

Resumo Executivo da Região Metropolitana de Vitória / ES



Governo do Estado do Espírito Santo
Secretaria Estadual de Turismo
2011

Ficha Técnica

GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

Governador

RENATO CASAGRANDE

Vice-Governador

GIVALDO VIEIRA

Secretário de Estado do Turismo

ANTÔNIO ALEXANDRE DOS PASSOS SOUZA

Subsecretária de Estado do Turismo

DIOMEDES MARIA CALIMAN BERGER

Gerente de Estudos e Negócios Turísticos

ÂNGELA MARIA MODOLO DE ASSUNÇÃO

Equipe Técnica:

Ariella Rocha Borges Coutinho

José Carlos da Silva Oliveira

Maria Aparecida Tononi Dalarmelina

Maria Aparecida Gonçalves da Silva

Mariana Rodrigues Pires

Rafael Granvilla Oliveira

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL

Presidenta: Dilma Vana Rousseff

Vice-Presidente: Michel Miguel Elias Temer Lulia

MINISTÉRIO DO TURISMO

Ministro: Gastão Dias Vieira

SECRETARIA NACIONAL DE PROGRAMAS DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO

Secretário: Fábio Rios Mota

DEPARTAMENTO DE PROGRAMAS REGIONAIS DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO

Diretor: Carlos Henrique Menezes Sobral

COORDENAÇÃO GERAL DE PROGRAMAS REGIONAIS I

Claudio Corrêa Vasques - Coordenador

Ana Carla Fernandes Moura - Técnica Nível Superior

Marina Neiva Dias – Técnica Nível Superior

Mário Rudá Pontes de Andrade – Técnico em Turismo

Miranice Lima Santos – Técnica Nível Superior

Ricardo de Sousa Mendes – Engenheiro

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS – FGV

Diretor do Projeto

RICARDO SIMONSEN

Supervisor do Projeto

FRANCISCO EDUARDO TORRES DE SÁ

Coordenador do Projeto

LUIZ GUSTAVO MEDEIROS BARBOSA

Equipe

André Coelho – Técnico em Planejamento Turístico e Patrimônio Histórico

Carlyle Falcão – Técnico em Planejamento Turístico e Projetos de Infraestrutura

Cristiane Rezende – Técnica em Planejamento Turístico e Cultura

Emília Zouain – Técnica em Planejamento Ambiental e Urbanismo

Erick Lacerda – Técnico em Administração

Fabíola Barros – Técnica em Administração

Leonardo Vasconcelos – Técnico em Economia do Turismo e Análises de Viabilidade Econômicas

Marcel Levi – Técnico em Fortalecimento da Gestão do Turismo

Paola Lohmann – Técnica em Planejamento Turístico e Monitoramento

Roberto Pascarella – Técnico em Planejamento Turístico

Sumário

| | |
|--|----|
| Ficha Técnica | 2 |
| Sumário | 5 |
| Índice de Ilustrações | 7 |
| Introdução | 12 |
| 1. Formulação de Objetivos | 20 |
| 1.1 Objetivo Geral | 20 |
| 1.2 Objetivos Específicos | 20 |
| 2. Diagnóstico Estratégico da Área e das Atividades Turísticas | 20 |
| 2.1 Análise de Infraestrutura básica e Serviços gerais..... | 21 |
| 2.1.1 Rede de Acesso à Área Turística | 21 |
| 2.1.1.1 Sistema de Transporte Rodoviário..... | 23 |
| 2.1.1.2 Sistema de Transporte Ferroviário..... | 23 |
| 2.1.1.3 Sistema de Transporte Aquaviário..... | 24 |
| 2.1.1.4 Sistema de transporte aéreo..... | 25 |
| 2.1.2 Sistema de Abastecimento de Água | 26 |
| 2.1.3 Sistema de Esgotamento Sanitário | 27 |
| 2.1.4 Limpeza Urbana..... | 29 |
| 2.1.5 Rede de Drenagem Pluvial..... | 31 |
| 2.1.6 Sistema de Transporte Urbano..... | 31 |
| 2.1.7 Sistemas de Comunicação | 33 |
| 2.1.8 Iluminação Pública | 33 |
| 2.1.9 Serviços de Saúde..... | 34 |
| 2.1.10 Segurança Pública | 34 |
| 2.1.11 Índice de Desenvolvimento Humano – IDH..... | 36 |
| 2.2 Análise da Demanda Turística Atual | 37 |
| 2.2.1 Perfil Quantitativo da demanda atual | 39 |
| 2.2.2 Perfil Qualitativo da demanda atual | 44 |
| 2.2.3 Composição do Gasto..... | 47 |
| 2.2.4 Qualidade percebida | 48 |
| 2.2.5 Balanço das campanhas de promoção..... | 49 |
| 2.2.6 Portfólio estratégico de produtos turísticos/segmentos atuais de demanda | 50 |
| 2.3 Análise da Demanda Turística Potencial | 50 |
| 2.3.1 Perfil qualitativo dos segmentos do Polo..... | 51 |
| 2.3.2 Estimativa quantitativa de demanda potencial..... | 53 |
| 2.3.3 Destinos Competidores | 55 |
| 2.4 Análise da Oferta Turística | 56 |
| 2.4.1 Avaliação dos atrativos turísticos..... | 56 |
| 2.4.2 Análise de equipamentos e serviços turísticos | 77 |
| 2.4.3 Nível de preço dos serviços turísticos..... | 89 |
| 2.4.4 Sistema de Promoção e Comercialização | 89 |
| 2.4.5 Grau de Integração entre a Oferta e a Cadeia de Valor Turística | 93 |
| 2.4.6 Investimentos em Oferta Turística | 94 |

| | | |
|---------|---|-----|
| 2.4.7 | Capacitação de Mão de Obra | 96 |
| 2.4.8 | Sistemas de Certificação | 97 |
| 2.5 | Análise do Quadro Institucional | 98 |
| 2.5.1 | Arranjo institucional dos municípios para a Gestão do Turismo no Polo da Região Metropolitana | 103 |
| 2.6 | Análise Socioambiental | 111 |
| 2.6.1 | Identificação e avaliação de impactos | 112 |
| 2.6.2 | Gestão Ambiental Pública..... | 116 |
| 2.6.3 | Gestão Ambiental nas empresas privadas | 119 |
| 2.6.4 | Controle territorial e planejamento | 120 |
| 2.6.5 | Grau de Participação comunitária..... | 124 |
| 2.7 | Consolidação do Diagnóstico Estratégico | 124 |
| 2.7.1 | Estruturação da Matriz SWOT | 130 |
| 2.7.1.1 | As Jornadas Participativas | 134 |
| 3. | Justificativa / validação da área turística..... | 150 |
| 3.1 | Priorização dos Segmentos Turísticos | 150 |
| 3.2 | Priorização dos Atrativos Turísticos..... | 153 |
| 4. | Estratégia de Desenvolvimento Turístico do Polo da Região Metropolitana do Espírito Santo | 156 |
| 5. | Plano de Ação | 160 |
| 5.1 | Visão Geral das Ações | 160 |
| 5.2 | Dimensionamento do Investimento Total | 173 |
| 5.3 | Seleção das Ações Priorizadas | 174 |
| 5.4 | Descrição das Ações a serem implementadas nos primeiros 18 meses do Programa..... | 178 |
| 5.5 | Avaliação dos Impactos Ambientais decorrentes da Implementação das Ações do Programa..... | 186 |
| 6. | Feedback: acompanhamento e avaliação..... | 194 |

Índice de Ilustrações

| | |
|---|----|
| Figura 1: Regiões turísticas do estado do espírito santo e detalhe da região metropolitana | 12 |
| Tabela 1 – Características gerais dos municípios do Polo da Região Metropolitana | 13 |
| Tabela 2: Evolução do PIB do Pólo Região Metropolitana e do ES – (valores em R\$ mil) | 13 |
| Tabela 3: Valor Agregado por Setor Econômico no Pólo Região Metropolitana – (valores %) | 14 |
| Tabela 4: Fluxo líquido na geração de empregos, por ano de competência, nos municípios do Pólo Região Metropolitana | 14 |
| Tabela 5: Distância para Vitória (km) – Principais mercados emissores | 16 |
| Tabela 6: Tempo de Vão para Vitória – Principais mercados emissores | 16 |
| Tabela 7 – Indicadores de Curto, Médio e Longo Prazo para o Pólo RMGV | 20 |
| Figura 2: Rede Viária – Pólo Região Metropolitana | 22 |
| Figura 3: Estrada de Ferro Vitória a Minas | 24 |
| Tabela 8: Movimentação de passageiros no Aeroporto de Vitória | 25 |
| Tabela 9: Volume de Esgoto Coletado e Tratado no Pólo Metropolitano | 28 |
| Tabela 10: Fontes de Financiamento para Projeto Aguas Limpas | 29 |
| Gráfico 1: % Domicílios Particulares Permanentes por Destinação do Lixo | 29 |
| Tabela 11 – Geração de Resíduo Sólidos nos Municípios do Polo da Região Metropolitana | 30 |
| Tabela 12 – Serviços de Comunicação existentes nos municípios do Pólo RMGV | 33 |
| Tabela 13 – Estabelecimentos de Saúde no Polo Região Metropolitana | 34 |
| Tabela 14 – Principais ações para a Segurança Pública | 35 |
| Tabela 15 – IDH do Pólo da Região Metropolitana e do Estado do Espírito Santo | 36 |
| Tabela 16: Segmentos e Níveis | 39 |
| Gráfico 2 – Fluxo de Passageiros no Aeroporto de Vitória 2006-2010* | 40 |
| Tabela 17: 10 Maiores Fluxos Turísticos do Brasil | 40 |
| Gráfico 3: Receita Anual gerada pelo Turismo no ES | 40 |
| Gráfico 4: Mercados Emissores para o Espírito Santo - Valores em % | 41 |
| Gráfico 5: Principais Geradores de Receitas no Espírito Santo - Valores em % | 41 |
| Tabela 18: Principais Emissores Pólo Região Metropolitana – Alta Temporada – em % | 42 |
| Tabela 19: Fluxos Turísticos na RMGV (em mil) | 42 |
| Gráfico 6. - Número de Escalas de Cruzeiros Marítimos no Porto de Vitória – 2005 a 2010 – em unidades | 43 |
| Tabela 20: Eventos no Estado do ES – 2003 a 2009 | 43 |
| Gráfico 7: GMDI (valores em R\$) | 47 |

| | |
|--|----|
| Gráfico 8: Opinião do Turista na Alta Temporada (2005-2007) (valores em %) | 48 |
| Tabela 21: Segmentos e mercados prioritários segundo o Plano de Desenvolvimento Sustentável do Turismo no ES para 2025 | 50 |
| Figura 4: Posicionamento desejado – Polo Região Metropolitana – Visão 2015 | 51 |
| Tabela 22: Perfil qualitativo de demanda potencial para o Pólo Região Metropolitana | 52 |
| Tabela 23: Motivação para visitar o Espírito Santo | 52 |
| Tabela 24: Estimativa de crescimento de fluxo turístico no Pólo | 53 |
| Tabela 25: Potencial para atração de eventos no Pólo Região Metropolitana | 54 |
| Tabela 26: Escalas de Navios no Porto de Vitória - Pólo Região Metropolitana | 55 |
| Tabela 27: Avaliação dos Atrativos do Polo Região Metropolitana | 57 |
| Figura 5: Mapa turístico do município de Vitória | 67 |
| Figura 6: Fotos Curva da Jurema – incluindo PIT | 68 |
| Figura 7: Centro Histórico de Vitória – Catedral Metropolitana (incluindo sinalização do atrativo) | 68 |
| Figura 8: Centro Histórico de Vitória – Igreja e Convento do Carmo (incluindo sinalização externa do atrativo) | 68 |
| Figura 9: Centro Histórico de Vitória – Convento de São Francisco (incluindo sinalização externa do atrativo) | 69 |
| Figura 10: Centro Histórico de Vitória – Igreja de São Gonçalo (incluindo sinalização do atrativo) | 69 |
| Figura 11: Theatro Carlos Gomes | 69 |
| Figura 12: MAES | 69 |
| Figura 13: Galpão Provisório das Paneleiras de Goiabeiras | 70 |
| Figura 14: Prainha em Vila Velha – Convento da Penha | 70 |
| Figura 15: Museu Ferroviário – incluindo sinalização externa e café temático | 70 |
| Figura 16: Fábrica de Chocolates Garoto | 71 |
| Figura 17: Orla contínua da Praia da Costa, Itapoã e Itaparica | 71 |
| Figura 18: Praia da Areia Preta | 71 |
| Figura 19: Praia das Castanheiras | 72 |
| Figura 20: Praia das Castanheiras (Com detalhe de quiosque e banheiros públicos) | 72 |
| Figura 21: Praia de Meaípe | 72 |
| Figura 22: Mapa com os principais atrativos do município de Cariacica | 73 |
| Figura 23: Fotos da APA do Monte Mochuara | 73 |
| Figura 24: Monte Mochuara - vista e entrada pública para acesso | 74 |

| | |
|--|-----|
| Figura 25: Parque Municipal Goiapaba-Açu | 74 |
| Figura 26: Mapa com os principais atrativos do município de Serra..... | 75 |
| Figura 27: Praia de Manguinhos | 75 |
| Figura 28: Fotos vista a partir da Igreja e Residência dos Reis Magos em Nova Almeida (vista do município de Fundão, incluindo Balneário Praia Grande)..... | 76 |
| Figura 29: Fotos Igreja e Residência dos Reis Magos em Nova Almeida (incluindo iluminação externa e pintura a óleo “adoração dos reis magos”)..... | 76 |
| Figura 30: Fotos Estação de Trem em Viana (incluindo sinalização externa e sinalização de acesso ao atrativo)..... | 76 |
| Figura 31: Casa de Cultura de Viana (incluindo imagens internas) | 77 |
| Tabela 28: Visão Consolidada de equipamentos e serviços turísticos no pólo | 77 |
| Tabela 29 – Setor de Meios de Hospedagem no Polo da Região Metropolitana | 80 |
| Tabela 30 – Setor de Alimentos e Bebidas no Polo da Região Metropolitana..... | 81 |
| Tabela 31 – Setor de Agências de Turismo no Polo da Região Metropolitana..... | 82 |
| Tabela 32 – Setor de Promoção de Eventos no Polo da Região Metropolitana | 83 |
| Tabela 33: Calendário com principais eventos no Pólo RMGV | 84 |
| Tabela 34: Locais para realização de eventos no Pólo Região Metropolitana | 86 |
| Figura 32 – Marina do late Clube do Espírito Santo | 87 |
| Figura 33 – Pier Iemanjá | 88 |
| Figura 34 – Cais do Hidroavião..... | 88 |
| Figura 35 – Cais das Barcas..... | 88 |
| Figura 36 – Atracadouro da Ilha das Caieiras..... | 89 |
| Tabela 35: Nível de preços nos Meios de Hospedagem no Polo..... | 89 |
| Tabela 36 : Rotas Turísticas do Estado do Espírito Santo..... | 90 |
| Tabela 37: Distância entre Município de Vitória e demais Municípios do Pólo Região Metropolitana (em km) | 91 |
| Tabela 38 : Investimento em Campanhas de Divulgação (em R\$)..... | 91 |
| Tabela 39 – Principais representantes do trade no Polo Região Metropolitana..... | 94 |
| Tabela 40 – Principais investimentos no segmento hoteleiro no Polo RMGV..... | 95 |
| Figura 37 – Organograma da SETUR/ES | 99 |
| Quadro 01: Vitória..... | 104 |
| Quadro 02 Vila Velha | 105 |
| Quadro 03: Serra..... | 106 |
| Quadro 04: Guarapari | 107 |

| | |
|--|-----|
| Quadro 05: Viana | 108 |
| Quadro 06: Cariacica | 109 |
| Quadro 07: Fundão | 109 |
| Tabela 41: Componentes ambientais do Pólo Turístico da Região Metropolitana do ES.... | 112 |
| Figura 38: Complexo portuário da Baía de Vitória | 113 |
| Figura 39 – Parque Paulo Cesar Vinha – PEPCV | 114 |
| Tabela 42: Dinâmica populacional Polo da Região Metropolitana (1996–2009) | 115 |
| Tabela 43 – Arranjo institucional para a gestão do meio ambiente no Polo da Região Metropolitana..... | 117 |
| Tabela 44: Índices de qualidade do ar na RMGV – 04/03/2010..... | 118 |
| Tabela 45: Unidades de Conservação e parques municipais do Pólo Turístico da Região Metropolitana do Espírito Santo | 122 |
| Tabela 46: Segmentos e mercados prioritários segundo o Plano de Desenvolvimento Sustentável do Turismo no ES para 2025..... | 126 |
| Tabela 47 – Principais problemas referentes à infraestrutura local e serviços básicos | 128 |
| Figura 40. – Análise do Ambiente Externo: Matriz de SWOT | 133 |
| Figura 41 – Análise da Matriz de SWOT | 134 |
| Quadro 08 – Valoração por Fatores de hierarquização – Segmentos Turísticos | 151 |
| Tabela 48 – Avaliação dos segmentos segundo os fatores de avaliação..... | 151 |
| Quadro 09 – Resultados da hierarquização dos segmentos | 152 |
| Quadro 10 – Valoração por Fatores de hierarquização – Atrativos Turísticos..... | 154 |
| Tabela 49 – Avaliação dos atrativos segundo os fatores de avaliação..... | 155 |
| Quadro 11 – Relação entre os objetivos do PDITS e as Estratégias de Ação | 158 |
| Quadro 12 – Visão Geral das Ações do componente Estratégia do Produto Turístico no Polo Região Metropolitana de Vitória..... | 161 |
| Quadro 13 – Visão Geral das Ações do componente Estratégia da Comercialização no Polo Região Metropolitana de Vitória..... | 164 |
| Quadro 14 – Visão Geral das Ações do componente Fortalecimento Institucional no Polo Região Metropolitana de Vitória..... | 166 |
| Quadro 15 – Visão Geral das Ações do componente Infraestrutura Básica e Serviços Gerais no Polo Região Metropolitana de Vitória..... | 168 |
| Quadro 16 – Visão Geral das Ações do componente Gestão Ambiental no Polo Região Metropolitana de Vitória..... | 171 |
| Tabela 50 – Dimensionamento do investimento total | 173 |

| | |
|--|------------|
| Tabela 51 – Matriz de Investimento PRODETUR Nacional Espírito Santo (Ações Priorizadas) | 176 |
| Quadro 17 - Impactos no Polo da Região Metropolitana..... | 188 |
| Quadro 18 - Instrumentos de avaliação ambiental – Polo da Região Metropolitana..... | 193 |
| Figura 42 – Mecanismo de Acompanhamento e Avaliação do Programa..... | 195 |
| Quadro 19 – Quadro de Indicadores e Linha de Base para monitoramento do Programa . | 196 |

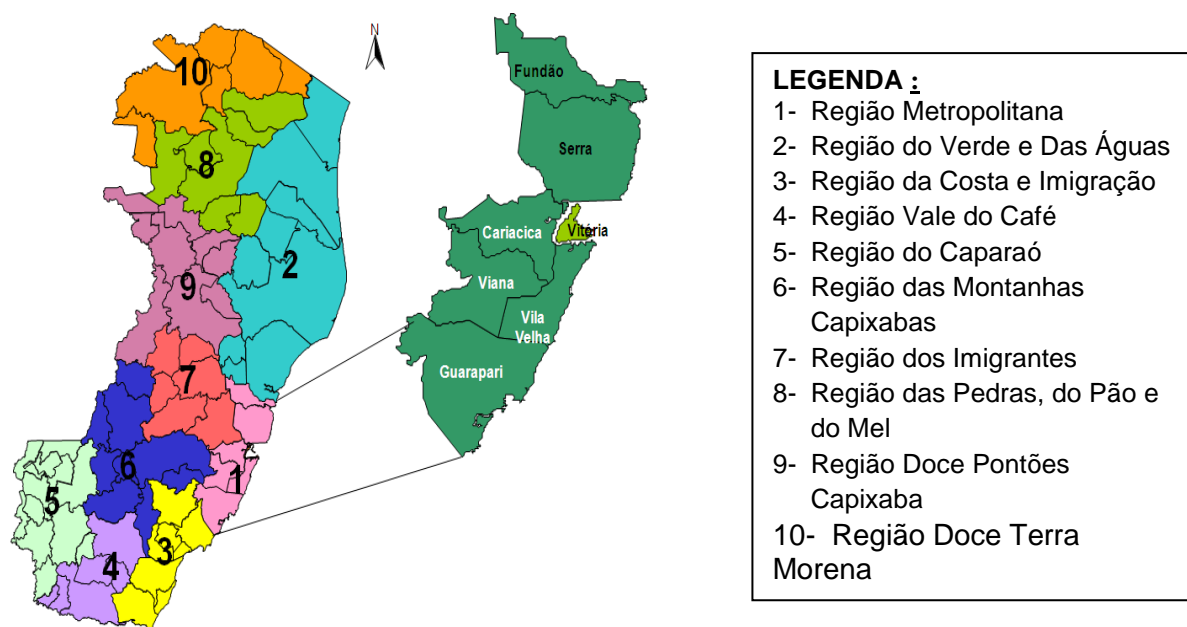
Introdução

O Estado do Espírito Santo já realiza o planejamento de sua atividade de turismo desde o lançamento, em 2004, do Plano de Desenvolvimento do Turismo 2004-2013 que traçou diretrizes e projetos convergentes com o Plano Nacional de Turismo. Após a organização do setor, o estado avançou para uma segunda fase com o lançamento do Plano de Desenvolvimento Sustentável do Turismo 2007-2025, também alinhado com o Plano Nacional do Turismo, de forma a implementar um modelo de gestão. Neste constam projetos relacionados à consolidação de rotas turísticas; à diversificação e revitalização dos atrativos turísticos; melhoria de infraestrutura turística; qualificação de empreendedores e trabalhadores e criação de centros de eventos. Este Plano de Turismo também está alinhado com a estratégia do estado, plano chamado Espírito Santo 2025.

De forma a diversificar a oferta turística e dentro de uma política de desconcentração, foram criadas 10 regiões turísticas no estado, como demonstra o mapa abaixo. Também houve a criação de oito rotas turísticas capixabas que envolvem municípios destas 10 regiões, organizadas por temas que caracterizam seus atrativos, como por exemplo: tradições culturais, como a Rota Caminhos do Imigrante; sol e praia, como a Rota do Sol e da Moqueca, uma das mais conhecidas; negócios como a Rota do Mármore e Granito. Estas rotas serão discutidas mais amplamente ao longo deste plano.

A região turística foco do presente trabalho é o Polo da Região Metropolitana formada pelos municípios de Vitória, Vila Velha, Fundão, Serra, Cariacica, Viana e Guarapari, apresentados na Figura 1.

Figura 1: Regiões turísticas do estado do espírito santo e detalhe da região metropolitana



Fonte: SETUR- Plano do Desenvolvimento Sustentável do Turismo no ES para 2025

Segundo o IBGE, estes municípios possuem como principais características:

Tabela 1 – Características gerais dos municípios do Pólo da Região Metropolitana

| Município | População* | Área (km ²) | PIB** (R\$ 1.000,00) |
|------------|------------|-------------------------|----------------------|
| Cariacica | 348.933 | 280 | 3.552.563 |
| Fundão | 17.028 | 280 | 280.537 |
| Guarapari | 105.227 | 595 | 827.243 |
| Serra | 409.324 | 554 | 11.640.836 |
| Viana | 64.999 | 312 | 876.102 |
| Vila Velha | 414.420 | 212 | 5.336.306 |
| Vitória | 325.453 | 99 | 22.694.461 |

Fonte: IBGE Cidades, 2010.

*Dados de 2009.

** Dados de 2008.

O Pólo Região Metropolitana ou Região Metropolitana da Grande Vitória (RMGV) tem um papel importante dentro do desenvolvimento econômico e social no estado. Alguns dados demonstram esta importância:

- Apesar de ocupar apenas 5% do território do estado, o Pólo abriga 46% da população total do Espírito Santo e 57% da população urbana do estado (CETURB ES, 2010);
- Esta população cresce em ritmo acelerado (3,2% ao ano), o que representa 46 mil novos habitantes a cada ano (CETURB ES, 2010);
- O Pólo produz 58% da riqueza do estado e consome 55% da energia elétrica produzida no Estado. (CETURB ES, 2010);
- O PIB do Pólo, em 2007, R\$ 38,9 bilhões, correspondeu a aproximadamente 65% do PIB do Estado. Somente o município de Vitória, inserido no Pólo, registrou, neste ano, uma participação de, aproximadamente, 38% no PIB do Pólo. A tabela 2 apresenta a evolução do PIB do Pólo Região Metropolitana e do ES.

Tabela 2: Evolução do PIB do Pólo Região Metropolitana e do ES – (valores em R\$ mil)

| | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 |
|---------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Metropolitana | 16.617.284 | 18.981.316 | 25.639.049 | 30.315.323 | 33.515.913 | 38.952.708 |
| | 26.756.050 | 31.063.717 | 40.217.397 | 47.222.529 | 52.777.544 | 60.339.817 |

Fonte: Instituto Jones dos Santos Neves – Estudo do PIB Municipal – 2007

A participação dos setores econômicos na composição do PIB dos municípios do Pólo pode ser avaliada na Tabela 3 (ano de referência 2007), onde se destaca a maior contribuição do Setor de Comércio e Serviços para o PIB dos municípios de Cariacica, Guarapari, Viana, Vila Velha e Vitória. Nos municípios de Serra e Fundão, observa-se equilíbrio entre os Setores de Indústria, Construção e SIUP (ver nota na Tabela 2) e o de Comércio e Serviços.

Tabela 3: Valor Agregado por Setor Econômico no Pólo Região Metropolitana – (valores %)

| Nome do Município | 2007 | | | |
|-------------------|--------------|-------------------------------|------------|--------|
| | AGROPECUÁRIA | INDÚSTRIA, CONSTRUÇÃO E SIUP* | COM.E SERV | TOTAL |
| Cariacica | 0,42 | 31,81 | 67,77 | 100,00 |
| Fundão | 9,95 | 47,40 | 42,65 | 100,00 |
| Guarapari | 4,82 | 16,26 | 78,92 | 100,00 |
| Serra | 0,63 | 49,94 | 49,43 | 100,00 |
| Viana | 3,19 | 37,35 | 59,46 | 100,00 |
| Vila velha | 0,28 | 27,29 | 72,44 | 100,00 |
| Vitória | 0,05 | 30,47 | 69,47 | 100,00 |

Fonte: Instituto Jones dos Santos Neves – Estudo do PIB Municipal – 2007

*SIUP –Serviços Industriais de Utilidade Pública – Eletricidade, Gás e Água

De acordo com as diretrizes projetadas para o plano estratégico do estado em 2025, o PIB projetado para o Pólo em 2016 gira em torno de R\$ 54,7 bilhões, um crescimento de 78% em relação a 2007 (Plano de Turismo de Vitória 2008 a 2016).

Ainda sobre aspectos econômicos, cabe destacar a geração de saldos positivos entre admissões e desligamentos no período de 2007 a 2009, demonstrando o maior volume de admissões no período, mesmo sob impacto, no 2º. Semestre de 2008 e início de 2009, dos efeitos da crise financeira internacional. Não é possível estabelecer pela leitura destes dados um padrão de comportamento para os municípios sobre a evolução destes saldos, porém, é possível admitir que os saldos positivos tem ajudado na diminuição das taxas de desemprego no pólo.

Tabela 4: Fluxo líquido na geração de empregos, por ano de competência, nos municípios do Pólo Região Metropolitana

| UN. DA FEDERAÇÃO E MUNICÍPIO | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| ESPÍRITO SANTO | 18.257 | 21.820 | 23.552 | 13.003 | 36.007 | 40.660 | 31.969 | 25.074 | 29.374 | 18.975 |
| Pólo RMGV | 11.818 | 15.018 | 9.379 | 3.412 | 19.763 | 27.538 | 12.715 | 4.751 | 21.996 | 8.430 |
| Cariacica | 2.602 | 1.504 | 186 | 93 | 2.276 | 2.894 | -58 | 2.797 | 1.560 | 1.880 |
| Fundão | 169 | 615 | -24 | 27 | 143 | 338 | 30 | 288 | 324 | 92 |
| Guarapari | 150 | 485 | 685 | 60 | 698 | 1.308 | 29 | 809 | 236 | 2 |
| Serra | 2.584 | 4.970 | 207 | -19 | 6.290 | 9.349 | 298 | 85 | 5.814 | 2.518 |
| Viana | 4 | 447 | 34 | 392 | 782 | 424 | 200 | 656 | 229 | 321 |
| Vila Velha | 2.051 | 1.923 | 2.887 | 2.054 | 4.530 | 4.103 | 4.458 | 55 | 6.010 | 1.820 |
| Vitória | 4.258 | 5.074 | 5.404 | 805 | 5.044 | 9.122 | 7.758 | 61 | 7.823 | 1.797 |

Fonte: Instituto Jones dos Santos Neves – Indicadores de Mercado de Trabalho – 2000 a 2009 – Base CAGED – Ministério do Trabalho

- De acordo com dados obtidos na Revista COMDEVIT (Conselho Metropolitano de Desenvolvimento da Grande Vitória), em sua 1ª. edição (dezembro 2008), pode ser definido um perfil social para o Pólo RMGV, considerando os seguintes aspectos (ano referência 2007):
 - ▣ Concentração de equipamentos públicos sociais – 29% dos Centros de Referência da Assistência Social (CRAS); 38% das Agências do Trabalhador e 8% das unidades do Programa de concessão de microcrédito, designado “Nosso Crédito”;

- Estabelecimentos ligados ao Sistema Único de Saúde (SUS) – 1.685 unidades ou 41,04% do total do Estado. Neste ano foram registrados 2,2 médicos; 1,6 leitos do SUS e 0,6 dentistas para cada mil habitantes;
- No sistema educacional, neste ano, a rede pública registrou 1.094 estabelecimentos de ensino. Dados de 2000, obtidos em publicação do IJSN, demonstram que, em 2000, a taxa de analfabetismo foi de 6,7% contra média estadual de 19,9%. Ainda em 2000, a média de anos de estudo foi de 7,4 anos, maior que a média estadual de 6,4 anos.
- No que tange à mortalidade infantil, neste ano, atingiu taxa de 12,6, inferior à média estadual 14,2.
- No que tange à segurança pública, questão crítica para o Pólo e o Estado, como será discutido de forma mais detalhada neste plano, a taxa de homicídio no Pólo foi de 80,2 por 100 mil habitantes.
- O Pólo é um centro industrial e exportador, com atividades no setor portuário, comércio, serviços, mineração, metal mecânico, moveleiro, mármore e granito, o que implica infraestrutura de logística para suporte a estas atividades;
- Vitória, capital do estado, é a porta de entrada do Pólo, e, em 2007, concentrava mais de 50% das sedes das 50 maiores empresas capixabas (Plano de Turismo de Vitória 2008 a 2016);
- De acordo com Pesquisa realizada pelo Banco Mundial, a cidade de Vitória lidera o ranking de cidades brasileiras que oferecem maior facilidade para a abertura de empresas.
- Responde, ainda, por 29,6% do potencial de consumo (IPC), 28,6% da mão-de-obra empregada do Espírito Santo e mais de 50% do total de postos de trabalho formais do Pólo Região Metropolitana. (Prefeitura de Vitória, 2010)
- Apesar de ser o menor município do Pólo RMGV, Vitória apresenta a maior densidade populacional.

Quanto à atividade de turismo, o Estado do Espírito Santo apresenta uma taxa anual de crescimento de empregos nesta atividade de 2,85%. O governo do estado estima que, em 2015, existam 52.290 vagas geradas por este setor. Com destaque, no Pólo RMGV, está o município de Vitória que empregou 26% do total de trabalhadores na atividade de turismo, no estado, em 2005, o que correspondeu a cerca de 11.000 empregos formais. Cabe registrar que, neste mesmo ano, as vagas formais em Turismo, no estado, representaram 6% do total de vagas, com um crescimento em relação a 1995 de cerca de 32%. (Plano de Turismo de Vitória 2008 a 2016).

É notório o crescimento do fluxo turístico para o Pólo RMGV a partir dos dados que foram obtidos, se considerados o turista de negócios e eventos e aquele que procura o destino para atividades de lazer e entretenimento. Somente na alta temporada (mês de janeiro), no período de 2005 a 2010, este fluxo turístico cresceu 98%.

A SETUR/ES desenvolve uma pesquisa de demanda desde 2004 no Polo da Região Metropolitana, o que facilita a compreensão da dinâmica do pólo e do perfil do turista que visita esta área turística. Segundo os dados desta pesquisa, este turista é essencialmente nacional, com forte presença do turista regional, sobretudo oriundos do Estado de Minas Gerais, e do próprio Espírito Santo. São Paulo é um importante emissor mas com grande potencial para ampliação de

sua participação. A principal motivação de viagem é a realização de negócios/participação em eventos e os atrativos naturais, sobretudo as praias do litoral capixaba.

O cenário promissor de desenvolvimento econômico aliado às características peculiares do Pólo RMGV, proximidade entre municípios (o município mais distante, Fundão, está a 57 km de Vitória) e diversidade da oferta turística (segmentos de sol e praia, negócios e eventos, náutico, cultural, ecoturismo), contribuem, positivamente, para a visão do estado acerca do incremento do fluxo turístico, em especial o de negócios e eventos, até 2015 além de sua qualificação, através do incremento do gasto individual.

O Estado do Espírito Santo também é um estado privilegiado em sua localização, uma vez que se encontra próximo de áreas que representam 70% do PIB brasileiro.

Tabela 5: Distância para Vitória (km) – Principais mercados emissores

| Distância em km | Vitória |
|------------------|---------|
| Rio de Janeiro | 520 |
| São Paulo | 880 |
| Belo Horizonte | 525 |
| Salvador | 1.200 |
| Distrito Federal | 1.240 |

Fonte: Guia do Profissional de Eventos – Espírito Santo

Tabela 6: Tempo de Vôo para Vitória – Principais mercados emissores

| Tempo de Vôo | Vitória |
|------------------|-------------------------------|
| Rio de Janeiro | 45 min (vôo direto) |
| São Paulo | 1h e 25 min (vôo direto) |
| Belo Horizonte | 45 min (vôo direto) |
| Salvador | 1h e 30 min (vôo direto) |
| Distrito Federal | 2h e 10 min (vôo com conexão) |

Fonte: Guia do Profissional de Eventos – Espírito Santo

Vitória é uma das três ilhas-capitais do país, com 99 km² de superfície e população estimada em 2008 de 325.453 habitantes, segundo dados do IBGE Cidades. É o centro político, econômico e financeiro do Estado e ocupa posição de destaque no Polo da Região Metropolitana, uma vez que concentra setenta e cinco das duzentas maiores empresas do Estado e cerca de metade dos empregos gerados na Região Metropolitana. É considerada a porta de entrada para o Pólo Região Metropolitana, tendo em vista as mais importantes formas de acesso ao Pólo: rodoviário (via carro ou ônibus) e aéreo (através do aeroporto Eurico de Aguiar Salles, que opera apenas vôos nacionais).

Além disso, destaca-se a presença do porto de Vitória, que em 2006, completou 100 anos, situado na região de baía, próximo ao centro de cidade. A presença deste porto, um dos mais importantes do estado, e do Brasil, dinamiza a atividade da cidade, uma vez que agrega todo um sistema de infraestrutura de logística e serviços para o município e o Pólo. Também é no Porto de Vitória que acontece o desembarque de cruzeiros marítimos.

Em função desta pujança econômica o turismo de Negócios e Eventos tem se desenvolvido na região, que já abriga algumas das mais importantes feiras e convenções do setor de Petróleo e derivados e mármore e granitos. Atualmente a cidade de Vitória alberga dois eventos internacionais (segundo o *International Congress and Convention Association - ICCA*) além de uma extensa pauta de eventos nacionais de médio e grande portes.

Os demais municípios do pólo apresentam perfil bastante variado em relação às atividades turísticas desenvolvidas e com potencial de desenvolvimento. O litoral do Estado do Espírito Santo totaliza uma costa de 436km desde o município de Itaúnas até Maratízes, com praias que apresentam cenários diversos, entrecortados por encostas e serras, onde se localiza o Polo da Região Metropolitana. Esta geografia confere ao pólo uma vocação natural para o turismo de Sol e Praia, segmento atualmente mais importante do pólo em conjunto com o turismo de negócios e eventos.

Além destes dois segmentos que atualmente respondem pela maior parte das motivações de viagem dos turistas que se deslocam ao pólo, é crescente também em importância e movimentação de passageiros, o turismo Náutico a partir dos cruzeiros marítimos. Vitória é atualmente um porto de reabastecimento nas rotas litorâneas brasileiras por se encontrar “a meio caminho” entre os portos de Santos e Rio de Janeiro e os portos do Nordeste, sobretudo Recife e Salvador. Desta forma, é crescente o número de cruzeiros e de turistas que têm chegado ao pólo através deste modal de transporte.

De forma incipiente, mas com bom potencial de crescimento, é possível ainda visualizar os segmentos de Turismo Cultural e Ecoturismo com atrativos que se apresentam desde o Parque de Goiapaba-Açú em Fundão até os estuários e manguezais de Guarapari, passando pelo Sítio Histórico de Quemado, em Serra, e os edifícios históricos em Vitória e Vila Velha.

Sendo assim, este Polo da Região Metropolitana apresenta-se bastante diverso em opções de entretenimento e lazer para os seus visitantes. De forma a aproveitar todo esse potencial que se localiza em pequenos deslocamentos a partir da cidade-capital e portão de entrada, Vitória, estabeleceu-se como objetivo principal do pólo ampliar a participação do setor turístico na economia estadual através do aumento da receita turística no Estado.

Para compreender a escolha deste objetivo é necessário compreender a dinâmica atual da atividade turística no pólo. De uma forma geral, o turismo no Polo da Região Metropolitana da Grande Vitória encontra-se consolidado em seus principais segmentos – negócios e eventos e sol e praia. Porém os principais destinos deste pólo, Vitória, Guarapari e Serra, sofrem com o perfil do turista que atualmente se desloca para a região nos períodos de alta temporada. Este turismo essencialmente de massa, tem se caracterizado como um turismo de segunda residência, modelo no qual os turistas alugam um apartamento privado nas cidades visitadas e se comporta como residente, realizando gastos correntes em supermercados e utilizando pouco os serviços e equipamentos turísticos.

Este perfil prejudica o desenvolvimento do setor turístico e encolhe as receitas do setor, inibindo a realização de investimentos da iniciativa privada e ameaçando toda a cadeia produtiva do turismo local.

Além do desafio de mudar o perfil do turista que atualmente chega ao pólo, sobretudo motivado pelo segmento de sol e praia, e como forma de ampliar as receitas do setor, foram elencados como objetivos específicos (i) aumento do gasto médio diário dos turistas no Polo; (ii) aumento do tempo de permanência média dos turistas no pólo; e (iii) mudança do perfil do turista de sol e praia no pólo, através do consumo dos serviços e equipamentos turísticos ofertados.

Para alcançar estes objetivos é preciso enfrentar e vencer desafios importantes na estruturação dos principais segmentos já indicados, sol e praia, náutico e negócios e eventos. No primeiro

caso, os principais problemas a serem solucionados são (i) a mudança no perfil do turista do segmento de sol e praia, hoje fortemente ligado à segunda residência ou permanência em casa de parentes/amigos; (ii) alta sazonalidade no decorrer do ano; e (iii) forte concentração de turistas na região de Vitória e Gurarapari. Do ponto de vista das infraestruturas, foi detectada a necessidade de se investir (i) na urbanização de orlas de praias e, sobretudo do Canal de Guarapari, como forma de organizar o uso público, proteger o ambiente natural do atrativo e prover serviços e equipamentos disciplinados e formalizados aos turistas; (ii) na ampliação dos sistemas de esgotamento sanitário (coleta e tratamento dos esgotos), evitando o despejo sem tratamento nas praias e rios, comprometendo a qualidade das águas; (iii) acesso aos atrativos mais remotos e sobretudo acessos internos nos parques ambientais e áreas de preservação com uso turístico.

No caso do turismo de negócios e eventos, os principais problemas atualmente identificados no pólo foram (i) a falta de espaços para realização de eventos de médio e grande portes; (ii) plano de captação de eventos nacionais e internacionais; e (iii) investimentos em promoção do polo como destino para realização de eventos e convenções. Atualmente o Centro de Convenções de Vitória está operando em sua capacidade máxima e com pauta de eventos fechada para o ano inteiro. Faltam espaços modulados, pavilhão de eventos/feiras e auditórios com capacidade de abrigar grandes públicos (acima de 3.000 pessoas). É necessário investir em um novo espaço de eventos para poder iniciar uma divulgação nacional e um trabalho de captação de eventos internacionais para o polo. Este segmento é de extrema importância para os objetivos do pólo, uma vez que atrai um turista de maior poder aquisitivo, que passa mais tempo no destino e, geralmente, estende sua estadia com a família para conhecer os atrativos locais. Além disso, funciona com perfeita integração junto ao turismo de sol e praia, inclusive amenizando os malefícios da sazonalidade deste.

Por fim, o segmento de turismo náutico, que apresenta como principais desafios (i) a ampliação da capacidade de recepção de cruzeiros marítimos; (ii) aumento do tempo médio de permanência destes turistas no pólo; e (iii) formatação e comercialização de roteiros integrados a partir da cidade de Vitória. Atualmente o desembarque de passageiros ocorre no cais comercial, operante 24 horas, no chamado Armazém 5. Neste armazém encontra-se uma estação de passageiros com os seguintes serviços: módulos climatizados; sanitários; posto de informações turísticas; loja de artesanato; check in; locadora de veículos; cafeteria/lanchonete; recepcionista bilíngue; grupamento de apoio ao turista; climatização; sinalização; acesso a internet e telefones. Além destes serviços, são realizadas apresentações culturais e exposições neste espaço. Também é ofertado serviço de city tour ao visitante.

Porém, o Porto de Vitória atualmente só tem capacidade de atracação de um navio de cruzeiro por vez, o que limita bastante a captação de novos cruzeiros. Outro problema bastante grave diz respeito a limitações operacionais do porto, que não está apto a receber embarcações com calado superior a 7,5m e comprimento superior a 242m, o que já tem inviabilizado a parada de diversas embarcações e a cada ano esse problema se agrava, pois os navios de cruzeiro que estão chegando às costas brasileiras tem aumentado de tamanho para acomodar mais pessoas. Sendo assim, para desenvolver este segmento é necessário realizar investimentos, prioritariamente, em (i) novo terminal de passageiros com maior capacidade de atracação; (ii) captação de novos cruzeiros; e (iii) formatação e abertura dos canais de comercialização para produtos específicos a este turista, que atualmente só fica no destino por 06h.

Do ponto de vista da oferta turística, verifica-se a necessidade de realizar investimentos em toda a rede de suporte ao turista, como sinalização (apenas o município de Vitória possui uma sinalização regular, os demais municípios não apresentam ou é ruim) e também estruturar uma rede de Centros de Atendimento ao Turista – CAT, que atualmente existe apenas em Vitória. No tocante à rede hoteleira foi apurado que existe a necessidade de novos investimentos privados, porém alguns hotéis estão em fase de construção e deverá ajudar no reforço da rede. Os municípios de Cariacica, Fundão e Viana são os que apresentam a pior rede hoteleira, enquanto que Guarapari, Vitória e Vila Velha possuem as melhores estruturas.

No tocante à estabelecimentos de Bares e Restaurantes o município de Vitória se destaca pela quantidade, variedade e qualidade. Apesar de ser um balneário consolidado para o público regional, o município de Guarapari possui poucos estabelecimentos em relação ao volume de turistas que se desloca até o município na alta estação. A explicação para essa pouca estrutura é atribuída ao perfil do turista neste município, que aluga residências por temporada e age como um residente, realizando compras nos supermercados locais e pouco utilizando os equipamentos de restaurantes e bares da cidade.

Existem ainda deficiências em infraestrutura no pólo que precisam receber atenção e investimentos para melhoria do serviço ao turista. A começar pelo aeroporto de Vitória que já opera em três vezes e meia acima de sua capacidade e mesmo as obras de expansão previstas na INFRAERO ainda são insuficientes para o aumento de demanda previsto no plano para 2025. Também é importante a realização de investimentos em pontos localizados visando minimizar problemas de drenagem urbana em períodos chuvosos. Registra-se ainda a baixa cobertura de sistemas de esgotamento sanitário nos municípios do pólo. À exceção de Vitória, todos os municípios apresentam taxas de cobertura abaixo dos 40%.

Em função de todo o exposto, a estratégia central do Pólo Região Metropolitana consiste em diversificar a oferta turística consolidando os segmentos de turismo de negócios e eventos, náutico e de sol e praia, agregando a estes os segmentos de turismo rural e cultural, e promovendo um novo posicionamento do destino Espírito Santo, apresentando um destino plural, com fácil acesso a partir do principal portão de entrada, a cidade de Vitória.

Por fim, é necessário investir (i) na estruturação de um sistema de informações turísticas para o Estado, de forma a iniciar uma compilação de informações que subsidiem as análises e replanejamentos da política pública de turismo; (ii) na capacitação profissional e empresarial local; (iii) em estudos ambientais que permitam o desenvolvimento sustentável da atividade turística, tais como o Estudo de Capacidade de Carga dos atrativos turísticos; e (iv) investir no fortalecimento das instituições de governança, sobretudo na capacidade do Conselho Estadual de Turismo de fiscalizar e avaliar a implementação das ações e do cumprimento da política pública do setor.

1. Formulação de Objetivos

1.1 Objetivo Geral

O objetivo geral do Polo Região Metropolitana da Grande Vitória no Espírito Santo, que será a partir deste momento nomeado Polo da Região Metropolitana, é o de ampliar a participação do setor turístico na economia estadual através do aumento da receita turística no Estado.

1.2 Objetivos Específicos

Constituem-se objetivos específicos do Plano de Desenvolvimento Integrado de Turismo Sustentável – PDITS, do Polo da Região Metropolitana:

- **Curto Prazo:** Aumento do tempo de permanência média dos turistas no pólo: atualmente o turista passa em média seis dias no destino. O objetivo é que em dois anos esse tempo médio seja de sete dias e que em quatro anos se atinja os oito dias de tempo médio de permanência.
- **Médio Prazo:** Mudança do perfil do turista de sol e praia do pólo: atualmente o turista de sol e praia do polo se hospeda sobretudo na casa de parentes e amigos. O objetivo é que esse turista passe a utilizar a rede hoteleira na alta estação. Em 2008 apenas 10,72% dos turistas utilizaram a rede hoteleira. A meta é que este percentual chegue a 15% em dois anos, 20% em cinco anos e 25% em até 10 anos.
- **Longo Prazo:** Aumento do gasto médio diário dos turistas no Polo: atualmente o GMDI é de R\$ 88,61. O objetivo é que este GMDI passe a R\$ 99,80 em dois anos, R\$ 119,10 em cinco anos e R\$ 160,20 em até 10 anos.

