídia eletrônica para públicos segmentados e a comercialização <i>on-line</i> ; Preparar e estimular de forma contínua a participação do trade em feiras, congressos e outros eventos científicos e de comercialização visando a divulgação e comercialização do produto local; Realizar famtour, fampress e famblog para promover o destino; Motivar, incentivar e premiar as operadoras que ofertarem o produto turístico local; Promover cursos de capacitação para os empresários locais para a comercialização dos seus empreendimentos; Incentivar a abertura de agências de receptivo e operadora no município; Estimular a realização de eventos que atraiam turistas principalmente na baixa temporada; Criar ponto de apoio para o visitante de negócios/ compras
	Estatísticas do Turismo e Qualificação Profissional	Inexistência de política pública voltada para o desenvolvimento sustentável do turismo;	A atividade do turismo monitorada e com disponibilidade de informações atualizada;	Excelência no Turismo	Aplicar pesquisas de fluxo, perfil e satisfação do turista durante o ano todo e nos principais eventos do

	Aspecto	Situação de conflito encontrada	Situação satisfatória pretendida	Projeto	Proposição de ação
		<p>Baixa oferta de cursos de qualificação profissional no setor de turismo;</p> <p>Inexistência de pesquisa de pesquisas específicas sobre a atividade de turismo;</p> <p>Ausência de dados estatísticos locais e falta de estímulo para desenvolvimento de pesquisas.</p>	<p>Profissionais qualificados, valorizados e satisfeitos com o seu trabalho;</p> <p>Oferta suficiente e em vários níveis de formação e segmentos do turismo;</p> <p>Diversificação da oferta de segmentos turísticos.</p>		<p>município;</p> <p>Monitorar e analisar as informações sobre ocupação hoteleira e outras repassadas pelas associações comerciais e de classe;</p> <p>Incentivar o uso e promover a análise do BOH – Boletim de Ocupação Hoteleira</p> <p>Estimular a expansão das escolas públicas e comunitárias de turismo no município;</p> <p>Incentivar o aumento da escolaridade entre os profissionais e trabalhadores da área do turismo;</p> <p>Mobilizar o trade para qualificar e valorizar o profissional de turismo;</p> <p>Firmar parcerias com instituições de ensino para desenvolver pesquisas na área de turismo</p> <p>Implantar o inventário virtual de atualização periódica;</p> <p>Criar o Observatório do Turismo no Município disponibilizando estudos, pesquisas e informações sobre o turismo local.</p>
Economia	Economia do Turismo	<p>Ausência de indicadores de monitoramento da economia do turismo;</p> <p>Poucos estudos no município sobre o tema;</p> <p>Pouca informação na secretaria de finanças sobre a renda gerada pelo turismo e outros impostos e taxas relativos ao movimento do turismo no município.</p>	<p>Um ambiente de monitoramento da economia gerada pelo turismo no município e estímulos constantes a qualificação e regularização da atividade.</p>	Turismo e Desenvolvimento	<p>Fomentar a qualificação e profissionalização dos trabalhadores de turismo proporcionando uma valorização da profissão;</p> <p>Estímulo a formalização dos equipamentos turísticos;</p> <p>Criar fórum de discussão e atenção aos empreendedores individuais que trabalham no turismo;</p> <p>Atenção especial na arrecadação</p>

	Aspecto	Situação de conflito encontrada	Situação satisfatória pretendida	Projeto	Proposição de ação
					<p>municipal dos impostos e taxas existentes no município em função da sazonalidade e da movimentação de mercado motivado pela atividade do turismo;</p> <p>Motivar, incentivar e fiscalizar a regularização da situação dos trabalhadores da área de turismo (em especial o sazonal);</p> <p>Valorização da mão de obra feminina existente no turismo do município;</p> <p>Utilização de indicadores para monitorar o impacto do turismo na geração de empregos e na massa salarial dos trabalhadores do município.</p>
Transporte	Sistema de Transporte e Mobilidade	<p>Poucos pontos de ônibus e de taxis com abrigo e bancos, sinalização dos transportes por atrativos;</p> <p>Inexistência do serviço de aluguel de bicicleta e de vias específicas na cidade;</p>	<p>Um sistema de transportes que facilite a mobilidade dos moradores e dos turistas que ofereça conforto e facilidades;</p> <p>Atendendo aos turistas com conforto e segurança, potencializando os diferenciais históricos e culturais da cidade.</p>	Passeando por Cariacica	<p>Dotar os terminais de ônibus de Informação Turística;</p> <p>Dotar a cidade de ciclovias com locais seguros de estacionamento próximos aos principais atrativos turísticos;</p> <p>Qualificar e padronizar o sistema de taxi do município, redistribuindo os pontos pela cidade;</p> <p>Aplicar as ações do Plano Diretor Urbano Municipal -Padronizar as calçadas;</p> <p>Articular o programa Caminhos do Campo para a área rural do município.</p>
	Roteiros Turísticos Municipais	Pouca sinalização dos roteiros turísticos dos principais segmentos.	Facilidade de locomoção em carros particulares dos turistas e visitantes pelas ruas da cidade.	Pintando o Roteiro	<p>Criar rotas turísticas com vias coloridas;</p> <p>Criar um ônibus de turismo que pare nos principais pontos turísticos e meios de hospedagem da cidade;</p>

