



Rede de Difusão do Desempenho do Turismo Capixaba

Relatório Técnico Final Área 4 – Serra e Fundão

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.....	30
5.1 PRINCIPAIS RESULTADOS.....	30
5.2. LIMITAÇÕES METODOLÓGICAS	31
5.3. RECOMENDAÇÕES PARA FUTURAS PESQUISAS	31
6. REFERÊNCIAS.....	32

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.

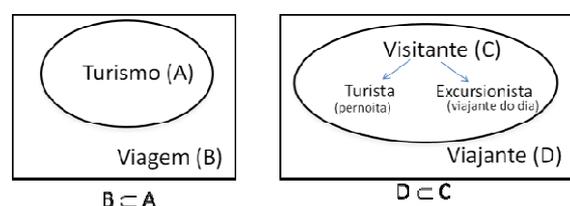


Figura 1. Esquema ilustrativo de definição de turismo e visitante.

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 sejam de produção local ou importada), todos os tipos de serviços de pessoas e etc., para o uso do próprio

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.

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 CIIU 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, Guilloto, 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.

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

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	%
Fundão	230	6,6	68	5,6	65	7,4
Serra	3.268	93,4	1.145	94,4	815	92,6
Total	3.498	100,0	1.213	100,0	880	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 **880** 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 **371** estabelecimentos distribuídos conforme a Tabela 4.

Tabela 4. Amostra da pesquisa de campo

Subsetores	Fundão e Serra
1. Alojamento para visitantes	34
2. Atividades de provisão de alimentos e bebidas	244
3. Transporte de passageiros ferroviário	0
4. Transporte de passageiros rodoviários	30
5. Transporte de passageiros aquaviário	0
6. Transporte aéreo de passageiros	0
7. Aluguel de equipamentos de transporte	11
8. Agências de viagens e outros tipos de reservas	6
9. Atividades culturais	9
10. Atividades esportivas e recreativas	14
11. Comércio varejista de bens caract.do turismo	23
Total de estabelecimentos	371

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 **371** estabelecimentos localizados nos municípios de **Fundão e Serra**, a partir de um universo populacional constituído por **880** 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 74%, podendo alcançar 90% no limite superior do intervalo de confiança¹³.

Tabela 5. Coeficiente de Demanda Turística de Fundão e Serra

Indústrias turísticas	\hat{T}	s_x	CV	N	Erro Padrão	Intervalo de confiança (95%)	
						Limite Inferior	Limite Superior
1. Alojamento para visitantes	74%	38%	51%	23	8%	22%	90%
2. Provisão de alimentos e bebidas	28%	25%	88%	163	2%	21%	32%
3. Transporte ferroviário	-	-	-	-	-	-	-
4. Transporte rodoviário	36%	31%	85%	19	7%	17%	50%
5. Transporte aquaviário	-	-	-	-	-	-	-
6. Transporte aéreo	-	-	-	-	-	-	-
7. Aluguel de equipamentos de transporte	21%	23%	108%	10	7%	8%	35%
8. Agências de viagens e outras reservas	19%	27%	141%	6	11%	5%	42%
9. Atividades culturais	9%	6%	61%	4	3%	0%	15%
10. Atividades esportivas e recreativas	6%	4%	74%	12	1%	2%	9%
11. Comércio varejista de bens caract. do turismo	18%	14%	81%	20	3%	8%	24%

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 Fundão e Serra (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 19% de visitantes contra a média de 79% do Sudeste. Esse resultado sugere que os estabelecimentos localizados em Fundão e Serra realizam atendimentos majoritariamente aos moradores locais, ou seja, relaciona-se com a natureza dos serviços que estas agências 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 (*outliers*), não demonstrou mudanças significativas em relação ao critério de Média 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 empregatícios. Com isso, no caso da hospedagem dos municípios de Fundão e Serra, identificou-se que os hotéis locais também hospedavam profissionais 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	74%	74%	0%
2. Atividades de provisão de alimentos e bebidas	28%	29%	-1%
3. Transporte ferroviário	N/D	N/D	N/D
4. Transporte rodoviário	36%	2%	34%
5. Transporte aquaviário	N/D	31%	N/D
6. Transporte aéreo	N/D	86%	N/D
7. Aluguel de equipamentos de transporte	21%	39%	-18%
8. Agências de viagens e outros tipos de reservas	19%	79%	-60%
9. Atividades culturais, esportivas e recreativas	9%	3%	6%
10. Atividades esportivas e recreativas	6%	N/D	N/D
11. Comércio varejista de bens característicos do turismo	18%	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 Fundão e Serra.

Tabela 7. Estimativa de empregos gerados pelo turismo em Fundão e Serra

Subsetores	U	\hat{T}	$\hat{T} \cdot U$	Intervalo inferior	Intervalo superior
1. Alojamento para visitantes	300	74%	222	66	270
2. Atividades de provisão de alimentos e bebidas	2797	28%	783	584	893
3. Transporte ferroviário	-	-	-	-	-
4. Transporte rodoviário	730	36%	263	122	368
5. Transporte aquaviário	-	-	-	-	-
6. Transporte aéreo	-	-	-	-	-
7. Aluguel de equipamentos de transporte	186	21%	39	15	65
8. Agências de viagens e outros tipos de reservas	36	19%	7	2	15
9. Atividades culturais	21	9%	2	0	3
10. Atividades esportivas e recreativas	105	6%	6	2	9
11. Comércio varejista de bens característicos do turismo	94	18%	17	7	22
Total das atividades do turismo	4.269	31%	1.339	799	1.646
Total de empregos formais nos municípios	132.973				
% das atividades do turismo no total	3,21%		1,01%	0,60%	1,24%

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 Turística 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 Fundão e Serra. Pelo somatório dessa coluna é possível constatar que o movimento dos visitantes contribui com cerca de **1.339** 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 **1.646** postos de trabalho diretos, ou seja, 1,24% do total de **132.973** 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	288.432	74%	214.504	63.613	260.010
2. Atividades de provisão de alimentos e bebidas	2.375.023	28%	666.415	496.224	758.588
3. Transporte ferroviário	-	-	-	-	-
4. Transporte rodoviário	886.137	36%	321.165	147.756	446.440
5. Transporte aquaviário	-	-	-	-	-
6. Transporte aéreo	-	-	-	-	-
7. Aluguel de equipamentos de transporte	195.546	21%	40.766	16.234	68.701
8. Agências de viagens e outros tipos de reservas	45.603	19%	8.852	2.290	19.040
9. Atividades culturais	21.645	9%	1.988	-	3.199
10. Atividades esportivas e recreativas	87.419	6%	5.214	1.633	7.445
11. Comércio varejista de bens caract. turismo	150.656	18%	26.451	11.776	35.978
Massa Salarial (I)	4.050.461	32%	1.285.354	739.527	1.599.401
Massa Salarial das demais atividades (II)	231.093.454				
% (I) em (II)	1,75%		0,56%	0,32%	0,69%

Fonte: Elaboração própria

A Tabela 8 mostra que, em termos de geração de salários, o turismo contribui com cerca de **R\$ 1.285,3 mil** por mês. Trata-se de uma participação de **0,56%** do total da massa de salários que recebe mensalmente o conjunto de trabalhadores de **Fundão e Serra**.

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.

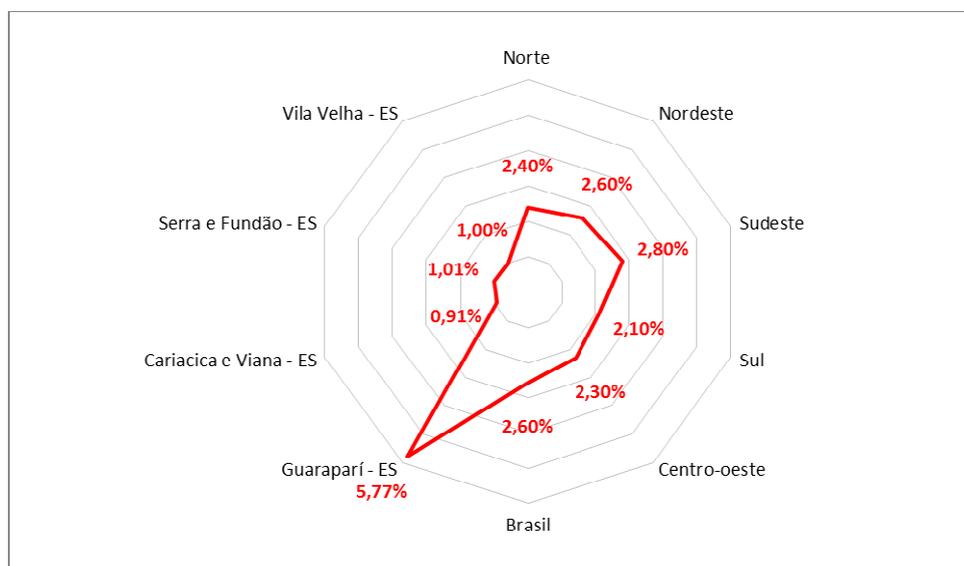


Figura 2. Comparativo da Participação do Turismo no mercado de trabalho

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

Por esse raciocínio, a Figura 2 é utilizada para demonstrar que a participação do turismo em Fundão e Serra (1,01%) é proporcionalmente inferior à observada na média do Brasil (2,60%) e das demais regiões brasileiras. Em relação ao Espírito Santo, o resultado é superior aos de Cariacica e Viana (0,91%) e Vila Vela (1,00%), mas inferior ao de 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 Fundão e Serra, 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 2,4%, passando de 4.169 para 4.269.

Para efeitos comparativos, este crescimento da indústria turística na região foi inferior ao apresentado no total de empregos dos dois municípios, para este mesmo período (entre 2010 e 2012), já que teve um aumento de 10,0%, passando de 120.866 para 132.973 empregados.

Este desempenho observado na indústria turística de Fundão e Serra também foi inferior 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 Fundão e Serra, é que do total existente na região durante o ano de 2012 (ou seja, 4.269 empregados), 244 (ou 5,7% do total) eram de Fundão e 4.025 (ou 94,5%), de Cariacica.

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.

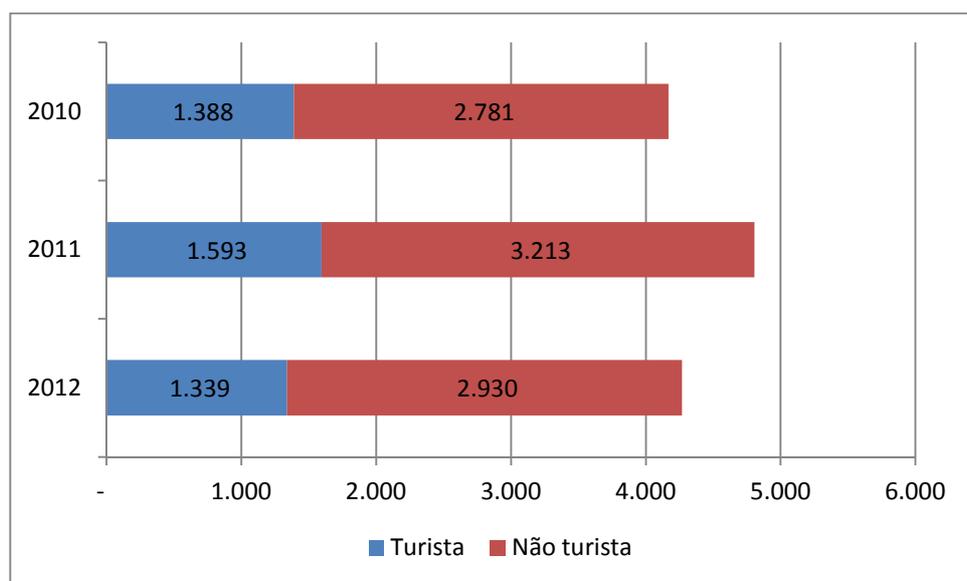


Figura 9. Aproveitamento dos empregos diretos, conforme o atendimento, ou não, à demanda turística nas atividades da indústria turística, durante os anos de 2010, 2011 e 2012

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 às atividades de provisão de alimentos e bebidas e ao transporte rodoviário.

Com isso, observa-se que, de maneira geral, os empregos que atendem exclusivamente a demanda turística na região, diminuiu 3,5% (entre 2010 e 2012), passando de 1.388 para 1.339. Tal diminuição foi influenciada principalmente pela queda no número de empregados na atividade de Transporte Rodoviário, que reduziu 52,3%, passando de 551, para 263 empregados, respectivamente.

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	217	230	222	2,4
2. Atividades de provisão de alimentos e bebidas	580	665	783	35,1
3. Transporte ferroviário	-	-	-	-
4. Transporte aquaviário	-	-	-	-
5. Transporte rodoviário	551	651	263	-52,3
6. Transporte aéreo	-	-	-	-
7. Aluguel de equipamentos de transporte	20	19	39	97,9
8. Agências de viagens e outros tipos de reservas	5	5	7	44,0
9. Atividades culturais	3	3	2	-27,6
10. Atividades esportivas e recreativas	5	5	6	34,6
11. Comércio varejista de bens característicos do turismo	8	16	17	108,9
Total	1.388	1.593	1.339	-3,5

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 946 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 18,3%, entre 2010 e 2012, passando de 800 para 946 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 13,3%, passando de 7.194 para 8.152 empresas.

Além disso, o desempenho da indústria turística em Fundão e Serra 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 Fundão e Serra, destaca-se que das 946 empresas existentes, 66 (ou 7,0% do total) eram de Fundão e 880 (ou 93,0%), de Serra.

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 68,9%, 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	$\Delta\%$ (2010-2012)
1. Alojamento para visitantes	51	59	58	13,7
2. Atividades de provisão de alimentos e bebidas	524	592	652	24,4
3. Transporte ferroviário	0	0	0	0
4. Transporte aquaviário	0	0	0	0
5. Transporte rodoviário	54	59	59	9,3
6. Transporte aéreo	2	1	0	-100
7. Aluguel de equipamentos de transporte	35	38	36	2,9
8. Agências de viagens e outros tipos de reservas	21	14	20	-4,8
9. Atividades culturais	18	24	25	38,9
10. Atividades esportivas e recreativas	54	47	46	-14,8
11. Comércio varejista de bens característicos do turismo	41	46	50	22
Total	800	880	946	18,3

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 4,5.

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 10,2 (contra 4,5, em 2012).

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

Subsetores	2010	2011	2012	$\Delta\%$ (2010-2012)
1. Alojamento para visitantes	4,3	3,9	3,8	-10,0
2. Atividades de provisão de alimentos e bebidas	1,1	1,1	1,2	8,5
3. Transporte ferroviário	0,0	0,0	0,0	0,0
4. Transporte aquaviário	0,0	0,0	0,0	0,0
5. Transporte rodoviário	10,2	11,0	4,5	-56,4
6. Transporte aéreo	0,0	0,0	0,0	0,0
7. Aluguel de equipamentos de transporte	0,6	0,5	1,1	92,4
8. Agências de viagens e outros tipos de reservas	0,2	0,3	0,3	51,2
9. Atividades culturais	0,1	0,1	0,1	-47,9
10. Atividades esportivas e recreativas	0,1	0,1	0,1	58,0
11. Comércio varejista de bens característicos do turismo	0,2	0,4	0,3	71,3
Total	1,7	1,8	1,4	-18,4

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 também apresentou queda, entre 2010 e 2012, já que passou de 1,7 para 1,4.

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 todas as 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 tenha apresentado o menor percentual de micro empresas, entre as demais indústrias turísticas, com 65,5% do total, observa-se que 27,6% de seus estabelecimentos foram caracterizados como pequenas empresas. Ou seja, se somar as micro e pequenas empresas desta indústria, nota-se a presença de mais de 90% de seus estabelecimentos.

Vale lembrar a participação das empresas do setor de transporte rodoviário, na região, que teve 8,5% 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)
	Até 9	De 10 a 49	De 50 a 99	Mais de 100		
1 - Alojamento para visitantes	65,5	27,6	6,9	0,0	100,0	58
2 - Atividades de provisão de alimentos e bebidas	72,1	23,0	4,4	0,5	100,0	652
3 - Transporte de passageiros ferroviário	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0
4 - Transporte de passageiros aquaviário	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0
5 - Transporte de passageiros rodoviários	84,7	6,8	0,0	8,5	100,0	59
6 - Transporte aéreo de passageiros	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0
7 - Aluguel de equipamentos de transporte	83,3	8,3	5,6	2,8	100,0	36
8 - Agências de viagens e outros tipos de reservas	80,0	20,0	0,0	0,0	100,0	20
9 - Atividades culturais	92,0	8,0	0,0	0,0	100,0	25
10 - Atividades esportivas e recreativas	82,6	15,2	2,2	0,0	100,0	46
11 - Comércio varejista de bens característicos do turismo	88,0	10,0	2,0	0,0	100,0	50
Total	74,9	20,2	3,9	1,0	100,0	946

Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego, 2012

Com isso, de maneira geral, tem-se que 74,9% das empresas da indústria do turismo foram caracterizadas como micro empresas, enquanto 20,2% são pequenas empresas, 3,9%, média empresa e 1,0% grande empresa.

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.

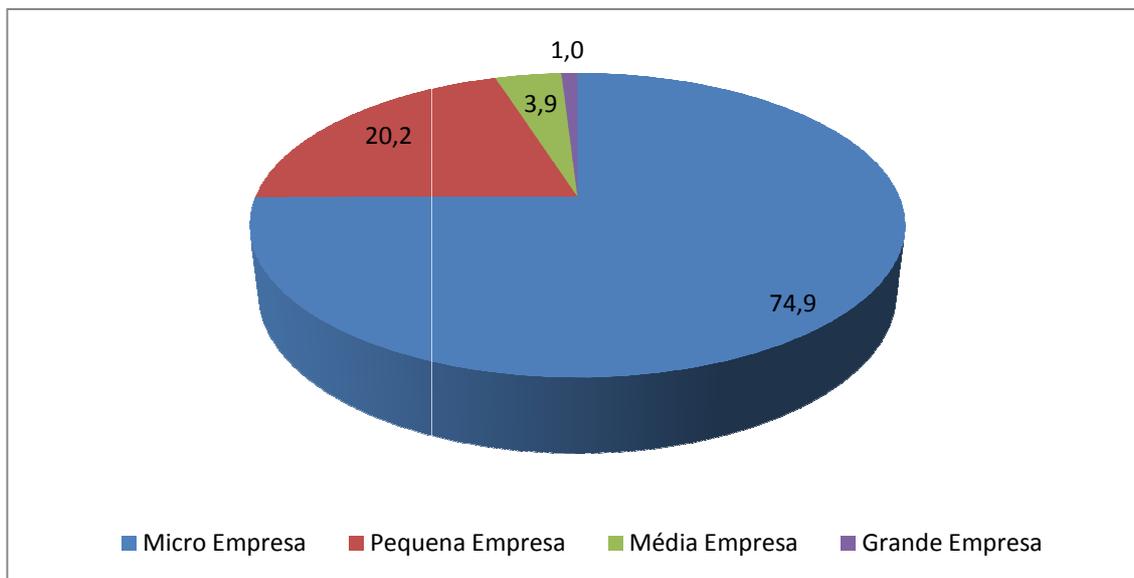


Figura 14. Tamanho das empresas formais na região de Fundão e Serra, em 2012

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 pequenas empresas são as que tem maior parcela (com 37,6% do total).

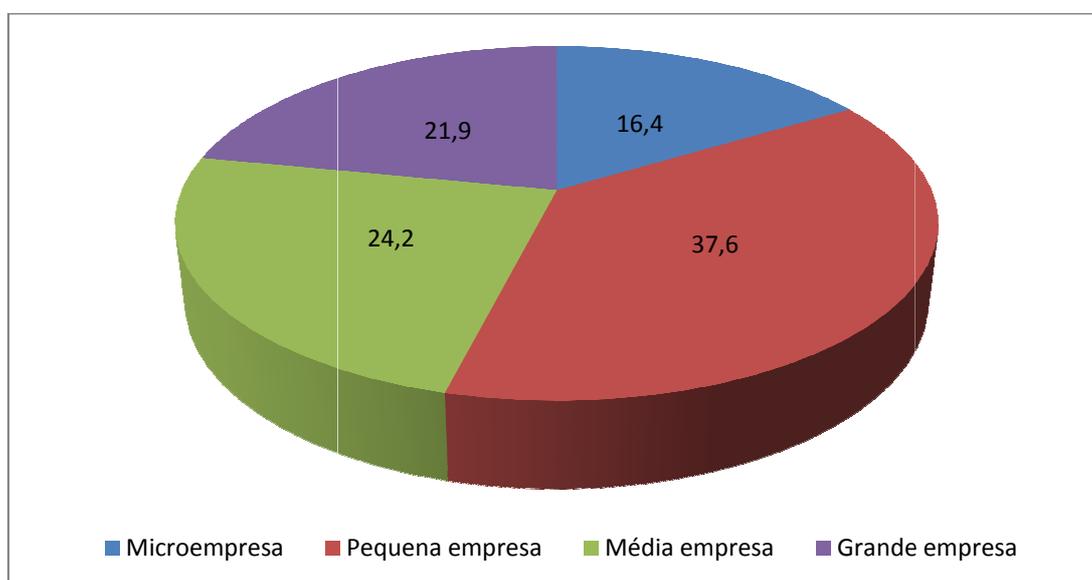


Figura 15. Distribuição percentual da quantidade de empregos gerados na indústria turística, conforme o tamanho da empresa, no dia 31 de dezembro de 2012

Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego, 2012

Assim, as micro empresas que participam com 74,9% da quantidade total de empresas na região, são responsáveis por gerar 16,4% dos empregos nos dois municípios. Por outro lado, as pequenas empresas, que representam 20,2% da quantidade de estabelecimentos na região, empregam 37,6% dos funcionários presentes em Fundão e Serra. Já as grandes empresas, que representam 1,0% do total de estabelecimentos nos dois municípios, possuem 21,9% dos empregos formais.

4.3. Sazonalidade nos empregos formais na Indústria Turística¹⁷

A partir dos saldos entre as admissões e as demissões nos municípios de Fundão e Serra, 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 abril) na região, influenciada principalmente pelo desempenho da atividade de transporte rodoviário do município de Serra. Entretanto, em 2011 e 2012, o saldo se comportou de maneira menos acentuada e oscilando nas proximidades do resultado igual a zero.

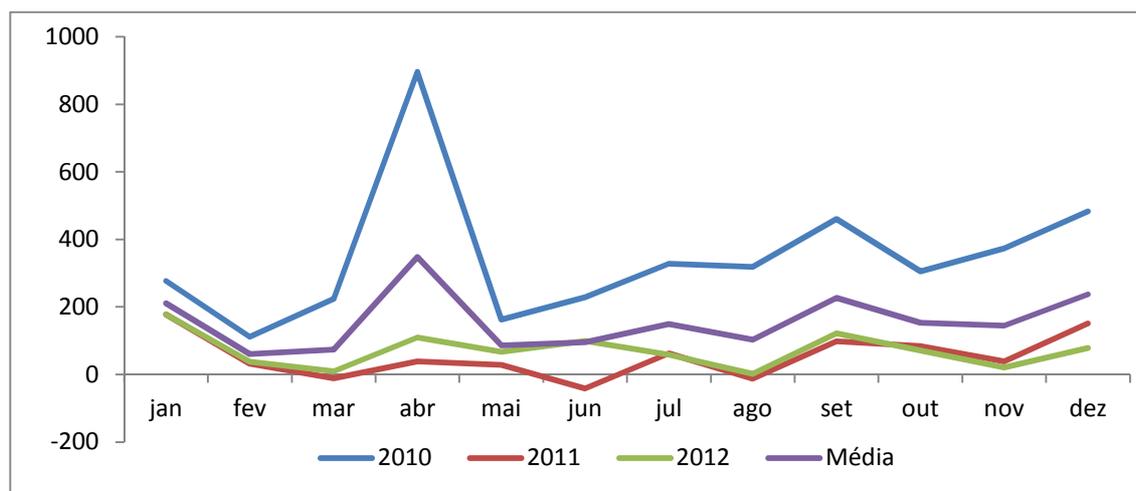


Figura 16. Saldo de empregados formais totais, no total de Fundão e Serra, por mês durante os anos de 2010, 2011 e 2012
Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego, 2012

De todo modo, novamente influenciado pelo mercado de trabalho do setor de transporte rodoviário da Serra, as movimentações no mercado de trabalho da indústria do turismo tiveram destaque principalmente em abril de 2010.

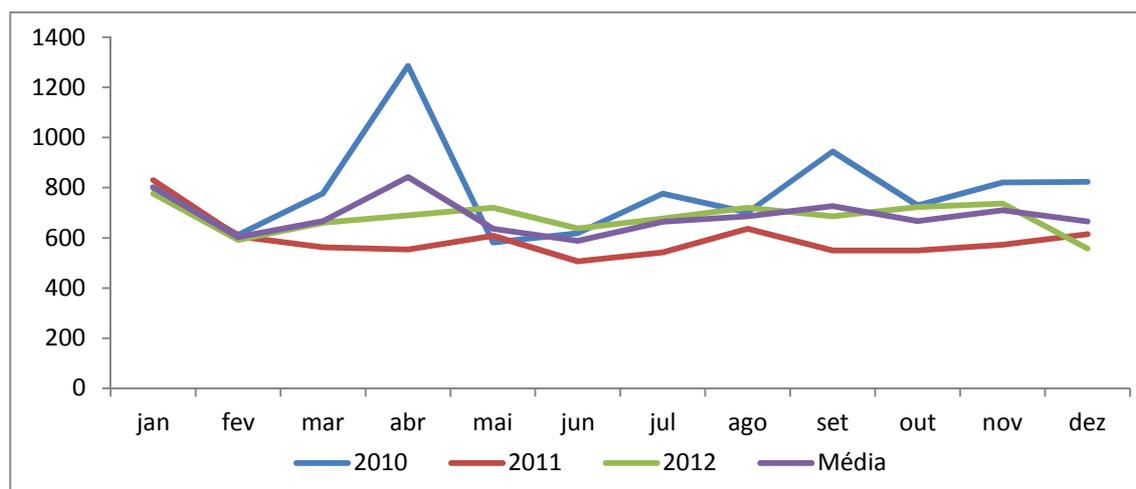


Figura 17. Movimentações (admissões mais demissões) dos empregados formais totais, no total de Fundão e Serra, por mês durante os anos de 2010, 2011 e 2012
Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego, 2012

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 Fundão e Serra, foram influenciados pelo transporte rodoviário em Serra, que durante o ano de 2012, representou 16,9% do total de empregos gerados na região como um todo (foram 723 empregos gerados no transporte rodoviário do município, em um total de 4.269 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 no comércio varejista de bens característicos do turismo, nas atividades de provisão de alimentos e bebidas, e no alojamento para visitantes. Por outro lado, a participação dos homens foi mais acentuada no aluguel de equipamentos de transporte, nas atividades culturais, 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 Fundão e Serra, em 2012

Subsetores	Homem	Mulher
1 - Alojamento para visitantes	33,7	66,3
2 - Atividades de provisão de alimentos e bebidas	32,7	67,3
3 - Transporte de passageiros ferroviário	0,0	0,0
4 - Transporte de passageiros aquaviário	0,0	0,0
5 - Transporte de passageiros rodoviários	75,9	24,1
6 - Transporte aéreo de passageiros	0,0	0,0
7 - Aluguel de equipamentos de transporte	89,8	10,2
8 - Agências de viagens e outros tipos de reservas	72,2	27,8
9 - Atividades culturais	85,7	14,3
10 - Atividades esportivas e recreativas	49,5	50,5
11 - Comércio varejista de bens característicos do turismo	9,6	90,4
Total	43,1	56,9

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 mulheres, que representam 56,9% do total. Enquanto os homens, tiveram uma participação percentual igual a 43,1% do total.

Entretanto, quando se avalia o mercado de trabalho de maneira geral nos municípios de Fundão e Serra, durante o ano de 2012, percebe-se que a ampla maioria é constituído por homens, que representam 67,4% 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, pouco mais 70% dos trabalhadores destas atividades, de maneira geral, têm até 39 anos de idade.

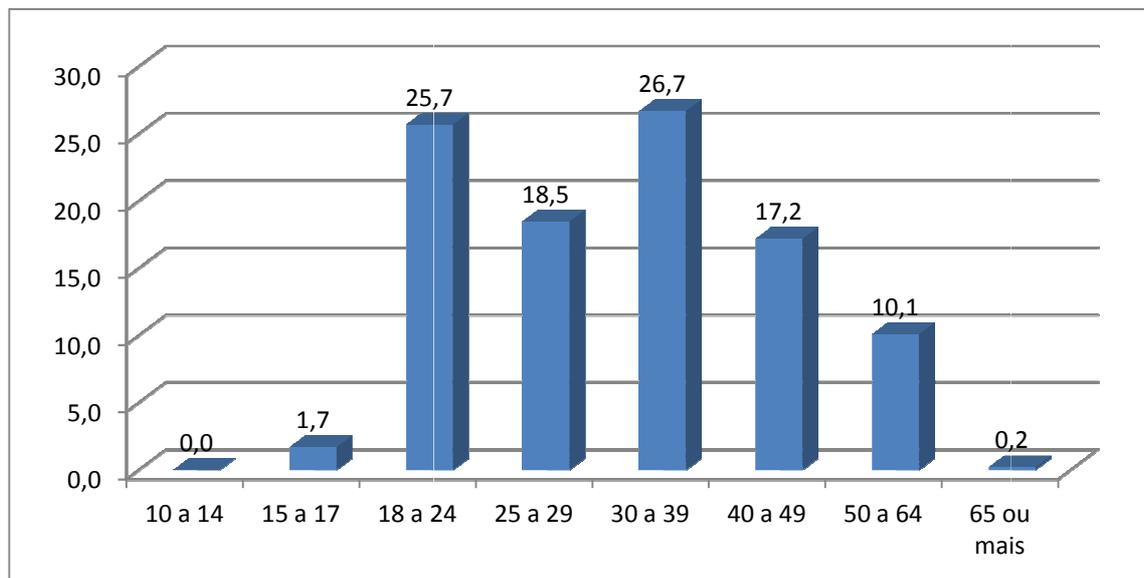


Figura 19. Distribuição percentual de empregados formais¹ por faixa etária, no total de Fundão e Serra, em 2012
Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego, 2012

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 Fundão e Serra, uma vez que 96,9% 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 7,2% do total. Por outro lado, 1,8% destes empregados apresentaram Ensino Superior completo e/ou Mestrado.

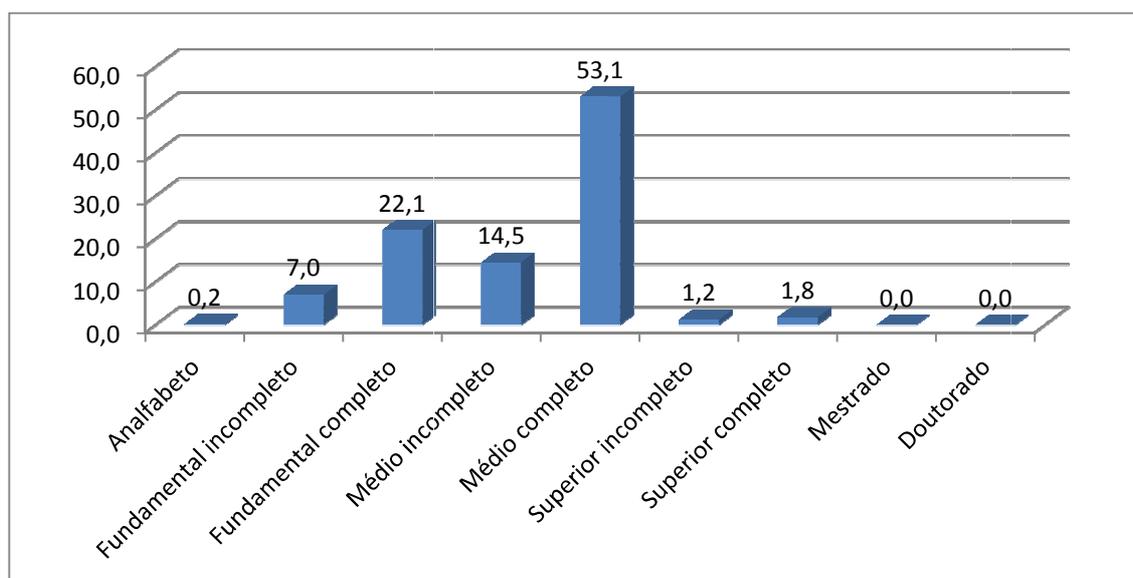


Figura 20. Distribuição percentual de empregados formais¹ por grau de instrução, 2012
Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego, 2012

De todo modo, pode-se notar que, de maneira geral, o grau de instrução predominante entre os empregados formais na indústria turística em Fundão e Serra, 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 comércio varejista de bens característicos do turismo, com R\$ 1.602,72.

No geral, os salários médios dos empregados formais na indústria turística é de R\$ 948,81. Entre os municípios, observa-se que a maior média ocorreu em Serra, com um resultado igual a R\$ 951,76. Enquanto em Fundão, esta média foi igual a R\$ 900,07.

Para efeitos de comparação, os salários médios pagos aos empregados totais de Fundão e Serra foram superiores aos da indústria turística, uma vez que aquele foi igual a R\$ 1.107,88. Por município, destaca-se ainda que o resultado da indústria turística também foi inferior ao total em Serra (que teve uma média do salário total igual a R\$ 1.122,15) e em Fundão, cujo total foi de R\$ 708,53. Já Fundão, a média de todos os salários dos empregados formais em dezembro, foi inferior à da indústria turística, já que aquela foi igual a R\$ 708,53.

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

Subsetores	Fundão	Serra	Total
1 - Alojamento para visitantes	840,78	977,38	961,44
2 - Atividades de provisão de alimentos e bebidas	926,56	844,37	849,13
3 - Transporte de passageiros ferroviário	-	-	-
4 - Transporte de passageiros aquaviário	-	-	-
5 - Transporte de passageiros rodoviários	1.034,90	1.215,62	1.213,89
6 - Transporte aéreo de passageiros	-	-	-
7 - Aluguel de equipamentos de transporte	708,31	1.133,65	1.051,32
8 - Agências de viagens e outros tipos de reservas	748,00	1.281,57	1.266,74
9 - Atividades culturais		1.030,69	1.030,69
10 - Atividades esportivas e recreativas	2.198,67	792,38	832,56
11 - Comércio varejista de bens característicos do turismo	-	1.602,72	1.602,72
Total	900,07	951,76	948,81

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\$ 817,07. Além disso, os salários pagos aos empregados da indústria turística tiveram pouca dispersão, tendo em vista que seu desvio-padrão foi igual a R\$ 556,23.

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

Informação	Remuneração nominal do mês de dezembro de 2012
Média	948,81
Mediana	817,07
Desvio-Padrão	556,23
Massa salarial	4.050.460,89
Total de empregados	4.269

Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego, 2012

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

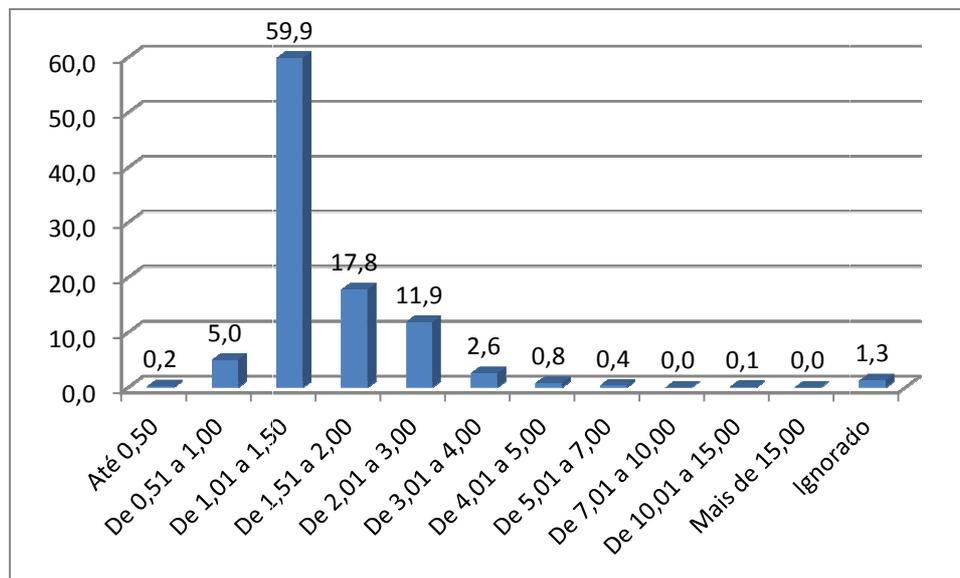


Figura 23. Distribuição percentual de empregados formais¹ por faixas de salário mínimo (SM), no total dos dois municípios, em 2012

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 Fundão e Serra, nota-se que, de maneira geral, aproximadamente 83% 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 **Fundão e Serra**.

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, usa 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 **Fundão e Serra** 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, 1.380 inscrições estavam localizadas em **Fundão e Serra**, 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 (82,5%) e a de comércio varejista de bens característicos do turismo (5,8%).

Tabela 24. Quantidade de MEI na Indústria Turística de Fundão e Serra

Indústrias Turísticas	Absoluto	%
1. Alojamento para visitantes	10	0,7
2. Atividades de provisão de alimentos e bebidas	1.139	82,5
3. Transporte de passageiros ferroviário	0	0,0
4. Transporte de passageiros aquaviário	0	0,0
5. Transporte de passageiros rodoviários	28	2,0
6. Transporte aéreo de passageiros	0	0,0
7. Aluguel de equipamentos de transporte	1	0,1
8. Agências de viagens e outros tipos de reservas	23	1,7
9. Atividades culturais	44	3,2
10. Atividades esportivas e recreativas	55	4,0
11. Comércio varejista de bens característicos do turismo	80	5,8
Total geral	1.380	100,0

Fonte: Portal do Empreendedor, 2013

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.

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 1.380 estabelecimentos Micro Empreendedores Individuais, localizados nos municípios de **Fundão e Serra**. 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 **Fundão e Serra**, foram arrecadados R\$ 4,6 milhões das empresas que atuam na indústria turística, no ano de 2012. Esse valor corresponde a 0,04% da Receita Tributária²⁰ do Estado do Espírito Santo no período.

Além disso, por atividade, nota-se que 56,0% do total arrecadado por **Fundão e Serra**, refere-se às atividades de provisão de alimentos e bebidas e 35,8% ao transporte de passageiros rodoviários.

Tabela 25. Arrecadação de tributos estaduais, em Fundão e Serra, por subsetores turísticos, 2012

Subsetores	Absoluto (em R\$ mil)	%
1. Alojamento para visitantes	82	1,8
2. Atividades de provisão de alimentos e bebidas	2.572	56,0
3. Transporte de passageiros ferroviário	-	0,0
4. Transporte de passageiros rodoviários	1.644	35,8
5. Transporte de passageiros aquaviário	-	0,0
6. Transporte aéreo de passageiros	36	0,8
7. Aluguel de equipamentos de transporte	43	0,9
8. Agências de viagens e outros tipos de reservas	25	0,5
9. Atividades culturais	2	0,0
10. Atividades esportivas e recreativas	35	0,8
11. Comércio varejista de bens caract. turismo	150	3,3
Total	4.590	100,0

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

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.

A Tabela 18 demonstra que nas cidades de Fundão e Serra, 66,2% da arrecadação total refere-se ao ICMS.

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

Tipos de tributos	Absoluto (em R\$ mil)	%
ICMS	3.037	66,2
IPVA	622	13,6
ITCD	-	0,0
Outros	931	20,3
Total	4.590	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	Absoluto	%
1. Alojamento para visitantes	8	1,7
2. Atividades de provisão de alimentos e bebidas	398	84,9
3. Transporte de passageiros ferroviário	-	0,0
4. Transporte de passageiros rodoviários	20	4,3
5. Transporte de passageiros aquaviário	-	0,0
6. Transporte aéreo de passageiros	-	0,0
7. Aluguel de equipamentos de transporte	2	0,4
8. Agências de viagens e outros tipos de reservas	2	0,4
9. Atividades culturais	1	0,2
10. Atividades esportivas e recreativas	3	0,6
11. Comércio varejista de bens caract. do turismo	35	7,5
Total	469	100

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

A Tabela 19 mostra que a Fazenda Estadual computou um total de 469 contribuintes do ICMS no ano de 2012), nos municípios de Fundão e Serra. 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	Absoluto (em R\$ mil)	%
1. Alojamento para visitantes	67	2,2
2. Atividades de provisão de alimentos e bebidas	2.248	74,0
3. Transporte de passageiros ferroviário	-	0,0
4. Transporte de passageiros rodoviários	561	18,5
5. Transporte de passageiros aquaviário	-	0,0
6. Transporte aéreo de passageiros	-	0,0
7. Aluguel de equipamentos de transporte	0	0,0
8. Agências de viagens e outros tipos de reservas	3	0,1
9. Atividades culturais	1	0,0
10. Atividades esportivas e recreativas	29	1,0
11. Comércio varejista de bens caract. turismo	129	4,2
Total	3.037	100,0

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

A partir dos dados da Tabela 20, é possível observar que, em termos de valores, a maior parte da arrecadação de ICMS em Fundão e Serra, é proveniente das atividades de provisão de alimentos e bebidas, com 74,0% do total.

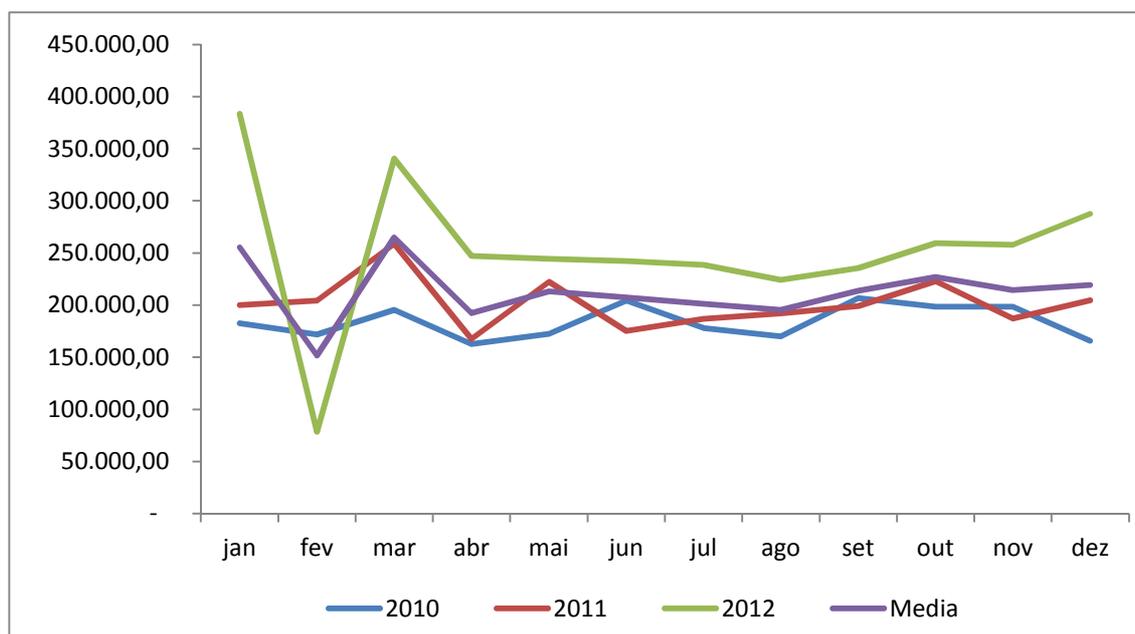


Figura 29. Comparativo da arrecadação de ICMS por mês – região pesquisada – 2010 à 2012 (em R\$)

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) têm picos em janeiro, março e dezembro.

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

Subsetores	Fundão e Serra
1. Alojamento para visitantes	36%
2. Atividades de provisão de alimentos e beb	33%
3. Transporte de passageiros ferroviário	
4. Transporte de passageiros rodoviários	43%
6. Transporte aéreo de passageiros	
7. Aluguel de equipamentos de transporte	295%
8. Agências de viagens e outros tipos de reservas	232%
9. Atividades culturais	425%
10. Atividades esportivas e recreativas	75%
11. Comércio varejista bens caract. turismo	85%
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 Fundão e Serra, ocorreu nas atividades culturais, com 425%.

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 **Fundão e Serra** 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 **1.339 postos** de trabalho formais diretos nos municípios de **Fundão e Serra**, que representam cerca de **1,01% do total** dos vínculos empregatícios existentes nessa localidade. Além disso, estima-se que sejam gerados **R\$ 1.285,35 mil** em salários nominais por mês, cerca de **0,56%** 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 as suas regiões, além da apresentada pelo município de Guarapari (5,77%).

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 18 e 39 anos e tendo como salário médio igual a R\$ 948,81. Outro detalhe importante, é que as mulheres apresentam uma pequena vantagem em relação aos homens, na participação do mercado de trabalho da indústria turística, já que elas representam 56,9% e eles, 43,1%.

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 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.

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

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	42
5	BIBLIOGRAFIA.....	43

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 de 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 eqüidistantes.