Adicionalmente, para a avaliação do alcance destes objetivos no curto, médio e longo prazos, e medição do desempenho da atividade turística no Polo, foram estabelecidos os seguintes indicadores operacionais:

Tabela 7 – Indicadores de Curto, Médio e Longo Prazo para o Pólo RMGV

| Indicador | Meta (Curto Prazo) 0 a 02 anos | Meta (Médio Prazo) 02 a 05 anos | Meta (Longo Prazo) 05 a 10 anos |
|---|--------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| % de Crescimento do Fluxo Turístico Total | 12% | 34% | 79% |
| % de Crescimento do Fluxo Turístico de Negócios e Eventos | 5% | 14% | 29% |

Fonte: Elaborado por FGV – base Plano de Desenvolvimento Sustentável do Turismo no ES 2025 – 2006
Ano base para cálculo de metas – 2010;

2. Diagnóstico Estratégico da Área e das Atividades Turísticas

Nesta seção, se apresenta a avaliação da situação estrutural da atividade na Área Turística cobrindo o perfil da demanda turística atual, a oferta do Pólo, desde seus atrativos até o estado de suas infraestruturas e dos serviços básicos, o quadro institucional e os aspectos socioambientais relacionados com as atividades turísticas.

O Diagnóstico Estratégico do Polo da Região Metropolitana de Vitória foi desenvolvido com base na análise dos seguintes elementos, que serão apresentados nos tópicos a seguir:

- Infraestrutura básica, como rede viária, abastecimento de água, limpeza urbana e segurança pública;
- Demanda turística atual e potencial;
- Oferta turística, considerando, entre outros, atrativos, equipamentos, comercialização e investimentos;
- Arranjo institucional; e
- Meio ambiente, do ponto de vista de sua gestão, controle, planejamento, participação comunitária e impactos.

2.1 Análise de Infraestrutura básica e Serviços gerais

Neste capítulo será diagnosticada a atual capacidade de serviços de infraestrutura, bem como suas principais carências, tendo em vista o desenvolvimento da atividade turística, e, em consequência, o incremento de demanda. Serão discutidos os seguintes serviços básicos de infraestrutura para o Polo: rede viária de acesso ao polo; sistema de abastecimento de água; sistema de esgotamento sanitário; limpeza urbana; rede de drenagem pluvial; sistema de transporte urbano; sistemas de comunicação; iluminação pública; serviços de saúde e serviços de segurança.

O desenvolvimento do turismo no Estado do Espírito Santo como um todo, e no Polo Região Metropolitana, em particular, requer uma infraestrutura capaz de atender à população residente e à população flutuante. Nenhum dos destinos é exclusivamente turístico, o que torna crítico o investimento em turismo integrado ao desenvolvimento social, que chega por intermédio da atividade turística ou de negócios.

Nesta parte do trabalho, são apresentadas as atuais condições de infraestrutura e serviços básicos no Pólo Região Metropolitana da Grande Vitória.

Os dados para este diagnóstico foram obtidos a partir dos questionários de pesquisas realizadas, durante o projeto, nos destinos do polo; no estudo do Perfil Regional da Região Metropolitana da Grande Vitória, de 2008; no Plano de Desenvolvimento Sustentável do Turismo do Espírito Santo 2025, de 2006; no Plano de Desenvolvimento Turístico Regional do Espírito Santo para a Região Metropolitana, de 2006.

2.1.1 Rede de Acesso à Área Turística

Na literatura de transportes e capilaridade viária, a infraestrutura e os serviços de deslocamento estão organizados, em geral, em forma de redes. Essas redes de transporte compõem-se de vários nodos, que podem ser as regiões de origem das viagens e também os destinos turísticos, que estão interligados entre si. Dependendo do arranjo dessas redes, alguns nodos podem apresentar uma grande acessibilidade, gerando um tráfego de turistas em passagem de ou para outras localidades.

No caso do Polo Região Metropolitana, o conceito de rede é melhor aproveitado pelos turistas regionais e residentes em outros estados que, por força da necessidade geográfica, precisam utilizar diferentes modais de transporte para seu deslocamento até os principais destinos turísticos do Polo. Ainda assim, não haverá variações entre os dois principais meios de transporte do turismo brasileiro: os transportes aeroviário e rodoviário.

Figura 2: Rede Viária – Pólo Região Metropolitana



Fonte: www.ijsn.es.gov.br – 2010

O Plano de Desenvolvimento Sustentável do Turismo do Espírito Santo 2025 já destacou que grande parcela dos investimentos na infraestrutura turística do Estado depende de decisões que estão no âmbito federal. Dentro desta parcela de investimento, destacam-se aquelas destinadas a rodovias, ferrovias e aeroporto. Nesse contexto, são apontados os seguintes investimentos 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 liga a capital do Estado ao litoral norte
- Construção da Ferrovia Litorânea Sul
- Estrada Parque Caparaó

2.1.1.1 Sistema de Transporte Rodoviário

O Polo possui boa malha rodoviária, considerando as rodovias federais e estaduais existentes. As principais rodovias federais são a BR-101 (que liga o sul ao nordeste brasileiro), chamada, no estado de BR-Sul e BR-Norte, e a BR-262 que liga Vitória à Belo Horizonte. A BR 262 é a porta de entrada dos turistas que vem de Minas e da região Central do Brasil.

As condições de tráfego destas duas rodovias podem ser consideradas satisfatórias, incluindo a avaliação de sua pavimentação, de acordo com informações disponíveis no site do DNIT (Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes), sendo que a BR 101 apresenta pontos de atenção nos trechos entre as BR's 262 e BR 482 /ES 490. Está previsto para o ano de 2010, a duplicação do trecho da BR 262 que corta o Espírito Santo até a divisa com Minas Gerais, totalizando 195,5 km. A obra da duplicação da rodovia, que está entre as de maior número de acidentes no Estado, será feita em duas etapas. Primeiro, será duplicado o trecho de 51 km, entre Viana, na Grande Vitória, e Victor Hugo, em Marechal Floriano.

Para a ligação entre os municípios da Região Metropolitana, utiliza-se rodovias estaduais como a ES- 264 (Serra), ES-477 (Guarapari), ES-388 (Vila Velha) e a ES-060, principal rodovia de acesso ao sul da região, chamada de Rodovia do Sol que percorre o litoral do Estado partindo de Vitória, em direção a Presidente Kennedy.

O principal Terminal Rodoviário do polo é o de Vitória, chamado Carlos Alberto Vivácqua Campos, com média de movimentação de 1 milhão e 800 mil passageiros/ano. Este terminal de passageiros apresenta uma boa estrutura e possui uma infraestrutura que inclui 05 lanchonetes, 02 bombonieres, 01 casa lotérica, 02 bancas de revistas, 01 loja de presentes, 02 stands de perfumaria, caixas eletrônicos de 05 bancos e mais um caixa eletrônico 24h, 02 sanitários masculinos e 02 sanitários femininos pagos e 01 sanitário masculino e 01 sanitário feminino gratuitos, central de atendimento ao usuário, serviço de guarda-volumes e encomendas e estacionamento.

Segundo informações do Governo do Estado, os demais municípios do pólo não possuem terminais rodoviários em funcionamento para ligação intermunicipal.

2.1.1.2 Sistema de Transporte Ferroviário

O Polo da Região Metropolitana conta ainda com o sistema de transporte ferroviário, ligando o estado do Espírito Santo a Minas Gerais. Cerca de 2.800 usuários trafegam diariamente nesta ferrovia, o que lhe confere potencialidade para ampliação de uso turístico.

A Estrada de Ferro Vitória-Minas liga a cidade de Belo Horizonte, passando pela região de mineração de Itabira à cidade Cariacica e aos portos de Tubarão, Praia Mole e Barra do Riacho, no Espírito Santo e atualmente é utilizada para o transporte de cargas. Possui 905 km de extensão, sendo administrada pela Vale S.A. Transporta 37% de toda a carga ferroviária nacional, que inclui minério de ferro, aço, carvão, calcário, granito, ferro-gusa, produtos agrícolas, madeira, celulose, combustíveis, entre outros. Junto com a Estrada de Ferro Carajás (Pará-Maranhão) é uma das últimas linhas que realizam transportes de passageiros em longas distâncias.

Figura 3 – Estrada de Ferro Vitória a Minas



Fonte: Vale, 2011.

2.1.1.3 Sistema de Transporte Aquaviário

Do ponto de vista da mobilidade urbana, não existe, atualmente, uso ou projeto para uso desta infraestrutura para deslocamento de pessoas pelo polo ou mesmo pelas cidade de Vitória e Vila Velha. O transporte marítimo de cargas é feito por pequenas embarcações até grandes cargueiros dos mais diferentes países. Atualmente, os cruzeiros marítimos fazem parada no Porto de Vitória. No entanto, há limitação para este tipo de transporte pois o calado da Baía de Vitória é pequeno para giro de grandes embarcações como os cruzeiros mais modernos.

Não existe ainda um consenso do Governo do Estado quanto a melhor solução para esta questão. No decorrer do desenvolvimento deste plano foram apresentadas alternativas de soluções diversas, desde ampliar o terminal de passageiros do próprio Porto de Vitória, que atualmente recebe os turistas oriundos de cruzeiros, até a construção de novos terminais em outros locais, como a Praça do Papa em Vitória, ou o Canal de Guarapari.

O principal problema relacionado a este modal de acesso à área turística diz respeito à dois problemas principais (i) perspectiva de ampliar a atracação de cruzeiros e (ii) necessidade de prover infraestrutura para o turismo náutico na Região Metropolitana (marina, atracadouros, piers, entre outras estruturas).

O primeiro problema decorre da impossibilidade de o Porto de Vitória receber mais de uma navio para atracação ao mesmo tempo, além de existir uma limitação para a atracação de grandes embarcações. Atualmente, navios com calado maior do que 7,5 metros e comprimento acima de 242 metros são impedidos de acessar o terminal de passageiros deste porto. Esta limitação tem se tornado cada vez mais um fator decisivo para a captação de mais navios de cruzeiro, uma vez que o mercado tem demonstrado a tendência de trabalhar com menos navios, porém maiores e com mais capacidade de transporte de passageiros.

Ao mesmo tempo, aumentar o fluxo de pessoas que desembarcam no terminal de passageiros do Porto de Vitória também irá gerar um problema de ordem urbanística. Não existe área exclusiva para estacionamento de ônibus e taxis, além de serviços turísticos, no local onde atualmente os turistas deixam o porto e chegam às ruas da cidade. Segundo informações do CDV, para cada navio que atraca é necessário organizar toda uma estrutura de trânsito, policiamento e sinalização

especiais e, em caso de aumento de fluxo de pessoas, essa operação se tornaria bastante comprometida.

Atualmente, operando com a capacidade limitada, na pesquisa realizada pela CDV (Companhia de Desenvolvimento de Vitória), na temporada 2009/2010 dos cruzeiros marítimos, 19% dos entrevistados avaliou como “ótima” a estrutura do Porto de Vitória, enquanto 51% avaliou como “boa”. Houve sugestões dos entrevistados sobre melhoria das instalações do porto para recepção de passageiros, incluindo colocação de sistema de ar condicionado. Apesar destas avaliações positivas, o terminal ainda apresenta limitações operacionais em termos de estrutura para receber os visitantes e prover espaço adequado para o fluxo de pessoas no local.

Como alternativa foram apresentados projetos para o desenvolvimento de terminais alternativos na Praça do Papa e no Canal de Guarapari., porém ambos possuem dificuldades bastante relevantes a serem superadas. Para a instalação do terminal de passageiros na Praça do Papa seria necessário realizar uma dragagem na baía de Vitória e também reformar algumas das pontes para permitir a passagem de grandes embarcações. Já o canal de Guarapari não permitiria a atracação de navios de cruzeiro e teria que operar através de desembarque remoto, o que inviabiliza a parada neste destino que, atualmente, é de apenas 06 horas em média.

Com relação ao segundo problema, é necessário se investir na infraestrutura de marinas, piers e atracadouros públicos em toda a região litorânea do Polo da Região Metropolitana. Atualmente, tanto os turistas náuticos que se deslocam pela costa do Brasil quanto os turistas oriundos do Estado e de estados vizinhos, que possuem embarcações, são privados de movimentar-se livremente neste litoral. Além disso existe um problema de ordem econômica: a cidade de Vitória tem sido constantemente preterida como sede de eventos de esportes náuticos e esses eventos poderiam ser captados gerando fluxos de turistas, negócios e renda, ajudando no objetivo de ampliação da receita turística do Polo.

2.1.1.4 Sistema de transporte aéreo

Atualmente, o Aeroporto de Vitória passa por obras de reforma para sua ampliação que aumentará sua capacidade em 800 mil passageiros/ano. Segundo a Infraero, o volume de passageiros que circulam pelo aeroporto é superior em três vezes e meia à sua capacidade normal (560 mil passageiros/ano). Só no ano de 2009, passaram por ele 2,34 milhões de pessoas (site Infraero).

Tabela 8 – Movimento de Passageiros no Aeroporto de Vitória

| Ano | Embarques | Desembarques | TOTAL |
|------|-----------|--------------|------------------|
| 2005 | 766.684 | 750.894 | 1.517.578 |
| 2006 | 835.607 | 825.585 | 1.661.192 |
| 2007 | 952.796 | 941.744 | 1.894.540 |
| 2008 | 997.011 | 991.436 | 1.988.447 |
| 2009 | 1.172.521 | 1.169.762 | 2.342.283 |

Fonte: Infraero, 2009

São 4 as empresas aéreas que operam neste aeroporto: Azul, Gol, TAM e TRIP. Segundo os dados da ANAC/Hotran, em maio de 2011, essas quatro empresas ofertaram um total de 293 voos e 41.346 assentos semanais para o destino Vitória (VIX).

Além disso, conforme já discutido neste estudo, é importante a ampliação de rotas nacionais e internacionais neste aeroporto, o que favorecerá ao incremento de demanda. Conforme pode-se verificar no gráfico abaixo, apenas 08 aeroportos no Brasil possuem ligação com o aeroporto de Vitória, e desse total, os aeroportos de Congonhas e Santos Dummont representam quase 40% da oferta de assentos.

Desta forma, pode-se concluir que o Polo da Região Metropolitana é o mais favorecido de todo o Estado com relação à acessibilidade, o que contribui positivamente para a atividade turística. Mesmo assim, o aeroporto já opera em capacidade acima da recomendada e mesmo as obras de ampliação atualmente em curso, já não atenderão à demanda atual. É necessário se pensar em alternativas, como por exemplo, a reativação do aeroporto de Guarapari, atualmente desativado.

O acesso aos destinos do Polo se dá prioritariamente por rodovias, que encontram-se em bom estado de conservação, especialmente as estaduais. O Aeroporto de Vitória, conforme já mencionado nos tópicos anteriores, necessita de expansão, já prevista em projeto, que permitirá o aumento do número de rotas operadas. Há destaque, ainda, para o potencial de acesso através dos modais ferroviário e aquaviário, atualmente sem uso comercial.

2.1.2 Sistema de Abastecimento de Água

Todos os municípios do Polo da Região Metropolitana são atendidos pela Companhia Espírito Santense de Abastecimento (CESAN), que está presente em 52 municípios do Espírito Santo, mediante delegação do Governo do Estado e de contratos de concessões com os municípios.

A CESAN possui 87 Estações de Tratamento de Água (ETA's), sendo 17 na Região Metropolitana de Vitória, que produzem uma média de 6009 l/s, e 70 ETA's no interior, com produção média de 1.328 l/s (dados de dezembro de 2008). Ressalta-se que o volume produzido de água atende satisfatoriamente ao volume consumido na Região Metropolitana.

A partir do estudo do Perfil Regional da Região Metropolitana, realizado em 2008 pelo Instituto Jones dos Santos Neves (IJSN), observa-se que, aproximadamente, 96% do total de domicílios particulares urbano e rural são abastecidos pela rede geral canalizada, enquanto os restantes 4% são abastecidos a partir de poços ou nascentes existentes na propriedade ou por água não canalizada.

A partir dos questionários da pesquisa de campo realizada durante o projeto, observa-se que os municípios do polo, principalmente nas áreas urbanas, não enfrentam situações de racionamento de água, bem como possuem sistemas para monitoramento das condições de qualidade para a potabilidade da água. O sistema de abastecimento de água atual já comporta um aumento de fluxo de pessoas em consumo nas áreas urbanas e mesmo nas áreas rurais com exploração turística.

Os municípios que possuem áreas rurais em suas delimitações, encontram-se situações críticas, nestas localidades, nas áreas residenciais, de abastecimento de água em Guarapari, Vila Velha, Cariacica e Fundão, devido à dificuldade de cobertura em função da extensão territorial e da baixa densidade demográfica nestas áreas.

Destaca-se a realização das obras do Programa Águas Limpas, iniciadas pela CESAN, em 2004, com recursos do BIRD, que universalizou o abastecimento de água no Polo Região Metropolitana em 2008. A meta deste projeto é 100% de cobertura de água tratada para a população urbana do

Pólo Região metropolitana. As fontes de financiamento para este projeto, bem como os valores já investidos tanto para a ampliação da cobertura de água quanto à ampliação do sistema e cobertura de esgotamento sanitário do Pólo, são expostos no tópico “2.1.3 Sistema de Esgotamento Sanitário”. Estes investimentos garantem o abastecimento de água mesmo em períodos de alta estação e aumento da demanda pelo uso de água.

A cidade de Vila Velha é a mais beneficiada pelo Projeto Águas Limpas, com a ampliação do sistema de produção de água de Caçaroca; a construção da rede adutora de água tratada de Ibes/Boa Vista; e a implantação de centros de preservação de água de Araçás e Garoto, que incluem a construção de reservatórios, elevatórias e adutoras para atender essas regiões.

De forma geral, no que tange à atividade turística, em especial, na região urbana, a cobertura para o abastecimento de água é satisfatória, atendendo aos equipamentos turísticos existentes.

2.1.3 Sistema de Esgotamento Sanitário

A partir de informações disponibilizadas pelo Instituto Jones (2000), observa-se que o sistema de esgotamento sanitário é um ponto crítico no Pólo Região Metropolitana, com exceção do município de Vitória, que apresenta baixo índice de carência em esgotamento sanitário. Os demais municípios, como Guarapari e Fundão, apresentam extremo índice de carência em esgotamento, enquanto Serra, Cariacica, Viana e Vila Velha apresentam alto índice.

Os serviços de coleta e tratamento de esgoto da Região Metropolitana estão sob a responsabilidade da CESAN. Neste sentido, 39 de um total de 66 Estações de Tratamento de Esgoto (ETE's), estão na Região Metropolitana de Vitória, com capacidade para tratar 2.181 l/s (dado de 2008). Hoje, o sistema de esgotamento sanitário, administrado pela CESAN, cobre, no estado, 30 localidades urbanas e 11 localidades rurais, o que significa um total de 764.692 habitantes. As diretrizes para a universalização do serviço até 2025 estão previstas no Plano Diretor de Esgoto da Cesan.

Das 22.818 ligações de esgoto pendentes/factíveis, de acordo com dados da CESAN de 2008, cerca de 75% estão localizadas na área denominada de Grande Vitória. Nesse contexto, é importante destacar o quão importante é a continuidade do programa de ampliação do sistema de esgotamento sanitário para a Região Metropolitana e para o Estado. No Plano de Desenvolvimento Turístico Regional para a Região Metropolitana, realizado em 2006, foram apontadas as seguintes deficiências nesta área:

- Inexistência de saneamento básico e de orientação para a não poluição dos rios da região; rios estes que formam as cachoeiras, utilizadas para banhos pelas populações locais e turistas; e
- Inexistência de tratamento de esgoto em comunidades periféricas,

A CESAN não possui atualmente os dados municipalizados da cobertura dos sistemas de esgotamento sanitário. Portanto, apresenta-se abaixo os dados referentes ao volume de esgoto coletado e tratado em cada município, apresentados pelo IBGE através da Pesquisa Nacional de Saneamento Básico de 2000.

Tabela 9 – Volume de Esgoto Coletado e Tratado no Região Metropolitana

| Variável = Volume de esgoto coletado x tratado por dia (Metros cúbicos) | | | | | |
|---|-----------------|--------|----------|---------|------|
| Cod | Município | ESTADO | Coletado | Tratado | Taxa |
| 3201308 | Cariacica - ES | ES | 2.743 | 2.743 | 100% |
| 3202207 | Fundão - ES | ES | - | - | - |
| 3202405 | Guarapari - ES | ES | 1.421 | 643 | 45% |
| 3205002 | Serra - ES | ES | 23.922 | 19.255 | 80% |
| 3205101 | Viana - ES | ES | 4.247 | 1.179 | 28% |
| 3205200 | Vila Velha - ES | ES | 471 | 302 | 64% |
| 3205309 | Vitória - ES | ES | 18.672 | 18.672 | 100% |

Fonte: IBGE (Pesquisa Nacional de Saneamento Básico - 2000)

O Município de Fundão não possui informações consolidadas sobre o sistema de esgotamento. Por se tratar de um município com pequena área urbana, a hipótese é de que exista muito pouco percentual de cobertura neste município. Os municípios de Cariacica e Vila Velha, apresentam os mais baixos índices de cobertura do sistema de saneamento do Polo, abaixo de 20% de cobertura. O município de Viana apresenta uma estrutura ainda incipiente de sistema de saneamento, atendendo entre 20% e 40% da população. Por fim, os municípios de Serra, Vitória e Guarapari apresentam os melhores índices de cobertura, entre 40% e 60%.

Pode-se observar que ainda existe uma grande deficiência no sistema de esgotamento sanitário em todos os municípios do pólo, razão pela qual o Governo Estadual vem envidando esforços para ampliar esta rede e universalizar o sistema de saneamento na região.

Conforme já citado no tópico anterior, o Programa Águas Limpas, iniciado em 2004, reúne um conjunto de empreendimentos para ampliar não só o abastecimento de água como também os serviços de coleta e tratamento de esgoto na Grande Vitória e no interior do Espírito Santo. Com isso, o Programa visa melhorar a qualidade dos recursos hídricos, a preservação ambiental e a qualidade de vida das pessoas.

As obras do Projeto Águas Limpas dão continuidade e ampliam o Programa de Despoluição e Saneamento (Prodesan), finalizado em 2003, com a conclusão de cinco estações de tratamento de esgoto em Vitória, Vila Velha, Cariacica, Guarapari e Domingos Martins. Na época, o índice de cobertura com esgoto tratado era de 21%. Atualmente, esse índice é de 36,1% (dato 2008). Entre as obras, para o sistema de esgotamento sanitário, destacam-se a construção de estações de tratamento de esgoto e a implantação de redes coletoras e elevatórias. Muitas obras já foram iniciadas e algumas até finalizadas. As metas do Governo do Estado são elevar a cobertura de esgoto tratado na Região Metropolitana da Grande Vitória dos atuais 36,1% para 60% até 2011. Nesse contexto, com a conclusão de obras previstas para meados de 2011, o município de Vitória será, nesta data, o único do Brasil a ter 100% de seu esgoto coletado e tratado.

No início deste projeto, a cobertura do sistema de esgotamento sanitário nas áreas urbanas do Pólo Região Metropolitana era de 20,3% (2002). O investimento previsto para o Projeto Águas Limpas é de aproximadamente de R\$ 1 bilhão, assim distribuídos entre os financiadores do projeto, conforme Tabela 10.

Tabela 10 – Fontes de Financiamento para o Projeto Águas Limpas

| Fonte | Valor (R\$) |
|----------------------------|------------------|
| BNDES | 85.729.599,93 |
| CESAN | 495.956.688,55 |
| BIRD | 194.546.999,85 |
| CAIXA | 199.850.378,52 |
| GOVERNO FEDERAL | 41.698.400,00 |
| FUNDO DE COMBATE À POBREZA | 3.500.000,00 |
| FUNASA | 9.329.000,00 |
| TOTAL | 1.030.611.066,85 |

Fonte : Portal da Transparência do Governo do Estado do ES - 2010

No que tange à atividade turística, cabe enfatizar, conforme discussão ao longo deste tópico, que a importância dada pelo Governo do Estado à ampliação do sistema de esgotamento sanitário não somente é válida, como dever ser mantida na continuidade da gestão pública. Atualmente o sistema de esgotamento sanitário já representa um problema sobretudo para o desenvolvimento do segmento de sol e praia. À exceção de Vitória, que possui um plano de universalização da coleta de esgotamento sanitário, os demais municípios possuem problemas neste setor. O aumento de fluxo de pessoas nestes municípios pode comprometer ainda mais o sistema, o que exige a atenção dos gestores públicos no curto prazo.

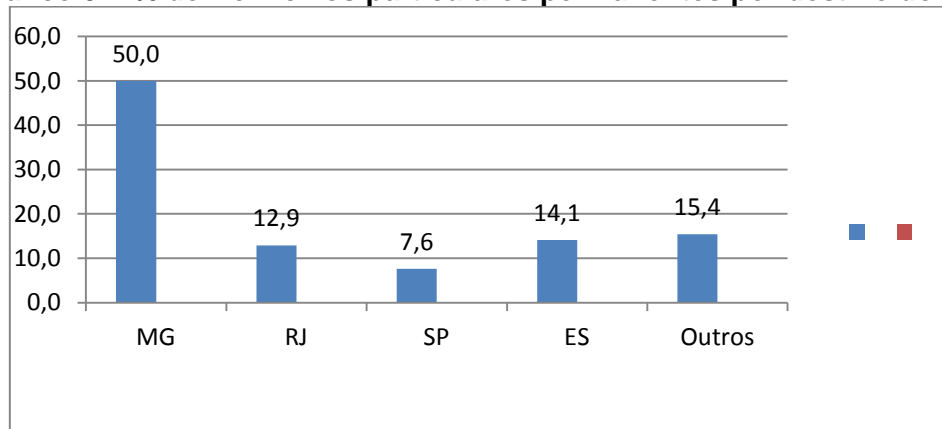
2.1.4 Limpeza Urbana

No Plano de Desenvolvimento Turístico Regional para a Região Metropolitana, realizado em 2006, foram apontadas as seguintes deficiências na gestão de resíduos sólidos:

- Inexistência de programas de coleta seletiva e aterro sanitário; e
- Existência, nas vias de acesso aos atrativos, de grande quantidade de lixo.

De acordo com Perfil Regional da Região Metropolitana da Grande Vitória, de 2008, conforme mostra o gráfico 01, 91,8 % do lixo é coletado nos domicílios particulares da área urbana (361.541 domicílios) e 60,5% é queimado na área rural. O município de Vitória é a única capital no Brasil que possui uma rotina diária de coleta de lixo, sendo de segunda a sábado recolhido o lixo residencial e comercial e aos domingos se realizam as limpezas de praias, restaurantes e áreas comuns.

Gráfico 01: % de Domicílios particulares permanentes por destino do lixo



Fonte : Perfil Regional da Região Metropolitana 2008 - IJSN /IBGE – 2000¹

¹ Não existem informações mais atualizadas no Estado sobre a limpeza urbana.

No caso dos resíduos sólidos coletados, nos municípios do Polo da Região Metropolitana existem dois aterros controlados, localizados em Vila Velha e Cariacica. Todos os municípios encaminham seus resíduos a esses dois aterros, à exceção de Fundão que encaminha seus resíduos ao aterro controlado localizado no município de Aracruz. Os resíduos coletados são separados em 03 categorias: Resíduos Sólidos Urbanos (RSU), Resíduos da Construção Civil (RCC) e Resíduos do Sistema de Saúde (RSS). Cada um destes resíduos possui coleta e destinação diferenciada, a depender da natureza de sua composição e do perigo que possa trazer à sociedade.

De maneira geral pode-se afirmar que a limpeza é realizada em toda a área urbana dos municípios e atende a toda esta população. Conforme constatado no gráfico 01, a limpeza rural é realizada pela própria população, em suas terras, e os resíduos são, em sua maioria, queimados ou enterrados. Os equipamentos públicos localizados nas áreas rurais também possuem seus resíduos coletados pelo sistema licenciado pela prefeitura (empresa licenciada) e os resíduos são encaminhados aos aterros controlados.

De acordo com o Plano Diretor de Resíduos Sólidos da Região Metropolitana da Grande Vitória, os volumes coletados mensalmente são apresentados na tabela 11 abaixo.

Tabela 11 – Geração de Resíduo Sólidos nos Municípios do Polo da Região Metropolitana

| Município | RSU (ton/mês) | RCC (ton/mês) | RSS (ton/mês) | Destinação Final |
|------------|---------------|---------------|---------------|----------------------|
| Fundão | 350 | 28,26 | 0,28 | Aterro de Aracruz |
| Serra | 7.680 | 30.599,66 | 37,17 | Aterro de Cariacica |
| Vitória | 8.138,44 | 7.092,12 | 99,89 | |
| Cariacica | 8.066,55 | 0 | 21,28 | |
| Viana | 1.160 | 956,11 | 1,21 | |
| Vila Velha | 10.011,81 | 0 | 69,55 | Aterro de Vila Velha |
| Guarapari | 2.400 | 1.426,96 | 5,3 | |

Fonte: Plano Diretor de Resíduos Sólidos da Região Metropolitana da Grande Vitória, 2009.

Como ponto fraco, deve-se, a falta de coleta seletiva de lixo, o que gera impactos para a atividade turística. Este problema é particularmente sensível em Guarapari, inclusive pelo volume de população flutuante no decorrer das diversas estações do ano. Neste sentido, uma das ações estipuladas, para o município, é criação de um local para aterro sanitário e reciclagem do lixo depositado.

Na cidade de Vitória, cabe destacar a existência de um serviço de coleta de lixo que atende aos resíduos domésticos, de serviços e hospitalares. Os resíduos são encaminhados à Usina de Lixo, que separa os materiais recicláveis e transfere os rejeitos para o aterro sanitário, além de realizar o processo de compostagem da matéria orgânica, visando seu reaproveitamento na arborização e jardinagem da cidade. A cidade conta também com sistema de coleta seletiva de lixo.

A gestão de resíduos sólidos torna-se ainda mais crítica com o crescimento urbano desordenado, que se iniciou na década de 60. Neste sentido, o tratamento deste tema é de extrema relevância para a gestão turística, dado, principalmente a preservação ambiental dos atrativos naturais do pólo. Nesse contexto, conforme será detalhado no tópico de “Análise Sócio Ambiental”, deve ser dada especial atenção à área de manguezal do Pólo, que é a maior área do estado, inclusive. Nesta área, observa-se que houve espaços aterrados com lixo urbano e que, posteriormente, foram urbanizados.

2.1.5 Rede de Drenagem Pluvial

O sistema da drenagem faz parte do conjunto de melhoramentos públicos existentes em uma área urbana. A sua função é captar e dispor racionalmente o escoamento superficial gerado pelas chuvas, protegendo a infraestrutura existente.

No Polo Região Metropolitana, um fator que prejudica a manutenção do sistema de drenagem é a ocupação irregular do solo, agravada com a especulação imobiliária. No decorrer do levantamento de informações no campo e nas discussões de ações para o Polo, foi mencionada, como ponto fraco, a ineficiência do sistema de drenagem urbana, ocasionando enchentes. Os sistemas de drenagem também não atendem de forma eficiente as áreas rurais dos municípios.

A partir dos questionários de pesquisa aplicados durante o projeto e oficinas realizadas, foram destacadas as seguintes informações para os municípios de Vitória, Vila Velha, Serra e Guarapari:

- No município de Vitória, diante da conjugação de fatores como maré alta e chuvas muito fortes, os bairros que mais sofrem com as enchentes são Maruipé, Jardim Camburi e Bento Ferreira. Foram realizados nos últimos três anos os seguintes projetos relacionados à drenagem urbana: Estação de bombeamento Cândido Portinari; e Plano Diretor de Drenagem Urbana de Vitória.
- No município de Vila Velha também deficiente o sistema de drenagem, ocasionando pontos de alagamento no bairro de Cobilândia.
- No município de Serra, ocorrem áreas de alagamento nos entornos das lagoas. Os projetos em andamento são: a Reforma das orlas de Manguinhos e Jacareípe e Projeto Caminhos do Campo - Adequação e revestimento asfáltico de 730 km de estradas rurais municipais no Estado.
- Em Guarapari, apesar dos projetos de investimento, o sistema de drenagem também pode ser classificado como deficiente. Os principais projetos realizados foram: Pavimentação de 82 ruas na Praia do Morro; Inauguração do Parque da Areia Preta e Pavimentação de ruas em Meaípe e Lagoa Funda.

Para os municípios de Viana, Cariacica e Fundão, não foram destacados aspectos críticos quanto ao sistema de drenagem pluvial. Considerando a relevância do crescimento urbano desordenado e seu impacto sobre a ocupação do solo, a avaliação e ação sobre os sistemas de drenagem nos municípios é fundamental. Tal visão, a partir deste diagnóstico, não parece ser comum a todos os municípios sob análise.

No entanto, para a gestão da atividade turística no pólo, não foram identificados problemas de drenagem pluvial que em trechos de interesse turístico ou mesmo situações de risco aos turistas presentes no polo

2.1.6 Sistema de Transporte Urbano

Um destino turístico se caracteriza por seus equipamentos e pela facilidade de acesso aos mesmos. O transporte urbano, apesar de originalmente projetado para atender à população local, é de grande utilidade para os turistas independentes e é indicador de desenvolvimento da infraestrutura da cidade. Nos municípios do Polo Região Metropolitana, há oferta de transporte público rodoviário, sem utilização multimodal (metro ou trem). Há serviços de táxis disponíveis.

Do ponto de vista da infraestrutura urbana, a circulação urbana passou a representar um dos maiores desafios para os gestores públicos do Polo. Embora existam sistemas de transportes metropolitanos, há carências no que diz respeito à integração e complementaridade modal.

Outra importante característica do Pólo é o fato de Vitória possuir um intenso fluxo de passagem, dados os eixos viários de Cariacica à Vitória, Vila Velha e Serra. Nesse contexto, há vários pontos críticos, na cidade, de congestionamentos de veículos.

Ao longo do tempo, o Governo do Estado tomou medidas para promover a expansão e integração no Pólo, entre elas cita-se: a construção da terceira ponte (liga Vitória a Vila Velha), a implantação do sistema TRANSCOL (sistema de transporte coletivo metropolitano) e a requalificação das principais vias arteriais do Pólo.

O sistema de transporte coletivo metropolitano TRANSCOL interliga os 5 municípios (Vitória, Vila Velha, Serra, Cariacica e Viana) da Região Metropolitana da Grande Vitória através de 10 terminais urbanos. Através deste sistema permite que o usuário se desloque por vários trechos pagando uma única tarifa R\$ 2,15 e aos domingos de R\$ 1,85. Este projeto é chamado de TRANSCOL Social. Também neste sistema, atendendo a 66 áreas com demandas noturnas dentro do Pólo, foram implantadas 3 linhas extras com 51 veículos no horário de 21H30 min a 23 hs. Estas áreas concentram escolas, universidades e shoppings centers.

Em 3 municípios do Pólo, Vitória, Vila Velha e Guarapari, existe um sistema de transporte intermunicipal. Nos municípios de Serra, Cariacica e Viana, a responsabilidade de administração sobre o sistema de transporte urbano é da CETURB. Somente o município de Fundão não tem transporte urbano, sendo apenas a região de seu litoral também atendida pela CETURB. Durante o Verão e calendário de eventos nos municípios, há reforço de linhas.

A partir deste diagnóstico, verifica-se que o sistema de transporte urbano que atende aos municípios do Pólo suporta a atual demanda turística, incluindo a estruturação de operações especiais nas épocas sazonais de maior fluxo turístico. Porém, foi detectado problemas no sistema de transportes urbanos na região portuária e do aeroporto nos períodos de maior fluxo de turistas, em função da existência de ônibus de agentes de viagens e do aumento dos taxis em circulação na cidade. Estes problemas ocorrem sobretudo em função da falta de locais específicos para embarque e desembarque de passageiros.

Outro ponto negativo, destaca-se o fato do município de Fundão não ser atendido pelo sistema integrado (TRANSCOL), o que prejudica a perspectiva de complementaridade dos municípios do pólo. É recomendável que a atual preocupação percebida, na administração estadual, com a integração dos modais de transporte urbano no Pólo, seja contínua e acompanhe os crescimentos de fluxos turísticos estimados para o Pólo. Neste sentido, a avaliação de complementaridade modal pode considerar, por exemplo, um sistema metroviário. Hoje, já se percebe a existência de congestionamentos em vários pontos do pólo, nas horas tradicionais de rush, especialmente em Vitória. Este problema tende a agravar-se dado que a população urbana residente na RMGV corresponde a 57% da população do Estado e tem como principal modalidade transporte ônibus e carros particulares.

Por fim, a ampliação do fluxo de turistas, em função de eventos ou do aumento do número de cruzeiros, poderá gerar problemas localizados no trânsito do município de Vitória, pela pequena dimensão do município, mas não se configurará em problema para os demais municípios do polo.

2.1.7 Sistemas de Comunicação

A tabela 12 apresenta as principais características dos sistemas de comunicação no Pólo.

Tabela 12 – Serviços de Comunicação existentes nos municípios do Pólo RMGV

| Municípios | Nº operadoras de telefonia celular no destino. | Acesso à internet banda larga. | Estabelecimentos tipo <i>lan-house</i> . | Nº de agências Correio. | Serviço TV por assinatura. | Nº telefones públicos no destino. |
|------------|--|--------------------------------|--|-------------------------|----------------------------|-----------------------------------|
| Vitoria | 5 | Sim | Sim | 18 | Sim | 2.298 |
| Viana | 4 | Sim | Não | 7 | Sim | 327 |
| Cariacica | 4 | Sim | Sim | 9 | Sim | 1.956 |
| Fundão | 4 | Sim | Não | 2 | Sim | 96 |
| Vila Velha | 4 | Sim | Sim | 15 | Sim | 2.886 |
| Guarapari | 4 | Sim | Sim | 5 | Sim | 861 |
| Serra | 4 | Sim | Sim | 10 | Sim | 2.480 |

Fonte: ANATEL/CORREIOS/PESQUISA CAMPO FGV- 2010

A avaliação dos dados desta tabela aponta que, de forma geral, não há problemas críticos quanto a este aspecto de infraestrutura, que afetem a atividade turística no Pólo.

2.1.8 Iluminação Pública

De acordo com a Agência de Serviços Públicos de Energia do Estado do Espírito Santo (ASEP), a situação energética atual do Estado do Espírito Santo é de confiabilidade, por se conectar ao Sistema Interligado Sul/Sudeste/Centro-oeste através de um anel de transmissão.

Atualmente o Estado produz 33% de suas necessidades, importando, 67% da energia requerida de Furnas Centrais Elétricas S.A. As concessionárias de distribuição de energia elétrica que operam no Espírito Santo são a Espírito Santo Centrais Elétricas S/A (ESCELSA) e Empresa Luz e Força Santa Maria (ELFSM).

A partir dos questionários de pesquisa aplicados durante o projeto, foram obtidas as informações abaixo elencadas sobre projetos com investimentos na iluminação urbana:

- Em Vitória - projeto de urbanização da Orla e do Centro Histórico;
- Em Vila Velha – reforma das praias da Costa, Itapuã e Itaparica;
- Em Serra – reforma da avenida CIVIT; Reurbanização da Orla; Iluminação da Igreja Matriz Nsa. Senhora da Conceição e do monumento Reis Magos;
- Em Guarapari – avaliação da eficiência energética nas principais avenidas da cidade.
- Observou-se que os atrativos visitados contam com iluminação pública, com destaque para o Centro Histórico de Vitória, onde alguns monumentos, já citados neste plano, já contam com projetos, patrocinados pela Prefeitura de Vitória, que revisitam a atual iluminação cênica

No Polo Região Metropolitana, não foram encontrados fatos, comentários sobre deficiências nesta área, considerando, inclusive os períodos de sazonalidade. Assim, o fornecimento de energia na alta e baixa temporadas é satisfatório para os municípios do Polo.

2.1.9 Serviços de Saúde

O desenvolvimento de um destino turístico requer a existência de uma infraestrutura capaz de atender à população residente e à população flutuante que chega por intermédio da atividade turística ou de negócios. Isso inclui atendimento médico satisfatório aos munícipes e o de emergência aos visitantes. Para avaliação da oferta hospitalar, são considerados o número de estabelecimentos de saúde existentes e o número de leitos hospitalares por habitante. Embora a relação de número de leitos hospitalares por habitante não seja o indicador mais apropriado para se avaliar a capacidade de atendimento médico de uma localidade, ele pode demonstrar carência no quesito de saúde pública.

O Espírito Santo possui a relação 2,23 leitos para cada 1.000 habitantes, índice inferior ao observado na região Sudeste, que é de 2,44 leitos, superando apenas o estado de Minas Gerais (2,18 leitos/1000 habitantes), conforme dados do CNES – Cadastro Nacional de Estabelecimentos de Saúde (IBGE, 2009).

De acordo com dados do CNES 2010, cerca de 44% dos estabelecimentos de saúde do estado encontram-se nos municípios que compõem o Polo da Região Metropolitana. Também se verifica, a partir da Tabela 13, que o município de Vitória possui o maior número de estabelecimentos de saúde do Polo, bem como o maior número de leitos para 1.000 habitantes.

Tabela 13 – Estabelecimentos de Saúde no Polo Região Metropolitana

| TIPO DE ESTABELECIMENTOS | | | | | | | |
|--------------------------|----------|----------|-------|--------|------------|-----------|-----------------|
| Municípios | Privados | Públicos | Total | Leitos | Leitos SUS | População | Leitos/1000 hab |
| Vitória | 1.047 | 55 | 1.102 | 1.841 | 1.303 | 320.156 | 5,8 |
| Vila Velha | 451 | 31 | 482 | 919 | 567 | 413.548 | 2,2 |
| Guarapari | 102 | 43 | 145 | 89 | 86 | 104.534 | 0,9 |
| Cariacica | 89 | 50 | 139 | 373 | 267 | 365.859 | 1,0 |
| Fundão | 7 | 11 | 18 | 29 | 29 | 16.431 | 1,8 |
| Serra | 185 | 55 | 240 | 485 | 172 | 404.688 | 1,2 |
| Viana | 1 | 27 | 28 | 0 | 0 | 60.829 | 0,0 |

Fonte: CNES (Cadastro Nacional de Estabelecimentos de Saúde) – 2010/ Estimativa Populacional IBGE 2009.

Apesar de não terem sido detectados no diagnóstico deficiências e projetos para este tema, é importante atentar para o equilíbrio entre oferta de serviços de saúde e o crescimento da população local. Bons níveis de atendimento em serviços de saúde para a população contribuem, positivamente, para a prestação destes serviços quando preciso, à população turística. Nesse contexto, deve-se observar com atenção os municípios de Fundão e Viana. No caso de Fundão, atendimentos não realizados no município são destinados, dada a proximidade, ao municípios de Serra e Vitória. No caso de Viana, esta situações também tem como alvo Vitória.

2.1.10 Segurança Pública

Para o desenvolvimento de turismo, é imprescindível, para o turista doméstico e internacional, uma boa política de gestão de segurança, preferencialmente com aparato especializado para seu atendimento.

O estado do Espírito Santo ocupa, em 2009, o 2º. lugar no ranking nacional de homicídios e níveis de criminalidade, atrás apenas de Alagoas. Diante deste cenário, o Governo do Estado desde 2003 vem atuando no sentido de reverter este quadro. Cabe salientar que o estado está inserido

no Programa PRONASCI do Ministério da Justiça, envolvendo os seguintes municípios do Pólo Região Metropolitana : Serra, Vitória, Vila Velha, Cariacica e Viana. Para composição deste diagnóstico, a partir da entrevista realizada na Secretaria de Estado de Segurança Pública (SESP), durante levantamento em campo, são destacadas as seguintes ações:

Tabela 14: Principais ações para a Segurança Pública

| Ação | Descrição |
|--|--|
| Criação do CIODES – Centro Integrado Operacional de Defesa Social (Disque 190) | Integração dos telefones emergenciais de Polícia Civil, Militar e Corpo de Bombeiros. Já atende o Pólo Região Metropolitana. |
| Compatibilização Territorial de Área | Limitação das áreas de atuação das forças das Polícias Civil, Militar e Corpo de Bombeiros, além da criação de Conselhos de Segurança nos territórios. Este projeto será implantado na Grande Vitória até o fim de 2012, para posterior extensão dentro do estado. Ação similar ao já implantado nos estados de Minas Gerais, Pernambuco e São Paulo. |
| Projeto Cosme e Damião | Em fase de elaboração, primeiramente para a Grande Vitória, envolvendo contingente de 700 homens da Polícia Militar. |
| Rede de Promoção de Ambientes Seguros – Projeto REPAS (âmbito municipal – Guarapari) | Encontra-se em andamento e foi idealizado pelo 10º Batalhão da Polícia Militar no município de Guarapari. Envolve além da PM, as Polícias Civil, secretarias municipais, o Conselho Tutelar, Ministério Público, o Juizado da Infância e da Juventude, a Associação de Moradores do Centro (Amocentro) e o Conselho Interativo de Segurança. O projeto tem por objetivo, a partir da reunião deste grupo, detectar problemas no município e apresentar diagnósticos tanto para prevenção, quanto solução das demandas. |
| Ampliação de contingente das Polícias Civil e Militar | Realização de concurso em jan/ 2011 para integrar 1000 homens na Polícia Militar e 100 homens na Polícia Civil. |
| Criação do Observatório da Violência para o Estado | O estado vem investindo na elaboração de estudos e análises estatísticas, como insumo para estabelecimento de ações. Um exemplo disso foi a realização de Pesquisa de Vitimização em 2008, pela Universidade Federal do Espírito Santo. A criação do Observatório será realizada em parceria com o Instituto Jones, conta com o apoio do BIRD e está prevista para 2011. |
| Ações especiais para o Verão | A SESP realiza, para a alta temporada, ação integrada com 14 municípios, incluindo os do Pólo Região Metropolitana. Esta ação realizada no mês de janeiro até o fim do carnaval, compreende como principais medidas: <ul style="list-style-type: none"> • Estruturação de CIODES com as prefeituras municipais; • Aumento de contingente da Polícia Militar e Corpo de Bombeiros em áreas definidas com as respectivas prefeituras; • Distribuição de cartilha “Dicas de Segurança” nos CIODES, nas operações especiais e aeroportos. |

| Ação | Descrição |
|----------------------------|--|
| Ações especiais em eventos | <p>Como no Verão a SESP também estrutura operações especiais junto às prefeituras, tendo em vista a realização de eventos, destaca-se :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Festa da Penha – Vila Velha • Festa de São Benedito – Serra • Carnaval em Manguinhos – Serra • Carnaval – Vitória • Passos do Anchieta |

Fonte : Elaborado por FGV – levantamento em campo - 2010

Nas ações acima descritas, observa-se a iniciativa do estado na articulação dos poderes executivos municipais, bem como na integração de contingentes dos principais atores da segurança pública (Corpo de Bombeiros, Guarda Municipal, Polícia Civil e Polícia Militar).