Aspecto	Situação de conflito encontrada	Situação satisfatória pretendida	Projeto	Proposição de ação
				Implantar mapas dos pontos turísticos, nos pontos de ônibus e terminais localizando o turista e apresentando o itinerário e horário de todos os ônibus (bilingue);
Sistema de Transporte e Mobilidade nos Principais Atrativos Turísticos e Eventos	Dificuldade de acesso a propriedades rurais, vias mal sinalizadas e algumas mal conservadas; Deficiências na infraestrutura para acesso e permanência nos principais atrativos e nos maiores eventos realizados no município.	Estabelecimentos de Turismo Rural desenvolvido e com facilidade de acesso. Principais atrativos turísticos do município com facilidade de acesso e de equipamentos que facilitem a permanência dos turistas e no melhor atendimento durante os eventos.	Cariacica Encanta	Dotar os principais atrativos turísticos de equipamentos de apoio ao turista, sinalização interpretativa; Dotar de área de parquejo, local para parada de ônibus turísticos e bicicletário os principais atrativos turísticos da cidade. Dotar de sinalização horizontal e vertical, acessibilidade para deficientes, pontos de taxi e ônibus nas proximidades; Planejar áreas de estacionamento alternativas nos dias de evento com disponibilidade de transporte ou fácil acesso aos locais dos eventos; Monitorar e manter o bom estado das calçadas nos principais atrativos turísticos Oferecer, no município, transporte turístico para pessoas com necessidades especiais.
Investimentos Prioritários do ES	Atraso nas obras estruturantes no sistema de transporte do estado influenciando negativamente no município	Obras concluídas e maior conforto e facilidade para o acesso dos turistas	Investimentos Prioritários e Estruturantes	Duplicação da BR-101; Duplicação da BR- 262; Contorno de Vitória; Melhoria do aeroporto de Vitória.

- Todas as informações levantadas foram realizadas no ano de 2012 e início de 2013, algumas das situações de conflito encontradas já podem ter sido resolvidas.