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 (LONGLY, 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 (LONGLY, 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 referência 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 referência 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 da Serra

Cemitérios

Ponto X	Ponto Y	Nome
375272	7767783	Cemitério
370999	7767669	Eden Sociedade Civil Administracao Ltda
375487	7781116	Cemitério Nova Almeida
371264	7765503	Cemitério de Animais Arca de Noe
375612	7770885	Cemitério Jacaraípe
365930	7763841	Cemitério
366300	7768749	Cemitério

Edificações Aeroportuárias

Ponto X	Ponto Y	Nome	Tipo	Superfície
371270	7768476	Columbia	Heliponto	Concreto
366405	7761719	Heliponto Vitória Apart Hospital	Heliponto	Concreto
370986	7765067	Heliponto Eletrocit	Heliponto	Concreto

Edificações de Ensino

Ponto X	Ponto Y	Nome	Administração
356843	7776253	EMEF Belvedere-Clase Morro da Palha	Municipal
364464	7773958	EU MUL Serraria Beca	Municipal
372686	7764431	EEEFM Zumbi dos Palmares	Estadual
359814	7777226	EMEF Belvedere	Municipal
364895	7771986	CMEI Caminho do Futuro	Municipal
363335	7773821	CMEI Creche Denizart Santos	Privada
362035	7774205	CMEI Meninos com Jesus	Municipal
362746	7775127	CMEI Pimpolho	Municipal

Ponto X	Ponto Y	Nome	Administração
364161	7772641	CMEI Girassol	Municipal
365734	7773451	CMEI Zelinda Regina Biazutti Leite	Municipal
374394	7781865	CMEI Agnes Neves Coutinho	Municipal
376461	7773884	CMEI Jacaraípe	Municipal
375481	7770841	CMEI Leticia Pedro	Municipal
375275	7773503	CMEI Professora Maria Angela Texeira Simões	Municipal
373853	7768645	CMEI Moranguinho	Municipal
375259	7766139	CMEI Vovó Ritinha	Municipal
372134	7763933	CMEI Vovó Enadira Francisco Porsiliana	Municipal
371488	7763791	CMEI Primeiro Passo	Municipal
371178	7764475	CMEI Espaço Feliz	Municipal
367149	7769833	CMEI Edvaldo Lima dos Santos	Municipal
366598	7770666	CMEI Tia Lili	Municipal
366919	7771216	CMEI Criança Feliz	Municipal
366741	7771612	CMEI Regional Silvestre Marques de Azevedo	Municipal
369924	7773089	CMEI Sonho Dourado	Municipal
367994	7771599	CMEI Infância Feliz	Municipal
369063	7768923	CMEI Pequeno Polegar	Municipal
368174	7767785	CMEI Olindina Leão Nunes	Municipal
366809	7764005	CMEI Central Carapina	Municipal
366580	7762877	CMEI Professora Maria Hilda Aleixo	Municipal
365562	7762432	CMEI Curumim	Municipal
366431	7761925	CMEI José Luiz de Deus Amado	Municipal
366151	7762847	CMEI Raio de Sol	Municipal
370258	7765506	CMEI Guaraciaba	Municipal
368632	7766254	CMEI Luciano de Souza Rangel	Municipal
367351	7767716	CMEI Primavera	Municipal
366916	7764982	CMEI Amélia Pereira	Municipal
366266	7765884	PE MUL José de Anchieta	Municipal
366387	7766120	CMEI A Pequena Manjedoura	Municipal
366243	7769111	CMEI Vovó Reilly Duarte	Municipal
363467	7773917	CMEI Mônica	Municipal
364010	7774800	CMEI Professora Maria José do Nascimento	Municipal
369722	7763676	CMEI Professora Leila Theodoro	Municipal
369724	7770546	CMEI Integração Maringá e Mata da Serra	Municipal
369322	7772624	CMEI Helena Moreira Corrêa	Municipal
354967	7782862	EU Chapada Grande	Municipal
364853	7771822	EEEF Professor Adevalni Azevedo	Estadual
366211	7769177	EEEF Judith Leão Castello Ribeiro	Estadual
363382	7774008	EEEFM Professor João Loyola	Estadual
363314	7774011	EMEF Centro da Serra	Municipal
363258	7773507	EEEFM Clóvis Borges Miguel	Estadual
362742	7774017	EMEF Serrana	Municipal

Ponto X	Ponto Y	Nome	Administração
362088	7774192	EMEF São Marcos	Municipal
362068	7774545	EMEF Herbert de Souza	Municipal
362447	7774534	EMEF Djanira Maria de Araújo	Municipal
361682	7775684	EMEF Divinópolis	Municipal
363954	7774793	EEEFM Getúlio Pimentel Loureiro	Estadual
362951	7774942	EMEF Jardim Bela Vista	Municipal
363908	7772636	EMEF Professora Alba Lília Castelo Miguel	Municipal
364458	7772402	EMEF Paulo Freire	Municipal
365362	7773136	EMEF Ismênio de Almeida Vidigal	Municipal
365491	7773108	EEEFM Professor João Antunes das Dores	Estadual
375451	7781668	EEEF Virgínio Pereira	Estadual
375402	7781274	EMEF Leonor Miguel Feu Rosa	Municipal
374020	7781751	EEEM Antônio José Peixoto Miguel	Estadual
374950	7782053	CE Sonho Encantado	Privada
374487	7783186	EMEF Professor Darcy Ribeiro	Municipal
375450	7772693	EEEFM Jacaraípe	Estadual
375621	7775855	EMEF Professora Amélia Loureiro Barroso	Municipal
375369	7766619	EEEF Prefeito José Maria Miguel Feu Rosa	Estadual
375988	7770494	EEEFM Francisco Nascimento	Estadual
375390	7771440	EMEF Dom Helder Pessoa Cômara	Municipal
375269	7773411	EMEF Leonel de Moura Brizola	Municipal
375931	7774090	EEEF Germano André Lube	Estadual
371263	7767533	EMEF Alterosas	Municipal
373217	7768921	EEEFM Antônio Engrácio da Silva	Estadual
373766	7768669	EEEM Marinete de Souza Lira	Estadual
374406	7768853	EMEF Feu Rosa	Municipal
373154	7768915	EMEF Flor de Cactos	Municipal
372817	7768571	EMEF Professora Valéria Maria Miranda	Municipal
373502	7769200	EMEF Professora Naly da Encarnação Miranda	Municipal
374459	7764622	EU Bicanga	Municipal
372060	7763456	EEEF Francisco Alves Mendes	Estadual
371748	7763635	EEEFM Professora Maria Olinda de Oliveira Menezes	Estadual
371565	7764299	EMEF Irmã Cleuza Carolina Rody Coelho	Municipal
366684	7761691	EEEFM Belmiro Teixeira Pimenta	Estadual
367017	7762426	EEEFM Rômulo Castello	Estadual
367380	7762260	EMEF Augusto Ruschi	Municipal
367232	7769945	EMEF Governador Carlos Lindenberg	Municipal
366976	7770755	EMEF Jonas Farias	Municipal
366907	7771297	EMEF Jorge Amado	Municipal
367696	7771029	EEEFM Nova Carapina	Estadual
369873	7772421	EEEF Elice Baptista Gáudio	Estadual
369039	7772975	EEEF Professora Anna Gomes	Estadual
367901	7771703	EEEFM Mestre Álvaro	Estadual

Ponto X	Ponto Y	Nome	Administração
368519	7769082	EEEFM Sizenando Pechincha Filho	Estadual
370028	7768691	EEEF Professora Juraci Machado	Estadual
368492	7768173	EEEF Manoel Lopes	Estadual
368087	7767533	EEEF Taquara I	Estadual
370394	7771320	EMEF Irmã Dulce	Municipal
369252	7771194	EEEFM Professora Hilda Miranda Nascimento	Estadual
369107	7769673	EEEF Maringá	Estadual
375963	7772169	EMEF Centro de Jacaraípe	Municipal
366760	7764015	EEEF Jones José do Nascimento	Estadual
366446	7763819	EMEF Antônio Vieira de Redenze	Municipal
366179	7763758	EMEF Lacy Zuleica Nunes	Municipal
366587	7762742	EMEF Américo Guimarães Costa	Municipal
365903	7762903	EMEF Elpídia Coimbra	Municipal
365840	7762433	EMEF Padre Gabriel	Municipal
365412	7762079	EMEF João Paulo II	Municipal
366356	7762068	EEEF Arlindo Ferreira Lopes	Estadual
366159	7761745	EMEF Espaço Alternativo Jardim Carapina	Municipal
366224	7762863	EEEFM Dom João Batista da Motta Albuquerque	Estadual
367777	7763841	EMEF Altair Siqueira Costa	Municipal
369486	7765277	EEEFM Iracema Conceição Silva	Estadual
368978	7766335	EEEFM Aristóbulo Barbosa Leão	Estadual
368253	7765930	EEEFM Maria Penedo	Estadual
367348	7767603	EEEFM Laranjeiras	Estadual
366987	7765254	EMEF Professor Luiz Baptista	Municipal
366902	7765127	EMEF Olivina Siqueira	Municipal
366886	7765790	EEEF Antônio Luis Valiati	Estadual
366929	7766377	EMEF Espaço Alternativo José de Anchieta	Municipal
367222	7766633	EMEF Manoel Carlos Miranda	Municipal
366452	7766158	EEEFM Silvio Egito Sobrinho	Estadual
369837	7773005	EMEF Serra Dourada	Municipal
369492	7763821	EMEF Aureníria Correa Pimentel	Municipal
369669	7763669	EMEF Novo Horizonte	Municipal
372335	7765427	EMEF Tancredo de Almeida Neves	Municipal
368611	7763878	EMEF São Diogo	Municipal
367448	7762909	EMEF Professora Maria Magdalena Pisa	Municipal
367966	7765334	EEEFM Maria José Zouain de Miranda	Estadual
369059	7770718	EMEF Professora Iolanda Schneider R. da Silva	Municipal
369625	7770514	EMEF Ministro Petrônio Portela	Municipal
369560	7772838	EEEFM Francisca Peixoto Miguel	Estadual
365458	7772414	EEEF Campinho	Estadual
372842	7766199	IFES Instituto Federal do Espírito Santo - Unidade Serra	Federal
365248	7772359	CEI Vovó Chiquinha	Privada
362472	7772786	EMEF Cascata	Municipal

Ponto X	Ponto Y	Nome	Administração
369445	7763919	EMEF Professora Aurea Maria Andrade Silva Felício	Municipal
372890	7762467	EEEF Carapebus	Estadual
366001	7774047	CRI Patati Patatá	Privada
363657	7773733	EPG Adventista da Serra	Privada
363733	7773735	CE Arco Iris	Privada
374842	7781862	CE Sagrado Coração de Jesus	Privada
375854	7769932	CE Alberto Ferreira	Privada
375867	7770073	CE Lunete	Privada
375962	7770315	CE Serrano - Colégio Alternativo	Privada
375591	7771616	EMEF Neuza Maria Peyneau	Municipal
375843	7772961	Colégio Ápice	Privada
365852	7762989	Escola Crescer e Aprender	Privada
366047	7762977	Escola Ebenezer	Privada
367831	7764060	Creche Penélope	Privada
367954	7764638	CE Augusto Ferreira	Privada
368994	7765912	CE Linus Pauling	Privada
370197	7766204	Instituto Batista de Educação de Laranjeiras	Privada
369243	7766325	Centro de Atividades Educacionais Mundo Livre	Privada
369255	7766221	CAEE Doutor Pedro Feu Rosa	Privada
369810	7766481	Escola Laura Nascimento Loureiro	Privada
367566	7772021	Jardim Escola Casinha Feliz	Privada
368244	7772043	CE Levindo Fanzeres	Privada
368455	7769080	CE Criança Feliz	Privada
369095	7768742	Sociedade Educacional Cirandinha - Colégio Alternativo	Privada
369210	7769172	Escola Oceanus	Privada
369454	7769081	Escola Multipla	Privada
369784	7768949	CE Henrique Valentim	Privada
369444	7770366	Associação Beneficente Emanuel	Privada
369184	7772682	CE Pierre Proudhon	Privada
369059	7773261	CE Infante Juvenil	Privada
368526	7772666	CE Serra Dourada	Privada
373493	7768611	EPG Cantinho do Saber	Privada
368669	7766693	Meta Cursos Preparatórios	Privada
368215	7765887	CE Dinômico	Privada
368190	7765820	CE Valparaiso	Privada
366859	7766510	EI Professora Edla Silveira Sampaio	Privada
367077	7761889	Escola Beija Flor	Privada
367917	7763112	Escola Contec - Unidade Carapina	Privada
366083	7774072	EMEF João Calmon	Municipal
367028	7764768	EMEF Dinorah Pereira Barcelos	Municipal
374440	7781903	EMEF Julite Miranda Freitas	Municipal
363429	7782476	EU Putiri	Municipal
353128	7785974	EU Santiago	Municipal

Ponto X	Ponto Y	Nome	Administração
374467	7768869	CMEI Gente Miuda	Municipal
368419	7766277	CMEI Nilda Vanette	Municipal
373531	7769213	CMEI Professora Dilza Maria de Lima	Municipal
373487	7767762	CMEI Vila Nova de Colares	Municipal
373880	7768631	EMEF Abel Bezerra - Espaço Alternativo	Municipal
362634	7774123	EMEF Aldary Nunes	Municipal
367133	7771845	EMEF Cidade Pomar	Municipal
374842	7781941	EMEF Valeriana Rosa Cezar	Municipal
370751	7769728	CAT Henrique Meyerfreud - SESI	Privada
369096	7765847	CE de Laranjeiras	Privada
375824	7770532	CE Madalena Albano	Privada
374268	7768599	CE Primeiros Passos	Privada
369570	7768776	CEI Novo Caminho	Privada
368390	7763600	CEI Serrano	Privada
369623	7765372	CE Castelo	Privada
374239	7768473	CEI Doce Mar	Privada
366363	7762745	Escola Balão Azul	Privada
368743	7765978	Instituto Educacional John Knox	Privada
373318	7768827	PE Pré-escola e Primeiro Grau Criança Feliz	Privada
373392	7768772	Escola Pingo de Gente	Privada
375389	7771550	Sociedade Educacional Linus	Privada
367671	7764213	Faculdade Centro Leste - UCL	Privada
365144	7762710	Creche e Escola Pingo de Gente	Privada
368079	7764845	SERRAVIX Escola de Ensino Superior Anisio Teixeira	Privada
367914	7763969	Centro Universo de Educação e Desenvolvimento Ltda	Privada
366935	7765830	CMEI Antônio Laia da Silva	Municipal
368447	7763886	Passo a Passo	Privada
369096	7768748	FASERRA Centro de Ensino Superior Serrano S/A	Privada
368767	7768911	FABRA Faculdade Brasileira	Privada
368996	7766912	FABAVI Faculdade Batista de Vitória	Privada
372500	7765593	UCL Faculdade do Centro Leste	Privada
372981	7764341	CMEI Oceônia	Municipal
369050	7766463	CEDETEC Centro de Desenvolvimento Técnico	Privada
363713	7773150	CMEI Regional São Lourenço	Municipal
371575	7766826	EMEF Dom José Mauro Pereira Basto	Municipal
368491	7768204	CMEI Tio Leandro	Municipal
373345	7768078	EMEF Professora Eulália Falquetto Gusmann	Municipal

Edificações de Saúde

Ponto X	Ponto Y	Nome	Tipo	Administração
367433	7764094	Centro de Referência Ambulatorial	Clinica especializada/ambulatorio de especialidade	Municipal
366118	7762883	Unidade Básica de Saúde de	Centro de saúde/unidade básica	Municipal

Ponto X	Ponto Y	Nome	Tipo	Administração
		André Carlone		
367226	7769922	ESF de Barro Branco	Centro de saúde/unidade básica	Municipal
364818	7771794	ESF de Campinho da Serra	Centro de saúde/unidade básica	Municipal
366607	7762947	ESF de Carapina Grande	Centro de saúde/unidade básica	Municipal
366108	7761782	ESF de Jardim Carapina	Centro de saúde/unidade básica	Municipal
366888	7764975	Unidade Básica de Saúde Jardim Tropical	Centro de saúde/unidade básica	Municipal
367044	7766555	ESF de José de Anchieta	Centro de saúde/unidade básica	Municipal
367477	7767707	ESF de Laranjeiras Velha	Centro de saúde/unidade básica	Municipal
367032	7770762	ESF de Nova Carapina I	Centro de saúde/unidade básica	Municipal
367709	7770946	ESF de Nova Carapina II	Centro de saúde/unidade básica	Municipal
366048	7768802	Unidade Básica de Saúde de Pitanga	Centro de saúde/unidade básica	Municipal
365702	7773455	ESF de Planalto Serrano Bloco A	Centro de saúde/unidade básica	Municipal
368167	7767807	ESF de Taquara I	Centro de saúde/unidade básica	Municipal
368488	7768250	Unidade Básica de Saúde Taquara II	Centro de saúde/unidade básica	Municipal
369982	7766278	Hospital Doutor Dório Silva	Hospital geral	Estadual
369495	7766506	Hospital Metropolitano	Hospital geral	Privada
367433	7764093	Maternidade Coronel Leoncio Vieira de Rezende	Hospital especializado (maternidade)	Municipal
376202	7772918	Sociedade Pestalozzi da serra	Posto de Saúde	Privada
363435	7774035	Pronto Atendimento Serra	Pronto socorro especializado	Municipal
367433	7764093	Pronto Atendimento de Carapina	Pronto socorro especializado	Municipal
367433	7764093	Pronto Atendimento Infantil de Carapina	Pronto socorro especializado	Municipal
369465	7766509	Pronto Socorro Metropolitano	Consultorio isolado	Privada
369224	7769068	Unidade Básica de Saúde Barcelona	Centro de saúde/unidade básica	Municipal
373051	7762535	Unidade Básica de Saúde Carapebus	Centro de saúde/unidade básica	Municipal
369712	7765330	Unidade Básica de Saúde Chacara Parreiral	Centro de saúde/unidade básica	Municipal
371550	7763808	Unidade Básica de Saúde Cidade Continental	Centro de saúde/unidade básica	Municipal
367938	7771548	Unidade Básica de Saúde El Dourado	Centro de saúde/unidade básica	Municipal
375277	7766183	Unidade Básica de Saúde Manguinhos	Centro de saúde/unidade básica	Municipal
367427	7762430	Unidade Básica de Saúde Manoel Plaza	Centro de saúde/unidade básica	Municipal
374399	7781834	Unidade Básica de Saúde Nova Almeida	Centro de saúde/unidade básica	Municipal
373049	7764428	Unidade Básica de Saúde Oceania	Centro de saúde/unidade básica	Municipal
368864	7766124	Unidade Básica de Saúde Parque Residencial Laranjeiras	Centro de saúde/unidade básica	Municipal
369115	7770742	Unidade Básica de Saúde Porto Canoá	Centro de saúde/unidade básica	Municipal

Ponto X	Ponto Y	Nome	Tipo	Administração
363478	7782398	Unidade Básica de Saúde Putiri	Centro de saúde/unidade básica	Municipal
368342	7763917	Unidade Básica de Saúde São Diogo	Centro de saúde/unidade básica	Municipal
362050	7774198	Unidade Básica de Saúde São Marcos	Centro de saúde/unidade básica	Municipal
373473	7768073	Unidade Básica de Saúde Vila Nova de Colares	Centro de saúde/unidade básica	Municipal
364149	7772604	Unidade Básica de Saúde Vista da Serra	Centro de saúde/unidade básica	Municipal
368496	7764769	Unidade de Saúde Itinerante	Unidade móvel terrestre	Municipal
375434	7773158	Unidade Regional de Saúde Jacaraípe	Policlínica	Municipal
369455	7763870	Unidade Regional de Saúde Novo Horizonte	Policlínica	Municipal
373696	7768664	Unidade Regional de Saúde Pedro Feu Rosa	Policlínica	Municipal
363706	7773993	Unidade Regional de Saúde Serra	Policlínica	Municipal
369379	7772589	Unidade de Saúde	Policlínica	Municipal
366425	7761958	EstratÚgia de Saúde da Família de Boa Vista	Centro de saúde/unidade básica	Municipal
371614	7763537	Posto de Saúde Cidade Continental	Posto de Saúde	Municipal
366104	7774082	Unidade Básica de Saúde Planalto Serrano	Unidade Básica de Saúde	Sem Informação
369484	7769006	Centro de Apoio Psicossocial - Transtorno	Sem Informação	Sem Informação
366404	7761995	Unidade Básica de Saúde de Boa Vista	Unidade Básica de Saúde	Municipal
366450	7761796	Vitória ApartHopsital	Hospital	Sem Informação
367448	7764199	Centro de Testagem e Aconselhamento	Sem Informação	Sem Informação
367633	7764017	Farmácia Central	Farmácia	Sem Informação
367081	7766358	Unidade Básica de Saúde JosÚ de Anchieta II	Unidade Básica de Saúde	Municipal
371445	7763549	Unidade Básica de Saúde Cidade Continental - Setor AmÚrica	Unidade Básica de Saúde	Municipal
366136	7761756	Unidade Básica de Saúde Jardim Carapina	Unidade Básica de Saúde	Sem Informação
372306	7762255	Unidade Básica de Saúde de Carapebus	Unidade Básica de Saúde	Municipal
367304	7762761	Unidade de Pronto Atendimento 24h - Carapina	UPA	Municipal

Edificações de Segurança

Ponto X	Ponto Y	Nome
366285	7762339	6º Batalhão da Polícia Militar
368911	7766478	Departamento de Polícia Judiciária - Serra

Ponto X	Ponto Y	Nome
369717	7766773	3ª Companhia de Bombeiros Militar - 1º BBM
374724	7767181	3ª Companhia do Batalhão da Polícia de Trânsito - Posto 10
359951	7777225	Polícia Rodoviária Federal - Posto Serra
376034	7770928	29º Distrito Policial
363306	7773611	23º Distrito Policial
373636	7768678	2º Pelotão da Polícia Militar - 2ª Cia da Polícia Militar - 6º BPM
366201	7762794	25º Distrito Policial
367265	7762509	Delegacia de Crimes Contra a Vida - Serra
368620	7766289	Delegacia de Defesa da Mulher - Serra
366329	7762181	6º Batalhão de Polícia Militar - Regimento de Polícia Montada
367418	7763344	Divisão de Repressão aos Crimes Contra o Patrimônio
369003	7768806	3ª Companhia da Polícia Militar - 6º BPM
375491	7774153	1º Pelotão da Polícia Militar - 2ª Cia da Polícia Militar - 6º BPM
374981	7781869	3º Pelotão da Polícia Militar - 2ª Cia da Polícia Militar - 6º BPM
371513	7763621	5ª Companhia da Polícia Militar - 6º BPM
370153	7764182	24º Distrito Policial
370162	7764252	Delegacia de Tóxicos e Entorpecentes
363183	7773049	Destacamento da Polícia Militar Ambiental - 1ª Cia da Polícia Militar Ambiental - Serra
362334	7774934	4ª Companhia da Polícia Militar - 6º BPM
358851	7769081	Centro de Detenção Provisória - Serra
366961	7766369	1ª Companhia da Polícia Militar - 6º BPM
375495	7774150	2ª Companhia da Polícia Militar - 6º BPM

Edificações Sociais

Ponto X	Ponto Y	Nome	Administração
365202	7773207	Centro de Referência de Assistência Social - Planalto Serrano	Municipal
367103	7765135	Centro de Referência de Assistência Social - Jardim Tropical	Municipal
373547	7767992	Centro de Referência de Assistência Social - Vila Nova de Colares	Municipal
368751	7766832	Centro de Referência de Assistência Social - Laranjeiras	Municipal
369542	7763965	Centro de Referência de Assistência Social - Novo Horizonte	Municipal
365331	7762829	Centro de Referência de Assistência Social - Jardim Carapina	Municipal
375398	7773239	Centro de Referência de Assistência Social - Jacaraípe	Municipal

Serviços de apoio ao turismo de Fundão

Cemitérios

Ponto X	Ponto Y	Nome
350849	7794806	Cemitério
353454	7794502	Cemitério
352679	7788010	Cemitério

351992	7787148	Cemitério
348226	7796031	Cemitério
347120	7796655	Cemitério
352149	7788196	Cemitério

Edificações Aeroportuárias

Não tem.

Edificações de Ensino

Ponto X	Ponto Y	Nome	Administração
352374	7787431	EMEF Enéas Ferreira	Municipal
352435	7787751	EEEF Professora Maria da Paz Pimentel	Estadual
357166	7791049	EEUEF Itaquandiba	Estadual
353225	7794650	EMEF Eloy Miranda	Municipal
353085	7795235	EMEF Professor Ernesto Nascimento	Municipal
375708	7784763	CMEI Bairro Direção	Municipal
375538	7783876	CMEI Annodina Scarton Nunes	Municipal
376338	7783853	EMEF Praia Grande	Municipal
376341	7783900	EMCEF Praia Grande	Municipal
359359	7788299	EMUEF Euripes Ferreira das Neves	Municipal
353080	7795217	CMEI Clementina Broseguini Carreta	Municipal
353090	7794866	CMEI Santa Terezinha	Municipal
353062	7794855	EEEFM Nair Miranda em Reforma e Ampliação	Estadual
353125	7794884	EMEF Professora Dulce Loureiro Cuzzuol	Municipal
352835	7795321	CMEI São José	Municipal
352933	7794686	Associação Pestalozzi de Fundão	Privada
352391	7787432	CMEI Arlinda Medice Pedrine	Municipal

Edificações de Saúde

Ponto X	Ponto Y	Nome	Tipo	Administração
352144	7788197	Unidade de Saúde Ana Paula Freitas de Amancio	Centro de Saúde/Unidade Básica	Municipal
353298	7794806	Hospital e Unidade Mista Doutor Cezar Agostini	Unidade Mista	Municipal
352954	7795393	Unidade de Saúde da Família de Fundão	Centro de Saúde/Unidade Básica	Municipal
353130	7795400	Unidade Especializada de Saúde de Fundão	Clínica Especializada/Ambulatório de Especialidade	Municipal
353163	7795301	Unidade da Vigilância em Saúde de Fundão	Agencia Municipal de Agendamento	Municipal
375901	7784074	Unidade Básica de Saúde Ozair Ribeiro	Centro de Saúde/Unidade Básica	Municipal

Edificações de Segurança

Ponto X	Ponto Y	Nome
375621	7783196	Destacamento da Polícia Militar - 3ª Cia da Polícia Militar - 5º BPM - Praia Grande
353113	7795324	Delegacia da Polícia Civil de Fundão
353059	7795322	Destacamento da Polícia Militar - 2ª Cia da Polícia Militar - 5º BPM - Fundão
375667	7783145	Delegacia de Polícia Civil de Praia Grande

Edificações Sociais

Ponto X	Ponto Y	Nome	Administração
375603	7783824	Centro de Referência de Assistência Social - Praia Grande	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 da Serra

Ponto X	Ponto Y	Nome	Atrativo	Equipamento	Evento	Outro
368007	7760034	Star Motel	Não	Sim	Não	Não
367850	7760356	Restaurante Tutto Come	Não	Sim	Não	Não
367828	7760410	Point Burguer	Não	Sim	Não	Não
367812	7760424	Quality Padaria e Lanchonete	Não	Sim	Não	Não
367740	7760581	Bacana Bar e Churrascaria	Não	Sim	Não	Não
367762	7760657	Igreja Católica de Bairro de Fátima	Sim	Não	Não	Não
367760	7760663	Restaurante Doce Sabor	Não	Sim	Não	Não
367673	7760707	Mercearia Paulo Frios - Supermercados	Não	Sim	Não	Não
367668	7760717	Farmácia	Não	Sim	Não	Não
367645	7760768	Caldo de Cana Família	Não	Sim	Não	Não
367643	7760773	Loteria Jogada de Sorte	Não	Sim	Não	Não
367616	7760832	Restaurante Sabor de Pancas	Não	Sim	Não	Não
367534	7760988	Mister Pão Padaria	Não	Sim	Não	Não
367534	7760988	Farmácia Rede Farmes	Não	Sim	Não	Não
367503	7761051	Restaurante Mendonças	Não	Sim	Não	Não
366793	7761535	Shopping Mestre Alvaro	Não	Não	Não	Sim
366950	7761428	Posto de Gasolina Ipiranga	Não	Sim	Não	Não
366984	7761374	Loja de Conveniência do Posto Ipiranga	Não	Sim	Não	Não
366961	7761378	Lanchonete Habibs	Não	Sim	Não	Não
367452	7761082	Shekyanorh Turismo	Não	Sim	Não	Não
367478	7761059	WB Lanches	Não	Sim	Não	Não
367507	7761021	Restaurante Kicarne	Não	Sim	Não	Não
367575	7760887	Banestes Mais Fácil	Não	Sim	Não	Não
367577	7760887	Deconi Pizzaria	Não	Sim	Não	Não
367603	7760826	Posto de Gasolina BR	Não	Sim	Não	Não
367598	7760838	Restaurante e Lanchonete Brasileirinho	Não	Sim	Não	Não
367627	7760777	Padaria Colombo	Não	Sim	Não	Não

Ponto X	Ponto Y	Nome	Atrativo	Equipamento	Evento	Outro
367638	7760750	Farmácia Raissa	Não	Sim	Não	Não
367645	7760740	Tio Paulinho Pizzaria	Não	Sim	Não	Não
367648	7760732	Olimpia Padaria	Não	Sim	Não	Não
367673	7760673	Restaurante Irmãos Torres	Não	Sim	Não	Não
367673	7760673	Supermercados Vemquetem Auto Serviço	Não	Sim	Não	Não
367770	7760475	Batoré Self-Service	Não	Sim	Não	Não
367876	7760210	Praça Pública	Não	Sim	Não	Não
367876	7760211	Estacionamento Público	Não	Sim	Não	Não
367876	7760211	Igreja Católica de Bairro de Fátima	Sim	Não	Não	Não
367892	7760168	Aulas de Voo Livre	Não	Não	Não	Não
367940	7760134	Inter Hotel	Não	Sim	Não	Não
368003	7759894	Pousada Lord Camburi	Não	Sim	Não	Não
368003	7759894	Restaurante Lord Camburi	Não	Sim	Não	Não
367987	7759904	Comida Caseira Prato Feito	Não	Sim	Não	Não
367987	7759905	Ponto de Táxi	Não	Sim	Não	Não
368313	7765544	Parque da Cidade	Sim	Não	Não	Não
368249	7765907	Posto de Gasolina Alê	Não	Sim	Não	Não
368249	7765907	Loja de Conveniência Mania de Amigos	Não	Sim	Não	Não
368320	7766007	Open Bar e Restaurante	Não	Sim	Não	Não
368335	7766026	Lanchonete Ilha do Açai	Não	Sim	Não	Não
368335	7766026	Biblioteca Pública de Laranjeiras	Sim	Não	Não	Não
368320	7766088	Praça Pública	Não	Sim	Não	Não
368320	7766088	Skate Na Praça Pública	Sim	Não	Não	Não
368264	7766112	Supermercado Extrabom	Não	Sim	Não	Não
368261	7766110	Banco 24h	Não	Sim	Não	Não
368276	7766054	Difiero Sorveteria	Não	Sim	Não	Não
368276	7766054	Estacionamento Público	Não	Sim	Não	Não
368529	7766148	Régis Pizzaria	Não	Sim	Não	Não
368425	7766138	Skaldaria Arena do Sabor	Não	Sim	Não	Não
368425	7766138	Pizzaria Oceanos	Não	Sim	Não	Não
368442	7766290	Padaria Tutti Pane	Não	Sim	Não	Não
368458	7766429	Padaria Kaiu do Céu	Não	Sim	Não	Não
368454	7766441	Banestes Mais Fácil	Não	Sim	Não	Não
368454	7766441	Bona Pizzaria	Não	Sim	Não	Não
368454	7766464	Lanchonete Paraíso do Açai	Não	Sim	Não	Não
368461	7766487	Rangão Lanches e Pizzaria	Não	Sim	Não	Não
368497	7766485	Exagerado Frango	Não	Sim	Não	Não
368793	7766395	Igreja Católica de Laranjeiras	Sim	Não	Não	Não
368801	7766376	Restaurante Casa Nova	Não	Sim	Não	Não
368595	7766427	Culinart Gourmet	Não	Sim	Não	Não
368554	7766317	Farmácia da Família	Não	Sim	Não	Não
368617	7766148	Loteria Civit	Não	Não	Não	Não
368818	7765937	Praça Pública	Não	Sim	Não	Não
368818	7765937	Skate na Praça Pública	Sim	Não	Não	Não
368804	7765837	Pettis Grill	Não	Sim	Não	Não
368867	7766026	Agência Bancária Itaú	Não	Sim	Não	Não

Ponto X	Ponto Y	Nome	Atrativo	Equipamento	Evento	Outro
368895	7765999	Farmácia Drogasil	Não	Sim	Não	Não
368906	7765985	Farmácia Avenida	Não	Sim	Não	Não
368934	7765962	Supermercado Extrabom	Não	Sim	Não	Não
369056	7765932	Farmácia Mônica	Não	Sim	Não	Não
369122	7765946	Restaurante Mister Gula	Não	Sim	Não	Não
369131	7765949	Farmácia Santa Lúcia	Não	Sim	Não	Não
369163	7765956	Loteria Laranjeiras	Não	Sim	Não	Não
369163	7765956	Farmácia Pacheco	Não	Sim	Não	Não
369178	7765959	Farmácia Mônica	Não	Sim	Não	Não
369321	7766006	Agência Bancária Bradesco	Não	Sim	Não	Não
369321	7766006	Agência Bancária Santander	Não	Sim	Não	Não
369321	7766006	Farmácia Pague Menos	Não	Sim	Não	Não
369406	7766060	Agência Bancária Banestes	Não	Sim	Não	Não
369418	7766069	Agência Bancária Itaú	Não	Sim	Não	Não
369514	7766078	Frangolândia	Não	Sim	Sim	Sim
369539	7766146	Passagens Águia Branca e Itapemirim	Não	Sim	Não	Não
369539	7766145	Padaria Sabor da Massa	Não	Sim	Não	Não
369572	7766156	Ginga Sovertes	Não	Sim	Não	Não
369599	7766177	Churrascaria do Alemão	Não	Sim	Não	Não
369626	7766216	Bar e Restaurante Central	Não	Sim	Não	Não
369647	7766282	Pizzaria Di Milano	Não	Sim	Não	Não
369647	7766282	Yaki Culinária Oriental	Não	Sim	Não	Não
369757	7766400	Restaurante Delícious	Não	Sim	Não	Não
369708	7766297	Rei da Picanha	Não	Sim	Não	Não
369698	7766250	Restaurante Casa Nossa	Não	Sim	Não	Não
369788	7766284	Restaurante Lennis	Não	Sim	Não	Não
369752	7766284	Restaurante Yuda	Não	Sim	Não	Não
369649	7766150	Praça Pública	Não	Sim	Não	Não
369496	7766060	Cafeteria Café Gourmet Docena	Não	Sim	Não	Não
369490	7766053	Restaurante Las Marias	Não	Sim	Não	Não
369433	7766007	Praça Pública	Não	Sim	Não	Não
369433	7766007	Quadra de Tenis na Praça Pública	Não	Sim	Não	Não
369411	7765964	Exagerado Frango	Não	Sim	Não	Não
369429	7765966	Restaurante Chico Bento	Não	Sim	Não	Não
369387	7765903	Restaurante Espaço do Sabor	Não	Sim	Não	Não
369376	7765921	Restaurante Bela Cozinha	Não	Sim	Não	Não
369361	7765978	Farmácia Imafar	Não	Sim	Não	Não
369424	7766154	Restaurante Giga	Não	Sim	Não	Não
369287	7766054	Bar e Adega Tira Teima	Não	Sim	Não	Não
369139	7766014	Padaria Estação do Trigo	Não	Sim	Não	Não
369079	7765999	Restaurante Vilaroma	Não	Sim	Não	Não
368950	7766129	Estacionamento Rotativo	Não	Sim	Não	Não
368986	7766126	Ginásio de Esportes	Não	Sim	Não	Não
369142	7766116	Agência Bancária Santander	Não	Sim	Não	Não
369153	7766076	Agencia Bancária Sicoob	Não	Sim	Não	Não
369161	7766049	Agência Bancária Banco do Brasil	Não	Sim	Não	Não
368937	7766044	Pizzaria Gaúcha	Não	Sim	Não	Não

Ponto X	Ponto Y	Nome	Atrativo	Equipamento	Evento	Outro
368830	7766121	Correios	Não	Sim	Não	Não
368821	7766176	Loteria Mega Sorte	Não	Sim	Não	Não
368835	7766212	Shopping Laranjeiras	Não	Sim	Não	Não
369017	7766278	Lanchonete Subway	Não	Sim	Não	Não
369120	7766198	Estádio de Futebol de Laranjeiras	Sim	Não	Não	Não
368802	7766139	Farmácia Mônica	Não	Sim	Não	Não
368810	7766200	Farmácia Santa Lúcia	Não	Sim	Não	Não
368764	7766209	Restaurante D'Gusta	Não	Sim	Não	Não
368721	7766121	Lanchonete e Açaí do Barono	Não	Sim	Não	Não
369313	7765925	Pizzaria Peperoni	Não	Sim	Não	Não
369312	7765930	Restaurante Boi na Braza	Não	Sim	Não	Não
369312	7765932	Restaurante Mister Grill	Não	Sim	Não	Não
370667	7766387	Posto de Gasolina Ipiranga	Não	Sim	Não	Não
370667	7766387	Loja de Conveniência do Posto de Gasolina Ipiranga	Não	Sim	Não	Não
370592	7766120	Bar Brasil	Não	Sim	Não	Não
371672	7766921	Bar do Nico	Não	Sim	Não	Não
370031	7766613	Posto de Gasolina Shell	Não	Sim	Não	Não
370031	7766613	Loja de Conveniência do Posto de Gasolina Shell	Não	Sim	Não	Não
369446	7766477	Agência Bancária Santander	Não	Sim	Não	Não
369420	7766484	Agência Bancária Caixa Econômica Federal	Não	Sim	Não	Não
369361	7766485	Agência Bancária Banco do Brasil	Não	Sim	Não	Não
369100	7766504	Supermercado Epa	Não	Sim	Não	Não
369100	7766504	Ponto de Táxi	Não	Sim	Não	Não
369122	7766560	Restaurante e Churrascaria Serra Grande	Não	Sim	Não	Não
369123	7766560	Hotel Serra Grande	Não	Sim	Não	Não
368957	7766606	Ponto de Táxi do Terminal	Não	Sim	Não	Não
368697	7766744	Agência Bancária Caixa Econômica Federal	Não	Sim	Não	Não
368687	7766617	Posto de Gasolina BR	Não	Sim	Não	Não
368687	7766612	Loja de Conveniência do Posto de Gasolina BR	Não	Sim	Não	Não
368600	7766537	Posto de Gasolina Ipiranga	Não	Sim	Não	Não
368600	7766537	Loja de Conveniência do Posto de Gasolina Ipiranga	Não	Sim	Não	Não
367818	7766596	Supermercado Carone Mall	Não	Sim	Não	Não
367818	7766596	Banco 24h	Não	Sim	Não	Não
367818	7766596	Caixa Rápido do Banestes	Não	Sim	Não	Não
367818	7766596	Shopping Mont Serrat	Não	Sim	Não	Não
367542	7766644	Supermercado Epa Plus	Não	Sim	Não	Não
367542	7766644	Banco 24h	Não	Sim	Não	Não
368003	7766503	Supermercado OK	Não	Sim	Não	Não
368003	7766499	Banco 24h	Não	Sim	Não	Não
368003	7766498	Caixa Rápido do Bradesco	Não	Sim	Não	Não
368003	7766498	Caixa Rápido do Banestes	Não	Sim	Não	Não

Ponto X	Ponto Y	Nome	Atrativo	Equipamento	Evento	Outro
369012	7766471	Lanchonete Habib's	Não	Sim	Não	Não
369318	7766431	A Fábrica Danceteria	Não	Sim	Não	Não
369266	7766435	Restaurante Cantinho Mineiro	Não	Sim	Não	Não
367745	7768390	Posto de Gasolina BKR	Não	Sim	Não	Não
363630	7774270	Churrascaria Serra Grill	Não	Sim	Não	Não
363630	7774270	Posto de Gasolina Shell	Não	Sim	Não	Não
363630	7774265	Hotel no Posto de Gasolina Shell	Não	Sim	Não	Não
363647	7774345	Posto de Venda de Passagens	Não	Sim	Não	Não
363363	7774125	Agência Bancária Banco do Brasil	Não	Sim	Não	Não
363345	7774054	Farmácia Mônica	Não	Sim	Não	Não
363345	7774054	Banco 24h	Não	Sim	Não	Não
363321	7773981	Farmácia Avenida	Não	Sim	Não	Não
363321	7773981	Farmácia São Benedito	Não	Sim	Não	Não
363287	7773877	Supermercado Falqueto	Não	Sim	Não	Não
363348	7773722	Igreja Serra Sede	Sim	Não	Não	Não
363348	7773722	Festas Tradicionais em Serra Sede	Não	Não	Sim	Não
363766	7773720	Drogaria Mestre Alvaro	Não	Sim	Não	Não
363763	7773720	Banco 24h	Não	Sim	Não	Não
363293	7773811	Loja do Agroturismo	Sim	Não	Não	Não
363061	7773180	Jardim Botânico da Serra	Sim	Não	Não	Não
363359	7773680	Correios	Não	Sim	Não	Não
363430	7773693	Lanchonete e Pizzaria Dogão	Não	Sim	Não	Não
363463	7773696	Loteria Portal da Sorte	Não	Sim	Não	Não
363266	7774049	Agência Bancária Banestes	Não	Sim	Não	Não
363280	7774046	Loteria Serrana	Não	Sim	Não	Não
363292	7774044	Ponto de Passagens da Itapemirim	Não	Sim	Não	Não
363292	7774044	Banestes Mais Fácil	Não	Sim	Não	Não
363398	7774161	Restaurante Lousimar	Não	Sim	Não	Não
363410	7774204	Agência Bancária Caixa Econômica Federal	Não	Sim	Não	Não
363314	7774151	Restaurante Tropical	Não	Sim	Não	Não
363037	7773982	Supermercado Rede Show	Não	Sim	Não	Não
363037	7773984	Posto de Gasolina Ipiranga	Não	Sim	Não	Não
363037	7773984	Loja de Conveniência do Posto de Gasolina Ipiranga	Não	Sim	Não	Não
362172	7772566	Clube Capixaba do Golf	Não	Sim	Não	Não
363114	7773965	Casa do Congo	Sim	Não	Não	Não
363151	7773949	Biblioteca Bemiro Geraldo Costa	Sim	Não	Não	Não
363172	7773935	Museu Histórico da Serra	Sim	Não	Não	Não
363181	7773929	Supermercado Extrabom	Não	Sim	Não	Não
363231	7773847	Farmácia Rede Farmes	Não	Sim	Não	Não
362674	7774913	Posto de Gasolina Ceolim	Não	Sim	Não	Não
362674	7774913	Churrascaria e Lanchonete Comelão	Não	Sim	Não	Não
367987	7759905	Posto de Gasolina Ipiranga	Não	Sim	Não	Não
367987	7759905	Caixa Rápido do Banestes	Não	Sim	Não	Não
368249	7765907	Banco 24h	Não	Sim	Não	Não
369539	7766145	Confeitaria Rei do Bolo	Não	Sim	Não	Não

Ponto X	Ponto Y	Nome	Atrativo	Equipamento	Evento	Outro
368937	7766044	Pizzaria Tio Pedro	Não	Sim	Não	Não
363293	7773811	Posto de Informações Turísticas	Não	Sim	Não	Não
376169	7770701	Peixaria Popular	Não	Sim	Não	Não
376172	7770703	Estacionamento Público	Não	Sim	Não	Não
376089	7770720	Peixaria Municipal de Jacaraípe	Não	Sim	Não	Não
376091	7770704	Posto de Gasolina Scherrer (Alê)	Não	Sim	Não	Não
376110	7770665	Padaria Araújo	Não	Sim	Não	Não
376111	7770653	Padaria Castelo	Não	Sim	Não	Não
376118	7770752	Ponte - Pça. Encontro das Águas	Sim	Não	Não	Não
376077	7770943	Lanchonete Gula Lanches	Não	Sim	Não	Não
376119	7770920	Estacionamento Público	Não	Sim	Não	Não
376108	7770944	Bar e Restaurante A Petisqueira	Não	Sim	Não	Não
376123	7770906	Praça Encontro das Águas	Não	Sim	Não	Não
376124	7770904	Eventos de Verão Pça. Encontro das Águas	Não	Não	Sim	Não
376125	7770902	Feira de Artesanato	Sim	Não	Não	Não
376122	7770908	Skate Pça. Encontro das Águas	Não	Sim	Não	Não
376159	7770934	Vip Show - Casa de Shows	Não	Sim	Não	Não
376220	7770822	Passarela Pça. Encontro das Águas	Não	Sim	Não	Não
376220	7770822	Mirante (vista encontro do Rio com o mar)	Não	Sim	Não	Não
376182	7771031	Shopping Jacaraípe (verão)	Não	Sim	Não	Não
376183	7771032	Lanchonete Cantinho do Pastel	Não	Sim	Não	Não
376100	7771015	Pousada do Luizinho	Não	Sim	Não	Não
376181	7771063	Bar Mar Bar	Não	Sim	Não	Não
376042	7771088	Agência Bancária Bradesco	Não	Sim	Não	Não
376179	7771130	Lanchonete ZÚ Coxinha	Não	Sim	Não	Não
376170	7771238	Restaurante Berro D' Lgua	Não	Sim	Não	Não
376047	7771233	Mário Imóveis - Corretor	Não	Sim	Não	Não
376058	7771231	Lanchonete Jacaraípe	Não	Sim	Não	Não
376176	7771262	Bar Praia e Sol	Não	Sim	Não	Não
376170	7771269	Lanchonete Pastel/Caldo de Cana	Não	Sim	Não	Não
376167	7771275	Sorveteria Sabor do Verão	Não	Sim	Não	Não
376167	7771313	SEC Colônia de Fúrias	Não	Sim	Não	Não
376160	7771336	Pousada Lord	Não	Sim	Não	Não
376160	7771336	Ciclovía da Orla Jacaraípe	Não	Sim	Não	Não
376159	7771335	Calçadão da Orla Jacaraípe	Não	Sim	Não	Não
376159	7771335	Academia Popular	Não	Sim	Não	Não
376157	7771348	Pousada Beira Mar	Não	Sim	Não	Não
376157	7771350	Restaurante Beira Mar	Não	Sim	Não	Não
376051	7771375	Shopping Jacaraípe	Não	Sim	Não	Não
376051	7771375	Agência Bancária Banco do Brasil	Não	Sim	Não	Não
376052	7771374	Agência Bancária Caixa Econômica Federal	Não	Sim	Não	Não
376162	7771383	Hotel Beira Mar	Não	Sim	Não	Não
376162	7771383	Estacionamento Público	Não	Sim	Não	Não
376159	7771396	Aluguel de Pranchas e Guarda-Sol	Não	Sim	Não	Não
376159	7771396	Ponto de Surf - Praia de Jacaraípe	Sim	Não	Não	Não