No decorrer dos trabalhos e levantamento das informações em campo, foi destacado pelos representantes das gestões municipais, como ponto franco do Polo, a inexistência de destacamento especializado para a segurança turística nos municípios. Somente no município de Vitória, dada sua característica de porta de entrada para o Pólo, encontra-se uma Delegacia de Proteção ao Turista da Polícia Civil (DPTUR) no Shopping Vitória e um Grupamento de Apoio ao Turista (GAT) da Guarda Civil Municipal na Curva de Jurema.

A indicação deste ponto fraco é corroborada pelo Plano de Desenvolvimento Sustentável do Turismo do Espírito Santo 2025 que contempla, no Macroprograma Infraestrutura, um projeto para implementar a Delegacia do Turista interligada com as demais ações dos outros segmentos da Segurança Pública – PM, Corpo de Bombeiros e Capitania dos Portos.

2.1.11 Índice de Desenvolvimento Humano – IDH

Nesta seção, será analisado um índice sintético que mede as condições de vida dos municípios. Este índice é calculado pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento - PNUD. O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) é um indicador que combina três dimensões: a longevidade, a educação e a renda.

Segundo os dados do PNUD, o IDH do estado do Espírito Santo, bem como de 5 (cinco) municípios que integram o Pólo Região Metropolitana foram classificados como de médio desenvolvimento humano, de acordo com a Tabela .

Tabela 15 – IDH do Pólo da Região Metropolitana e do estado do Espírito Santo

| Municípios /Estado | IDHM 1991 | IDHM 2000 | IDHM- Renda 1991 | IDHM- Renda 2000 | IDHM- Longevidade 1991 | IDHM- Longevidade 2000 | IDHM- Educação 1991 | IDHM- Educação 2000 |
|--------------------|-----------|-----------|------------------|------------------|------------------------|------------------------|---------------------|---------------------|
| Guarapari | 0,692 | 0,789 | 0,638 | 0,712 | 0,677 | 0,784 | 0,761 | 0,872 |
| Viana | 0,658 | 0,737 | 0,573 | 0,635 | 0,631 | 0,701 | 0,771 | 0,874 |
| Fundão | 0,679 | 0,752 | 0,631 | 0,680 | 0,656 | 0,734 | 0,749 | 0,842 |
| Serra | 0,693 | 0,761 | 0,633 | 0,683 | 0,629 | 0,705 | 0,817 | 0,896 |
| Cariacica | 0,673 | 0,750 | 0,618 | 0,669 | 0,617 | 0,703 | 0,783 | 0,878 |
| Vila Velha | 0,759 | 0,817 | 0,719 | 0,790 | 0,686 | 0,734 | 0,861 | 0,928 |
| Vitória | 0,797 | 0,856 | 0,793 | 0,858 | 0,715 | 0,762 | 0,882 | 0,948 |
| ES | 0,690 | 0,765 | 0,653 | 0,719 | 0,653 | 0,721 | 0,763 | 0,855 |

Fonte : Atlas do Desenvolvimento Humano do Brasil – PNUD – 1991/2000

Somente os municípios de Vitória e Vila Velha apresentaram índices equivalentes a alto desenvolvimento humano, respectivamente, 0,856 e 0,817. Avaliando a Região Metropolitana da Grande Vitória, de acordo com dados do PNUD, a mesma apresentou crescimento de 9,4% entre os anos de 1991 e 2000, mas ainda enquadra-se na classificação de médio desenvolvimento humano. Em 1991, a Região Metropolitana da Grande Vitória apresentou um coeficiente de 0,730 e em 2000, 0,798.

Também a partir da Tabela 15, entre 1991 e 2000, houve uma melhora no índice em todos os municípios. Destaca-se, nesta avaliação, a evolução, no ano 2000, do município de Viana, que, em relação aos demais municípios do Pólo, apresentava, em 1991, os menores índices de desenvolvimento humano.

Os avanços ocorridos no IDH dos municípios integrantes do Pólo Região metropolitana são consequência, principalmente, do aumento significativo dos indicadores referentes à educação. Nesse contexto, em 2000, o estado do Espírito Santo, incluindo todos os municípios do Pólo, apresentaram o IDHM Educação no mais alto nível de classificação. Acredita-se que o incentivo à educação propiciará maiores oportunidades no mercado de trabalho, de forma a promover incremento de renda. Certamente, tal fato promoverá também o desenvolvimento do turismo, de forma profissional, na região.

2.2 Análise da Demanda Turística Atual

As informações elencadas neste plano foram obtidas através de diversas fontes secundárias além de pesquisas primárias e levantamento de informações junto aos gestores estaduais e municipais realizadas pela equipe da Fundação Getúlio Vargas. Todos os dados secundários utilizados foram obtidos através de entidades oficiais do governo estadual e federal, ou mesmo das prefeituras dos municípios pertencentes ao pólo.

O Estado do Espírito Santo, através da parceria entre a SETUR e o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), realiza, desde 2004, o estudo denominado Pesquisa de Turismo Receptivo na Região Metropolitana de Vitória (RMGV) nos períodos de alta, média e baixa temporada. Através deste estudo, pode-se avaliar o atual perfil de demanda da RMGV.

Esta pesquisa foi realizada nas alta, média e baixa temporadas dos anos de 2004 a 2007; nas alta e média temporadas de 2008; e na alta temporada de 2010. O período de alta temporada compreende apenas o mês de janeiro, a média temporada compreende 2 meses e a baixa temporada abrange o maior período, 9 meses. No ano de 2009, não houve realização desta pesquisa. A metodologia aplicada foi pesquisa quantitativa junto a entrevistados que haviam passado pelo menos 01 pernoite num dos municípios do Pólo e não residia no mesmo. Na avaliação dos resultados, os dados foram ponderados, considerando-se o número de entrevistas em dado local de aplicação. Os resultados apresentam grau de confiança de 95% com erro de 4,9 pp para mais ou para menos.

É importante ressaltar que a pesquisa foi realizada para o Pólo, não contemplando em seu escopo a indicação por preferência de atrativos pelo entrevistado, de forma a elaborar um modelo de valoração de atrativos pela atual demanda.

Na alta temporada, o fluxo turístico é atraído pelos atrativos do segmento de Sol e Praia, que hoje é, sem dúvida, o principal segmento do Pólo, com reconhecimento nacional. Nesse contexto, das

08 (oito) rotas turísticas pré-formatadas e oferecidas pelo estado, 02 (duas) destacam o segmento de Sol e Praia, quais sejam, Rota do Sol e da Moqueca e, a Rota do Mar e das Montanhas.

O principal portão de entrada é a cidade de Vitória, capital do Estado, que além de possuir um aeroporto doméstico é também o centro administrativo-político-econômico do Estado. A importância do município de Vitória pode ser igualmente verificada por sua presença em 04 (quatro) das 08 (oito) rotas turísticas pré-formatadas e oferecidas pelo Estado: Rota do Sol e da Moqueca, Rota do Mar e das Montanhas, Rota do Verde e das Águas e a Rota do Mármore e do Granito.

No Plano de Turismo de Vitória 2008/2016, houve uma avaliação dos produtos turísticos quanto a sua competitividade e atratividade nos diversos segmentos turísticos, de acordo com a classificação do Ministério do Turismo. Esta avaliação subsidiou a definição de três segmentos prioritários para o município: Negócios e Eventos; Náutico e Cultural. No que tange ao Turismo de Negócios e Eventos, foi observada sua alta competitividade, demonstrando a necessidade de estratégia contínua para exploração de potencial. Os segmentos de turismo Náutico e Cultural apresentam bons índices de atratividade e baixa competitividade, demonstrando que, realmente, precisam ser trabalhados.

No plano turístico da região metropolitana, Vitória tem importante papel para o crescimento do Turismo Náutico no Pólo, uma vez que recepciona os cruzeiros marítimos para o ES e conta com pontos de atracação (incluindo especialização para reparos) para embarcações de pequeno porte. Além disso, destaca-se a oferta de passeios turísticos de escuna; a pesca oceânica (a cidade detém recordes mundiais pela pesca do Marlim Azul) e a realização de campeonatos náuticos. É também nesta cidade que se concentra a maior parte dos equipamentos para realização de eventos.

No segmento de Turismo Cultural, destacam-se a gastronomia regional, reconhecida por visitantes e turistas propensos a visitar o estado; monumentos históricos presentes sobretudo nos municípios de Vitória, Vila Velha e Serra, e as tradições culturais, com destaque especial para o Congo.

Outros atrativos turísticos estão associados a segmentos que ainda não podem ser apontados como potenciais uma vez que faltam elementos que justifiquem a sua exploração turística de forma isolada. Estes atrativos podem ser classificados como complementares aos segmentos apresentados como potenciais para o Pólo Região Metropolitana.

Enquadram-se neste caso os atrativos referentes aos segmentos:

- Segmento de Turismo de Pesca – pesca esportiva oceânica, tendo Vitória, conhecida como capital mundial do marlim, e Guarapari como referências no Pólo. Em Guarapari acontece anualmente o campeonato de pesca oceânica do marlim azul.
- Segmento de Ecoturismo – presença de parques, reservas biológicas e áreas de manguezais, constituindo importante patrimônio natural nos municípios do pólo.

O Ecoturismo e o Turismo Cultural, paralelamente ao desenvolvimento do setor podem ser potencializados por meio de aumento do número de visitante e conseqüentemente, redistribuição da oferta turística. Os atrativos destes dois segmentos encontram-se, em sua maioria, já estabelecidos comercialmente e demandam apenas reestruturação de gestão para receberem

mais visitantes. A tabela 16 resume a situação atual dos segmentos e seu potencial para crescimento.

Tabela 16: Segmentos e Níveis

| Segmentos /Níveis | Atual | Potencial |
|--------------------|---|---|
| Sol e Praia | Principal segmento do Polo. Já estabelecido nacionalmente. Beneficiado pela proximidade de RJ e BA. | Em desenvolvimento internacional. Pode ser combinado com turismo Náutico e Negócios e Eventos. |
| Náutico | Já em atuação na região mas com alertas de precariedade. Cruzeiros precisam de maior atenção. | Forte possibilidade de aumento da demanda, principalmente em Cruzeiros se houver boa infraestrutura portuária. |
| Negócios e Eventos | Já estabelecido na região mas depende de melhor infraestrutura para captação de eventos de grande porte. | As condições climáticas e geográficas, além dos atrativos turísticos combinados contribuem para que o Turismo de Negócios e Eventos se desenvolva |
| Cultural | Um dos pontos fortes da região. Condição histórica predominante. | Pode ser potencializado com o aumento da demanda |
| Pesca | O Pólo já possui calendário com competições de pesca, com destaque para os municípios de Vitória e Guarapari. | Pode ser potencializado com aumento de demanda e combinado com turismo náutico |
| Ecoturismo | Boas alternativas de observação e turismo de aventura | Pode ser potencializado com o aumento da demanda |
| Outros | Alternativas como Turismo Rural, Observação de Pássaros e Esportes já estabelecidas, mas em menor grau de utilização. | Pode ser potencializado com o aumento da demanda |

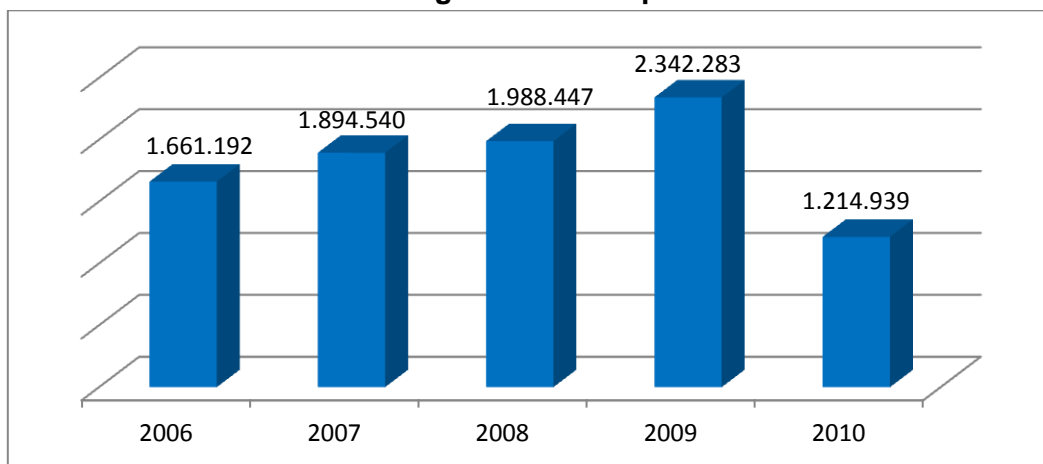
Fonte: FGV

Sendo assim, uma vez que o Estado do Espírito Santo possui informações formatadas para o pólo que está sendo estudado, não será necessário analisar os estudos de demanda por município.

2.2.1 Perfil quantitativo da demanda atual

A cidade de Vitória é o principal portão de entrada dos turistas no Polo da Região Metropolitana e também no Estado do Espírito Santo, sobretudo em função de se localizar neste município o Aeroporto Estadual. O aumento no número de turistas que chegam a um destino pode ser verificado, em parte, em função do fluxo de passageiros que desembarcam no aeroporto local. No caso do Espírito Santo, o aeroporto de Vitória não é internacional, e segundo os dados da INFRAERO, o fluxo tem aumentado nos últimos anos. Esse aumento tem gerado uma forte demanda pela ampliação do aeroporto e, segundo informações da INFRAERO, a ampliação do terminal de passageiros está em fase de licitação para ampliar a capacidade de recepção de pessoas e melhor servir os usuários. O fluxo de passageiros totais, domésticos, é apresentado no gráfico abaixo.

Gráfico 02 – Fluxo de Passageiros no Aeroporto de Vitória 2006-2010*



Fonte: INFRAERO, 2010.

*Dados acumulados até Junho

De acordo com o Plano de Turismo de Vitória 2008 a 2016, o Espírito Santo tem se destacado como importante ponto turístico no Brasil, ocupando, em 2006, a 6ª posição na recepção de fluxo turístico, juntamente com o estado de Pernambuco, conforme a tabela a seguir.

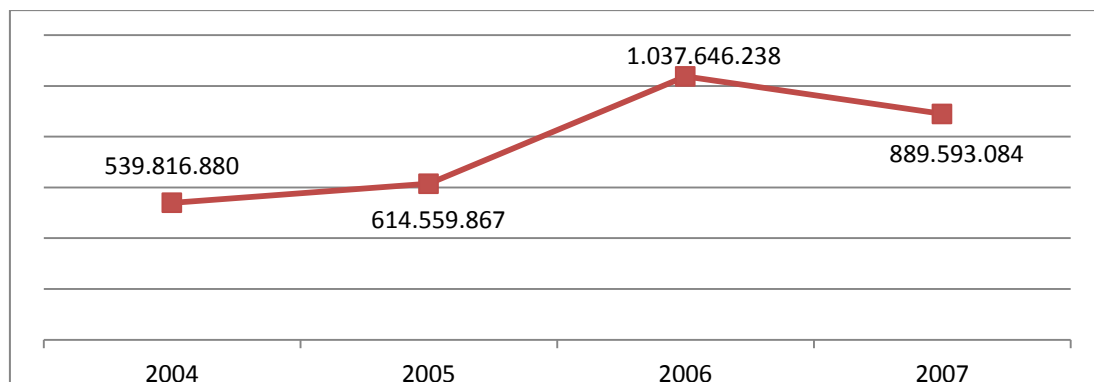
Tabela 17: 10 Maiores Fluxos Turísticos do Brasil

| Estados | Fluxo 2006 | Ranking |
|-----------------------|------------------|----------|
| São Paulo | 7.500.000 | 1 |
| Rio de Janeiro | 7.150.000 | 2 |
| Bahia | 5.635.000 | 3 |
| Minas Gerais | 4.200.000 | 4 |
| Paraná | 3.900.000 | 5 |
| Espírito Santo | 3.500.000 | 6 |
| Pernambuco | 3.500.000 | 6 |
| Santa Catarina | 3.150.000 | 7 |
| Rio Grande do Norte | 2.187.000 | 8 |
| Ceará | 1.968.000 | 9 |
| Maranhão | 1.600.000 | 10 |

Fonte: Plano de Turismo de Vitória 2008/2016 - 2007

Dados da Secretaria Estadual de Turismo (SETUR) apontam um crescimento da receita turística no ano de 2007 em relação ao ano de 2004 de 64,7%, conforme demonstra o gráfico abaixo.

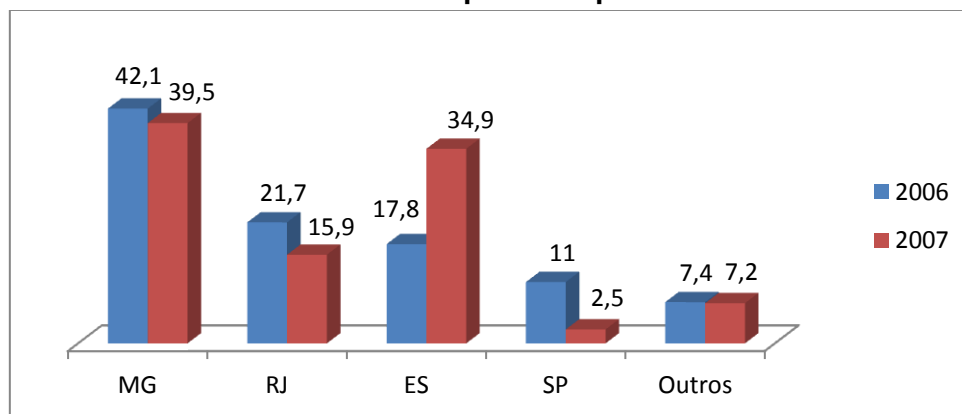
Gráfico 03: Receita Anual gerada pelo Turismo no ES



Fonte: SETUR - 2010

Neste fluxo turístico, acompanhando a tendência nacional, predomina o turismo doméstico. O Plano de Turismo de Vitória 2008/2016 e o Relatório Executivo – Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil 2007, divulgado pelo Ministério do Turismo, em 2009 apontam, conforme o Gráfico 03, os estados da região sudeste como os principais mercados emissores para o Espírito Santo, respectivamente, MG, RJ e SP. Registra-se também a importância do turismo no Estado, com o expressivo fluxo turístico de capixabas, que tornou-se ainda mais representativo em 2007.

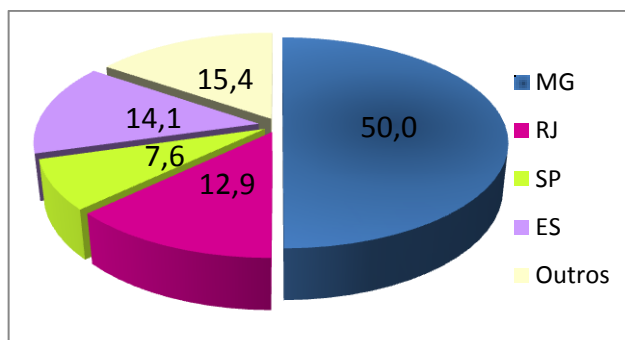
Gráfico 04: Mercados Emissores para o Espírito Santo - Valores em %



FONTE: Elaborado por FGV – documentos base: Relatório Executivo – Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil – Ministério do Turismo - 2007 – julho 2009/ Plano de Turismo de Vitória 2008/2016 – 2007

A partir também do Relatório Executivo – Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil 2007, divulgado pelo Ministério do Turismo, verifica-se a participação destes estados emissores como geradores de receitas, conforme Gráfico 05.

Gráfico 05: Principais Geradores de Receitas no Espírito Santo - Valores em %



Fonte: Elaborado por FGV – documento base Relatório Executivo – Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil – Ministério do Turismo - 2007 – julho 2009

De acordo com pesquisa promovida pela SETUR, no Pólo Região Metropolitana, nas temporadas de 2005 a 2008 (neste ano somente alta temporada), o perfil de participação de estados emissores no fluxo turístico acompanha as características do estado, como demonstrado na Tabela 10 (somente alta temporada).

Tabela 18: Principais Emissores Pólo Região Metropolitana – Alta Temporada – em %

| | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
|-----------|-------|-------|-------|-------|
| MG | 32,11 | 38,44 | 33,67 | 34,28 |
| ES | 22,63 | 23,92 | 26,28 | 27,93 |
| RJ | 22,02 | 13,44 | 16,87 | 16,01 |
| SP | 9,17 | NA | 7,41 | 5,48 |
| BA | 1,83 | 4,84 | 3,39 | 5,29 |

Fonte: SETUR – Pesquisas de Demanda – 2005, 2006, 2007 e 2008

Obs.: NA – Não avaliado no ano em referência

Quanto à entrada de turistas internacionais, esta é ainda pouco representativa no estado do Espírito Santo, representando, de acordo com o Plano da Região Metropolitana da Grande Vitória 2006, 1,5% do mercado de negócios, eventos e convenções e 3% de um conjunto de motivos diversos para viagens. Os países que mais se destacam na emissão de turistas são EUA, Itália e França, de acordo com as pesquisas realizadas pela empresa Futura. Um fato que certamente contribui bastante para este perfil é a ausência de voos internacionais no aeroporto de Vitória.

Dados de 2007 da SETUR, sobre fluxo turístico na RMGV, demonstram que este Pólo representou, neste ano, 38% do fluxo turístico total do Estado do Espírito Santo. Só a cidade de Vitória, município indutor dentro do Polo Região Metropolitana, representou aproximadamente 12% do fluxo turístico do estado. Ainda a partir destes dados, destaca-se que, somente no período de alta temporada, o município de Guarapari supera Vitória em fluxo turístico. O histórico do fluxo turístico no Polo RMGV, no período de 2005 a 2008, pode ser visto na tabela 19.

Tabela 19: Fluxos Turísticos na RMGV (em mil)²

| Local | 2005 | | | 2006 | | | 2007 | | | 2008 | | |
|------------|------|-----|-----|------|-----|-----|------|-----|-----|------|-----|----|
| | AT | MT | BT | AT | MT | BT | AT | MT | BT | AT | MT | BT |
| Guarapari | 113 | 111 | 116 | 204 | 53 | 74 | 218 | 41 | 61 | 170 | 41 | ND |
| Vitória | 98 | 125 | 157 | 143 | 68 | 179 | 132 | 86 | 152 | 119 | 101 | ND |
| Vila Velha | 80 | 73 | 77 | 163 | 95 | 96 | 74 | 118 | 64 | 101 | 67 | ND |
| Serra | 69 | 41 | 49 | 91 | 33 | 56 | 55 | 34 | 65 | 68 | 25 | ND |
| Cariacica | ND | 35 | 44 | 32 | 32 | 47 | 18 | 20 | 41 | 24 | 21 | ND |
| Fundão | 18 | 18 | 1 | 32 | 13 | 1 | 19 | 15 | 2 | 22 | ND | ND |
| Viana | ND | ND | ND | ND | ND | ND | 6 | 1 | 6 | 6 | ND | ND |
| Total | 378 | 403 | 444 | 665 | 294 | 453 | 522 | 315 | 391 | 510 | 255 | ND |
| Total/ANO | 1225 | | | 1412 | | | 1228 | | | 765 | | |

Legenda: AT – Alta Temporada; MT – Média Temporada; BT – Baixa Temporada; ND – Dados não disponíveis. Não há registro de pesquisa realizada no Ano de 2009.

Fonte: Secretaria de Turismo do Estado do Espírito Santo (SETUR) – 2008

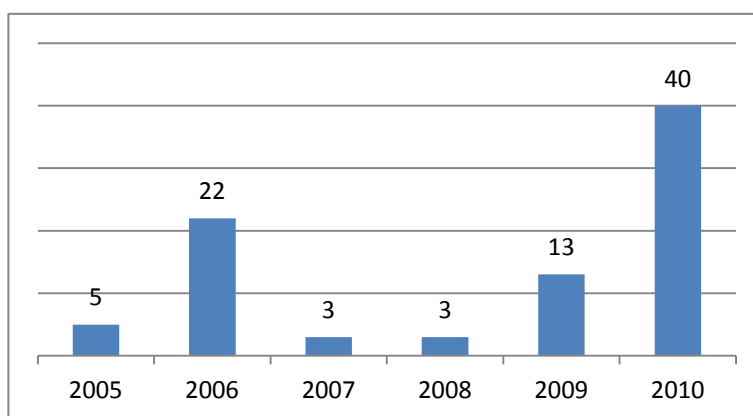
A pesquisa realizada pela SETUR em 2010 não obedeceu à mesma metodologia, utilizando uma segmentação por rotas turísticas e não mais por municípios, inclusive em função da mudança de metodologia, no ano de 2009 não se realizou nenhuma pesquisa de demanda. Em números absolutos a pesquisa realizada em janeiro de 2010, no período de alta temporada, apresenta um

² Não foi realizada pesquisa em 2009. No ano de 2010 foi realizada uma pesquisa porém adotando as rotas turísticas como objeto de estudo e não mais o Polo da Região Metropolitana. Esta mudança de metodologia impossibilita a realização de comparações pois as rotas pesquisadas envolvem outros municípios que não fazem parte do pólo, sendo assim não há como realizar comparações de crescimento.

crescimento do fluxo turístico total de 47% em relação a 2008, passando de 510 mil turistas, para 749 mil.

Cabe citar que o fluxo de cruzeiros marítimos que chegam ao cais comercial do Porto de Vitória apresenta crescimento representativo em 2010, comparado a anos anteriores, de acordo com dados da Companhia de Desenvolvimento de Vitória (CDV), conforme gráfico 06. A partir de entrevista realizada com Diretor Comercial da CDV, esta instituição realizou intenso trabalho no ano de 2009 junto às operadoras de cruzeiros marítimos, com o objetivo de apresentar o Porto de Vitória como boa alternativa para escala dos navios de passageiros. Os bons resultados deste “Road show” são comprovados com o incremento de número de escalas de 2010 (40) em comparação a 2009 (13). No entanto, conforme será discutido neste plano, é importante atentar para o fato de que o número de escalas projetado para 2010 já atinge o limite do Porto de Vitória, considerando restrições quanto ao tamanho e número de embarcações que podem atracar simultaneamente neste porto.

Gráfico 06 - Número de Escalas de Cruzeiros Marítimos no Porto de Vitória – 2005 a 2010 – em unidades



FONTE: Companhia de Desenvolvimento de Vitória (CDV) - 2010

No ano de 2009, de acordo com dados da Companhia de Desenvolvimento de Vitória – CDV, os cruzeiros marítimos que aportaram em Vitória trouxeram 19.800 passageiros.

No que diz respeito ao crescimento de fluxo turístico motivado por Negócios e Eventos no Estado, predominam os eventos técnicos científicos. No período de 2003 a 2009, houve um crescimento de 56% no número total de eventos técnicos científicos de 2009 em relação a 2003, conforme demonstrado na tabela 20.

Tabela 20: Eventos no Estado do ES – 2003 a 2009

| Ano | Eventos Técnicos Científicos | Total Eventos Estado | de no | Movimentação de Turistas |
|------|------------------------------|----------------------|-------|--------------------------|
| 2003 | 31 | 66 | | 36.730 |
| 2004 | 32 | 56 | | 28.700 |
| 2005 | 28 | 33 | | 32.490 |
| 2006 | 77 | 101 | | 45.000 |
| 2007 | 75 | 114 | | 48.650 |
| 2008 | 84 | 102 | | 26.650 |
| 2009 | 69 | 82 | | 44.905 |

Fonte: ES Convention & Visitors Bureaux - 2009

Para o ano de 2010, o ES Convention & Visitors Bureaux estima a realização de 107 eventos (total) que atrairão, aproximadamente 33 mil turistas, envolvendo uma movimentação financeira de R\$ 50 milhões. A principal razão deste grande aumento no número de eventos para o ano de 2010, segundo os gestores públicos e representantes do Espírito Santo Convention & Visitors Bureau, foi a coordenação entre a atuação do Convention Bureau na captação de novos eventos, a localização estratégica do Estado e o fato de Vitória estar investindo em divulgação como um “novo” local para realização dos eventos, o que vem despertando o interesse e a curiosidade por parte dos promotores de eventos interessados em diversificar também a oferta de locais para a realização de seus eventos.

Dados fornecidos pela SETUR apontam que, em 2008, no Pólo Região Metropolitana, o turismo de negócios e eventos representou 43% do fluxo turístico total para o Pólo.

2.2.2 Perfil qualitativo da demanda atual

A SETUR realizou pesquisas para avaliação de demanda turística nos anos de 2004 a 2007, nas alta, média e baixa temporadas, na alta temporada de 2008 e na alta temporada de 2010. Em 2010, observa-se o agrupamento e análise de dados por 05 Rotas Turísticas estabelecidas no estado. Tal reorganização dificultou a análise de algumas dimensões qualitativas (como Gasto Médio Diário Individual e Motivos para deslocamento), de forma a compará-las com anos anteriores, uma vez que estas Rotas englobam municípios que não integram o Pólo Região Metropolitana. Observando este fato, as principais características do turista, neste Polo, são apresentadas a seguir:

- a) **Sexo e Faixa Etária** – Predomina o turista do sexo masculino em todas as temporadas, correspondendo a aproximadamente 65% da amostra pesquisada. Na baixa temporada de 2007, esta predominância é ainda mais expressiva, 82,34% de pesquisados eram do sexo masculino.

Na pesquisa realizada pela SETUR, na alta temporada de 2010, janeiro, observa-se que já existe um equilíbrio entre os turistas de sexo masculino e feminino.

Em todas as temporadas, registra-se uma idade média de 41 anos entre os turistas. Nesse contexto, pode-se observar que as faixas etárias de 25 a 39 anos e de 40 a 59 anos concentram, em todas as temporadas, nas pesquisas realizadas, entre 70 e 85% das amostras de entrevistados.

É possível perceber no decorrer dos anos, existe um rejuvenescimento do turista que visita o pólo na alta estação. Analisando os dados de 2005 a 2007, percebe-se que dobra o número de turistas na faixa etária de 18 a 24 anos e também existe um aumento de quase 30% nos turistas da faixa etária de 25 a 39 anos, somando, em 2007, estas duas faixas etárias são responsáveis por quase 62% dos turistas no pólo.

Este perfil de turista tem se diversificado sobretudo devido à imagem projetada pelos municípios do pólo, de destino de sol e praia com atrações para jovens e também pelo fato de existir um grande mercado de aluguéis de casas para grupos de amigos, o que atrai mais este perfil de turistas jovens.

No caso da média estação, o perfil do turista não se altera demasiado em função de já possuir um caráter mais predominante no segmento de negócios e eventos, perfil este que não se altera

muito no decorrer do ano. Ainda assim, percebe-se uma leve alteração no perfil do turista que, em 2005, era predominantemente da faixa etária de 25 a 39 anos e passa, em 2007, a ser predominantemente da faixa etária de 40 a 59 anos.

Por fim, o perfil do turista da baixa temporada, que é essencialmente o turista de negócios e eventos, apresenta um perfil mais maduro. Se somarmos as faixas etárias 25 a 39 anos e 40 a 59 anos, tem-se um total de 85,32% dos turistas, no ano de 2007. É notório que também existe uma alteração no perfil nos três anos analisados, essa alteração é atribuída ao incremento do número de turistas de negócios e eventos que tem se deslocado ao pólo.

Na temporada 2009/2010 a Companhia de Desenvolvimento de Vitória (CDV) realizou uma Pesquisa sobre o Turismo Receptivo dos Cruzeiros Marítimos, onde se buscou identificar o perfil do passageiro do cruzeiro marítimo que fez escala no Porto de Vitória. A partir desta pesquisa, observou-se que o turista é predominantemente do sexo feminino (57%), com faixa etária entre 40 a 59 anos (40%).

- b) Grau de Escolaridade e Situação ocupacional - Quanto à escolaridade, predomina, em todas as temporadas, uma concentração da amostra, aproximadamente 71,1% dos entrevistados possuem ensino médio, superior completo e incompleto.

Com base na pesquisa realizada pela CDV sobre o fluxo turístico no Porto de Vitória em 2010, já comentada neste plano, observou-se que predomina o turista com educação de nível superior (67%).

Sobre a situação ocupacional, encontra-se uma predominância da amostra de entrevistados em três categorias: empregados de empresa privada, autônomos e funcionários públicos. Na pesquisa realizada pela CDV junto aos passageiros de cruzeiros marítimos, em 2010, destaca-se a presença de autônomos e profissionais liberais (23% dos entrevistados). Funcionários públicos e de empresas privadas, somados, representaram 36% dos entrevistados.

- c) Meios de Transporte – O acesso do turista ao Polo Região Metropolitana pode ser realizado através de transportes aéreo, rodoviário e ferroviário. O transporte mais utilizado pelos turistas é o rodoviário, por meio de carros particulares ou em ônibus de linhas regulares.
- d) Motivação para deslocamento, Modo de viajar e local para hospedagem – Na alta e média temporadas, observa-se grupos bem distintos na amostra de entrevistados, onde mais de 45% viajavam com suas famílias e cerca de 20%, sozinhos. Na baixa temporada, no entanto, a concentração nestes dois grupos se inverte, de maneira que mais de 50% da amostra, nos anos de 2005 a 2007, é de turistas que viajam sozinhos e mais de 16% viajam com suas famílias.

Na alta temporada, as motivações de deslocamento predominantes são Turismo/Passeio, Negócios/Trabalho, Férias e visita a amigos/parentes. O tempo médio de permanência dos turistas na alta temporada é de 11 dias, na média temporada, 8 dias e na baixa, 6 dias.

Na avaliação de motivações para viagem na média e baixa temporada, foi demonstrado que, em 2007, há a predominância de viajantes por motivo de negócios e trabalho.

Percebe-se que na alta temporada, destaca-se o turismo de lazer/passeio, sobretudo pela demanda do segmento de sol e praia. O segmento de negócios e eventos ganha destaque,

sobretudo na baixa temporada. Esta segmentação abre oportunidades ao planejamento do turismo no pólo, uma vez que é possível identificar períodos do ano com perfis de turistas bastante distintos. Na realidade o que ocorre é que no decorrer de todo o ano existe um significativo fluxo de turistas de negócios e eventos, porém à medida que se aproxima a alta estação existem fluxos significativos de turistas em busca das praias do litoral capixaba, levando a esta alteração no perfil.

A análise do tempo médio de permanência destes turistas requer uma atenção mais próxima para compreensão. Na alta temporada os turistas que se deslocam ao pólo, em sua maior parte, aluga casas em grupos ou se hospedam em casas de parentes e amigos. Este comportamento, chamado de “veranistas”, ajuda a estender o tempo de permanência. À medida que este perfil de turista deixa os municípios do pólo e o turista de negócios e eventos predomina, o tempo de permanência é reduzido. Porém, é importante ressaltar que na alta temporada a tendência do tempo de permanência do próprio turista de negócios e eventos ser maior é grande, pois é nesse período que existem atrativos naturais capazes de fazer este turista estender sua estadia.

Especificamente no município de Vitória, principal portão de entrada, de acordo com o Plano de Turismo de Vitória 2008/2016, desponta a cada ano, no período de 2005 a 2007, em todas as temporadas, a participação da categoria Negócios/trabalho como a principal motivação de deslocamento para este município, seguida da categoria Turismo/lazer/férias.

Quanto ao modo de viajar, na média e alta temporadas, observa-se similaridade de comportamento dos viajantes, predominando aqueles que viajam com suas famílias. Ambas as temporadas envolvem períodos de férias escolares (janeiro e julho).

Na baixa temporada, observa-se uma alteração neste perfil, predominando os que viajam sozinhos. Uma hipótese que pode justificar esta mudança é o fato de que a principal motivação, nesta temporada, são as viagens a negócios e trabalho.

Sobre local de hospedagem, em todas as temporadas, de forma consistente, 64% dos entrevistados hospedaram-se, preferencialmente, em casa de parentes/amigos ou apartamentos próprios ou alugados, conforme apresentado no gráfico abaixo.

Apesar de ainda ser bastante expressivo o número de pessoas que se hospedam em casa de parentes e amigos na baixa temporada (33,81% em 2007), é possível verificar a alteração que existe nos percentuais dos turistas que se hospedam em hotéis. No ano de 2008, na alta temporada esse número era de 10,72%, na média temporada esse número se eleva para 21,34% e, por fim, na baixa temporada chega a 26,57% dos turistas. Mais uma vez é possível comprovar a alteração do perfil do turista no pólo nos três períodos pesquisados.

Chama a atenção no principal município do Pólo, Vitória, caracterizado pela predominância de fluxo turístico motivado por negócios/trabalho, a relevância de casas de parentes ou amigos na acomodação dos visitantes, superando a estadia em hotéis. Nos demais municípios, pode-se constatar este mesmo comportamento.

- e) Comportamento e hábitos de informação e compra de viagem por parte da demanda atual – Em todas as temporadas, observa-se que, em média, 85% dos entrevistados viajaram por conta própria, não recorrendo a agências ou empresas autônomas de viagens. Na pesquisa de demanda de 2010, também é observado este comportamento.

Em pesquisa de mercado promovida pela Secretaria do Estado em 2008, o turista atual obteve informações sobre o destino turístico, através de três principais fontes: indicação de parentes/amigos, televisão e internet. Na pesquisa de demanda realizada em 2010, já há incidência de turistas que já conheciam os locais e estavam retornando. Além disso, confirmam-se como principais fontes de informação: indicação de parentes/amigos e internet.

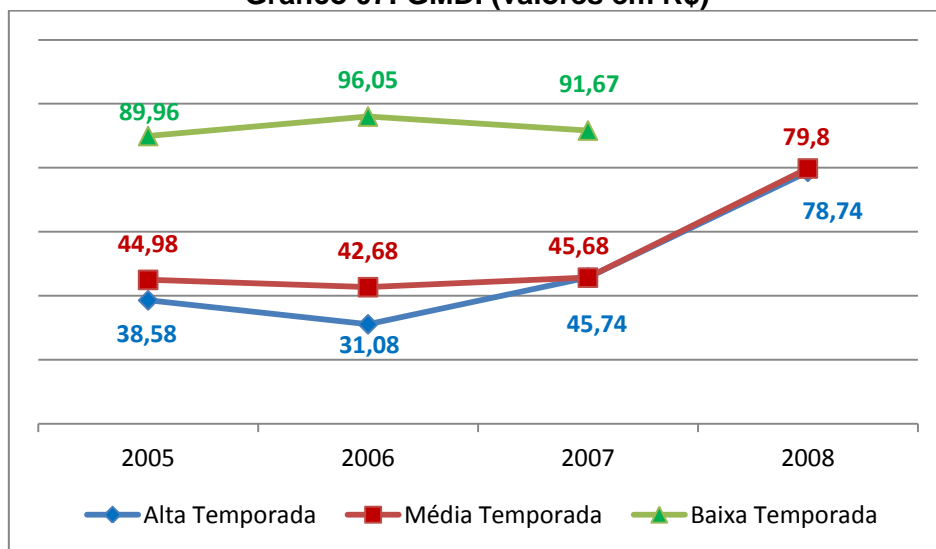
- f) Atrativos mais visitados/valorizados pelo turista - a estrutura das pesquisas de demanda realizadas pela SETUR está voltada para avaliação das Rotas Turísticas pré-formatadas pelo Estado. Não foram investigadas preferências da demanda no nível de atrativos.

2.2.3 Composição do Gasto

O gasto médio diário individual do turista (GMDI) pode ser visto, por temporada, no período 2005 a 2008, de acordo com o gráfico 07. O GMDI registrado na alta temporada de 2008 foi bem superior a média nacional neste ano, que ficou em R\$ 41,14 contra os R\$ 78,74 registrados no Estado.

Dados da SETUR apontam, ainda, que, apesar do maior volume do fluxo turístico do Polo Região Metropolitana na alta temporada, o GMDI, em valores absolutos, é inferior ao registrado na baixa temporada, onde o fluxo turístico foi, considerando dados de 2007, 34,15% inferior ao da alta temporada. Uma hipótese, discutida com a SETUR em reuniões de trabalho durante a fase de diagnóstico, que pode justificar o maior GMDI na baixa temporada, é o maior número de eventos de negócios neste período. Outra hipótese discutida, a partir das análises dos resultados das pesquisas, é o perfil do turista da alta temporada que se hospeda, preferencialmente em casas de amigos/parentes, ou como verificado em Guarapari, em casas de sua propriedade, para veraneio, e que não costuma realizar gastos com compras e refeições em restaurantes.

Gráfico 07: GMDI (valores em R\$)



Fonte: SETUR - 2008

Ao se avaliar a composição do GMDI, observa-se, através das pesquisas realizadas pela SETUR, que as principais opções de gastos são, nesta ordem, Hospedagem, Compras e Alimentação, em todas as temporadas analisadas no período 2005 a 2007. Os gráficos abaixo ilustram esta

decomposição, considerando as temporadas do ano de 2007. A categoria “Outros” nos gráficos engloba gastos com Transporte e Diversão.

No que diz respeito à avaliação do comportamento do turista de negócios e eventos, o que se constitui no principal perfil de turista na Região Metropolitana, observa-se que sua permanência é de 4 a 5 dias e seu GMDI, nos últimos 5 anos, foi de R\$ 300,00.

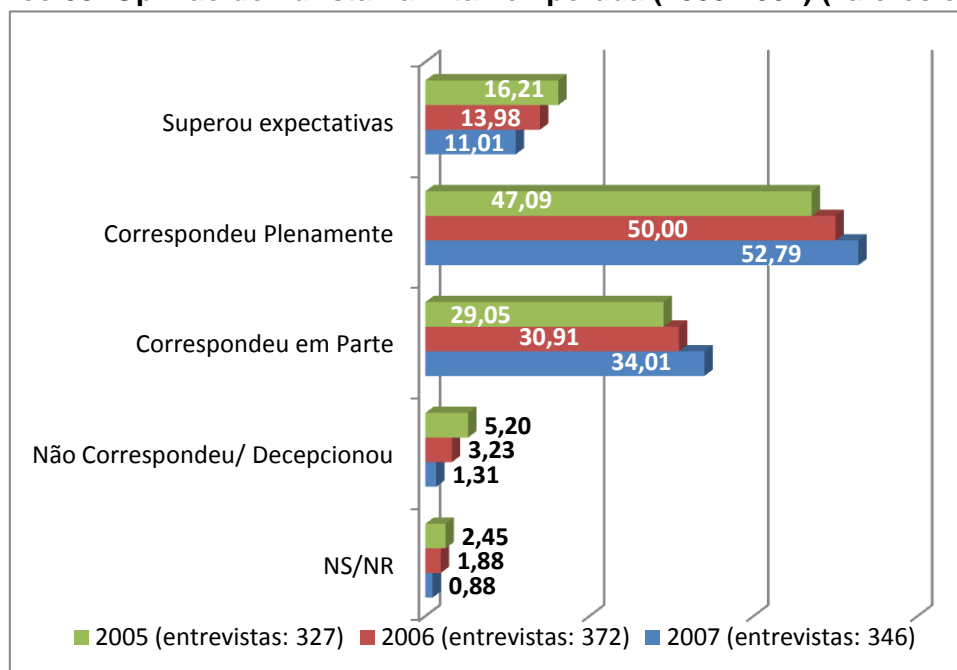
No que diz respeito ao turista proveniente de cruzeiros marítimos que fazem escalas no Porto de Vitória, de acordo com a pesquisa realizada pela CDV, em 2010, 46% dos respondentes realizaram gastos com alimentação, transporte e compras até R\$ 100,00. Ainda como resultado desta pesquisa, 23% dos entrevistados gastou com estes mesmos itens até R\$ 200,00. Na análise dos resultados, a pesquisa aponta a reduzida permanência do turista na cidade de Vitória (aproximadamente 06 horas) como causa principal para este baixo perfil de gastos. Este baixo tempo de permanência deve-se ao fato de que atualmente Vitória é apenas um entreposto para carregamento dos navios, não se configurando como parada de roteiro, o que incluiria pernoite no destino.

2.2.4 Qualidade percebida

O grau de satisfação do turista, considerando sua expectativa em relação aos municípios em que esteve por mais tempo, é positivo. O número de entrevistados desapontados com o destino é praticamente insignificante e vem decrescendo no período analisado. Nas pesquisas consultadas, esta insatisfação deveu-se à percepção de mau atendimento em bares, restaurantes, táxis e na rodoviária.

O elevado grau de satisfação do turista é ilustrado, a partir dos resultados de pesquisas nos períodos de alta temporada, onde há o maior fluxo de turistas, entre 2005 e 2007, conforme gráfico 08.

Gráfico 08: Opinião do Turista na Alta Temporada (2005-2007) (valores em %)



Fonte: SETUR/SEBRAE - 2008

2.2.5 Balanço das campanhas de promoção

Dentre os estados da Região Sudeste o Estado do Espírito Santo é o que apresenta os menores fluxos de turistas e também é o de menor mercado emissor de turistas para os demais estados do Brasil. O perfil apresentado do turista que chega neste estado é essencialmente regional, com uma forte presença do próprio Estado como emissor para os principais destinos do Polo Região Metropolitana. Porém, não existem informações no destino que nos permita compreender como o Governo do Estado tem trabalhado a imagem do destino nos canais de comercialização, da mesma forma que, atualmente, não existem informações que possam detalhar a atuação da SETUR/ES na promoção e comercialização do pólo.

Uma análise ao Plano Cores do Brasil do Ministério do Turismo, mostra que os destinos da Região Sudeste mais comercializados pelas agências e operadoras para o mercado nacional são Búzios e Rio de Janeiro, sendo este último um dos dez pacotes mais vendidos nacionalmente. Não existem destinos do Estado do Espírito Santo localizados entre os 21 destinos mais procurados para viagens domésticas atualmente.

O Polo da Região Metropolitana de Vitória possui uma oferta turística diversificada e uma integração fácil e de rápido acesso com a região da serra no interior do Estado, ainda não existe, por parte do mercado, uma imagem de destino atraente capaz de figurar como uma opção para o turista doméstico.

Nesta análise sobre a ótica do mercado consumidor não é possível chegar a conclusões mais aprofundadas devido ao fato de que o destino não está, atualmente, presente na prateleira das agências nacionais. A partir das avaliações realizadas e apresentadas no item da pesquisa de demanda anteriormente, pode-se inferir que os turistas que chegam ao destino satisfazem sua expectativa e até existe um bom percentual que avalia ter suas expectativas superadas, porém o destino ainda não possui uma imagem formatada no mercado e não figura entre os principais destinos nacionais.