6.3 Matriz do Plano de Ação para o turismo no Município de Viana

	Aspecto	Situação de conflito encontrada	Situação satisfatória pretendida	Projeto	Proposição de ação
Turismo	Infraestrutura Municipal	Organização do espaço público pouco adequado para atendimento ao turista, principalmente pela pouca acessibilidade nas calçadas, sinalização urbana precária, as ruas são mal sinalizadas, são poucos os telefones e banheiros públicos, saneamento básico e drenagem, além da insegurança.	Espaço das áreas prioritárias para o turismo organizados com infraestrutura e equipamentos públicos satisfatórios ao atendimento da população e do turista, com sensação de segurança aos visitantes e o problema de alagamentos resolvidos.	Cidade Cidadã	Promover a modernização da infraestrutura urbana municipal e a melhoria das calçadas, dos serviços de segurança, coleta de lixo e saneamento; Recuperar e/ou implantar paisagismo nas praças, calçadas e locais turísticos; Manter conservada a pavimentação dos principais acessos e aos atrativos turísticos do município; Estruturar uma delegacia para o atendimento ao turista; Dotar os principais pontos turísticos do município com iluminação, bancos, coletores de lixo, telefones públicos, câmeras de vídeo e monitoramento constante; Melhoria do sistema de drenagem na área urbana do município; Incentivar ações sociais para a redução da violência.
	Infraestrutura Turística	Falta de CAT- Centro de Informação Turística e sinalização turística, principalmente nas áreas rurais; Oferta do agroturismo pouco articulada e divulgada.	Oferecer ao turista hospitalidade com uma cidade bem sinalizada que facilite o seu deslocamento e com pontos de informação que auxilie no descobrimento das atrações que existem e sua localização.	Acolhendo o Turista	Dotar o município de mapas de localização, sinalização turística e interpretativa nos principais pontos turísticos da área urbana e rural; Instalar Totens nos principais pontos turísticos e terminais de ônibus com os mapas turísticos e informação turísticos; Melhorar a estrutura e oferecer serviços na Estação Ferroviária para que se torne um atrativo turístico; Criar O PIT - Posto de Informação Turística, na estação ferroviária em local próprio e estruturado para o atendimento, acolhimento e informação ao turista durante todo o ano.
	Atrativos, Serviços e Equipamentos Turísticos	Carência de meios de hospedagem e de empresas de receptivo local; Regularidade nos horários de atendimento dos monumentos históricos e culturais; Equipamentos turísticos	Valorização do produto turístico local através de estímulos ao profissional da área, aos artesões e artistas locais. Equipamentos em boas condições, adaptados as	Turismo é o meu Negócio	Promover programas de sensibilização junto a escolas, clubes, associações e outros coletivos sobre a importância da cultura e da história do município; Envolver os parceiros locais e o trade numa campanha de valorização da atividade do profissional de turismo; Realizar o dia comunitário do turismo, com atividades de regulamentação, cadastramento, palestras e outras

	Aspecto	Situação de conflito encontrada	Situação satisfatória pretendida	Projeto	Proposição de ação
		irregulares, não cadastrados no CADASTUR, sem estrutura para receber portadores de necessidades especiais; Ausência de sensibilização de todos os envolvidos no turismo; Desestímulo ao profissional de turismo que é pouco qualificado e mal remunerado.	necessidades dos turistas e com serviço de qualidade.		atividades que colaborem na regulamentação dos equipamentos; Criar um programa contínuo de estímulo a regularização dos equipamentos turísticos locais; Divulgar linhas de financiamento para o turismo e atrair novos investimentos para o município, principalmente de meios de hospedagem; Incentivar os estabelecimentos turísticos a se adequarem as normas de acessibilidade; Oferta de cursos e programas para tornar o empreendedor local mais competitivo.
	Estrutura Municipal de Gestão do Turismo	Falta do Conselho municipal de Turismo; Poucos recursos para desenvolver o turismo no município; Estrutura do órgão público municipal de turismo precisa melhorar sua estrutura e recursos humanos; Falta de continuidade.	Órgão Público Municipal de Turismo estruturado e acompanhando o planejamento da atividade; Conselho de Turismo fortalecido e mobilização de recursos para sua atuação; Organização e monitoramento da atividade potencializando as ações realizadas.	Gestão Integrada do Turismo Vianense	Criar e estimular a participação do trade no Conselho Municipal de Turismo e estabelecimento do Fundo Municipal de Turismo; Ampliar a comunicação e o envolvimento com os parceiros locais e regionais; Criar e manter banco de dados turísticos atualizado; Implantação e utilização do SIG Sistemas de Informações Geográficas na gestão pública do turismo municipal; Realizar o Plano de Desenvolvimento do Turismo de forma participativa; Qualificar o quadro de profissionais que atuam na Secretaria de Turismo e no conselho; Elaborar editais públicos de apoio a projetos de turismo e de cultura local.
	Produto Turístico, Fomento, Promoção e Comercialização	Divulgação insuficiente e com atrativos pouco explorados; Pouca promoção e divulgação; Inexistência de material promocional e de mapa turístico para distribuição; Falta de apoio público e privado para as produções culturais: bandas de música e	Bons equipamentos de receptivo e produtos turísticos bem elaborados e divulgados com apoio do trade local; Ações de promoção e comercialização integradas ao Plano de Marketing do município, da região e do estado, fortalecendo o produto	Promoção do Turismo	Fortalecer a Rota do Mar e Montanha, o Trem da Montanha e roteiros e eventos locais; Realizar o de Plano de Marketing e estabelecer estratégias de comercialização de forma participativa e integrada ao Plano Regional e ao Estado; Criar um site municipal de turismo interativo e dinâmico; Estimular a utilização da mídia eletrônica para públicos segmentados e a comercialização <i>on-line</i> ; Preparar e estimular de forma contínua a participação do