Ponto X	Ponto Y	Nome	Atrativo	Equipamento	Evento	Outro
376082	7771444	Restaurante e Pizzaria Rodízios	Não	Sim	Não	Não
376129	7771442	Lanchonete Prensadão Lanches	Não	Sim	Não	Não
376129	7771442	Restaurante e Pizzaria Forno a Lenha	Não	Sim	Não	Não
376159	7771484	Estacionamento Público	Não	Sim	Não	Não
376152	7771502	Restaurante Sem Nome	Não	Sim	Não	Não
376152	7771506	Lanchonete Sorvetes e Açaí Xodó	Não	Sim	Não	Não
376154	7771523	Inter Hotel	Não	Sim	Não	Não
376154	7771532	Restaurante Nova Prata	Não	Sim	Não	Não
376153	7771561	Hotel Praia de Jacaraípe	Não	Sim	Não	Não
376153	7771561	Quiosque Energy Drinks	Não	Sim	Não	Não
376060	7771516	Banesfácil	Não	Sim	Não	Não
376168	7771608	Milk Shakes Max Maltine	Não	Sim	Não	Não
376179	7771646	Bar e Restaurante Quintal do Lulu	Não	Sim	Não	Não
376184	7771667	Praça de Eventos	Não	Sim	Não	Não
376192	7771693	Brisa Mar Sorvetes e Açaí	Não	Sim	Não	Não
376174	7771703	Restaurante Japan Mix	Não	Não	Não	Não
376201	7771715	Lanchonete Ki-Pastelão	Não	Sim	Não	Não
376210	7771740	Lanchonete Gugu Lanches	Não	Sim	Não	Não
376211	7771745	Associação de Artesãos da Serra	Sim	Não	Não	Não
376182	7771777	Bar e Bilhar do Dan Dan	Não	Sim	Não	Não
376169	7771776	Restaurante Recanto da Praia	Não	Sim	Não	Não
376162	7771778	Pousada das Palmeiras	Não	Sim	Não	Não
376126	7771786	Restaurante Cantinho de Minas	Não	Sim	Não	Não
376228	7771779	Sorveteria da Praia	Não	Sim	Não	Não
376234	7771807	Lanchonete Pastelão da Ilha	Não	Sim	Não	Não
376234	7771807	Quiosque Naldo's AtlÔntico	Não	Sim	Não	Não
376257	7771837	Bar Dois Dois	Não	Sim	Não	Não
376254	7771889	Bar Kinai da Praia	Não	Sim	Não	Não
376248	7771869	Academia Popular	Não	Sim	Não	Não
376260	7771909	Lanchonete Point da Praia	Não	Sim	Não	Não
376262	7771915	Estacionamento Público	Não	Sim	Não	Não
376266	7771928	Pousada ABM	Não	Sim	Não	Não
376283	7771961	Restaurante Mineiro	Não	Sim	Não	Não
376280	7771977	Bar Amor e Cana	Não	Sim	Não	Não
376318	7772117	Estacionamento Público	Não	Sim	Não	Não
376311	7772110	Hotel Praia Sol	Não	Sim	Não	Não
376210	7772201	Lanchonete Big Monster	Não	Sim	Não	Não
376334	7772182	Lanchonete Duas Irmãs	Não	Sim	Não	Não
376336	7772187	Restaurante Adam's Frutos do Mar	Não	Sim	Não	Não
376355	7772237	Bar Boca Nervosa	Não	Sim	Não	Não
376356	7772240	Quiosque/Restaurante Moqueca Capixaba	Não	Sim	Não	Não
376377	7772279	Bar Baiano's	Não	Sim	Não	Não
376399	7772322	Bar Recanto da Praia	Não	Sim	Não	Não
376344	7772352	Sorveteria Ajellso	Não	Sim	Não	Não
376427	7772368	Estacionamento Público	Não	Sim	Não	Não
376461	7772502	Sorveteria Doce Sabor	Não	Sim	Não	Não

Ponto X	Ponto Y	Nome	Atrativo	Equipamento	Evento	Outro
376462	7772522	Estacionamento Público	Não	Sim	Não	Não
376420	7772755	Primos Bar	Não	Sim	Não	Não
376422	7772851	Bar e Restaurante Mais do Sul	Não	Sim	Não	Não
376426	7772965	Escola de Surf - Moulin Surf School	Não	Sim	Não	Não
376429	7772985	Tulipas Bar	Não	Sim	Não	Não
376434	7773071	Prevenção de Acidentes SALVAMAR	Não	Sim	Não	Não
376445	7773121	Restaurante Gaúcha Surf House	Não	Sim	Não	Não
376447	7773137	SB Surf	Não	Sim	Não	Não
376448	7773153	Lanchonete Açai Du Surf	Não	Sim	Não	Não
376491	7773341	Estacionamento Público	Não	Sim	Não	Não
376499	7773388	Praia de Jacaraípe	Sim	Não	Não	Não
376500	7773389	Calçadão da Orla Jacaraípe	Não	Sim	Não	Não
376500	7773389	Ciclovía da Orla Jacaraípe	Não	Sim	Não	Não
376508	7773706	Reverse Conserto e Fabricação de Pranchas de Surf	Não	Sim	Não	Não
376494	7773710	Fernando Corretor de Imóveis	Não	Sim	Não	Não
376619	7773701	Estacionamento Público	Não	Sim	Não	Não
376764	7774110	Praia de Jacaraípe	Sim	Não	Não	Não
376798	7774286	Quiosque BiritÚ Rei do Kibe	Não	Sim	Não	Não
376804	7774314	Quiosque do Ricardo	Não	Sim	Não	Não
376805	7774331	Futvolei na Praia	Não	Sim	Não	Não
376817	7774371	Vôlei na Praia	Não	Sim	Não	Não
376824	7774385	Quiosque Praia Sol	Não	Sim	Não	Não
376839	7774428	Quiosque Reencontro	Não	Sim	Não	Não
376927	7774641	Quiosque Sol-riso	Não	Sim	Não	Não
376924	7774751	Lanchonete e Restaurante Gostosura	Não	Não	Não	Não
377013	7774810	Praia de Jacaraípe	Sim	Não	Não	Não
377087	7775136	Praia de Jacaraípe	Sim	Não	Não	Não
377140	7775457	Praia de Jacaraípe	Sim	Não	Não	Não
377349	7775921	Praia de Capuba	Sim	Não	Não	Não
377354	7775979	Restaurante Mineiro	Não	Sim	Não	Não
377355	7775840	Acesso Restaurante Mineiro	Não	Sim	Não	Não
377269	7775858	Acesso Restaurante Mineiro	Não	Sim	Não	Não
376441	7775248	Casa de Pedra	Sim	Não	Não	Não
376463	7775240	Espaço Ecoternura - Artesanato	Não	Sim	Não	Não
376452	7775232	Arte de Viver- Espaço de Arte	Sim	Não	Não	Não
376430	7775178	Terra Viva CerÔmicas	Sim	Não	Não	Não
376448	7775233	Ateliê Casa de Pedra	Não	Sim	Não	Não
376375	7775273	Padaria Hiper Pão	Não	Sim	Não	Não
376856	7774786	Posto de Gasolina AtlÔntica	Não	Sim	Não	Não
376856	7774786	Loja de Conveniência do Posto de Gasolina	Não	Sim	Não	Não
376739	7774478	Bar e Distribuidora Polar	Não	Sim	Não	Não
376655	7774272	Restaruante De Mattê	Não	Sim	Não	Não
375666	7774293	Praça Pública	Não	Sim	Não	Não

Ponto X	Ponto Y	Nome	Atrativo	Equipamento	Evento	Outro
375666	7774293	Academia Popular	Não	Sim	Não	Não
375223	7774581	Praça Pública	Não	Sim	Não	Não
374863	7774883	Rancho Serra Azul	Não	Sim	Não	Não
376491	7773863	Móveis Rústicos ImpÚrio dos Móveis	Não	Sim	Não	Não
376478	7773826	Vasos Ornamentais	Não	Sim	Não	Não
376412	7773647	Restaurante Parada Obrigatória	Não	Sim	Não	Não
376272	7773119	Acesso Lagoa Juara	Não	Sim	Não	Não
376267	7772986	Supermercados Epa	Não	Sim	Não	Não
376263	7772970	Farmácia Mônica	Não	Sim	Não	Não
376262	7772953	Posto de Gasolina Alê	Não	Sim	Não	Não
376259	7772799	Bar e Restaurante Cabana do Luiz	Não	Sim	Não	Não
376257	7772773	Bar e Restaurante Cê Ki Sabe	Não	Sim	Não	Não
376257	7772774	Farmácia de Manipulação Essencial	Não	Sim	Não	Não
376254	7772600	Amorim Lanches	Não	Sim	Não	Não
376253	7772593	Padaria Super Pan	Não	Sim	Não	Não
376201	7772314	Correios	Não	Sim	Não	Não
376201	7772314	Padaria Sem Nome	Não	Sim	Não	Não
376201	7772315	Farmácia Minas Drogas	Não	Sim	Não	Não
376169	7772160	Supermercados Dalmerry	Não	Sim	Não	Não
376152	7772108	Venda de Passagens Rodoviárias São Geraldo/Contiço	Não	Sim	Não	Não
376152	7772108	Drogaria Jacaraípe	Não	Sim	Não	Não
376152	7772108	Agência Bancária Banco do Brasil	Não	Sim	Não	Não
376152	7772107	Cafeteria Supremo Grão	Não	Sim	Não	Não
376006	7771752	Pizzaria Trancoso	Não	Sim	Não	Não
376023	7771638	Posto de Gasolina ESSO	Não	Sim	Não	Não
376023	7771639	Loja de Conveniência do Posto ESSO	Não	Sim	Não	Não
376019	7771593	Pizzaria e Restaurante Pizza Bella	Não	Sim	Não	Não
376028	7771590	Lanches Rota 10	Não	Sim	Não	Não
376076	7771761	Restaurante Boi na Brasa	Não	Sim	Não	Não
376092	7771820	Rest. Self-service Recanto Mineiro	Não	Sim	Não	Não
376033	7771521	Agência Bancária Banestes	Não	Sim	Não	Não
375995	7771519	Pizzaria e Restaurante Surf	Não	Sim	Não	Não
376033	7771504	Farmácia Rede Farmes	Não	Sim	Não	Não
376033	7771504	Banco 24h	Não	Sim	Não	Não
376031	7771483	Restaurante e Churrascaria Santuzzi	Não	Sim	Não	Não
376033	7771471	Agência Bancária Banco do Brasil	Não	Sim	Não	Não
376029	7771360	Farmácia Drogasil	Não	Sim	Não	Não
376027	7771337	Panificadora Brasília	Não	Sim	Não	Não
376027	7771326	Farmácia Pague Menos	Não	Sim	Não	Não
376024	7771211	Farmácia Rede Farmes	Não	Sim	Não	Não
376026	7771193	Agência Bancária Itaú	Não	Sim	Não	Não
376021	7771012	Supermercados Extrabom	Não	Sim	Não	Não
376021	7771013	Banco 24h	Não	Sim	Não	Não

Ponto X	Ponto Y	Nome	Atrativo	Equipamento	Evento	Outro
375787	7771022	Pousada dos Jasmins	Não	Sim	Não	Não
375753	7771019	Mangue de Jacaraípe	Sim	Não	Não	Não
376034	7770938	Farmácia Mônica	Não	Sim	Não	Não
376058	7770739	Ponte - Rio Jacaraípe	Sim	Não	Não	Não
376059	7770739	Mirante (mangue-rio)	Não	Sim	Não	Não
375580	7770808	Igreja de São Pedro	Sim	Não	Não	Não
376035	7771052	Loja de Surf Top Point	Não	Sim	Não	Não
376051	7769664	Pousada Cores do Mar	Não	Sim	Não	Não
376040	7769609	Sorveteria/Lanchonete/Restaurante da Dôra	Não	Sim	Não	Não
376162	7769802	Quiosque Sky	Não	Sim	Não	Não
376166	7769854	Quiosque Bahia	Não	Sim	Não	Não
376165	7769883	Flutuante Hotel	Não	Sim	Não	Não
376170	7769907	Quiosque BL	Não	Sim	Não	Não
376177	7769929	Praia de Jacaraípe	Sim	Não	Não	Não
376207	7770003	Quiosque Aldeia	Não	Sim	Não	Não
376226	7770229	Quiosque Carioca	Não	Sim	Não	Não
376226	7770228	Quiosque Gê	Não	Sim	Não	Não
376219	7770300	Quiosque Sem Nome 1	Não	Sim	Não	Não
376219	7770302	Quiosque Cida Sabor	Não	Sim	Não	Não
376212	7770408	Quiosque Kiosque	Não	Sim	Não	Não
376212	7770408	Quiosque Sem Nome 2	Não	Sim	Não	Não
376205	7770499	Quiosque Sem Nome 3	Não	Sim	Não	Não
376205	7770499	Quiosque Sem Nome 4	Não	Sim	Não	Não
376204	7770531	Cantina da Frhan	Não	Sim	Não	Não
376203	7770542	Quiosque Sem Nome 5	Não	Sim	Não	Não
376200	7770558	Quiosque 7 Mares	Não	Sim	Não	Não
376200	7770578	Quiosque Atlântica Mar	Não	Sim	Não	Não
376196	7770614	Quiosque Castanha Mar e Prosa	Não	Sim	Não	Não
376196	7770615	Quiosque Mineirinho	Não	Sim	Não	Não
376020	7769096	Praia de Jacaraípe	Sim	Não	Não	Não
375518	7767890	Restaurante Nautilus	Não	Sim	Não	Não
375503	7767835	Restaurante Mr. Beer	Não	Sim	Não	Não
375479	7767748	Praia de Manguinhos	Sim	Não	Não	Não
375401	7767454	Restaurante Do Peroá Peixes e Mariscos	Não	Sim	Não	Não
375364	7767433	Igreja Católica Sant'Anna	Sim	Não	Não	Não
375368	7767201	Espaço Cultural Thiago	Não	Sim	Não	Não
375386	7767190	Padaria Manguinhos	Não	Sim	Não	Não
375510	7767069	Lanchonete Sem Nome	Não	Sim	Não	Não
375511	7767069	Restaurante Enseada de Maguinhos	Não	Sim	Não	Não
375521	7767067	Praça Pública	Não	Sim	Não	Não
375521	7767067	Praça eventos (carnaval/batucada)	Não	Sim	Não	Sim
375530	7767091	Restaurante Moqueca do Geraldo	Não	Sim	Não	Não
375530	7767092	Peixaria Sem Nome	Não	Sim	Não	Não
375546	7767122	Restaurante Pierrot da Praia	Não	Sim	Não	Não
375572	7767337	Restaurante Recanto de	Não	Sim	Não	Não

Ponto X	Ponto Y	Nome	Atrativo	Equipamento	Evento	Outro
		Manguinhos				
375572	7767339	Praia de Manguinhos	Sim	Não	Não	Não
375591	7767409	Restaurante Maresias	Não	Sim	Não	Não
375562	7767218	Estacionamento Público	Não	Sim	Não	Não
375490	7767129	Lanchonete Parada Natural Açaí	Não	Sim	Não	Não
375447	7767156	Ki Pane Padaria	Não	Sim	Não	Não
375447	7767156	Caroline Bar e Restaurante	Não	Sim	Não	Não
375394	7767187	Farmácia Santana	Não	Sim	Não	Não
375351	7767219	Lanchonete Pastel e Caldo de Cana	Não	Sim	Não	Não
375406	7767174	Distribuidora de Bebidas Manguinhos	Não	Sim	Não	Não
375409	7766901	Pizzas/Massas/Saladas Casa do Mestre	Não	Sim	Não	Não
375487	7766783	Quiosque/Restaurante Maria Mariana	Não	Sim	Não	Não
375494	7766762	Estacionamento Privado KB+1	Não	Sim	Não	Não
375504	7766744	Pousada Aquarela de Manguinhos	Não	Sim	Não	Não
375527	7766656	Restaurante Chico Bento	Não	Sim	Não	Não
375446	7766296	Praia de Manguinhos	Sim	Não	Não	Não
375347	7766206	Restaurante Empório do Carangueijo	Não	Sim	Não	Não
375369	7766127	Restaurante Estação 1 de Manguinhos	Não	Sim	Não	Não
375369	7766127	Vagão Espaço da Arte	Não	Sim	Não	Não
375117	7766215	Espaço Atapoã	Não	Não	Não	Sim
375367	7766666	Praça Pública	Não	Sim	Não	Não
375368	7766667	Skate na Praça Pública	Não	Sim	Não	Não
375459	7766664	Restaurante Mangutti	Não	Sim	Não	Não
375432	7766637	Pousada Mangas	Não	Sim	Não	Não
375519	7766949	Quiosque Pierrot	Não	Sim	Não	Não
375517	7766935	Calçadão da Praia de Manguinhos	Não	Sim	Não	Não
375519	7766934	Praia de Manguinhos	Sim	Não	Não	Não
375560	7766821	Acesso ao Restaurante Maria Mariana	Não	Não	Não	Sim
375571	7766786	Acesso pela praia para Pousada Aquarela	Não	Sim	Não	Não
374700	7765453	Pizzaria Forneria	Não	Sim	Não	Não
374969	7765329	Quiosque do Brito	Não	Sim	Não	Não
374964	7765318	Quiosque Escritório	Não	Sim	Não	Não
374886	7765207	Quiosque Espaço Enseada	Não	Sim	Não	Não
374887	7765208	Praia de Manguinhos	Sim	Não	Não	Não
373901	7763105	Quiosque Muniz Freire	Não	Sim	Não	Não
373956	7763162	Quiosque Recanto da Vovó	Não	Sim	Não	Não
373956	7763162	Praia de Bicanga	Sim	Não	Não	Não
374033	7763199	Quiosque Tropicaliente	Não	Sim	Não	Não
374166	7763386	Quiosque Passarinho	Não	Sim	Não	Não
374186	7763451	Quiosque Peixe Dourado	Não	Sim	Não	Não
374186	7763451	Quiosque Sol e Mar	Não	Sim	Não	Não

Ponto X	Ponto Y	Nome	Atrativo	Equipamento	Evento	Outro
374238	7763538	Quiosque Dois Amigos	Não	Sim	Não	Não
374351	7763648	Quiosque Primatas	Não	Sim	Não	Não
374537	7763860	Quiosque Sem Nome	Não	Sim	Não	Não
374724	7764113	Quiosque Recanto de Encontro	Não	Sim	Não	Não
374724	7764113	Quiosque Tubarão	Não	Sim	Não	Não
374740	7764181	Quiosque Brisa Mar	Não	Sim	Não	Não
374740	7764181	Quiosque Sem Nome	Não	Sim	Não	Não
374739	7764207	Hotel/Pousada Breno	Não	Sim	Não	Não
374746	7764231	Ponto Final Ônibus 884	Não	Sim	Não	Não
374747	7764233	Quiosque Sem Nome	Não	Sim	Não	Não
374746	7764242	Quiosque Tia Maria	Não	Sim	Não	Não
374745	7764249	Eventos	Não	Não	Sim	Não
374733	7764271	Bar Ponto Final	Não	Sim	Não	Não
374731	7764276	Borboleta's Bar	Não	Sim	Não	Não
374714	7764439	Quiosque Sem Nome (azul)	Não	Sim	Não	Não
374714	7764435	Quiosque Sem Nome (vermelho)	Não	Sim	Não	Não
374713	7764451	Praia de Bicanga	Sim	Não	Não	Não
374700	7764488	Quiosque do Ligeirinho	Não	Sim	Não	Não
374705	7764575	Quiosque do Jajá	Não	Sim	Não	Não
374705	7764579	Quiosque Vizinho	Não	Sim	Não	Não
374718	7764671	Quiosque sem nome	Não	Sim	Não	Não
374718	7764671	Quiosque Multi Canais	Não	Sim	Não	Não
374736	7764762	Quiosque Renascer	Não	Sim	Não	Não
374736	7764762	Quiosque do Rodolfo	Não	Sim	Não	Não
374738	7764821	Quiosque sem nome	Não	Sim	Não	Não
374738	7764821	Quiosque do Carioca	Não	Sim	Não	Não
374426	7764584	Restaurante Paladar	Não	Sim	Não	Não
374418	7764556	Padaria e Panificadora Brisa	Não	Sim	Não	Não
376021	7771012	Drogaria 24h	Não	Sim	Não	Não
375294	7781780	Agência Bancária Banestes	Não	Sim	Não	Não
375295	7781780	Praça dos Pescadores	Não	Sim	Não	Não
375279	7781789	Eventos na Praça dos Pescadores	Não	Não	Sim	Não
375239	7781829	Estacionamento da Praça dos Pescadores	Não	Sim	Não	Não
375221	7781857	Mirante do Rio Reis Magos	Não	Sim	Não	Não
375124	7781795	Restaurante Reis Magos	Não	Sim	Não	Não
375124	7781795	Hotel Reis Magos	Não	Sim	Não	Não
375217	7781799	Bar do Milton	Não	Sim	Não	Não
375251	7781793	Padaria Reis Magos	Não	Sim	Não	Não
375256	7781791	Bufet de Sorvetes	Não	Sim	Não	Não
375262	7781788	Cantinhos Bar - Quindim Tradicionais	Não	Sim	Não	Não
375181	7781819	Skate da Praça dos Pescadores	Não	Sim	Não	Não
375077	7781822	Palco da Praça dos Pescadores	Não	Não	Sim	Não
375036	7781858	O Pizzaiolo Massas e Pizzas	Não	Sim	Não	Não
375036	7781857	Peixaria	Não	Sim	Não	Não
374982	7781899	Lanchonete Só na Telha	Não	Sim	Não	Não
374940	7781934	Quiosque Dedú	Não	Sim	Não	Não

Ponto X	Ponto Y	Nome	Atrativo	Equipamento	Evento	Outro
374925	7781945	Posto de Gasolina Alê	Não	Sim	Não	Não
374897	7781953	Drogaria Mariana	Não	Sim	Não	Não
374915	7781937	Supermercado Noroeste	Não	Sim	Não	Não
374917	7781935	Auto Atendimento Banco do Brasil	Não	Sim	Não	Não
374917	7781935	Banco 24h	Não	Sim	Não	Não
375085	7781794	VIPS Pizzaria Lanches e Self-Service	Não	Sim	Não	Não
374906	7782007	Supermercado Dalmery	Não	Sim	Não	Não
374915	7781976	Drogaria Santo Antônio	Não	Sim	Não	Não
374911	7781986	Passagens Itapemirim - Águia Branca	Não	Sim	Não	Não
374981	7781880	Farmácia Mateus	Não	Sim	Não	Não
375180	7781804	Passagens São Geraldo - Contijo	Não	Sim	Não	Não
375109	7781773	Acesso a Igreja Reis Magos	Não	Sim	Não	Não
375283	7781637	Igreja Reis Magos	Sim	Não	Não	Não
375286	7781666	Mirante Igreja Reis Magos	Não	Sim	Não	Não
375287	7781665	Festa Reis Magos	Não	Não	Sim	Não
375318	7781591	Praça Pública Igreja Reis Magos	Não	Sim	Não	Não
375510	7781500	Pousada Guia da Praia	Não	Sim	Não	Não
375563	7781432	Corretor Roberto Imóveis	Não	Sim	Não	Não
375654	7781358	Mercearia e Padaria Adonai	Não	Sim	Não	Não
375657	7781358	Drogaria Nova Almeida	Não	Sim	Não	Não
375672	7781348	Correios	Não	Sim	Não	Não
375675	7781340	Acesso ao Restaurante Ninho da Roxinha	Não	Sim	Não	Não
375639	7781191	Restaurante Ninho da Roxinha	Não	Sim	Não	Não
375639	7781191	Pousada Ninho da Roxinha	Não	Sim	Não	Não
375792	7781131	Mirante do Ninho da Roxinha	Não	Sim	Não	Sim
375749	7781539	Praia de Nova Almeida	Sim	Não	Não	Não
375721	7781559	Calçadão da Praia de Nova Almeida	Não	Sim	Não	Não
375721	7781559	Ciclovia da Praia de Nova Almeida	Não	Sim	Não	Não
375565	7781667	Equipamentos Esportivos	Não	Sim	Não	Não
375472	7781747	Bar da Ora	Não	Sim	Não	Não
375417	7781779	Academia Popular	Não	Sim	Não	Não
375822	7781311	Centro de Convenções de Nova Almeida	Não	Sim	Não	Não
375822	7781311	Hotel Praia Sol	Não	Sim	Não	Não
375794	7781288	Distribuidora de Bebidas Sem Nome	Não	Sim	Não	Não
375800	7781235	Posto de Gasolina	Não	Sim	Não	Não
375802	7781234	Banco 24h	Não	Sim	Não	Não
375874	7781171	Lanchonete Pastel Califórnia	Não	Sim	Não	Não
376484	7780714	Falúcias Nova Almeida	Sim	Não	Não	Não
376484	7780715	Parapente nas Falúcias Nova Almeida	Sim	Não	Não	Não

Ponto X	Ponto Y	Nome	Atrativo	Equipamento	Evento	Outro
376433	7780644	Restaurante Sem Nome	Não	Sim	Não	Não
374982	7781899	Komilão Lanches	Não	Sim	Não	Não
374739	7764207	Restaurante Breno	Não	Sim	Não	Não
372368	7782087	Acesso Mini Cowboy	Não	Não	Não	Sim
371776	7782425	Acesso Mini Cowboy	Não	Não	Não	Sim
374067	7781694	Acesso Mini Cowboy	Não	Não	Não	Sim
374285	7782474	Lagoa do Juara	Sim	Não	Não	Não
373334	7773776	Peixaria Venda de Pescados	Não	Sim	Não	Não
373279	7773799	Pedalinho Lagoa do Juara	Não	Sim	Não	Não
373261	7773791	Restaurante Lagoa do Juara	Não	Sim	Não	Não
373265	7773789	Ponto Final Ônibus	Não	Sim	Não	Não
373297	7773817	Artesanato Lagoa do Juara	Não	Sim	Não	Não
373304	7773789	Peixaria Juara	Não	Sim	Não	Não
373308	7773791	Restaurante do Baiano	Não	Sim	Não	Não
373318	7773792	Lanchonete	Não	Sim	Não	Não
373333	7773782	Acesso Circuito Chapada Grande	Não	Não	Não	Sim
353796	7784841	Acesso Sítio Santo Antônio	Não	Não	Não	Sim
354007	7785301	Acesso Sítio Santo Antônio	Não	Não	Não	Sim
354458	7784893	Sítio Santo Antônio	Não	Sim	Não	Não
354550	7783105	Acesso Canto de Yayá	Não	Não	Não	Sim
354425	7783177	Sítio Chapadão - Canto de Yayá	Não	Sim	Não	Não
356860	7780422	Sítio rden	Não	Sim	Não	Não
358503	7779752	Acesso Circuito Muribeca	Não	Não	Não	Sim
360652	7776368	Acesso Circuitio Muribeca	Não	Não	Não	Sim
360628	7776357	Sítio Catavento	Não	Sim	Não	Não
356778	7776388	Acesso Água Mineral Calogi/ Hospedagem	Não	Não	Não	Sim
355290	7777276	Sítio Rancho Alegre	Não	Sim	Não	Não
355290	7777275	Ponto Final Ônibus	Não	Sim	Não	Não
355290	7777275	Pousada Sítio Rancho Alegre	Não	Sim	Não	Não
358656	7772272	Sítio Recanto Morro do Céu	Não	Sim	Não	Não
361327	7772182	Sítio Recanto Mestre Álvaro	Não	Sim	Não	Não
363090	7773959	Casa do Congo Mestre Antônio	Não	Sim	Não	Não
363140	7773948	Museu Histórico da Serra e Biblioteca Municipal	Não	Sim	Não	Não
363271	7773775	Loja de Agroturismo	Não	Sim	Não	Não
365265	7771838	Acesso Sítio Vovó Hilda Borges	Não	Não	Não	Sim
365492	7771654	Acesso Sítio Vovó Hilda Borges	Não	Não	Não	Sim
365339	7771182	Sítio Vovó Hilda Borges	Não	Sim	Não	Não
367047	7769512	Acesso Circuito Pitanga	Não	Não	Não	Sim
365965	7768829	Casa do Congo Mestre Domingos Ramos	Não	Sim	Não	Não
365178	7768421	Fazenda Rosiqueli e Casa de Chá	Não	Sim	Não	Não
365255	7767316	Sítio Ouro Velho	Não	Sim	Não	Não

Atrativos, Equipamentos, Eventos de Fundão

Ponto X	Ponto Y	Nome	Atrativo	Equipamento	Evento	Outro
352930	7795273	Estacionamento Público	Não	Sim	Não	Não
352942	7795251	Banco 24h	Não	Sim	Não	Não
352942	7795251	Parada de Ônibus	Não	Sim	Não	Não
352942	7795251	Parada Fundão	Não	Sim	Não	Não
352942	7795251	Loteria Parada Fundão	Não	Sim	Não	Não
352904	7795275	Escadaria	Sim	Não	Não	Não
352869	7795292	Igreja Matriz São José	Sim	Não	Não	Não
352928	7795296	Posto de Gasolina Ipiranga	Não	Sim	Não	Não
352930	7795288	Loja de Conveniencia do Posto de Gasolina Ipiranga	Não	Sim	Não	Não
350420	7794799	Laticínios Lorena	Não	Sim	Não	Não
350954	7794926	Laticínios Queijo e Produção da Roça	Não	Sim	Não	Não
351110	7794975	Bar Arena Club Beira Rio	Não	Sim	Não	Não
351832	7795105	Brolini Vinhos e Licores	Sim	Não	Não	Não
351907	7795192	Ponte - Rio Fundão	Sim	Não	Não	Não
351741	7795056	Viveiro de Mudanças Nativas	Sim	Não	Não	Não
352878	7795445	Hotel Casarão	Não	Sim	Não	Não
352869	7795441	Praça Pública	Não	Sim	Não	Não
352906	7795413	Restaurante Casarão	Não	Sim	Não	Não
352916	7795388	Casa da Cultura	Sim	Não	Não	Não
352928	7795327	Agência Bancária Banco do Brasil	Não	Sim	Não	Não
352975	7795329	Agência Bancária Bradesco	Não	Sim	Não	Não
352977	7795318	Parada Ônibus	Não	Sim	Não	Não
352977	7795311	Passagens Águia Branca	Não	Sim	Não	Não
353009	7795224	Farmácia São José	Não	Sim	Não	Não
353029	7795218	Correios	Não	Sim	Não	Não
353057	7795225	Agência Bancária Sicoob	Não	Sim	Não	Não
353062	7795229	Agência Bancária Banestes	Não	Sim	Não	Não
352987	7795262	Farmácia Real	Não	Sim	Não	Não
348375	7796166	Acesso da APA do Goiapabaçú	Não	Sim	Não	Não
347382	7797059	Antiga Residência da Família Agostini	Sim	Não	Não	Não
347107	7796779	Capela Nossa Senhora da Vitória	Sim	Não	Não	Não
347104	7796776	Festa de São Benedito	Não	Não	Sim	Não
347104	7796776	Festa de Nossa Senhora da Vitória	Não	Não	Sim	Não
346728	7797711	Nascente na APA do Goiapabaçú	Sim	Não	Não	Não
346730	7797839	Ponte- Rio Goiapabaçú	Sim	Não	Não	Não
346493	7798578	Queda D'água na APA do Goiapabaçú	Sim	Não	Não	Não
346186	7798487	Apiário Shaeper - Fábrica de Mel	Não	Sim	Não	Não
345799	7797870	Acesso ao Parque da APA do Goiapabaçú	Não	Não	Não	Sim
345900	7797167	Estacionamento do Parque da APA do Goiapabaçú	Não	Sim	Não	Não
345908	7797149	Restaurante do Parque da APA do	Não	Sim	Não	Não

Ponto X	Ponto Y	Nome	Atrativo	Equipamento	Evento	Outro
		Goiapabaçú				
345912	7797141	Mirante do Parque da APA do Goiapabaçú	Não	Sim	Não	Não
345925	7797093	Mirante do Parque da APA do Goiapabaçú	Não	Sim	Não	Não
345924	7797091	Rampa de Voo Livre do Parque da APA do Goiapabaçú	Sim	Não	Não	Não
345924	7797091	Observatório Astronomico - UFES	Sim	Não	Não	Não
345924	7797090	Escalada do Parque da APA do Goiapabaçú	Sim	Não	Não	Não
345924	7797090	Trilha do Parque da APA do Goiapabaçú	Sim	Não	Não	Não
345719	7797427	Viveiro de Mudanças do Parque da APA do Goiapabaçú	Sim	Não	Não	Não
345721	7797427	Laboratório de Orquídeas	Sim	Não	Não	Não
345722	7797427	Centro Adm do Parque da APA do Goiapabaçú	Não	Sim	Não	Não
345691	7797552	Trilha Onça Parda	Sim	Não	Não	Não
347492	7796144	Acesso do Parque da APA do Goiapabaçú	Não	Sim	Não	Não
348255	7796143	Igreja Bom Jesus da Lapa	Sim	Não	Não	Não
348253	7796148	Festa de Santa Ana	Não	Não	Sim	Não
348252	7796147	Festa de São Benedito	Não	Não	Sim	Não
348252	7796147	Banda de Congo Irumbí-Riabas	Sim	Não	Não	Não
347892	7793980	Igreja São João Batista	Sim	Não	Não	Não
347890	7793975	Festa de São João Batista	Não	Não	Sim	Não
350006	7795032	Motel My Love	Não	Sim	Não	Não
352986	7795229	Bar e Lanchonete do SÚrgio	Não	Sim	Não	Não
352980	7795175	Restaurante Terraço Comida Caseira	Não	Sim	Não	Não
352985	7795176	Feira Livre de Fundão	Sim	Não	Não	Não
353541	7795671	Clube Tropical Campestre	Não	Sim	Não	Não
353056	7795367	Biblioteca	Sim	Não	Não	Não
353087	7795142	Estação Ferroviária Fundão	Sim	Não	Não	Não
353002	7795153	Farmácia Fundão	Não	Sim	Não	Não
353002	7795153	Praça Pública	Não	Sim	Não	Não
353002	7795153	Festas de Fundão	Sim	Não	Não	Não
353212	7794857	Ponte - Rio Fundão	Sim	Não	Não	Não
353319	7794897	Clube do Cavalo	Não	Sim	Não	Não
353328	7794886	Campo de Futebol	Não	Sim	Não	Não
353292	7794866	Praça do Hospital	Não	Sim	Não	Não
353242	7794279	Ginásio Poliesportivo	Não	Sim	Não	Não
355300	7791656	Acesso a Cachoeira do Jarão	Não	Sim	Não	Não
354919	7791479	Cachoeira do Jarão	Sim	Não	Não	Não
353365	7794101	Horto Municipal de Mudanças	Sim	Não	Não	Não
353156	7794916	Farmácia Sempre Viva	Não	Sim	Não	Não
353074	7795319	Supermercado Kinkas	Não	Sim	Não	Não
352908	7795140	Supermercado Ideal	Não	Sim	Não	Não
352908	7795139	Posto de Gasolina Gentil	Não	Sim	Não	Não
352773	7794905	Natalinos Salgados	Não	Sim	Não	Não

Ponto X	Ponto Y	Nome	Atrativo	Equipamento	Evento	Outro
352257	7787600	Praça Timbuí	Não	Sim	Não	Não
352261	7787597	Farmácia Pegoreti	Não	Sim	Não	Não
352272	7787566	Supermercado Multishow	Não	Sim	Não	Não
352287	7787568	Pizzaria	Não	Sim	Não	Não
352282	7787598	Pizzaria Roberto	Não	Sim	Não	Não
352257	7787639	Trailer do Ticó	Não	Sim	Não	Não
352253	7787644	Padaria Lara	Não	Sim	Não	Não
352385	7787421	Igreja Matriz de Timbuí	Sim	Não	Não	Não
352385	7787421	Festa de São Benedito - Timbuí	Não	Não	Sim	Não
348253	7796148	Festa de Bom Jesus da Lapa	Não	Não	Sim	Não
352987	7795262	Ponto de Táxi - Centro de Fundão	Não	Sim	Não	Não
375325	7782250	Bar Nazur Comércio de Cereais	Não	Sim	Não	Não
375325	7782252	Praça Pública	Não	Sim	Não	Não
375305	7782262	Cascão da Praça	Não	Sim	Não	Não
375299	7782189	Peixaria Box do Sérgio	Não	Sim	Não	Não
375422	7782524	Duda's Distribuidora de Bebidas	Não	Sim	Não	Não
375483	7782702	Posto de Gasolina BR	Não	Sim	Não	Não
375476	7782733	Restaurante Treem Gostoso	Não	Sim	Não	Não
375565	7782718	Varandas Bar	Não	Sim	Não	Não
375574	7782737	Praia Grande	Sim	Não	Não	Não
375518	7782804	Pousada Joaripe	Não	Sim	Não	Não
375527	7782838	Camping Estrela Dourada	Não	Sim	Não	Não
375578	7782985	Mirante do Rio Reis Magos	Não	Sim	Não	Não
375600	7783055	Peixaria Box do Ronaldo	Não	Sim	Não	Não
375602	7783056	Condominio para Veraneio	Não	Sim	Não	Não
375610	7783086	Drogaria Joaripe	Não	Sim	Não	Não
375619	7783105	Padaria Praia Grande	Não	Sim	Não	Não
375614	7783120	Supermercado	Não	Sim	Não	Não
375614	7783120	Auto Atendimento Banco do Brasil	Não	Sim	Não	Não
375614	7783120	Banestes Mais Fácil	Não	Sim	Não	Não
375614	7783119	Banco 24h	Não	Sim	Não	Não
375627	7783130	Praça da Baleia	Não	Sim	Não	Não
375635	7783123	Tio Lúo Churrasquinho	Não	Sim	Não	Não
375604	7783107	Fábio e Fabiane Artesanato e Presentes	Não	Sim	Não	Não
375649	7783099	Pousada Aroeira	Não	Sim	Não	Não
375623	7783164	Rede Farmus Farmácia	Não	Sim	Não	Não
375627	7783166	Ponto de Táxi	Não	Sim	Não	Não
375635	7783173	Lanchonete e Sorveteria Orca	Não	Sim	Não	Não
375633	7783187	Loteria Praia Grande	Não	Sim	Não	Não
375633	7783252	Residencial Praia Grande - Pousada	Não	Sim	Não	Não
375631	7783269	Pan Panela Petiscos Griil	Não	Sim	Não	Não
375630	7783264	Residencial Praia Grande - Aluguel de Carros	Não	Sim	Não	Não

Ponto X	Ponto Y	Nome	Atrativo	Equipamento	Evento	Outro
375619	7783408	Pousada Solar da Praia	Não	Sim	Não	Não
375635	7783294	Betos Bar e Açougue	Não	Sim	Não	Não
375647	7783134	Farmácia Mateus	Não	Sim	Não	Não
375666	7783158	Restaurante Campomar	Não	Sim	Não	Não
375670	7783167	Sandra Imóveis	Não	Sim	Não	Não
375681	7783179	Tinho Imóveis	Não	Sim	Não	Não
375759	7783275	Trailer de Lanches	Não	Sim	Não	Não
375778	7783298	Dalva Comida Mineira Restaurante	Não	Sim	Não	Não
375880	7783424	Ponto de Encontro Restaurante e Lanchonete	Não	Sim	Não	Não
375899	7783449	Estacionamento do Bar do Jair	Não	Sim	Não	Não
375908	7783460	Bar do Jair	Não	Sim	Não	Não
375924	7783481	Cabana do Xamego Bar e Lanchonete	Não	Sim	Não	Não
375942	7783505	Varejão Padaria e Mercearia	Não	Sim	Não	Não
375945	7783508	Distribuidora de Bebidas Avenida	Não	Sim	Não	Não
375947	7783513	Frango Assado	Não	Sim	Não	Não
375954	7783524	Padaria Pane Doro	Não	Sim	Não	Não
375955	7783524	Pousada Aldeia	Não	Sim	Não	Não
375969	7783541	Praça Pública	Não	Sim	Não	Não
375957	7783558	Venturim Imóveis	Não	Sim	Não	Não
375930	7783581	Restaurante Kmim de Casa	Não	Sim	Não	Não
375559	7783887	Padaria Estação do Pão	Não	Sim	Não	Não
375838	7783465	Pousada do ImbÚ	Não	Sim	Não	Não
376035	7783623	Casa do Sorvete e Açai	Não	Sim	Não	Não
376035	7783623	Casebre Bar	Não	Sim	Não	Não
376077	7783661	Boteco do Chico - Restaurante e Bar	Não	Sim	Não	Não
376096	7783654	Forró do Boteco do Chico - Recanto	Não	Sim	Não	Não
376126	7783673	Praia do Boteco do Chico	Sim	Não	Não	Não
376155	7783700	Pousada Canto da Lua	Não	Sim	Não	Não
376158	7783704	Bar da Pousada Canto da Lua	Não	Sim	Não	Não
376201	7783829	Pousada Candeias	Não	Sim	Não	Não
376339	7784005	Padaria Bruna	Não	Sim	Não	Não
376356	7784010	Bar Maresia	Não	Sim	Não	Não
376337	7784034	Condomínio Vila Tombo	Não	Não	Não	Sim
376496	7783901	Praia Grande Hotel	Não	Sim	Não	Não
376503	7784031	Marimar Bar e Restaurante	Não	Sim	Não	Não
376854	7783988	Pousada dos Veleiros	Não	Sim	Não	Não
377063	7783963	Recanto das Castanheiras Bar e Restaurante	Não	Sim	Não	Não
376931	7783957	APA Costa das Algas	Sim	Não	Não	Não
376917	7783955	Praia Grande	Sim	Não	Não	Não
376685	7783952	Pousada Mar e Mar	Não	Sim	Não	Não
377625	7784091	Condomínio Casas para Alugar	Não	Sim	Não	Não
378699	7784567	Pousada Terra Mar	Não	Sim	Não	Não

Ponto X	Ponto Y	Nome	Atrativo	Equipamento	Evento	Outro
378739	7784656	Condomínio Guruçá	Não	Sim	Não	Não
378805	7784729	Praia Enseada das Garças	Sim	Não	Não	Não
378772	7784852	Camping Roxinol	Não	Sim	Não	Não
378772	7784852	Fundação Ecossistema	Não	Não	Não	Sim
378805	7785027	APA Costa das Algas	Sim	Não	Não	Não
378735	7785088	Núcleo de Estudos Marinhos Oceanográficos (NEMO)	Não	Não	Não	Sim
378634	7785605	Bar e Restaurante KM31	Não	Sim	Não	Não
378710	7785706	Praia Costa Azul	Sim	Não	Não	Não
379190	7786765	Refúgio da Vida Silvestre de Santa Cruz	Sim	Não	Não	Não
379198	7786797	Mirante do Rio Preto	Não	Sim	Não	Não
379134	7786736	Praia do Rio Preto	Sim	Não	Não	Não
379142	7786742	Trailer Pomeranos	Não	Sim	Não	Não
378999	7786659	Ponto Final Ônibus 854	Não	Não	Não	Sim
378619	7785747	Ideal Festas	Não	Não	Não	Sim
375795	7783240	Cluber Bar Mineirão	Não	Sim	Não	Não
375680	7782991	Mar Azul Kiosque	Não	Sim	Não	Não
375656	7782946	Bar Loureiro	Não	Sim	Não	Não
375513	7782544	Bar de Esquina - Sem Nome	Não	Sim	Não	Não
375503	7782521	Quiosque Amarelo - Sem Nome	Não	Sim	Não	Não
375459	7782292	Condomínio Mineiro - Aluguel de Casas	Não	Sim	Não	Não
375280	7781959	Mirante sobre o Rio Reis Magos	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 Á PESQUISA E AO DESENVOLVIMENTO JONES DOS SANTOS NEVES – IJSN. [www.ijsn.es.gov.br]. Acesso em: 08 Julho, 2011.
- 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	5
2	DESDOBRAMENTO DA FUNÇÃO QUALIDADE - QFD	5
2.1	CONCEITUAÇÃO DO QFD.....	5
2.1.1	<i>Matriz da Qualidade ou Casa da Qualidade</i>	6
2.1.2	<i>Etapas do QFD</i>	7
2.2	APLICAÇÕES DO QFD EM SERVIÇOS.....	9
2.3	CONSIDERAÇÕES PARA APLICAÇÃO DA METODOLOGIA QFD NO CASO EM ESTUDO.....	9
3	DIAGNÓSTICO DO MUNÍCIO DE SERRA	10
3.1	IGREJA E RESIDÊNCIA DE REIS MAGOS.....	10
3.2	PRAIA DE NOVA ALMEIDA.....	15
3.3	PRAIA DE MANGUINHOS.....	19
3.4	PRAIA DE JACARAÍPE.....	23
3.5	CASA DO CONGO MESTRE ANTÔNIO ROSA.....	26
3.6	CLUBE CAPIXABA DE GOLFE.....	29
4	RESULTADO QFD MUNICÍPIO DE SERRA	32
4.1	ÍTEM DA QUALIDADE DEMANDADA.....	32
4.2	MATRIZ DE CORRELAÇÃO.....	32
4.3	PRIORIZAÇÃO DOS ÍTEM DE CARACTERÍSTICA DA QUALIDADE.....	5
5	CONCLUSÃO: MUNICÍPIO DE SERRA	6
6	DIAGNÓSTICO DO MUNICÍPIO DE FUNDÃO	7
6.1	PRAIA GRANDE.....	8
6.2	PARQUE MUNICIPAL DO GOIAPABA-AÇU E ÁREA DE PROTEÇÃO AMBIENTAL – APA – ESTADUAL DO GOIAPABA-AÇÚ.....	14
6.3	CASA DA CULTURA DOUTOR MAURO MATTOS PEREIRA.....	17
6.4	RODOVIA ALCEU AGOSTINI GOTTARDI.....	20
7	RESULTADO QFD DO MUNICÍPIO DE FUNDÃO	23
7.1	ÍTEM DA QUALIDADE DEMANDADA.....	23
7.2	MATRIZ DE CORRELAÇÃO.....	23
7.3	PRIORIZAÇÃO DOS ÍTEM DE CARACTERÍSTICA DA QUALIDADE.....	38
8	CONCLUSÃO: MUNICÍPIO DE FUNDÃO	39
9	REFERÊNCIAS	40

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.