Do ponto de vista do mercado internacional, como já informado anteriormente, a participação deste turista no compute geral é praticamente nula. A inexistência de um aeroporto internacional e a dificuldade em se firmar como destino de projeção nacional também dificultam o conhecimento e deslocamento de turistas internacionais para a região.

Segundo os dados do Plano Aquarela do Ministério do Turismo, o Estado do Espírito Santo não figura atualmente nas prateleiras e canais de comercialização de destinos do Brasil internacionalmente. Apesar de possuir um conjunto de atrativos que poderiam ter apelo internacional, como as praias e as paisagens da região da serra, o Estado não aparece como destino nacional ou internacional.

Porém, é importante ressaltar que segundo as pesquisas do Ministério do Turismo, os itens de segurança e pobreza são os que projetam a pior imagem do Brasil no mercado internacional, e estes dois itens também estão presentes nos destinos do Estado do Espírito Santo, inclusive com a Região Metropolitana de Vitória sendo considerada uma das mais violentas do Brasil. Esta imagem de destino perigoso e violento também é assimilada pelo turista nacional e forma também parte na construção da imagem percebida pelos turistas que formam o mercado emissor para este pólo.

2.2.6 Portfólio estratégico de produtos turísticos/segmentos atuais de demanda

Nas avaliações do Plano de Desenvolvimento Sustentável do Turismo no ES para 2025, foi realizado um cruzamento entre os segmentos prioritários identificados, bem como os mercados emissores que hoje já consomem o produto turístico ofertado pelo estado, conforme a tabela 21. Atualmente, o mercado capixaba apresenta como principal segmento o turismo de sol e praia, favorecido pela geografia, pela bela composição de paisagens, devido à presença da Mata Atlântica, e pela diversidade de praias em sua orla. Este fato pode ser observado também no resultado de pesquisa de mercado promovida pela SETUR, em 2008.

Tabela 21: Segmentos e mercados prioritários segundo o Plano de Desenvolvimento Sustentável do Turismo no ES para 2025

| Segmentos Prioritários | Mercados Prioritários | Identidade |
|-------------------------------|--|---|
| Turismo de Negócios e Eventos | Nacional (com foco para SP, MG, RJ e DF) e Internacional | Centro Industrial, Logístico e Exportador |
| Turismo de Sol e Praia | Regional (todo o Estado do ES); Nacional (com foco para SP, MG, RJ e DF) e Internacional | Gastronomia Natureza |
| Turismo Náutico | Nacional (com foco para SP, MG, RJ e DF) e Internacional | Diversidade |

Fonte: Plano de Desenvolvimento Sustentável do Turismo no ES para 2025 – 2006

Esta pesquisa aponta as Rotas do Sol e da Moqueca e a Rota do Verde e das Águas, com, respectivamente, 41,6% e 26,2% de indicações como os produtos mais apreciados pelos entrevistados. É importante destacar que estes roteiros envolvem praias, passeios em cachoeiras e montanhas, apreciação de gastronomia local, além de eventos culturais.

Potencialmente, apresenta-se o turismo náutico, especialmente nos municípios de Vitória e Guarapari, incentivado pela realização de campeonatos de pesca, além da oferta de esportes náuticos nas praias.

Também se destaca o crescimento de turismo de negócios e eventos, principalmente devido ao crescimento de atividades econômicas ligadas ao petróleo, mineração e comércio exterior, que trouxeram, especialmente para o município de Vitória, empresas com atuação internacional.

Nesse contexto, o crescimento do fluxo turístico amparado pelo crescimento do Turismo Náutico e do Turismo de Negócios e eventos potencializa o aproveitamento dos Roteiros Turísticos criados pela Secretaria de Turismo do Estado.

2.3 Análise da Demanda Turística Potencial

Para o desenvolvimento da análise de demanda potencial para este Polo, que será discutida nos próximos parágrafos, foram utilizadas basicamente duas fontes: Pesquisa de Mercado no Polo Região Metropolitana e o Plano de Desenvolvimento Turístico Regional para o Polo, ambos fornecidos pela SETUR, datadas, respectivamente, dos anos de 2009 e 2006.

2.3.1 Perfil qualitativo dos segmentos do Polo

Para 2015, o Governo do Estado do Espírito Santo estipulou a seguinte visão:

“O turismo da Região Metropolitana seja uma referência para o Espírito Santo, contribuindo para a geração de negócios e eventos por meio de novos estímulos, bem como para a valorização da Cultura Capixaba, onde todos possam degustá-la e apreciá-la durante o ano todo”.

Para o cumprimento desta Visão, tem-se clara a necessidade de reavaliação do Posicionamento do Polo, no que tange à diversificação de oferta de produtos turísticos. Hoje, o turista que visita os municípios do Polo associa seu retorno ao Polo e, em consequência, ao estado, com as belezas dos atrativos naturais ligados às praias e cachoeiras, bem como à gastronomia regional.

Neste sentido, é preciso valorizar o patrimônio histórico e cultural, de forma a potencializar o turismo cultural; incentivar o turismo de negócios/eventos, motivando a sua integração com o turismo de lazer e entretenimento; e potencializar o turismo desportivo e náutico. A figura 04 apresenta o posicionamento turístico desejado para o Polo de acordo com a Visão 2015 traçada.

Figura 04: Posicionamento desejado – Polo Região Metropolitana – Visão 2015



Fonte: Plano de Desenvolvimento Turístico Região Metropolitana – SETUR - 2006

Através de pesquisa quantitativa de mercado, que contemplou a aplicação de 1.341 questionários nas cidades de São Paulo, Ribeirão Preto, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Brasília, pode-se traçar as principais características da demanda turística doméstica potencial. Com base nestas características, é apresentado o perfil do turista potencial na Tabela 22.³

Para estar apto a responder ao questionário, o entrevistado deveria ser morador/turista que viajou a lazer pelo menos uma vez nos últimos 24 meses para uma cidade de fora de seu estado.

³ Os dados apresentados são parte de uma pesquisa realizada pelo Governo do Estado do Espírito Santo. Os números absolutos não estão disponíveis.

Tabela 22: Perfil qualitativo de demanda potencial para o Pólo Região Metropolitana

| | |
|------------------------------------|---|
| Atrativos mais valorizados (*) | Beleza da cidade – 31,1%, Hospitalidade – 29%, Atrativos naturais – 18,2%, Praias – 17,8%, Família – 15,9%, Clima – 10,4%, Culinária – 8,5%, Atrativos Históricos – 8,5%, Outros – 54,6%. |
| Fatores de Incentivo para a viagem | Imagens do lugar destino – 33,3%, Curiosidade em conhecer o destino – 18,5%, Indicação de conhecidos que já estiveram no destino – 11,3%, Preço – 6,1%, Outros – 5%, Nenhuma opção apresentada – 16,6%, Nenhum fator – 9,2% |
| Organização da Viagem | De forma autônoma – 82,7%, Via agência de turismo – 9,8%, Excursão – 5,5%, Não sabe/Não respondeu – 1,9% |
| Meios de hospedagem utilizados | Casas de Parentes e Amigos - 53,4%, Hotel – 23,9%, Pousada – 8,1%, Apto/Casa alugado – 6,3%, Outros – 8,3% |
| Meios de transporte utilizados | Ônibus – 43,2%, Carro – 33,9%, Avião – 22,1%, Outros – 0,8% |
| Duração da viagem | De 3 a 7 dias – 41,5%, De 8 a 14 dias – 19,2%, De 15 a 21 dias – 17,4%, Outros – 21,9% |
| Gasto médio com viagem | Entre R\$ 1.150,00 e R\$ 1.793,00 |
| Decomposição de gastos com viagem | Transporte até chegar ao destino – 35,6%, Diversão – 20,9%, Transporte dentro do destino – 11,3%, Compras – 10,1%, Alimentação – 9,5%, Hospedagem – 8,7%, Outros – 4 % |
| Renda média familiar | Entre R\$ 2.340,00 e R\$ 3.340,00 |

FONTE: Elaborado por FGV – documento base Pesquisa de Mercado – SETUR – 2009

Obs.: (*) Nesta pergunta, o entrevistado poderia responder a mais de uma questão.

Esta pesquisa aponta para um grande potencial latente de atração de turistas para o Pólo da Região Metropolitana, uma vez que os itens mais valorizados como atrativos são os naturais e as praias, além de a beleza da cidade. Porém, quando questionados sobre os fatores de incentivo a escolha dos destinos para a viagem, o item mais respondido foi a imagem do lugar, fator que já foi analisado como ponto a ser melhorado pelo pólo em estudo.

Para o mesmo público entrevistado, foram realizadas questões referentes ao destino Espírito Santo, das quais destacam-se as motivações do turista que já esteve no estado a retornar e àquele que não esteve, conforme Tabela 23.

Tabela 23: Motivação para visitar o Espírito Santo

| Público (*) | Motivação (**) |
|---|---|
| Para 36,1% de entrevistados que já haviam visitado o ES | Praias – 56,4%, Ecoturismo – 21,1%, Culinária local – 9,5%, Passeios culturais – 11,4% |
| Para 63,6% de entrevistados que não haviam visitado o ES | Aproximadamente 77% alegaram que gostariam de conhecer o ES , atraídos por: Praias – 57,4%, Ecoturismo – 67,2%, Passeios culturais – 25,2%, Culinária – 11%, Mergulho – 7,3%, Passeios Marítimos – 6,4% |

FONTE: Elaborado por FGV – documento base Pesquisa de Mercado – SETUR – 2009

Obs.: (*) – 0,3% Não responderam. (**) Resposta espontânea com múltiplas escolhas

Estes dados apontam para uma demanda por produtos posicionado nos segmentos de sol e praia e ecoturismo. Enquanto o primeiro é um dos segmentos principais do Pólo da Região Metropolitana de Vitória, o segundo possui um bom potencial com a exploração dos manguezais, APAs e UCs presentes no pólo.

A grande motivação de deslocamento dos turistas para o Estado são as praias do litoral capixaba. Porém, para aqueles que nunca visitaram o Estado o maior atrativo é o segmento do Ecoturismo. Esta combinação pode ser potencializada pelo Governo Estadual, uma vez que o segmento de sol

e praia é de difícil exploração nos períodos mais frios e chuvosos do ano, mas o Ecoturismo apresenta bom potencial sem sazonalidade.

O principal mercado para o produto capixaba é regional, sobretudo nos estados de Minas Gerais e São Paulo, que ficam relativamente próximos e permitem deslocamentos terrestres rápidos no decorrer do todo o ano. O recente aumento na renda média nacional e a mobilidade social tem gerado grandes oportunidades para deslocamentos regionais e terrestres. O Estado do Espírito Santo pode se beneficiar desta melhoria macroeconômica e ampliar sua visibilidade no mercado regional, aquecendo a atividade turística no decorrer de todo o ano.

2.3.2 Estimativa quantitativa de demanda potencial

A Secretaria de Turismo do Estado projeta, hoje, um crescimento do fluxo turístico de 6% ao ano, conforme a tabela 25. Pode-se considerar um patamar de crescimento arrojado, se consideradas as taxas de crescimento do turismo mundial (4,5% ao ano) e das Américas (2,7% ao ano). De acordo com a avaliação do Governo do Estado, o mercado consumidor potencial para a Região Metropolitana concentra-se no mercado nacional (36,6%) e estadual (23%). O estudo realizado pela FIPE, em 2007, denominado “Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil” aponta o destino de fluxo de turistas em viagens domésticas, predominantemente, para o próprio estado e para outros estados da região Sudeste. Também se destaca, como apontado pelas pesquisas de demanda analisadas no capítulo anterior, o fluxo de turistas de Minas Gerais e Rio de Janeiro para este estado.

Tabela 24: Estimativa de crescimento de fluxo turístico no Pólo

| | 2010* | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Nº. de Turistas | 1.226.889 | 1.300.502 | 1.378.532 | 1.461.244 | 1.548.919 | 1.641.854 |

Fonte: Elaborado por FGV a partir dos dados do PDRM - 2010

Obs.: (*) estimativa tem como base o Plano de Desenvolvimento Turístico Região Metropolitana - PDRM
Calculado valor de crescimento de 6%a.a.

O crescimento do fluxo turístico aportará ao Estado, de acordo com suas avaliações, um incremento de receita estimado na ordem de R\$ 555 milhões, no período 2007- 2015. Para alcançar a otimista taxa de crescimento de fluxo turístico de 6% a.a. o Estado aposta que os segmentos de Negócios e Eventos e Náutico terão papel fundamental.

Contemplada na estimativa de crescimento do fluxo turístico, está a expectativa de crescimento do Turismo de Negócios e Eventos, tendo em vista características econômicas do estado, tais como (i) ser produtor de petróleo; (ii) possuir complexo portuário que movimenta cerca de 25% do total dos portos nacionais e 5% da receita cambial brasileira; (iii) possuir malha ferroviária, onde se destaca a Estrada de Ferro Vitória-Minas (EFVM), responsável por 40% da movimentação ferroviária brasileira; (iv) possuir estações aduaneiras, terminais intermodais, grandes armazéns e empresas especializadas em comércio exterior; (v) possuir aeroporto que encontra-se em fase de ampliação; e (vi) possuir boa cobertura rodoviária.

Nesse contexto, no Plano do Desenvolvimento Sustentável do Turismo no ES para 2025, elaborado em 2006, estima-se que o PIB do estado, chegue, em 2016, a R\$ 87 bilhões, 65,7% superior ao PIB registrado em 2007.

De acordo com diretrizes colocadas pela Secretaria de Turismo do Estado, explicitadas no início deste plano, espera-se um aumento do gasto médio individual do turista que visita o pólo, para o

qual o incremento do turismo de negócios e eventos certamente contribuirá como demonstrado nos próximos parágrafos.

Em se tratando de Turismo de Negócios, conforme apontado no tópico “Análise de Demanda Atual”, houve um crescimento significativo de realização de eventos no Estado e, conseqüentemente no Pólo, já que este concentra 80% dos espaços destinados para eventos, feiras e exposições no Estado. No entanto, estudo realizado pela SETUR, em 2008, suportado por dados do ES *Convention & Visitors Bureaux* (ESCVB), demonstra que há um maior potencial de eventos a serem captados pelo Estado, conforme a Tabela 26. Nesta tabela, observa-se que a cidade de Vitória, principal cidade do Pólo para captação destes eventos, candidatou-se a muito poucos, observando os seguintes critérios: adequação da estrutura local para a realização do evento; existência de entidade para se responsabilizar pela promoção e organização do evento; e, disponibilidade de espaço e data.

Tabela 25: Potencial para atração de eventos no Pólo Região Metropolitana

| Número de Eventos | 2006 | 2007 | 2008** |
|----------------------------------|------|------|--------|
| Possíveis de captação | 180 | 137 | 120 |
| Candidatura da Cidade de Vitória | 18 | 15 | 15 |
| Eventos Captados | 14 | 13 | 7 |
| Eventos Perdidos | 4 | 1 | 3 |
| Desistência | - | 1 | - |

** 5 eventos tiveram realização postergada para 2009

Fonte: SETUR/ESCVB - 2008

Neste mesmo estudo, nos anos de 2006 e 2007, de acordo com estimativas do ESCVB, foram captados em média 13 eventos que, juntos, a partir de um gasto médio individual de R\$ 1.500,00 geraram, num período de 5 dias, R\$ 21 milhões. Observa-se, assim, o potencial de geração de receita a partir do maior aproveitamento do potencial de eventos levantados no estudo.

Tendo em vista o turismo náutico como segmento potencial para o Estado, deve ser avaliado o fluxo de turistas que chegam à cidade de Vitória, através de escalas dos cruzeiros marítimos no Porto de Vitória. Observa-se que há potencial para recepção de maior número de passageiros, constituindo oportunidade para exploração da atividade turística não só na cidade de Vitória, como nos roteiros complementares que envolvem os demais municípios do Pólo.

Na tabela abaixo, observa-se a irregularidade no número de escalas no Porto de Vitória, no período de 2005 a 2010. No entanto, cabe destacar nos anos de 2006 a 2009, o crescimento de contingente de passageiros, o que demonstra o potencial para recepção de visitantes, através deste canal, desde que viabilizada infraestrutura para desembarque simultâneo de embarcações. Atualmente, no Porto de Vitória, só é possível a atracação de 1 navio de cruzeiro por vez. Além disso, hoje não é possível a atracação de navios com mais de 242 m de comprimento e 7,5 m de calado (Convention Bureau ES, 2010).

Tabela 26: Escalas de Navios no Porto de Vitória - Pólo Região Metropolitana

| Ano | Número de Escalas | Número de Passageiros* |
|------|-------------------|------------------------|
| 2005 | 05 | 5.590 |
| 2006 | 22 | 19.755 |
| 2007 | 03 | 5.400 |
| 2008 | 03 | 5.640 |
| 2009 | 13 | 19.800 |
| 2010 | 40** | Não divulgado |

Fonte: CDV – 2010

*No. de passageiros não inclui número de tripulantes

** Houve escala de 1 cruzeiro alemão em janeiro deste ano.

2.3.3 Destinos Competidores

O Plano de Desenvolvimento Turístico Regional do Estado do Espírito Santo traz consigo um estudo acerca do posicionamento de mercado desejado em relação a mercados competidores, conforme observa-se na Figura 04 (Posicionamento Desejado). Da interpretação desta figura percebe-se que o novo posicionamento permite uma melhor distinção do Polo, no que diz respeito à diversificação de sua oferta turística, identificando e comparando-o a seus competidores nos respectivos produtos ofertados. Neste documento em referência são apontados como destino competidores do produto ofertado pelo Estado:

- Oferta cultural e gastronômica – Salvador e Belo Horizonte
- Negócios/Eventos – São Paulo
- Sol e Praia - Costa Sul Bahia e Rio de Janeiro

Para o novo posicionamento, vale frisar o potencial, para a composição de oferta turística diversificada no Pólo, da variedade da gastronomia capixaba, do patrimônio histórico e da presença do ritmo congo, como principal manifestação folclórica e cultural.

Considerando o apontamento do Plano Cores do Ministério do Turismo, onde afirma-se que, no que tange ao turismo doméstico, seu incremento estará correlacionado com a competência mercadológica do destino, cabe destacar o resultado de pesquisas de mercado realizadas pela SETUR em 2008, junto a operadores e turistas potenciais. Como resultado, foram identificadas informações sobre o Destino Espírito Santo, que, certamente, indicam pontos para atuação, visando o incremento de demanda turística para o Pólo Região Metropolitana:

- A maioria dos entrevistados conhecia o Espírito Santo, mas, desconhecia os produtos turísticos, isto é os produtos Rotas Turísticas;
- As praias, atrativos naturais e culinária local foram vistos como atrativos potenciais;
- O Estado como Destino teve boa receptividade, apesar da baixa procura por parte dos turistas;
- Não havia oferta estruturada de pacotes montados por operadoras e a procura pelo Espírito Santo era muito pontual (para um Turismo de Negócios, para uma visita familiar ou para quem já conhece). Cabe ressaltar que persistiu uma característica já apontada no Plano Regional da Região Metropolitana, em 2006, onde apenas 20% dos atrativos do Pólo eram ofertados no trade. Neste estudo de 2006, destacavam-se: as atividades

de mergulho em Guarapari; as visitas na cidade de Vila Velha como no Convento da Penha e, as praias como Curva da Jurema, além da visita às Paneleiras.

- O turista aceitaria pagar valores de pacotes entre R\$ 1000 e R\$ 1.500 para o destino.

2.4 Análise da Oferta Turística

Neste capítulo serão destacados os principais atrativos turísticos dos municípios do Polo Região Metropolitana, bem como os dados de identificação da oferta turística no que diz respeito à sua capacidade de atendimento da demanda atual e da demanda projetada, tanto em termos quantitativos como qualitativos.

Dentro da oferta turística hoje existente, destacam-se como rotas já formatadas e ofertadas junto a agências de viagem, operadoras e em feiras e eventos do setor, a Rota do Sol e da Moqueca, a Rota do Mar e das Montanhas, a Rota Caminhos do Imigrante e a Rota do Mármore e Granito. Entre as oito rotas estabelecidas e pré-formatadas, estas quatro se destacam por envolver e integrar municípios incluídos no Polo Região Metropolitana.

2.4.1 Avaliação dos atrativos turísticos

Neste tópico será apresentada, inicialmente, a Tabela 27 com a análise sobre os principais atrativos do pólo e em seguida são apresentadas fotos e mapas gráficos que ajudam a localizar os atrativos e compreender visualmente as descrições realizadas.

Note-se que apesar de o segmento de Turismo Cultural não ser elencado como principal ou mesmo potencial para o pólo, são citados diversos atrativos desta natureza. Isso ocorre em função de estes atrativos funcionarem como reforço aos demais segmentos priorizados, negócios e eventos, sol e praia e náutico. O turista que se desloca ao Polo da Região Metropolitana de Vitória para participar de um evento, realizar negócios ou mesmo para atividades de lazer nas praias do litoral capixaba, pode estender sua estadia e aumentar seus gastos diários para conhecer mais da cultura local.

Neste sentido, a tabela a seguir elenca e analisa atrativos culturais que podem funcionar como elementos diferenciais para manter o turista mais tempo no pólo e complementar a experiência deste turista no pólo.

Tabela 27 – Avaliação dos Atrativos do Polo Região Metropolitana

| Município/ Atrativo | | Breve Descrição | Ponto Forte | Ponto Fraco |
|------------------------|-----------------------------------|--|--|--|
| Vitória | Curva da Jurema | Curva da Jurema– Localiza-se na Enseada do Suá, entre a Ilha do Boi e a Ilha do Frade. Trata-se de praia com mar de águas calmas e temperatura agradável. Boa para a prática de esportes náuticos. Em sua extremidade direita encontra-se a Escola de Vela Lars Grael. Bastante movimentada durante a noite, dispõe de quiosques, bares, restaurantes, calçadão e iluminação noturna | <ul style="list-style-type: none"> • Sofreu urbanização em 1996 • Orla calçada • Quiosques com banheiros • Arborizado • Possui PIT | <ul style="list-style-type: none"> • Área de estacionamento não é suficiente. Este é um problema no município, que possui carência de locais para estacionamento. |
| | Centro Histórico | Vitória é a terceira capital mais antiga do Brasil, fundada em 1551. Sua história está diretamente ligada ao período de colonização do Brasil. Ao longo da história da cidade, foram construídos prédios, pontes, escadarias que, hoje, são importantes monumentos e centros culturais para visitação, onde o turista tem opções de entretenimento e também de conhecimento do acervo histórico-cultural | Projeto Visitar, criado em 2006 pela Prefeitura do Município de Vitória. Além de visitas monitoradas, a equipe deste projeto, formada por profissionais das áreas de Turismo, Arquitetura e História, desenvolveu pesquisas históricas e arquitetônicas com a população local e turistas | <ul style="list-style-type: none"> • Apesar da existência do programa Visitar desde 2006, a divulgação para o mercado turístico ainda é incipiente • Horários de funcionamento não são comuns a todos os monumentos • Não há visita guiada em todos os monumentos |
| | Catedral Metropolitana de Vitória | Esta catedral foi, no passado, a antiga Igreja Matriz de Nossa Senhora da Vitória, marcando o início da colonização portuguesa na ilha. O antigo prédio foi demolido em 1918 para dar lugar ao prédio atual, numa obra que foi concluída apenas 50 anos depois. Possui características de arquitetura neogótica, destacando-se seus vitrais e criptas. | <ul style="list-style-type: none"> • Acesso facilitado por se localizar no centro da cidade; • Presença de visitas guiadas | <ul style="list-style-type: none"> • Problema com estacionamento na região; |

| Município/ Atrativo | | Breve Descrição | Ponto Forte | Ponto Fraco |
|------------------------|--|--|--|--|
| | Convento e Igreja Nossa Senhora do Carmo | O conjunto original foi fundado em 1682 por padres carmelitas. Este conjunto era constituído pelo Convento, pela Igreja de Nossa Senhora do Monte do Carmo e pela Capela da Ordem Terceira, caracterizados pelos estilos coloniais e linhas barrocas. A capela foi demolida em 1930 e a fachada foi tombada pelo Conselho Estadual de Cultura em 1984. Novo projeto de iluminação em andamento com finalização prevista para setembro de 2010. | | <ul style="list-style-type: none"> • Iluminação incipiente. Já em andamento projeto municipal para suprir esta deficiência, com implantação prevista para set/2010 • Problema com estacionamento na região |
| | Convento de São Francisco | Este convento foi construído no final do século XVI e hoje funciona como sede da Arquidiocese de Vitória. Entre seus principais atrativos destacam-se: seu frontispício que é o original deste que foi o primeiro convento franciscano na parte Sul do Brasil Colônia; a fachada da antiga igreja conventual e a capela de Nossa Senhora das Neves que foram tombadas pelo Conselho Estadual de Cultura em 1984. Novo projeto de iluminação em andamento com finalização prevista para setembro de 2010. | <ul style="list-style-type: none"> • Acesso facilitado por se localizar no centro da cidade; • Presença de visitas guiadas | <ul style="list-style-type: none"> • Iluminação incipiente. Já em andamento projeto municipal para suprir esta deficiência, com implantação prevista para set/2010 • Problema com estacionamento na região |
| | Igreja de São Gonçalo | Tornou-se patrimônio histórico nacional em 1948. Foi construída pela irmandade e, depois, confraria, Nossa Senhora do Amparo e da Boa Morte, no século XVIII. No período entre 1908 e 1912, a Igreja funcionou como sede paroquial e exerceu as funções de catedral. Sua fachada e altar-mor, com entalhes em madeira pintados a ouro, possuem características da arquitetura barroca. | <ul style="list-style-type: none"> • Acesso facilitado por se localizar no centro da cidade; • Presença de visitas guiadas | <ul style="list-style-type: none"> • Problema com estacionamento na região |
| | Theatro Carlos Gomes | Este teatro foi tombado pelo Conselho Estadual de Cultura em 1983. Foi inaugurado em 1927 e reformado em 1970. Destacam-se como sustentação de seus balcões e galerias, as colunas de ferro fundido do antigo teatro de Melpômene, demolido em 1923, após princípio de incêndio. Prevista a reabertura em julho de 2010 para visitas guiadas gratuitas. | <ul style="list-style-type: none"> • Acesso facilitado por se localizar no centro da cidade | <ul style="list-style-type: none"> • Problema com estacionamento na região |

| Município/ Atrativo | | Breve Descrição | Ponto Forte | Ponto Fraco |
|------------------------|---|---|---|---|
| | Museu de Artes do Espírito Santo (MAES) | Construído nos anos 20 em terreno de esquina por Florentino Avidos, possui estilo eclético de arquitetura. Em 1983, foi tombado pelo Conselho Estadual de Cultura e, em 1998, recebeu o atual nome. Oferece exposições de arte, além de palestras, oficinas, cursos e seminários. | <ul style="list-style-type: none"> Acesso facilitado por se localizar no centro da cidade | <ul style="list-style-type: none"> Problema com estacionamento na região |
| | Panelleiras de Goiabeiras | O ofício de fazer panelas de barro foi registrado no livro do Registro dos Saberes do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, sendo reconhecido, nacionalmente, como Primeiro Bem Cultural de Natureza Imaterial e classificado como Patrimônio Cultural Brasileiro. A panela de barro tem sua importância na gastronomia capixaba, dada sua importância na elaboração de pratos típicos da culinária local como a moqueca e a torta capixaba. É importante ressaltar que a técnica de sua confecção pouco mudou em relação a sua origem nas tribos indígenas. Além disso, a estrutura social das artesãs também pouco mudou. | <ul style="list-style-type: none"> Este trabalho artesanal das panelleiras é vital para a sobrevivência econômica de suas famílias, em especial, na região das Goiabeiras, ao norte da Ilha de Vitória. Existência da Associação das Panelleiras que produz e vende diretamente sua produção, em seu galpão e nas lojas de artesanato, para a população local e visitantes. | <ul style="list-style-type: none"> Atualmente, o galpão encontra-se em reforma, estando as Panelleiras em local provisório; O local compreende a área de trabalho e exposição das Panelleiras, apenas com serviço de banheiro químico para os turistas; A sinalização para acesso dentro da cidade de Vitória não é clara. |
| Vila Velha | Convento da Penha | Construção típica do Brasil Colonial, datada do século XVI, permite avistar, de seu ponto mais alto os municípios de Vila Velha e Vitória. É o mais antigo santuário mariano do País e tem em seu acervo a tela de Nossa Senhora das Alegrias, trazida de Portugal e murais de Benedito Calixto | <ul style="list-style-type: none"> Atrativo religioso mais tradicional do estado. Acesso facilitado para a subida ao convento – transporte pago de vans; Iluminação cênica; Boas condições de atendimento ao turista com: Estacionamento; Sanitários; Lanchonete; Corrimão em escadaria | <ul style="list-style-type: none"> Sinalização na cidade de Vila Velha para acesso ao monumento poderia ser melhorada; Acesso para deficientes não facilitado |

| Município/ Atrativo | Breve Descrição | Ponto Forte | Ponto Fraco |
|-------------------------------------|--|---|---|
| Museu Ferroviário | Trata-se de da Estação Ferroviária Pedro Nolasco, que foi construída em 1927. Abriga Museu administrado pela empresa Vale S.A. (antiga Vale do Rio Doce) Possui um acervo que retrata parte da história das ferrovias do Brasil, como a velha Maria Fumaça, o vagão de madeira, o trole, o telégrafo e o quepe do agente, além das fotografias. Possui também um café temático. | <ul style="list-style-type: none"> • Boa diversidade de atrativos, incluindo café temático num vagão de trem; • Iluminação cênica; • Boas condições de atendimento ao turista com: • Estacionamento; • Sanitários; • Café restaurante • Guias bilíngües em cada andar do museu; • Possibilidade de agendamento de visitas guiadas gratuitamente | <ul style="list-style-type: none"> • Sinalização na cidade de Vila Velha para acesso ao monumento é deficiente, ao contrário da sinalização para quem está na cidade de Vitória • Não está agregada a venda de artigos ou peças de artesanato • Pouca divulgação sobre atividades e funcionamento do museu |
| Fábrica de Chocolates Garoto | Possui um Centro de Documentação e Memória que relata toda a história da fábrica. Numa sala de 120 m2, estão expostos todos os produtos fabricados, desde o início das operações, 300 cartazes, 70 caixas-arquivo, quatro mil imagens, 150 vídeos e 50 depoimentos. Do lado de fora da fábrica, há loja aberta ao público para a compra de produtos, alguns não distribuídos fora do estado do ES. | <ul style="list-style-type: none"> • Atrativo em torno de marca tradicional e reconhecida nacionalmente. • Possui ainda loja com produtos não encontrados nacionalmente e aberta ao público independente de visitação à fábrica | <ul style="list-style-type: none"> • Sinalização para acesso e no atrativo é deficiente. • Estacionamento deficiente. • Divulgação deficiente sobre visitas agendadas à fábrica. |
| Praias da Costa, Itapoã e Itaparica | Estas praias compõem uma orla contínua, a apenas 3 km do centro da cidade, com boa urbanização. | <ul style="list-style-type: none"> • Orla contínua, propícia para banho e prática de esportes náuticos. • Boa sinalização para acesso. • Orla urbanizada com boa iluminação. | <ul style="list-style-type: none"> • Sinalização no atrativo é deficiente. • Estacionamento deficiente. • Poucos quiosques na orla e não modernizados. |

| Município/ Atrativo | | Breve Descrição | Ponto Forte | Ponto Fraco |
|------------------------|--|---|---|---|
| Guarapari | Praia dos Namorados, das Castanheiras e da Areia Preta | Fazem parte da Orla do centro de Guarapari. As duas primeiras praias são divididas por pedras enormes e, intercalam-se com arrecifes. No período de maré baixa, estes arrecifes transformam-se em piscinas naturais. Já a praia da Areia Preta é a principal praia de areia monazítica de Guarapari. | <ul style="list-style-type: none"> • A área da Orla do Centro foi alvo de projeto de reurbanização, contando com: • Iluminação pública; • Calçadão; • Quiosques; • Área de estacionamento • Sinalização para acesso | <ul style="list-style-type: none"> • Na alta temporada com o grande fluxo de turistas, o tráfego na região do centro da cidade é crítico. • Estacionamento deficiente. |
| | Praia de Meaípe | É uma das praias mais procuradas do Estado e já foi considerada uma das dez mais bonitas do Brasil, pela revista Quatro Rodas. Esta praia está a 10 km do centro da cidade e margeia uma antiga aldeia de pescadores. É a praia das badalações, em especial no verão. Há 10 anos existe a atração chamada Multiplace Mais que agrega, em espaço de 7 mil m2, além de vários restaurantes, boates e palcos para shows. Durante todo o mês de janeiro, alta temporada, permanece aberto de 5ª. A domingo. No restante do ano, apresenta programação em fins de semana e feriados. | <ul style="list-style-type: none"> • Próxima ao centro da cidade (10 km do centro da cidade) • Praia considerada referência, principalmente na alta estação, com programação noturna variada e restaurantes de comida típica capixaba • Possui espaço, Multiplace Mais, com multiserviços com 7 mil m2 e capacidade para 5 mil pessoas. | <ul style="list-style-type: none"> • Praia com tendência a processo erosivo, tendo em vista desocupação desordenada. |
| | Orla do Canal de Guarapari | Esta é uma região próxima ao centro onde existe associação de pescadores local e estão seus barcos de pesca. Além disso, possui local para embarque e desembarque de passageiros de passeios turísticos em barcos de pequeno porte como escunas. A prefeitura de Guarapari está avaliando projeto para a Urbanização desta Orla. | <ul style="list-style-type: none"> • Próxima à orla do centro da cidade e ao conhecido “Beco da Fome” (com restaurantes e comércio) • Já existe projeto da Prefeitura para reurbanização desta Orla, contemplando, como principais medidas: remodelação da Praça Jerônimo Monteiro; criação de mercado de artesanato em imóvel, hoje em desuso; construção de deck turístico; construção de deck pesqueiro; construção de edifício para a associação de Pescadores (ASPROPESCA) | <ul style="list-style-type: none"> • Hoje, na área, só há embarque e desembarque de passageiros em passeios de escuna (ou outros de pequeno porte) • Não há infraestrutura de serviços para os turistas • Projeto em avaliação, hoje pela prefeitura, não prevê revitalização de áreas urbanas internas, apenas a orla do canal e a Rua do Trabalho. |

| Município/ Atrativo | | Breve Descrição | Ponto Forte | Ponto Fraco |
|------------------------|---|---|---|---|
| Cariacica | Mochuara | Trata-se de pedra de granito com 724 metros de altura na região rural do município, onde se destaca a pista de rapel com 12,5 metros. Foi tombada como patrimônio histórico-paisagístico em 1992. Ao redor deste pico, encontra-se a APA que abriga o chamado Vale do Mochuara, onde estão localizados cerca de 10 equipamentos turísticos, com ofertas diversificadas relacionadas a agroturismo e ecoturismo. | <ul style="list-style-type: none"> • Diversidade de atrativos naturais • Na APA, diversidade de atrativos e serviços turísticos integrados a esta oferta de atrativos • Boa sinalização e condições de acesso à APA • Oferta de serviços de guias e restaurantes, além de infraestrutura na APA para o turista • Boa condição de acesso sobretudo no trecho recentemente asfaltado pela prefeitura | <ul style="list-style-type: none"> • Pouca divulgação • Sinalização de acesso dentro da cidade de Cariacica ao Parque deficiente. • Não há infraestrutura de serviços turísticos para o Parque, apenas na APA. • Não há integração entre aproveitamento turístico da APA e do Parque. |
| | Parque Municipal de Goiapaba-Açu | Trata-se de APA que abriga o pico do mesmo nome com 880 metros de altura. Nesta área, de 3.740 hectares, encontram-se 250 espécies de orquídeas, quedas d'água e riachos | <ul style="list-style-type: none"> • Diversidade de atrativos naturais | <ul style="list-style-type: none"> • Pouca divulgação • Não sinalização para acesso nas rodovias • Difícil acesso por estrada de terra • Funcionamento em horário restrito do centro de visitação (apenas fim de semana) |
| Fundão | Balneário de Praia Grande ou de Joaripe | Com extensão de 8,5 km de praia, com águas rasas. É margeado por uma rua com construções residenciais. | Balneário com ambiente bucólico de águas rasas | Este balneário, não possui infraestrutura de calçadão, estacionamento. Quiosques necessitam de modernização. |

| Município/ Atrativo | | Breve Descrição | Ponto Forte | Ponto Fraco |
|------------------------|-------------------------|---|---|--|
| Serra | Balneário de Manguinhos | Trata-se de conjunto de 5 praias com águas calmas e ambiente bucólico, o que a tornou preferida de intelectuais e artistas. Encontra-se a 25 km de Vitória. Nas suas areia, as tartarugas marinhas realizam a desova. | <ul style="list-style-type: none"> • Balneário com ambiente bucólico e águas calmas, remetendo à cultura de colônia de pescadores. • No Carnaval, possui o tradicional banho de mar à fantasia. • Permite a realização de esportes como natação, kite surf e caiaque. • Prefeitura está realizando obras de urbanização da orla | <ul style="list-style-type: none"> • Pouca variedade de serviços turísticos, com barracas e quiosques não modernizados. • Intenso loteamento para casas de veraneio em sua orla. • Urbanização deficiente da orla. • Iluminação pública deficitária (está prevista implantação de nova iluminação até o final de 2010) |
| | Manifestações do congo | Ritmo folclórico marcante na cultura capixaba. As toadas, características deste ritmo, falam da escravidão, dos santos de devoção popular, da morte, do mar e do amor. É comum a presença de bandas de congo em festas religiosas como a de São Benedito (em dezembro) e a de São Pedro (em junho). | <ul style="list-style-type: none"> • Tradição folclórica típica do estado com a presença de inúmeras bandas não apenas neste município, mas em outros do pólo como Vitória e Vila Velha. | <ul style="list-style-type: none"> • Pouca divulgação • Pouca integração com atrativos do próprio município e dos demais municípios do Pólo. |

| Município/Atrativo | | Breve Descrição | Ponto Forte | Ponto Fraco |
|--------------------|------------------------------------|---|---|--|
| | Igreja e Residência dos Reis Magos | Em Nova Almeida, distrito de Serra, é um dos monumentos históricos mais importantes do Espírito Santo. Sua primeira construção data do século XVI. Abrigou um monastério e também serviu como prisão. Em seu interior, algumas partes de paredes estão expostas, demonstrando como eram construções do período colonial com argamassa de barro, cal de conchas e óleo de baleia. Além disso, encontra-se a “Adoração dos Reis Magos”, considerada primeira pintura a óleo sobre painel de madeira do Brasil. É um monumento tombado pelo Patrimônio Histórico Nacional e sua última restauração terminou em 2003. | <ul style="list-style-type: none"> • Iluminação cênica; • Visitas monitoradas com guia não bilíngue • Boa sinalização de acesso | <ul style="list-style-type: none"> • Pouca divulgação • Não há sinalização interpretativa • Não está agregada a venda de artigos ou peças de artesanato • Fachada já apresenta sinais de necessidade de nova restauração |
| Viana | Estação Ferroviária | Trata-se de antiga estação ferroviária, construída em 1895, que abrigou um museu até janeiro de 2010. O museu foi desativado e, hoje, a estação é o ponto de partida do passeio de trem, com extensão de 46 km, chamado “Trem das Montanhas”, que passa pelos municípios de Domingos Martins, Marechal Floriano e Araguaia. | <ul style="list-style-type: none"> • Estações recém-reformadas pelas prefeituras • Variedade de roteiros estruturados, incluindo somente passeio ou passeio mais hospedagem • Vários produtos, incluindo passeios, ou passeios e roteiros com hospedagem foram estruturados em torno deste atrativo. • Conta também com um programa de venda de tickets com desconto especial (15%) para capixabas residentes em municípios próximos. | <ul style="list-style-type: none"> • Pouca divulgação. • Estações não possuem lanchonetes. • Estações possuem pequenas áreas para venda de artesanato local. |

| Município/ Atrativo | | Breve Descrição | Ponto Forte | Ponto Fraco |
|------------------------|-----------------|--|--|--|
| | Casa da Cultura | Trata-se de uma das construções mais antigas do estado, um casarão de arquitetura açoriana, onde já se hospedou o Imperador D. Pedro II. Localiza-se no centro da cidade e abriga exposição permanente com a história do município, ressaltando a importância da cultura e colonização açoriana. | <ul style="list-style-type: none"> • Exposição permanente que traduz a importância cultural do município, com destaque para colonização açoriana. • Sinalização de acesso na cidade. • Presença de guias para visitas monitoradas gratuitas | <ul style="list-style-type: none"> • Pouca divulgação. • Pouco explorada a atividade de venda de artesanato/produtos locais • Não há oferta de restaurante ou lanchonete para o turista. • Ausência de guia bilíngüe |

Fonte: Elaborado pela FGV, 2010.

Conforme apresentado na tabela anterior foram identificados os principais atrativos em cada município do Pólo e avaliados, no levantamento em campo, pontos fortes e fracos em relação às seguintes características: consistência como produto turístico; acessibilidade; infraestrutura de equipamentos turísticos; áreas de estacionamento; sinalização turística; limpeza; esgotamento sanitário e abastecimento de água; grau de utilização e degradação atual; existência de plano de gestão/manejo; manutenção; ligação com transporte urbano.

Outro fator considerado para a seleção destes atrativos foi a sua presença na relação dos atrativos selecionados pelo Governo do Estado que constam em 3 Rotas Turísticas que compreendem os municípios do Pólo Região Metropolitana: Rota do Sol e da Moqueca; Rota do Mar e das Montanhas e a Rota Caminhos dos Imigrantes. O mapa apresentado na Figura 3 apresenta alguns dos importantes atrativos selecionados e citados neste plano.

Após os atrativos já caracterizados, são apresentadas as fotos dos atrativos analisados.

Vitória

O mapa abaixo aponta os principais atrativos do município de Vitória. Alguns dos atrativos selecionados e comentados neste plano são apresentados neste mapa.

Figura 05: Mapa turístico do município de Vitória



Fonte: SETUR, 2010

Figura 06: Fotos Curva da Jurema – incluindo PIT



Fonte: Visita a campo FGV – 2010

Figura 07: Centro Histórico de Vitória – Catedral Metropolitana (incluindo sinalização do atrativo)



Fonte: Visita a campo – FGV 2010

Figura 08: Centro Histórico de Vitória – Igreja e Convento do Carmo (incluindo sinalização externa do atrativo)



Fonte: Visita a campo – FGV 2010

Figura 09: Centro Histórico de Vitória – Convento de São Francisco (incluindo sinalização externa do atrativo)



Fonte: Visita a campo – FGV 2010

Figura 10: Centro Histórico de Vitória – Igreja de São Gonçalo (incluindo sinalização do atrativo)



Fonte: Visita a campo – FGV 2010

Figura 11: Theatro Carlos Gomes



Figura 12: MAES



Fonte: Visita a campo – FGV 2010

Figura 13: Galpão Provisório das Paneleiras de Goiabeiras



Fonte: Visita a Campo FGV – 2010

Vila Velha

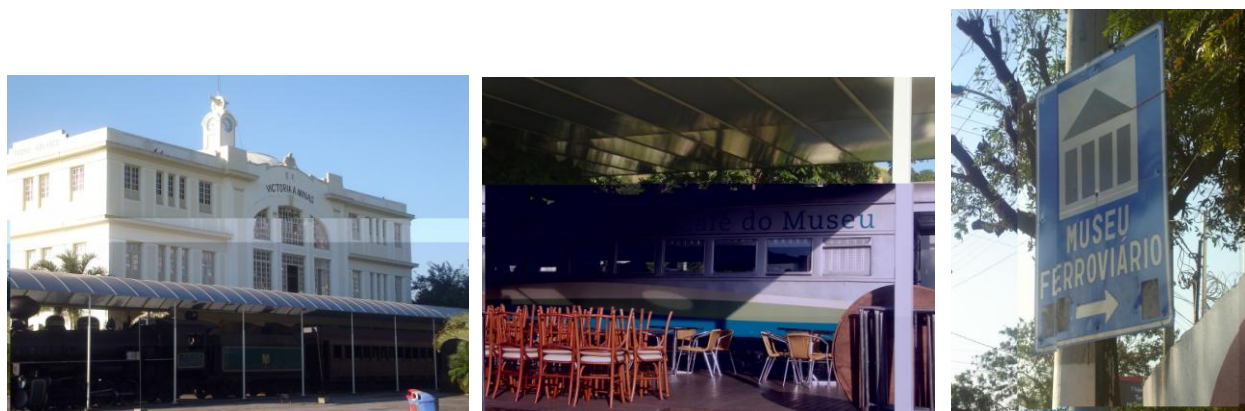
A cidade, fundada em 1535, é a mais antiga do estado, além de ser a mais populosa, integrando o circuito da Rota do Sol e da Moqueca. Na história da cidade, quatro intervenções urbanas foram extremamente importantes: inauguração do bondinho da cidade em 1912, bastante relevante na década de 50; inauguração da Ponte Florentino Avidos, importada da Alemanha, em 1928; inauguração da Rodovia Carlos Lindenberg em 1951 e inauguração da Terceira Ponte em 1989.