	Aspecto	Situação de conflito encontrada	Situação satisfatória pretendida	Projeto	Proposição de ação
		<p>dança açoriana, entre outras; Falta de registros sobre as edificações históricas do município; Desestímulo para empreendimentos locais a participar de feiras e eventos; Inexistência do Plano de Marketing</p>	<p>local; Empresário estimulado a participação de feiras e de divulgar e comercializar seu produto.</p>		<p>trade em feiras, congressos e outros eventos científicos e de comercialização visando a divulgação e comercialização do produto local; Continuidade e aperfeiçoamento das ações de promoção do produto turístico municipal; Realizar famtour, fampress e famblog para promover o destino; Motivar, incentivar e premiar as operadoras que ofertarem o produto turístico local; Incentivar as manifestações culturais existentes; Melhorar e valorizar as condições de trabalho dos artesãos locais e da cultura açoriana do município. Estimular a realização de eventos que atraiam turistas principalmente na baixa temporada.</p>
	<p>Estatísticas do Turismo e Qualificação Profissional</p>	<p>Inexistência de política pública voltada para o desenvolvimento sustentável do turismo; Inexistência de instituições de qualificação profissional na área de turismo; Baixa oferta de cursos de qualificação profissional no setor de turismo; Inexistência de pesquisa de demanda e de oferta de forma regular; Ausência de dados estatísticos locais e falta de estímulo para desenvolvimento de pesquisas.</p>	<p>A atividade do turismo monitorada e com disponibilidade de informações atualizada; Profissionais qualificados, valorizados e satisfeitos com o seu trabalho; Oferta suficiente e em vários níveis de formação e segmentos do turismo; Diversificação da oferta de segmentos turísticos.</p>	<p>Excelência no Turismo</p>	<p>Aplicar pesquisas de fluxo, perfil e satisfação do turista durante o ano todo e nos principais eventos do município; Monitorar e analisar as informações sobre ocupação hoteleira e outras repassadas pelas associações comerciais e de classe; Estimular, com premiações, estudos e pesquisas nas instituições de ensino que tenham curso de turismo ou similares e de eventos científicos sobre o turismo e seus segmentos; Estimular a expansão das escolas públicas e comunitárias de turismo no município; Incentivar o aumento da escolaridade entre os profissionais e trabalhadores da área do turismo; Mobilizar o trade para qualificar e valorizar o profissional de turismo; Treinar e capacitar os agentes de segurança pública e privada do município; Implantar o inventário virtual de atualização periódica; Criar o Observatório do Turismo no Município disponibilizando estudos, pesquisas e informações sobre</p>

	Aspecto	Situação de conflito encontrada	Situação satisfatória pretendida	Projeto	Proposição de ação
					o turismo local.
Economia	Economia do Turismo	Ausência de indicadores de monitoramento da economia do turismo; Poucos estudos no município sobre o tema; Pouca informação na secretaria de finanças sobre a renda gerada pelo turismo, pela movimentação imobiliária e outros impostos e taxas relativos ao movimento do turismo no município.	Um ambiente de monitoramento da economia gerada pelo turismo no município e estímulos constantes a qualificação e regularização da atividade.	Turismo e Desenvolvimento	Fomentar a qualificação e profissionalização dos trabalhadores de turismo proporcionando uma valorização da profissão; Estímulo a formalização dos equipamentos turísticos; Criar fórum de discussão e atenção aos empreendedores individuais que trabalham no turismo; Atenção especial na arrecadação municipal dos impostos e taxas existentes no município em função da sazonalidade e da movimentação de mercado motivado pela atividade do turismo; Motivar, incentivar e fiscalizar a regularização da situação dos trabalhadores da área de turismo (em especial o sazonal); Valorização da mão de obra feminina existente no turismo do município; Utilização de indicadores para monitorar o impacto do turismo na geração de empregos e na massa salarial dos trabalhadores do município.
Transporte	Sistema de Transporte e Mobilidade	Poucos pontos de ônibus e de taxis com abrigo e bancos, sinalização dos transportes por atrativos; Sistema de Transcol com poucos horários e precária acessibilidade aos idosos e aos portadores de deficiências motoras; Falta de transporte regular entre o município e o aeroporto; Falta de um terminal rodoviário no município. Sinalização, ciclovias e passarelas para pedestres na	Terminal rodoviário com equipamentos e sistema de transportes eficiente facilitando a mobilidade dos turistas com conforto e segurança. Oferta de novas rotas que permitam o deslocamento dos turistas intermunicipais.	Passeando por Viana	Dotar os terminais de ônibus de Posto de Informação Turística; Dotar a cidade de ciclovias com locais seguros de estacionamento próximos aos principais atrativos turísticos; Qualificar e padronizar o sistema de taxi do município, redistribuindo os pontos pela cidade; Elaborar e aplicar o Plano Diretor Urbano Municipal- Padronizar as calçadas; Articular o programa Caminhos do Campo para a área rural do município.