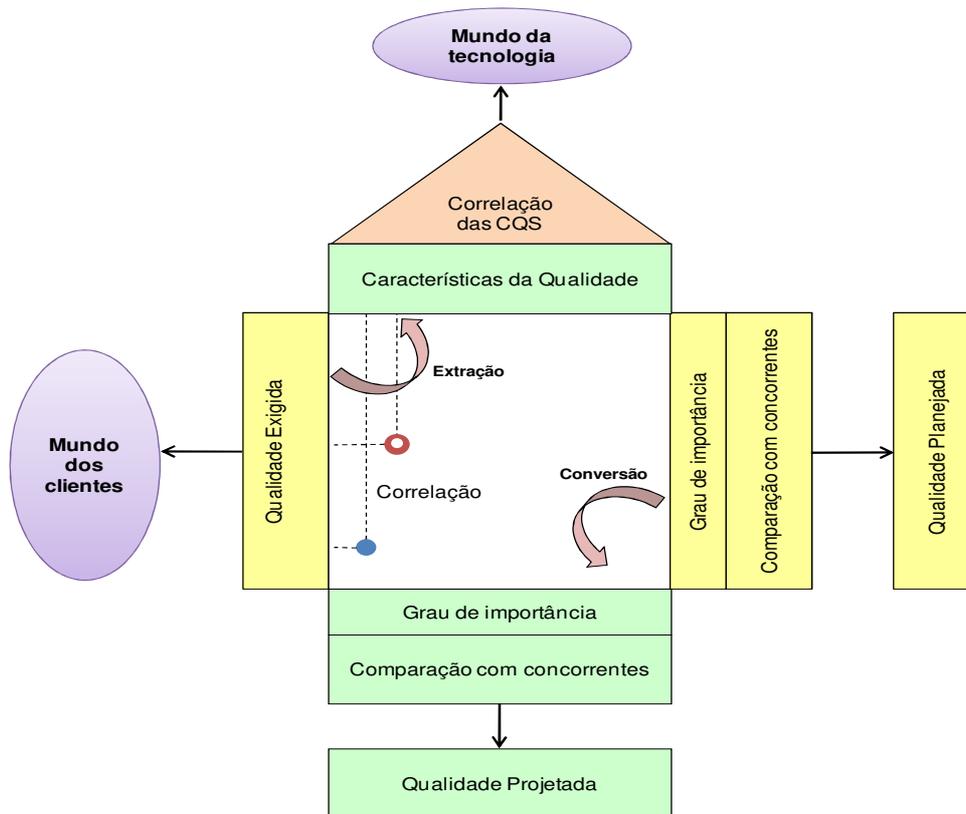


Figura 1 - Matriz da Qualidade

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 referem 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 MUNÍCIO DE SERRA

O presente diagnóstico aborda a mobilidade do turismo no município da Serra. Serra teve sua fundação na época das capitanias e é considerada um dos berços culturais do Espírito Santo, além de conter algumas das mais bonitas paisagens do Estado, Serra tem privilegiados mares, lagoas, serras e vales. (SETUR, 2013). O diagnóstico foi realizado nos atrativos de maior relevância do município, conforme sugestão da equipe de pesquisa e são os listados abaixo:

- Igreja e Residência de Reis Magos
- Praia de Nova Almeida
- Praia de Manguinhos
- Praia de Jacaraípe
- Casa do Congo Mestre Antônio Rosa
- Clube capixaba de Golfe

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 da Serra. 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 Igreja e Residência de Reis Magos

Localizada em Nova Almeida, a Igreja e Residência dos Reis Magos, Figura 2, reúne beleza natural e arquitetônica, sendo um dos locais mais visitados do Espírito Santo. A igreja situa-se em local estratégico, de onde se pode ver todo o entorno. Sua construção se deu com a ajuda dos índios tupiniquins. O nome do monumento é devido ao nome original da aldeia que também era chamada de Reis Magos (SETUR, 2013).



Figura 2 - Igreja Reis Magos

Pela Figura 3, observa-se o acesso de Nova Almeida por Fundão, onde foi percebido a placa de sinalização, indicando a direção a seguir para chegar a Nova Almeida, porém não foi observado placas de sinalização turística dos atrativos de Nova Almeida.



Figura 3 - Acesso à Nova Almeida sentido Fundão-Serra

Na Rodovia do sol, sentido Vitória-Serra, Figura 4, também foi observado a sinalização de Nova Almeida. Na Avenida Edvaldo Lima, que dá acesso a Igreja de Reis Magos, foi percebida a placa de sinalização turística do atrativo como mostrado na Figura 5.



Figura 4 - Acesso Nova Almeida sentido Vitória-Serra



Figura 5- Sinalização turística do atrativo - Avenida Edvaldo Lima

Na Rua Guilherme Becker, Figura 6, também percebeu-se a placa de sinalização turística do atrativo. Observando as imagens do Google Street View, pode-se observar que as ruas que dão acesso ao atrativo estão com pavimento aparentemente em boas condições, apenas na Rua José Arcanjo de Lima, Figura 7, foram observadas algumas patologias no pavimento.



Figura 6 - Sinalização turística do atrativo - Rua Guilherme Becker

Notou-se pela Figura 7, que as ruas que dão acesso ao atrativo possuem postes de iluminação pública aparentemente suficientes para os moradores, porém não foi observada a presença de sinalização horizontal, o que aparentemente não faz muita diferença para o trânsito local.



Figura 7 - Acesso à Igreja dos Reis Magos - Rua José Archanjo de Lima

Em relação ao quesito acessibilidade, foi observado acesso para cadeirantes, como pode ser visto na Figura 8, entretanto, não foi observado ciclovias para os ciclistas.

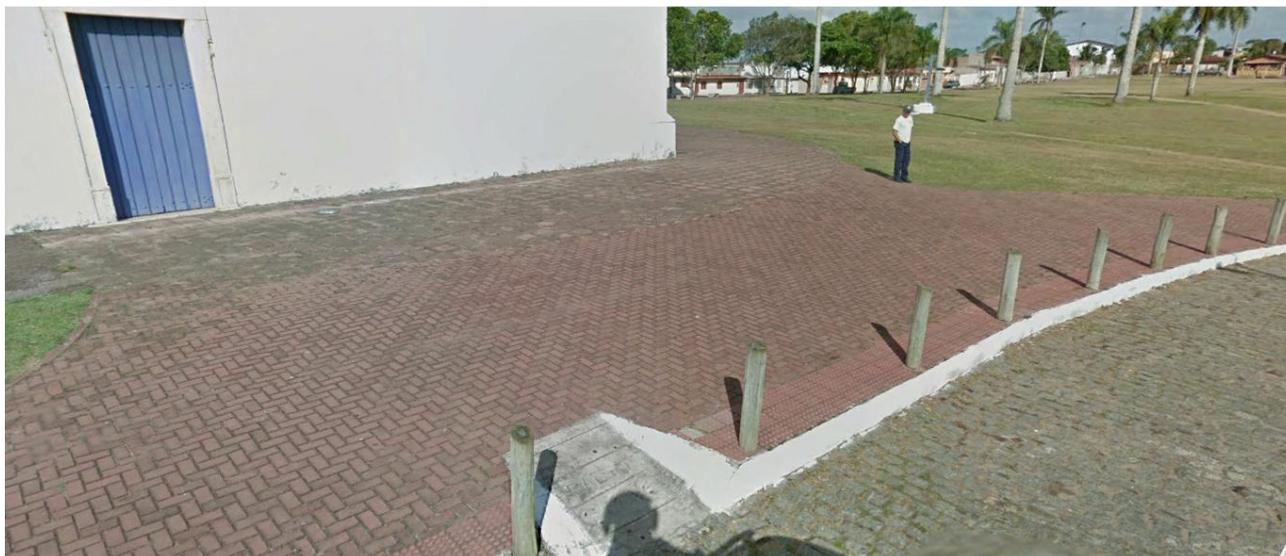


Figura 8 - Acesso para cadeirantes

Foi observado na Figura 9 e na Figura 10 vagas de estacionamento nas proximidades do atrativo, essas vagas são aparentemente suficientes para atender os turistas e população local. Na Rua Maria Pereira Pimentel, foi percebido placa de ônibus, entretanto não foi observado ponto de táxi nos arredores do atrativo.



Figura 9 - Estacionamento Igreja de Reis Magos



Figura 10 - Estacionamento Igreja Reis Magos

A Figura 11 é a vista aérea da Igreja de Reis Magos, onde observa-se os principais acessos ao atrativo turístico.



Figura 11 - Vista aérea da Igreja dos Reis Magos

3.2 Praia de Nova Almeida

Conhecida pelas águas calmas, onde os recifes formam piscinas naturais na maré baixa, a praia de Nova Almeida é bem requisitada pelos turistas (SETUR, 2013). Na Figura 12 observa-se a vista aérea da praia de Nova Almeida. Os principais acessos à Nova Almeida já foram tratados e mostrados na Figura 3 e na Figura 4.



Figura 12 - Vista aérea praia de Nova Almeida

Várias são as ruas que dão acesso à praia de Nova Almeida partindo da Avenida Edvaldo Lima, Figura 13, essas ruas apresentam características similares uma com as outras, por esse motivo optou-se por citar apenas o acesso pela Rua Arthur Ramos.



Figura 13 - Avenida Edvaldo Lima

Observando a Figura 14, notou-se que o pavimento de bloco intertravado da Rua Arthur Ramos aparentemente encontra-se em bom estado de conservação, porém não foi percebido calçadas cidadãs.



Figura 14 - Rua Arthur Ramos

Vale destacar a passarela de pedestres para acesso a orla, que demonstra preocupação e integração com as questões ambientais, no caso menor impacto sobre as áreas de restinga, conforme a Figura 15.

Na orla da praia de Nova Almeida, Figura 16, foi percebido o bom estado de conservação do pavimento de bloco intertravado, assim como uma ciclovia em bom estado de conservação.



Figura 15 - Passarela para pedestre

Notou-se também a sinalização horizontal e vertical visualmente suficientes para atender a população local e aos turistas.

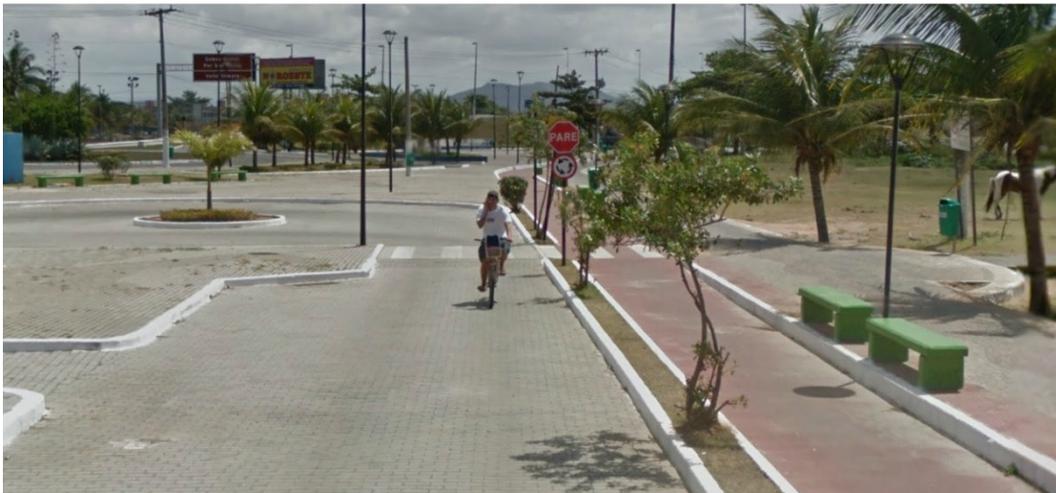


Figura 16 - Orla da praia de Nova Almeida - Avenida Nossa Senhora dos Navegantes

Em relação às vagas de estacionamento, foi percebido que a orla não possui vagas de estacionamento sinalizadas, entretanto, há algumas vagas na rua como mostrado na Figura 17.



Figura 17 - Orla da praia de Nova Almeida - Avenida Nossa Senhora dos Navegantes

Na avenida Edvaldo Lima, Figura 18, notou-se a presença de ponto de ônibus na avenida paralela a Orla, entretanto, não foi observado pontos de táxi.



Figura 18 - Avenida Edvaldo Lima

3.3 Praia de Manguinhos

Manguinhos é conhecido pelas suas belas praias de águas tranquilas, onde o local conserva as ruas não pavimentadas, proporcionando assim um ambiente rústico e favorável para o lazer das famílias de moradores e visitantes (MANGUINHOS, 2013). O acesso pela Rodovia do Sol à Manguinhos, tanto pelo sentido Vitória-Serra, como no sentido Serra-Vitória estão com o pavimento em bons estado de conservação e possuem sinalização da direção para chegar a Manguinhos, conforme Figura 19 e Figura 20.



Figura 19 - Acesso à Manguinhos sentido Vitória-Serra



Figura 20 - Acesso à Manguinhos sentido Serra-Vitória

O acesso à Manguinhos pela Rodovia do Sol, sentido Vitória-Serra, pode ser feito conforme a Figura 21, virando à direita e entrando na Avenida José Abel de Almeida. O pavimento dessa avenida encontra-se em bom estado de conservação conforme as imagens do Google Street View.

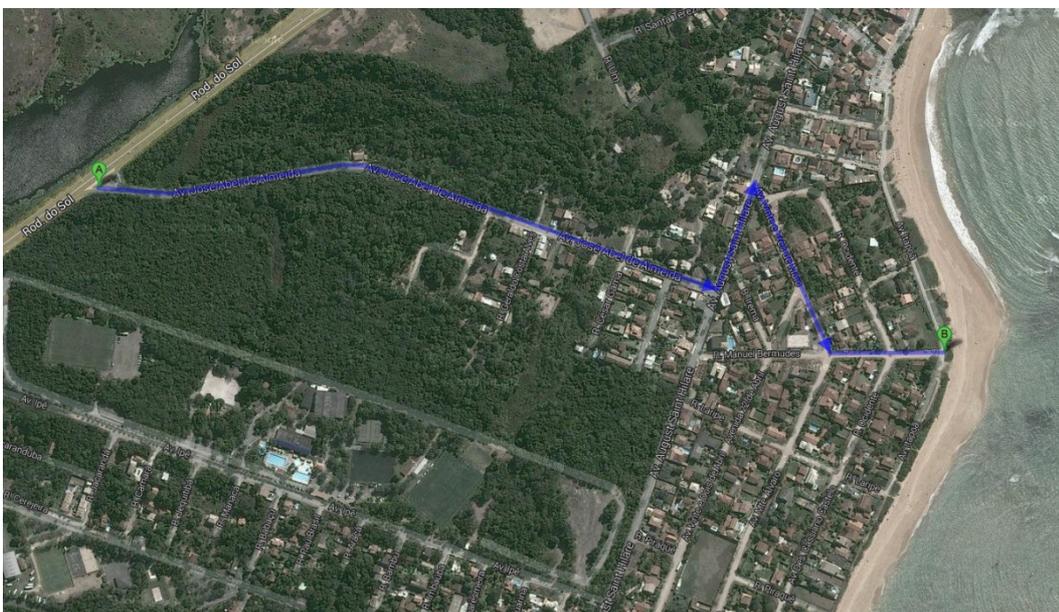


Figura 21 - Acesso à Manguinhos

Várias são as ruas de acessos para chegar à praia, essas ruas são em sua maioria não pavimentadas conforme a Rua Manuel Bermudes, Figura 22.



Figura 22 - Rua Manuel Bermudes

O acesso à Manguinhos pela Rodovia do Sol, sentido Serra-Vitória, pode ser feito segundo a Figura 23, virando à esquerda e entrando na Rua Ceciliano Abel de Almeida. O pavimento dessa rua encontra-se em bom estado de conservação conforme visualizado no Google Street View.

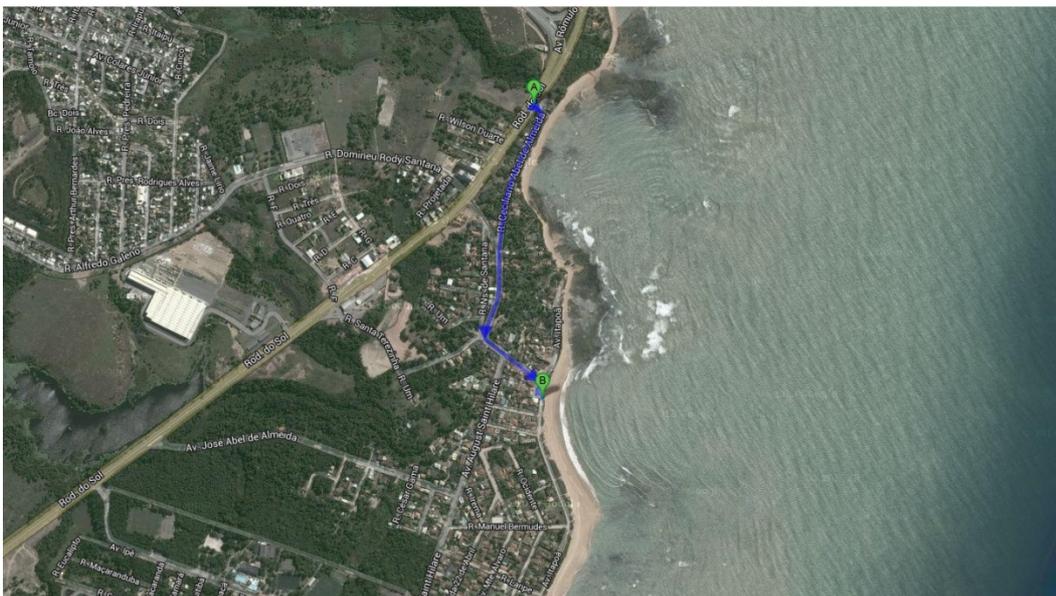


Figura 23 - Acesso à Manguinhos

Observando a Figura 24, pode-se observar que a orla de Manguinhos não possui ciclovia, apenas um calçadão.



Figura 24 - Orla de Manguinhos

Pela Figura 25, foi observado a placa de sinalização turística na Orla de Manguinhos.



Figura 25 - Sinalização turística na orla de manguinhos

Foi observado na Figura 26 vagas de estacionamento aparentemente suficientes na rua principal que dá acesso à praia, notou-se também postes de iluminação pública, entretanto não foi notado ciclovias para os ciclistas.



Figura 26 - Rua Ceciliano Abel de Almeida

Foi observado pela Figura 27, ponto de ônibus na Avenida August Saint Hilare, próxima à praia, porém não foi observado pontos de táxi.



Figura 27 - Avenida August Saint Hilare

3.4 Praia de Jacaraípe

É um dos mais famosos balneários da Serra, palco dos shows nacionais no verão. Também é sede de campeonatos de esportes na areia e de surfe. Conta com boa infraestrutura urbana e turística.

O acesso pela Rodovia do Sol à orla Jacaraípe no sentido Vitória-Fundão está com o pavimento asfáltico bem conservado, assim como possui sinalização indicando o sentido da orla, conforme mostrado na Figura 28.



Figura 28 - Rodovia do Sol

Vários são os acessos que ligam à orla de Jacaraípe, foram adotadas como premissa as imagens de acesso à Praia de Jacaraípe pela Rua Terezinha Crechi, Figura 29, onde percebeu-se que o pavimento asfáltico estava em bom estado de conservação.



Figura 29 - Rua Terezinha Crechi

Em algumas ruas de acesso à orla, as ruas não são pavimentadas, como mostrado na Figura 30 e na Figura 31. Observando a avenida Nossa Senhora dos Navegantes da orla de Jacaraípe, Figura 31 e Figura 32, foi visualizado que uma grande extensão da orla é pavimentada (aproximadamente 3Km) e em bom estado de conservação até o limite com a rua Guarani. No trecho final de aproximadamente 1,5 Km da orla não possui pavimentação. Na parte com pavimentação a orla possui ciclovias e estacionamentos aparentemente satisfatórios, calçadas acessíveis, porém não foi observado a presença de pontos de táxi.



Figura 30 - Trecho sem pavimentação



Figura 31 - Orla de Jacaraípe



Figura 32 - Orla de Jacaraípe

Foi observado a presença de pontos de ônibus na Rodovia do Sol, conforme mostrado na Figura 33. Não foi possível identificar um tratamento especial com relação a sinalização vertical e turística, com exceção de alguns trechos ao longo da rodovia ES-010 (rodovia do sol).

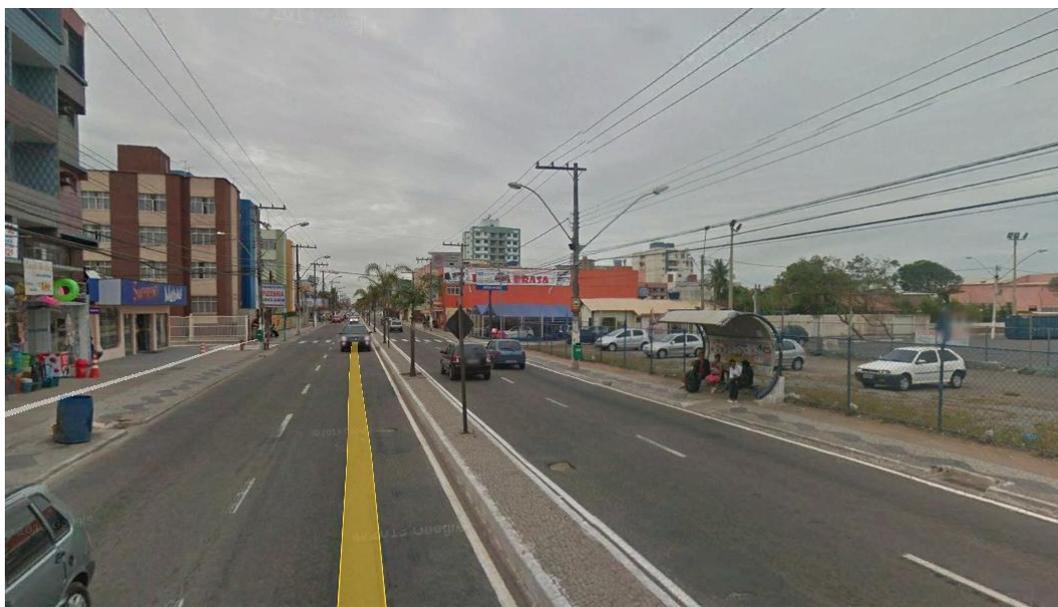


Figura 33 - Foto de ponto de ônibus na rodovia ES - 010 (rodovia do sol)

3.5 Casa do Congo Mestre Antônio Rosa

Fundada pela Secretaria de Turismo, Cultura, Esporte e Lazer da Serra, a Casa do Congo Mestre Antônio Rosa, Figura 35, é um espaço que existe devido a memória e cultura serrana, com o objetivo de ser um espaço que abriga exposições e um acervo histórico sobre o congo (TURISMOCAPIXABA, 2013).



Figura 34 - Casa do Congo

Pela Figura 35, pode-se observar os principais acessos ao atrativo, partindo da BR-101 no trecho da Serra sede.

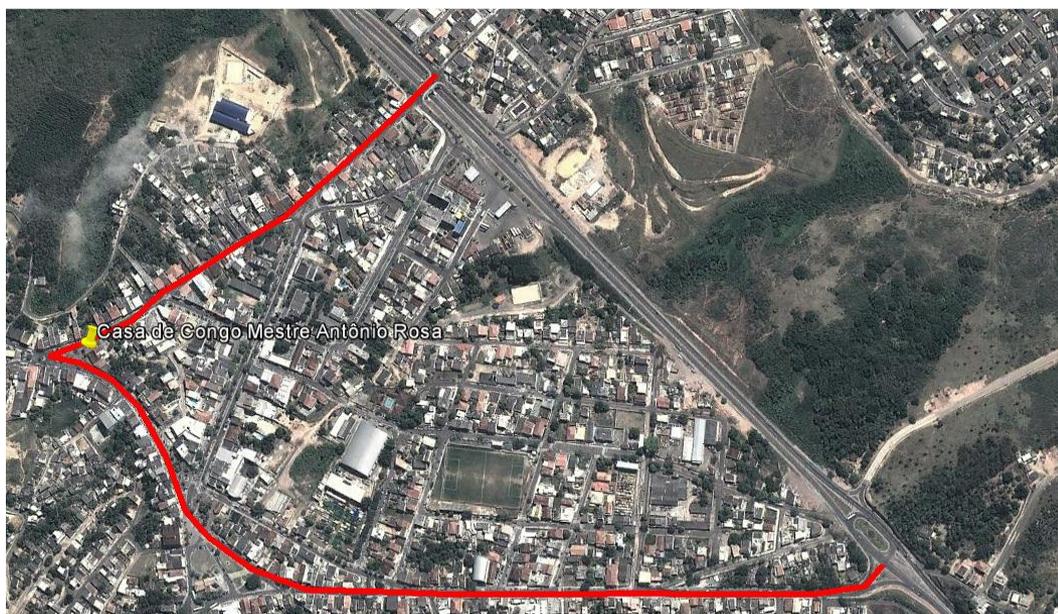


Figura 35 - Acessos principais ao atrativo partindo da BR-101 no trecho da Serra sede

De acordo com a Figura 38, foram observados vagas de estacionamento nas proximidades do atrativo, as vagas estão sinalizadas e aparentemente são suficientes para atender os usuários. Pela mesma figura foi observada a sinalização turística do atrativo. Em relação ao quesito acessibilidade pode-se notar na calçada do entorno imediato do atrativo há um tratamento com rampa de acesso e piso podotátil, conforme mostrado na Figura 36. No atrativo há uma pequena rampa de acesso conforme mostrado na Figura 37. Pelas imagens obtidas do Google Street View, não foi observado ciclovias no entorno do atrativo.

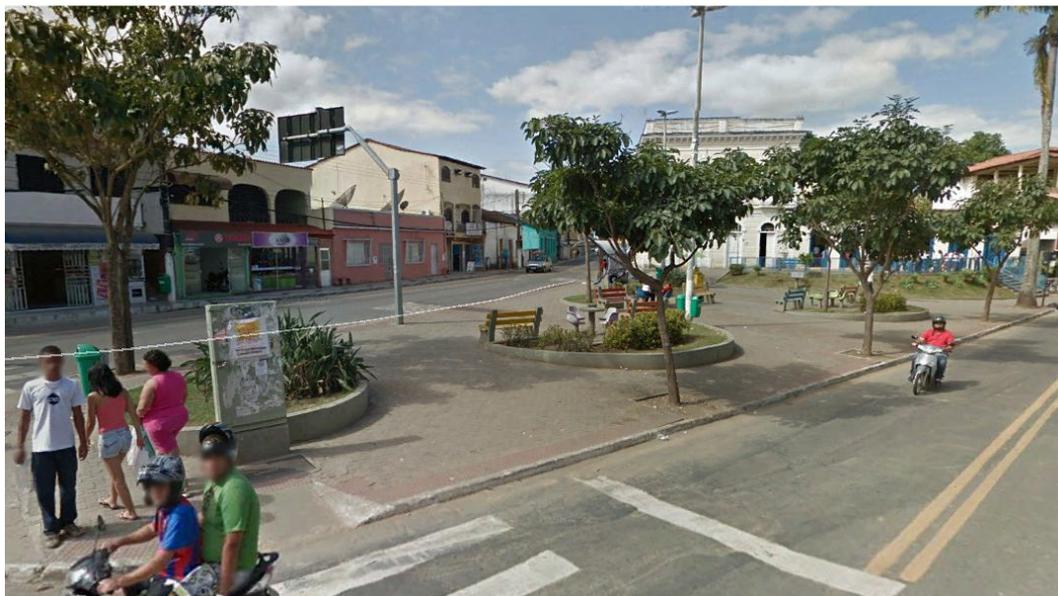


Figura 36 - Rampa de acesso para cadeirantes

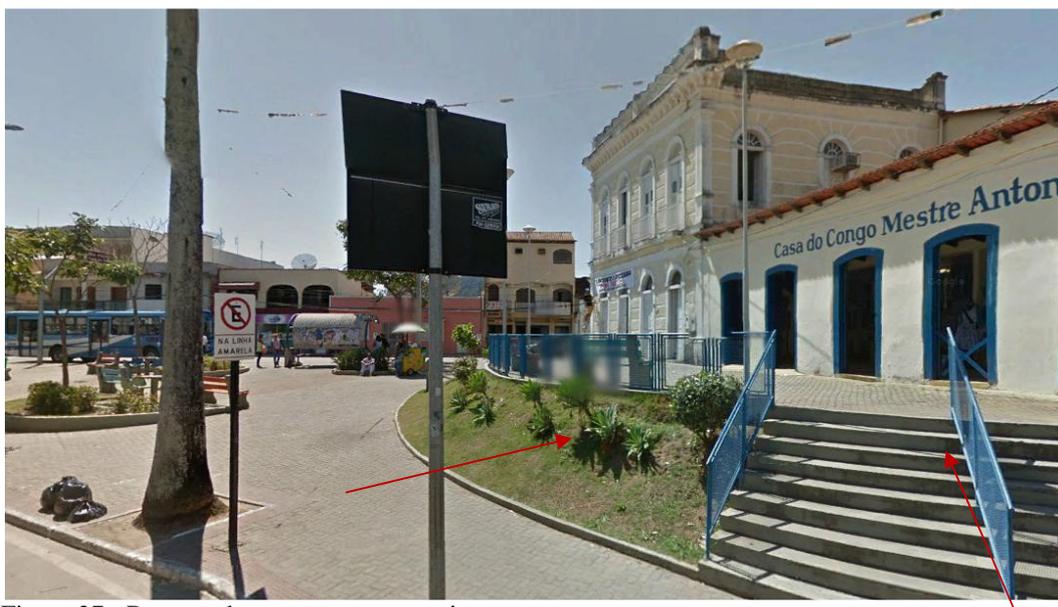


Figura 37 - Rampas de acesso para o atrativo

Pela Figura 38 e Figura 39, foram observados sinalização horizontal e vertical suficientes para atender a população local. A iluminação pública também é aparentemente satisfatória.



Figura 38 - Avenida Cassiano Castelo



Figura 39 - Avenida Cassiano Castelo

3.6 Clube Capixaba de Golfe

Localizado no norte do Monte Mestre Álvaro, o clube capixaba de Golfe foi inaugurado na década de 80. Na região existe uma parte da cobertura florestal que é típica da Mata Atlântica, além de uma grande variedade de espécies nativas e exóticas (GOLF, 2013).

Vale ressaltar que a área é de difícil acesso para quem não conhece a região, pois o acesso se dá por bairros da região da Serra sede onde não há sinalização do atrativo. Na

Figura 40, observa-se a entrada para o clube do Golfe.



Figura 40 - Entrada ao clube capixaba de Golfe

Com a Figura 41, observou-se a vista aérea do clube, o traço em azul indica até aonde o Google Street View possui imagens.



Figura 41 - Vista aérea do Clube Capixaba de Golf

Com base na Figura 44, foi observado que a pavimentação asfáltica encontra-se em bom estado de conservação, não foi observado ponto de táxi e nem ponto de ônibus nas proximidades, aparentemente devido o local não apresentar muitas moradias.

Não foi observado calçadas nas proximidades e nas principais vias de acesso, bem como não foi observado o acesso por ciclovias, como mostrado na Figura 42 e na Figura 43.



Figura 42 - Rua de acesso ao atrativo



Figura 43 - Rua de acesso ao atrativo

Após a entrada principal não foi possível ter acesso as dependências do atrativo. No entanto, observou-se que na entrada do clube a pavimentação asfáltica continua em bom estado de conservação, porém não foi possível identificar acesso para cadeirantes.

A sinalização do atrativo foi percebida apenas na Rua das Cravinas, Figura 44. Com relação ao quesito sinalização horizontal e vertical, não foi percebido nas proximidades aparentemente devido ao pouco tráfego de veículos na região.



Figura 44 - Rua das Cravinas

4 RESULTADO QFD MUNICÍPIO DE SERRA

4.1 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 2. 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 2 - Itens da qualidade demandada

ITENS DA QUALIDADE DEMANDADA	PESO	PRIORIZAÇÃO
Existência de acesso viário bem conservado	1,00	1º
Existência de pontos de ônibus nas proximidades do atrativo	0,33	2º
Existência de vagas de estacionamento	0,33	2º
Existência de sinalização indicativa do atrativo	0,25	3º
Existência de pontos de táxi nas proximidades do atrativo	0,20	4º
Existência de Ciclovias	0,20	4º
Acessibilidade à portadores de deficiência	0,20	4º

4.2 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 3.

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

1) Existência de acesso viário bem conservado

Foi indicada uma correlação forte com a característica da qualidade “Conservação de pavimento das ruas e estradas de acesso ao atrativo”, uma vez que algumas ruas que dão acesso aos atrativos possuem o pavimento apresentando patologias. Em relação a característica da qualidade “asfaltamento das vias de acesso ao atrativo” também foi considerado uma correlação forte, visto que em algumas ruas não foi observado pavimento, e em outras o pavimento estava em situação precária. 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 esses 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 para bicicletas, quando correlacionado com a “construção de ciclovias até ao atrativo”, foi considerada uma correlação mediana, pois dentro da realidade encontrada na época da elaboração deste estudo, o turismo capixaba não é realizado de forma intensiva por bicicletas, e em alguns pontos turísticos foi observado a presença de ciclovias. Quando correlacionado com a “melhoria de iluminação pública”, foi considerada uma correlação fraca, pois essa pouca influencia com a existência de ciclovias.

3) Existência de pontos de táxi nas proximidades do atrativo

Foi indicada uma correlação mediana, quando correlacionado com o “aumento de pontos de táxi nas proximidades do atrativo”, visto que não foi observado muitos pontos de táxi nas proximidades dos atrativos de Serra. Em relação à característica de qualidade “melhoria da iluminação pública no atrativo”, foi considerado uma correlação fraca, pois aparentemente a melhoria da iluminação pública no atrativo pouco influencia com a 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”, uma vez que a maioria dos atrativos analisados na Serra, aparentemente possui linhas de ônibus suficientes para atender aos visitantes e moradores do município, por isso a característica de qualidade “aumento de pontos de ônibus nas proximidades do atrativo” também foi avaliada como sendo uma correlação mediana.

5) Acessibilidade à portadores de deficiência

Não foi observado acessibilidade para cadeirantes em todos os atrativos turísticos da Serra, logo foi adotado uma correlação mediana para os itens: “aumento de oferta de transporte público para pessoas com necessidades especiais”, e “construção de calçadas cidadãs para pessoas com necessidades especiais”. O item “melhoria da conservação das calçadas no entorno do atrativo”, foi considerado uma correlação forte, pois a melhoria e conservação das calçadas geram benefícios para a população local e para os visitantes. Entretanto foi considerada uma correlação fraca o item “aumento de vaga de estacionamento para pessoas com necessidades especiais”, pois Serra aparentemente possui vagas de estacionamento nas proximidades dos atrativos que podem atender também aos cadeirantes.

6) Existência de vagas de estacionamento

Serra possui vagas de estacionamento, no entorno dos atrativos turísticos pesquisados, 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 item “aumento de vaga de estacionamento para ônibus de turismo”, pois dentro da realidade encontrada na época da elaboração deste estudo, o turismo capixaba não é realizado de forma intensiva por ônibus de turismo.

7) Existência de sinalização indicativa do atrativo

Na maioria dos atrativos turísticos da Serra foi observada a presença das placas turísticas e placas indicativas do atrativo no entorno do mesmo, portanto não é de grande importância investimento nesses itens, logo foi indicada uma correlação fraca para os seguintes itens da qualidade exigida: “aumento de placas específicas de turismo na cor marrom” e “aumento de placas indicativas do atrativo”. Para o item “melhoria da sinalização viária”, foi considerada uma correlação mediana devido a falta desse item em alguns atrativos.

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
Conservação de pavimento das ruas e estradas de acesso ao atrativo	9,0	27,3%	1º
Asfaltamento das vias de acesso ao atrativo	9,0	27,3%	1º
Melhoria da conservação das calçadas no entorno do atrativo	1,8	5,5%	2º
Melhoria da sinalização viária	1,8	5,3%	3º
Aumento de placas específicas de turismo na cor marrom	1,3	3,8%	4º
Aumento de placas indicativas do atrativo	1,3	3,8%	4º
Aumento de vaga de estacionamento para pessoas com necessidades especiais	1,2	3,6%	5º
Melhoria de iluminação nas vias de acesso ao atrativo	1,2	3,6%	5º
Aumento de linhas de ônibus para o atrativo	1,0	3,0%	6º
Aumento de pontos de ônibus nas proximidades do atrativo	1,0	3,0%	6º
Aumento de vaga de estacionamento para veículos	1,0	3,0%	6º
Aumento de pontos de táxi nas proximidades do atrativo	0,6	1,8%	7º
Aumento de oferta de transporte público para pessoas com necessidades especiais	0,6	1,8%	7º
Aumento de vaga de estacionamento para bicicletas	0,6	1,8%	7º
Construção de calçadas cidadãs para pessoas com necessidades especiais	0,6	1,8%	7º
Construção de ciclovias até o atrativo	0,6	1,8%	7º
Aumento de vaga de estacionamento para ônibus de turismo	0,3	1,0%	8º
Melhoria da iluminação pública no atrativo	0,2	0,6%	9º

Na Tabela 4, encontra-se as ordens de prioridades que devem ser investidas na mobilidade urbana para o município de Serra. Serão citadas as três primeiras prioridades para serem investidas no município:

1ª prioridade – Conservação de pavimento das ruas e estradas de acesso ao atrativo

Várias ruas de acesso aos atrativos turísticos da Serra possuem pavimentos apresentando patologias, logo é aconselhável investir na conservação do pavimento das ruas e estradas que dão acesso aos atrativos melhorando assim a segurança e o conforto dos visitantes e moradores do município.

2ª prioridade – Asfaltamento das vias de acesso ao atrativo

Foi observado principalmente em algumas praias do município que várias ruas não estão asfaltadas, logo investir no asfaltamento seria uma alternativa a mais para o conforto e segurança nos deslocamentos dos moradores locais e visitantes, assim como poderia aumentar a motivação de visitantes em ir aos atrativos. Por tal motivo essa característica da qualidade obteve o segundo lugar na priorização.

3ª prioridade – Melhoria da conservação das calçadas no entorno do atrativo

Algumas calçadas da Serra estão em situação precária, logo investir em uma melhoria e conservação das calçadas é essencial para um conforto dos moradores, turistas e cadeirantes, o que melhoraria também a aparência do acesso ao atrativo.

Essas são as três principais prioridades a serem investidas, seguidas dos itens “melhoria da sinalização viária” e “aumento de placas específicas de turismo na cor marrom”, entre outras indicadas na Tabela 4. 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 observado vagas de estacionamento no entorno dos atrativos aparentemente suficientes para atender aos moradores e visitantes. Quanto ao quesito sinalização turística, foi observado apenas em alguns atrativos analisados. A pavimentação em muitos dos atrativos estava em situações precária, e algumas ruas estavam sem pavimento. Foi observado pontos de ônibus e postes de iluminação pública nas proximidades dos atrativos, porém foi observado ciclovia apenas na praia de Jacaraípe e na praia de Nova Almeida.

Vale ressaltar, que conforme a ordem de priorização dos itens das características da qualidade, Tabela 4, obteve o primeiro lugar o item “conservação de pavimento das ruas e estradas de acesso ao atrativo” e em segundo lugar o item “asfaltamento das vias de acesso ao atrativo”. Algumas calçadas no entorno dos atrativos estavam precisando de reformas, por isso, o item “melhoria da conservação das calçadas no entorno do atrativo” obteve o terceiro lugar na ordem de priorização.

5 CONCLUSÃO: MUNICÍPIO DE SERRA

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 da Serra 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: “Conservação de pavimento das ruas e estradas de acesso ao atrativo”, é uma ação que deve ser tomada para um melhor conforto e segurança aos visitantes e moradores do município, visto que Serra possui várias ruas de acesso ao atrativo turístico que apresentam patologias em seu pavimento. Em último lugar na ordem de priorização das características da qualidade a ser investido no município de Serra, ficou o item “melhoria de iluminação pública no atrativo”, o que é coerente, pois a maioria dos atrativos funciona durante o dia, o que não influencia muito se o atrativo tem ou não iluminação pública.

6 DIAGNÓSTICO DO MUNICÍPIO DE FUNDÃO

O presente diagnóstico aborda a mobilidade do turismo no município de Fundão. Fundão é um município pertencente à Região Metropolitana da Grande Vitória. Localiza-se na região norte do estado do Espírito Santo e dista 53 km de Vitória. Sua sede se situa às margens do rio Reis Magos, conhecido também como rio Fundão devido à sua profundidade. Dessa nomenclatura surgiu o nome do município (PMF, 2013).

Fundão possui três distritos: Praia Grande, correspondendo à área urbana do litoral, Timbuí, que é a área urbana mais próxima da sede, e Irundi, uma denominação da área rural próxima à divisa com o município de Santa Teresa (PMF, 2013). O diagnóstico foi realizado nos atrativos de maior relevância do município, conforme sugestão da equipe de pesquisa e são os listados abaixo:

- Praia Grande
- Parque Municipal do Goiapaba-Açu e Área de Proteção Ambiental Estadual do Goiapaba-Açu
- Casa da Cultura Doutor Mauro Mattos Pereira
- Estrada que liga a Sede de Fundão à Praia Grande

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 Fundão. 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 Praia Grande

Com cerca de 5 km de extensão, Praia Grande é o principal balneário do município de Fundão e apresenta em sua orla inúmeras formações rochosas de arrecifes. Sendo uns dos principais pontos turísticos da região, oferece aos turistas e moradores diversos restaurantes, bares, quiosques e pousadas (PMF, 2013). Foram adotadas como premissa as imagens de acesso à Praia Grande pela Rodovia Presidente Tancredo de Almeida Neves em ambos os sentidos, Avenida Atlântica, Rua Mucurici, Rua Nossa Senhora das Graças e Rua Porto Alegre.

A Figura 45 mostra o Litoral de Praia Grande em sua totalidade por meio de uma imagem de vista aérea. Devido a sua extensão, há várias ruas de acesso que ligam a Rodovia à praia. Com isso, apenas algumas dessas ruas foram analisadas para servirem de amostragem.



Figura 45 – Vista aérea da orla de Praia Grande

A Figura 46 mostra a entrada de Praia Grande pela Ponte Flodoaldo Borges Miguel, que liga o município da Serra a Fundão. Este trecho se encontra com pavimento asfáltico bem conservado, é bem sinalizado horizontalmente e verticalmente e possui calçamento para travessia de pedestres bem conservado. Não há ciclovias.