Figura 14: Prainha em Vila Velha – Convento da Penha



Fonte: Visita a campo – 2010

Figura 15: Museu Ferroviário – incluindo sinalização externa e café temático



Fonte: Visita a campo FGV – 2010

Figura 16: Fábrica de Chocolates Garoto



Fonte: Visita a campo FGV – 2010

Figura 17: Orla contínua da Praia da Costa, Itapoã e Itaparica

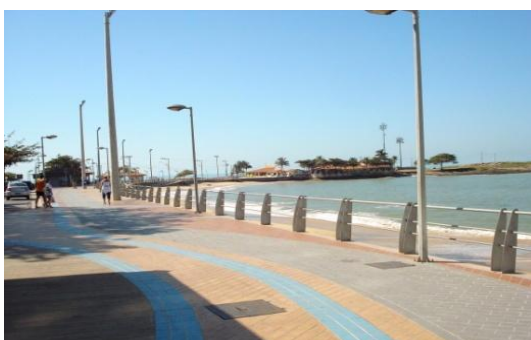


Fonte: Visita a campo FGV – 2010

Guarapari

Guarapari é considerada pelo Plano Estadual, a Cidade Saúde pelas propriedades medicinais de suas areias monazíticas, além de ser um dos balneários mais badalados do litoral capixaba, possuindo 46 praias e enseadas de grande beleza. Este balneário, inserido da Rota do Sol e da Moqueca, destaca-se por seus atrativos de Sol e Praia, propiciando passeios de escunas e mergulhos, que permitem conhecer as biodiversidades marinhas da costa capixaba. Entre os principais atrativos turísticos, informados pela SETUR e visitados pela equipe de pesquisa, destacam-se:

Figura 18: Praia da Areia Preta



Fonte: Visita a campo FGV – 2010

Figura 19: Praia das Castanheiras



Fonte: Visita a campo FGV – 2010

Figura 20: Praia das Castanheiras (com detalhe de quiosque e banheiros públicos)



Fonte: Visita a campo FGV – 2010

Figura 21: Praia de Meaípe

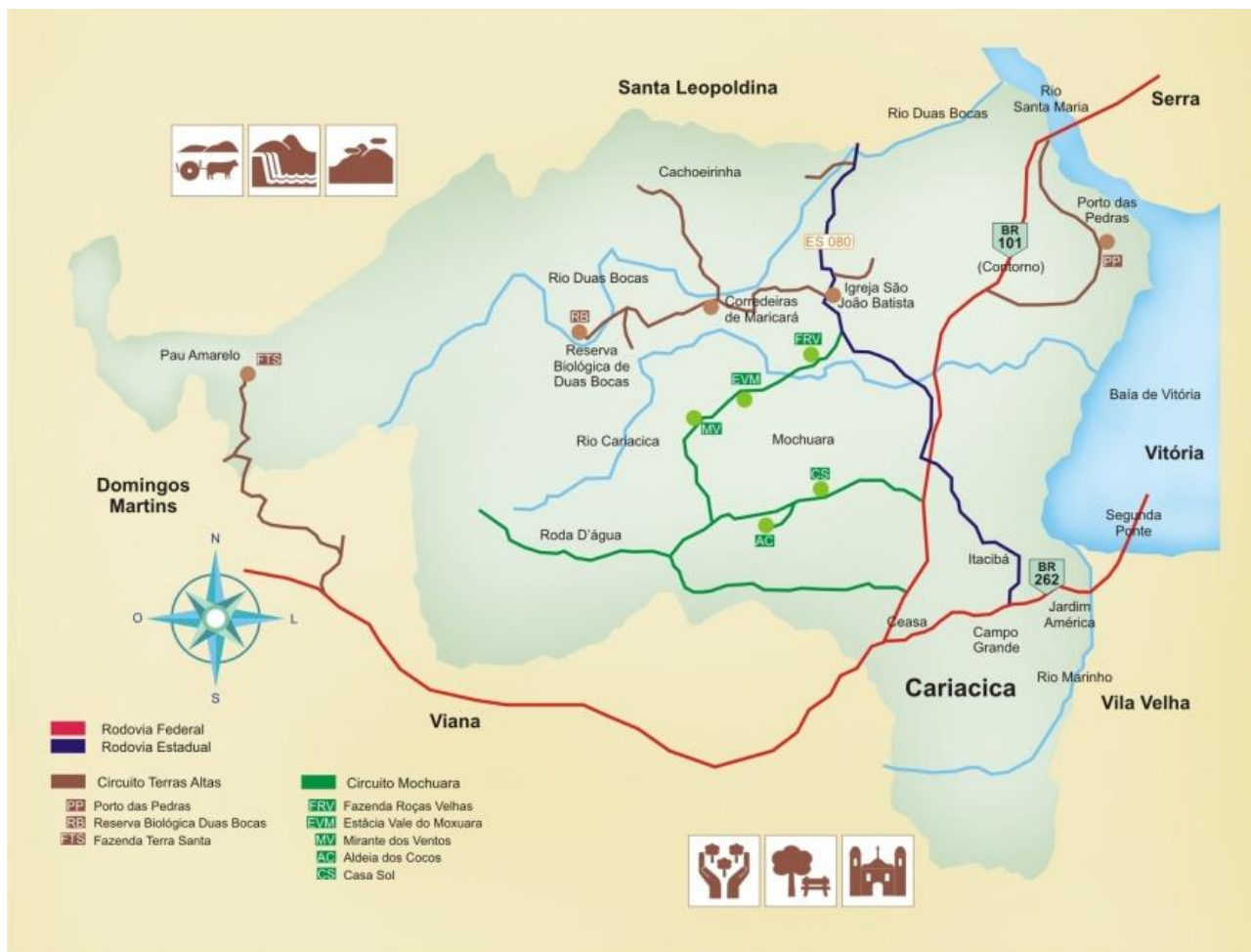


Fonte: Visita a campo FGV – 2010

Cariacica

O mapa abaixo aponta os principais atrativos do município de Cariacica. Alguns dos atrativos selecionados e comentados neste plano são apresentados neste mapa.

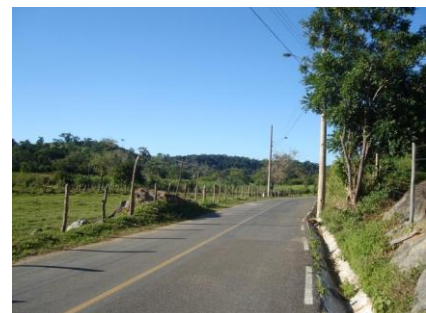
Figura 22: Mapa com os principais atrativos do município de Cariacica



Fonte: SETUR - 2010

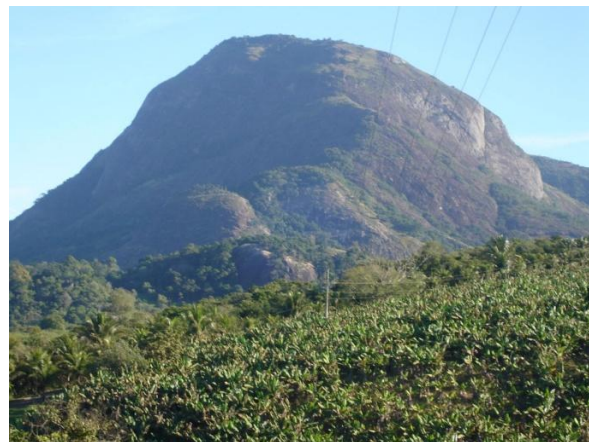
Junto com o município de Fundão integra a Rota de Caminhos do Imigrante, marcada pela diversidade cultural. Assim como nos demais municípios integrantes desta Rota, as pesquisas indicam que Cariacica apresenta atrativos naturais e culturais importantes. O Congo de Máscaras é uma das manifestações folclóricas mais antigas do município, onde, em três dias de festa, acontece a apresentação de bandas de congo.

Figura 23: Fotos da APA do Monte Mochuara



Fonte: Visita a campo FGV - 2010

Figura 24: Monte Mochuara - vista e entrada pública para acesso



Fonte: Visita a campo FGV - 2010

Fundão

Assim como o município de Cariacica, Fundão apresenta atrativos naturais e culturais, sendo o mais importante o Parque Municipal de Goiapaba-Açu. Trata-se de APA que abriga o pico do mesmo nome com 880 metros de altura. Nesta área, de 3.740 hectares, encontram-se 250 espécies de orquídeas, quedas d'água e riachos.

Além do Parque, é importante mencionar o Balneário de Praia Grande ou de Joaripe com extensão de 8,5 km de praia, com águas rasas. Este balneário, não possui infraestrutura de calçadão e possui quiosques que necessitam de modernização. É margeado por uma rua com construções residenciais.

Figura 25: Parque Municipal Goiapaba-Açu



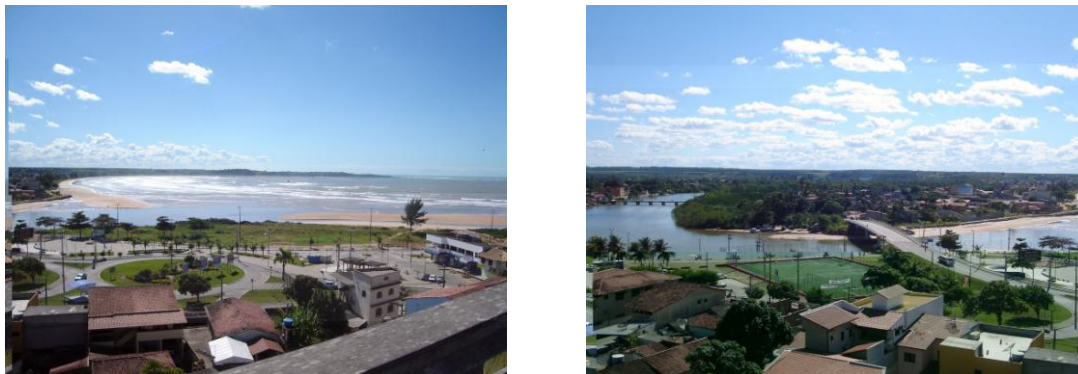
Fonte: Setur/Visita a campo FGV - 2010

Serra

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. Entre estas praias destaca-se o Balneário de Manguinhos:

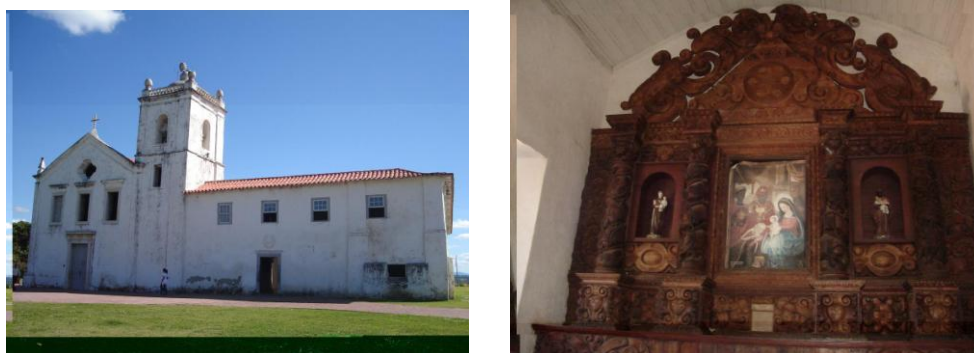
O mapa abaixo aponta os principais atrativos do município de Serra. Alguns dos atrativos selecionados e comentados neste plano são apresentados neste mapa.

Figura 28: Fotos vista a partir da Igreja e Residência dos Reis Magos em Nova Almeida (vista do município de Fundão, incluindo Balneário Praia Grande)



Fonte: Visita a Campo FGV - 2010

Figura 29: Fotos Igreja e Residência dos Reis Magos em Nova Almeida (incluindo iluminação externa e pintura a óleo “Adoração dos Reis Magos”)

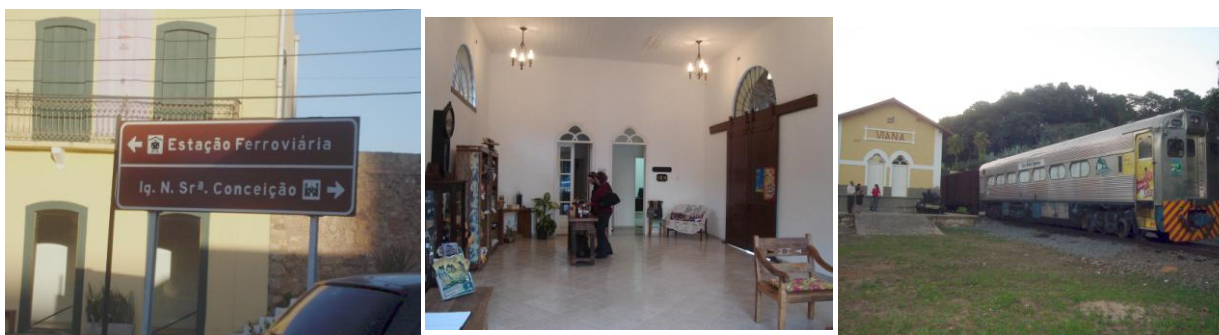


Fonte: Visita a Campo FGV – 2010

Viana

Este município integra a Rota do Mar e das Montanhas. Este circuito permite o resgate histórico e o conhecimento da cultura dos imigrantes. Em Viana, de acordo com dados fornecidos pela SETUR e visitados pela equipe de pesquisa, destacam-se os seguintes atrativos histórico/culturais:

Figura 30: Fotos Estação de Trem em Viana (incluindo sinalização externa e sinalização de acesso ao atrativo)



Fonte: Visita a Campo FGV - 2010

Figura 31: Casa de Cultura de Viana (incluindo imagens internas)



Fonte: Setur - 2010

2.4.2 Análise de equipamentos e serviços turísticos

Neste tópico serão analisados os principais indicadores oriundos dos Serviços de Hospedagem, de Alimentação e de Atendimento ao Turista. Nesse contexto, os seguintes fatores foram levados em consideração para efeitos de avaliação da oferta agregada dos destinos turísticos na dimensão serviços e equipamentos turísticos: (i) sinalização turística viária; (ii) centro de atendimento ao turista; (iii) espaço para eventos; (iv) capacidade dos meios de hospedagem; (v) capacidade do turismo receptivo; e (vi) restaurantes.

A avaliação destes fatores para os municípios aqui analisados pode ser vista na Tabela 29, de forma consolidada. Os dados foram obtidos a partir dos questionários aplicados e depoimentos nas oficinas estratégicas, realizados durante o projeto, em 2010, além de dados fornecidos pela SETUR, dados da ABIH e aqueles contidos no Guia Gastronômico Espírito Santo 2010. Observa-se que há grande desencontro sobre as informações disponibilizadas nas fontes utilizadas, o que aponta para a estruturação de sistema de informações que integre agentes do trade.

Tabela 28: Visão Consolidada de Equipamentos e Serviços Turísticos no Polo

| Município | Sinalização (Boa /Média/Ruim) | CAT (Sim/Não) | Espaço p/ Eventos (Sim/Não) | Hospedagem (No. Meios de Hospedagem/No. Leitos/No. UH's) | No. De Agências de turismo | No. Estabelecimento do Tipo Restaurantes e Bares |
|------------|-------------------------------|---------------|-----------------------------|--|----------------------------|--|
| Vitória | Média | Sim | Sim | 44/6550/3180 | 590 | 738 |
| Vila Velha | Ruim | Não | Sim | 46/2935/1471 | 39 | 366 |
| Guarapari | Ruim | Não | Sim | 62/3681/2231 | 38 | 193 |
| Cariacica | Ruim | Não | Não | 15/205/46* | 1 | 155 |
| Fundão | Ruim | Não | Não | 7/324/156 | 11 | 12 |
| Serra | Ruim | Não | Sim | 41/1293/555 | 39 | 230 |
| Viana | Ruim | Não | Não | 2/336/76 | 0 | 28 |

Fonte : Elaborado por FGV – questionários de pesquisa de campo e depoimentos em oficinas estratégicas – 2010/dados fornecidos pela SETUR(2005)/dados ABIH/dados fornecidos por Secretarias de Turismo em 2010 e RAIS 2008. *Valor de UH's estimado com base na proporção Leitos X UH's calculada para Viana.

A classificação da Sinalização Turística Viária em Boa, Média ou Ruim, conforme apresentado na Tabela 27, considerou a avaliação dos seguintes fatores realizada durante pesquisa de campo pela FGV:

- a) Se o destino possui sinalização turística viária e se a mesma segue os padrões recomendados pelo Ministério do Turismo;
- b) Se a sinalização turística viária está conservada, limpa, bem fixada e, quando for o caso, corretamente iluminada;
- c) Se a sinalização turística viária traz informações disponíveis em língua estrangeira;
- d) Se existe sinalização turística descritiva nos atrativos turísticos do destino;
- e) Se as informações contidas na sinalização descritiva estão disponíveis em língua estrangeira.

Se, para todos estes fatores há identificação positiva, então Sinalização é considerada Boa. Quando dois destes fatores não são identificados positivamente, a Sinalização é considerada Média. Quando mais de dois fatores não são identificados positivamente, a Sinalização é considerada Ruim.

A sinalização turística foi considerada mediana em função dos seguintes fatores, mapeados, através de depoimentos de representantes municipais e durante levantamento em campo:

- Ainda há a necessidade de enquadrar a sinalização viária com os padrões do Mtur;
- Da mesma forma, a sinalização viária precisa ser traduzida para um idioma estrangeiro;
- A sinalização descritiva precisa ser ampliada para um número maior de atrativos.

No município de Viana, onde a sinalização turística foi classificada como incipiente, representantes do governo municipal apontaram, em oficina estratégica que, para dirimir este ponto fraco, há um projeto, já aprovado, para implementação de sinalização turística.

Em Guarapari, também a partir da oficina estratégica, foi identificada deficiência na sinalização turística, mas não há ação estabelecida para este objetivo.

A partir da avaliação de equipamentos turísticos do Polo Região Metropolitana, observa-se que o município de Vitória, principal município do Polo, apresenta boa infraestrutura de equipamentos e serviços turísticos, o que é bastante positivo, quando se trata de porta de entrada para o Polo de visitantes que chegam por meio rodoviário, aéreo, marítimo e ferroviário.

Na última pesquisa de demanda divulgada pela SETUR em fevereiro de 2010, é muito boa a avaliação dos turistas quando se trata, especialmente, da avaliação de infraestrutura e atendimento de meios de hospedagem e estabelecimentos de setores e alimentos/bebidas no Pólo como demonstrado abaixo:

- a) Avaliação do hotel/pousada onde se hospedou – em todas as rotas turísticas avaliadas, mais de 70% dos entrevistados classificaram como “Ótimo + Bom”;
- b) Avaliação do atendimento no hotel/pousada onde se hospedou – em todas as rotas turísticas avaliadas, mais de 84% dos entrevistados classificaram como “Ótimo + Bom”;
- c) Avaliação da infraestrutura do(s) restaurante(s) que frequentou durante a sua estada – em todas as rotas turísticas avaliadas, mais de 60% dos entrevistados classificaram como “Ótimo + Bom”;

- d) Avaliação do atendimento no(s) restaurante(s) que frequentou durante a sua estada – em todas as rotas turísticas avaliadas, mais de 70% dos entrevistados classificaram como “Ótimo + Bom”.

Todavia, alguns pontos de atenção devem ser observados e trabalhados no sentido de cumprimento dos objetivos traçados para o Pólo:

- Centros de Atendimento ao Turista – Há PIT’s fixos nas praias de Jurema, Camburi e Aeroporto. Além disso, possui um Posto para Atendimento Móvel utilizado durante realização de eventos. De acordo com informações da SETUR, estes CAT’s possuem contatos de operadoras, guias, agências e pontos de acesso à internet; profissionais que fornecem informações sobre o município e sobre outros destinos do polo; *displays* com folders e propagandas sobre serviços para turistas no município e em outros destinos do polo; *display* com mapa informativo; atendimento em outros idiomas como inglês, espanhol, francês, italiano e alemão.
- Cabe ainda comentar que, se avaliados os demais municípios do Polo, destaca-se a carência de CAT’s. A pesquisa já mencionada neste tópico destaca, ainda, a pouca utilização que este serviço ainda tem pelos turistas, tendo em vista que mais de 30% (em algumas rotas mais de 50%), afirmam “Não utilização” deste serviço.
- Dos municípios do Pólo, Vitória apresenta boa rede hoteleira e, em geral, em bom estado de conservação de acordo com depoimentos de representantes da administração municipal no levantamento em campo. Atualmente, dos 12 projetos de construção de hotéis para o Polo Região Metropolitana, envolvendo um investimento de aproximadamente R\$ 274 milhões, conforme dados da SETUR, sete se localizam em Vitória, correspondendo a um investimento de R\$ 93 milhões. Cabe ressaltar ainda que, hoje, na realização de grandes eventos em Vitória, toda a capacidade hoteleira deste município é utilizada. Este fator é crítico se considerado objetivo de expansão do Turismo de Negócios e Eventos neste Pólo. Pela Tabela 27, o município que desponta quanto ao número de leitos é Vitória, com um número superior cerca de 78% sobre o número de leitos de Guarapari, que figura em 2º. Lugar.
- O município de Vitória também é o que oferece melhor aparato conta com 46 guias cadastrados no Ministério do Turismo que falam idiomas estrangeiros como inglês, espanhol, italiano, alemão e chinês.
- Também o município de Vitória se destaca pela presença de restaurantes que estão habilitados com padrão turístico, incluindo cardápio bilíngüe e atendimento em outro idioma.

SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM

No setor hoteleiro, de acordo com a ABIH, o Espírito Santo ocupa o 21º. lugar em quantidade de unidades habitacionais disponíveis, somando 637 para 21 hotéis cadastrados nesta entidade. Este total realmente não é compatível com os valores apresentados na Tabela 27, de acordo com dados fornecidos pela SETUR (inventário de equipamentos turísticos de 2005). O número de hotéis em Cariacica, Vitória e Guarapari foram informados pelas Secretarias de Turismo dos municípios.

Apesar de o Polo da Região Metropolitana possuir uma oferta de hospedagem com boa diversidade de categorias, não é possível apresentar a segmentação da oferta de acordo com categorias, pois os dados utilizados são RAIS e não são apresentadas informações detalhando porte, número de Uhs por estabelecimento ou qualquer outra classificação. Da mesma forma, não existe no município sistemas de qualificação destes estabelecimentos criados localmente e utilizados nas redes de hospedagem do Estado. A tabela 28 apresenta os números do setor de meios de hospedagem no pólo.

Tabela 29 – Setor de Meios de Hospedagem no Polo da Região Metropolitana

| Município | No. Estabelecimentos | No. UH's | No. Leitos | No. Empregos |
|------------|----------------------|----------|------------|--------------|
| Vitória | 44 | 3180 | 6550 | 1373 |
| Vila Velha | 46 | 1471 | 2935 | 999 |
| Guarapari | 62 | 2231 | 3681 | 789 |
| Cariacica | 15 | 46 | 205 | 439 |
| Fundão | 7 | 156 | 324 | 87 |
| Serra | 41 | 555 | 1293 | 1016 |
| Viana | 2 | 76 | 336 | 34 |

Fonte: Elaborado pela FGV, a partir dos dados da RAIS, 2008.

Uma das grandes fragilidades em relação a esse importante elemento da oferta turística diz respeito à ausência ou falta de atualidade dos cadastros formais desses equipamentos no Ministério do Turismo, agravado por aqueles ainda não regularizados conforme exigências legais de âmbito local. Este fato evidencia a existência de um número maior de oferta de meios de hospedagem existentes nos municípios daqueles regularmente cadastrados no Cadastur – Sistema de Cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor de turismo. Segundo informações da SETUR/ES existem mais estabelecimentos da rede hoteleira em Fundão e Viana que operam em unidades familiares e informais, mas não se sabe precisar número de estabelecimentos ou leitos nestes casos.

Atualmente o número de hotéis é suficiente para a demanda de lazer devido ao perfil do turista de sol e praia que se hospeda em casa de parentes, amigos ou aluga residências por temporada reduzindo a pressão na rede hoteleira. Apesar de novos investimentos em hotéis estarem em curso, a demanda ainda é superior à oferta em todo o polo. A insuficiência da rede hoteleira é perceptível apenas quando da realização de grandes eventos ou em períodos de maior intensidade no segmento de negócios e eventos.

SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE ALIMENTAÇÃO (A & B)

Os bares e restaurantes também fazem parte da complexa cadeia produtiva da atividade turística, prestando serviços que denotam a hospitalidade dos destinos, sendo por vezes os próprios atrativos turísticos da localidade, em especial quando localizados em polos gastronômicos ou em festivais de gastronomia. A tabela 29 apresenta o total de estabelecimentos do tipo alimentos e bebidas, incluídos os restaurantes, bares e lanchonetes.

Tabela 30 – Setor de Alimentos e Bebidas no Polo da Região Metropolitana

| Município | No. Estabelecimentos | No. Empregos |
|------------|----------------------|--------------|
| Vitória | 738 | 11.211 |
| Vila Velha | 366 | 4.643 |
| Guarapari | 193 | 1.953 |
| Cariacica | 155 | 1.411 |
| Fundão | 12 | 241 |
| Serra | 230 | 2.663 |
| Viana | 28 | 248 |

Fonte: Elaborado pela FGV, a partir de dados da RAIS, 2008.

É notória a concentração dos equipamentos de alimentos e bebidas na capital, Vitória. É também neste município onde se encontra a maior diversidade da oferta e de opções de gastronomia variada e cozinha internacional. Uma informação curiosa é que o município de Guarapari, apesar de ser muito turístico e receber um alto fluxo de pessoas em todo o ano, só apresenta 193 estabelecimentos registrados. A principal explicação para esse fenômeno é que esta massa de pessoas se desloca para a cidade e não utiliza os equipamentos turísticos de alimentos e bebidas em função do perfil de consumidor. Em sua maior parte são os veranistas de segunda residência ou os grupos de pessoas que alugam apartamentos e casas na cidade e se comportam como o residente, realizando compras em supermercados e pouco freqüentando os estabelecimentos comerciais da cidade. Isso leva a uma dificuldade na manutenção destes estabelecimentos, o que explica o baixo número.

Também é importante confirmar a grande capacidade de gerar postos de trabalho deste setor. Importante ressaltar que estes dados são de empregos formais registrados no Ministério do Trabalho.

Para os municípios de Fundão e Viana que apresentaram 12 e 28 estabelecimentos, respectivamente, a discussão sobre esses números aponta para o alto grau de informalidade do comércio e da prestação de serviços local, ficando fora da contagem da RAIS. É esperado que estes municípios apresentem menos estabelecimentos, inclusive em função de serem de menor porte, porém a hipótese da SETUR/ES para esses números se embasa na informalidade.

SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE AGENCIAMENTO E OPERAÇÃO TURÍSTICA

As agências de viagens destacam-se como principal meio de comercialização dos produtos e serviços turísticos, funcionando como importante termômetro de desempenho da atividade.

No caso do Polo da Região Metropolitana percebe-se claramente a importância do município de Vitória como centro de realização das compras e do emissivo e receptivo Estadual. Segundo os dados da RAIS, em 2008 existiam no município 590 agências de turismo, enquanto nos municípios de Vila Velha e Guarapari existiam apenas 39 e 38 respectivamente. Não existem agências registradas no município de Viana e apenas uma no município de Cariacica, demonstrando a fragilidade da estruturação da atividade turística no polo.

A tabela 30 apresenta estas informações de forma mais detalhada.

Tabela 31 – Setor de Agências de Turismo no Polo da Região Metropolitana

| Município | No. Estabelecimentos | No. Empregos |
|------------|----------------------|--------------|
| Vitória | 590 | 413 |
| Vila Velha | 39 | 56 |
| Guarapari | 38 | 9 |
| Cariacica | 1 | 23 |
| Fundão | 11 | 208 |
| Serra | 39 | 169 |
| Viana | 0 | 0 |

Fonte: Elaborado pela FGV, a partir de dados da RAIS, 2008.

OUTROS SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS — ORGANIZADORAS DE EVENTOS, CENTROS DE CONVENÇÕES, PARQUES/PAVILHÕES DE FEIRAS E MARINAS E ATRACADOUROS

Segundo os dados do Espírito Santo Convention Bureau, no ano de 2010, foram captados ou apoiados por esta instituição cerca de 35 eventos, nas mais distintas áreas, envolvendo um total de 92.350 pessoas e um público de turistas estimado em 13.100 pessoas. Estes eventos aconteceram, sobretudo, no Centro de Convenções de Vitória e no Pavilhão de Exposições de Carapina, em Serra.

O segmento de negócios e eventos é atualmente prioridade na estratégia de ampliação da atividade turística no Polo da Região Metropolitana. A estrutura para dar suporte a este segmento é apresentada em seguida.

A) ORGANIZADORAS DE EVENTOS

O crescimento do turismo de negócios e eventos, inclusive no contexto brasileiro, estimula os destinos a adequar-se às exigências e necessidades do mercado. De acordo com a International Congress & Convention Association (2007) – a maior entidade mundial do setor de eventos - o Brasil ocupa a 7.^a posição entre os países que mais sediam eventos internacionais.

São Paulo é a cidade das Américas que mais recebe eventos internacionais, atualmente classificada com a 12.^a posição no ranking mundial. Rio de Janeiro, Foz do Iguaçu, Porto Alegre, Salvador, Brasília, Belo Horizonte, Florianópolis, Recife, Fortaleza e Campinas são as outras cidades brasileiras que figuram no ranking que computa as cidades que realizaram, no mínimo, cinco eventos internacionais em 2008. No ranking das cidades que sediam eventos internacionais, apresentada pelo ICCA, Vitória não está classificada por não sediar ao menos 05 eventos internacionais anuais.

Porém é possível verificar que o setor é bastante dinâmico nos eventos nacionais. A sua vocação para sede de eventos de negócios, dentro do Pólo, destaca-se, certamente, pelo fato de integrar importante complexo portuário nacional; hospedar empresas que atuam nos mais variados setores econômicos do estado; além de sediar o aeroporto do estado.

No caso do Polo da Região Metropolitana, existe um grande universo de empresas organizadoras de eventos, capaz de suprir as demandas e os possíveis aumentos de demanda oriundos da intensificação do segmento, como demonstrado na Tabela 31. O principal problema é justamente a insuficiência de espaços para a realização destes eventos.

Tabela 32 – Setor de Promoção de Eventos no Polo da Região Metropolitana

| Município | No. Estabelecimentos | No. Empregos |
|------------|-------------------------|-----------------|
| Vitória | 98 | 413 |
| Vila Velha | 51 | 56 |
| Guarapari | 9 | 9 |
| Cariacica | 4 | 23 |
| Fundão | 7 | 208 |
| Serra | 22 | 169 |
| Viana | 0 | 0 |

Fonte: Elaborado pela FGV, a partir de dados da RAIS, 2008.

B) CENTROS DE CONVENÇÕES/PAVILHÕES E FEIRAS

O município de Vitória conta com importantes áreas abertas para realização de eventos como área da Praça Papa João Paulo II. Além disso, destaca-se o Centro de Convenções de Vitória e O Parque de Exposição Floriano Varejão (na divisa com o município de Serra), apresentados mais adiante.

Os principais eventos programados, em Vitória, de acordo com entrevistas a representantes municipais, durante o levantamento em campo, são Vitória *Stone Fair*, Festa de São Pedro (procissão marítima) e o Carnaval, onde o desfile das escolas de samba acontece uma semana antes do feriado nacional do Carnaval.

Cabe ressaltar que a infraestrutura do sambódromo é considerada satisfatória pelas autoridades locais, mas a mesma avaliação não se aplica à procissão marítima, uma vez que nenhum píer possui estrutura coberta, banheiros e serviço de alimentação.

Nesse contexto, é importante destacar o crescimento do turismo de negócios e eventos neste Pólo, que, hoje, conforme apontado no capítulo anterior, já declina de candidaturas para sediar eventos, tendo em vista insuficiência de espaços para atividades deste fim. Este crescimento é favorecido pela existência de empresas que integram a cadeia produtiva de diversos setores como metal mecânico; petróleo e gás; moveleiro; mármore e granito; confecções e fruticultura. O Pólo concentra a realização de eventos no estado, em especial eventos de negócios e técnicos.

Do ponto de vista da infraestrutura para a realização de pequenos eventos, convenções empresariais ou reuniões de negócios, a rede hoteleira está bem estruturada para responder a esta demanda. O problema se concentra nos casos de eventos técnicos e científicos de médio e grande portes, que atualmente não possuem capacidade instalada para crescimento, visto que os equipamentos que comportam este tipo de eventos estão operando em sua capacidade máxima.

Abaixo apresenta-se na Tabela 32 o Calendário de eventos do Pólo que movimenta o setor anualmente.

Tabela 33: Calendário com principais eventos no Pólo RMGV

| Mês | Município | Eventos Oficiais |
|-----------|------------|--|
| Janeiro | Guarapari | • Temporada de Verão do Parque Estadual Paulo César Vinha |
| | | • Guaraverão – Orla da Praia do Morro |
| | | • Arena Esportiva Verão |
| | Cariacica | • Cavalgada de São Sebastião e Festa de São Sebastião |
| | Vitória | • Campanha Praia Limpa |
| | | • Baile dos Artistas |
| Fevereiro | Guarapari | • Guará Verão Folia |
| | Vila Velha | • Carnaval de Vila Velha |
| | Vitória | • Carnaval – Desfile de escolas de samba |
| | | • Torneio Costa Brasil de Marlim Azul |
| | Serra | • Vitória Stone Fair – Feira Internacional de Mármore e Granito |
| Março | Vitória | • Dia Internacional da Mulher em Hotéis da Rede Bristol (almoços com palestras) |
| | | • Vitória Restaurant Week |
| Abril | Vitória | • Qualieventos – Feira de Produtos, Serviços e Equipamentos para eventos |
| | | • Festival Brasil Sabor |
| | Cariacica | • 1º. Polentino e Minestrina da ACIC (Associação da Cultura Italiana de Cariacica) |
| | | • Encenação da Paixão de Cristo (evento com data móvel) |
| | Guarapari | • INTERFEST |
| | Vila Velha | • Festa de Nossa Senhora da Penha (evento com data móvel) |
| Maio | Cariacica | • Festival de Danças Folclóricas |
| | | • Encontro de Corais Cariacica |
| | | • III Feira Ambiental de Cariacica |
| | Vitória | • Vitória ExpoVinhos |
| | | • Semana Municipal da Paz |
| | | • EXPOTUR – ES |
| | Guarapari | • Copa Pitágoras Guarapari de Handebol |
| Junho | Vitória | • Caminhada Passos de Anchieta (evento com data móvel) |
| | | • Festa de São Pedro |
| | | • Roda de Boteco – 6ª. Edição |
| | | • Festival dos Arraiás |
| | Cariacica | • 4ª. Feira de Negócios de Cariacica |
| | | • Festa de São João Baptista |
| | Guarapari | • Parada do Orgulho Gay |
| | | • Fórum de Agroturismo |
| | | • Travessia de São Pedro |
| | | • Corrida Rústica de São Pedro |

| Mês | Município | Eventos Oficiais |
|----------|------------|---|
| | | • Festa de São Pedro |
| | | • Caminhada Ecológica |
| | | • Festival de Quadrilhas |
| | Vila Velha | • Festival de Quadrilhas Juninas |
| Julho | Guarapari | • Temporada de Inverno do Parque Estadual Paulo César Vinha |
| | Vitória | • 12º. Simpósio Estadual dos Postos de Combustíveis e Serviços – SINDPOSTOS 2010 |
| | | • EMEAD Vitória Show – Encontro Mercosul de Estudantes de Administração |
| | Serra | • MEC SHOW 2010 - 3º Feira da Metalmeccânica, Energia e Automação |
| | | • SUPER ACAPS PANSHOW 2010 - 24ª Convenção e Feira Capixaba de Supermercados e 11 Feira de Panificação, Confeitaria e Cafeteria do ES |
| | Cariacica | • Festa dos descendentes de italianos de Cariacica |
| | | • Festa de Sant'ana |
| | Guarapari | • Campeonato Rural de Futebol |
| | | • Encontro de Motociclistas |
| Agosto | Vila Velha | • 2º Festival do Chocolate |
| | Vitória | • ISA SHOW 2010 - Seminário e Exposição de Instrumentação, Sistemas, Elétrica e Automação |
| | | • Festa das Paneleiras de Goiabeiras |
| | | • FEINCARTES – Feira Internacional de Cultura e Artesanato do Espírito Santo |
| Setembro | Vila Velha | • Festa de Nossa Senhora do Rosário |
| | Guarapari | • Exposição de Cavalo Manga Larga Marchador |
| | | • Copa Society |
| | | • Etapa de Estadual de Judô |
| | | • Festa da Cidade |
| | | • Copa Pepe Apolo de Jiu Jitsu |
| | | • Guarabike Rural |
| | Vitória | • XII Festival da Cultural Italiana |
| | | • Feira do Verde – Feira Ambiental |
| | | • Abertura da Temporada da Pesca Oceânica |
| | Cariacica | • Mostra Cultural Italiana |
| | | • VIII Jantar Italiano Beneficente |
| | | • Festival do Caranguejo |
| Outubro | Serra | • TECNOPORTOS 2010 – Congresso Brasileiro de Terminais |
| | | • EXPOPORTOS 2010 – Feira de Logística, Transportes e Comércio Exterior |
| | Vitória | • Festival Nacional de Teatro Cidade de Vitória |
| | Cariacica | • Carnaval de Máscaras de Congo de Roda D'água |
| | | • Tenda Divertida da Leitura |
| | Guarapari | • Festival da Cultura de Guarapari |

| Mês | Município | Eventos Oficiais |
|----------|------------|---|
| Novembro | Cariacica | • 7ª. Cavalgada pela Paz |
| | | • VI Caminhada Noturna dos Zumbis Contemporâneos |
| | Vila Velha | • Encontro Capixaba de Folguedos |
| | Vitória | • Festival Vitória Cine Vídeo |
| Dezembro | Vila Velha | • Reveillon |
| | Guarapari | • Reveillon |
| | Cariacica | • Festa da Emancipação Política e Festa de São Benedito |
| | | • IV Corrida da Igualdade Social |
| | Vitória | • Procissão de São Benedito |
| | | • Natal de Todas as Cores |
| | | • Reveillon |

Fonte: Elaborado por FGV –base Calendário de Eventos – SETUR- 2010

Fora auditórios de menor porte concentrados em hotéis e instituições nos municípios de Vila Velha, Vitória e Guarapari, o Pólo é atendido por 4 espaços principais para realização de eventos (Centros de Convenções), sendo relacionados na Tabela 33.

Tabela 34: Locais para realização de eventos no Pólo Região Metropolitana

| Local | Capacidade | No. Auditórios | Condições Infraestrutura | Acesso internet | Sistema Audiovisual | Condicionador de Ar | Estacionamento |
|---|---|--|--------------------------|-----------------|---------------------|---------------------|--|
| Centro de Convenções SESC/ Guarapari | 2228 | 3 | Boa | Sim | Sim | Sim | Sim |
| Centro de Convenções Vitória | 4250 | 16 | Boa | Sim | Sim | Sim | Sim, mas atende de forma deficiente grandes públicos (176 vagas) |
| Centro de Convenções Vila Velha | 1830 Praça de exposições para 1500 pessoas | 8 | Boa | Sim | Sim | Sim | Sim |
| Parque de Exposição Floriano Varejão (Pavilhão de Carapina) | 25.000 | 11 unidades, incluindo 2 pavilhões para feiras e estâbulos | Boa | Sim | Sim | Sim | Sim, com capacidade para 3.000 carros |

Fonte: Elaborado por FGV – Fonte sites dos locais e publicação Conventions Visitors Bureau – 2010

Estes centros de convenções, de acordo com a SETUR, encontram-se em bom estado de conservação, mas não oferecem capacidade instalada suficiente para a captação de um número maior de eventos.

No município de Guarapari existe um espaço privado chamado “Multiplace Mais”, com 7 mil m² mas que se destina a realização de entretenimento noturno, com capacidade de receber até 5 mil pessoas. Este espaço não possui estrutura para realização de eventos técnicos ou científicos.

C) MARINAS E ATRACADOUROS

No Pólo Região Metropolitana, despontam os municípios de Vitória e Guarapari. Ambos os municípios oferecem através de agências de viagens e empresas especializadas, passeios turísticos em embarcações como veleiros e escunas. O município de Vitória destaca-se, igualmente, por recepcionar cruzeiros marítimos no Porto de Vitória, com capacidade restrita tanto para recepção simultânea de navios, quanto para sua navegabilidade, considerando características de calado.

Complementarmente aos atrativos de Turismo Náutico nestes municípios, cabe citar a prática de esportes náuticos em pequenas embarcações nestes municípios, especialmente em Vitória, pela qualidade dos ventos, além da presença de vários pontos para prática de mergulho autônomo no litoral, com destaque para as Ilhas Rasas, Ilhas Escalvadas e as 3 Ilhas, no município de Guarapari. Consultando os sites do ES Conventions Visitors Bureau e da prefeitura de Vitória, são indicados os seguintes pontos de atracação para embarcações (pequeno porte) em Vitória :

- Marina do Iate Clube do Espírito Santo (ICES) – Equipamento privado, encontra-se funcionando normalmente e suas instalações estão em excelentes condições. Tem capacidade para aproximadamente 111 embarcações em área seca e 105 embarcações em área molhada. Atualmente opera com sua capacidade total, sem condições de ampliação de uso.

Figura 32 – Marina do Iate Clube do Espírito Santo



Fonte: SETUR/ES, 2011.

- Píer de Iemanjá – Equipamento público, encontra-se em bom estado de conservação. Nesse local ficam duas escunas para atender os turistas em passeios pela baía de Vitória. Sua maior movimentação é nos finais de semana, onde os turistas internos e externos utilizam esse serviço, bem como fazem o percurso até a Ilha das Caieiras para almoçar.

Figura 33 – Pier Iemanjá



Fonte: SETUR/ES, 2011.

- Cais do Hidroavião – Atualmente encontra-se fechado.

Figura 34 – Cais do Hidroavião



Fonte: SETUR/ES, 2011.

- Atracadouro de Santo Antônio - Cais das Barcas: Equipamento público, atualmente não está sendo usado, mas encontra-se em estado de conservação “regular”, considerando-se o ponto de atracação e o deck para desembarque. Em função da maré baixa e de o local possuir só um equipamento de alimentação no local, este atracadouro não tem tido uso frequente.

Figura 35 – Cais das Barcas



Fonte: SETUR/ES, 2011.

- Atracadouro da Ilha das Caieiras – Equipamento público encontra-se em bom estado de conservação, sendo necessários intervenções na manutenção da estrutura de ferro e na troca da madeira do deck de desembarque. Neste equipamento desembarcam em

média 2 mil pessoas nos finais de semana, que são atendidas em 14 restaurantes presentes no local. Neste atracadouro, aportam lanchas, barcos e Jet ski.

Figura 36 – Atracadouro da Ilha das Caieiras



Fonte: SETUR/ES, 2011.

2.4.3 Nível de preço dos serviços turísticos

Este item analisa os preços praticados em hotéis e pousadas existentes nos municípios do Pólo. Não há uma pesquisa oficial que faça uma avaliação dos preços para meios de hospedagem nos municípios do Pólo. Neste sentido também não há um sistema de informações estruturado para este objetivo. Assim, os dados aqui referidos foram obtidos através de levantamento junto a amostra de estabelecimentos, sendo que nem todos encontram-se cadastrados no CADASTUR.

Tabela 35: Nível de preços nos Meios de Hospedagem no Polo

| Município | Meios de Hospedagem – Faixa de Diária – (R\$) |
|------------|---|
| Vitória | 85 - 350 |
| Vila Velha | 55 - 304 |
| Guarapari | 50 -275 |
| Viana | 80 |
| Serra | 55-110 |
| Cariacica | 75 |
| Fundão | 60-215 |

Fonte: Elaborado por FGV – 2010

No município de Guarapari, foi encontrado o valor mais baixo praticado no Pólo (limite inferior). Este fato, juntamente com a já discutida permanência do turista (principalmente na alta temporada) em casas de parentes e amigos, contribui para a formação do perfil do turismo de massa. No municípios de Vitória e Vila Velha os preços praticados podem ser considerados mais elevados, tanto nas hospedagens médias quanto nos estabelecimentos de alimentos e bebidas (bares e restaurantes).

Estes dois municípios apresentam a maior diversidade de estabelecimentos e também são os responsáveis pelos mais sofisticados estabelecimentos do pólo. Desta forma, é natural que os valores praticados sejam mais elevados.

2.4.4 Sistema de Promoção e Comercialização

O Governo do Estado do Espírito Santo organizou seus principais destinos e atrativos turísticos em produtos para promoção e comercialização, que exploram diferentes segmentos: sol e praia, cultural, náutico, pesca desportiva, ecoturismo e agroturismo. Atualmente o governo do Estado do

Espírito Santo tem trabalhado suas ações comerciais e de promoção em função das rotas turísticas, não sendo possível realizar uma análise sobre as ações e um sistema de promoção e comercialização particular para o Polo da Região Metropolitana de Vitória.

Foram criadas, assim, oito rotas turísticas, onde o grande apelo é a diversidade de atrativos, localizados a curtas distância do destino indutor de Vitória. Destas 8 rotas turísticas, as Rotas do Sol e da Moqueca, do Mar e das Montanhas, do Verde e das Águas, do Caminho dos Imigrantes e do Mármore e do Granito, incluem municípios presentes no Pólo Região Metropolitana, como demonstrado na tabela 36.

Tabela 36: Rotas Turísticas do Estado do Espírito Santo

| Rotas Turísticas | Municípios incluídos | Segmentos Turísticos |
|------------------------------|--|---|
| Rota do Sol e da Moqueca | Vitória, Serra, Vila Velha, Guarapari, Anchieta | Sol e praia; Cultural; Náutico e Pesca Desportiva |
| Rota do Mar e das Montanhas | Vitória, Viana, Domingos Martins, Marechal Floriano e Venda Nova do Imigrante | Ecoturismo, Rural e Cultural |
| Rota do Verde e das Águas | Vitória, Aracruz, Linhares, São Mateus e Conceição da Barra | Ecoturismo, Sol e Praia |
| Caminhos do Imigrante | Cariacica, Fundão, Itarana, Itaguaçu, Santa Maria de Jetibá, Santa Leopoldina, Santa Teresa e São Roque do Canaã | Ecoturismo, Cultural, Rural |
| Rota do Mármore e do Granito | Vitória, Cachoeira de Itapemirim, Nova Venécia, Barra de São Francisco, Ecoporanga, Água Doce do Norte, Pancas, Baixo Guandu, Vila Pavão, Muqui, Rio Bananal, São Domingos do Norte, Águia Branca, Alegre, | Negócios |
| Rotas dos Vales e do Café | Vargem Alta, Cachoeiro do Itapemirim, Muqui, Mimoso do Sul e Marataízes | Cultural, Ecoturismo e Sol e Praia |
| Rota da Costa e da Imigração | Anchieta, Alfredo Chaves, Iconha, Piúma, Itapemirim, Marataízes e Presidente Kennedy. | Cultural, Ecoturismo e Sol e Praia |
| Rota do Caparaó | Jerônimo Monteiro, Alegre, Guaçuí, São José do Calçado, Dolores do Rio Preto, Divino de São Lourenço, Ibitirama, Irupí, Iúna, Muniz Freire e Ibatiba | Ecoturismo, Rural e Aventura |

Fonte: Elaborado por FGV - 2010

Um fato que merece destaque, resultante das pesquisas de demanda realizadas nas altas temporadas de 2006 e 2007, é o pouco conhecimento do turista sobre as principais rotas turísticas do ES (Rota do Mar e das Montanhas, Rota do Sol e da Moqueca, Rota do Verde e das Águas, Rota dos Vales e do Café, Rota do Mármore e do Granito). Nestes períodos, respectivamente, 69% e 62,5% dos entrevistados alegaram “não ouvir falar” ou desconhecer estas rotas. Em pesquisa realizada na alta temporada de 2010, o percentual de respondentes que não ouviu falar sobre estas rotas caiu para 42,7%. No entanto, este percentual ainda é elevado.