Aspecto	Situação de conflito encontrada	Situação satisfatória pretendida	Projeto	Proposição de ação
	BR 262..			
Roteiros Turísticos Municipais	Pouca sinalização dos roteiros turísticos dos principais segmentos.	Facilidade de locomoção em carros particulares pelas ruas da cidade pelos turistas.	Pintando o Roteiro	<p>Criar rotas turísticas com vias coloridas;</p> <p>Criar um ônibus de turismo que pare nos principais pontos turísticos da cidade;</p> <p>Implantar mapas dos pontos turísticos, nos pontos de ônibus e terminais localizando o turista e apresentando o itinerário e horário de todos os ônibus;</p> <p>Criar roteiro de bicicleta entre as propriedades rurais;</p> <p>Criar circuitos de agroturismo.</p>
Sistema de Transporte e Mobilidade nos Principais Atrativos Turísticos e Eventos	Dificuldade de acesso a propriedades rurais, vias mal sinalizadas e mal conservadas; Deficiências na infraestrutura para acesso e permanência nos principais atrativos e nos maiores eventos realizados no município.	Estabelecimentos de Turismo Rural desenvolvido e com facilidade de acesso. Principais atrativos turísticos do município com facilidade de acesso e de equipamentos que facilitem a permanência dos turistas e no melhor atendimento durante os eventos.	Viana Encanta	<p>Dotar os principais atrativos turísticos de equipamentos de apoio ao turista, sinalização interpretativa;</p> <p>Dotar de área de parquejo, local para parada de ônibus turísticos e bicicletário os principais atrativos turísticos da cidade.</p> <p>Dotar de sinalização horizontal e vertical, acessibilidade para deficientes, pontos de taxi e ônibus nas proximidades;</p> <p>Planejar áreas de estacionamento alternativas nos dias de evento com disponibilidade de transporte ou fácil acesso aos locais dos eventos;</p> <p>Monitorar e manter o bom estado das calçadas nos principais atrativos turísticos</p> <p>Oferecer, no município, transporte turístico para pessoas com necessidades especiais.</p>
Investimentos Prioritários do ES	Atraso nas obras estruturantes no sistema de transporte do estado influenciando negativamente no município	Obras concluídas e maior conforto e facilidade para o acesso dos turistas	Investimentos Prioritários e Estruturantes	<p>Duplicação da BR-101 e melhoria do trevo de Viana;</p> <p>Duplicação da BR-262 e melhoria do trevo de Viana</p> <p>Construção do Terminal Rodoviário de Viana;</p> <p>Melhoria do aeroporto de Vitória.</p>

- Todas as informações levantadas foram realizadas no ano de 2012 e início de 2013, algumas das situações de conflito encontradas já podem ter sido resolvidas.

7 REFERÊNCIAS

ANDRADE, José Vicente. **Turismo fundamentos e dimensões**. Ed. Ática, São Paulo, 1992.

BENI, José Carlos. **Análise estrutural do turismo**. Editora Senac, São Paulo, 2000.

_____. **Globalização do turismo megatendências do setor e a realidade brasileira**. Editora Alephe, São Paulo, 2003.

BOMANN, Arthur. **Die Lehre vom Fremdenverkehr**. Berlim 1931.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2007-2010**. 2006

_____. **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil**, Diretrizes Políticas. 2004.

VILA VELHA. **Vila Velha em Dados – Indicadores Socioeconômicos**. Vila Velha (ES): Prefeitura Municipal de Vila Velha, 2011.