Figura 46 - Acesso Praia Grande – Rodovia Sentido Norte

A Figura 47 mostra o início da Rodovia Presidente Tancredo de Almeida Neves, após a passagem da ponte. Nota-se o pavimento asfáltico bem conservado e a presença de calçada, embora não seja calçada com acessibilidade para deficientes físicos.



Figura 47 - Acesso Praia Grande - Rodovia Sentido Norte

Na Figura 48 notou-se a presença de ponto de ônibus sinalizado verticalmente.



Figura 48 - Acesso Praia Grande Sentido Norte

Foi possível observar na Figura 49 a existência de sinalização horizontal e uma placa de sinalização de atrativo turístico na Rodovia no sentido norte. Ao longo de toda a rodovia nota-se a existência de postes que provavelmente garantem a boa iluminação pública.



Figura 49 - Acesso Praia Grande Sentido Norte

A Figura 50 mostra o acesso à praia por meio da rua Mucurici. Tal rua não possui pavimentação nem calçadas.



Figura 50 - Acesso Praia Grande - Rua Mucurici

O acesso pela Rua Nossa Senhora das Graças é visto na Figura 51. É possível notar a pavimentação de blocos de concreto intertravado em bom estado de conservação e uma placa que indica a proibição do trânsito de caminhões e ônibus na orla da praia.



Figura 51 - Acesso Praia Grande - Rua Nossa Senhora das Graças

De acordo com a Figura 52 no acesso à praia pela Rua Porto Alegre notou-se que não há pavimentação. Existe calçada, embora não seja calçada cidadã. Há também espaço para estacionamento de carros e iluminação pública



Figura 52- Acesso Praia Grande - Rua Porto Alegre

A Figura 53 e a Figura 54 mostram trechos diferentes da orla da praia. É possível notar que não há pavimentação no solo, e calçadas só existem em alguns trechos. Também não há acessibilidade aos portadores de deficiência. Não há um estacionamento oficial para carros nem para bicicletas, entretanto, há espaços que podem ser usados para tal. Ao longo de toda praia há postes que provavelmente garantem a boa iluminação pública. Como mostrado na Figura 51, não há trânsito de ônibus na orla, portanto, não há pontos de ônibus neste local. Não foram localizados pontos de táxi nem a existência de ciclovias.



Figura 53 – Avenida Atlântica Sentido Norte



Figura 54 - Avenida Atlântica Sentido Norte

A Figura 55 e a Figura 56 mostram o acesso ao atrativo por meio da Rodovia Presidente Tancredo de Almeida Neves no sentido sul. Assim como no sentido norte, também existe sinalização horizontal e vertical conservada, além de ser observada a presença de um medidor de velocidade.



Figura 55 - Acesso Praia Grande S. Sul



Figura 56 - Acesso Praia Grande Sentido Sul

6.2 Parque Municipal do Goiapaba-Açu e Área de Proteção Ambiental – APA – Estadual do Goiapaba-Açú

O parque é composto por uma elevação granítica de mais de 800 metros de altitude e está localizado no Distrito de Irundi. Dentro do parque se encontra o pico do Goiapaba-Açu e no entorno do parque se localiza a Área de Proteção Ambiental Estadual do Goiapaba-Açu que conta também com trilhas, restaurantes e mirante (PMF, 2013). Foram adotadas como premissa as imagens de acesso ao atrativo pela Rodovia Josil Espíndula Agostini em ambos os sentidos.

Na Figura 57 e na Figura 58 nota-se a existência de pavimentação asfáltica e sinalização vertical bem conservadas. A sinalização horizontal encontra-se inexistente assim como a iluminação pública. Na Figura 58 também é possível localizar um ponto de ônibus e seu abrigo.



Figura 57 - Acesso Goiapaba-Açu Sentido Oeste



Figura 58 - Acesso Goiapaba-Açu Sentido Oeste

A Figura 59 e a Figura 60 mostram a placa indicativa da entrada para o Parque. Lê-se na placa que é preciso percorrer 6,5 quilômetros para chegar ao Parque. O Google Street View possui imagens apenas até a entrada mostrada na Figura 59, portanto, não é possível notar se há estacionamento e acessibilidade a portadores de deficiência na entrada do atrativo.



Figura 59 - Acesso Goiapaba-Açu Sentido Oeste



Figura 60 - Placa

Na Figura 61 e na Figura 62 é mostrado o acesso pela Rodovia no sentido Leste. Nota se pavimentação asfáltica em bom estado de conservação, entretanto não é visto iluminação pública nem sinalização. Ao longo dos trechos mostrados não são observados pontos de táxi, que pode ser entendido, por se tratar de uma região rural.



Figura 61 - Acesso Goiapaba-Açu Sentido Leste



Figura 62 - Acesso Goiapaba-Açu Sentido Leste

O atrativo está localizado em um trecho rural de Fundão A imagem aérea vista na Figura 63 indica a entrada feita na Rodovia para chegar ao atrativo. Nota-se que não há pavimentação nessa estrada, mas não é possível analisar a qualidade da estrada, a presença de iluminação pública nem de sinalização.

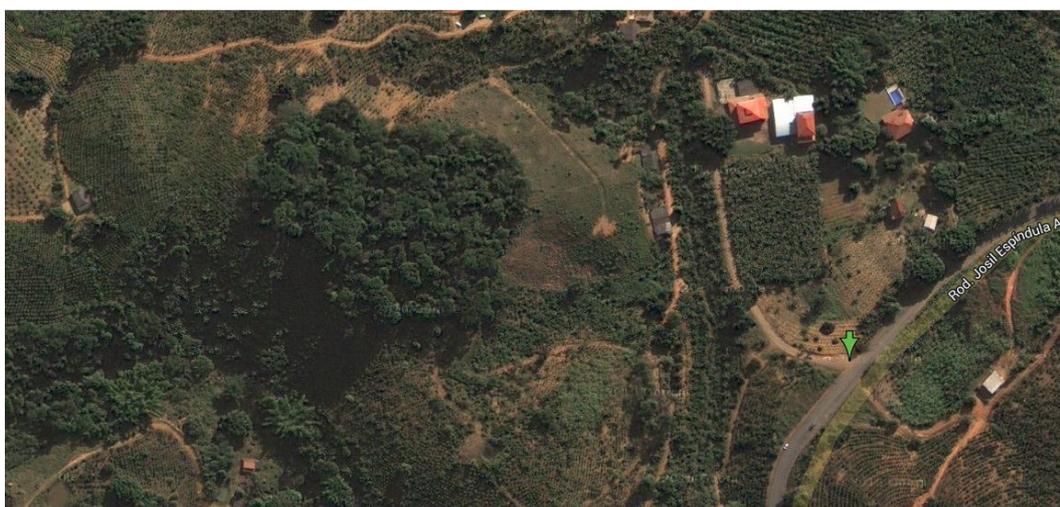


Figura 63 - Acesso Goiapaba-Açu

6.3 Casa da Cultura Doutor Mauro Mattos Pereira

Sobrado do fim do século XIX, característico do ciclo do café, a Casa da Cultura Doutor Mauro Mattos Pereira, abriga peças de mobiliários doadas por famílias locais além de peças que remetem as manifestações culturais do município, como por exemplo, o congo (PMF, 2013). Foram adotadas como premissa as imagens de acesso ao atrativo pela BR-101 em ambos os sentidos.

A Figura 64 mostra a entrada da sede de Fundação pela BR-101 no sentido norte. Foi observado que há pavimento asfáltico, sinalização horizontal e vertical, iluminação pública e calçadas, todos em bom estado de conservação.



Figura 64 - Acesso Casa da Cultura Sentido Norte - BR 101

Na Figura 65 é possível ver a Casa de Cultura. Foi observada a existência de placa de atrativo turístico no local no sentido norte. A acessibilidade a deficientes não foi verificada, uma vez que não foram observadas calçadas cidadãs nem rampas de acesso no atrativo e no seu entorno. Não há estacionamento próprio, mas há espaço para tal em suas proximidades.



Figura 65 - Acesso Casa da Cultura Sentido Norte - BR 101

A Figura 66 mostra o acesso à Casa da Cultura no sentido sul. Observou-se a existência de sinalização horizontal e vertical em estado médio de conservação.



Figura 66 - Acesso Casa da Cultura Sentido Sul - BR 101

De acordo com a Figura 67 foi possível notar a existência de placa de atrativo turístico também no sentido sul. Não foi observado a existência de pontos de táxi no entorno do atrativo, entretanto, notou-se a presença de ponto de ônibus a menos de 100 metros da Casa da Cultura, na Rua Presidente Getúlio Vargas, paralela à Rodovia, como pode ser visto na Figura 68.



Figura 67 - Acesso Casa da Cultura Sentido Sul - BR 101



Figura 68 - Ponto de Ônibus

A Figura 69 mostra a o trajeto percorrido a pé entre a Casa da cultura (A) e o ponto de ônibus (B).

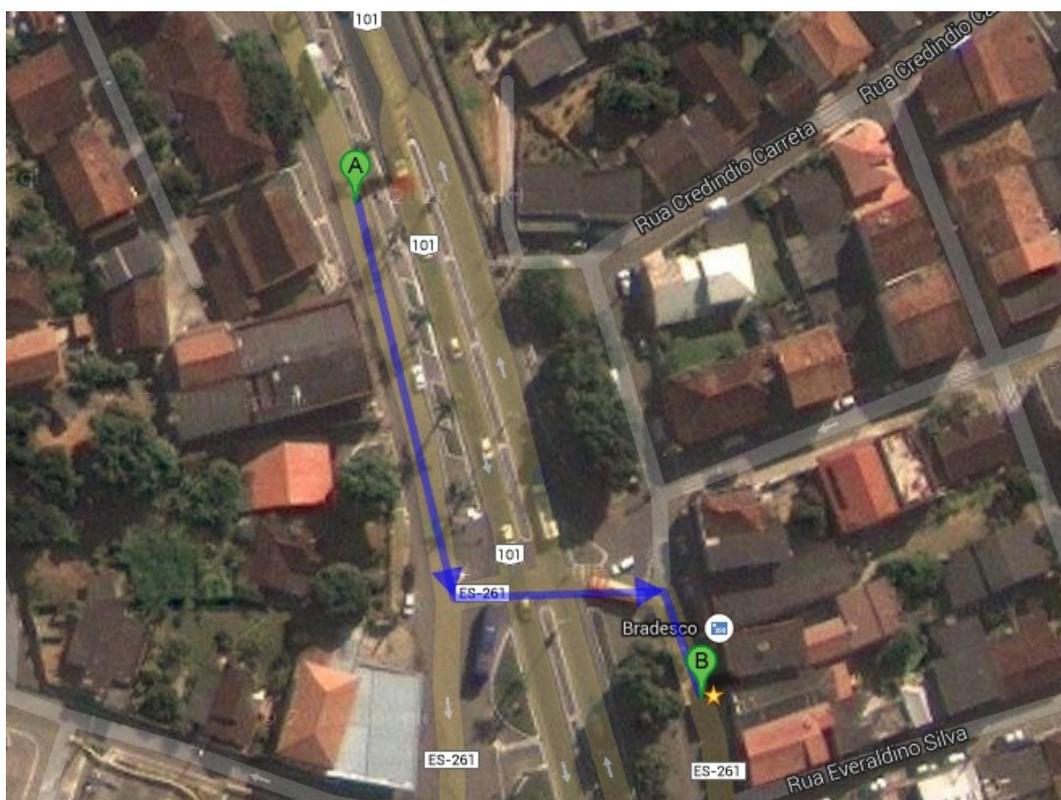


Figura 69 - Ponto de ônibus vista aérea

6.4 Rodovia Alceu Agostini Gottardi

De acordo com a Lei Nº.453/2005, denomina-se Rodovia Alceu Agostini Gottardi o trecho da ES 261/124 que liga Fundão a Piranema e Piranema a Praia Grande. Tal estrada liga, portanto, a Sede de Fundão até

Praia Grande com aproximadamente 38 quilômetros de extensão. Foram adotadas como premissa as imagens de alguns trechos da rodovia para realização do diagnóstico.

A Figura 70 mostra todo o trecho da rodovia analisado, onde no ponto A está localizada a sede de Fundão e no ponto B Praia Grande.

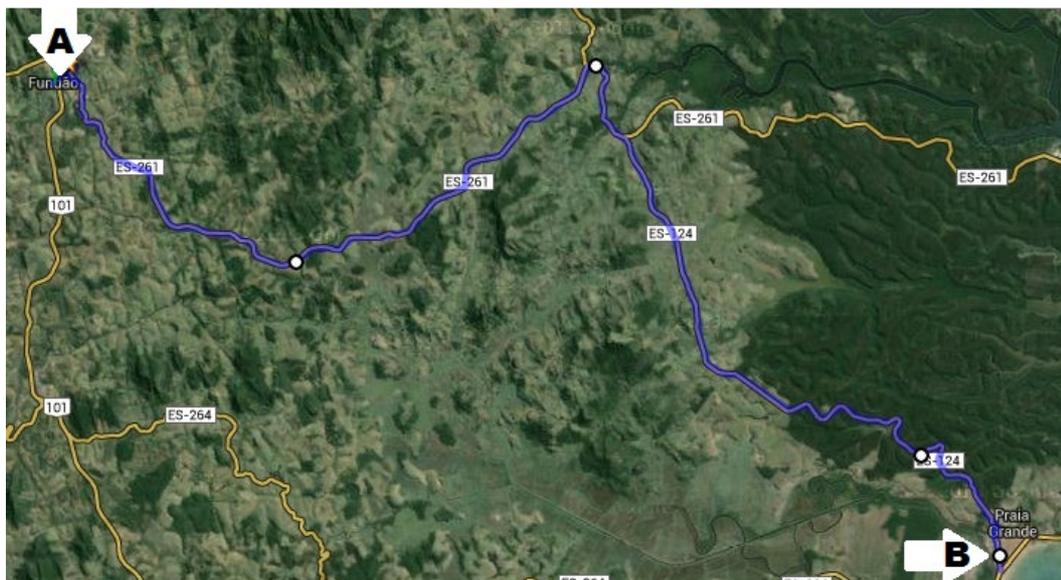


Figura 70 - Rodovia Alceu Agostini Gottardi - Vista aérea

A Figura 71 e a Figura 72 retratam a rodovia em um perímetro rural. Foi observada a existência de sinalização horizontal em bom estado de conservação, assim como sinalização vertical. O trecho possui pavimentação asfáltica também bem conservada. Não foi notada a existência de iluminação pública.



Figura 71 - Rodovia Alceu Agostini Gottardi Sentido Praia Grande



Figura 72 - Rodovia Alceu Agostini Gottardi Sentido Praia Grande

Na Figura 73 há a chegada à Praia Grande. Inicia-se o perímetro urbano e foi observada a existência de sinalização vertical e horizontal medianamente conservada, iluminação pública e pavimentação do tipo asfalto em bom estado de conservação.



Figura 73 - Rodovia Alceu Agostini Gottardi Sentido Praia Grande

Na Figura 74 percebeu-se a mudança do tipo de pavimentação na rodovia. O pavimento visto é do tipo blocos de concreto intertravados e encontra-se em bom estado de conservação. Foi observado também a existência de postes que garantem a boa iluminação pública e de pontos de ônibus. Em todo trecho

percorrido não foi observado a existência de pontos de táxi. Não foram considerados para diagnóstico os quesitos estacionamento nem acessibilidade para deficientes, visto que o atrativo em questão se trata de uma rodovia.



Figura 74 - Rodovia Alceu Agostini Gottardi Sentido Praia Grande

7 RESULTADO QFD DO MUNICÍPIO DE FUNDÃO

7.1 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 Fundão 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 à portadores de deficiência, 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	1,00	1º
Existência de pontos de táxi nas proximidades do atrativo	0,33	2º
Existência de vagas de estacionamento	0,33	2º
Existência de sinalização indicativa do atrativo	0,25	3º
Acessibilidade à portadores de deficiência	0,20	4º
Existência de Ciclovias	0,20	4º
Existência de pontos de ônibus nas proximidades do atrativo	0,20	4º

7.2 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 6.

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” uma vez que é um item importante. O “asfaltamento das vias de acesso ao atrativo” é carente em alguns dos atrativos citados e é requerido em menor proporção, entretanto, se faz necessário no atrativo mais significativo que corresponde à Praia Grande, sendo assim, possui correlação moderada. A “melhoria de iluminação nas vias de acesso ao atrativo”, “aumento de placas específicas de turismo” e “aumento de placas indicativas do atrativo” foram considerados medianos para o município, pois já existem em alguns atrativos, mas precisam ser melhorados em todos para a existência de um acesso viário bem conservado. A “melhoria da sinalização viária” foi considerada com correlação fraca, pois já é considerada suficiente na maioria dos trechos.

2) Existência de ciclovias

A existência de ciclovias correlacionou-se fortemente com o “aumento de vagas de estacionamento para bicicletas” e com “construção de ciclovias até o atrativo”, pois não há nenhum desses itens nos acessos. Houve uma correlação moderada com a “melhoria de iluminação nas vias de acesso ao atrativo”, pois nos locais em que as ciclovias seriam mais requisitadas já existe iluminação, entretanto, pode ser melhorada.

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 no campo da mobilidade.

4) Existência de pontos de ônibus nas proximidades do atrativo

A existência de pontos de ônibus nas proximidades do atrativo obteve forte correlação com 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”, a “melhoria da conservação das calçadas no entorno do atrativo” 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.

6) Existência de vagas de estacionamento

Nos atrativos listados de Fundão, não foram notados estacionamentos para ônibus de turismo e este é um quesito importante para o turismo da região, por isso, o “aumento de vaga de estacionamento para ônibus de

turismo” obteve forte grau de correlação. O “aumento de vagas de estacionamento para veículos” obteve correlação moderada, pois, onde foi possível observar, havia espaço para estacionamento, entretanto, não havia demarcação indicativa. O “aumento de vagas de estacionamento para pessoas com necessidades especiais” obteve correlação moderada porque apesar de não terem sido notadas tais tipos de vagas, julga-se que o público para elas é pequeno comparado com os demais.

7) Existência de sinalização indicativa do atrativo

Foi observado em alguns atrativos a existência de sinalização indicativa e sinalização específica de turismo na cor marrom, entretanto, não foram em todos. Por ser considerado de grande relevância, o “aumento de placas específicas de turismo na cor marrom” e “aumento de placas indicativas do atrativo” obtiveram correlação moderada. A “melhoria da sinalização viária” possui correlação moderada, pois possui a sinalização indicativa como uma de suas composições e por ser considerada, aparentemente, suficiente na maioria dos trechos.

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 Tabela 7 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
Conservação de pavimento das ruas e estradas de acesso ao atrativo	9,0	19,40%	1º
Aumento de placas específicas de turismo na cor marrom	3,8	8,10%	2º
Aumento de placas indicativas do atrativo	3,8	8,10%	2º
Melhoria de iluminação nas vias de acesso ao atrativo	3,6	7,80%	3º
Asfaltamento das vias de acesso ao atrativo	3,0	6,50%	4º
Aumento de pontos de taxi nas proximidades do atrativo	3,0	6,40%	5º
Aumento de vaga de estacionamento para ônibus de turismo	3,0	6,40%	5º
Aumento de vaga de estacionamento para pessoas com necessidades especiais	2,8	6,00%	6º
Aumento de linhas de ônibus para o atrativo	1,8	3,90%	7º
Aumento de oferta de transporte público para pessoas com necessidades especiais	1,8	3,90%	7º
Aumento de vaga de estacionamento para bicicletas	1,8	3,90%	7º
Melhoria da conservação das calçadas no entorno do atrativo	1,8	3,90%	7º
Construção de calçadas cidadãos para pessoas com necessidades especiais	1,8	3,90%	7º
Construção de ciclovias até o atrativo	1,8	3,90%	7º
Melhoria da sinalização viária	1,8	3,80%	8º
Aumento de vaga de estacionamento para veículos	1,0	2,10%	9º
Aumento de pontos de ônibus nas proximidades do atrativo	0,6	1,30%	10º
Melhoria da iluminação pública no atrativo	0,3	0,70%	11º

Na Tabela 7, encontram-se as ordens de prioridades que devem ser investidas na mobilidade urbana para o município de Fundão. Serão citadas as três primeiras do município:

1ª prioridade – Conservação de pavimento das ruas e estradas de acesso ao atrativo

Diante da análise geral do município, observou-se que a maior parte das vias de acesso aos atrativos mostrados possuem pavimentação em bom estado, entretanto, os dois atrativos com maior visitação (Goiapaba-Açu e Praia Grande) possuem vias não pavimentadas, sujeitas à maior degradação na exposição a intempéries. A conservação de pavimento das ruas e estradas de acesso ao atrativo poderia aumentar a motivação de visitantes em ir aos atrativos.

2ª prioridade – Aumento de placas específicas de turismo na cor marrom e aumento de placas indicativas do atrativo.

Nos atrativos pesquisados no município de Fundão não foram percebidas placas indicativas de modo suficiente nas proximidades de todos os atrativos, da mesma forma, placas específicas de turismo na cor marrom não foram observadas em todos os atrativos, levando tais características ao segundo lugar. A implantação de um maior número de placas poderia proporcionar um maior número de visitantes.

3ª prioridade – Melhoria de iluminação nas vias de acesso ao atrativo

Não foi observada a existência de iluminação pública nas vias de acesso de alguns atrativos, por tal motivo, tal característica obteve a terceira colocação na ordem de prioridades. A implantação de postes em trechos inexistentes e melhora da iluminação em trechos já existentes poderia proporcionar um maior número de visitantes à região.

Essas são as três principais prioridades a serem investidas, seguidas do asfaltamento das vias de acesso ao atrativo, aumento de vaga de estacionamento para ônibus de turismo, aumento de pontos de táxi nas proximidades do atrativo, entre outras indicadas na Tabela 7. Com o objetivo de melhorar a mobilidade urbana do município, junto à ordem de priorização devem ser levados em conta os recursos disponíveis, o processo orçamentário da prefeitura e a realidade de cada região do município.

Essa tabela de priorização foi elaborada baseada no município em geral, mas deve-se atentar para a viabilidade dos itens de acordo com cada região. Implantação de ciclovias no acesso ao Parque Municipal do Goiapaba-Açu, por exemplo, pode não ser necessária tratando-se de uma região rural de montanha, enquanto na região de Praia Grande atenderia a um público mais urbano de moradores e visitantes ciclistas.

O aumento de pontos de táxi também é um item válido a se considerar na priorização. Na tabela tal característica obtém o 5º lugar na visão geral do município mesmo não tendo sido observado nenhum ponto de táxi nas proximidades dos atrativos. Vale considerar, entretanto, os tipos de atrativos abordados. Na região rural, talvez, essa colocação fosse mais baixa, enquanto no Centro e na região de Praia Grande sua demanda é maior.

8 CONCLUSÃO: MUNICÍPIO DE FUNDÃO

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 Fundão 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: “conservação de pavimento das ruas e estradas de acesso ao atrativo”, “aumento de placas específicas de turismo na cor marrom”, “aumento de placas indicativas do atrativo” e “melhoria de iluminação nas vias de acesso ao atrativo”. Tais itens são de suma importância, pois são ações prioritárias para a melhora da logística e mobilidade do turismo, mas devem ser analisados de acordo com a demanda característica de cada atrativo juntamente com outros fatores pela prefeitura municipal para sua implantação.

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.

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.

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.

GOLFES. **Conheça o Clube**. Disponível em: <<http://www.golfes.com.br/o-clube/conheca-o-clube/conheca-o-clube.aspx>> Acesso em: 20 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.

MANGUINHOS. **Um Paraíso no Espírito Santo**. Disponível em: <<http://www.manguinhos.org.br/pg/3186/manguinhos>> Acesso em: 18 de outubro de 2013.

NUTEP – Núcleo de Estudos e Tecnologias em gestão Pública. **Administrando o Município.** Disponível em: <<http://nutep.ea.ufrgs.br/pesquisas/munis3.htm>>. Acesso em : 8 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.

SETUR – Secretaria de Turismo, Cultura, Esporte e Lazer. **Conheça a Serra - Serra.** Disponível em: <http://www.serra.es.gov.br/setur/conheca_a_serra> Acesso em: 15 de outubro de 2013.

SETUR – Secretaria de Turismo, Cultura, Esporte e Lazer. **Praias e Lagoas - Serra.** Disponível em: <http://www.serra.es.gov.br/setur/praias_e_lagoas> Acesso em: 9 de outubro de 2013.

SETUR – Secretaria de Turismo, Cultura, Esporte e Lazer. **Visitar a Igreja dos Reis Magos é uma boa opção - Serra.** Disponível em: <http://www.serra.es.gov.br/setur/praias_e_lagoas> Acesso em: 13 de outubro de 2013.

TURISMO CAPIXABA. Casa do Congo Mestre Antônio Rosa. Disponível em: <<http://www.turismocapixaba.com.br/casa-do-congo-mestre-antonio-rosa>> Acesso em: 15 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.

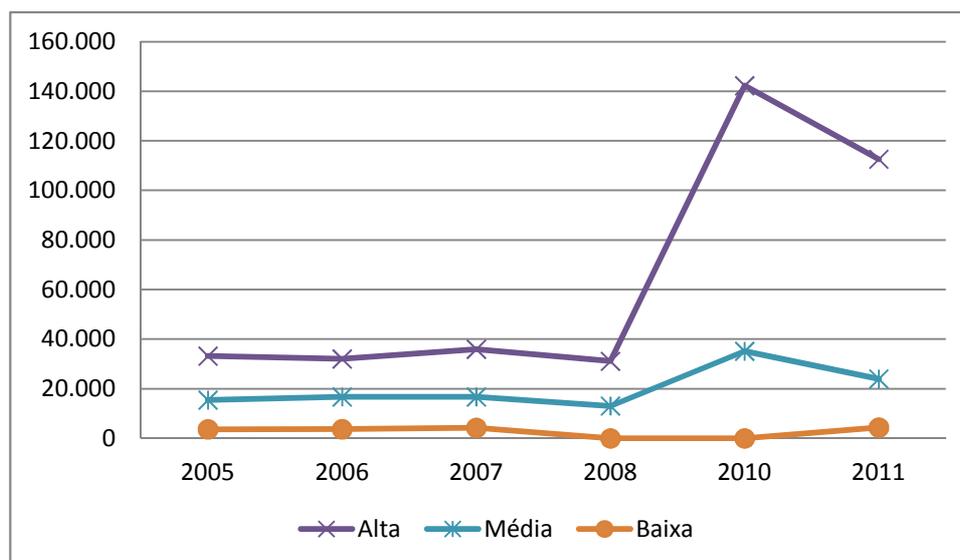


Gráfico 1 - Quantidade de pessoas que chegam pelo aeroporto por temporada

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.

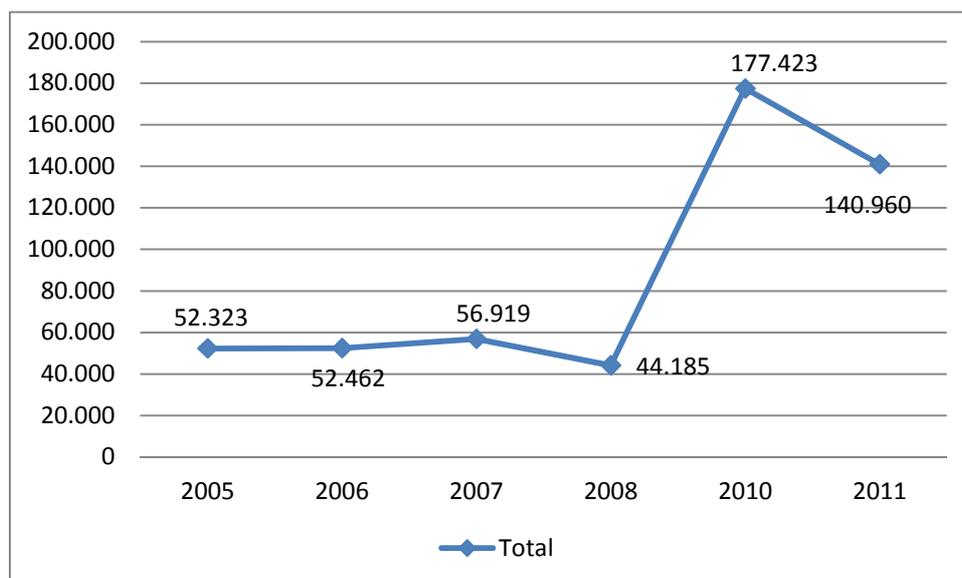


Gráfico 2 - Quantidade de pessoas que chegam pelo aeroporto por ano

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.

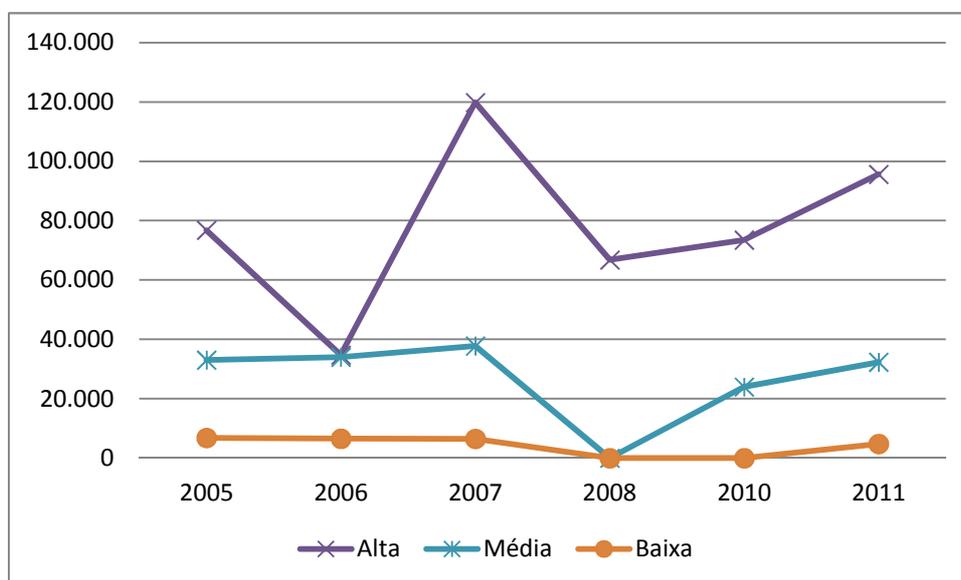


Gráfico 3 - Quantidade de pessoas que chegam pelas Rodoviárias por temporada

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.

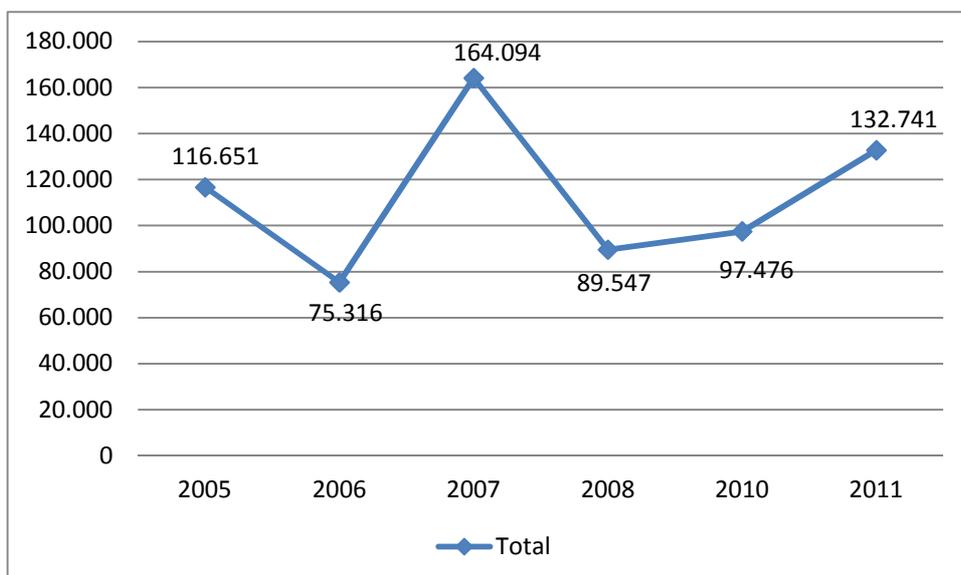


Gráfico 4 - Quantidade de pessoas que chegam pelas rodoviárias por ano

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.

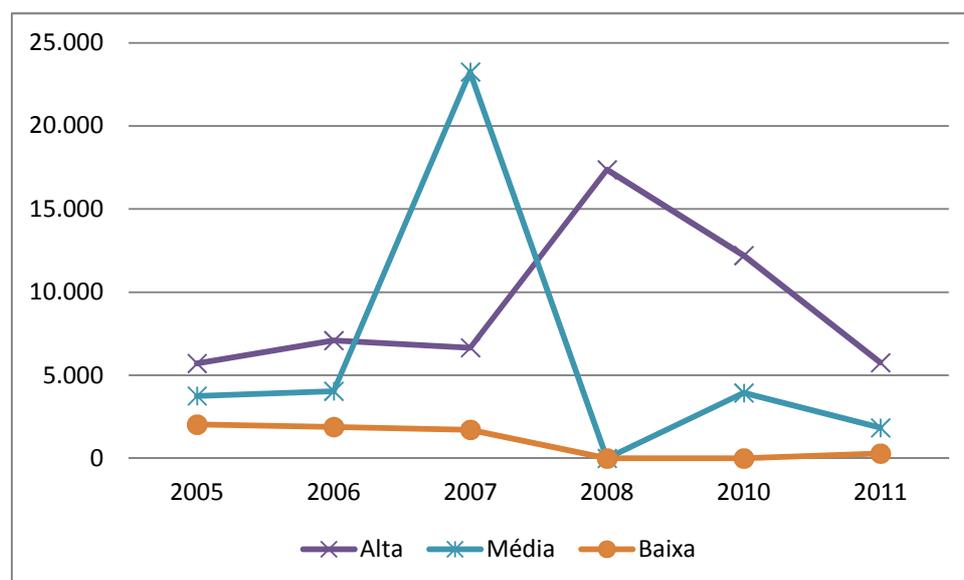


Gráfico 5 - Quantidade de pessoas que chegam pela estação ferroviária por temporada

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.

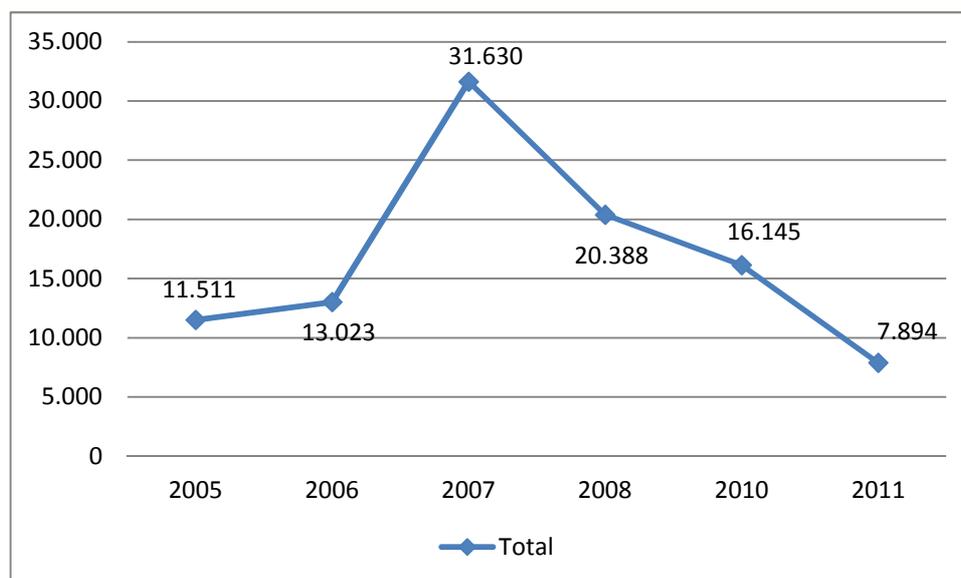


Gráfico 6 – Quantidade de pessoas que chegam pela estação ferroviária por ano

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.

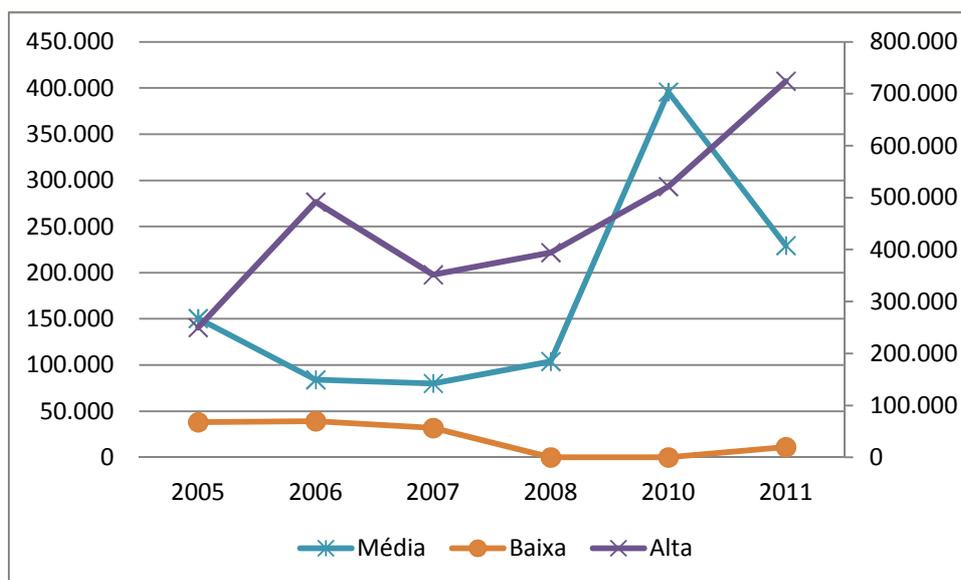


Gráfico 7 – Quantidade de pessoas que chegam pelas rodovias por temporada

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.

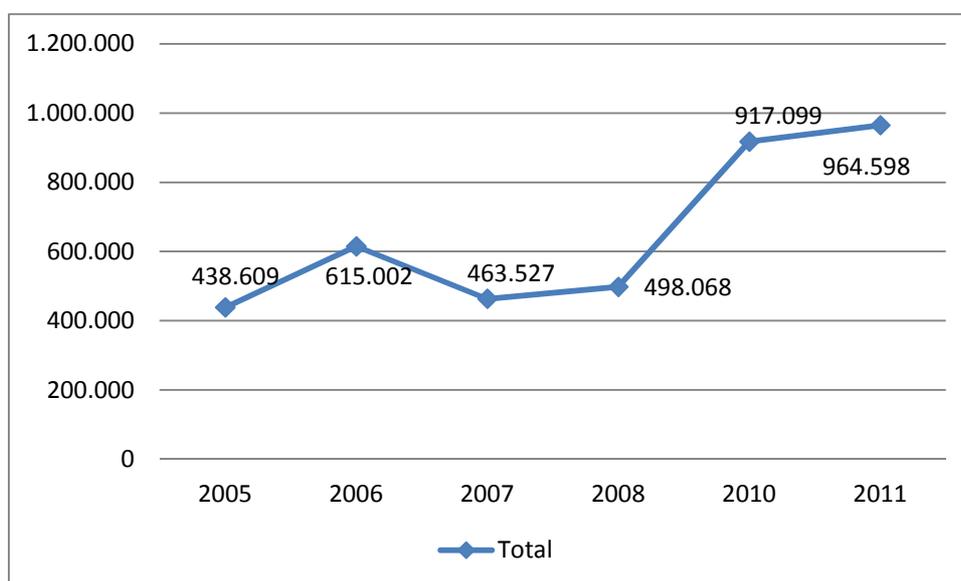


Gráfico 8 – Quantidade de pessoas que chegam pelas rodovias por ano

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.

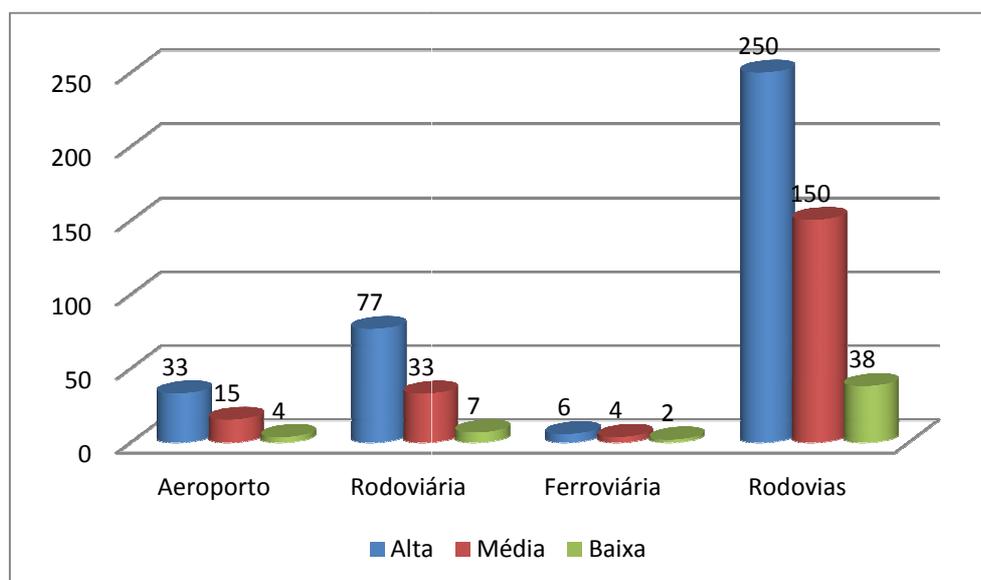


Gráfico 9 – Comparativo ano 2005 de chegada de pessoas (x1000) por modo de transportes

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.

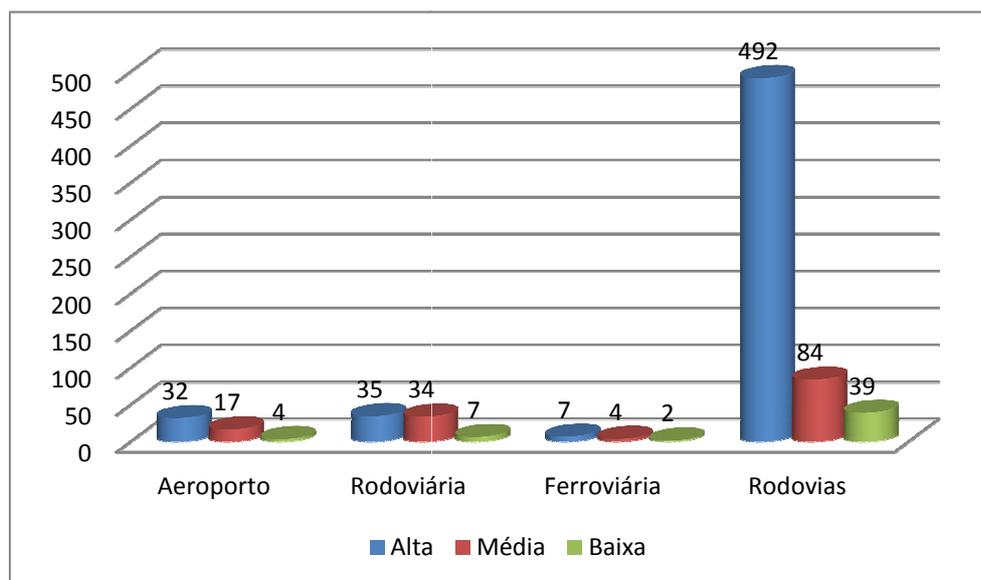


Gráfico 10 – Comparativo ano 2006 de chegada de pessoas (x1000) por modo de transportes

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.

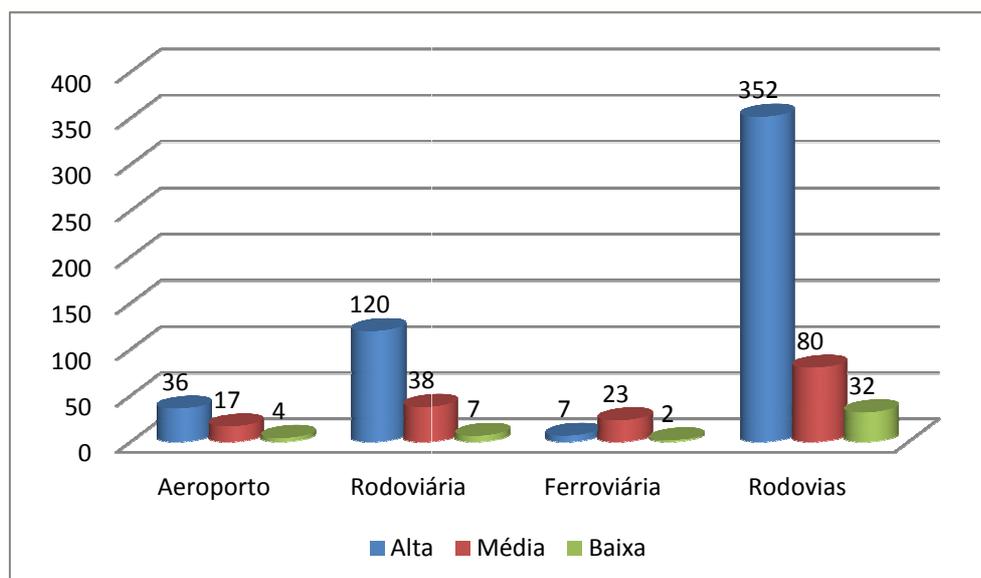


Gráfico 11 - Comparativo ano 2007 de chegada de pessoas (x1000) por modo de transporte

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.