Nesse contexto, observa-se que apesar de o estado e municípios tradicionais do Polo serem conhecidos (Vitória, Vila Velha e Guarapari), os produtos turísticos e, mais precisamente as rotas

turísticas, não o são. O turista associa a imagem do Polo a praias e à culinária local, além de buscar uma hospedagem de baixo custo em casas de parentes ou amigos, preferencialmente.

O desconhecimento de produtos e rotas turísticas pode ser explicado pela ainda deficiente comercialização, promoção e divulgação, que não explora, em sua totalidade, a estruturação de produtos ou pacotes que possam ser comercializados por operadoras e agências de viagem. Alguns aspectos que podem potencializar o crescimento desta comercialização:

- A localização privilegiada do Estado, no que tange às distâncias rodoviárias e aéreas de grandes centros nacionais como São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Salvador e Distrito Federal, potencializam o crescimento desta comercialização;
- A boa localização de Vitória como destino indutor, no Pólo Região Metropolitana, dadas as curtas distâncias em relação a outros municípios do pólo, como demonstra a Tabela 35. Tal fato potencializa a comercialização de produtos turísticos complementares ao destino Vitória;
- O potencial de crescimento do fluxo turístico, através de cruzeiros marítimos de passageiros, tendo em vista o ainda incipiente, volume de escalas de navios no Porto de Vitória;
- O potencial de crescimento do fluxo turístico de negócios e eventos, corroborado pelo crescimento já registrado no período de 2003 a 2010, tendo em vista o complexo industrial, logístico e de comércio exterior existente no Pólo. A ampliação do Aeroporto de Vitória bem como a construção do Centro de Convenções e Eventos também em Vitória facilitarão o crescimento deste importante fluxo turístico.

Tabela 37: Distância entre Município de Vitória e demais Municípios do Pólo Região Metropolitana (em km)

| | Cariacica | Fundão | Guarapari | Serra | Viana | Vila Velha |
|---------|-----------|--------|-----------|-------|-------|------------|
| Vitória | 15 | 57 | 51 | 29 | 20 | 12 |

Fonte : SETUR – Mapa do Espírito Santo - 2010

O Plano do Desenvolvimento Sustentável do Turismo no ES para 2025 enfatiza o investimento nos canais de divulgação para os mercados regional, nacional e internacional, bem como na participação de feiras e eventos nacionais e internacionais. Nesse sentido, observa-se o crescente investimento do Estado em campanhas para a divulgação, no ES e nos principais mercados emissores para esse estado, das regiões turísticas prioritárias. Este investimento, no período de 2007 a 2010, é demonstrado na Tabela 36.

Tabela 38: Investimento em Campanhas de Divulgação (em R\$)

| | 2007 | 2008 | 2009 | 2010* |
|---------------------------|---------|-----------|-----------|-----------|
| Investimento em campanhas | 300.000 | 2.300.000 | 2.875.000 | 1.600.000 |

Fonte : SETUR – 2010

Obs.: * - investimento até o mês de julho/2010.

A partir de material promocional fornecido pela SETUR, observa-se que houve a criação de folheteria apresentando os roteiros turísticos com principais atrativos turísticos e indicações de equipamentos turísticos; mapas com indicações do principais atrativos no estado; pacotes incluindo hospedagem e passeios nos roteiros turísticos; e guia gastronômico, elaborado pelo Sindbares e Abrasel – ES.

Por fim, para o cumprimento das metas previstas para 2015, de acordo com o Plano Estratégico de Desenvolvimento Regional, faz-se necessário o fortalecimento do Polo como um produto vendável, em campanhas que:

- ressaltem as belezas naturais (atrativos), mas também potencializem a integração com o Turismo de Negócios/Eventos, Turismo Náutico e o Turismo Cultural;
- destaquem a infraestrutura de acesso facilitada, apoiadas pela ampliação de rotas aéreas (inclusive internacionais) e marítimas (com a ampliação da escala de navios de passageiros), aproveitando a já privilegiada localização do polo, com curtas distâncias rodoviárias e aéreas, dentro do cenário nacional;
- destaquem a infraestrutura para hospedagem, alimentação e serviços turísticos, uma vez que comportem a demanda ampliada ;
- envolvam pacotes turísticos a preços atrativos, explorando a diversidade da oferta turística;
- incentivem e incrementem a compra de produtos locais, em especial, o artesanato regional;
- envolvam correta divulgação e promoção através de agências, mídia e prestadores de serviços locais.

Um outro fator importante em se mencionar na dinâmica da comercialização e promoção atuais, é a inexistência de um Plano de Marketing para o Polo, bem como nos destinos que o constituem. A ausência deste instrumento dificulta o estabelecimento de estratégias de promoção e comercialização que realmente divulguem e ofertem o polo, integrado com a visão dos municípios que o constituem. Nesse contexto, identificou-se que o desenvolvimento do plano de marketing para o pólo, integrando todos os municípios e fomentando a atividade turística conjunta, será uma importante ferramenta para implantação de parcerias entre as iniciativas pública e privada.

Apesar da inexistência do Plano de Marketing, a atuação da SETUR nos últimos anos e, particularmente, a formação das Rotas e roteiros integrados já pode ser considerado um ponto forte no movimento de integração entre estes municípios, facilitando a promoção e realização de eventos regionais.

No que diz respeito ao principal destino do Polo, Vitória, cabe ressaltar que o município já apresenta boa prática na participação em Feiras e Eventos no setor de turismo, totalizando, nos anos de 2008 e 2009, 38 participações em eventos regionais/estaduais; 2 participações em eventos internacionais e 20, em eventos nacionais.

Vitória conta ainda com bom material promocional, incluindo folhetos sobre atrações turísticas; material audiovisual sobre o destino; bonés, camisetas, chaveiros, canetas e panelinhas de barro, entre outros; mapas; totens e desenho animado para iniciação escolar sobre a importância do turismo. No entanto, estes materiais promocionais não alertam para a questão de preservação ambiental.

Cabe destacar que Vitória também possui portal na internet, exclusivamente do destino e no domínio oficial (gov.br). O Governo do Estado também mantém o Portal Descubra o Espírito Santo (www.descubraoespiritosanto.com.br) que possui rede social e apresenta as principais rotas turísticas e calendários de eventos do estado.

Sobre este tópico cabe ressaltar, ainda, que não há um esforço promocional que integre materiais, canais de comunicação, canais de distribuição e equipamentos turísticos, de forma a oferecer os atrativos do polo, destacando o que há de melhor em cada município integrante. Esta questão foi, inclusive, reforçada como ação necessária na oficina estratégica realizada com representantes dos governos locais.

No Plano de Desenvolvimento Turístico Regional para a Região Metropolitana, publicado em 2006, além da inexistência de um Plano de Marketing para o Polo, são apontados outros pontos fracos na atual estratégia de promoção/comercialização, conforme apresentado se seguir:

- Imagem de violência no estado, divulgada pela mídia;
- Receptividade do capixaba mais “fria” quando comparada aos nordestinos;
- Malha aérea pequena, com reduzido número de voos e linhas que operam para o estado;
- Insuficiência de hotéis do tipo Resorts;
- Pouca agressividade de ofertas pelos hotéis para atração de demanda;
- Pouca exploração de rotas turísticas no estado, pelas operadoras, que alegam demanda insuficiente;
- Ausência de identidade entre municípios litorâneos e interioranos;
- Ausência de ações de comercialização e promoção integradas, como, por exemplo, a criação de um portal regional, integrando ofertas turísticas para o Polo; e
- Neste ano de 2010, observa-se o esforço do Estado para sua divulgação na mídia impressa, como o anúncio publicado na Revista Veja em julho, com distribuição nacional.

2.4.5 Grau de Integração entre a Oferta e a Cadeia de Valor Turística

Este tópico trata da identificação da existência de grupos nacionais e internacionais como fornecedores de serviços turísticos no Polo, bem como sua integração na cadeia de valor. Também são avaliadas quais as associações empresariais turísticas que atuam no polo. Por fim, são identificados eventuais gargalos nos elos das cadeias de valor turístico.

Ainda há muito o que se explorar na integração entre ações de entidades privada, representantes do trade e órgãos públicos, principalmente na correta utilização de canais de promoção e divulgação do polo. Esta falta de integração pode explicar porque os destinos e rotas turísticas ainda não são conhecidos pelo público, e sua correção poderá gerar incremento de demanda. No entanto, cabe frisar que este incremento de demanda pressupõe a efetiva preparação de equipamentos turísticos, bem como profissionais capacitados para atendimento ao turista.

Nesse contexto, a maior articulação e integração entre os programas promovidos pelas secretarias de turismo dos municípios integrantes do Pólo poderá contribuir para a instituição de um processo de governança.

Tanto na construção no Plano de Desenvolvimento Sustentável do Turismo 2025 para o estado quanto na construção do Plano de Turismo de Vitória 2008 a 2016, observa-se um bom exemplo de integração do poder público com o trade turístico para o desenvolvimento do destino, o que acarreta, em última instância, o crescimento do Polo Região Metropolitana. Algumas das associações e empresas da iniciativa privada que participaram deste Planos estão na Tabela 37.

Cabe destacar que, na porta de entrada do Pólo Região Metropolitana, o município de Vitória, existem hoje, grande redes hoteleiras, tais como Accord, Atlântica Hotels International, Bristol Hotéis e Resorts e Best Western. Da mesma forma, encontra-se grupos nacionais e internacionais de cadeias de restaurantes e lanchonetes, bem como empresas de locação de veículos. Conforme se pode verificar no tópico seguinte deste relatório, há sete projetos, em andamento, para construção de hotéis em Vitória. No entanto, uma das barreiras de entrada a novos empreendimentos turísticos no município é a falta de terrenos ou espaço físico para construção,

bem como incentivos fiscais. Agrega-se a estes fatores também a necessidade de investimento em qualificação profissional para os empresários e funcionários envolvidos na atividade turística.

Tabela 39 – Principais representantes do trade no Polo Região Metropolitana

| Setor | Associações/Sindicatos |
|--|--|
| Hoteleiro | Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Espírito Santo – ABIH/ES |
| | Sindicato de Hotéis e Meios de Hospedagem do Estado do Espírito Santo - SINDHOTEIS |
| Serviços | Federação dos Trabalhadores em Turismo e Hospitalidade do Estado do ES -FETTHEES |
| | Sindicato de Guias de Turismo do Estado do Espírito Santo – SINDEGTUR/ES |
| Agências de Turismo | Sindicato das Empresas de Turismo do Estado do Espírito Santo – SINDETUR/ES |
| | Associação Brasileira de Agências de Viagens do Espírito Santo – ABAV/ES |
| Organizadores de Eventos | União Brasileira dos Promotores de Feiras – UBRAFE |
| | Associação de Empresas Organizadoras de Eventos – ABEOC/ES |
| | Espírito Santo Convention & Visitors Bureau |
| Transportes | Representantes das Empresas Aeroviárias sediadas no ES – TAM- GOL |
| | Associação Brasileira de Locadoras de Automóveis – ABLA-ES |
| | Sindicato das Empresas de Transporte de Passageiros do Estado do Espírito Santo - SETPES |
| | Sindicato das Empresas Locadoras de Veículos Automotores do Espírito Santo – SINDLOC |
| Comunicação | Sindicato das Empresas de Rádio e Televisão do Estado do Espírito Santo - SERTES |
| | Associação Brasileira de Jornalistas de Turismo do Espírito Santo – ABRAJET/ES |
| Comércio e Indústria | Associação do Agroturismo do Estado do Espírito Santo – AGROTUR ES |
| | Serviço Social do Comércio – SESC/ES |
| | Federação das Câmaras dos Dirigentes Lojistas do Espírito Santo – FCDL-ES |
| | Federação das Indústrias do Estado do Espírito Santo – FINDES |
| Capacitação Profissional e Apoio às Empresas | Associação Brasileira de Bacharéis e Estudantes de Turismo – ABBTUR/ES |
| Capacitação Profissional e Apoio às Empresas | Confederação Nacional dos Estabelecimentos de Ensino – CONFENEN/ES |
| | Serviço Nacional de Aprendizagem Rural - SENAR |
| | Serviço Nacional Aprendizagem Comercial do Espírito Santo - SENAC |
| | Serviço de Apoio às Micros e Pequenas Empresas do Espírito Santo – SEBRAE/ES |
| | Associação Brasileira de Bares e Restaurantes – Seccional ES – ABRASEL ES |
| Bares, Restaurantes e Entretenimento. | Sindicato de Bares, Restaurantes e similares do Espírito Santo - SINDBARES |

Fonte: Elaborado por FGV – base Plano de Desenvolvimento Sustentável do Turismo 2025 / Plano de Turismo de Vitória 2008/2016-2007

2.4.6 Investimentos em Oferta Turística

Os investimentos privados, apresentados pela SETUR, referem-se a projetos para criação e reforma de hotéis, visando ampliação de número de leitos ofertados (tabela 38). A SETUR não

apresenta em sua estrutura área ou gerência voltada especificamente para a captação de recursos privados.

Os investimentos previstos na rede hoteleira para os próximos dois anos demonstram o potencial de crescimento do mercado de negócios e eventos, podendo ser percebido um razoável aumento na oferta de hotéis de categoria executivo ou negócios. Estes novos hotéis, será fundamentais para a expansão do turismo de negócios e eventos e mesmo para o reforço da rede hoteleira destinada ao lazer, uma vez que haverá implantação de unidades nos municípios de Vitória, Vila Velha, Serra e Guarapari.

Espera-se que ao entrar em operação, estes novos hotéis sejam suficientes para atender à demanda atual e ainda ter condições de ampliação da demanda no médio prazo.

Tabela 40 – Principais investimentos no segmento hoteleiro no Polo RMGV

| Nome do Projeto | Classificação | UH's | Cidade | Fase do empreendimento | Previsão de abertura | Valor do Investimento em R\$ |
|--------------------------|---------------|------|------------------------|--|----------------------|------------------------------|
| Formule 1 | Hotel | 220 | Vitória | -Aprovado prefeitura -Projeto aprovado autoridades ambientais | Até 12 meses | NI |
| Ibis Aeroporto | Hotel | 212 | Serra | -Aprovado prefeitura -Projeto aprovado autoridades ambientais | Até 12 meses | 14 milhões |
| Ibis | Hotel | 126 | Vila Velha | Projeto | De 13 a 24 meses | 12 milhões |
| Ibis | Hotel | 126 | Guarapari/ Anchieta | Projeto | De 13 a 24 meses | 12 milhões |
| Ibis | Hotel | 132 | Vitória | -Aprovado prefeitura -Projeto aprovado autoridades ambientais | 12 meses | 14 milhões |
| Caesar Business Shopping | Hotel | 250 | Vitória | -Aprovado prefeitura -Projeto aprovado autoridades ambientais | 12 meses | NI |
| Alice Vitória Hotel | Hotel | 181 | Vitória | - | 12 meses | NI |
| Cristal Hotel | Hotel | 250 | Vitória | -Aprovado prefeitura -Projeto aprovado autoridades ambientais | 13 a 24 meses | 25 milhões |
| Express Hotel | Hotel | 280 | Vitória | -Aprovado prefeitura | 13 a 24 meses | 44 milhões |
| Alameda Vitória | Hotel | 50 | Vitória | -Aprovado prefeitura -Projeto aprovado autoridades ambientais | 13 a 24 meses | 10 milhões |
| Hotel Serra Grande | Hotel | 120 | Serra | -Aprovado prefeitura -Projeto aprovado autoridades ambientais | Até 12 meses | 6 milhões |
| Hotel Fazenda Flamboyant | Hotel | 100 | Guarapari | -Aprovado prefeitura -Projeto aprovado autoridades ambientais | Até 12 meses | NI |

Fonte: SETUR – março 2010

Os investimentos previstos na área de hotelaria deverão ser suficientes para equilibrar a demanda atual no destino. Porém, a ampliação do fluxo de turistas geradas pelo incremento no segmento de negócios e eventos e de sol e praia já deverão demandar novos investimentos no setor no destino.

2.4.7 Capacitação de Mão de Obra

Este tópico avalia as necessidades de capacitação dos agentes envolvidos na atividade turística, tendo em vista o desenvolvimento do potencial da oferta e o incremento de demanda que o mesmo acarretará.

Para o Polo Região Metropolitana, a capacitação é um item de grande importância. Observa-se que não se trata apenas de capacitação para a mão de obra que atua nos serviços turísticos, mas também da capacitação em gestão para o empresariado local, principalmente o pequeno empresário. Esta preocupação sobre a capacitação contínua dos prestadores e empresários relacionados à atividade turística, é fundamental para a boa qualificação dos serviços prestados. Nas pesquisas de demanda, já discutidas neste plano, constata-se uma boa conceituação do turista sobre a qualidade do atendimento prestado, característica que deve ser mantida e associada a este Pólo.

No Plano de Desenvolvimento Sustentável para o Espírito Santo 2025, observa-se, no Macroprograma “Qualidade dos Produtos Turísticos”, dois projetos voltados para capacitação dos agentes envolvidos com a atividade turística, bem como para a conscientização da comunidade quanto à importância da atividade turística:

1. Mobilização da comunidade para um turismo de qualidade, que tem como escopo:
 - Sensibilizar a comunidade turística para a importância da recepção com qualidade;
 - Realizar campanhas de sensibilização com empresariado para qualificação dos serviços;
 - Realizar campanhas para mobilizar, conhecer e dar visibilidade ao turismo capixaba.
2. Capacitação para um turismo de qualidade, que tem como escopo :
 - Qualificar e capacitar de forma permanente o segmento do turismo receptivo através de parcerias com representações patronais e laborais;
 - Treinar e capacitar os agentes de segurança pública nas áreas turísticas do Estado; e
 - Oferecer cursos técnicos na área do turismo, com foco na receptividade, e cursos de idiomas.

No município de Vitória, verifica-se a presença de instituições que oferecem cursos na área de Turismo, bem como iniciativas da Companhia de Desenvolvimento de Vitória (CDV) para a capacitação de profissionais e empresários envolvidos com a execução e gestão de atividades nos equipamentos turísticos. Neste sentido, dado à proximidade dos demais municípios do Pólo Região Metropolitana, Vitória assume um papel de pólo para a capacitação na atividade turística.

De acordo com estudo, realizado em 2008, pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais, há quatro instituições que oferecem cursos na área de Turismo no município de Vitória : Faculdade Estácio de Sá em Vitória (FESV); Instituto de Ensino Superior e Formação Avançada de Vitória (IESFAVI); Instituto Vitória de Ensino e Cultura (IVEC) e Faculdade de Ciências Humanas em Vitória (FCHV) que oferece o curso de Hotelaria.

Registra-se, ainda, a presença de integrantes do sistema S como SEBRAE, SENAC, SESC, SENAI e Sesi, que atuam no município de Vitória, com ações extensivas a outros destinos do polo, executando cursos e qualificações de profissionais do setor.

Entre os anos de 2005 e 2010, de acordo com a Companhia de Desenvolvimento de Vitória, foram capacitados, através de cursos e treinamentos, 4.317 profissionais e empresários envolvidos na

atividade turística. Como público alvo destes cursos e treinamentos, destaca-se: guardas municipais, taxistas, garçons, guarda-vidas, funcionários dos parques, monitores de monumentos, paineleiras de Goiabeiras e desfiadeiras de siri da Ilha das Caieiras, quiosqueiros, frentistas (dos principais postos de acesso à cidade de Vitória), atendentes dos parques de Vitória, estagiários e atendentes dos PIT's e CAT's, Atendentes fala Vitória 156, funcionários de atendimento da CDV, proprietários de bares e restaurantes participantes do Selo.

Observa-se a predominância de pessoal qualificado em hotéis, operadoras e agências e restaurantes nos cargos de operação técnica (tais como recepção e reservas) e operação básica e serviços gerais. Estas ações de capacitação tratam temas como: qualidade no atendimento; vícios de comunicação; abordagem junto ao turista; ética; cidadania; meio ambiente; conceitos e tipologia do turismo; cadeia produtiva de turismo; e informações turísticas municipais.

Neste ano de 2010, encontra-se em andamento, programa de capacitação junto a taxistas, no município de Vitória, que já atingiu 860 profissionais. Este programa, além de capacitação em sala de aula, envolve também a realização de visita técnica aos principais atrativos turísticos de Vitória. Ainda no ano de 2010 a SETUR firmou convênio com o SENAC para qualificação de 1.134 profissionais nas áreas de garçom, guia de turismo, agente de viagem, recepcionista, taxistas e profissionais que atuam no setor de manejo de alimentos em treinamentos ofertados em todos os municípios do Polo da Região Metropolitana de Vitória. Também foi firmado um convênio com o SINBARES, que qualificou 175 empresários no ramo de atividade de bares, restaurantes e hotéis.

Destaca-se, ainda, o projeto de Iniciação Escolar para o Turismo coordenado pela Companhia de Desenvolvimento de Vitória, cujo objetivo é sensibilizar alunos e professores das escolas de Ensino Fundamental para a importância da atividade turística no desenvolvimento local. Este projeto inclui iniciativas tais como: material educativo com conteúdos de história, geografia e turismo; palestras para sensibilização de professores e alunos; apresentações teatrais; aulas passeio de escuna e visitas técnicas aos monumentos do centro histórico de Vitória.

Destacando seu papel na formação de um atendimento turístico qualificado para o Pólo, a Companhia de Desenvolvimento de Vitória (CDV) lançou, em 2009, um manual para atendimento ao turista com informações e mapas sobre o município de Vitória.

Cabe destacar que a necessária integração entre os órgãos de turismo dos municípios do Pólo pode aproveitar bastante, neste tema, sobre iniciativas desenvolvidas e implantadas pela CDV.

2.4.8 Sistemas de Certificação

Este tópico avalia a existência de sistemas de certificação de qualidade da oferta turística e a participação de empresas locais nos mesmos.

No Plano de Desenvolvimento Sustentável para o Espírito Santo 2025, no Macroprograma "Qualidade dos Produtos Turísticos", destaca-se o projeto de Certificação para a qualidade, que tem como escopo :

- Viabilizar laboratórios para a realização de análises da água e dos alimentos para o segmento artesanal;
- Criar parâmetros e normas para a classificação de equipamentos e serviços turísticos;
- Motivar e orientar os municípios para a adoção de parâmetros de certificação de equipamentos e serviços turísticos;
- Criar ouvidoria estadual de turismo;

- Intensificar a fiscalização das atividades turísticas, de forma integrada; e
- Criar rede virtual de qualificação

Foram encontradas as seguintes iniciativas relacionadas à concessão de certificações:

- **Âmbito municipal – Selo de Qualidade Turística** - conferido aos bares e restaurantes que atendem à legislação vigente da Vigilância Sanitária. Está vigente nos municípios de Vitória e Serra, envolvendo, respectivamente, 82 e 13 estabelecimentos. No município de Serra, aos estabelecimentos que se candidatam, é oferecido, numa parceria da prefeitura com o SEBRAE, o curso de Qualidade no Atendimento e Manipulação Alimentos.
- **Âmbito federal - Programa Qualifica Brasil** - patrocinado pela Federação Nacional de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares em parceria com o Ministério do Turismo. Tem como objetivo promover a melhoria da qualidade e a sustentabilidade dos serviços de alimentação e hospedagem, através de um programa de educação continuada, voltado para empresários e gestores, nas áreas de gestão financeira, gestão de qualidade no atendimento e gestão de alimentos seguros. No Espírito Santo, os representantes deste Programa são o Sindihotéis e o Sindbares.

2.5 Análise do Quadro Institucional

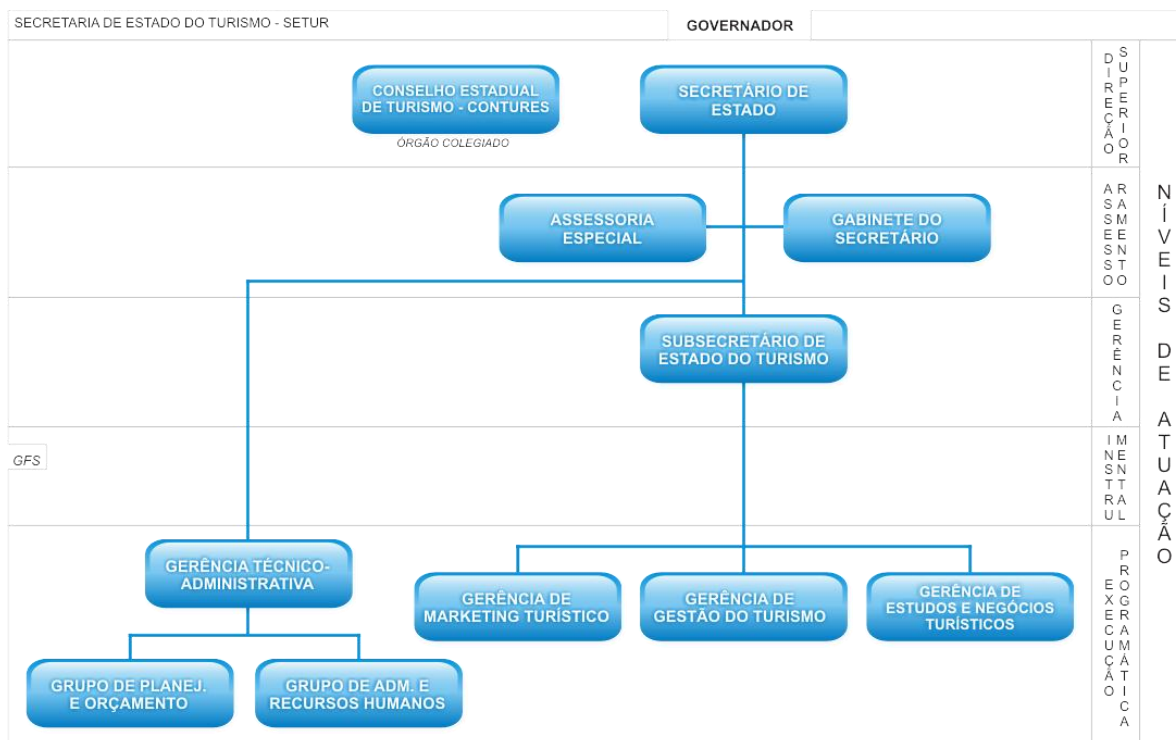
O quadro institucional do destino apresenta-se bastante consolidado e com instituições representativas e atuantes no âmbito estadual. Formando parte deste arranjo institucional, o destino possui uma Secretaria Estadual de Turismo, dedicada exclusivamente ao setor, e com competência e mandato para desenvolver os planos, diretrizes e decisões capazes de desenvolver a atividade turística no Estado. Complementando a governança do setor, destino conta ainda com uma Agência de Desenvolvimento Sustentável do Turismo na Região Metropolitana – ADETUR e com o Conselho Estadual de Turismo do Espírito Santo – CONTURES.

- **Secretaria Estadual de Turismo – SETUR.** *“Criada através da Lei complementar No. 384 e publicada no Diário Oficial do dia 03 de abril de 2007. A SETUR tem por finalidade planejar, coordenar, fomentar e fiscalizar o desenvolvimento do turismo, objetivando a melhoria da qualidade de vida das comunidades, a geração de emprego e renda e a divulgação em nível estadual, nacional e internacional do potencial turístico do Estado do Espírito Santo.”*⁴

Os funcionários da SETUR estão alocados em quatro gerências, além daqueles que prestam assessoria e realizam atividades diretamente ligadas ao gabinete do Secretário Estadual de Turismo, conforme apresentado no organograma abaixo.

⁴ Retirado de www.setur.es.gov.br acessado em 27/09/2010 às 20h30

Figura 37 – Organograma da SETUR/ES



Fonte: www.setur.es.gov.br, acessado em 27/09/2010 às 20h35

- **Gerência de Gestão do Turismo** – “À Gerência de Gestão do Turismo compete promover ações que visem à avaliação e revisão do Plano de Desenvolvimento Sustentável do Turismo do Estado do Espírito Santo - 2025; promover, elaborar e coordenar no Estado as atividades do Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil; planejar e apoiar a implantação da sinalização turística no Estado; promover ações que visem ao aprimoramento da gestão pública do turismo; articular e fomentar a integração dos arranjos produtivos locais na gestão do turismo; articular e desenvolver ações visando à implantação de um programa de qualificação empresarial e profissional para o setor; promover e articular campanhas de conscientização turística; promover e executar as ações previstas no Programa de Qualificação dos Serviços Turísticos do Ministério do Turismo; promover e executar ações visando à Certificação de Qualidade do Turismo; outras atividades correlatas.”
- **Gerência de Estudos e Negócios Turísticos** – “À Gerência de Estudos e Negócios Turísticos compete articular a elaboração de estudos e pesquisas sobre a oferta e demanda turística, definindo as características dos principais mercados emissores, regionais, nacionais e internacionais para o Estado; articular a elaboração de um Sistema de Informações Turísticas do Estado do Espírito Santo; articular, identificar e fomentar oportunidades de negócios turísticos visando à captação de investimentos para o setor; estimular a criação de incentivos fiscais junto a organismos dos governos federal, estadual e municipal, com vistas à captação de investimentos para o setor; coordenar e implementar uma política de captação de recursos junto a organismos nacionais e internacionais que assegurem e viabilizem a execução de

projetos voltados para o desenvolvimento do turismo do Estado do Espírito Santo; articular ações visando à melhoria da infra-estrutura turística do Estado; coordenar, supervisionar, organizar e controlar as atividades da Unidade Executora Estadual do PRODETUR-UEE/ES, representando-a junto aos demais órgãos do Estado, entidades e instituições externas; outras atividades correlatas.”⁵

- **Gerência de Marketing Turístico** – “À Gerência de Marketing Turístico compete realizar ações de marketing para a promoção do destino Espírito Santo com o objetivo de consolidar as Rotas Turísticas em âmbito estadual, nacional e internacional; articular e participar de eventos e rodadas de negócios com o objetivo de inserir o Espírito Santo no mercado regional, nacional e internacional; criar e promover as Rotas Turísticas, integrando municípios/regiões visando consolidar os produtos/roteiros nos mercados regional, nacional e internacional; incentivar a criação de roteiros turísticos para fim de promoção e comercialização do destino Espírito Santo; criar e desenvolver produtos macrorregionais; promover parcerias com entidades públicas e privadas para promoção das Rotas e Roteiros Turísticos do Estado; apoiar a captação de eventos para o Espírito Santo; elaborar e promover campanhas promocionais do destino Espírito Santo; elaborar e promover anualmente a divulgação do Calendário Oficial de Eventos do Estado do Espírito Santo; outras atividades correlatas”.⁶

- **Gerência Técnica Administrativa** – “À Gerência Técnica Administrativa compete o acompanhamento da execução das despesas da SETUR, sob os aspectos qualitativos e quantitativos; análise, triagem, instrução e saneamento de processos de execução de despesas para deliberação superior; a programação, organização e controle do abastecimento da Secretaria com os materiais que se fizerem necessários; a supervisão e monitoramento das atividades operacionais a cargo dos grupos de Atuação Instrumental e da Comissão Permanente de Licitação; outras atividades correlatas. Os setores financeiro, orçamentário e de recursos humanos fazem parte dessa gerência administrativa”.⁷

Nos levantamentos realizados em campo e no decorrer do diagnóstico foi detectada a necessidade de se implementar capacitações em temas específicos para cada área de atuação da secretaria objetivando a melhoria no desempenho das atividades cotidianas.

Com relação à estrutura física atualmente ocupada pela Secretaria de Turismo, percebe-se que já existiu por parte do Governo Estadual investimentos na modernização do espaço físico e dos equipamentos utilizados. Faz-se necessário realizar ainda mais investimentos na aquisição de equipamentos e modernização dos sistemas informacionais utilizados pela secretaria que permitam o monitoramento e avaliação dos resultados da implementação dos programas e projetos desenvolvidos pela SETUR/ES. Neste sentido, o desenvolvimento e implementação de

⁵ Retirado de www.setur.es.gov.br, acessado em 27/09/2010 às 20h45

⁶ Idem

⁷ Retirado de www.setur.es.gov.br, acessado em 27/09/2010 às 20h50.

um sistema de informações turísticas será de grande utilidade para ordenar e organizar a base de dados e auxiliar a equipe da SETUR/ES a coordenar melhor as ações desenvolvidas.

Da mesma forma, após a estruturação do Sistema de Informações de Turismo, será necessário implementar um calendário de capacitações para que toda a secretaria esteja apta a trabalhar com o sistema e também para o sistema, ou seja, saber como contribuir com informações para alimentar este sistema e também saber como extrair informações relevantes do sistema para auxiliar em sua função de planejar e executar projetos e programas de turismo no Estado.

- **Conselho Estadual de Turismo do Espírito Santo – CONTURES.** Segundo o Artigo 2º do Decreto No. 1368-R de 16 de Agosto de 2004, que aprova o regimento interno do CONTURES, *“O Conselho Estadual de Turismo – CONTURES, é um órgão colegiado constituído por representantes da sociedade civil, por representantes da cadeia produtiva do turismo, e por representantes da Administração Pública Municipal, tendo caráter consultivo, e com finalidade e competência prevista nos termos do decreto referenciado no artigo 1º do presente dispositivo legal.”*

A estrutura desenvolvida pelo CONTURES é composta pela Plenária (reuniões ordinárias a cada 03 meses e reuniões extraordinárias a qualquer tempo com convocação do Presidente ou de 2/3 dos membros do conselho), pelas Comissões Temáticas Permanentes (instituídas pelo Presidente em Plenária) e pelas Comissões Temáticas Provisórias (instituídas pelo Conselho quando necessário e decidido em Plenária).

De forma a manter o canal de discussão aberto e também integrar as ações do poder público com os investimentos privados, o CONTURES é formado por 40 conselheiros, sendo estes representantes do Governo Estadual, dos Governos Municipais das áreas turísticas, dos representantes do *trade* turístico e pelas associações e entidades do terceiro setor que atuam no setor do turismo no Estado.

Atualmente o CONTURES tem funcionado ativamente e cumprido com sua agenda de reuniões ordinárias. Estão em funcionamento cinco câmaras temáticas (Legislação, Regionalização e Segmentação, Qualificação, Promoção e Comercialização e Financiamento, Investimento, Infraestrutura e segurança).

O CONTURES administra o FUNTUR – Fundo de Fomento ao Turismo, instituído regularmente e em funcionamento. Não financiou nenhum projeto nos últimos 12 meses, mas tem programado a realização de capacitação em parceria com a Associação Brasileira de Empresas de Turismo de Aventura – ABETA.

- **Agência de Desenvolvimento Sustentável do Turismo na Região Metropolitana – ADETUR.** *“A Agência de Desenvolvimento Sustentável da Região Turística Metropolitana do Espírito Santo, denominada como Adetur Metropolitana, é uma entidade composta de instituições públicas e privadas, de natureza associativa, com a finalidade de promover o desenvolvimento do turismo na Região Metropolitana do Espírito Santo, exercendo gestão estratégica e compartilhada, por meio de projetos e ações de interesse comum aos municípios que integram esta região, e desta forma*

envolvendo atividades lícitas, não contrárias ou nocivas ao bem público, à segurança do Estado ou da coletividade, ou a ordem pública, à moral e aos bons costumes”⁸.

A ADETUR é uma entidade da sociedade civil, que participa da instância de governança local para o Polo Metropolitano e surge em função da necessidade de se estabelecer um canal para discussão do setor de turismo na RMGV a partir do estabelecimento do Plano Nacional de Turismo e do Plano Estadual de Turismo. Sendo assim, a ADETUR tem como papel “a integração das ações intra-regionais e interinstitucionais de modo a se constituir uma instância gerenciadora da região, com planejamento das estratégias operacionais em conjunto com as organizações sociais, políticas e econômicas, integrando as ações estaduais e nacionais”⁹.

Para isso, na ADETUR as decisões são tomadas em uma Assembléia Geral, composta por representantes de organizações que têm o envolvimento com o turismo na Região Metropolitana do Espírito Santo. A Diretoria Executiva é composta por sete membros eleitos, sendo um de cada município, independentemente de ser representante da iniciativa privada ou pública. E de forma adjunta, após as eleições, se compõem a Diretoria com mais sete membros, um de cada município da RMGV.

Em sua formação final a Diretoria funciona com um representante privado e um público de cada um dos municípios, totalizando 14 membros. O Presidente, eleito em Assembléia Geral, exerce o papel de representante e coordenador das ações da Adetur Metropolitana, além de articulador regional, necessitando estar sempre alinhadas com as proposições públicas e privadas dos municípios.

Após diagnosticado o arranjo institucional estadual e as principais instituições que compõem o “Sistema Tur” local, fica evidente que é fundamental promover a formação das equipes da administração pública estadual para efetivamente assumirem o seu papel e as suas responsabilidades perante o processo iniciado de desenvolvimento integrado e sustentável do turismo. Nesse sentido, estruturas organizacionais de gestão estadual deverão ser reforçadas para desempenhar adequadamente a sua função coordenadora, indutora, articuladora e de orientação do desenvolvimento institucional dos municípios da Região Metropolitana da Grande Vitória (RMGV), quais sejam:

- A Secretaria de Estado de Turismo – SETUR estará envolvida na coordenação e execução do PRODETUR NACIONAL e contará com outros órgãos na condução do Programa em nível de assessoramento como segue.
- O Conselho Estadual de Turismo – CONTURES.
- Secretaria Estadual de Cultura – SECULT.
- Secretaria de Estado do Meio Ambiente e Recursos Hídricos – SEAMA.
- IEMA - Instituto Estadual de Meio Ambiente e Recursos Hídricos.
- Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento – SEPLAN.
- Secretaria de Estado de Saneamento, Habitação e Desenvolvimento Urbano – SEDURB.
- Secretaria de Estado dos Transportes e Obras Públicas - SETOP.
- DER-ES - Departamento de Estradas de Rodagem do Estado do Espírito Santo.

⁸ Retirado do documento intitulado: “ADETUR, seu papel e sua proposta de integração regional”

⁹ Idem.

■ Secretaria de Estado de Economia e Planejamento - SEP

A identificação e o entendimento dessa rede e a interação das instituições nela atuantes constitui fator essencial para potencializar e agilizar a execução das ações inerentes ao PDITS da Região Metropolitana. A capacidade de interação está diretamente relacionada às condições existentes para o cumprimento da finalidade de cada organismo que compõe o arranjo para gestão e governança do PRODETUR NACIONAL.

2.5.1 Arranjo institucional dos municípios para a Gestão do Turismo no Polo da Região Metropolitana

Para a análise institucional da Região Metropolitana serão levados em consideração os seguintes fatores estruturantes: i) Secretaria ou empresa de turismo; ii) Conselho de Turismo; iii) Políticas públicas e planejamento municipal; iv) Secretaria ou fundação de cultura; e v) Secretaria ou empresa de meio ambiente.

- i. A estrutura municipal para apoio ao turismo foi avaliada em termos de sua exclusividade com o setor, sob a forma de secretaria ou empresa pública, bem como a existência em seus quadros de um corpo técnico permanente e especializado. Adicionalmente, buscou-se ainda avaliar sua autonomia em função da existência de fontes próprias de recursos, bem como o nível percentual dos mesmos em relação ao total de seu orçamento.
- ii. Outro fator estudado foi a efetividade de eventuais instâncias de governanças locais relacionadas com o turismo nos municípios. Uma instância operante é a garantia de continuidade de ações e também a possibilidade de maior transparência na gestão pública da atividade.
- iii. Um Plano Diretor Municipal atualizado e que contemple o turismo é também um indicador que dá sustentabilidade à atividade, assim como políticas de sensibilização para a importância da atividade turística nas comunidades receptoras e de conscientização dos turistas em relação ao respeito a essas mesmas comunidades. Também foram analisadas fontes disponíveis de financiamento e incentivos fiscais para a atividade. Por fim, verificou-se a eventual utilização de mecanismos atuais de participação popular na administração de prefeituras, tais como o orçamento participativo, e as audiências públicas como forma de consulta a população sobre programas para o turismo.
- iv. A cultura é um dos recursos originais do turismo, por isso, a existência de uma secretaria ou fundação de cultura é condição importante para o município gerir as atividades que serão insumos do turismo, tais como patrimônio material e imaterial, culinária e expressões locais. Além da organização encarregada pela gestão da atividade procurou-se avaliar a presença no aparato gerencial público do Conselho de Cultura, de leis de fomento à cultura, de um fundo para a atividade e de produções culturais associadas ao turismo.
- v. Do mesmo modo, o meio ambiente fornece os recursos naturais para a formação de produtos turísticos. A saúde ambiental do destino é determinante para a qualidade da experiência turística. Nesse sentido, verificou-se a existência de um órgão ou empresa

municipal encarregada pelo setor ambiental, se havia um Conselho e um fundo para o meio ambiente bem como um código ambiental municipal em vigor.

Com base nas variáveis ora estabelecidas e no levantamento realizado nos municípios Polo da Região Metropolitana da Grande Vitória (RMGV), os quadros a seguir apresentam uma síntese situacional, para cada município, do aparato institucional da área turística em estudo.

Quadro 01: Vitória

| Variáveis | Fatores | | | | |
|---|---|--|--|--|---|
| Órgão de Turismo | Diretoria de Turismo da Companhia de Desenvolvimento de Vitória (empresa municipal) | Orçamento de R\$ 2.675.230 executados em 2008 | Diretoria com estrutura física e equipamentos adequados | Pessoal reduzido (necessitando de contratação) | Há Fundo de Turismo |
| Conselho Turismo | COMTUR ativo | O COMTUR é representado na Agência de Desenvolvimento Regional | O COMTUR é representado no Conselho Estadual de Turismo | | |
| Políticas e planejamento público | O Plano Diretor foi revisado em 2006 e não contempla o turismo. (Lei No. 6.705/2006) Há um plano municipal de turismo em vigor há 2 anos. | Há incentivos fiscais para a atividade turística (redução de 2% no ISS para agências de turismo) e linhas de financiamento para pequenas e microempresas | Faltam espaços físicos no município para instalação de novos empreendimentos | Há política de sensibilização da comunidade para o turismo, mas não para o turista | Há orçamento participativo e envolvimento da sociedade organizada no turismo por meio do COMTUR e associações |
| Órgão de Cultura | Secretaria de Cultura | Orçamento disponível de R\$ 14.583.000 em 2008 | Conselho ativo e existência de um fundo de cultura | Existe lei de incentivo à cultura | Há projeto de turismo cultural sendo executado pela secretaria de cultura e diretoria de turismo |
| Órgão de Meio Ambiente | Secretaria de meio Ambiente | Há um Conselho do Meio Ambiente ativo | Há um código municipal ambiental em vigor | Existe um fundo ambiental municipal mas não efetivo | Realiza licenciamento ambiental |

Fonte: Elaborado pela FGV com dados da Prefeitura Municipal de Vitória – 2010

Quadro 02: Vila Velha

| Variáveis | Fatores | | | | |
|---|--|--|---|---|---|
| Órgão de Turismo | Secretaria de Cultura e Turismo | Orçamento de R\$ 200.000 para Cultura e Turismo (executados em 2008) | Infraestrutura inadequada | Pessoal reduzido com pouca qualificação | Fundo de Turismo inexistente |
| Conselho Turismo | COMTUR inativo | O COMTUR tem representação na Agência de Desenvolvimento Regional | O COMTUR tem representação no Conselho Estadual de Turismo | | |
| Políticas e planejamento o público | O Plano Diretor foi revisado em 2007 e contempla o turismo (Lei no. 4575/07) | Não há plano estratégico municipal para o turismo | | | |
| Órgão de Cultura | Secretaria de Cultura e Turismo | Orçamento de R\$ 200.000 para Cultura e Turismo (executados em 2008) | Conselho ativo e existência de um fundo de cultura | Existe lei de incentivo à cultura | Há projeto de turismo cultural sendo executado pela Secretaria de Cultura e Turismo |
| Órgão Meio Ambiente | Secretaria exclusiva | Não há um Conselho do Meio Ambiente | Código municipal ambiental em avaliação na Câmara de Vereadores | Não há fundo ambiental municipal | O destino não monitora/avalia os impactos ambientais nos atrativos Não realiza licenciamento ambiental |

Fonte: Elaborado pela FGV com dados da Prefeitura Municipal de Vila Velha-2010

Quadro 03: Serra

| Variáveis | Fatores | | | | |
|---|---|---|--|--------------------------------------|--|
| Órgão de Turismo | Secretaria de Turismo, Cultura, Esporte e Lazer | Orçamento de R\$ 11.704.100 para as 3 pastas (executados em 2008) | Infraestrutura adequada | Equipe bem estruturada e qualificada | Há Fundo de Turismo com disponibilidade de recursos |
| Conselho Turismo | COMTUR ativo | O COMTUR tem representação na Agência de Desenvolvimento Regional | O COMTUR tem representação no Conselho Estadual de Turismo | | |
| Políticas e planejamento público | O Plano Diretor entrou em vigor há mais de 10 anos e ainda não foi revisado (contempla o turismo). Lei no.2100/98 | Não há plano estratégico municipal para o turismo | | | |
| Órgão de Cultura | Secretaria de Turismo, Cultura, Esporte e Lazer | Orçamento de R\$ 11.704.100 para as 3 pastas (executados em 2008) | Conselho ativo e existência de um fundo de cultura | Existe lei de incentivo à cultura | Há projeto de turismo cultural sendo executado pela Secretaria de Turismo Cultura, Esporte e Lazer |
| Órgão de Meio Ambiente | Secretaria de Meio Ambiente | Há um Conselho do Meio Ambiente ativo | Há código municipal ambiental e fundo para o meio ambiente | Há projetos de educação ambiental | Realiza licenciamento ambiental |

Fonte: Elaborado pela FGV com dados da Prefeitura Municipal de Serra - 2010

Quadro 04: Guarapari

| Variáveis | Fatores | | | | |
|---|--|---|--|--|--|
| Órgão de Turismo | Secretaria Municipal de Esporte, Cultura e Turismo | Orçamento de R\$ 2.300.000 para as 3 pastas (executados em 2008) | Infraestrutura inadequada | Equipe bem estruturada e qualificada | Fundo de turismo |
| Conselho Turismo | COMTUR ativo | O COMTUR tem representação na Agência de Desenvolvimento Regional | O COMTUR tem representação no Conselho Estadual de Turismo | | |
| Políticas e planejamento público | O Plano Diretor foi revisado em 2007 (contempla o turismo) (Lei no.007/2007) | Não há plano estratégico municipal para o turismo | | | |
| Órgão de Cultura | Secretaria Municipal de Esporte, Cultura e Turismo | Orçamento de R\$ 2.300.000 para as 3 pastas (executados em 2008) | Não há Conselho de Cultura e nem a existência de um fundo de cultura | Não há lei de incentivo à cultura | Há projeto de turismo cultural sendo executado pela Secretaria Municipal de Esporte, Cultura e Turismo |
| Órgão de Meio Ambiente | Secretaria de Meio Ambiente | Há um Conselho do Meio Ambiente ativo | Possui código municipal ambiental | Há um fundo para o meio ambiente com recursos exclusivos | Realiza licenciamento ambiental |

Fonte: Elaborado pela FGV com dados da Prefeitura Municipal de Guarapari – 2010

Quadro 05: Viana

| Variáveis | Fatores | | | | |
|---|--|-------------------------------------|--|--|---|
| Órgão de Turismo | Secretaria de Cultura, Esporte e Turismo | Orçamento não informado | Carência de equipamentos | Equipe reduzida e pouco capacitada | Não há um fundo para o turismo |
| Conselho Turismo | Não existe | | | | |
| Políticas e planejamento público | Plano Diretor entrou em vigor em 2008 contemplando o turismo (Lei no. 2301/10) | Não há plano estratégico de turismo | Há redução de 2% do ISS para empresas que se instalarem na área urbana | Disponibilidade de uma linha de crédito para pequenas e micro empresas em parceria com o governo do estado | |
| Órgão de Cultura | Secretaria de Cultura, Esporte e Turismo | Orçamento não informado | Não há Conselho de Cultura | Não há lei de incentivo à cultura | Projeto de turismo cultural (roteiro) sendo implantado pela secretaria |
| Órgão do Meio Ambiente | Secretaria Municipal de Meio Ambiente | Conselho do Meio Ambiente ativo | Há um código municipal ambiental | Foi criado um fundo para o Meio Ambiente já aprovado pelo Legislativo | Não há monitoramento/avaliação dos impactos ambientais do turismo nem sobre os atrativos Não realiza licenciamento ambiental |

Fonte: Elaborado pela FGV com dados da Prefeitura Municipal de Viana – 2010

Quadro 06: Cariacica

| Variáveis | Fatores | | | | |
|---|--|---|--|---|---|
| Órgão de Turismo | Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo | Orçamento de 35.000 em 2009 | Carência de equipamentos adequados | Equipe reduzida | Há um fundo para o turismo, porém sem recursos |
| Conselho Turismo | Conselho ativo | O COMTUR tem representação na Agência de Desenvolvimento Regional | O COMTUR tem representação no Conselho Estadual de Turismo | | |
| Políticas e planejamento público | Plano Diretor revisado em 2009 contemplando o turismo (Lei no.4696/2009) | Há um Plano Estratégico para o Turismo | Não há incentivos fiscais para a atividade | Há uma linha de financiamento para o agroturismo no Banco do Brasil (fonte da União – PRONAF) | |
| Órgão de Cultura | Secretaria de Cultura, Esporte e Lazer | Orçamento para as 3 pastas foi de R\$ 1.500.000 em 2009 | Conselho ativo e há lei de incentivo à cultura | Fundo da cultura ainda não está em vigor | Não há projeto de turismo cultural |
| Órgão do Meio Ambiente | Secretaria do Meio Ambiente | Orçamento não informado | Há um Conselho do Meio Ambiente sendo reativado | Há um fundo para o meio ambiente porém sem provisão | Não há monitoramento/avaliação de impactos ambientais da atividade turística Não realiza licenciamento ambiental |

Fonte: Elaborado pela FGV com dados da Prefeitura Municipal de Cariacica - 2010

Quadro 07: Fundão

| Variáveis | Fatores | | | | |
|---|--|--|---|-------------------------------------|--|
| Órgão de Turismo | Secretaria de Turismo, Cultura e Lazer | | | | |
| Conselho Turismo | Conselho de Turismo criado em 2007 | Fundo Municipal de Desenvolvimento do Turismo criado em 2008 | | | |
| Políticas e planejamento público | Plano Diretor (Lei No.458/07) | Não identificado Plano Municipal de Turismo | | | |
| Órgão de Cultura | | | | | |
| Órgão do Meio Ambiente | Secretaria de Meio Ambiente | Possui Legislação Ambiental | Conselho Municipal de defesa do meio ambiente | Não realiza licenciamento ambiental | Fundo Ambiental em fase de aprovação no Conselho |

Fonte: Elaborado pela FGV com dados da Prefeitura Municipal de Fundão - 2010

Constata-se que os órgãos municipais de turismo da Região Metropolitana dispõem de parques orçamentos para gerirem a atividade turística. Como consequência, há deficiência de equipamentos e equipes com formação apropriada para gestão do turismo. Também se notou a divisão da atividade com outras pastas no mesmo órgão, colaborando com a divisão de escassos recursos. A exceção a esse quadro orçamentário é o município de Vitória que apresentou um orçamento expressivo executado em 2008. Por esse motivo, foi o único destino a possuir equipamentos adequados para a gestão do turismo, mesmo assim, ainda necessita de capacitar seus técnicos apropriadamente.