CODURAS, Oscar in BARBOSA, Luiz G. Medeiros e Zouain, Deborah Moraes. Org. **Gestão em turismo e hotelaria – experiências públicas e privadas**. Ed. Aleph. SP 2004

ESPÍRITO SANTO. **Anuário do Turismo do Espírito Santo**. Vitória (ES): Secretaria de Estado do Turismo, 2010.

_____. **Diretrizes Estratégicas – 2007-2010**. Vitória (ES): Secretaria de Estado Planejamento, 2007.

_____. **Pesquisa de Fluxo Turístico e Perfil do Turista – Alta e Média Temporada**. Vitória (ES): Secretaria de Estado do Turismo, 2008.

_____. **Pesquisa de Fluxo Turístico e Perfil do Turista – Alta e Média Temporada**. Vitória (ES): Secretaria de Estado do Turismo, 2010.

_____. **Pesquisa de Fluxo Turístico e Perfil do Turista – Alta e Média Temporada**. Vitória (ES): Secretaria de Estado do Turismo, 2011.

_____. **Pesquisa de Fluxo Turístico e Perfil do Turista – Alta e Média Temporada**. Vitória (ES): Secretaria de Estado do Turismo, 2012.

_____. **Plano de Desenvolvimento 2025**. Vitória (ES): Secretaria de Estado de Economia e Planejamento, 2006.

_____. **Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS da Região Metropolitana da Grande Vitória**. Vitória (ES): Secretaria de Estado do Turismo, 2011.

_____. **Plano de Desenvolvimento Sustentável da Região Turística Metropolitana**. Vitória (ES): Secretaria de Estado do Turismo, 2006.

_____. **Plano de Desenvolvimento Sustentável do Turismo do Espírito Santo 2025**. Vitória (ES): Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico e Turismo, 2006

IBGE. **Economia do Turismo - Uma perspectiva macroeconômica 2003-2009**. Rio de Janeiro, 2012.

KIPPENDORF, Jost. **Marketing in Fremdeverkehr**, 2 ed, Lang. Berma. 1980

LAGE, Beatriz Helena e MILONE, Paulo Cesar. **Turismo: teoria e prática**. ed. Atlas. SP. 2000

MENDONÇA, Maria Cristina Angélico in BENI, Mario Carlos. **Turismo, planejamento estratégico e capacidade de gestão**. Editora Manole, SP. 2012

MOESCHI, Marutschka in BENI, Mario Carlos. **Turismo planejamento estratégico e gestão**. Editora Manole. SP 2012

MOURA, A.L. **O Forte São Francisco Xavier da Barra e sua importância como patrimônio histórico**. Monografia (Graduação em Turismo) – Faculdade Novo Milênio, Vila Velha, 2005.

RUSCHMANN, Doris. **Marketing Turístico um enfoque promocional**. Ed, Papirus SP. 1991

TRIGO, Luis Gonzaga Godoi. **Turismo básico**, Ed, SENAC. SP. 1998

VITÓRIA. **Boletim Turismo em Números**. Vitória (ES): Secretaria Municipal de Turismo, 2012.

Agência de Desenvolvimento de Região Metropolitana - ADETUR. Disponível em: <http://www.adeturmetropolitana.com.br>.

7.1 Sítios da internet

Caderno Virtual de Turismo – Disponível em: <http://www.ivt.coppe.ufrj.br>.

Dicionário Livre Wikipedia. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki>

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/cidadesat>.

Instituto Jones dos Santos Neves. Disponível em: <http://www.ijsn.es.gov.br>.

Ministério do Turismo - Marcos Conceituais Disponível em - <http://www.turismo.gov.br/>

Ministério do Turismo – Segmentação Turística. 2010. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/>

Prefeitura Municipal de Vila Velha. Disponível em: <http://www.VilaVelha.es.gov.br>

Rota do Sol e da Moqueca. Disponível em: <http://www.rotadosoledamoqueca.capixabao.com/>

Secretaria Estadual de Turismo. Disponível em: <http://www.setur.es.gov.br>

8 ANEXOS

Anexo I – Questionário aplicado ao Órgão Municipal de Turismo

Anexo II – Lei nº 4885/2011

Anexo III - Conselho Municipal de Turismo - COMTUR, Lei nº 4.666/2008

Anexo IV – Questionário de Pesquisa aplicado pelo Projeto de Pesquisa