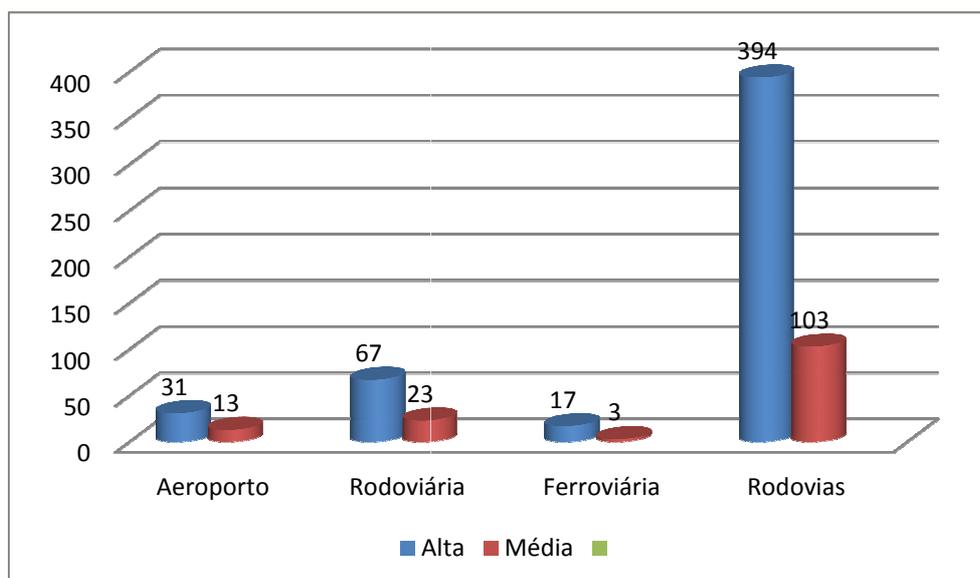


Gráfico 12 - Comparativo ano 2008 de chegada de pessoas (x1000) por modo de transporte

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.

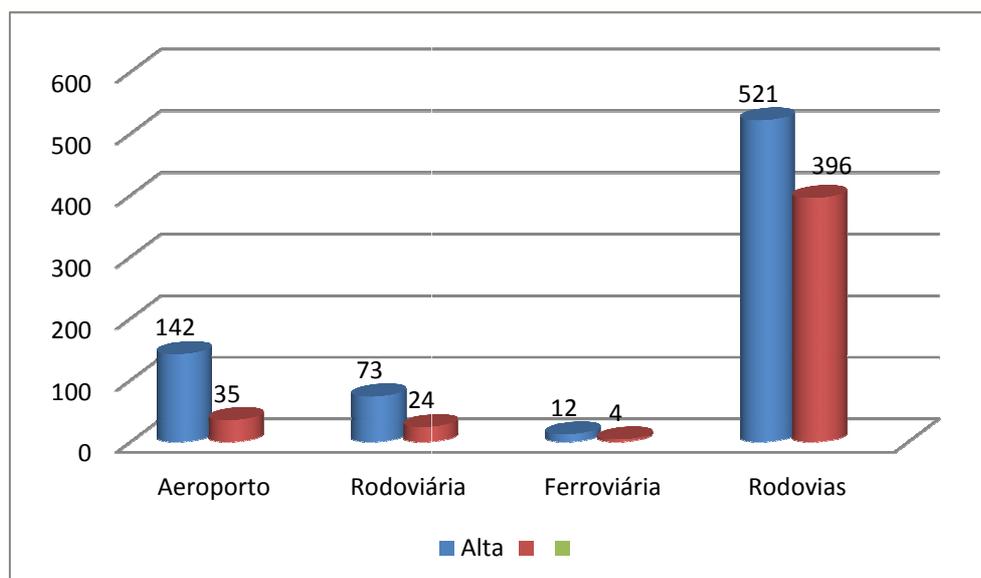


Gráfico 13 – Comparativo ano 2010 de chegada de pessoas (x1000) por modo de transporte

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.

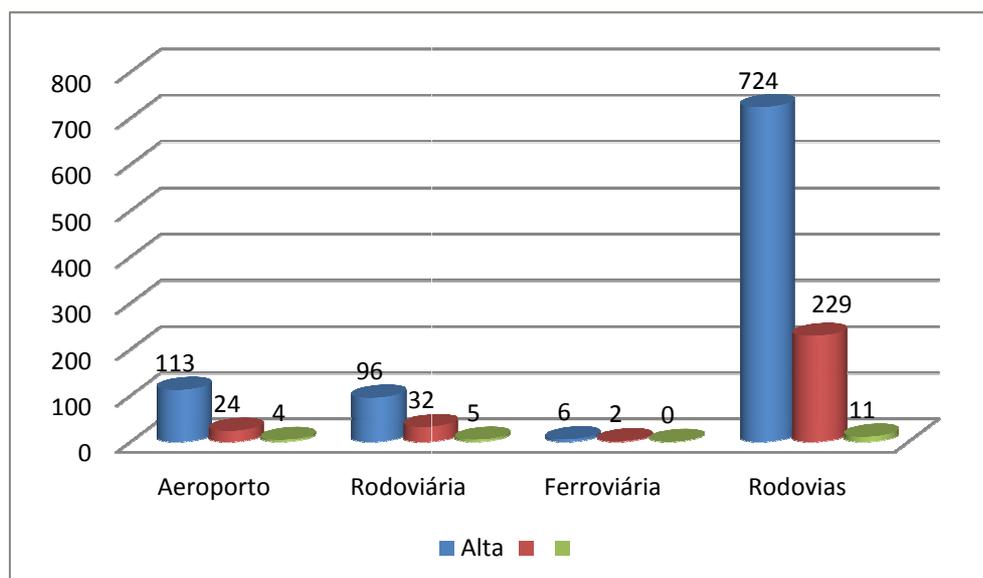


Gráfico 14 – Comparativo ano 2011 de chegada de pessoas (x1000) por modo de transporte

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	-	-
Ferroviárias	8	-	-
Rodovias	361	-	-

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

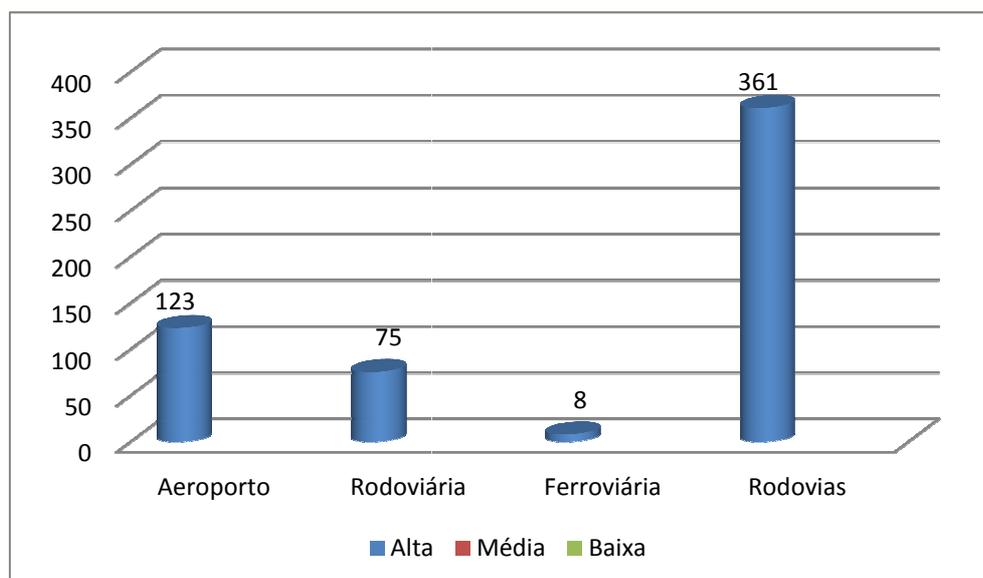


Gráfico 15 – Comparativo ano 2012 de chegada de pessoas (x1000) por modo de transporte

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.

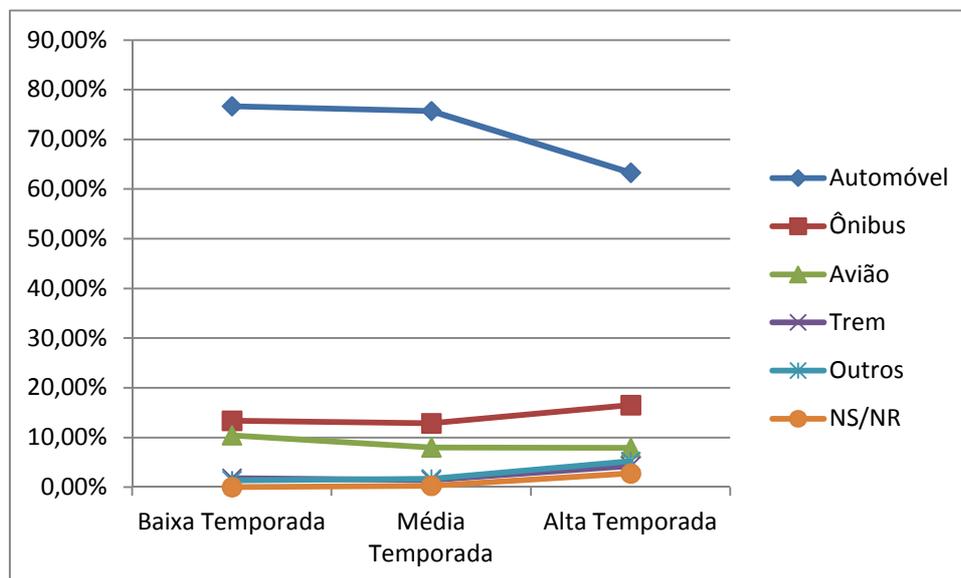


Gráfico 16 - Comparativo dos modais utilizados ano 2005

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.

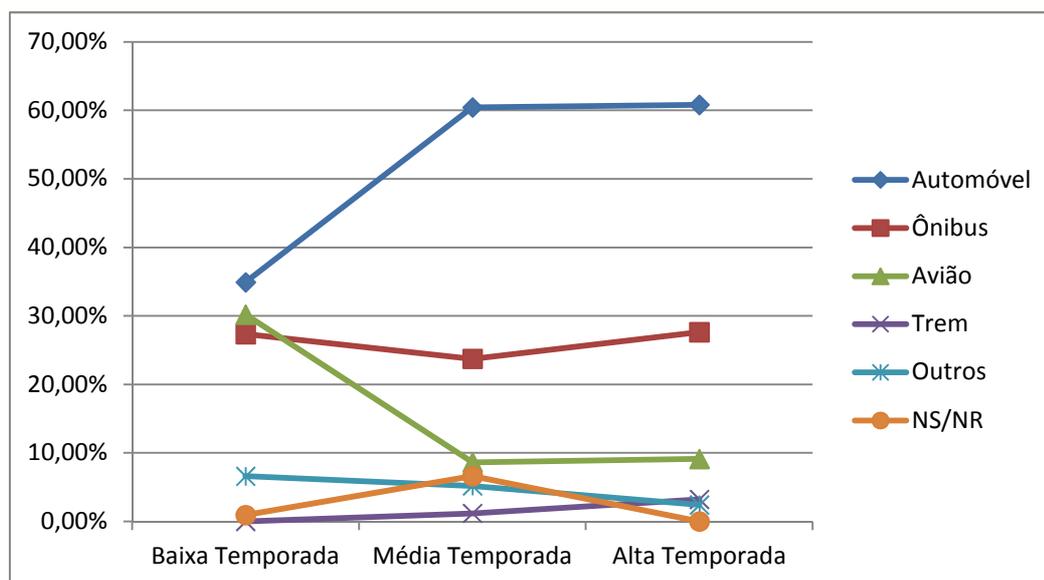


Gráfico 17 - Comparativo dos modais utilizados ano 2006

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.

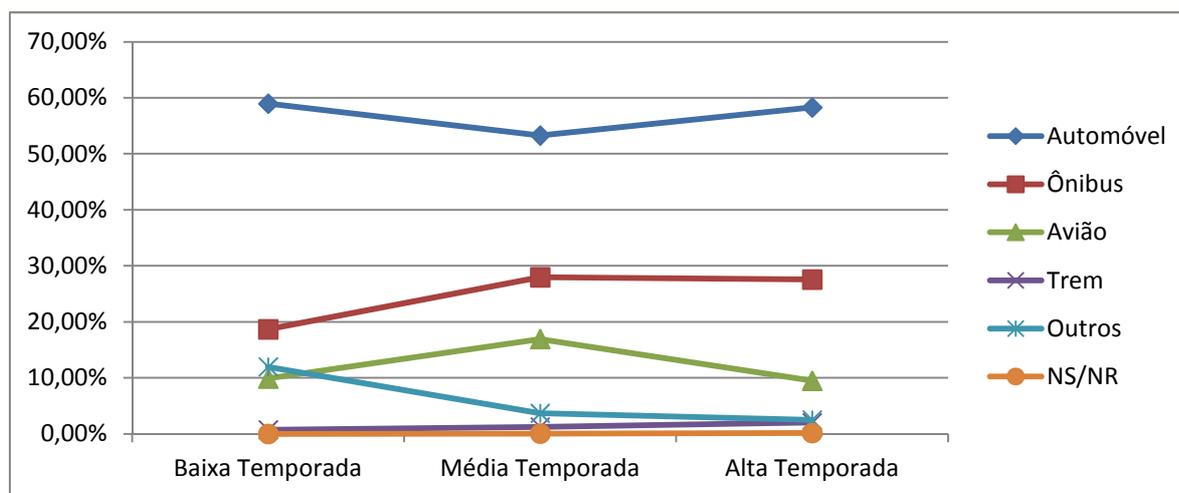


Gráfico 18 - Comparativo dos modais utilizados ano 2007

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.

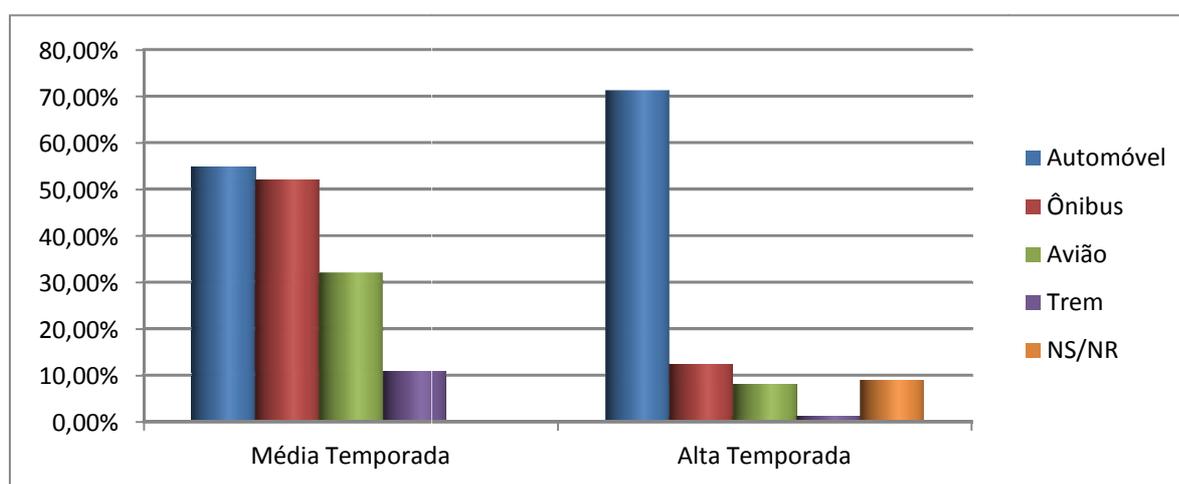


Gráfico 19 - Comparativo dos modais utilizados ano 2008

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.

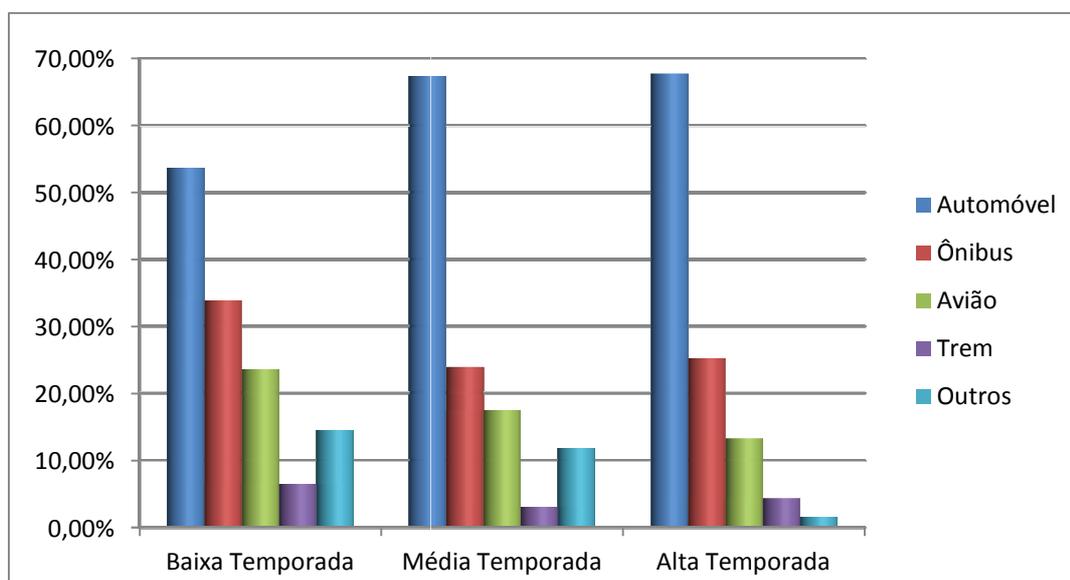


Gráfico 20 - Comparativo dos modais utilizados ano 2011

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:

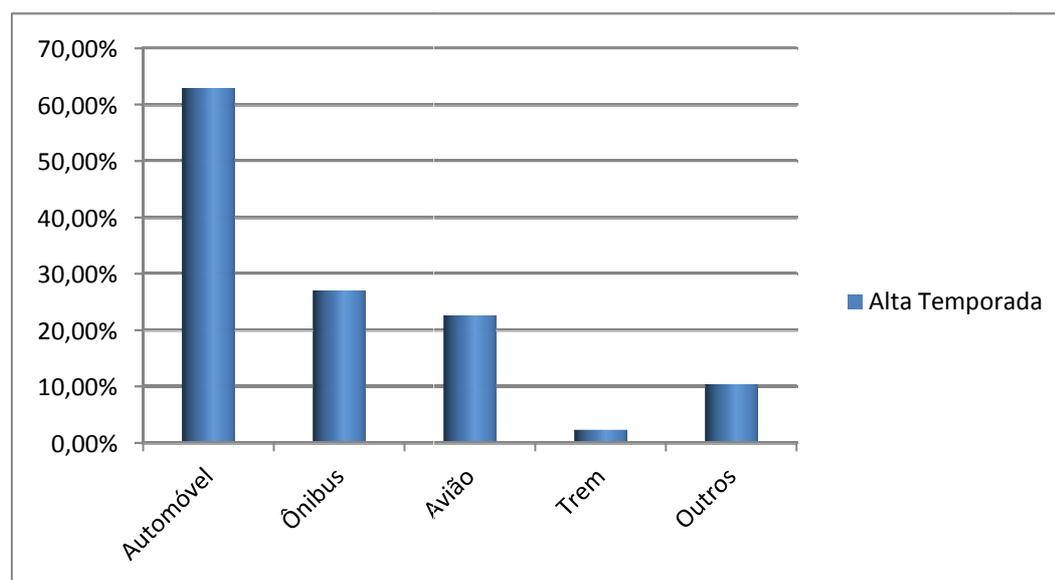


Gráfico 21 - Comparativo dos modais utilizados ano 2012

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:

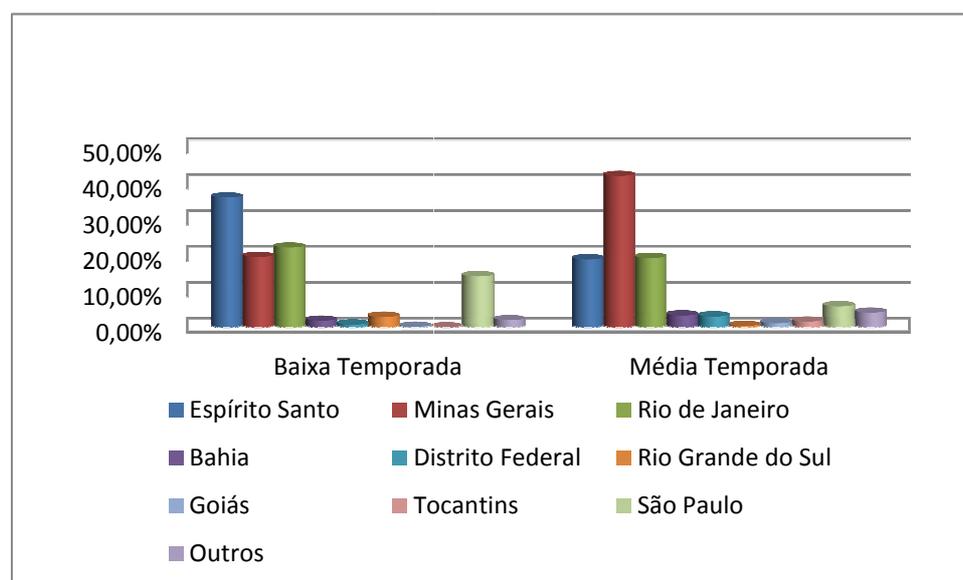


Gráfico 22 - Comparativo do estado de origem ano 2004

Observou-se que em ambas as temporadas, os 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:

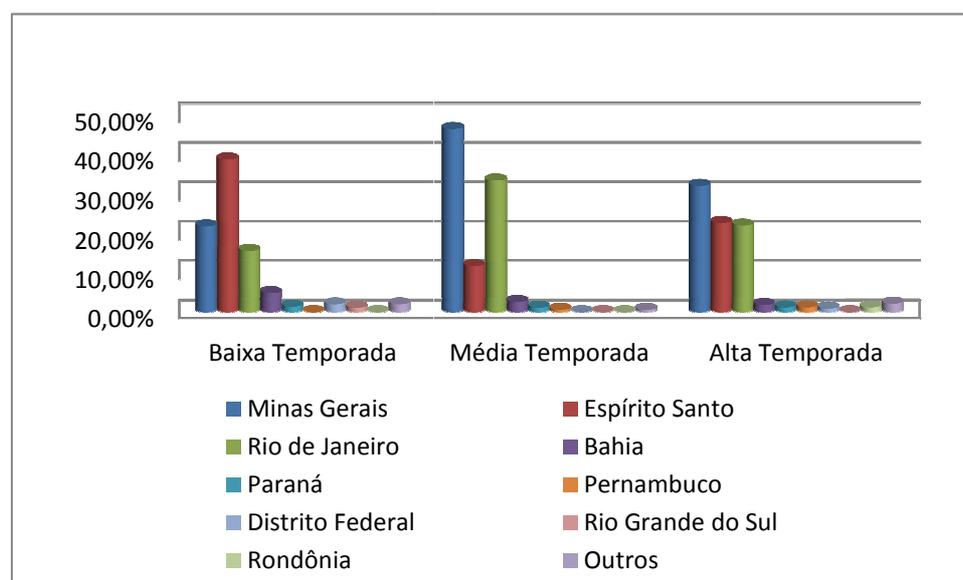


Gráfico 23 - Comparativo do estado de origem ano 2005

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:

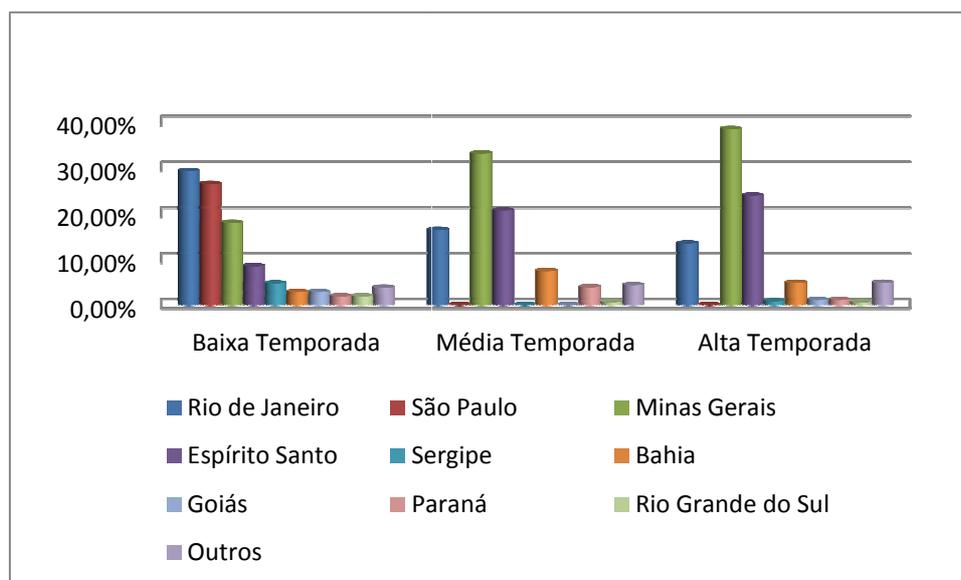


Gráfico 24 - Comparativo do estado de origem ano 2006

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:

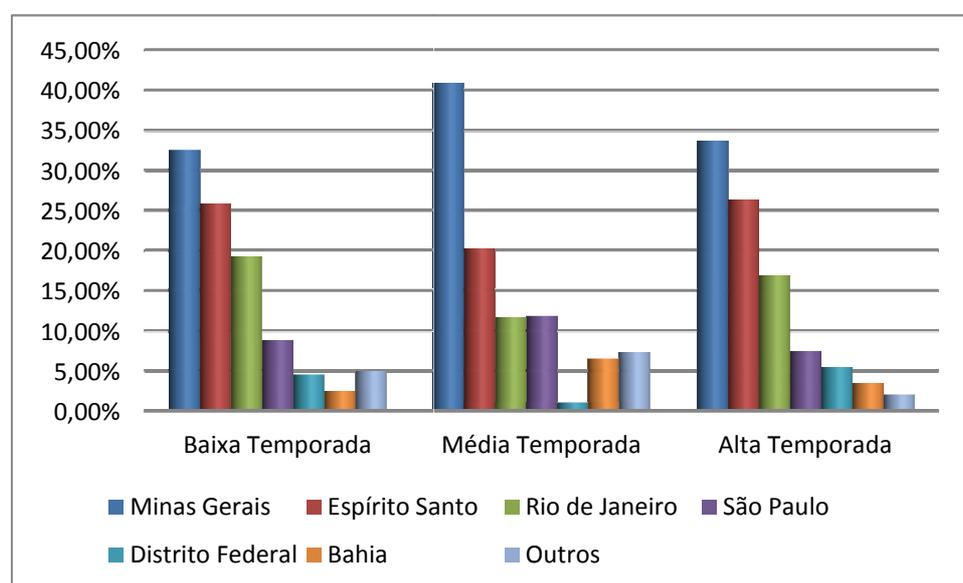


Gráfico 25 - Comparativo do estado de origem ano 2007

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:

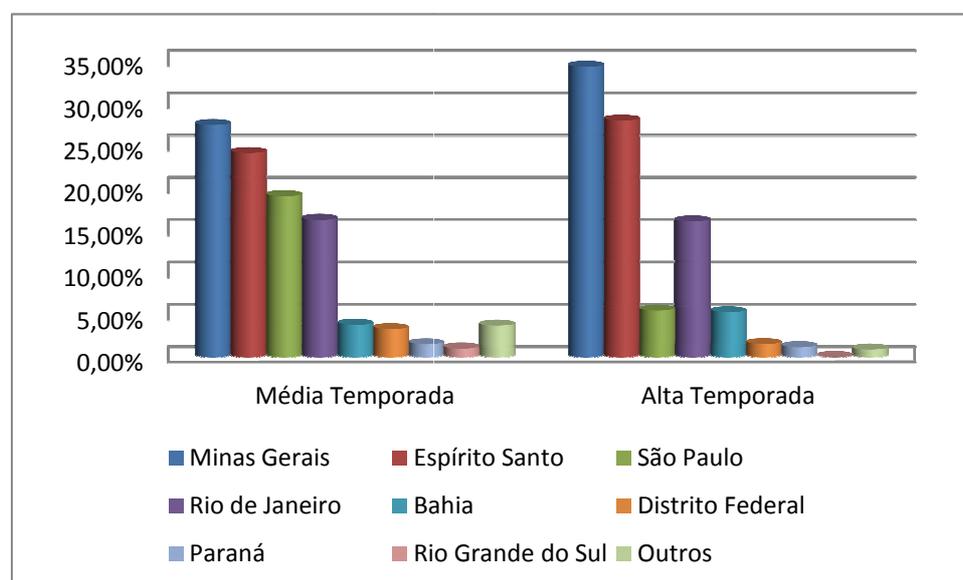


Gráfico 26 - Comparativo do estado de origem ano 2008

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:

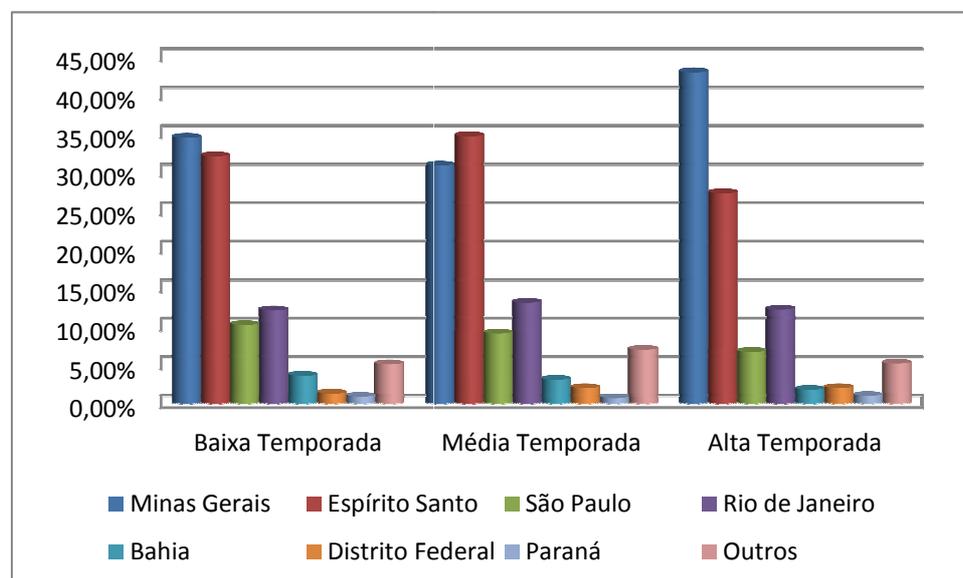


Gráfico 27 - Comparativo do estado de origem ano 2011

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:

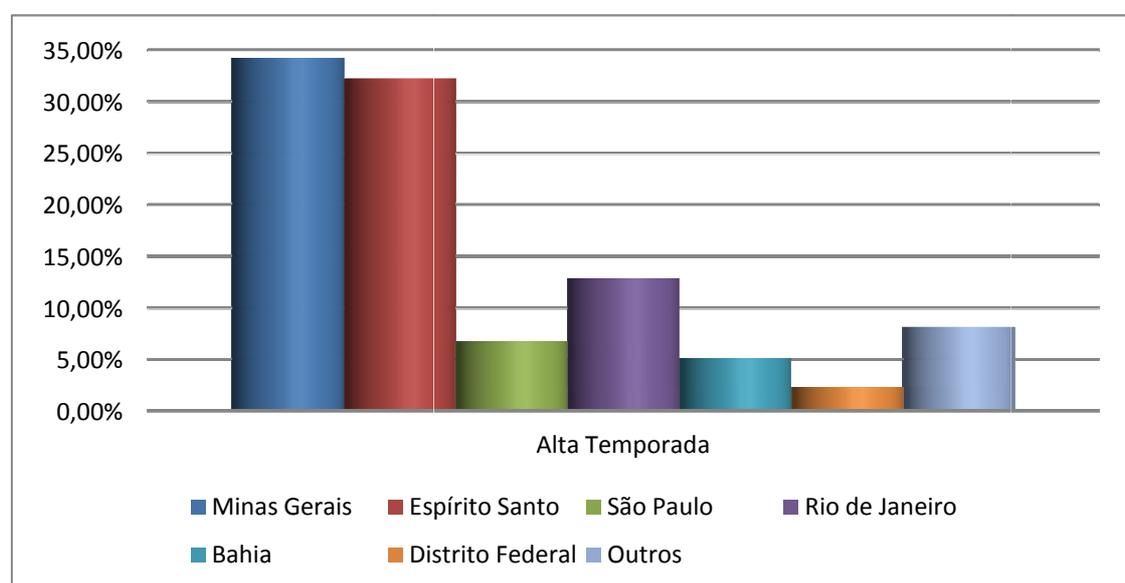


Gráfico 28 - Comparativo do estado de origem ano 2012

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:

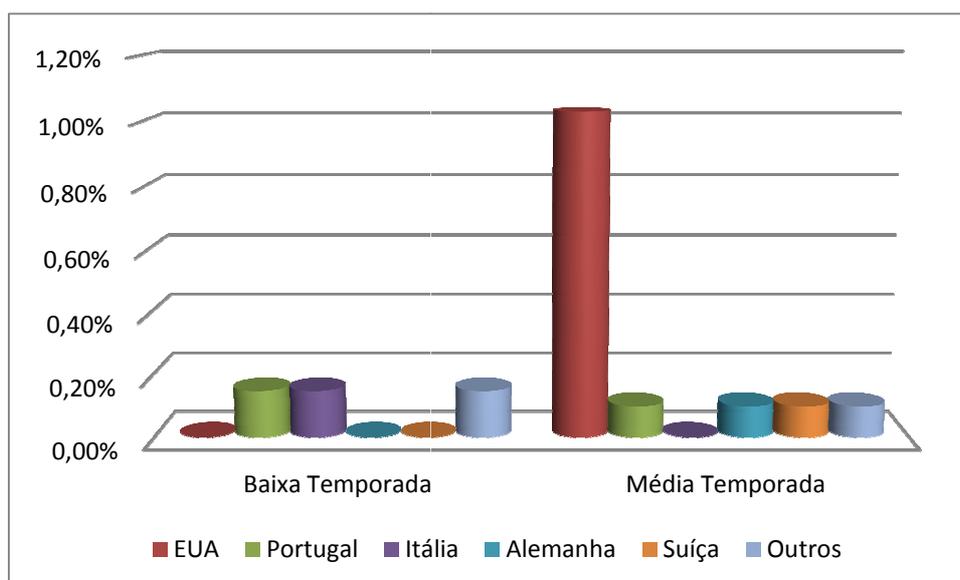


Gráfico 29 - Comparativo país de origem ano 2004

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:

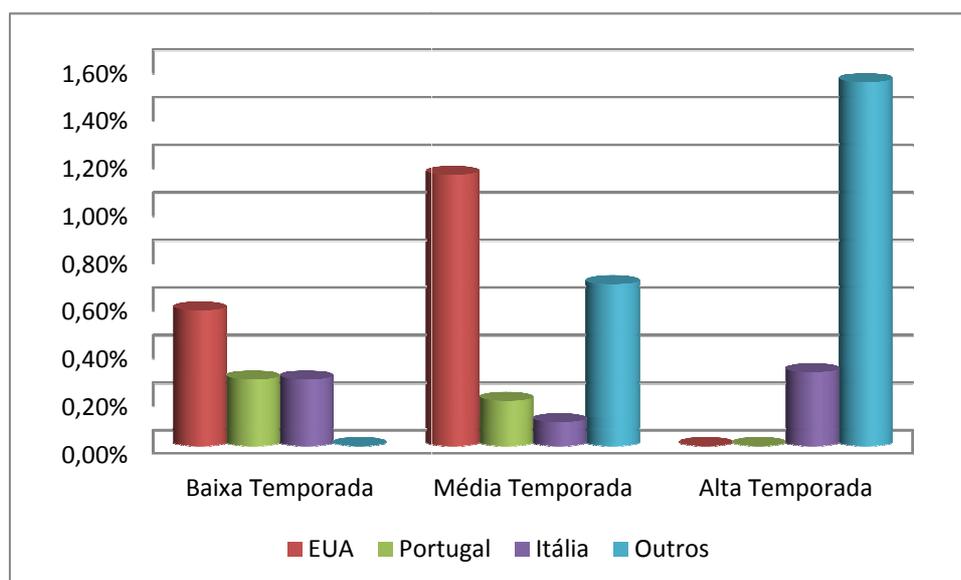


Gráfico 30 - Comparativo país de origem ano 2005

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:

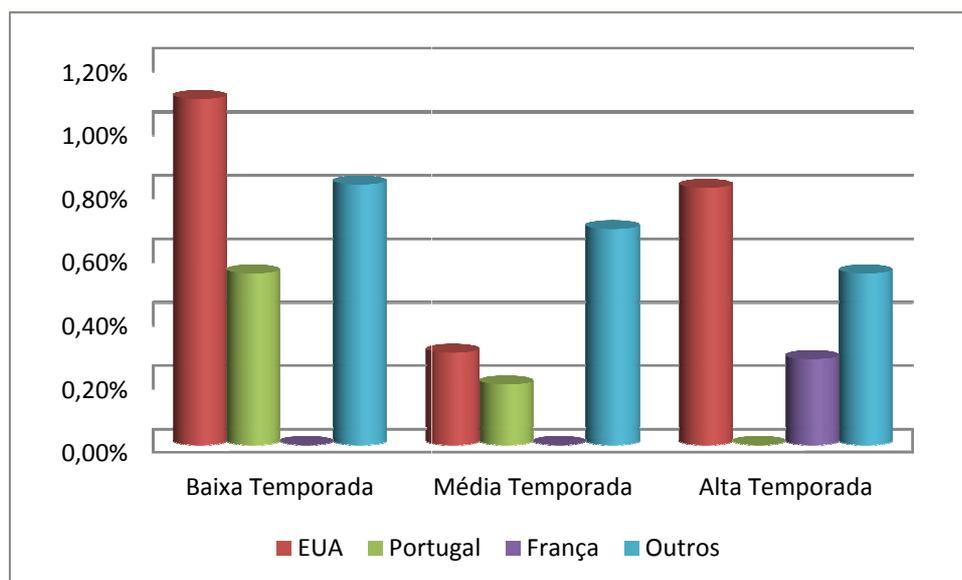


Gráfico 31 - Comparativo país de origem ano 2006

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:

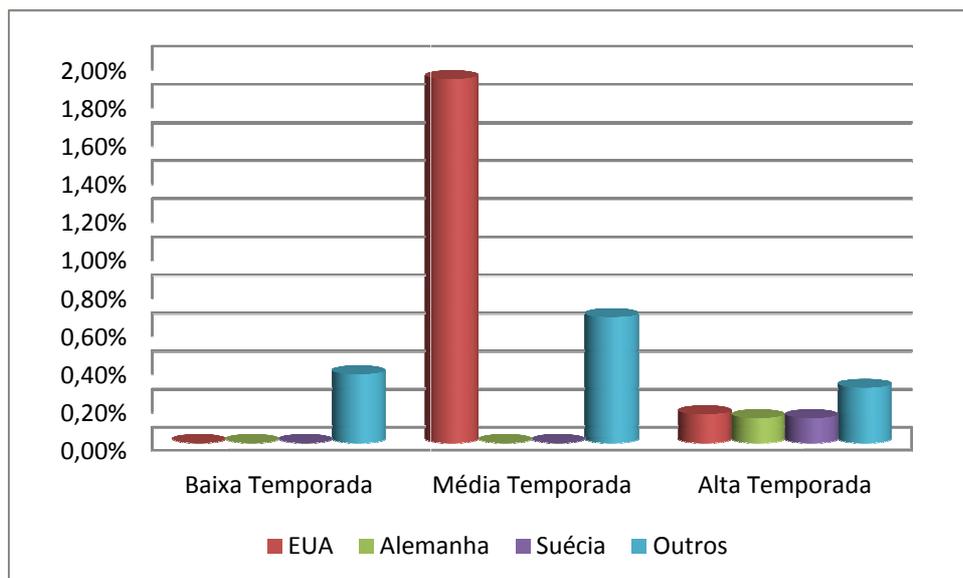


Gráfico 32 - Comparativo país de origem ano 2007

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:

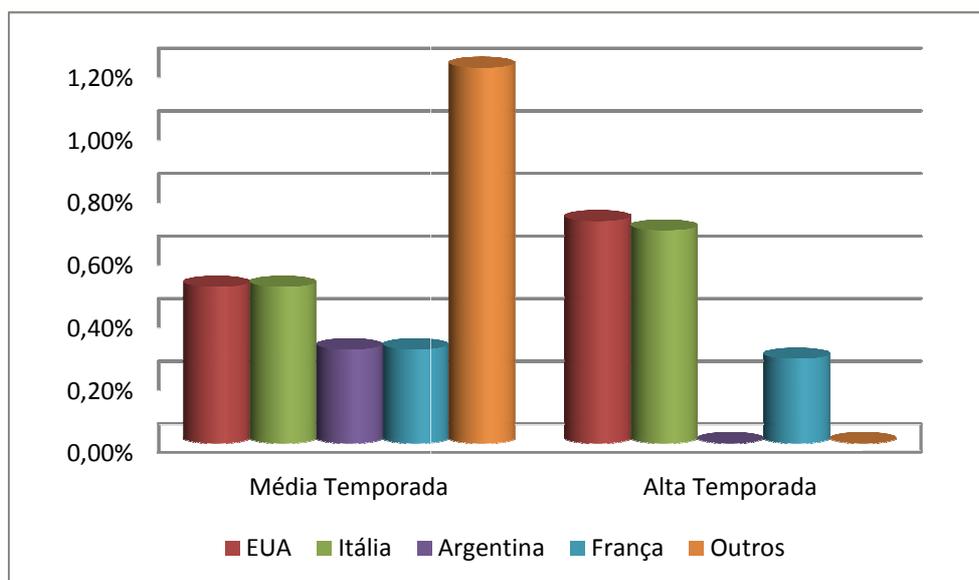


Gráfico 33 - Comparativo país de origem ano 2008

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:

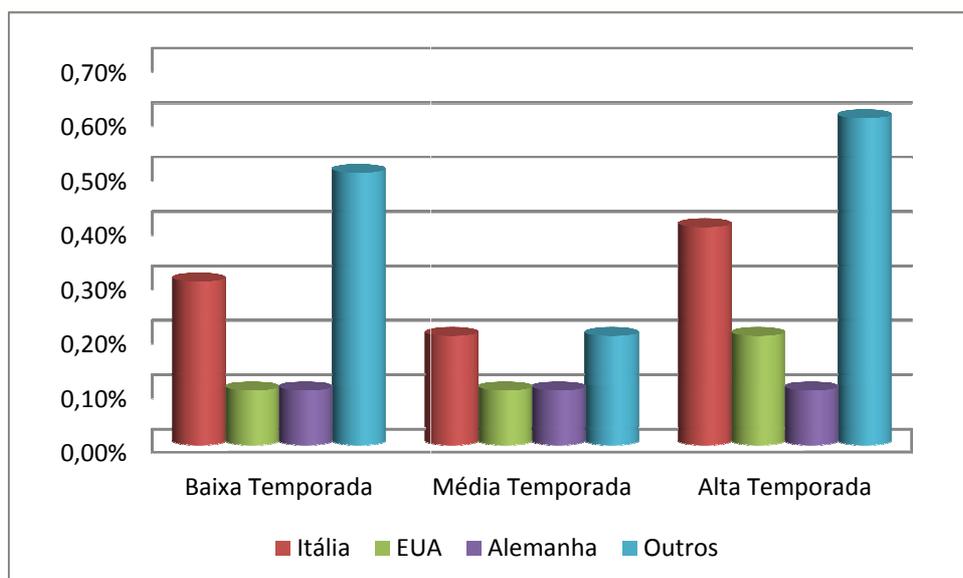


Gráfico 34 - Comparativo país de origem ano 2011

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:

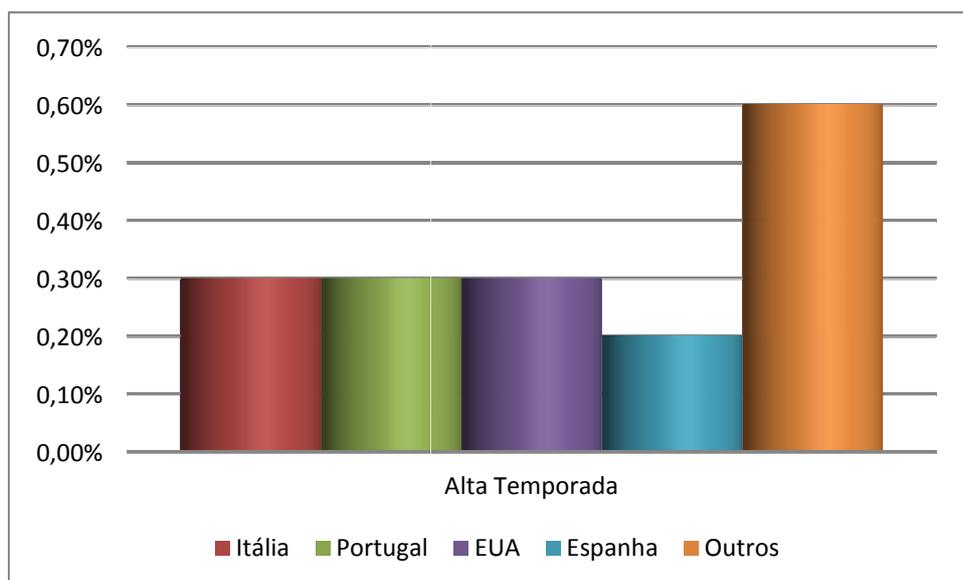


Gráfico 35 - Comparativo país de origem ano 2012

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 SERRA E FUNDÃO.....	13
3.1	A REGIÃO METROPOLITANA.....	15
3.2	O MUNICÍPIO DE SERRA.....	15
3.2.1	<i>Subsistema de Superestrutura.....</i>	<i>16</i>
3.2.2	<i>Subsistema de Oferta.....</i>	<i>18</i>
3.2.3	<i>Levantamento das Fortalezas e Fraquezas do Município de Cariacica.....</i>	<i>24</i>
3.3	O MUNICÍPIO DE FUNDÃO.....	26
3.3.1	<i>Subsistema de Superestrutura.....</i>	<i>26</i>
3.3.2	<i>Subsistema de Oferta.....</i>	<i>27</i>
3.3.3	<i>Levantamento das Fortalezas e Fraquezas do município de Fundão.....</i>	<i>29</i>
3.4	CARACTERIZAÇÃO INSTITUCIONAL DO EMPRESARIADO.....	31
4	SUBSISTEMA DA DEMANDA.....	38
4.1	DEMANDA TURÍSTICA DO ESPÍRITO SANTO NOS ANOS DE 2011 A 2013.....	39
5	CONCLUSÃO.....	44
6	PROPOSTA DE PLANO DE AÇÃO.....	45
6.1	INTRODUÇÃO.....	45
6.2	MATRIZ DO PLANO DE AÇÃO PARA O TURISMO NO MUNICÍPIO DE SERRA.....	47
6.3	MATRIZ DO PLANO DE AÇÃO PARA O TURISMO NO MUNICÍPIO DE FUNDÃO.....	55
7	REFERÊNCIAS.....	61
7.1	SÍTIOS DA INTERNET.....	62
8	ANEXOS.....	63

1 INTRODUÇÃO

O diagnóstico do turismo na área pesquisada, composta pelos municípios de Serra e Fundão (agrupados, para efeito de estudo, como Área 4), 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 Serra e Fundão, 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
Serra	Secretária Municipal de Turismo, Cultura, Esporte e Lazer
Fundão	Secretária Municipal de Turismo

A atividade do turismo, sob o enfoque da oferta e da caracterização institucional do empresariado, levou em conta a pesquisa de campo realizada pela equipe da Rede DDTC, em 2013, junto aos empresários dos municípios investigados e o georreferenciamento 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 Serra e Fundão, 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 consumo¹².