Recomenda-se que as prefeituras desta região prevejam orçamentos próprios para seus órgãos municipais de turismo de modo a contratarem técnicos, via concurso público. Ao mesmo tempo, cursos de capacitação e atualização específicos deverão ser oferecidos para as equipes municipais e um conjunto de equipamentos, softwares deverão ser adquiridos para as secretarias/coordenadorias de turismo. O objetivo é formar uma equipe técnica permanente nos municípios que seja capaz de elaborar e implantar projeto, assim como acompanhar os programas de turismo previstos em nível regional, estadual e nacional.

Concomitantemente ao Prodetur Nacional, a SETUR deve dar suporte aos municípios complementando as lacunas de financiamento do Programa no que diz respeito ao reaparelhamento dos órgãos municipais de turismo e aos cursos para a capacitação pública para o turismo. A atuação efetiva do Fundo Estadual de Turismo também ajudaria a mitigar a carência de recursos para investimentos no setor público do turismo, já que este fundo mesmo quando previsto pelo governo local não possui recursos adequados.

Com relação aos Conselhos Municipais de Turismo, estes espaços públicos, previstos na Constituição Federal onde a sociedade organizada se faz representar para assuntos consultivos e se possível deliberativos de interesse público, assumem importância para cobrar do executivo recursos para o fundo de turismo, orçamento adequado para a atividade e do legislativo leis de incentivo para atrair novos empreendimentos para os destinos, por exemplo.

Para aumentar a participação social na gestão do turismo na Região Metropolitana, deve-se ativar o COMTUR de Vila Velha e instituir os de Viana e Fundão para potencializarem esforços em torno do Programa e nos projetos turísticos. O COMTUR é também um importante canal de interlocução entre o setor público, o privado e as comunidades locais.

O Estado por meio da SETUR deve oferecer aos conselheiros cursos de capacitação gerencial, aumentando assim a eficácia dessas instâncias de governança e auxiliar em todo o processos de criação e atuação destes conselhos.

Em relação as políticas públicas para o turismo, nota-se que todos os municípios, a exceção de Serra, revisaram recentemente seu Planos Diretores e todos contemplam o turismo (menos Vitória). Entretanto, é importante ressaltar que apenas as diretrizes constantes desses Planos Diretores não são suficientes para o planejamento adequado do turismo. Torna-se necessário a elaboração de um planejamento estratégico municipal, a exemplo de Vitória, alinhado com o Plano Estadual de Turismo e com o Plano Nacional de Turismo. Neste ponto, todos os destinos necessitam da elaboração de um documento planificador para as suas localidades integrados ao turismo da região, do estado e da federação.

Iniciativas de redução de ISS para empresas de turismo é uma boa tentativa dos governos municipais de Vitória e Viana que podem ser seguidas pelos demais. Pode-se observar as particularidades de cada localidade, suas carências, seu Plano Diretor e então traçar uma estratégia de incentivos e investimentos para empreendimentos específicos como acontece em Cariacica, onde a prefeitura orienta os pequenos proprietários rurais a aproveitarem os baixos juros de financiamento do PRONAF (Programa Nacional na Agricultura Familiar) para incrementarem seus negócios e assim propiciar uma sinergia entre esses pequenos empreendimentos rurais com a rede TRAF – Turismo Rural na Agricultura Familiar.

Importante destacar a atuação da Agência de Desenvolvimento Regional Metropolitana desempenhando a função de uma instância de governança regional que aproxima, coordena e facilita as ações estratégicas dos municípios da Região Metropolitana da Grande Vitória.

Finalmente, para tornar o turismo um segmento importante para o desenvolvimento local, deve haver vontade política dos governantes para priorizar a atividade dentro da administração pública municipal.

2.6 Análise Socioambiental

O Pólo Turístico da Região Metropolitana do Espírito Santo está situado na região das baixadas litorâneas, que acompanha toda a costa capixaba desde a fronteira com a Bahia até o limite com o Rio de Janeiro, compreendendo 40% do território estadual. Seu clima é Tropical Litorâneo, com temperaturas médias anuais de 22°C.

O Estado do Espírito Santo inserido na Reserva da Biosfera da Mata Atlântica compõe, junto com o sul da Bahia e o nordeste de Minas Gerais, a Zona Núcleo do CCMA - Corredor Central da Mata Atlântica (IMD, 2008).

A área em que se situa o Pólo destaca-se pela riqueza do seu meio ambiente proporcionada pela presença dos ecossistemas costeiro e Mata Atlântica, que inclui extensas áreas de mangue e de restinga ainda relativamente preservadas, e rica fauna marinha que fez com que as ilhas Trindade e Martim Vaz, localizadas a 1200 km da costa de Vitória, e o arquipélago Três Ilhas, em Guarapari, fossem decretadas Unidade de Conservação - cerca de 29% dos pontos de desembarque de pesca artesanal do Estado está concentrado no Pólo¹⁰. Do lado cultural, o Pólo abriga manifestações culturais de uma rica combinação indígena e africana, e comunidades tradicionais como as de pescadores, catadores de caranguejo e desfiadeiras de siri de Caieiras, e a das Paneleiras de Barro de Goiabeiras Velha.

¹⁰¹⁰ Fundação de Amparo à Pesquisa de Recursos Vivos da Zona Econômica Exclusiva – Fundação PROZEE. *Relatório Técnico sobre o Censo Estrutural da Pesca Artesanal Marítima e Estuarina nos Estados do Espírito Santo, Rio de Janeiro, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul*. Convênio SEAP/IBAMA/PROZEE Nº 110/2004. Itajaí, 2005

Tabela 41: Componentes ambientais do Pólo Turístico da Região Metropolitana do ES

| Relevo | Vegetação |
|---|---|
| Maciços rochosos, serras e morros, áreas de baixada, além de grandes planícies. | Fragmentos de Mata Atlântica, restingas, várzeas, manguezais, vegetação rupestre, campos e pastagens. |

Fonte: Instituto Jones Santos Neves. Perfil Regional - Região Metropolitana da Grande Vitória

No entanto, a expansão urbana acelerada observada na última década, a alta concentração urbana, bem como de atividades econômicas na zona costeira e interesses concorrentes têm ocasionado danos ambientais e colocam em risco este patrimônio. Estudo realizado no estado relacionou uma Lista de Espécies ameaçadas de Extinção no Espírito Santo (Decreto Nº 1.499-R) - 950 espécies de animais e plantas, das quais 256 estão criticamente em perigo.

No tocante ao turismo, os dados coletados indicam que nenhum dos destinos integrantes do pólo adota um sistema de padronização local de qualidade hoteleira, como também não coloca em prática nenhum tipo de incentivo formal para que os meios de hospedagem e estabelecimentos de alimentação e bebidas priorizem a questão ambiental, o que não colabora para uma gestão sustentável dos estabelecimentos.

2.6.1 Identificação e avaliação de impactos

Entre os impactos ambientais podem ser mencionados o avanço de construções irregulares em áreas de preservação, a concentração de habitações subnormais em áreas de mangue e restinga, a redução da fauna marinha em razão de pesca predatória e poluição, além da extração mineral e presença de carvoarias.

O Polo abriga a maior área de manguezal do estado, um dos mais significativos ecossistemas da região costeira e estuarina do Espírito Santo, mas desde o final da década de 1960, a região conhece uma grande expansão urbana iniciada com a implantação dos grandes projetos industriais e portuários. Este crescimento acelerado promoveu um grande impacto ambiental e urbanístico, com ocupação de áreas frágeis como os morros e manguezais. Estes tiveram grandes áreas aterradas com lixo urbano que foram posteriormente urbanizadas. (IPEMA, 2010)¹¹

Somam-se a estes eventos os riscos decorrentes do complexo portuário da Baía de Vitória (Figura 38) que movimenta gusa, granito, cabos, granéis líquidos, cargas como sulfato de cobre e suporte para plataforma de petróleo, grãos (trigo, soja, milho) e contêineres. Do Porto de Praia Mole, que movimenta produtos siderúrgicos e carvão mineral e o Porto de Tubarão, considerado o maior porto de exportação de minério de ferro do mundo, que também opera com grãos, manganês, derivados de petróleo, fertilizantes, carga geral e carga containerizada, entre outros. (Porto de Vitória)¹², ambos em Vitória.

¹¹ IPEMA. PEMA – Instituto de Pesquisa da Mata Atlântica. Documento Técnico - Subsídios para o Processo de Reconhecimento do Mosaico de Áreas Protegidas do Manguezal da Baía de Vitória, 2010.

¹² Porto de Vitória. Disponível em: <http://www.portodevitoria.com.br/site/> Acesso em julho 2010.

Figura 38: Complexo portuário da Baía de Vitória



Fonte: Porto de Vitória. Disponível em: <http://www.portodevitoria.com.br/site/>

São comumente associados aos portos, impactos ambientais como: erosão, sedimentação, dispersão de contaminantes, disseminação de doenças e degradação dos ecossistemas aquáticos marinhos e comunidades biológicas no entorno.

Os problemas ambientais nas Unidades de Conservação e zonas de amortecimento, de modo geral, têm como causas mais evidentes, o nível ainda baixo de consciência ambiental, a deficiência de infraestrutura para fiscalização, a inexistência de Plano de Manejo ou falta de sua aplicação, a falta de infraestrutura humana e material das Unidades de Conservação; também foi mencionada a questão da especulação imobiliária.

Na APA de Praia Mole, embora a pressão turística tenha reduzido, ainda permanece alguma estrutura turística – três pousadas, colônia de férias e camping, além de bares e restaurantes. A procura é maior por parte de turistas da Grande Vitória e os maiores danos são causados pelo pisoteio da restinga, a pressão para manutenção de espécies invasoras, como a castanheira, e a poluição, inclusive visual, causada por bares e restaurantes sem controle ou padronização. A Unidade, com cerca de 400ha, abriga as lagoas de Carapebus e do Baú e as restingas da Praia Mole, possuindo grande importância ambiental, uma vez que é um dos poucos refúgios para a fauna e flora da região, sendo local representativo de desova de tartarugas. Oferece um grande potencial para o desenvolvimento do turismo voltado à educação ambiental, devido à facilidade de acesso a partir da Grande Vitória e à beleza natural, mas não conta com infra-estrutura para desenvolver este trabalho (IEMA) ¹³

¹³ Dado de pesquisa primária.

Para a SEMMA – Secretaria Municipal de Meio Ambiente de Serra, a APA tem sofrido com a pressão antrópica devido à expansão urbana - “aumento expressivo da ocupação urbana tanto dos loteamentos quanto do uso irregular do solo, e a ocupação desordenada têm levado à fragilidade do ambiente face às pressões antrópicas locais”¹⁴.

Em entrevista e visita realizadas no Parque Estadual Paulo César Vinha – PEPCV (Figura 39), unidade de conservação localizada em Guarapari, foi relatada a ocorrência de problemas relativos à invasão, desmatamento, extração de areia e queimada na área da APA de Setiba onde se situa o Parque. Ressalte-se que o combate à extração de areia foi a causa do assassinato do biólogo e ambientalista que dá nome ao Parque em 1993. Incêndio também é um risco da Unidade, em virtude da proximidade com a Rodovia do Sol (Figura 39), e também incêndio criminoso, como o ocorrido em 2008, responsável pela destruição de 450 ha (30% da área total do Parque).

A Unidade tem como relevância a preservação de lagoas, dunas e planícies alagadas e inúmeras formações vegetais como a Mata Seca, a Floresta Permanentemente Inundada, Brejo Herbáceo, formações abertas e a vegetação pós-praia, constando espécies nativas incluídas na Lista Oficial de Espécies da Flora Brasileira Ameaçada de Extinção¹⁵, como *Myrsine umbellata* (Capororoca), *Allagoptera arenaria* (Guriri), *Schinus terebinthifolius* (Aroeira), *Guapira pernambucensis* (Guapira), *Jacquinia brasiliensis* (Pimenteira). Da sua fauna constam animais como a cegonha, a preguiça e ouriço-preto (também na Lista de Espécies da Fauna Brasileira Ameaçada de Extinção); aves continentais como o carcará (*Polyborus plancus*), urubu-de-cabeça-preta (*Coragyps atratus*) e aves marinhas como a Andorinha-do-Mar-do-Bico-Vermelho (*Sterna hirundinacea*), a Andorinha-do-Mar-do-Bico-Amarelo (*Sterna eurygnatha*), o maçarico (*Haematophus paliatus*) e outros, também são encontrados¹⁶.

Figura 39 – Parque Paulo Cesar Vinha – PEPCV



Fonte: Visita a campo FGV – 2010

¹⁴SEMMA. Disponível em:

http://www.ideiasonline.com.br/semma/index.php?tipo=institucional&id_cat=42&id_noticia=53 Acesso em jul 2010.

¹⁵MMA. Lista Oficial das Espécies da Flora Brasileira Ameaçadas de Extinção. Disponível em:

http://www.mma.gov.br/estruturas/ascom_boletins/arquivos/83_19092008034949.pdf Acesso em jul 2010.

¹⁶ IEMA.

2^{as} ocorrências, no entanto, estão mais relacionadas à permissão de uso sustentável da APA e à deficiência de recursos para a fiscalização do que propriamente ao turismo, no entanto, a pressão exercida pela expansão urbana pode ser observada na região. De acordo com testemunhos e diagnóstico para o Zoneamento Ambiental da Reserva Ecológica de Jacarenema, Vila Velha¹⁷, a pressão deve-se à proximidade com o mar, à utilização para lazer e alto valor das terras próximas ao oceano, trazendo consequências negativas como “aterros de áreas de preservação permanente, extração de areia e de argila para construção e aterros, retirada de madeira para diversas finalidades, coleta de plantas ornamentais, principalmente de bromélias e orquídeas”.

De acordo com informações do IJSN, as principais bacias hidrográficas do Polo e principais responsáveis pelo abastecimento de água da região (Bacia do Rio Reis Magos, Bacia do Rio Guarapari, Bacia do Rio Santa Maria da Vitória e Bacia do Rio Jucu) apresentam problemas como assoreamento, poluição, lançamento de esgoto “in natura” e ocupação desordenada, inclusive com aterros de alguns dos seus contribuintes.

Observando o dinamismo do crescimento da população nos municípios do Polo podemos inferir os problemas decorrentes da pressão antrópica. Entre o ano de 1996 e a estimativa de população em julho de 2009 (IBGE) todos os municípios cresceram mais de 65% no período de análise, capitaneados pela capital, com um crescimento de cerca de 83,04%, seguida de Cariacica com 82,32% e Viana, com 78,07%, conforme podemos observar na tabela que apresenta a dinâmica populacional do Polo da Região Metropolitana no período (Tabela 42).

Abrigando cerca de metade da população total do estado, o Polo enfrenta problemas derivados do acelerado processo de urbanização, uma vez que cerca de 57% dessa população é urbana. (IJSN).

Tabela 42: Dinâmica populacional Polo da Região Metropolitana (1996–2009)

| Município | População | | % de Crescimento |
|------------|-----------|---------|------------------|
| | 1996 | 2009* | |
| Cariacica | 301.183 | 365.859 | 21,5 |
| Fundão | 11.339 | 16.431 | 44,9 |
| Guarapari | 73.730 | 104.534 | 41,8 |
| Serra | 270.373 | 404.688 | 49,7 |
| Viana | 47.494 | 60.829 | 28,1 |
| Vila Velha | 297.430 | 413.548 | 39,0 |
| Vitória | 265.874 | 320.156 | 20,4 |

*Estimativa

Fonte: Elaborado por FGV – base IBGE. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/>

Não é possível estabelecer uma relação direta entre a atividade turística e os impactos ambientais observados, uma vez que nenhum dos municípios que compõe o Polo realiza o monitoramento e controle de impactos do turismo, seja ambiental, econômico, cultural ou social, conforme dados coletados em entrevista junto às prefeituras municipais – é uma ação a ser incentivada

¹⁷ Musso, Cesar Meyer. Zoneamento Ambiental da Reserva Ecológica de Jacarenema, Vila Velha – Diagnóstico da Flora.2002. Disponível em: <http://www.avidepa.org.br/areas%20naturais/jacarenema/ambiente/Flora/Flora.pdf> Acesso em jul 2010.

seriamente. Mas, considerando-se a expansão do turismo nos municípios, em particular, em Guarapari – o grande centro turístico do pólo e provavelmente do estado –, e nos demais municípios, em razão do interesse turístico pelas áreas costeiras, pode-se inferir que o turismo deu sua quota de contribuição para os problemas ambientais existentes. Assim, faz-se necessário, com urgência, a implementação de uma orientação sustentável na condução do desenvolvimento turístico do pólo, com ações que incrementem o crescimento e propiciem a conservação das riquezas existentes, ao tempo em que favorecem a recuperação de áreas afetadas e promovem a inclusão social.

2.6.2 Gestão Ambiental Pública

O estado tem se mostrando sensível aos problemas ambientais existentes e muitas iniciativas já foram tomadas para a gestão sustentável do turismo e do meio ambiente. Entre estas iniciativas podem ser destacadas: a elaboração do “*Plano de Desenvolvimento Sustentável do Turismo do Espírito Santo – 2025*”, os investimentos realizados na implantação e ampliação das redes de abastecimento de água e de esgoto, a criação da CORE - Comissão Especial de Recuperação Ecológica, com vistas ao estabelecimento de mecanismos e estratégias de ação para a promoção e recuperação da cobertura vegetal capixaba, a criação do Programa Estadual de Zoneamento Ecológico Econômico no Estado do Espírito Santo – PEZEE-ES, além do esforço em campanhas de educação ambiental para a população, implantação de atividade de monitoramento de balneabilidade e controle da qualidade do ar, entre tantas outras.

No tocante à infra-estrutura estadual de gestão o Espírito Santo conta, desde 1987, com secretaria própria da área, a Secretaria de Estado de Meio Ambiente e Recursos Hídricos – SEAMA, que é o órgão gestor da política do Meio Ambiente e responsável por coordenar as ações do Conselho Estadual de Meio Ambiente - CONSEMA -, dos Conselhos Regionais de Meio Ambiente - CONREMAS - e do Conselho Estadual de Recursos Hídricos - CERH.

Com a finalidade de planejar, coordenar, executar, fiscalizar e controlar as atividades de meio ambiente, dos recursos hídricos estaduais e dos recursos naturais federais, com gestão delegada ao estado, foi criado o Instituto Estadual de Meio Ambiente e Recursos – IEMA em 2002, uma autarquia vinculada à SEAMA.

Conforme informações disponibilizadas pelo Instituto Jones dos Santos Neves - IJSN, com base em dados do IBGE, sobre o arranjo institucional para a gestão do meio ambiente no Polo da Região Metropolitana (Tabela 43), todos os municípios contavam com um órgão gestor na área de meio ambiente, estruturado como secretaria exclusiva e excetuando Vila Velha, todos possuíam Conselho Municipal de Meio Ambiente. Entre os municípios que integram o Polo, Vila Velha mostrou-se o menos estruturado para a gestão do meio ambiente, seguido de Fundão e Viana. O município melhor estruturado em termos dos aspectos pesquisados foi Serra.

Tabela 43 – Arranjo institucional para a gestão do meio ambiente no Polo da Região Metropolitana

| Variáveis | Municípios | Cariacica | Fundão | Guarapari | Serra | Viana | Vila Velha | Vitória |
|--|-------------------|------------------------------|----------------------------|---------------------------|------------------------------|---------------------------|---|------------------------------|
| Possui órgão gestor | | Sim / Secretaria exclusiva | Sim / Secretaria exclusiva | Sim /Secretaria exclusiva | Sim /Secretaria exclusiva | Sim /Secretaria exclusiva | Sim /Secretaria exclusiva | Sim /Secretaria exclusiva |
| Possui Conselho Municipal de Meio Ambiente / ano de criação | | Sim / 2002 | Sim / 1997 | Sim / 1989 | Sim / 1999 | Sim / 1997 | Não | Sim / 1989 |
| O Conselho se reuniu nos últimos 12 meses | | Sim | Sim | Sim | Sim | Não | Não aplicável | Sim |
| Possui Fundo Municipal de Meio Ambiente | | Sim | Não | Sim | Sim | Sim | Não | Sim |
| O Fundo financiou ações/projetos nos últimos 12 meses | | Não | Não aplicável | Sim | Sim | Não | Não aplicável | Não |
| Realiza licenciamento ambiental | | Sim | Não | Sim | Sim | Não | Não | Sim |
| Possui legislação específica para o meio ambiente / forma | | Sim / Código ambiental | Sim / Código ambiental | Sim /diversas leis | Sim / Código ambiental | Sim / Código ambiental | Sim /Capítulo ou artigo na Lei orgânica | Sim / Código ambiental |
| Possui processo de elaboração de Agenda 21 / estágio | | Sim / Implementação de ações | Não | Não | Sim / Implementação de ações | Não | Não | Sim / Implementação de ações |
| Fórum da Agenda 21 local se reuniu com que frequência nos últimos 12 meses | | Não tem fórum | Não aplicável | Não aplicável | Mensal ou menor | Não aplicável | Não aplicável | Irregular |

Fonte: Elaborado por FGV– base: IJSN, dados do IBGE, Perfil dos Municípios Brasileiros - Gestão Pública 2009

Na área de controle ambiental, o Estado do Espírito Santo implementou três programas: um para controle da qualidade do ar – realizado através da RAMQAR (Rede Automática de Monitoramento da Qualidade do Ar da Grande Vitória), outro de controle da balneabilidade das praias e o terceiro, de monitoramento de corpos d'água, que monitora as doze bacias hidrográficas do Estado.

Em 04 de março de 2010, os índices de qualidade do ar nas sete estações configuravam o seguinte perfil (Tabela 44).

Tabela 44: Índices de qualidade do ar na RMGV – 04/03/2010

| Destinos | Análise | Qualidade do ar | Índice de Qualidade do Ar | Poluente responsável | Concentração (Média 1h) |
|--|---------|-----------------|---------------------------|-----------------------------|-------------------------|
| Cariacica | | bom | 47 | Partículas Inaláveis - PM10 | 47 µg/m ³ |
| Serra / Estação Carapina | | bom | 14 | Partículas Inaláveis - PM10 | 14 µg/m ³ |
| Serra / Estação Laranjeiras | | bom | 28 | Ozônio - O3 | 44 µg/m ³ |
| Vila Velha / Estação Vila Velha – Ibes | | bom | 46 | Ozônio - O3 | 74 µg/m ³ |
| Vila Velha / Estação Vila Velha - Centro | | bom | 20 | Partículas Inaláveis - PM10 | 20 µg/m ³ |
| Vitória / Estação Vitória - Enseada do Suá | | bom | 27 | Partículas Inaláveis - PM10 | 28 µg/m ³ |
| Vitória / Estação Jd. Camburi | | bom | 31 | Dióxido de Nitrogênio - NO2 | 62 µg/m ³ |

Fonte: Elaborado por FGV – base IEMA. <http://www.meioambiente.es.gov.br/default.asp>

O programa de Balneabilidade, igualmente sob a responsabilidade do IEMA cobre todo o litoral do Estado do Espírito Santo, compondo 71 pontos; dentre estes, alguns mais interiores, como em regiões de desembocaduras, rios e lagoas. O monitoramento segue as orientações da Resolução CONAMA n° 274/2000, que estabelece classes de balneabilidade para melhor orientação dos usuários quanto a qualidade das águas destinadas.

Os dados apresentados pelo IEMA em março de 2010 apontavam que cerca de 43% dos pontos monitorados estavam em condições de balneabilidade excelente, 3,45% em condição muito boa, 27,59% próprias para uso, 3,45% em condições satisfatórias, 12% impróprias e 10,34% interditadas.

De acordo com o levantamento realizado os dados dos pontos analisados nos municípios são os seguintes:

Fundão: no município duas praias são monitoradas. No período de avaliação a classificação foi excelente no universo monitorado.

Guarapari: dos quatorze pontos monitorados periodicamente, 11 estavam em excelente condição de balneabilidade, 02 em condição muito boa e 01, impróprias para banho.

Serra: no destino, o universo monitorado é composto por 11 pontos, dos quais, 09 receberam classificação excelente, 01 muito boa e apenas 01 recebeu a classificação imprópria para banho.

Vila Velha: são monitorados 15 pontos. No período da avaliação 12 pontos estavam em condição excelente e 03 pontos foram apontados como impróprios para banho.

Vitória: são 24 os pontos monitorados, com 02 pontos impróprios, 06 interditados e o restante, 16, próprios para banho.

O programa de monitoramento das doze bacias hidrográficas do Estado do Espírito Santo é realizado através de coletas periódicas de amostras de água em 75 pontos estratégicos das bacias, selecionados por serem mais vulneráveis à poluição. O monitoramento, realizado conforme Resolução 357 de 17 de Março de 2005 do CONAMA, permite o fornecimento de informações básicas para enquadramento e licenciamentos, além de constituir ferramenta para o planejamento.

Para atender ao gerenciamento costeiro no Espírito Santo, desde 2005, o IEMA conta com uma estrutura na área, o GERCO-ES - Sistema de Gestão do Gerenciamento Costeiro. Em articulação com os municípios costeiros, sociedade civil organizada e iniciativa privada, o órgão busca encaminhar medidas para o enfrentamento dos problemas recorrentes nas áreas costeiras.

Na Gerencia de Educação Ambiental do IEMA, destaca-se a criação de pólos de educação ambiental no estado, uma iniciativa que pode trazer importante contribuição para o turismo. O processo de funcionamento dos pólos se dá através do apoio a atividades de instituições, escolhidas em função do trabalho realizado em suas áreas de abrangência. São oito os pólos do estado, sendo que dois estão situados no polo RMES: (i) o Pólo Tartarugas Marinhas, sediado em Vitória, com influência, entre outros municípios, em Serra; (ii) o Pólo Central de Educação Ambiental, com sede em Cariacica, considerado o grande disseminador, com ações que envolvem o poder público, empresas da região e sociedade. Cada um tem projetos em andamento e previstos.

2.6.3 Gestão Ambiental nas empresas privadas

Grandes empresas sediadas no Pólo são destaque em sua atuação na área de responsabilidade RSE – Responsabilidade Social Empresarial. Este é o caso, por exemplo, da companhia Vale do Rio Doce – entre as empresas melhor avaliadas em 2008 na edição do Monitor de Responsabilidade Social 2008 e Arcelormittal Tubarão, empresa que por sua atuação, integrou o grupo brasileiro escolhido pelo Instituto Ethos para o desenvolvimento da ISO 26000¹⁸.

No entanto, as empresas de turismo não são certificadas e não recebem incentivo público para que priorizem a questão ambiental, conforme dados levantados em entrevista com gestores públicos dos municípios. Em Guarapari, no entanto, quatro empreendimentos passaram a integrar o Programa Bem Receber – Qualificação Profissional e Gestão Sustentável, que para certificação utiliza como referência os requisitos técnicos das Normas Brasileiras (NBRs), da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), para as ocupações do setor de turismo e para turismo

¹⁸ http://www.cst.com.br/meio_ambiente_comunidade/comunidade/iso26000/iso26000.asp

sustentável em meios de hospedagem (ABNT NBR 15401: 2006 – Meios de Hospedagem – Sistema de Gestão da Sustentabilidade – Requisitos¹⁹).

2.6.4 Controle territorial e planejamento

Quanto à capacidade institucional e organização para o planejamento municipal e para a gestão urbana, temos, de acordo com o IBGE (2009)²⁰, complementado com dados de pesquisa primária realizada pela FGV, que a totalidade dos destinos do Pólo possuem Plano Diretor e Código de Obras. Mas todos os municípios não contemplam lei de parcelamento do solo e lei de zoneamento ou equivalente. Fundão, Serra, Viana e Vila Velha possuem lei de parcelamento de solo. Já a lei de zoneamento ou equivalente, apenas Cariacica, Fundão, Serra e Viana, já possuem.

Com exceção de Fundão e Viana, os demais municípios do Polo têm um Conselho municipal de política urbana, desenvolvimento urbano, da cidade ou similar, mas em Cariacica o Conselho não havia realizado reunião nos últimos doze meses. Cinco, dos sete municípios que compõem o Polo (Cariacica, Serra, Viana, Vila Velha e Vitória) fazem parte de área de influência de empreendimentos com significativo impacto ambiental; e estranhamente, Serra, não integra área de interesse turístico. Tais empreendimentos não são turísticos, mas sim de atividades econômicas ligadas a outros setores da economia local.

Três municípios (Guarapari, Serra e Viana) ainda não possuem legislação específica sobre zona e/ou área de interesse especial, o que deixa o seu patrimônio ambiental, cultural, histórico, paisagístico, arquitetônico ou arqueológico, enfim, seu patrimônio turístico, mais vulnerável.

Apenas um município, Fundão, possui lei específica de Estudo de Impacto de Vizinhança. Os demais estão descumprindo a Lei 10.257/2001 – Estatuto da Cidade²¹, que prevê esta ferramenta de planejamento urbano para todos os municípios. O Estudo de Impacto de Vizinhança – EIV destina-se a projetos que não estão sujeitos ao EIA – Estudo de Impacto Ambiental, mas que podem impactar o meio urbano, sua paisagem, suas atividades e patrimônio natural e cultural. Justamente estes municípios fazem parte de área de influência de empreendimentos com significativo impacto ambiental (empreendimentos não turísticos).

Uma iniciativa que merece especial destaque é a criação do Projeto Corredores Ecológicos, uma parceria do governo, em nível estadual e municipal, com a sociedade civil visando reduzir a fragmentação da Mata Atlântica e promover a conservação dos recursos naturais e da biodiversidade. Entre os dez projetos definidos como prioritários pelo estado, dois estão na área do Pólo:

¹⁹ Programa Bem Receber. Destinos. Disponível em:
<http://www.bemreceber.org.br/site/home/indexInt.php?id=6> Acesso em jul. 2010.

²⁰ Idem

²¹ LEI No 10.257, DE 10 DE JULHO DE 2001. Estatuto da Cidade. Disponível em:
http://www.planalto.gov.br/ccivil/leis/LEIS_2001/L10257.htm . Acesso em jul. 2010.

- Complexo Centro-Norte Serrano, com 4,7 mil ha, abrange além do município de Fundão, no Pólo, os municípios de Aracruz, Ibraçú, João Neiva, Santa Leopoldina, Santa Maria de Jetibá e Santa Teresa;
- Duas Bocas – Mestre Álvaro, que engloba duas importantes unidades de conservação, a Reserva Biológica de Duas Bocas e a Área de Proteção Ambiental do Mestre Álvaro, além de outra em processo de criação, o Parque Natural Municipal do Moxuara. Situada em área de grande pressão antrópica, essas áreas constituem verdadeiros refúgios para a biodiversidade. Apesar da presença de grandes indústrias, complexo portuário e forte rede de comércio e serviços na região metropolitana, é a agricultura que predomina nas localidades abrangidas por este projeto, favorecendo a prática do ecoturismo e turismo rural, já praticados em Cariacica e Serra. O projeto tem 37 mil ha e abrange os municípios de Cariacica, Serra e Viana, no Pólo, além de Santa Leopoldina.

Visando a proteção do manguezal da baía de Vitória há proposta de criação do Mosaico de Áreas Protegidas do Manguezal da Baía de Vitória (ofício de encaminhamento, Documento Técnico - Subsídios para o Processo de Reconhecimento do Mosaico de Áreas Protegidas do Manguezal da Baía de Vitória e minuta de Decreto de criação em anexo). A proposta amplamente discutida com atores das instituições públicas municipais, estaduais e federais, da sociedade civil organizada, da iniciativa privada, das comunidades tradicionais e das instituições de ensino e pesquisa dos municípios envolvidos – Vitória, Cariacica e Vila Velha, virá proteger, além do manguezal, outros ecossistemas associados ao Bioma Mata Atlântica.

Sua criação atende também interesses socioculturais, uma vez que é fonte de sustentação de famílias de pescadores, catadores de mariscos e paneleiras, garantindo a manutenção da cultura, cuja gastronomia, como o artesanato, são fortemente dependentes dos recursos do manguezal – a moqueca capixaba com recursos da fauna e as panelas de barro, feitas artesanalmente há cerca de 400 anos, utilizando o tanino extraído da casca da *Rhizophora mangle*, uma das espécies presentes no ecossistema (IPEMA)²².

De acordo com estudos para a criação do Mosaico a degradação do ecossistema e a pesca predatória fez com que o manguezal perdesse sua produtividade ocasionando a desmobilização da atividade de pesca e catação de mariscos e crustáceos, principalmente na época de defeso e andata do caranguejo.

Com cerca de 3.300 hectares, formado pelos rios Aribiri, Bubu, Itanguá, Marinho e Santa Maria da Vitória, o Mosaico é composto pelas seguintes Unidades de Conservação:

- Reserva do Desenvolvimento Sustentável do Manguezal de Cariacica e Parque Natural Municipal do Itanguá, sob a gestão da Secretaria de Meio Ambiente de Cariacica;
- Parque Natural Municipal Morro da Manteigueira; Monumento Natural Morro do Penedo, sob a gestão da Secretaria de Meio Ambiente de Vila Velha; e

²²IPEMA – Instituto de Pesquisa da Mata Atlântica. Documento Técnico - Subsídios para o Processo de Reconhecimento do Mosaico de Áreas Protegidas do Manguezal da Baía de Vitória, 2010.

- Estação Ecológica Municipal Ilha do Lameirão; Parque Natural Municipal Dom Luiz Gonzaga Fernandes, sob a gestão da Secretaria de Meio Ambiente de Vitória.

O IEMA vem desenvolvendo um trabalho permanente no sentido de fortalecer os municípios para a gestão ambiental. Através do projeto especial Gestão Ambiental Municipal dez municípios estão habilitados para exercer a gestão ambiental plena dentro de seus limites. Três deles estão na área do Pólo. São eles: Serra, Vitória e Guarapari.

Quanto a definição de unidades de conservação, o Pólo Turístico da Região Metropolitana do Espírito Santo conta com diversas áreas de proteção de diferentes categorias em níveis federal, estadual e municipal (Tabela 45).

Tabela 45: Unidades de Conservação e parques municipais do Pólo Turístico da Região Metropolitana do Espírito Santo

| UCs | Categoria | Equipamentos e serviços | Município |
|---|----------------------|--|------------|
| Parque Estadual do Moxuara | Estadual | Não há | Cariacica |
| Reserva Biológica de Duas Bocas | Federal e Estadual | Não há | |
| Parque Natural e APA de Goipaba-Açu. | Estadual e Municipal | Centro de visitantes e eventos, restaurante, observatório astronômico, laboratório e viveiro, sede administrativa, trilhas e mirantes. | Fundão |
| Área de Proteção Ambiental Estadual Paulo César Vinha ou APA de Setiba. | Federal e Estadual | Centro de recepção, portaria principal, posto de informações e guarita | Guarapari |
| Parque Morro da Pescaria | Municipal | pier para atracação de escunas | |
| RDS de Concha d'Ostra | Estadual | Não há | |
| Área de Proteção Ambiental de Praia Mole. | Estadual | Não há | Serra |
| Área de Proteção Ambiental do Morro do Vigilante | Municipal | Não há | |
| Horto Municipal Mestre Álvaro | Municipal | Sinalização, serviços de limpeza e de segurança | |
| Reserva Ecológica Estadual de Jacarenema | Estadual | Não há | Vila Velha |
| Manguezal Goiabeiras Velha. | | | Vitória |
| Ilhas Oceânicas de Trindade e Arquipélago de Martin Vaz. | Federal | Não há | |
| Estação Ecológica Municipal Ilha do Lameirão | Municipal | Não há | |
| Reserva Ecológica | Municipal | Existem no entorno, instalações sanitárias, | |

| UCs | Categoria | Equipamentos e serviços | Município |
|--|-----------|---|-----------|
| Municipal Restinga de Camburi | | locais para alimentação e hospedagem, equipamentos esportivos e de lazer e entretenimento não adaptados | Vitória |
| Estação Área de proteção do Maciço Central | Municipal | Instalações sanitárias e locais para alimentação não adaptados no entorno | |
| Reserva Ecológica Municipal Pedra dos olhos | Municipal | Instalações sanitárias e locais para alimentação não adaptados no entorno | |
| Parque da Fonte Grande | Municipal | Instalações sanitárias e locais para alimentação não adaptados no entorno | |
| Parque Municipal Gruta da Onça | Municipal | Espaço esportivo, trilhas, playground, mesas e bancos para jogos, oficinas de arte e leitura. Espaço cultural, auditório, Centro de Educação Ambiental - CEA, espaço ecumênico, mirante, gruta e orquidário. Espaço para eventos, setor de apoio à Unidade de Conservação - sede administrativa, auditório e sanitários | |
| Parque Municipal do Tabuazeiro | Municipal | Instalações sanitárias e área de lazer não adaptadas, pomar, serviços de limpeza, de informações turísticas e de segurança | |
| Parque Pedra da Cebola | Municipal | Espaço esportivo, campo de futebol e campo de beisebol, área para a prática de montanhismo e ciclovía, no interior do parque, com 1.200m | |
| Parque Municipal de Barreiros | Municipal | Espaço esportivo, campo de futebol (iluminado) já em funcionamento, quadra de bocha e trilhas naturais para caminhadas a serem implantadas. | |
| Parque Natural Municipal Vale do Mulembá-Conquista | Municipal | Espaço esportivo, quadra poliesportiva. Espaço recreativo, playground. | |
| Parque Municipal Horto de Maruípe | Municipal | Espaço esportivo, campo de futebol society, quadra poliesportiva, quadra de vôlei, pista de cooper e pista de patinação. | |
| Parque Municipal da Fazendinha | Municipal | Espaço recreativo, setor de apoio à Unidade de Conservação (sede administrativa, sanitários, Centro de Educação Ambiental – CEA), paiol, lanchonete e praça de alimentação. | |
| Reserva Ecológica Municipal do Morro da Gamela | Municipal | Não há | Vitória |
| Parque Municipal de Mangue Seco | Municipal | Instalações sanitárias, serviços de limpeza, de segurança, telefone público, sede administrativa, trilhas para caminhada, playground e área de recreação coberta. | Vitória |

Fonte: Elaborado por FGV – base: SETUR – Inventário da Oferta Turística e IEMA

As áreas especiais de preservação ambiental do estado foram classificadas em níveis de prioridade considerando sua importância ambiental e os riscos a que estão expostas. O mapa a

seguir apresenta estas áreas e nele é possível observar a presença de unidades das três categorias - extremamente alta, muito alta e alta – na região compreendida pelo Pólo. Estas unidades prioritárias estão distribuídas em todos os destinos:

- Cariacica: unidade com prioridade extremamente alta
- Fundão: unidade com prioridade extremamente alta
- Guarapari: unidade com prioridade extremamente alta
- Serra: unidades com prioridade extremamente alta, muito alta e alta
- Viana: unidade com prioridade extremamente alta
- Vila Velha : unidade com prioridade extremamente alta
- Vitória: unidades com prioridade muito alta e alta

Em 2008, através do DECRETO Estadual nº 2086-R foi instituído o Programa Estadual de Zoneamento Ecológico-Econômico no Estado do Espírito Santo – PZEE. O Programa, sob a coordenação do IEMA, encaminha o processo de elaboração do Zoneamento Ecológico-Econômico, que será um instrumento básico de planejamento, estabelecendo as recomendações técnicas em nível estadual e municipal, as normas de uso, ocupação do solo e manejo dos recursos naturais de todo o território, inclusive da zona costeira.

Visando a estruturação e fortalecimento das unidades de conservação estaduais, vários projetos, com recursos derivados de medidas compensatórias, conforme previsto na Lei Federal nº 9.985, de 18 de julho de 2000, estavam concluídos, em andamento ou em processo de tramitação na data de pesquisa de campo (abril, 2010).

2.6.5 Grau de Participação comunitária

Todos os municípios contam com instância de governança ativa na área de meio ambiente e um fundo efetivo, ou seja, fundo aprovado pelo Poder Legislativo e sancionado pelo Poder Executivo municipal, com recursos disponíveis para aplicação.

As instâncias de governança apresentam-se em forma de conselho e têm nela representadas organizações da sociedade civil, entidades de classe, instituições de ensino e instituições governamentais. Da mesma forma foi constatada a presença de um Conselho Municipal de Turismo ativo nos municípios e da existência de um fundo municipal de turismo, com exceção de Vila Velha.

No pólo foi constada uma boa organização do trade com entidades de classe representativas da classe patronal e de trabalhadores.

2.7 Consolidação do Diagnóstico Estratégico

A partir dos levantamentos em campo e em fontes secundárias, observa-se a importância do desenvolvimento da atividade turística no Estado do Espírito Santo e, em especial no Pólo Região Metropolitana, que, de acordo com dados oficiais registrou um incremento de 47% do fluxo turísticos entre os anos de 2008 e 2010, na alta temporada.

Neste contexto, merece destaque:

- A iniciativa do Estado em estruturar pesquisas de demandas que devem ser continuadas e aprimoradas, de forma a avaliar a evolução do planejamento turístico. Neste sentido, a manutenção de metodologias de pesquisa é fundamental, para uma análise coerente

da evolução histórica dos dados, bem como a integração com bases de dados dos municípios e principais agentes do trade.