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 Serra e Fundão

Para compor o *Diagnóstico do Turismo* da Área 4 foram analisadas diferentes características dos municípios de Serra e Fundão, 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, 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); e representantes de 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.

Como base de Serra:

1. Serra – Agenda do Futuro 2012-2032
2. Lei Municipal Nº 2037/97 – dispõe sobre a instituição do Conselho Municipal de Turismo.
3. Inventário da Oferta Turística da Serra
4. Site da Prefeitura Municipal de Serra. Acessível em <http://www.serra.es.gov.br/>

Como base para Fundão:

1. Inventário da Oferta Turística de Fundão
2. Relatório da Oficina de Planejamento e Fortalecimento da Gestão Municipal do Turismo de Fundão, 2009
3. Plano de Desenvolvimento de Fundão 2009-2012
4. Site da Prefeitura Municipal de Fundão. Acessível em <http://www.fundao.es.gov.br>

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 do Estado do Espírito Santo - 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>>.
7. Site da Agência de Desenvolvimento de Região Metropolitana. Disponível em: <<http://www.adeturmetropolitana.com.br>>.
8. Site do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat>>.
9. Site do Instituto Jones dos Santos Neves. Disponível em: <<http://www.ijsn.es.gov.br>>.

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, ecoturismo 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 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 Serra

Fundada em 1556, pelo padre jesuíta Brás Lourenço, antigamente chamada de Aldeia de Nossa Senhora da Conceição. A cidade é um dos berços culturais do Espírito Santo, o congo é a principal manifestação do folclore capixaba, originado em Putiri, área rural da Serra. O município abriga patrimônios jesuítcos, ruínas históricas, diversas áreas de proteção ambiental e algumas das mais belas paisagens do Estado, com natureza exuberante e privilegiada pela mistura de mar, lagoas, serras e vales.

A cidade Serra é sede de uma das maiores festas de cunho popular e religioso do Brasil, o Ciclo Folclórico e Religioso de São Benedito e também é palco do Manguinhos Gourmet, evento gastronômico que virou referência nacional da culinária capixaba. Este município apresenta 23 km de praias, com um litoral que se estende desde Carapebus, ao sul, limite de Vitória, até Nova Almeida, ao norte, divisa com o município de Fundão.

A Serra é o segundo maior município do Espírito Santo em número de habitantes, são 409.267 pessoas, sua sede está 27 km ao norte da capital, e é cortada pela BR-101. Sua posição geográfica e suas facilidades logísticas fizeram com que se tornasse um dos mais significativos polos de negócios do Estado e uma das cidades mais prósperas do Brasil, sendo o 4º PIB entre os municípios brasileiros. Próxima do aeroporto Eurico Salles em Vitória e com polos industriais que reúnem grandes empresas, a Serra está inserida nos roteiros nacionais e até mesmo internacionais do turismo de negócios. A cidade recebe feiras e eventos de grande porte, entre eles a Feira Internacional do Mármore e Granito (Vitória Stone Fair) e a Mec Show, feira do setor metal mecânico, ambos realizados no Parque de Exposições de Carapina.

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.

A estrutura da administração pública do município da Serra dispõe de uma Secretaria de Turismo, Cultura, Esporte e Lazer (Setur) que tem por função planejar e coordenar a execução de atividades que garantam a difusão da cultura e a valorização das raízes culturais. Também atua em ações de incentivo ao turismo, além de criar atividades de esporte e lazer para a população. Faz parte das suas atribuições: coordenar as atividades de planejamento e organização de programas de formação cultural e artística; promover o calendário de festividades do município; e coordenar os programas executados nas bibliotecas, espaços esportivos e centros comunitários entre outros correlatos.

A Secretaria de Turismo, Cultura, Esporte e Lazer compreende em sua estrutura interna as seguintes unidades, conforme informações obtidas no site do município:

1. Secretário de Turismo, Cultura, Esporte e Lazer
2. Secretário-adjunto de Turismo, Cultura, Esporte e Lazer
3. Chefe de Gabinete
4. Assessoria Técnica
5. Departamento de Cultura
6. Departamento de Esporte
7. Departamento de Turismo
8. Chefe da divisão de apoio administrativo
9. Igreja e Residência Reis Magos
10. Museu Histórico da Serra
11. Casa do Congo Mestre Antônio Rosa

O Conselho Municipal de Turismo da Serra foi criado pela Lei nº 2037/97 (ANEXO II), natureza consultiva, normativa e deliberativa, vinculado a Secretaria Municipal de Turismo, Cultura, Esporte e Lazer da Serra. O Conselho tem 15 (quinze) representantes e destes 9 (nove) são da iniciativa privada (empresários e associações de classe), 5 (cinco) da iniciativa pública e 1 (um) representante da sociedade civil. As reuniões acontecem mensalmente, o município possui Fundo de Turismo com disponibilidade de recursos financeiros.

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 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.

Para crescer de forma sustentável, um dos caminhos é o planejamento, sendo assim o município da Serra desenvolveu “Serra Agenda do Futuro: 2012 – 2032”, fruto do esforço coletivo da sociedade serrana em cooperação com o poder municipal, na busca de superar os desafios e garantir o caráter dinâmico da estratégia de desenvolvimento do município. A Serra Agenda do Futuro: 2012-2032 é um plano estratégico de desenvolvimento para o Município da Serra, uma vez que consolida um conjunto de escolhas que orienta a construção do futuro e proporciona aos formuladores de políticas informações relevantes para a tomada de decisão no longo prazo.

Dentre as orientações estratégicas para o turismo do município a Agenda do Futuro propõe o Plano de Desenvolvimento Sustentável do Turismo, cujo objetivo é estruturar ações com vistas ao desenvolvimento sustentável da atividade do turismo no município da Serra, buscando torná-lo um importante indutor do desenvolvimento local e da inclusão social.

Sendo assim a Secretaria de Turismo, Cultura, Esporte e Lazer já vem desenvolvendo ações/projetos em prol do desenvolvimento turístico local, a saber:

- a) Rota do Sol e da Moqueca: convênio estabelecido com Vitória, Vila Velha, Guarapari e Anchieta, que tem como objetivo a divulgação desses municípios no cenário nacional.
- b) Selo de Qualidade Turística: concedido aos restaurantes e hotéis que prestam serviços com qualidade aos turistas e população, visando a estimular a melhoria dos serviços prestados.
- c) Monitor Jovem de Turismo: orientação aos visitantes sobre o Monumento Reis Magos, realizada por adolescentes em situação de risco social.
- d) Sou da Serra Sim: realização de palestras sobre “Turismo como fator de desenvolvimento local e abordagem pedagógica”, para professores de 1ª a 4ª séries da rede municipal.
- e) Cursos de Qualificação: realização de cursos, como “Qualidade no Atendimento ao Turista”; realização do Seminário de Turismo “Estratégias para uma visão empreendedora”, voltado para empresários do setor turístico, lideranças comunitárias, faculdades, taxistas etc.
- f) Atualização do inventário da oferta turística do município da Serra
- g) Projeto do agroturismo: tem como objetivo mostrar, aos produtores, formas de aproveitar melhor que a propriedade oferece em termos de matéria prima de alta qualidade e seus recursos naturais. As famílias participam do programa extraindo de sua propriedade o que de melhor se pode oferecer em agroindústria artesanal rural e em receptividade ao turista.

3.2.2 Subsistema de Oferta

O município da Serra apresenta atrativos naturais e culturais bem expressivos, a cidade vem trabalhando os seguintes segmentos turísticos: o ecoturismo pela quantidade de áreas protegidas/preservadas e o agroturismo com diversas propriedades rurais abertas para visitação e para compra de produtos; turismo de negócios e eventos por sediar importantes e significativas indústrias, equipamentos de eventos, empresas e comércio de todos os portes; turismo cultural pela diversidade de atrativos existentes como monumentos, edificações e manifestações populares; turismo de sol e praia pela extensa e concorrida faixa litorânea.

O segmento do ecoturismo acontece no Parque Municipal Mestre Álvaro, onde é possível praticar trilhas e passeios, na APA do Morro do Vigilante. Na Lagoa Juara faz parte de um complexo lagunar do município possui um restaurante da Associação dos Pescadores que serve pratos a base de tilápia, criadas no local, que também pode ser adquirido in natura. O Parque da Cidade é outro lugar de lazer do município com 115.180 metros quadrados de área aberta, com quadras poliesportivas, quiosques, quadra de tênis, pista de caminhada, campo de futebol *society*, pista de skate, playground, e jardim de restingas.

No Agroturismo destacam-se os circuitos turísticos de Guaranhuns, Pitanga, Chapada Grande, Muribeca e das Águas, composto por equipamentos rurais com excelente estrutura de lazer e entretenimento. Os proprietários rurais da região estão descobrindo, a cada dia, o seu potencial turístico. Nessas propriedades, os produtores preparam-se para receber e prestar serviços com qualidade ao turista. Durante o ano, diversos órgãos estaduais como o SENAR, INCAPER, SEBRAE e a PMS (através de suas secretarias) promovem vários cursos para proprietários rurais e suas famílias com o objetivo de desenvolver o turismo rural no município;

São quatro unidades de conservação existentes no município, onde é possível visitar e praticar algum tipo de atividade esportiva e de lazer:

Tabela 3 - Unidades de Conservação do Município de Serra

Unidade de Conservação (UC)
Parque Municipal Mestre Álvaro
APA de Praia Mole
Morro do Vilante
Lagoa Jacuném

Fonte: Prefeitura Municipal da Serra - Agenda do Futuro 2012-2032. Adaptado: Rede DDTC.

No turismo de sol e praia, destacam-se as praias de Bicanga de águas quentes e muita sombra promovidas pelas amendoeiras, ótima para a pesca e o mergulho. A praia de Carapebus abriga a Lagoa de Carapebus, que fica separada da praia por uma faixa de areia, é local de desova de tartarugas marinhas e da prática do surfe. A praia de Nova Almeida de águas rasas e quentes, onde os recifes formam piscinas naturais na maré baixa. E a praia de Manguinhos, situada numa vila bucólica de pescadores, de águas mornas e cristalinas, a praia de manguinhos é reduto de artistas plásticos e das manifestações culturais expressivas, como o carnaval, a batucada, a fincada do mastro de São Benedito e da banda de congo. A vila de Manguinhos tem uma excelente estrutura turística com empreendimentos gastronômicos de renome e aconchegantes pousadas a beira mar para descanso e contemplação da natureza, é palco do Manguinhos Gourmet evento gastronômico de reconhecimento estadual.

A existência de sazonalidade no segmento de sol e praia acaba por acarretar um período de ociosidade, tanto dos atrativos quanto dos equipamentos de apoio turístico, ocasionando descontinuidade no aproveitamento

do potencial turístico desta região. Outro problema enfrentado por este segmento está na falta de saneamento básico adequado que apresenta problema na balneabilidade de algumas praias (tabela 4).

Pela proximidade dos centros urbanos, suas praias recebem, em alguns pontos, esgoto sanitário e o escoamento das águas das lagoas costeiras, que são os responsáveis pelo comprometimento da balneabilidade das águas e dos espaços de lazer e recreação da população e do turista. Conforme a Resolução N. 274/00 do Conselho Nacional do Meio Ambiente – CONAMA, o IEMA monitora a balneabilidade das praias e a densidade de bactérias na água, e esta análise deve ser informada periodicamente nas praias e cursos d'água utilizados para lazer e recreação.

Tabela 4 - Balneabilidade das praias do Município da Serra

Praia - Localização	Período	Classificação
Nova Almeida - Em frente ao estabelecimento nº 06	17/12/2013 a 21/1/2014	Imprópria
Nova Almeida - Final do calçadão da orla	17/12/2013 a 21/1/2014	Imprópria
Jacaraípe - Em frente à residência nº 2449	17/12/2013 a 21/1/2014	Excelente
Jacaraípe - Em frente ao Ed. Marlim Azul	17/12/2013 a 21/1/2014	Imprópria
Jacaraípe - Colônia de Férias da Vale	17/12/2013 a 21/1/2014	Muito Boa
Manguinhos - Em frente ao Residencial AÍDA	17/12/2013 a 21/1/2014	Excelente
Manguinhos - Em frente ao Restaurante Primeira Estação de Manguinhos	17/12/2013 a 21/1/2014	Excelente
Bicanga - Em frente ao Quiosque do Carioca	17/12/2013 a 21/1/2014	Excelente
Lagoa Carapebus - Entre Colônia de Férias e a passarela	17/12/2013 a 21/1/2014	Imprópria
Carapebus - Restaurante QG-Drink's	17/12/2013 a 21/1/2014	Excelente
Carapebus - Colônia de Pescadores	17/12/2013 a 21/1/2014	Imprópria

Fonte: IEMA¹⁶

O turismo cultural do município se destaca pelo seu riquíssimo patrimônio histórico e cultural, a Igreja e Residência Reis Magos, ponto turístico mais visitado do município, compõe um conjunto arquitetônico inaugurado em 1615 pelos jesuítas e tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico Nacional (IPHAN) desde 1972, encanta os visitantes pela sua história, arquitetura e bela vista do mar e dos arredores. O altar da Igreja abriga a pintura “Adoração dos Reis Magos”, considerada a primeira pintura a óleo sobre madeira do Brasil. A Igreja de Nossa Senhora da Conceição da Serra construída em 1556, próxima ao monte Mestre Álvaro, é o primeiro templo religioso do município, apresenta em seu interior pinturas de autoria do artista Walter Francisco de Assis.

¹⁶ IEMA. Disponível em: <http://www.meioambiente.es.gov.br/default.asp>

O Sítio Histórico de São João de Carapina formado pela 2ª Igreja construída no município, inaugurada em 1562, pelas ruínas de um casarão e um cemitério, tombado pelo Conselho Estadual de Cultura em 1984. O Sítio Histórico da Igreja São José do Queimado as ruínas da igreja são os últimos remanescentes da insurreição dos escravos que construíram a igreja, em troca da promessa de alforria, em 1849, foi tombado pelo Conselho Estadual de Cultura em 1993.

A Casa do Congo Mestre Antônio Rosa, criada no ano de 2000, é o único espaço no Espírito Santo, com características museológicas, voltado para a preservação e a divulgação do acervo iconográfico, sonoro, documental e de objetos do congo. Funciona, também, como espaço multicultural. O Museu Histórico da Serra prédio histórico de meados do século XIX, localizado na sede do município. A Casa de Pedra Erguida em 1990 é um espaço cultural desenvolvido pelo escultor Neusso. Trata-se de uma construção exótica, feita com pedras e restos de madeira da região, que atrai turistas de várias localidades do Brasil e do mundo.

As manifestações folclóricas do município, também, compõe esse riquíssimo patrimônio cultural, são representadas pelas bandas de congo pela fincada e retirada do Mastro de São Benedito durante a festa do Ciclo Folclórico e Religioso de São Benedito, realizada há mais de 160 anos, no mês de dezembro. As principais festas folclóricas e religiosas do município são:

1. Festas de Reis Magos e de São Sebastião – janeiro;
2. Festa de Iemanjá e São Pedro – fevereiro e junho;
3. Revolta dos Escravos de Queimado - em março.
4. Festa de Nossa Senhora de Santana – em julho.
5. Nossa Senhora do Rosário e São Benedito – outubro e dezembro;
6. Ciclo folclórico e religioso de Nossa Senhora da Conceição e de São Benedito – dezembro.

Quanto a oferta de equipamentos específicos para o turismo o anuário Estatístico do Estado do Espírito Santo 2010¹⁷ registra quarenta e um empreendimentos de meios de hospedagem no município as Serra, na área de alimentos e bebidas o município apresenta trezentos e trinta e seis estabelecimentos, um parque temático e seis agências de turismo.

De acordo com dados do Cadastur - Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos do Ministério do Turismo¹⁸, o município de Serra possui seis empreendimentos de meios de hospedagem, sete empresas de organização de eventos, quatro prestadores de infraestrutura de apoio a eventos, um prestador especializado em segmento turístico, um parque temático, uma locadora de veículos, trezes agências de turismo, quinze estabelecimentos de restaurantes/cafeaterias/bares, oito empresas de transporte turístico e trinta e três profissionais cadastrados como Guia de Turismo.

E conforme informações do georreferenciamento¹⁹ realizado especificamente para essa pesquisa constatou-se que, na área pesquisada, ou seja, no espaço urbano com maior concentração de empreendimentos comerciais,

¹⁷ Espírito Santo, 2010 - O Anuário Turístico do Espírito Santo é um 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.

¹⁸ Pesquisado em janeiro de 2014, por meio do site www.cadastur.turismo.gov.br

¹⁹ O georeferenciamento teve como base o inventário, equipamentos encontrados no campo e seus dados foram consolidados pela SENDETUR.

o município possui: uma (1) agência de viagens e turismo, vinte e quatro (24) empresas de meios de hospedagem e cinquenta e nove (59) estabelecimentos de bares/cafés/lanchonetes e noventa e oito (98) restaurantes. Estas informações descaídas indicam que o município ainda tem um longo caminho a percorrer na organização de sua oferta.

O município de Serra faz parte da Rota do Sol e da Moqueca com lindas praias, tradições folclóricas e religiosas e gastronomia única fazem da Rota do Sol e da Moqueca uma das mais conhecidas e mais procuradas do Espírito Santo. Formada por Serra, Vitória, Vila Velha, Guarapari e Anchieta, reúne características ideais para quem aprecia turismo náutico, religioso e histórico, além de frutos do mar. A Rota do Sol e da Moqueca conta com uma excelente infraestrutura. Além das atrações naturais, é rica em manifestações culturais como o congo, expressão máxima do folclore do Espírito Santo. A culinária capixaba é reconhecida internacionalmente, e tem como pratos principais a moqueca e a torta capixaba, além de outros pratos típicos à base de frutos do mar, servidos em panelas de barro, uma herança do artesanato indígena.

A Rota do Sol e da Moqueca vem sendo divulgada pelo Governo do Estado do Espírito Santo, em diversas feiras e eventos de turismo nacional e internacional. Possui material promocional em três idiomas e vem sendo comercializadas por agências e operadoras de turismo de todo o Brasil.



Figura 2 – Sítio da Rota do Sol e da Moqueca. Disponível em <http://www.fomatur.com.br/>

A Serra desenvolveu quatro importantes circuitos turísticos voltados ao segmento de agroturismo, a saber:

a) Circuito dos Guaranhuns

- Sítio Recanto Morro do Céu - propriedade típica rural com produção e venda de queijos, cultivo e venda de bromélias, visitas pedagógicas, carro de boi e hospedagem.
- Sítio Vovó Hilda Borges - sítio para lazer rural e hospedagem, com lago, pedalinhos, pesca recreativa, piscina natural, salão de jogos e churrasqueiras.
- Sítio Recanto do Mestre Álvaro - sítio com área de lazer e restaurante rural com comida caseira servida no fogão a lenha, piscina natural, passeio a cavalo, charrete, banho de bica e trilhas.
- Fazendinha do Mini Cowboy - propriedade com área para lazer e fazendinha de mini animais, entre eles pôneis, bois, caprinos, coelhos; aves e pássaros exóticos.

b) Circuito Pitanga

- Sítio Ouro Velho - região bucólica, local aconchegante, com área de lazer para crianças, redário e restaurante com comida caseira, servida no fogão a lenha.
- Fazenda Rosiqueli - propriedade rural que oferece um delicioso café colonial, com variedade de bolos, cuzcuz, arroz doce, tortas, iogurte e sucos de frutas colhidas no local.

c) Circuito Muribeca

- Sítio Catavento - aluguel do sítio para grupos fechados, com lazer, área de eventos, piscinas, churrasqueiras, quadra gramada e fácil acesso.
- Rancho Alegre - aluguel do rancho para grupos fechados, com piscina, bica de água da nascente, trilhas ecológicas na mata, pescarias, campo de futebol e hospedagem rural.
- Sítio Vida Nova - atendimento a grupos fechados para retiros e eventos

d) Circuito Chapada Grande

- Sítio Santo Antônio - sítio com cultivo de plantas ornamentais para venda e aluguel. Dispõe de espaço para realização de eventos e lazer, com churrasqueira e piscina.
- Sítio Éden - restaurante rural com comida caseira, pesque-pague, área de lazer com campo para futebol e piscina.
- Sítio Canto de Yayá - aluguel do sítio para grupos fechados, com opções de lazer rural, hospedagem e área para eventos. Possui área de camping, campo de futebol, quadra de vôlei, piscina, churrasqueira, sauna e represa.

e) Circuito das Águas

- Rancho Serra Azul – restaurante rural e espaço para realização de eventos, com extensa área de entretenimento e lazer.
- Associação dos Pescadores da Lagoa do Juara- serve pratos elaborados com a tilápia, peixe criado no local, que também pode ser adquirido in natura.

Tabela 5 - Empreendimentos dos Circuitos Turísticos

Guaranhuns	Pitanga	Muribeca	Chapada Grande	Águas
Recanto Morro do Céu	Sítio Ouro Verde	Sítio Catavento	Sítio Santo Antônio	Rancho Serra Azul
Sítio Vovó Hilda Borges	Fazenda Rosiqueli	Rancho Alegre	Sítio Éden	Associação dos Pescadores da Lagoa do Juara
Sítio Recanto do Mestre Álvaro		Sítio Vida Nova	Sítio Canto do Yayá	
Fazendinha do Mini Cowboy				

Elaborado: Rede DDTC

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). Vale ressaltar que as rotas e circuitos turísticos do município da Serra ainda não são comercializados por agências e operadores de turismo estadual e nacional e sua demanda é espontânea.

Figura 3 - Folder da Serra



Fonte: Material publicitário de livre distribuição sobre o Agroturismo da Serra. Prefeitura Municipal de Serra.

Figura 4 - Folder da Serra



Fonte: Material publicitário de livre distribuição sobre Agroturismo da Serra. Prefeitura Municipal de Serra

3.2.3 Levantamento das Fortalezas e Fraquezas do Município de Cariacica

Para a análise da oferta do município utilizou-se 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), voltadas para os 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) observação dos pesquisadores durante as visitas *in loco*. Aqui foram identificados os pontos fortes e os fracos, e colhidas sugestões de intervenções (tabela 5).

Tabela 6 - Quadro de Fortalezas e Fraquezas do município de Serra

Fortalezas	Fraquezas	Intervenção/Sugestão
Aspecto: Infraestrutura Municipal		
A estrutura do segmento de Agroturismo do município; Bom relacionamento dos empresários do agroturismo com o poder público;	Poucas opções de lazer e entretenimento; Falta de incentivos à atividade turística; Falta de policiamento; Há muitos pedintes nas ruas;	Criar mecanismos de incentivo a atividade turística local; Criar novas opções de lazer para a comunidade; Melhorar a segurança do município;
Aspecto: Sistema de Transporte e Mobilidade		
Bom estado das rodovias; Existência de ciclovias na maioria das rodovias	Ausência de terminal rodoviário interestadual – rodoviária; Serviços de táxi e sistema Transcol ineficientes; Trânsito caótico nos bairros mais movimentados;	Melhoria no Sistema Transcol; Implantar uma rodoviária no município; Realizar o Plano de Mobilidade Urbana;
Aspecto: Infraestrutura Turística		
Existência de atrativos turísticos – praias, igrejas, propriedades rurais; Sinalização turística viária;	Falta de estrutura nos atrativos; Falta de sinalização turística interpretativa;	Desenvolver projeto de estruturação turística dos atrativos, com acessibilidade, sistema de visitação, sinalização interna; Implantar sinalização turística interpretativa nos atrativos;
Aspecto: Atrativos, Serviços e Equipamentos Turísticos		
APA do Mestre Álvaro; Lagoas do Juara e Jacuném; Rede hoteleira, propriedades de agroturismo, restaurantes e cultura local;	Interrupção do funcionamento do Sítio Vista Linda no Circuito Muribeca; Faltam estrutura e qualificação dos equipamentos turísticos; Poucos serviços turísticos – agências de receptivo, agência de viagens, locadoras de veículos;	Incentivar empresários a investir em serviços turísticos; Estimulo ao empreendedorismo local e ao fortalecimento da APL do turismo; Incentivo a geração de empregos formais e a legalização e ao cadastramento dos equipamentos;
Aspecto: Estrutura Municipal de Gestão do Turismo		
Secretaria de Turismo de fácil acesso;	Falta de aprimoramento das ações do turismo;	Dotar o município de ações estratégicas e inovadoras no turismo;

Fortalezas	Fraquezas	Intervenção/Sugestão
Existência de órgão responsável pelo turismo no município;	Descontinuidade de ações; Falta de políticas públicas;	Promover a discussões de ações junto a comunidade local; Implantar ações pré estabelecidas no planejamento existente;
Aspecto: Produto Turístico, Fomento, Promoção e Comercialização		
Existência de Circuitos de Agroturismo;	Não existe um plano de marketing para divulgar a cidade; Falta estruturação e promoção dos atrativos turísticos; Não há a valorização do produto turístico local; Ausência de roteiros integrados; Falta diversificação dos produtos turísticos;	Promover o município em feiras e eventos do setor; Diversificar a oferta de produtos turísticos; Desenvolver um plano de marketing turístico; Realizar famtour e fampress;
Aspecto: Estatísticas do Turismo e Qualificação Profissional		
Existência de informações sobre o turismo no site do município;	Falta estudos, pesquisas e estatísticas sobre o Turismo; Profissionais pouco qualificados; Pouca oferta de cursos de capacitação na área;	Implementar o Observatório de Turismo no município; Promover cursos de qualificação profissionais aos taxistas, ambulantes, recepcionistas, camareiras, vendedores;
Aspecto: História e Cultura Local		
Existência de: elementos da Cultura Negra, Congo, Festas Religiosas e Jesuítas, Festas Folclóricas, Arquitetura e cultura;	Há pouco investimento na cultura; Falta de manutenção dos atrativos culturais; Pouca informação repassada aos alunos sobre a história e cultura do município;	Investir na cultura no município; Promover palestras, disciplinas que abordem a cultura local nas escolas; Estruturar os atrativos culturais e promover sua manutenção.

3.3 O Município de Fundão

A descrição da história do município de Fundão baseou-se nas informações contidas no site da prefeitura municipal²⁰, O município tem sua história ligada à antiga e lendária Nova Almeida primitivamente Aldeia dos Reis Magos, fundada em 1556, pelo jesuíta padre Afonso Braz, auxiliado pelo índio Maracaiaguaçu, da tribo Termiminós, ali instalada. Composto de vasta extensão territorial, Nova Almeida foi elevada à categoria de distrito e de vila, respectivamente em 1757 e 1759.

A construção da Estrada de Ferro Vitória - Minas, passando pela antiga fazenda Taquaraçu; deu origem à formação de um núcleo populacional, às margens do rio Fundão, passando a sede de distrito em 1903, com a denominação de Fundão, devido às águas profundas do rio que banha a Cidade. Em 1923, a sede de Nova Almeida foi transferida para o distrito de Fundão, transformando-se em município. Quinze anos depois, o distrito de Nova Almeida foi integrado ao município de Serra.

Com população de 17.025 habitantes, segundo IBGE 2010, e área de 288,724 km², Fundão pertence à Região Metropolitana da Grande Vitória. Sua sede está a 57 km da capital Vitória, seu acesso se dá pela BR-101 Norte e ou pelo litoral através da Rodovia ES 060. O Produto Interno Bruto (PIB) de Fundão é o quarto maior da sua microrregião, destacando-se na área da indústria e do serviço.

3.3.1 Subsistema de Superestrutura

Na gestão do turismo, as informações acerca da estrutura municipal de turismo de Fundão foram geradas a partir de dados secundários disponibilizados no site oficial do município e no *Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS da Região Metropolitana da Grande Vitória (2011)*, além de visitas à Secretaria de 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.

As dificuldades em obter as informações referentes à gestão municipal do turismo foram muitas, mas constata-se que o município dispõe de uma Secretaria Municipal de Turismo com pouquíssimos profissionais. O município dispõe desde 1997 de Conselho Municipal de Turismo criado pela Lei Municipal nº 032/1997 (**Anexo XXX**) de caráter deliberativo, consultivo, normativo e de funcionamento permanente, com as seguintes atribuições:

- a) Instituir uma política municipal de turismo;
- b) Promover debates e estudos sobre o desenvolvimento do turismo como fonte de geração de emprego e renda;
- c) Divulgar as potencialidades turísticas de Fundão;
- d) Planejar e promover eventos turísticos;
- e) Dar apoio aos operadores do setor turístico;
- f) Fomentar as atividades culturais e artesanais que possam enriquecer o potencial turístico do município;
- g) Organizar o calendário turístico de Fundão;

²⁰ prefeitura municipal, acessível em www.fundao.es.gov.br

- h) Incentivar o ecoturismo e o turismo rural, estimulando a conversão de pequenas propriedades rurais ao agroturismo;
- i) Fomentar a organização empresarial de artesões e artistas, ajudando-os a captar financiamento para ampliação da capacidade de produção.

Em 2007, através da Lei Municipal nº 471/2007 (**ANEXO XXX**), foi criado o Fundo Municipal de Turismo – FUMTUR, de natureza contábil, vinculada à Secretaria Municipal de Turismo. O FUMTUR é constituído pelas seguintes receitas:

- a) Valor de 1% da arrecadação do ISS no Município de Fundão;
- b) Créditos orçamentários ou especiais que lhe sejam destinados;
- c) Doações de pessoas físicas e jurídicas ou privadas, nacionais e estrangeiras;
- d) Contribuições de qualquer natureza, sejam públicas ou privadas;
- e) Recursos provenientes de convênios que sejam celebrados;
- f) Os rendimentos provenientes da aplicação financeira de recursos disponíveis;
- g) Outras rendas eventuais.

Além do papel de orientador das ações locais o conselho municipal é a ponte de articulação com o Programa Nacional de Regionalização do Turismo.

A Lei 810/2011 autoriza o município de Fundão a integrar a Agência de Desenvolvimento Sustentável da Região Turística Metropolitana – ADETUR, a qual foi extinta em 2013. Esta ruptura poderá desacelerar a execução das políticas traçadas para atender a organização e profissionalização da atividade no município e desarticular as ações de promoção do produto turístico implantadas pelo Estado. Esta é uma situação que deve ser observada e resolvida em curto prazo pela região.

Como ferramenta de planejamento Fundão possui o Plano Diretor Municipal instituído pela Lei Municipal nº458/07 o qual define áreas de interesse turístico no município. Outra ferramenta de planejamento estratégico desenvolvido pelo município foi o Plano de Desenvolvimento de Fundão 2009-2012, o setor de turismo é abordado em suas diretrizes estratégicas de desenvolvimento econômico:

- Aumentar a competitividade e a sustentabilidade do agronegócio;
- Promover o turismo com ênfase na infraestrutura e no turismo sustentável;
- Ampliar a atração de investimentos privados ambientalmente sustentáveis;
- Estimular o empreendedorismo e o associativismo.

3.3.2 *Subsistema de Oferta*

Fundão se apresenta como um município com potencial turístico, agregando valores pertinentes ao turismo histórico-cultural, agroturismo e ecoturismo. Num pequeno espaço territorial, a cidade oferece praia e serra, contando ainda com a natureza, em seu estado vivo e exuberante, além do rico legado cultural deixado por seus descendentes, sejam estes europeus ou africanos.

No ecoturismo o município se destaca pela APA de Goiapaba-Açu com de 3.740 hectares e 250 espécies de orquídeas, quedas d'água e riachos, onde abriga o Parque Municipal de Goiapaba-Açu, localizado no distrito de Irundi, o parque é constituído por uma elevação granítica de mais de 800 metros de altitude onde se situa o pico de mesmo nome, na divisa dos municípios de Santa Teresa e Fundão, onde é possível fazer as trilhas da Onça Parda e do Viveiro O Rio Reis Magos é outro atrativo natural do município, ao desembocar no mar seu estuário forma uma enorme área de mangue, que é um dos ecossistemas associados à Mata Atlântica e berçário da vida.

As praias do município são outros atrativos naturais do segmento de sol e praia, as principais são: Praia Grande a mais frequentada, de águas tranquilas, e com cerca de 5 km de extensão, apresenta em sua orla inúmeras formações rochosas de arrecifes. Por toda sua extensão espalham-se diversos bares, restaurantes, quiosques e pousadas. A praia do Porto da Lama de águas rasas e uma paisagem linda, o Porto da Lama é uma pequena enseada formada por duas pontas de arrecifes cobertas por vegetação de restinga, praia de águas mansas e areia grossa com 250m de extensão. As praias das Garças, do Rio Preto e da Costa Azul são de menor extensão e bem frequentadas pelos moradores e turistas.

Da mesma forma que o município da Serra, o produto turístico de Fundão também sofre de sazonalidade no segmento de sol e praia acaba por acarretar um período de ociosidade, tanto dos atrativos quanto dos equipamentos de apoio turístico, ocasionando descontinuidade no aproveitamento do potencial turístico desta região. Outro problema enfrentado por este segmento está na falta de saneamento básico adequado que apresenta problema na balneabilidade de algumas praias (tabela 7).

Tabela 7 Balneabilidade das praias do Município de Fundão

Praia - Localização	Período	Classificação
Praia Grande - Em frente ao Buteco do Chico	17/12/2013 a 21/1/2014	Imprópria
Praia Grande - Em frente à residência nº105	17/12/2013 a 21/1/2014	Imprópria

Fonte: IEMA

No turismo cultural merece destaque a Matriz de São José localizada no alto da escadaria Chrysantho Jesus Rocha e a Casa da Cultura - Antiga Residência da Família Agostini, que em 1985 teve o casarão tombado como Patrimônio Cultural do Estado e passou a ser chamada de Casa da Cultura Dr. Mauro Mattos Pereira. Este espaço tornou-se referência da cultura municipal, é um sobrado do fim do século XIX, característico do ciclo do café, abriga peças de mobiliários doadas por famílias locais, além de peças que remetem as manifestações culturais do município como o congo.

Os Serviços e Equipamentos Turísticos de Fundão ainda são, na sua maioria, informais. De acordo com o Anuário Estatístico do Turismo (2010) o município não possui nenhuma empresa do setor turístico cadastrada. No CADASTUR, o município dispõe de um (1) um estabelecimento no setor de alimentação e uma (1) transportadora turísticas.

E conforme informações do georreferenciamento realizado especificamente para esse Projeto de Difusão do Desempenho do Turismo Capixaba, na área pesquisada, ou seja, no espaço urbano com maior concentração de empreendimentos comerciais do município: quatorze (14) empresas de meios de hospedagem, vinte e um (21) estabelecimentos de bares/cafés/lanchonetes e quatorze (14) restaurantes. Estas informações descasadas indicam que município de Fundão ainda tem um longo caminho a percorrer na organização de sua oferta.

O município de Fundão faz parte do roteiro turístico Caminhos do Imigrante que abrange os municípios Fundão, Santa Teresa, São Roque do Canaã, Itaguaçu, Itarana, Santa Maria de Jetibá, Santa Leopoldina e Cariacica. O município de Fundão ainda não desenvolveu produtos turísticos passíveis de serem comercializados por agências e operadores.

3.3.3 Levantamento das Fortalezas e Fraquezas do município de Fundão

Para a análise da oferta do município utilizou-se, para obtenção dos pontos fortes e fracos do turismo do município de Fundão, metodologia que constitui-se de: (1) aplicação de entrevistas orientadas e qualificadas desenvolvida especificamente para esse Projeto de Pesquisa de Difusão do Desempenho do Turismo Capixaba (ANEXO IV), que obteve relato de empresários e representantes do poder público municipal de Fundão; (2) informações extraídas do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS da Região Metropolitana da Grande Vitória (Espírito Santo, 2011); e (3) observação dos pesquisadores, durante visita in loco. Para tanto, foram identificados pontos fortes e fracos e sugestões para intervenções/sugestões (tabela 7):

Tabela 7 – Quadro de Fortalezas e Fraquezas do município de Fundão

Pontos Fortes	Pontos Fracos	Intervenção/Sugestão
Aspecto: Infraestrutura Municipal		
A saúde tem boa estrutura; Iluminação pública, saúde, policiamentos, transporte coletivo de boa qualidade; Existência de rede bancária, de postos médicos, de laboratório de análises clínicas e de comércio;	Infraestrutura precária quanto a serviços de urbanização, limpeza, segurança. Administração pública ruim; Falta de políticas públicas; Má gestão pública e despreparo dos funcionários públicos; Praia sem urbanização; Ausência de rede de escoamento de águas pluviais; Falta corpo de bombeiros;	Promover cursos de gestão pública aos funcionários da prefeitura; Desenvolver e implantar projeto de urbanização da orla de Fundão; Dotar o município de estação de escoamento de água; Melhorar a limpeza e segurança do município;
Aspecto: Sistema de Transporte e Mobilidade		
Município servido de rodovias; Há várias opções de ônibus (linhas intermunicipais e interestaduais); O serviço de táxis é bom; Logística (rodovias e ferrovia); Bom estado das rodovias.	Rodovia ES -010 em estado precário; Ausência de sinalização nos pontos de ônibus; Grande tráfego de veículos pesados; Inexistência de rodoviária no município; Não há abrigos de ônibus; Quantidade ineficiente de ônibus urbanos; Alto custo de tarifas dos ônibus; Serviço de taxi ineficiente;	Construir abrigos de ônibus; Implantar uma rodoviária no município; Aumentar a oferta de ônibus intermunicipal; Disponibilizar mais táxis no município; Promover a manutenção das rodovias; Promover a utilização da ferrovia;
Aspecto: Infraestrutura Turística		
Existência de 8km de praia; Sede do Parque Goiapaba-Açu;	Falta de Centro de Atendimento ao Turista; Ausência de área para realização de eventos; Falta de sinalização turística;	Criar espaços específicos para realização de eventos de grande porte; Implantar um CAT no município; Dotar o município de Sinalização turística viária e interpretativa
Aspecto: Atrativos, Serviços e Equipamentos Turísticos		

Pontos Fortes	Pontos Fracos	Intervenção/Sugestão
Atrativos de boa qualidade - Praia Grande e Parque do Goiapaba-Açu;	Falta estrutura no parque de Goiapaba-Açu; Poucas empresas prestadoras de serviços turísticos: hotéis, restaurantes, eventos Não há empresas de turismo receptivo; Poucos atrativos e entretenimentos; Inexistência de lojas de produtos locais;	Incentivar empresários a investir em serviços turísticos; Estimulo ao empreendedorismo local e ao fortalecimento da APL do turismo; Incentivo a geração de empregos formais e ao cadastramento dos equipamentos;
Aspecto: Estrutura Municipal de Gestão do Turismo		
Existência de um órgão específico de turismo no município;	Não há gestão pública do turismo; Carência de estrutura física e pessoal qualificado; Falta de fundos e lei de incentivo ao turismo; Secretaria de turismo inadequada; Falta de planos de turismo e marketing; Ausência de profissionais do turismo;	Elaborar um plano diretor de turismo para o município; Estruturar a secretaria com pessoal qualificado; Dar maior publicidade aos atos do poder executivo municipal; Criar leis de incentivo a atividade turística; Promover concurso público para o setor;
Aspecto: Produto Turístico, Fomento, Promoção e Comercialização		
Participação em alguns eventos;	Imagem negativa na mídia O município não tem divulgação; Falta de propaganda, folheteria; Faltam de um plano de marketing; Inexistência de site promocional do município;	Promover o município na mídia regional e nacional; Realizar famtour e fampress; Desenvolver o material promocional do município; Desenvolver produtos turísticos no município – tais como circuitos e rotas; Fomentar a atividade de ecoturismo;
Aspecto: Estatísticas do Turismo e Qualificação Profissional		
Perspectivas de melhoria no cenário local;	Não há ações de capacitação no município; Não há estruturas para capacitação profissional; Falta adesão para participação nos cursos; Carências de mão de obra qualificada a prestação de serviços turísticos; Não há dados estatísticos do turismo do município;	Promover cursos de qualificação profissional na área de turismo; Incentivar a participação da comunidade local nesses cursos; Incentivar a educação a distancia; Dotar o município de informações e dados estatísticos;
Aspecto: História e Cultura Local		
Existência de edificações significativas da história do município;	Abandono da Casa da Cultura; Falta de ações de resgate da festa da mexerica;	Aderir ao Sistema Nacional de Cultura – desenvolver plano, fundo, conselho;

Pontos Fortes	Pontos Fracos	Intervenção/Sugestão
<p>Presença de elementos da cultura de origem africana e italiana; A existência do Congo e das festas religiosas;</p>	<p>Faltam políticas públicas de incentivo a cultura; Ausência de apoio do setor privado; Inexistência de lugar de venda do artesanato local; Falta museu na cidade; Inexistência de catalogação do patrimônio cultural da cidade;</p>	<p>Incentivar a participação da iniciativa privada no restauro e manutenção dos patrimônios culturais;</p>

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* local conta com ações facilitadoras e institucionais que promovem este encontro e incentivam a participação dos empresários na abertura de novos negócios. A Pesquisa da FUTURA com foco nos equipamentos de turismo, feita especialmente para este levantamento, destacou aspectos interessantes em relação ao empresariado nos municípios de Serra e Fundão.

As empresas pesquisadas são, em sua maioria, do ramo de alimentação, seguidas pelas empresas de hospedagem. Quanto à administração, a maior parte delas são classificadas como pequenas, 87,1% dos proprietários trabalham nos estabelecimentos e 50,7% de todos os estabelecimentos têm gestão familiar.

Outra constatação quanto à falta de organização e legalização das empresas prestadoras de serviços turísticos versa sobre a emissão de nota fiscal. Das destinadas a atividades esportivas e recreativas 57% não emite nota fiscal e 56% das empresas voltadas para atividades culturais também não. Dos alojamentos para visitantes 82% dos entrevistados estão legalizados (gráfico 1).

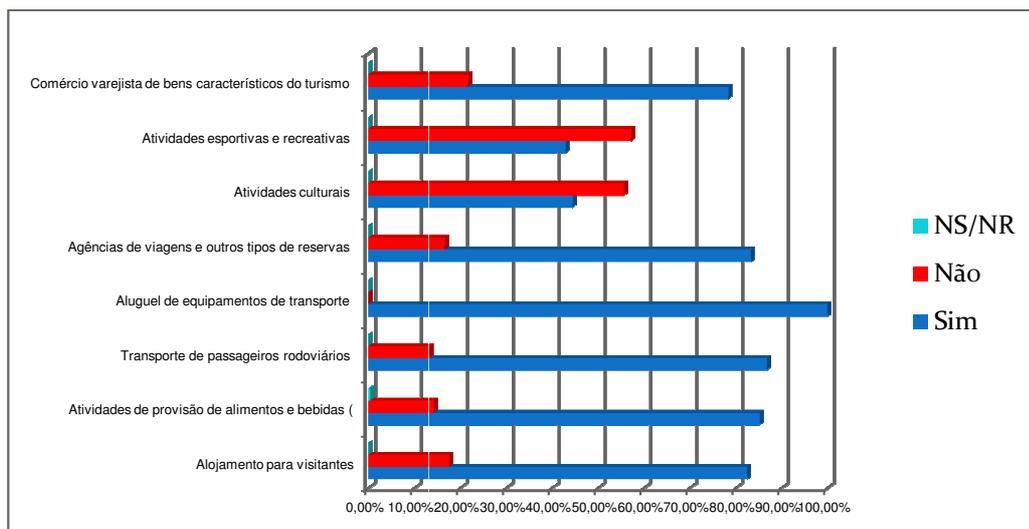


Gráfico 1 - Empresas que emitem nota fiscal
Fonte: Rede DDTC, 2013. Nota: Em percentual

Do total de empresas investigadas (371) nesta pesquisa, 13% não possui alvará de funcionamento, destas 44% das empresas voltadas para atividades culturais e 14% das destinadas a alimentação (gráfico 2).

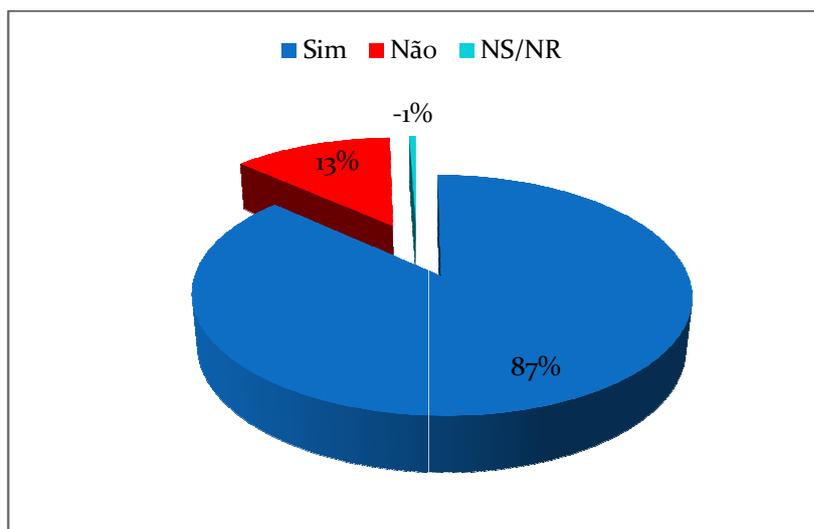


Gráfico 2 - Empresas que possuem alvará de funcionamento
Fonte: Rede DDTC, 2013. Nota: Em percentual

No ano de 2012 a venda por meio de cartão de crédito/ débito no Brasil representa cerca de 48%²¹ do total de vendas do varejo e este valor aumenta se considerado apenas no varejo alimentício. Na região pesquisada 42% do total das empresas não aceitam cartão de crédito/ débito (gráfico 3). Destas 35% das empresas de atividades de provisão de alimentos e bebidas, 38% dos alojamentos e 85% das **voltadas para atividades culturais** o que prejudica e dificulta o consumo nestes estabelecimentos por parte dos turistas. Já que este é uma forma de pagamento e de transporte de dinheiro muito usado durante as viagens de turismo.

²¹ Dados da ABRAS - Associação Brasileira de Supermercados. Disponível em: www.deloitte.com

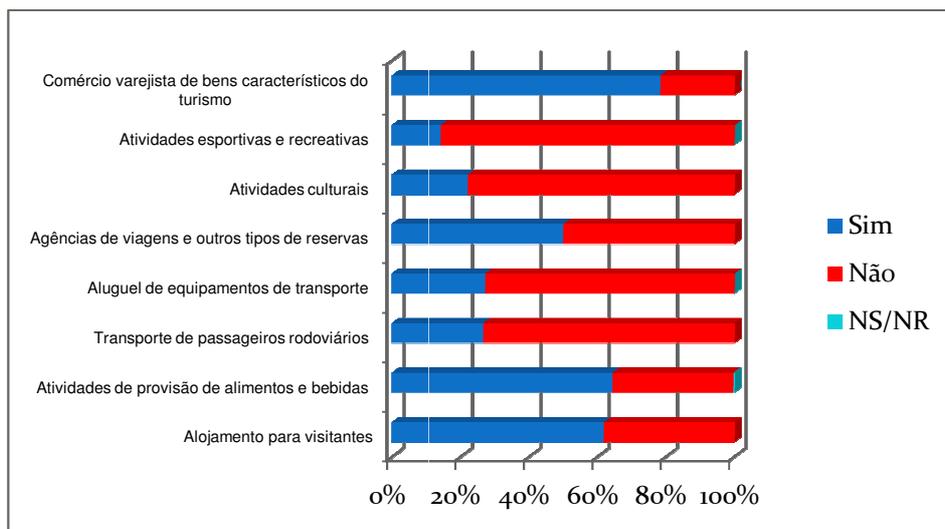


Gráfico 3 - Empresas que aceitam cartão de crédito

Fonte: Rede DDTC, 2013. Nota: Em percentual

Surpreende que somente 5,9% 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 turismo. Das 371 empresas pesquisadas apenas 18,1% integram alguma associação de classe (gráficos 4 e 5). O que mostra o descompasso e pouca união entre o *trade* local.

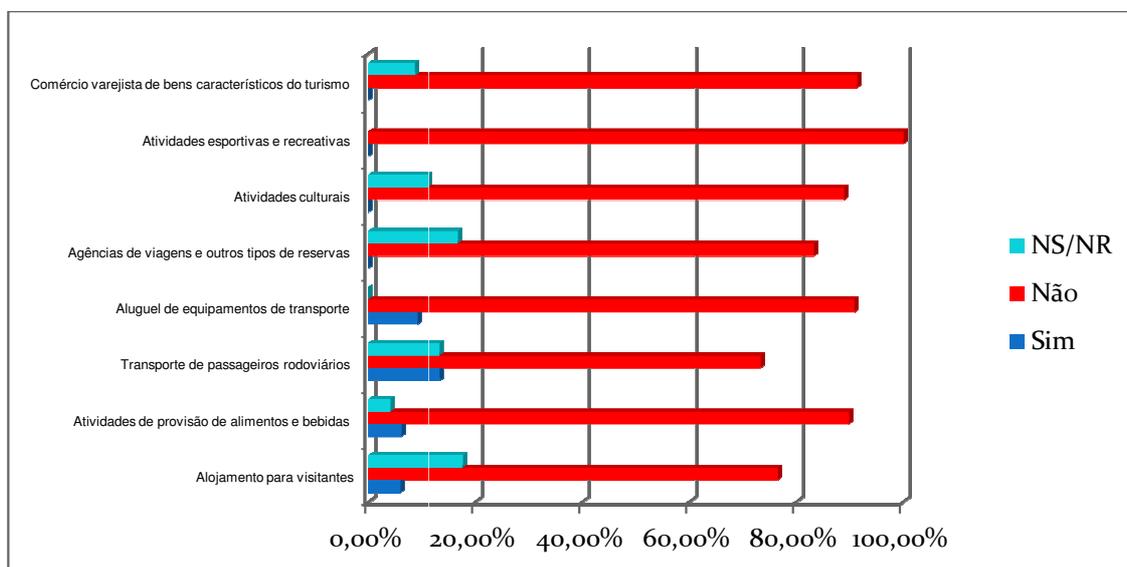


Gráfico 4 - Selo de Qualidade Nacional de Turismo (classifica os padrões de serviço das empresas ou entidades prestadoras de serviços em turismo)

Fonte: Rede DDTC, 2013. Nota: Em percentual

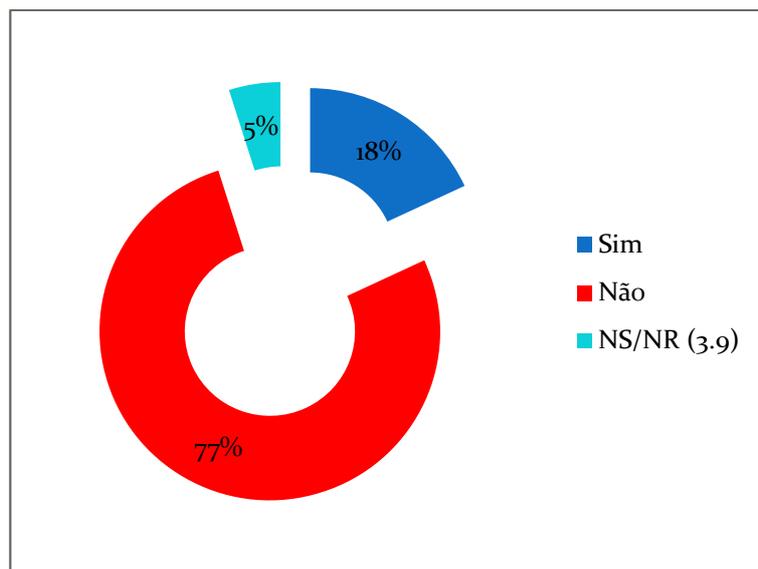


Gráfico 5 - Participação dos estabelecimentos em associações de classe
Fonte: Rede DDTC, 2013. Nota: Em percentual

Quando perguntados, de forma espontânea, a que associação de classe pertenciam, apenas um (1) dos 70 empresários entrevistados responderam CADASTUR; 32 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, 30% responderam que mantinham esse vínculo (Tabela 7).

Com a publicação da Portaria 311²², 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	100,00	14,00	33,30	40,00	100,00	50,00	0,00	0,00	29,90
Não	0,00	86,00	66,70	60,00	0,00	50,00	100,00	100,00	70,10

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. Observa-se que, metade (58,7) dos que passaram por algum tipo de reforma, 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 7 mostra, porém, que apenas 42,3 dos estabelecimentos estão aptos a receber pessoas

²² Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20131204-2.html>.

portadoras de necessidades especiais – com rampas de acesso, portas largas e banheiros adaptados (tabela 8). Segundo uma avaliação geral, os equipamentos turísticos nos municípios de Serra e Fundão estão longe de atender às determinações do Decreto nº. 5.296/2004 e da norma ABNT NBR 9050:2004.

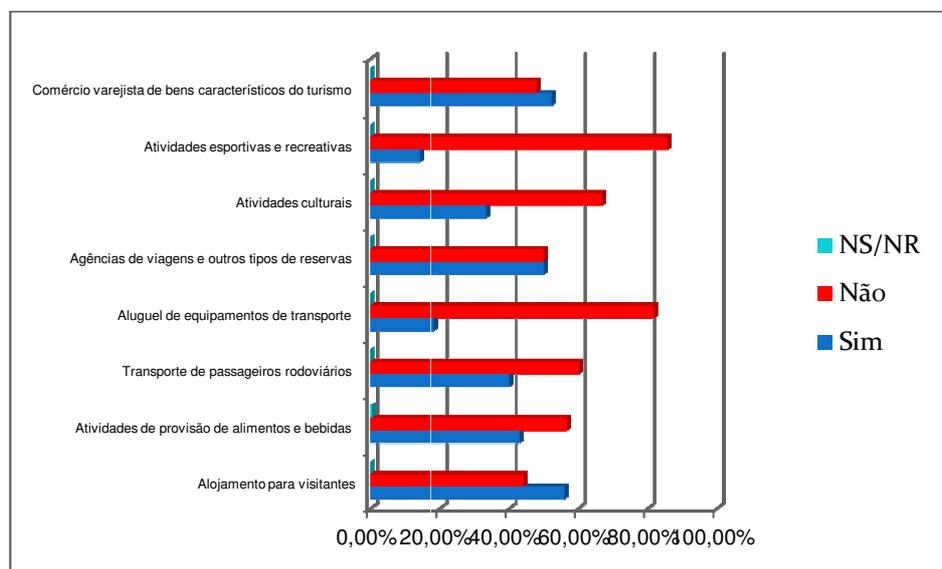


Gráfico 6 - Adequação dos estabelecimentos aos portadores de necessidades especiais
Fonte: Rede DDTC, 2013. Nota: Em percentual.

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.

Tabela 8 - Adaptações existentes nos estabelecimentos para atender pessoas portadoras de necessidades especiais

Opções	Atividades características do turismo (ACT)								Total
	1	2	4	7	8	9	10	11	
Rampa	17	72	10	0	1	3	1	5	109
Banheiro	7	23	0	0	0	2	0	0	32
Porta	4	2	0	0	0	0	0	3	9
Barra	1	2	0	0	0	0	0	0	3
Calçada cidadã	0	2	0	0	0	0	0	1	3
Cadeiras especiais para deficientes físicos	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Elevadores cadeiras especiais	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Ônibus	0	0	1	0	0	0	0	0	1
NS/NR	0	22	1	2	1	0	0	5	31
Total	29	123	12	2	3	5	2	14	190

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.

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 Serra e Fundão 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 qualidade de mão de obra, nos municípios de Serra e Fundão, foi avaliada pelos empresários pesquisados como regular (38) ou boa (22,1) (tabela 9). 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: 36,4 a consideram regular; e 20,2, boa. (tabela 10)

Tabela 9 - Avaliação da qualidade de mão de obra o turismo

Opções	Atividades características do turismo (ACT)								Total
	1	2	4	7	8	9	10	11	
Ótimo	0,00	1,20	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,80
Bom	20,60	21,30	10,00	9,10	50,00	22,20	7,10	26,10	20,20
Regular	35,30	34,00	56,70	27,30	33,30	66,70	50,00	21,70	36,40
Ruim	17,60	16,80	23,30	9,10	16,70	0,00	21,40	17,40	17,00
Péssimo	20,60	16,00	3,30	54,50	0,00	11,10	14,30	13,00	15,90
NS/NR	5,90	10,70	6,70	0,00	0,00	0,00	7,10	21,70	9,70

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 10 - Avaliação da quantidade da mão de obra no turismo

Opções	Atividades características do turismo (ACT)								Total
	1	2	4	7	8	9	10	11	
Ótimo	0,00	1,60	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,10
Bom	17,60	25,40	13,30	0,00	50,00	0,00	14,30	21,70	22,10
Regular	29,40	34,40	53,30	54,50	33,30	77,80	50,00	39,10	38,00
Ruim	17,60	12,70	16,70	9,10	16,70	0,00	14,30	13,00	13,20
Péssimo	29,40	14,80	6,70	36,40	0,00	11,10	14,30	13,00	15,60

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.

O despreparo da mão de obra esta, em parte, relacionado à oferta de cursos²³, apontada pelos entrevistados como regular (26) e bom (20). Para reverter esse quadro sugerem a oferta do curso de atendimento ao cliente em primeiro lugar (79,8), seguido pelo curso de higiene alimentar (32,9), de cozinheiro (31,8) e de gerência (27,5). 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: com 40 e de 36, respectivamente (gráfico 7 e tabela 11).

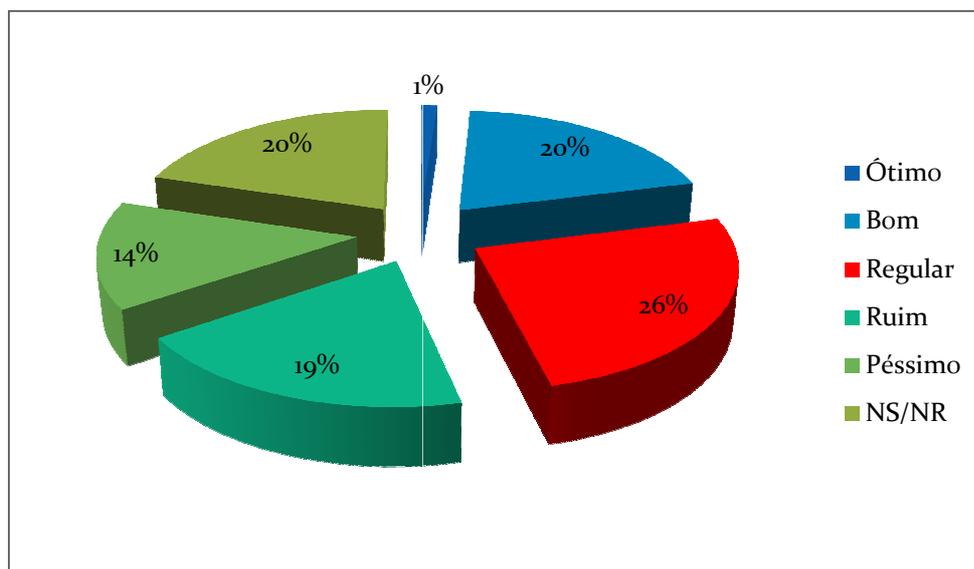


Gráfico 7 - Avaliação da oferta de cursos de treinamento para a mão de obra no turismo.

Fonte: Rede DDTC, 2013. Nota: Em percentual.

²³ 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.

Tabela 11 - Relação dos cursos considerados mais importantes

Opções	Atividades características do turismo (ACT)								Total
	1	2	4	7	8	9	10	11	
Atendimento ao cliente	73,5	66,8	76,7	63,6	66,7	100	57,1	87	69,8
Barman	0	4,9	0	0	0	0	7,1	0	3,5
Camareira	64,7	2,5	6,7	0	16,7	11,1	0	0	8,6
Controler	0	2,9	3,3	9,1	0	0	7,1	0	2,7
Cozinheiro	50	37,3	6,7	9,1	16,7	33,3	14,3	4,3	31,8
Garçom	17,6	27,9	16,7	9,1	0	11,1	14,3	4,3	22,6
Gerência	23,5	25	36,7	27,3	83,3	11,1	28,6	39,1	27,5
Governança	5,9	3,3	3,3	18,2	0	11,1	14,3	0	4,3
Higiene Alimentar	14,7	40,6	20	36,4	16,7	0	28,6	13	32,9
Recreação	0	10,2	26,7	36,4	16,7	44,4	42,9	4,3	13,2
Outros	0	0,8	0	0	0	0	7,1	0	0,8

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.

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 Serra e Fundão, 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 52.290²⁴.

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 do município de Serra e Fundão 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 12 - 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 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:

²⁴ Visão de Futuro Espírito Santo 2025 apud ES, 2006, (p. 24).

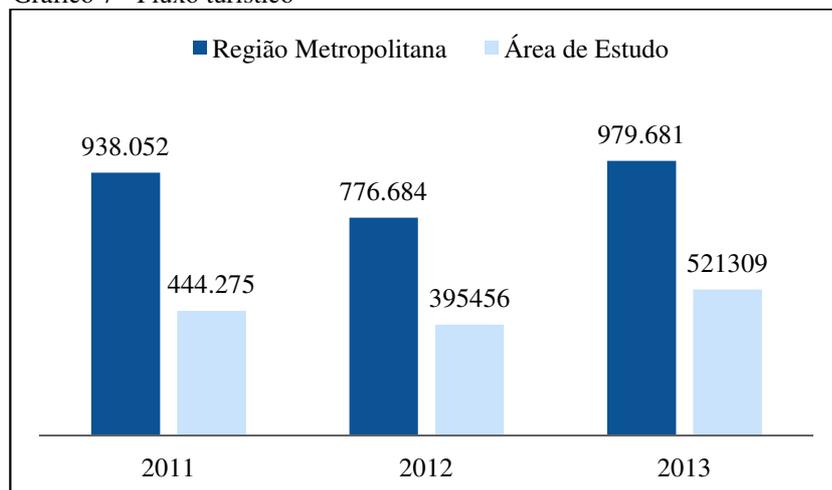
Tabela 13 - Número de turistas da alta temporada por local de abordagem

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 7 - 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 14 - País de origem do turista

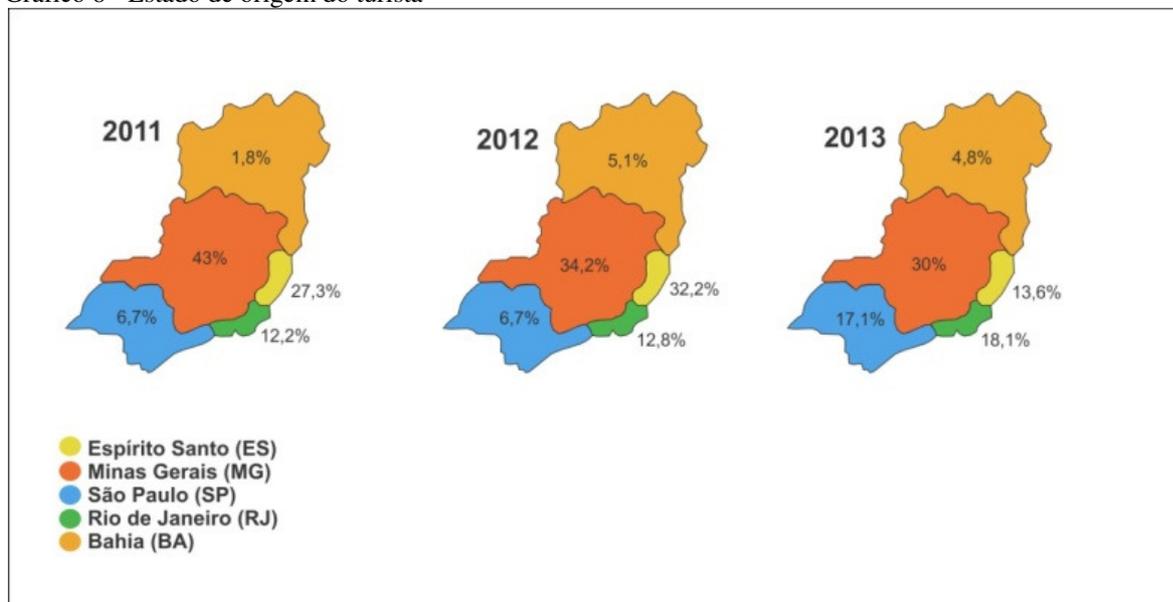
País de Origem	2011	2012	2013
Brasil	98,8	98,5	98,1
Itália	0,4	0,3	0,4
Portugal	0,3	0,3	0,1
Estados Unidos	0,2	0,3	0,7

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 8 - 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 15 - 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 16 - 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 17 - 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 18 - 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 19 - 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 20 - 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 Serra e Fundão, 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 analisar 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 Serra quanto o de Fundão 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. Fundão ainda não deu posse ao seu Conselho Municipal de Turismo; Serra, por sua vez, deve dar mais voz ativa aos seus integrantes para que possam elaborar políticas e acompanhar suas ações.

O resgate da história e da cultura no município da Serra é bem trabalhado e já mostra resultado tendo a Igreja dos Reis Magos, o Gongo e a Festa de São Benedito conhecidos em todo o estado. No município de Fundão sendo trabalhado, ainda que de modo incipiente, juntamente com a preservação de parques e reservas naturais. 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 principalmente na Serra, sobretudo, nas escolas públicas municipais.

O subsistema de oferta, a Serra divulga os seus equipamentos, atrativos de todos os seguimentos de lazer, porém, o turismo de negócio é o que movimenta o maior número de serviços e tem menor sazonalidade ainda é pouco trabalhado. Já o município de Fundão, quase não existe divulgação dos seus atrativos e serviços. A organização dos equipamentos ainda 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).²⁵

O subsistema de demanda foi analisado com base na pesquisa feita no Estado, o que implica em pequenas distorções ao ser transportado para o âmbito dos municípios de Serra e Fundão. Esse descompasso se dá, principalmente, nos dados sobre os núcleos emissores de turistas e gasto médio diário. No geral há indicadores importantes que auxiliam na proposição de planos de comunicação e de comercialização adequados.

No tema fortalezas do turismo no município da Serra são destaques a estrutura dos circuitos de agroturismo, os atrativos turísticos geográficos, históricos e culturais, a existência de ciclovias e boa sinalização viária e a participação na Rota Turística do Sol e da Moqueca. Entre as fraquezas aparecem os problemas com segurança pública, e os moradores de rua, ausência de terminal rodoviário interestadual – rodoviária; poucos serviços turísticos – agências de receptivo, agência de viagens, locadoras de veículos, falta estudos, pesquisas e estatísticas sobre o Turismo e de oferta de cursos de capacitação na área.

²⁵ 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 criação de mecanismos de incentivo a atividade turística local, desenvolver um Plano de Marketing e ações de comunicação e promoção do produto turístico da Serra, implementar o Observatório de Turismo no município, promover cursos de qualificação profissionais aos taxistas, ambulantes, recepcionistas, camareiras, vendedores e cadastramento dos equipamentos.

No município de Fundão, o tema fortalezas do turismo são destaques os Atrativos de Praia Grande e Parque do Goiapaba-Açu, a cultura de origem africana e italiana, os eventos culturais e os serviços de Iluminação pública, saúde, policiamentos e transporte coletivo que atendem de forma razoável. Entre as fraquezas aparecem os problemas falta de políticas públicas para o turismo, ausência de rede de escoamento de águas pluviais e de Centro de Atendimento ao Turista, inexistência de empresas de turismo receptivo, abandono do patrimônio histórico e da imagem do município, qualificação da mão de obra local e melhoria dos equipamentos e serviços turísticos local.

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: desenvolver e implantar projeto de urbanização da orla de Fundão, estimular o empreendedorismo local e ao fortalecimento da APL do turismo, estruturar a secretaria com pessoal qualificado e elaborar os plano de turismo e de marketing para o município, dotar o município de informações e dados estatísticos sobre a atividade e cuidar do patrimônio cultural, histórico e ambiental. Porém a mais importante são as ações de oferta de cursos em todas as áreas do turismo (público e privado) e a despoluição das praias.

A atividade do turismo, nos municípios de Serra e Cariacica, apresenta-se em estágios distintos. O município da Serra está mais organizado (público e privado) e buscando a estruturar a atividade e encontra-se em estágio intermediário. Já o município de Fundão encontra-se em estágio inicial, com urgência em mudar esta condição e não perder a condição de município turístico, Estes estágios fazem que os municípios não consigam alcançar todos os benefícios econômicos que poderiam com a atividade. 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 adquiridos²⁶.

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.

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.

26 SEBRAE: <http://www.sebrae.com.br/>.

6.2 Matriz do plano de ação para o turismo no município de Serra

	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; Poucas opções de lazer e entretenimento; Falta de incentivos à atividade turística; Falta de policiamento; Existência de muitos pedintes nas ruas.	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.	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, calçadões 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; Realizar a limpeza e despoluição das lagoas; Melhoria da segurança do município.
	Infraestrutura Turística	Falta de CAT- Centro de Informação Turística e sinalização turística e interpretativa, principalmente nas áreas rurais. Equipamento turístico sem estrutura de receptivo; Falta de estrutura nos atrativos; Falta de sinalização turística interpretativa; Pouco aproveitamento do agroturismo, das lagoas costeiras, do turismo de negócio e do Mestre Álvaro.	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 turísticas; Criar atrativos e roteiros alternativos a Rota do Sol e da Moqueca; Elaborar Projeto de uso das unidades de conservação e das lagoas costeiras do município para fins turístico; Planejar o segmento de eventos e negócios e atrair investidores e empreendedores para dinamizar este

	Aspecto	Situação de conflito encontrada	Situação satisfatória pretendida	Projeto	Proposição de ação
					<p>segmento; Desenvolver projeto de estruturação turística dos atrativos, com acessibilidade, sistema de visitação, sinalização interna; Criar O CAT- Centro de Informação Turística em local próprio e estruturado para o atendimento, acolhimento e informação ao turista durante todo o ano.</p>
	<p>Atrativos, Serviços e Equipamentos Turísticos</p>	<p>Equipamentos turísticos irregulares, não cadastrados no CADASTUR, sem estrutura para receber portadores de necessidades especiais; Falta de sinalização de acesso e Melhoria e abertura de trilhas interpretativas para visitação ao Mestre Álvaro; Interrupção do funcionamento do Sítio Vista Linda no Circuito Muribeca; Poucos serviços turísticos – agências de receptivo, agência de viagens, locadoras de veículos; Ausência de sensibilização de todos os envolvidos no turismo; Desestímulo ao profissional de turismo que é pouco qualificado e mal remunerado.</p>	<p>Valorização do produto turístico local através de estímulos ao profissional da área, aos artesões e artistas locais. Equipamentos em boas condições, adaptados as necessidades dos turistas, com serviço de qualidade e aberto a visitação.</p>	<p>Turismo é o meu Negócio</p>	<p>Promover programas de sensibilização junto a escolas, clubes, associações e outros coletivos sobre a importância da cultura e da história do município; Incentivar os empresários a investir em serviços turísticos; Estimulo ao empreendedorismo local e ao fortalecimento da APL do turismo; Incentivo a geração de empregos formais e a legalização e ao cadastramento dos equipamentos; Atrair empresas de organização de eventos, marketing , cerimonial e outras que facilitem a oferta de eventos no município; Dotar o Mestre Alvaro de estrutura para visitação; Criação de APAS nos morros do Céu, da Cavada, Mururão e Saraponga; Viabilizar recursos do Fundo Ambiental para projetos de infraestutura, turismo e educação ambiental nas Unidades de Conservação do município;</p>

	Aspecto	Situação de conflito encontrada	Situação satisfatória pretendida	Projeto	Proposição de ação
					<p>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; Divulgar linhas de financiamento para o turismo; Incentivar os estabelecimentos turísticos a se adequarem as normas de acessibilidade; Estabelecer programa de certificação turística; Reestruturar os circuitos de agroturismo existentes; Buscar parcerias com entidades de formação e fomento para tornar o empreendedor local mais competitivo.</p>
	<p>Estrutura Municipal de Gestão do Turismo</p>	<p>Falta de aprimoramento das ações do turismo; Conselho de turismo desarticulado; Inexistência de políticas públicas voltadas para o turismo; Dificuldades de informações sistematizadas sobre a atividade do turismo; Descontinuidade em alguns projetos.</p>	<p>Organização e monitoramento da atividade potencializando as ações realizadas; Conselho Municipal de Turismo fortalecido e indutor da continuidade dos projetos e ações municipais;. Site com informações atualizadas sobre a atividade do turismo que auxilie no estudo e no desenvolvimento municipal.</p>	<p>Gestão Integrada do Turismo de Serra</p>	<p>Valorizar 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;</p>

	Aspecto	Situação de conflito encontrada	Situação satisfatória pretendida	Projeto	Proposição de ação
					<p>Dotar o município de ações estratégicas e inovadoras no turismo; Promover a discussões de ações junto a comunidade local; Implantar ações pré estabelecidas no planejamento existente; Incentivar e promover a gestão integrada entre secretarias, instituições e planejamento municipal; Elaborar editais públicos de apoio a projetos de turismo e de cultura local e maior valorização da lei de fomento à cultura “Lei Chico Prego”.</p>
	<p>Produto Turístico, Fomento, Promoção e Comercialização</p>	<p>Divulgação insuficiente e com atrativos pouco explorados, sem conservação e equipamentos de apoio; Pouca promoção e divulgação; Inexistência de plano de marketing para divulgar a cidade; Pouca a valorização do produto turístico local; Poucos roteiros integrados e pequena participação do trade em feiras para divulgação e comercialização dos produtos turísticos locais; Falta diversificação dos produtos turísticos;</p>	<p>Bons equipamentos de receptivo e produtos turísticos bem elaborados e 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 local; Estimulo ao empresário a participação de feiras e de divulgar e comercializar seu produto.</p>	<p>Promoção do Turismo</p>	<p>Fortalecer os roteiros locais e a participação na Estância de 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; Divulgar a diversidade cultural do município com elementos da Cultura Negra (Congo, Festas Religiosas) o patrimônio religioso (Jesuítas, formigas bordadeiras), Festas Folclóricas e Arquitetura; Estimular a utilização da mídia eletrônica para públicos segmentados e a comercialização <i>on-line</i>; Prepara e estimular de forma contínua a participação do trade em feiras, congressos e outros eventos científicos e de comercialização</p>

	Aspecto	Situação de conflito encontrada	Situação satisfatória pretendida	Projeto	Proposição de ação
					<p>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; Fortalecer e promover eventos tradicionais relevantes para o turismo como: Manguinhos Gourmet; Estimular o turismo de negócios e de eventos.</p>
	Estatísticas do Turismo e Qualificação Profissional	<p>Baixa oferta de cursos de qualificação profissional no setor de turismo; Inexistência de pesquisas específicas sobre a atividade de turismo; 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>	Excelência no Turismo	<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; Incentivar o uso e promover a análise do BOH – Boletim de Ocupação Hoteleira; Promover palestras, disciplinas que abordem a cultura local nas escolas; Estimular a expansão das escolas públicas e comunitárias de turismo no</p>

	Aspecto	Situação de conflito encontrada	Situação satisfatória pretendida	Projeto	Proposição de ação
					<p>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 e das áreas correlatas;</p> <p>Firmar parcerias com instituições de ensino para desenvolver pesquisas na área de turismo;</p> <p>Elaborar diagnóstico das lagoas, montanhas e praias para uso turístico;</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>Estimulo 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 municipal dos impostos e taxas existentes no município em função da sazonalidade da atividade do turismo;</p> <p>Motivar, incentivar e fiscalizar a regularização da situação dos trabalhadores da área de turismo (em especial o sazonal);</p>

	Aspecto	Situação de conflito encontrada	Situação satisfatória pretendida	Projeto	Proposição de ação
					Valorização da mão de obra feminina existente no turismo do município; Valorização e facilitação do pequeno e do micro empresário existente no 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; Inexistência do serviço de aluguel de bicicleta e de vias específicas na cidade; Ausência de rodoviária interestadual Sistema Transcol insuficiente; Trânsito desordenado nos bairros mais movimentados.	Um sistema de transportes que facilite a mobilidade dos moradores e dos turistas que ofereça conforto e facilidades; Atendendo aos turistas com conforto e segurança, potencializando os diferenciais históricos e culturais da cidade.	Passeando por Serra	Implantar uma rodoviária e dotar de infraestrutura de receptivo e um PIT – 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; Aplicar as ações do Plano Diretor Urbano Municipal -Padronizar as calçadas; Implantar sinalização turística para pedestres; Realizar estudo para elaboração do Plano de Mobilidade Urbana.
	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	Criar rotas turísticas com vias coloridas; Criar um ônibus de turismo que pare nos principais pontos turísticos e meios de hospedagem da cidade; 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);

	Aspecto	Situação de conflito encontrada	Situação satisfatória pretendida	Projeto	Proposição de ação
	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.	Serra 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; Contorno de Vitória; Reurbanização das orlas das lagoas Juara, Jacuném, Carapebus e Maringá; Criar estrutura para o desenvolvimento do turismo NAS Área de Proteção Ambiental (APA) Estadual do Mestre Álvaro e APA do Morro do Vilante; 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 Fundão

	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 não são sinalizadas, são poucos os telefones e banheiros públicos, saneamento básico e drenagem, além da insegurança. Praia sem urbanização; Ausência de rede de escoamento de águas pluviais; Falta corpo de bombeiros.	Espaço das áreas prioritárias para o turismo, principalmente a praia, organizada com infraestrutura e equipamentos públicos satisfatórios ao atendimento da população e do turista, com sensação de segurança aos visitantes.	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, calçadões e locais turísticos; Desenvolver e implantar projeto de urbanização da orla de Fundão; 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 e fiscalizar a balneabilidade das praias; Promover a limpeza urbana e das praias, implantar lixeiras e iluminação na orla da praia Grande; Incentivar ações sociais para a redução da violência.
	Infraestrutura Turística	Falta de CAT- Centro de Informação Turística e sinalização turística em todo o município; Ausência de área para realização de eventos; Orla da praia sem estrutura para o receptivo de turista e apresentando problemas com a balneabilidade; Parque Goiapaba-Açú, sem estrutura para o receptivo de turista; 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; Criar espaços específicos para realização de eventos como atrativos turísticos; Desenvolver projeto de estruturação turística dos atrativos, com acessibilidade, sistema de visitação, sinalização interna; 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,	Carência de meios de	Valorização do produto	Turismo é o meu	Promover programas de sensibilização junto a escolas,

	Aspecto	Situação de conflito encontrada	Situação satisfatória pretendida	Projeto	Proposição de ação
	Serviços e Equipamentos Turísticos	<p>hospedagem e de empresas de receptivo local;</p> <p>Poucas empresas prestadoras de serviços de alimentação, eventos e outros;</p> <p>Poucos atrativos e entretenimentos;</p> <p>Inexistência de lojas de produtos locais;</p> <p>Equipamentos turísticos irregulares, não cadastrados no CADASTUR, sem estrutura para receber portadores de necessidades especiais;</p> <p>Ausência de sensibilização de todos os envolvidos no turismo;</p> <p>Desestímulo ao profissional de turismo que é pouco qualificado e mal remunerado.</p>	<p>turístico local através de estímulos ao profissional da área, aos artesões e artistas locais;</p> <p>Trade de turismo em sintonia com o poder público local;</p> <p>Equipamentos em quantidade para a demanda local, em boas condições, adaptados as necessidades dos turistas e com serviço de qualidade.</p>	Negócio	<p>clubes, associações e outros coletivos sobre a importância da cultura e da história do município;</p> <p>Envolver os parceiros locais e o trade numa campanha de valorização da atividade do profissional de turismo;</p> <p>Realizar o dia comunitário do turismo, com atividades de regulamentação, cadastramento, palestras e outras atividades que colaborem na regulamentação dos equipamentos;</p> <p>Criar um programa contínuo de estímulo a regularização dos equipamentos turísticos locais e sua formalização;</p> <p>Estímulo ao empreendedorismo local e ao fortalecimento do APL do turismo;</p> <p>Incentivo a geração de empregos formais;</p> <p>Divulgar linhas de financiamento para o turismo e atrair novos investimentos para o município, principalmente de meios de hospedagem;</p> <p>Incentivar os estabelecimentos turísticos a se adequarem as normas de acessibilidade;</p> <p>Oferta de cursos e programas para tornar o empreendedor local mais competitivo.</p>
	Estrutura Municipal de Gestão do Turismo	<p>Inexistência de Conselho municipal de Turismo e órgão público de turismo pouco atuante, sem estrutura física e de pessoal;</p> <p>Ausência de profissionais do turismo;</p> <p>Poucos recursos para desenvolver o turismo no município;</p> <p>Estrutura da Secretaria precisa melhorar;</p> <p>Falta de políticas públicas e de fundos e lei de incentivo ao turismo;</p> <p>Falta de planos de turismo;</p>	<p>Estruturação do Órgão Público Municipal de Turismo com profissionais capacitados com acompanhamento e planejamento da atividade;</p> <p>Conselho de Turismo atuante e mobilização de recursos;</p> <p>Organização e monitoramento da atividade potencializando as ações realizadas.</p>	Gestão Integrada do Turismo de Fundação	<p>Criar 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>Estruturar a secretaria com pessoal qualificado;</p> <p>Dar maior publicidade aos atos do poder executivo municipal;</p> <p>Criar leis de incentivo a atividade turística;</p> <p>Promover concurso público para o setor;</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>

	Aspecto	Situação de conflito encontrada	Situação satisfatória pretendida	Projeto	Proposição de ação
		Ausência de profissionais do turismo.			Qualificar o quadro de profissionais que atuam na Secretaria de Turismo e no Conselho Municipal de Turismo; Estruturar a Secretaria de Turismo com equipamentos, recursos humanos e financeiros; 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; Imagem negativa na mídia O município não tem divulgação; Inexistência de site promocional do município; Falta de registros sobre as edificações históricas do município; Abandono da Casa da Cultura; Falta de ações de resgate da festa típicas locais; Faltam políticas públicas de incentivo a cultura; Ausência de apoio do setor privado; Inexistência de lugar de venda do artesanato local; Falta museu na cidade; Inexistência de catalogação do patrimônio Desestímulo para empreendimentos locais a participar de feiras e eventos;	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 local; Empresário estimulado a participação de feiras e de divulgar e comercializar seu produto.	Promoção do Turismo	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; Incentivar as manifestações culturais existentes; Melhorar e valorizar as condições de trabalho dos artesãos locais e da cultura açoriana do município; Aderir ao Sistema Nacional de Cultura – desenvolver plano, fundo, conselho; Incentivar a participação da iniciativa privada no restauro e manutenção dos patrimônios culturais; Formatar produto do segmento do ecoturismo; Estimular a realização de eventos que atraiam turistas principalmente na baixa temporada.

	Aspecto	Situação de conflito encontrada	Situação satisfatória pretendida	Projeto	Proposição de ação
		Ausência do Plano de Marketing.			
	Estatísticas do Turismo e Qualificação Profissional	<p>Inexistência de política pública voltada para qualificação do profissional de turismo;</p> <p>Inexistência de instituições de qualificação profissional na área de turismo;</p> <p>Carências de mão de obra qualificada a prestação de serviços turísticos;</p> <p>Inexistência de pesquisa de demanda e de oferta;</p> <p>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;</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>	Excelência no Turismo	<p>Aplicar pesquisas de fluxo, perfil e satisfação do turista durante o ano todo e nos principais eventos do município;</p> <p>Monitorar e analisar as informações sobre ocupação hoteleira e outras repassadas pelas associações comerciais e de classe;</p> <p>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;</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>Treinar e capacitar os agentes de segurança pública e privada do município;</p> <p>Implantar o inventário virtual de atualização periódica;</p> <p>Criar o Observatório do Turismo no Município.</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, pela movimentação imobiliária e outros impostos e taxas relativos ao movimento do turismo no</p>	Um ambiente de monitoramento da economia gerada pelo turismo no município e estímulos constantes a qualificação e regularização da atividade.	Turismo e Desenvolvimento	<p>Fomentar a qualificação e profissionalização dos trabalhadores de turismo proporcionando uma valorização da profissão;</p> <p>Estimular 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 municipal dos impostos e taxas existentes no município em função da sazonalidade da atividade do turismo;</p> <p>Motivar, incentivar e fiscalizar a regularização da situação dos trabalhadores da área de turismo (em especial o sazonal);</p>

	Aspecto	Situação de conflito encontrada	Situação satisfatória pretendida	Projeto	Proposição de ação
		município.			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	Ausência de sinalização dos pontos de ônibus e de taxis, sem abrigo e bancos, sinalização dos transportes por atrativos; Quantidade ineficiente de ônibus urbanos; Alto custo de tarifas dos ônibus; Serviço de taxi ineficiente; Rodovia ES -010 em estado precário; Grande tráfego de veículos pesados; Falta de um terminal rodoviário no município. Sinalização, ciclovias e passarelas para pedestres na BR 101..	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; Rodovias do município com boa pavimentação, sinalizadas e com ciclovias.	Passeando por Fundão	Dotar o município de terminal rodoviário com 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; Construir abrigos de ônibus, sinalizados e com o mapa do município; Aumentar a oferta de ônibus intermunicipal; Promover a manutenção das rodovias; Promover a utilização da ferrovia; Articular o programa Caminhos do Campo para a área rural do município.
	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	Criar rotas turísticas com vias coloridas; Criar um ônibus de turismo que pare nos principais pontos turísticos da cidade; Implantar mapas dos pontos turísticos, nos pontos de ônibus e terminais localizando o turista e apresentando o itinerário e horário de todos os ônibus;
	Sistema de Transporte e Mobilidade nos Principais Atrativos Turísticos e	Dificuldade de acesso ao Parque GoiapabaAçu e das propriedades rurais, vias mal sinalizadas e mal conservadas; Deficiências na infraestrutura para acesso e permanência nos	Estabelecimentos de Turismo Rural desenvolvido e com facilidade de acesso. Principais atrativos turísticos do município com facilidade de acesso e de equipamentos	Fundão 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

	Aspecto	Situação de conflito encontrada	Situação satisfatória pretendida	Projeto	Proposição de ação
	Eventos	principais atrativos e nos maiores eventos realizados no município.	que facilitem a permanência dos turistas e no melhor atendimento durante os eventos.		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 Prioritário 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 e melhoria do trevo de Fundão; Melhoria da pavimentação e sinalização das ES 261 e 124; Construção do Terminal Rodoviário de Fundão; Melhoria do aeroporto de Vitória.

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, Papyrus 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>.

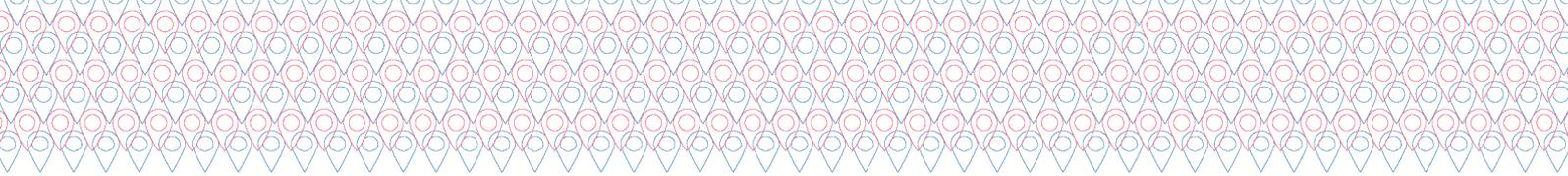
Ministério do Turismo - Marcos Conceituais Disponível em - <http://www.turismo.gov.br/>

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