- De acordo com as pesquisas de demanda realizadas, o perfil do turista não sofreu variação no período de 2005 a 2010, sendo suas principais características : sua origem é essencialmente nacional, estadual e regional, sendo os principais emissores, na ordem, MG, ES, RJ e SP. Na alta temporada, mês de janeiro, observa-se que este turista viaja acompanhado de sua família, é autônomo ou funcionário de empresas públicas e privadas, e o seu tempo médio de permanência é de 11 dias. Este perfil muda na baixa temporada, que abrange 9 meses do ano, onde o turista viaja sozinho, motivado por negócios e eventos, permanecendo de 4 a 5 dias no destino.
- O turista chega através do acesso rodoviário, quer por automóvel particular ou ônibus de linha. O aeroporto é o 3º acesso mais usado, sendo que o fluxo de turista cresceu, na alta temporada, de 31.108 em 2008 para 142.269 em 2010. O aeroporto de Vitória já enfrenta problemas relacionados à recepção de passageiros acima de sua capacidade, dentro de um cenário nacional já conhecido e divulgado pela ANAC (julho 2010).
- Este turista organiza, de forma geral, organiza sua viaja sozinho, sem a assessoria de agências de viagens/operadoras, buscando informações através da internet e indicações de amigos.
- O gasto médio individual do turista é menor na alta temporada, influenciado pelo comportamento deste turista que aloja-se, preferencialmente em casas de parentes e amigos, realizando gastos com alimentação em supermercados e combustível para veículos como um morador do destino. Ressalta-se que este perfil inverte-se na baixa temporada, devido à influência do gasto médio individual do turista de negócios que, pelo menos, nos últimos 3 anos, registrou valor médio de R\$ 300,00. A atração de um público que realize maiores gastos é um dos principais desafios para o Pólo, no que ao cumprimento dos objetivos já descritos neste plano.
- Vale destacar ainda as características do turista que chega ao município de Vitória, principal destino do Pólo, através de cruzeiros marítimos, que neste ano de 2010, chegarão em número de 40 navios a atracarem no Porto de Vitória. Este turista passa, hoje, curto espaço de tempo no municípios, em torno de 6 horas, o que não permite um melhor aproveitamento de seus gastos (em média R\$ 100,00).
- Ainda a partir de pesquisas de demandas realizadas, verifica-se que o turista demonstra-se satisfeito quanto ao cumprimento de suas expectativas quanto à sua estada no Pólo. Quando apresentadas as rotas turísticas já formatadas pelo Estado, o turista aponta as Rotas do Sol e Moqueca (41,6%) e do Verde e das Águas (26,2%). Entre seus atrativos, estas rotas apresentam praias; passeios em cachoeiras e montanhas; gastronomia e passeios culturais.

Quanto ao Turismo de Negócios e Eventos, vale, primeiramente, destacar suas características apresentadas em cartilha de segmentação do Ministério do Turismo :

- Permite oportunidade de equacionamento de períodos sazonais, proporcionando equilíbrio na relação entre oferta e demanda durante o ano, pois independe de condições climáticas e períodos de férias escolares;
- Caracteriza-se como de alta rentabilidade, uma vez que o turista de negócios e eventos possui maior gasto médio que o turista de lazer, normalmente retorna mais vezes e com maior tempo de permanência no destino;
- Os eventos e atividades de negócio funcionam como ferramenta de marketing para o destino, expondo-o significativamente na mídia e estimulando que o turista volte para fins de lazer e divulgue-o a outras pessoas;

- As atividades de outros segmentos turísticos são incrementadas com as visitas realizadas por esses turistas em seus horários livres, em períodos pré ou pós-eventos, e em retornos futuros com familiares e amigos;
- Possibilidade de interiorização da atividade turística, pois podem ser realizados em cidades menores, desde que apresentem as condições e estruturas necessárias para a realização de eventos, reuniões e visitas de negócio.
- O Pólo Região Metropolitana, de acordo informações coletadas junto à Secretaria de Estado, possui um calendário de eventos, de diferentes segmentos, que se concentram nos municípios de Vitória, Guarapari, Vila Velha e Cariacica. Este calendário é apresentado no tópico “Análise de Equipamentos e Serviços Turísticos” deste trabalho.

Quando analisada, de forma qualitativa, a demanda potencial, observa-se que o turista que visita os municípios do Pólo associa seu retorno ao destino, principalmente, com as belezas dos atrativos naturais ligados às praias e cachoeiras, bem como à gastronomia regional.

Mesmo entendendo que a oferta do portfólio turístico deve responder às características da demanda, os resultados da análise qualitativa das pesquisas realizadas devem fornecer subsídios para também estimular novas demandas, principalmente no que diz respeito ao comportamento de consumo no pólo.

No âmbito quantitativo, o governo do estado estipulou um crescimento de 6% a.a. até 2015, tendo em vista o mercado doméstico como principal força propulsora. O estudo realizado pela FIPE, em 2007, denominado “Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil” aponta o destino de fluxo de turistas em viagens domésticas, predominantemente, para o próprio estado e para outros estados da região Sudeste.

Neste contexto, é preciso valorizar a complementaridade dos atrativos dos diferentes segmentos turísticos que o Pólo oferece, somada à proximidade entre os municípios que forma ao pólo.

Os segmentos prioritários alvo de atuação do estado dentro do PRODETUR estão em linha com este posicionamento desejado, conforme demonstrado na tabela 46.

Tabela 46: Segmentos e mercados prioritários segundo o Plano de Desenvolvimento Sustentável do Turismo no ES para 2025

| Segmentos Prioritários | Mercados Prioritários | Identidade |
|-------------------------------|--|---|
| Turismo de Negócios e Eventos | Nacional (com foco para SP, MG, RJ e DF) e Internacional | Centro Industrial, Logístico e Exportador |
| Turismo de Sol e Praia | Regional (todo o Estado do ES); Nacional (com foco para SP, MG, RJ e DF) e Internacional | Gastronomia Natureza |
| Turismo Náutico | Nacional (com foco para SP, MG, RJ e DF) e Internacional | Diversidade |

FONTE: Plano de Desenvolvimento Sustentável do Turismo no ES para 2025 – 2006

- Estes segmentos já se encontram estabelecido no Pólo, mas acredita-se que há espaço para seu crescimento, tendo vista:
 - ▣ a potencialidade do mercado doméstico nacional, alcançando outros estados do país e públicos com maior nível de renda;

- a importância e crescimento do Pólo como centro industrial, logístico e exportador, corroborado pelo seu papel econômico dentro do Estado. Vale neste sentido, reapresentar dados já comentados neste plano, a partir de estudo realizado pelo Instituto Jones em 2008:
- o pólo é responsável por 63% do PIB total estadual, considerando-se os valores de 2005;
- o pólo responde por 65% da arrecadação de ICMS do Estado;
- o pólo receberá 35,2% do total dos investimentos previstos para o Estado até 2012.
- Todos os atrativos listados no tópico “Análise a Oferta Turística”, neste trabalho, encontram-se nas rotas turísticas estabelecidas pelo estado e que compreendem os municípios do Pólo Região Metropolitana. São elas: Rota do Sol e da Moqueca, Rota do Mar e das Montanhas, Rota do Caminho dos Imigrantes e Rota do Mármore e do Granito.
- Pode-se observar, durante pesquisa em campo, a complementaridade dos atrativos, que contam, ainda, com boa disponibilidade e proximidade (em distância), fatores, estes, já largamente destacados. É preciso observar a correta adequação de equipamentos turísticos para que haja infraestrutura de serviços adequada ao crescimento desejado para o fluxo turístico no Pólo e, em especial para a visitação a estes atrativos.

As conclusões a serem tomadas em relação a oferta turística são:

- No que diz respeito à infraestrutura de equipamentos turísticos, cabe destacar a dificuldade para obtenção de informações sobre meios de hospedagem e estabelecimentos dos setores de alimentos e bebidas, sendo considerada a consulta de várias fontes para obtenção de quantidades estimadas.
- Quanto à sinalização, é de boa qualidade nas rodovias estaduais, para a identificação de atrativos e, dentre os municípios, destaca-se a de Vitória como, sem dúvida, a melhor. Este município também conta, dentro do escopo do Projeto Visitar, com sinalização interpretativa no seu Centro Histórico. Foi o único município em que este tipo de sinalização foi encontrada.
- Quanto à infraestrutura para a realização de eventos, deve-se observar o já colocado no tópico “Análise de Equipamentos e Serviços Turísticos”, quanto à concentração, em 4 espaços, dos principais eventos realizados no Pólo. Observa-se, ainda, que dada a sua especificidade, alguns eventos como leilões de animais e a Feira Internacional do Mármore e Granito só podem ser realizados no Pavilhão de Carapina.

No tocante às infraestruturas de serviços básicos locais percebe-se que os principais problemas estão localizados no acesso aéreo, no acesso marítimo, no sistema de transporte urbano, sistema de drenagem pluvial, sistema de esgotamento sanitário e na segurança pública. Nos itens de acesso rodoviário, iluminação pública, sistema de abastecimento de água, sistema de energia elétrica e saúde não foram detectados problemas relevantes que possam prejudicar a atividade turística. A tabela abaixo apresenta estas informações.

Tabela 47 – Principais problemas referentes à infraestrutura local e serviços básicos

| Item Avaliado | Situação Atual | Principal Problema Identificado | Observação |
|---|--|--|--|
| Rede aérea de acesso | Segundo a Infraero, o volume de passageiros que circulam pelo aeroporto de Vitória é superior em três vezes e meia à sua capacidade normal (560 mil passageiros/ano). Só no ano de 2008, passaram por ele 1,98 milhões de pessoas. | Com a sobrecarga sobre sua capacidade de atendimento, a expansão de linhas nacionais e internacionais para o pólo é impossibilitada. | Já existe projeto previsto para ampliação do aeroporto |
| Rede aquaviária de acesso | Observa-se crescimento contínuo do número de escalas de navios no Porto de Vitória. Chegarão a 40 escalas na temporada 2010. | Com as limitações na infraestrutura no Porto de Vitória, fica restrita a ampliação de número de escalas dos navios. Além disso, não há alternativas já estruturadas nos municípios do pólo para desembarque remoto de passageiros. | Existe a alternativa de construção de terminal de passageiros na Praça do Papa em Vitória para este fim. |
| Sistema de Drenagem Pluvial | Com chuvas mais fortes, observa-se enchentes no Pólo. | O crescimento urbano desordenado implicou ocupação de solo, de forma não planejada, prejudicando o sistema de drenagem pluvial. | Não identificadas ações para endereçar este problema. |
| Sistema de esgotamento sanitário | Existem obras para incrementar o atual sistema de esgotamento sanitário do Pólo. Destaca-se a construção de estações de tratamento de esgoto e a implantação de redes coletoras e elevatórias. Muitas obras já foram iniciadas e algumas até finalizadas. Na Grande Vitória, as obras de esgotamento sanitário previstas no programa vão contribuir para a redução da poluição por esgoto na Baía de Vitória, já que esta recebe dejetos de vários municípios, principalmente os que têm baixos índices de esgoto tratado, como Vila Velha e Cariacica. | O atual sistema de esgotamento sanitário não atende a 100% da Região Metropolitana, Tal fato pode afetar a preservação de biodiversidade de atrativos. | As metas do Governo do Estado são elevar a cobertura de esgoto tratado na Região Metropolitana da Grande Vitória dos atuais 36,1% para 60% até 2011. |

| Item Avaliado | Situação Atual | Principal Problema Identificado | Observação |
|-------------------------------------|---|---|--|
| Sistema de Transporte urbano | Grande utilização de ônibus, interligados por terminais urbanos entre os municípios do pólo, através de tarifa única. O município de Fundão não é atendido por este sistema integrado (chamado TRANSCOL) em sua totalidade. Não há complementaridade modal, como por exemplo sistema metroviário. | A população urbana residente na RMGV corresponde a 57% da população do estado e tem como principal modalidade transporte ônibus e carros particulares. Há pontos de congestionamento no Pólo, especialmente, em Vitória, dada a sua posição geográfica no Pólo. | O Governo do estado criou sistema TRANSCOL e conta hoje com 10 terminais urbanos espalhados pelo Pólo. Nos municípios de Guarapari, Vitória e Vila Velha, há também transporte sob administração de autoridade executiva municipal. Não há projetos previstos para ampliação e complementaridade modal como o metrô. |
| Segurança Pública | O estado do Espírito Santo ocupa o 2º. Lugar no ranking nacional de homicídios e níveis de criminalidade atrás de Alagoas. Os municípios da RMGV registram 76% dos homicídios ocorridos no Estado . | Em pesquisa de mercado realizada pela SETUR, é mencionada a percepção sobre imagem de violência no estado. | Diante deste cenário, o governo do estado desde 2003 vem atuando no sentido de reverter este quadro, com projetos e ações integradas com as autoridades executivas nos municípios. Cabe salientar que o estado está inserido no Programa PRONASCI do Ministério da Justiça, envolvendo os seguintes municípios do Pólo Região Metropolitana : Serra, Vitória, Vila Velha, Cariacica e Viana. |

Fonte: Elaborado pela FGV, 2010.

Finalmente, merece destaque o pouco conhecimento do turista sobre as principais rotas turísticas do ES (Rota do Mar e das Montanhas, Rota do Sol e da Moqueca, Rota do Verde e das Águas, Rota dos Vales e do Café, Rota do Mármore e do Granito). Nas pesquisas de alta temporada nos anos de 2006 e 2007, respectivamente, 69% e 62,5% dos entrevistados alegaram “não ouvir falar” ou desconhecer estas rotas. Em pesquisa realizada na alta temporada de 2010, o percentual de respondentes que não ouviu falar sobre estas rotas caiu para 42,7%. No entanto, este percentual ainda é elevado.

Assim, apesar de o estado e municípios tradicionais do Polo serem conhecidos (Vitória, Vila Velha e Guarapari), os produtos turísticos e, mais precisamente as rotas turísticas, não o são. O turista associa a imagem do Polo a praias e à culinária local, além de buscar uma hospedagem de baixo custo em casas de parentes ou amigos, preferencialmente.

O desconhecimento de produtos e rotas turísticas pode ser explicado pela ainda deficiente comercialização, promoção e divulgação, que não explora, em sua totalidade, a estruturação de produtos ou pacotes que possam ser comercializados por operadoras e agências de viagem, além de integrar atrativos complementares.

2.7.1 Estruturação da Matriz SWOT

O termo SWOT é a junção das iniciais (em inglês) dos quatro elementos-chave desta ferramenta de análise, são eles: (1) strenghts - pontos fortes; (2) weaknesses - pontos fracos; (3) opportunities – oportunidades; e (4) threats – ameaças. A análise SWOT apresenta-se como uma das mais conhecidas ferramentas de planejamento estratégico, utilizada para auxiliar a síntese das diversas análises ambientais efetuadas de forma a obter a melhor posição estratégica possível. Na prática, isso significa identificar as variáveis internas que podem ser controladas e que influenciam de forma positiva (forças) ou de forma negativa (fraqueza) o alcance dos objetivos em um determinado contexto para aproveitar ou evitar situações que não podem ser controladas, uma vez que estes são provenientes do ambiente externo (oportunidades e ameaças).

Assim, a Matriz SWOT apresentou os seguintes resultados relacionados com o desenvolvimento turístico sustentável do **Pólo da Região Metropolitana**:

Em relação à análise das variáveis internas, os **pontos fortes** identificados foram:

- Diversidade com complementaridade no que se refere aos atrativos e equipamentos.
- Diversidade com complementaridade no que se refere aos segmentos turísticos do pólo.
- Proximidade no que diz respeito à distância entre os destinos.
- Facilidade de acesso rodoviário.
- Existência de estradas em boas condições para tráfego.
- Acesso pavimentado à maior parte dos atrativos turísticos.
- Existência de uma instância de governança ativa.
- Diversidade de ecossistemas na região metropolitana.
- Descentralização das licenças ambientais, que agiliza o processo de autorização para construções e fortalece a ação pública no que se refere aos interesses de defesa de áreas protegidas.
- Existência de rica biodiversidade marinha.
- Distribuição de água eficiente.

Em relação à análise das variáveis internas, os **pontos fracos** identificados foram:

- Inadequação de um Centro de Convenções para atender a demanda da região.

- Inexistência em todo o pólo de equipamentos hoteleiros de qualidade no padrão executivo, com concentração destes equipamentos apenas em Vitória e Vila Velha.
- Falta de sinalização turística.
- Falta de infraestrutura para uso turístico das unidades de conservação.
- Baixo aproveitamento turístico dos parques existentes.
- Baixa promoção internacional dos destinos do pólo.
- Falta de um portal na internet integrando a região.
- Inexistência de avaliação periódica da atividade promocional.
- Inexistência de um plano de marketing para o pólo.
- Falta de uma Marina Pública.
- Falta de um ponto específico para atracar navios turísticos.
- Aeroporto inadequado e insuficiente para suportar a demanda atual.
- Falta de destacamento especializado para segurança turística.
- Baixa autonomia pública para o turismo em função da inexistência de secretarias exclusivas e especializadas em turismo.
- Baixo número de informações estatísticas de turismo nos municípios.
- Inexistência de sistema padronizado de mensuração e coleta de informações de forma a prover dados de oferta e de demanda.
- Falta de integração dos CATs com os sistemas de informação.
- Baixa educação ambiental da população local.
- Ineficiência da coleta de lixo, principalmente na alta temporada.
- Existência de depósitos irregulares de lixo.
- Falta de incentivo à ligação urbana aos sistemas de águas.

Em relação à análise do ambiente externo, as **oportunidades** identificadas foram:

- Preocupação de todos os setores da sociedade - inclusive o setor público - com relação à conservação dos recursos naturais brasileiros.
- Interesse por parte do governo brasileiro (nos âmbitos federal, estadual e municipal) em promover o desenvolvimento social por meio da valorização do patrimônio natural.
- Pontual crescimento de mercado de turismo interno em decorrência da inibição do fluxo turístico internacional.
- Nova categoria de clientes em potencial mediante o aumento da participação das camadas sociais de menor poder aquisitivo no fluxo de turismo nacional.
- Crescimento do interesse do turista estrangeiro em destinos que preservem os recursos naturais e culturais.

Por fim, em relação à análise do ambiente externo, as **ameaças** identificadas foram:

- Potencial agravamento de uma situação de crise financeira internacional com possíveis reflexos no país, gerando uma maior dificuldade para a liberação de recursos financeiros do setor de turismo.
- Incremento do processo de crescimento urbano sem controle ou políticas de desenvolvimento, criando um quadro de acelerada degradação dos recursos naturais da região.
- Descontinuidade das políticas voltadas ao turismo em decorrência das trocas de gestão (municipal, estadual e federal)
- Aumento do índice de informalidade no mercado de trabalho de turismo no Brasil.

De forma a estruturar a matriz SWOT para análise, atribuiu-se a pontuação de 0 a 2 para cada uma das relações entre ambiente externo e ambiente interno já definidas. Como fontes de informação qualitativa sobre tendências futuras, a atribuição dos valores foi feita por meio do

julgamento de especialistas e dos participantes das oficinas realizadas com representantes das localidades envolvidas no projeto.

A pontuação segue a subsequente orientação:

Quadrante Pontos Fortes – Oportunidades

Questão: o ponto forte tem:

- grande importância para alcançar a oportunidade? Atribuir valor 2.
- média importância para alcançar a oportunidade? Atribuir valor 1.
- baixa/nenhuma importância para alcançar a oportunidade? Atribuir valor 0.

Quadrante Pontos Fracos – Oportunidades

Questão: o ponto fraco tem:

- grande importância para dificultar/impedir o aproveitamento da oportunidade? Atribuir valor 2.
- média importância para dificultar/impedir o aproveitamento da oportunidade? Atribuir valor 1.
- baixa/nenhuma importância para dificultar/impedir o aproveitamento da oportunidade? Atribuir valor 0.

Quadrante Pontos Fortes – Ameaças

Questão: o ponto forte tem:

- grande importância para impedir/amenizar/suportar a ameaça? Atribuir valor 2.
- média importância para impedir/amenizar/suportar a ameaça? Atribuir valor 1.
- baixa/nenhuma importância para impedir/amenizar/suportar a ameaça? Atribuir valor 0.

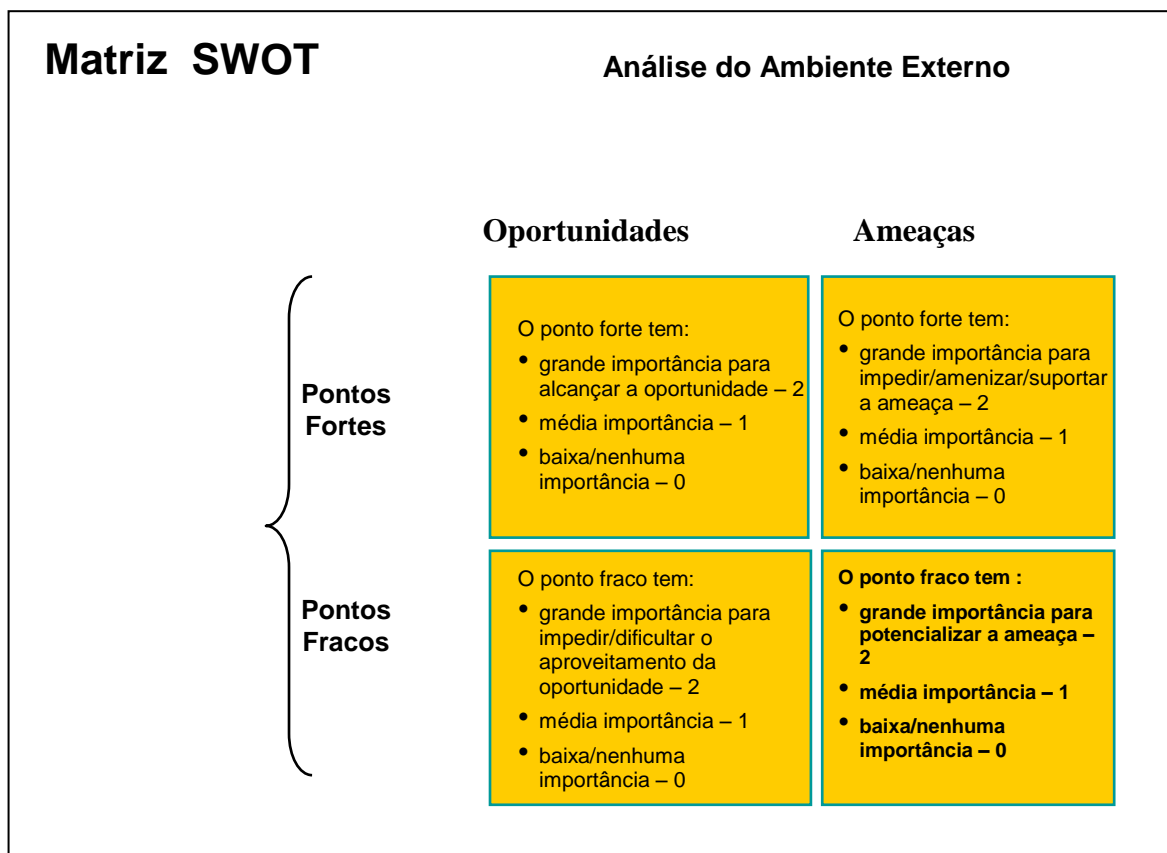
Quadrante Pontos Fracos – Ameaças

Questão: o ponto fraco tem:

- grande importância para potencializar a ameaça? Atribuir valor 2.
- média importância para potencializar a ameaça? Atribuir valor 1.
- baixa/nenhuma importância para potencializar a ameaça? Atribuir valor 0.

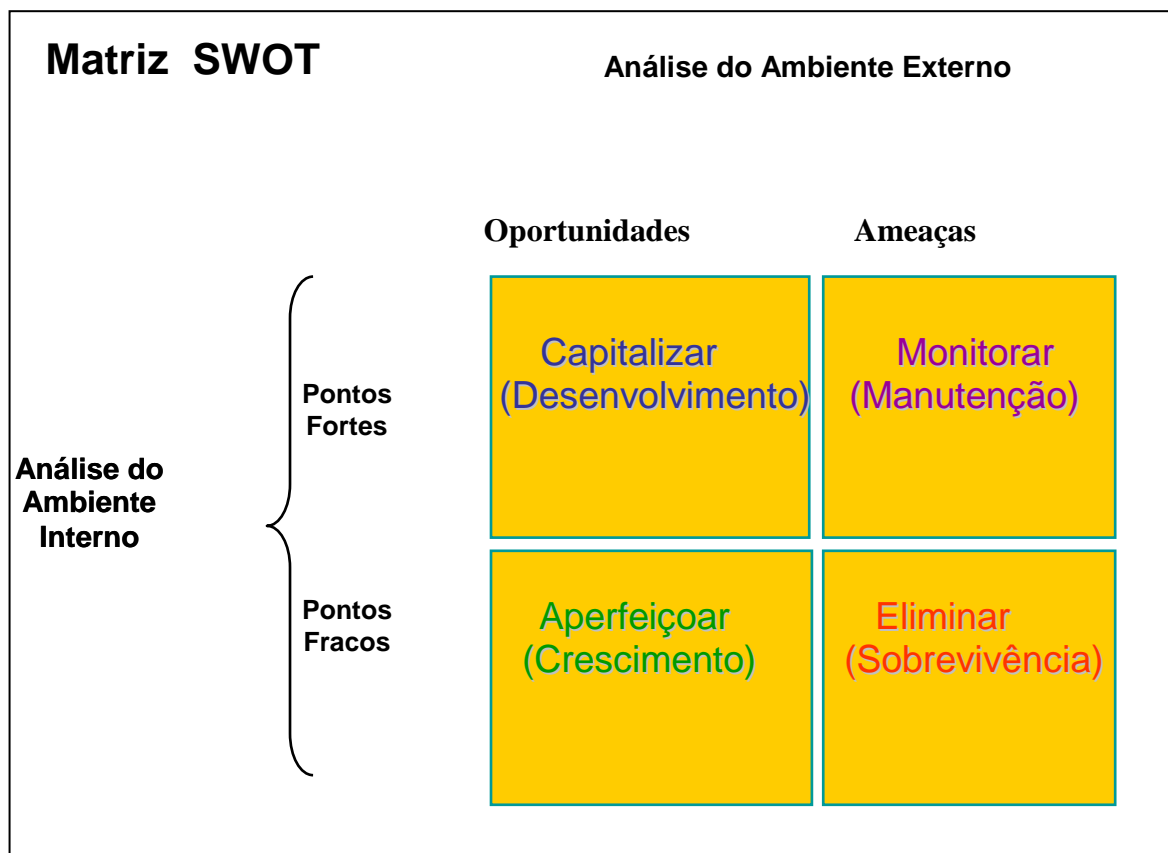
Estas atribuições podem ser visualizadas na figura a seguir.

Figura 40 – Análise do Ambiente Externo: Matriz de SWOT



Após a construção da matriz, quatro posturas estratégicas podem ser desenhadas: (1) uma estratégia de sobrevivência, quando se identifica o predomínio de ameaças e pontos fracos; (2) uma estratégia de manutenção, quando se identifica o predomínio de ameaças e pontos fortes; (3) uma estratégia de crescimento, quando se identifica o predomínio de oportunidades e pontos fracos; e (4) uma estratégia de desenvolvimento, quando se identifica o predomínio de oportunidades e pontos fortes, conforme figura a seguir.

Figura 41 – Análise da Matriz de SWOT



Mediante o resultado da análise desta matriz, pode-se identificar no Pólo o predomínio do conjunto oportunidades e pontos fracos indicando uma postura estratégica de crescimento. Este crescimento é viabilizado pela necessária alteração de um quadro estrutural onde existem muitos pontos fracos, os quais impedem ou dificultam o aproveitamento das oportunidades.

Cabe destacar que a construção da Matriz SWOT e sua posterior análise obedeceu aos princípios metodológicos estabelecidos pelo BID em seu manual de elaboração do PDITS, ou seja, o planejamento participativo, contando com representantes dos setores público e privado, que intervenham ou possam ser afetados pelo turismo, incluindo as organizações sociais, como veremos no item a seguir.

2.7.1.1 As Jornadas Participativas

São três as jornadas participativas. A primeira jornada participativa tem por objetivo a apresentação e validação das informações qualitativas acerca dos destinos turísticos, contemplando a análise da demanda, dos atrativos e do diagnóstico da área turística. Durante esta primeira jornada, de um dia de duração, foram coletados dados especificamente sobre a oferta de atrativos, serviços turísticos, arranjos institucionais e estratégias de comercialização de cada destinos – com o intuito de captar ao máximo as especificidades de cada destino. Como fontes de informação qualitativa sobre as forças, as fraquezas e as tendências futuras do pólo, a atribuição dos valores foi feita por meio do julgamento de especialistas e dos participantes da primeira jornada de planejamento do PDITS, oficina realizada com representantes das localidades

envolvidas no projeto, mobilizados pela Secretaria de Turismo do Espírito Santo (SETUR). As dinâmicas desenvolvidas nesta primeira jornada foram realizadas no formato de uma reunião técnica com secretarias de turismo, corpo de técnicos e representantes de entidades privadas, do SEBRAE e da comunidade que integram as atividades nos destinos.

Buscou-se, por meio deste procedimento, realizar o planejamento participativo, contando com representantes de variadas organizações. Tal procedimento corrobora uma das premissas que norteia a elaboração deste PDITS que considera fundamental assumir que a atividade turística demanda um envolvimento de toda a sociedade, tornando-se imprescindível a interatividade entre governo, empresários e a sociedade civil. Essa interatividade deve ser viabilizada por meio de mecanismos provenientes da parceria público-privado visando o desenvolvimento do turismo, em consonância com a tendência mundial no setor.

Os resultados obtidos complementaram o diagnóstico inicialmente elaborado e foram utilizados para a formação da Matriz de SWOT, validada em uma segunda jornada participativa de validação, realizada em duas etapas e com duração de um dia. Nesta segunda reunião, os participantes foram convidados a confirmar, alterar ou complementar as linhas de ações sugeridas a partir do diagnóstico estratégico. Esta validação foi realizada em plenária para o pólo e em grupo por municípios para ações sugeridas aos destinos turísticos. No segundo momento, os presentes foram convocados a priorizar as linhas de ações para fortalecer pontos fortes com vistas a potencializar as oportunidades e para minimizar as ameaças a partir da eliminação dos pontos fracos, contribuindo para o desenvolvimento turístico sustentável no Estado do Espírito Santo, construindo assim a Matriz de Ações e priorizando as ações de curto, médio e longo prazos.

A terceira e última jornada participativa aconteceu em formato de audiência pública, com o objetivo de validação da versão preliminar do Plano de Desenvolvimento Integrado de Turismo Sustentável. Neste última oficina foi apresentado todo o processo de construção do Plano, os resultados obtidos, o diagnóstico da área turística e, por fim, a Matriz de Investimentos construída coletivamente. Os presentes discutiram os investimentos priorizados e validaram a Matriz apresentada para o início da execução do programa.

Na sequência são apresentadas as atas destas reuniões e fotos dos eventos.

REUNIÃO DE ABERTURA DO PDITS

LISTA DE PRESENÇA

REUNIÃO DE ABERTURA DO PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO SUSTENTÁVEL – PDITS

REGIÃO METROPOLITANA

DATA: 19 DE OUTUBRO DE 2009 LOCAL: SETUR / ES

| NOME | ENTIDADE | E-MAIL | TELEFONE |
|-------------------------------|-------------------------|--------------------------------------|---------------------------------|
| Flávia Roberta Cygne U. Leite | SETUR-ES | flavia.cygne@turismo.es.gov.br | 27- 3224 6074 - 27 94496220 |
| Fábio Luiz Miranda Bon Horte | SETUR / SERRA | gabrielbdl35@gmail.com | 27- 9925- 7274 / 21- 3251- 5822 |
| Paulo Marcelo T. Meinicke | SEDES / AGENES | PAULO.MEINICKE@AGENS-ES.GOV.BR | (27) 33155207 |
| Alessandra Nello Costa | EBAPE / FGV | ALESSANDRA.COSTA@FGVMAIL.BR | 21 3799 5476 |
| André Coelho | FGV | ANDRE.COELHO@FGV.BR | 21 3799 5476 |
| Samuel Miel | Arquiteto Metropolitana | smiel@arquiteto-metropolitana.com.br | 27- 3324- 8877 |
| Adriani Sampaio | Setur - Guarapari | setur@guarapari.es.gov.br | 32628433 |
| Daniela Clara Nascimento | Setur - Fundos | danielaclara@gmail.com | 8114.7434 / 3287.0937 |
| Milton Santos (Tinho) | Setur - Fundos | muniao.fundos.es@gmail.com | 99986363 = 32870937 |
| Berenice A. Gavan | Prof. Serra / assessora | berenicegavan@yahoo.com.br | 99608328 |
| Leandro Dalcídio Tondini | CDV / VITÓRIA | leandrotondini@vitoria.es.gov.br | 32546323 |
| Thiagus M. Gonzalez | PREF. VIANA | TURISMO@VIANA-ES.GOV.BR | 31239525 / 99862544 |
| Isabella Kaveli Zanetti | PREF. VIANA | miguelzanetti@viana.es.gov.br | 3255-1196 / 9928 6860 |
| Cynthia Patti Agreido | Prof. Cariacica | Turismocariacica@yahoo | 3255-1196 / 9958-1101 |
| | | | 3346-6360 |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

PRIMEIRA OFICINA DO PDITS

OFICINA DE TRABALHO 1 ELABORAÇÃO DO PDITS/ES - REGIÃO METROPOLITANA

DATA: 04 DE FEVEREIRO DE 2010

LOCAL: SETUR/ES

LISTA DE PRESENÇA

| NOME | ENTIDADE | TEL | E-mail |
|--------------------------|-------------------------------|-----------------------------|--------------------------------------|
| MARIANA RODRIGUES | SETUR/ES | (21) 3224 6070 | MARIANA.RODRIGUES@TAMAIL.COM.BR |
| ALESSANDRA M. COSTA | FGV/RJ | (21) 3799 5756 | ALESSANDRA.COSTA@FGV.BR |
| Vinicius M. Gonzales | PROF. DE VIANA (3251.1196) | (21) 9251.7217 | TURISMO@VIANA.ES.GOV.BR |
| Armando Saul'sma | Prefeitura Municipal de São | (21) 3291 2334 | Armando.septus@sema.es.gov.br |
| EMILIA BOUAIN | FGV/SP | (11) 3788 3384 | emilia.zoucin@fgv.br |
| Nauguida Fagundes | FGV/RJ | (21) 9884.0511 | nauguida.rocha@fgv.br |
| Felipe Tasso Gomes | SECTUR | (27) 8134.5405 | felipe.tasso@ypshoo.com.br |
| Jamille Fildes | Aditum Metropolitana | (27) 3324.8878 | secautiva@aditummetropolitano.com.br |
| Claudio F. de Silva | SECTUR | (27) 9999-4473 | byclaudiaferreira@hotmail.com |
| Eduardo R.D. Simões | SEBRAG | 3041-5601 9800 3770 | eduardo.simoes@es.release.com.br |
| ANDRE COELHO | FEU | (21) 3799 5476 | ANDRE.COELHO@FGV.BR |
| LEANDRO DALL'OLMO TONONI | CDV | (27) 3183-9525 9986 2544 | LDTONONI@VITORIA.ES.GOV.BR |

SEGUNDA OFICINA DO PDITS



GOVERNO DO ESPÍRITO SANTO
SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO

LISTA DE PRESENÇA Oficina Participativa de Construção do PDITS – Região Metropolitana PRODETUR ES

Data: 19 de março de 2010

Horário: 09:00h às 12:00h

Local: Centro de Convenções de Vitória

| ENTIDADE | NOME | TELEFONE | E-MAIL |
|------------------------------|--------------------------|------------------------|--------------------------------------|
| PROF DE VIANA | Vinicius M. Gonzalez | 3255-7796 9828-6360 | TURISMO@VIANA-ES.GOV.BR |
| SETUR/ES | Flávia R. C. N. Leite | 9949-6229 | flavia.cypre@turismo-es.gov.br |
| SETUR/ES | Marciana Rodrigues | 32246070 | MARCIANA.RODRIGUES@TURISMO-ES.GOV.BR |
| SETUR/ES | Ariana Rocha | 8821-1981 | ariana.cawmelo@hotmail.com |
| PM Fundos Apaxada Demorex | Apaxada Demorex Ramos | 98463665 | apaxadademorex@hotmail.com |
| SETUR - PMS | Armando Sant'Ana | 98975353 | armando.deptur@serra.es.gov.br |
| SETUR/PMS | Myrion Schüler | 3251-2333 | myrion.deptur@serra.es.gov.br |
| PMVV | Thalita L. Moura | 9261-4060 | Thalita_vivi@hotmail.com |
| PMVV | Lauren Elora dos Reis | 98217253 | Tajopos@Hotmail.com |
| PMG-SETUR | Claudia Leal | 88355069 | lealguarapari@gmail.com |

LISTA DE PRESENÇA
Oficina Participativa de Construção do PDITS – Região Metropolitana
PRODETUR ES

Data: 19 de março de 2010

Horário: 09:00h às 12:00h

Local: Centro de Convenções de Vitória

| ENTIDADE | NOME | TELEFONE | E-MAIL |
|----------------------|--------------------------|---------------------|--|
| PMG-SECTUR | José Carlos Lins | 8173.0075 | joseturismo@gmail.com |
| PMB-SECTUR | Chudis Ferreira | 9999-4473 | chudisferreira@hotmail.com |
| PMG-SECTUR | Damilo Stehling | 8804-3376 | damilo.stehling@hotmail.com |
| PMG-SECTUR | Felipe Tásca Barros | 8134-5405 | felipetasca@yahoo.com.br |
| PMU-CDU | Alexandre Zanotelli | 3183-9517 | alexzanotelli@correio1.vitoria.es.gov.br |
| Pre: Caravaca | José Roberto dos Santos | 99605459 | joserobertosantos@gmail.com |
| PMU-CDU | Leandro Dall'Almo Tomari | 3183-9525 | leandrotomari@es.gov.br |
| Sênior - Fundação | Sônia Cléia Damasceno | 8114-7434/3253-0937 | soniacleia@gmail.com |
| PMU-CDU | Renato Lins | 9717-1228 | coordenacao.turismo@es.gov.br |
| Adetur Metropolitana | Jamille Nêlida | 3324-8878 | executiva@adeturmetropolitana.com.br |

LISTA DE PRESENÇA
Oficina Participativa de Construção do PDITS – Região Metropolitana
PRODETUR ES

Data: 19 de março de 2010

Horário: 14:00h às 18:00h 09:00h às 12:00h

Local: Centro de Convenções de Vitória

| ENTIDADE | NOME | TELEFONE | E-MAIL |
|-----------------------|------------------------|----------------|------------------------------------|
| Ministério do Turismo | Miguel Lima (SANTO) | (61) 2023.7288 | miguel.lima@turismo.gov.br |
| Sebrae | Ubirajara Nascimento | (24) 8131201 | ubirajara.nascimento@sebrae.com.br |
| PMZ - Cariacica | Cintia R. Aguiar | 27-3346-6363 | caricica@caricica.es.gov.br |
| Sec. Turismo Fundos | Milton Furtado (Turfo) | 27-32870437 | turismo.fundos.es@gmail.com |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

LISTA DE PRESENÇA
Oficina Participativa de Construção do PDITS – Região Metropolitana
PRODETUR ES

Data: 19 de março de 2010

Horário: 14:00h as 18:00h

Local: Centro de Convenções de Vitória

| ENTIDADE | NOME | TELEFONE | E-MAIL |
|-------------------|---------------------------|------------------------|---|
| ADERES | Ana Claudiz Buffon | 9257-1915 | 2020 ana.buffon@aderes.es.gov.br |
| FCAA/UFES (GOREZ) | Aminthas Loureiro Jr | 9982-2086 | |
| FCAA/xma | Rosana Pinocchi | 8133-5883 | |
| PMS/SETUR | Murrian Schuber | 3201-2331 | murrian.deptur@pmv.es.gov.br |
| SENAC/ES | DENISE RODRIGUES CASSETTI | 3345-0111 | ephe.gerencia@es.senac.br |
| SEMAM/Fundão | Bruno CEZAR tonini nunes | 92574304 | bruno.nes@yahoo.com.br |
| SEMAM/Fundão | RENATA GUIZAN CORRÊA LÊO | 81818121 | RENATA RGUIZAN@hotmail.com |
| Ap P.M.F. SEMAM | Aparecida Nemonec | 98423655 | aparecidademonec@hotmail.com |
| Setur/ES | Marcia Inês de Assis | 99716496 | marcia.assis@turismo.es.gov.br |
| Prof Viana | Vinicius Martins GONZALEZ | 3255-1196 9828-6860 | TURISMO@VIANA.es.gov.br |

LISTA DE PRESENÇA
Oficina Participativa de Construção do PDITS – Região Metropolitana
PRODETUR ES

Data: 19 de março de 2010

Horário: 14:00h as 18:00h

Local: Centro de Convenções de Vitória

| ENTIDADE | NOME | TELEFONE | E-MAIL |
|---------------|---------------------------|-------------------|------------------------------------|
| Sebrae | Ubiraajara Casamento | 81315201 | ubirajara.casamento@outlook.com.br |
| SEBRAE | Helio O'Menegueli | 81715500 | helioomenegueli@outlook.com.br |
| PMG/setur | Murion Schuler | 3281-2333 | murion.deptur@serre.es.gov.br |
| PMG/SECTUR | Cláudio Ferreira | 9999-4473 | byclaudioferreira@hotmail.com |
| SETUR/ES | Flávia Inácio | 9949.6229 | flavia.apm@turismo.es.gov.br |
| PMG/SECTUR | Felipe Tasso Gomes | 8134.5408 | felipetasso@yahoo.com.br |
| SEBRAE | Glória da Rosa Góes | 30415650 | gloria.hor@esbrar.com.br |
| P: Loria Uica | Jose Policarpo dos Santos | 99605659 | jose.policarpo.santos@gmail.com |
| IEHA/SEAMA | Waltero Bratim Krüger | 3136 3469 3470 | IKRUGER@IEHA.ES.GOV.BR |
| SEDUR | ANA CAROLINA S. MACHADO | 3223 5653 | ana.machado@sedur.es.gov.br |

PRODETUR ESPÍRITO SANTO

2ª Oficina

Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS Pólo Região Metropolitana



TERCEIRA OFICINA DO PDITS

GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

PRODETUR ESPÍRITO SANTO - Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS Pólo Região Metropolitana

Oficina de validação da versão preliminar do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável - PDITS do Pólo Região Metropolitana (ES)

| Nome | Instituição | Telefone | E-mail |
|--|------------------------------|-----------|---------------------------------------|
| Ana Maria Jahel Antunes | SEP | | |
| Ana Cláudia Buffon | ADERES | 9251-1915 | ana.buffon@aderes-es.gov.br |
| Ana Ivone Salomon Marques | SEP | 3636 4300 | aniamarques@desenvolvimento-es.gov.br |
| Angela Modolo | SETUR | 9924 0318 | angela.modolo@turismo-es.gov.br |
| Benildo Denadai | SEBRAE ES | | |
| Carla Barreto | SETUR | | |
| Carla Rezende | SETUR | 3636.8020 | carla.rezende@turismo-es.gov.br |
| Cristina Vellozo Santos | ADERES | 3636 8550 | cristina.vellozo@aderes-es.gov.br |
| Cristina Vellozo Santos | SEDES | | |
| Gelisa Bosi | SEBRAE ES | 36410611 | |
| Guerino Balestrassi | SEP | | |
| Henrique Jannuzzi | SEGEP | | |
| João Felício Scardua | SETUR | | |
| Jolhiomar Massariol Nascimento | SEP | | |
| José Eduardo Faria de Azevedo | SEG | | |
| José Eugênio Vieira | SEBRAE ES | | |
| José Felz Ferreira | Comite Diretorio do Prodetur | 3636 9715 | jfelz@terra.com.br |
| Kettini Upp Calvi | SEGEP | 3803-3858 | kettini.calvi@segpe-es.gov.br |
| Marilza Barboza Prado | SEG | | |
| Nina Rosa Mazzini Muniz | SEG | | |
| Regina Curitiba da Silva | Comite Diretorio do Prodetur | | |
| Regis Mattos Teixeira | SEGEP | | |
| Ruy Dias de Souza | SEBRAE ES | | |
| Sueli Passoni Tonini | IEMA | | |
| Terence Jorge Caixeta Nascente Ramos | SEAMA | 3126 3470 | terence@seama-es.gov.br |
| Thiago Agra | SEP | | |
| ANA MARIA CARVALHO PAIRICH PAC. ESTACIO AGUA | | 99422213 | XAIADA.F@uol.com.br |

| Nome | Instituição | Telefone | E-mail |
|-------------------------------------|-------------------------------|-------------------|------------------------------|
| Adriana Pereira Marques | SMECT - GUARAPARI | | |
| Adriana Sartório Ricco | FACULDADE ESTÁCIO DE SÁ | | |
| Alice Madeira Abad | ABRAJET ES | | |
| Amilton Freixo de Brito | CODESA | | |
| Ângelo José de Carvalho Baptista | CODESA | | |
| Armando Santana | STCE - SERRA | 3291-2335 | armando.santana@serpa.gov.br |
| Denise Rodrigues Cossetti | SENAC | | |
| Dionísio Corteletti | SENAC | | |
| Dulce Mariana | SINDEGTUR/ES | 99278325/32294082 | dulcemariane@hotmail.com |
| Dulcinéa de Almeida Costa | FACULDADE ESTÁCIO DE SÁ | | |
| Edson Ruy | ABAV/ES | 33372074/93958848 | edsonruy@abav.es.gov.br |
| Eduardo da Silva Nunes | FACULDADE ESTÁCIO DE SÁ | 99302158/33952912 | PROF.EDUNUNES@hotmail.com |
| Elvira Madalena Altoé | ABAV/ES | | |
| Ernandes Zanon | STCE - SERRA | | |
| Fábio Luiz Miranda Boa Morte | STCE - SERRA | 3291-2337 | |
| Guilherme Scarpi Nespoli | FACULDADE ESTÁCIO DE SÁ | 99121189 | guilhermenespoli@hotmail.com |
| Heber Guimarães | SETPES | | |
| Holendina Rodes de Oliveira | FACULDADE ESTÁCIO DE SÁ | 98151097/33373092 | holendina@uol.com.br |
| Jaime Carlos De Angeli | SETPES | 9444491 | deangeli@setpes.es.gov.br |
| João Batista Zuccaratto | ABRAJET ES | | |
| Joêmio Camilo Filho | FACULDADE ESTÁCIO DE SÁ | | |
| José Carlos da Silva Fernandes | INFRAERO | | |
| Juan Carlos V. Astorga | FACULDADE ESTÁCIO DE SÁ | 21252577 | juancarlos@domingos.com.br |
| Maria Aparecida Javarini | UVV - Universidade Vila Velha | | |
| Maria das Graças Reis Costa | SMECT - GUARAPARI | | |
| Nérleo Caus Souza | SINDIHOTEIS | | |
| Osmar Alves do Nascimento | STCE - SERRA | | |
| Pedro Paulo Perim | SINDIHOTEIS | | |
| Rayna Silveiras Martins | FACULDADE ESTÁCIO DE SÁ | 88245187/3233-437 | rayna.hollander@msn.com |
| Ricardo Loppes | SETPES | | |
| Roberta Marcolano Picoli Martinelli | SETPES | | |
| Romildo Ruy | SINDETUR | | |
| Selba Délia Batista da Silva | SINDEGTUR/ES | | |
| Sérgio Wladimir Cazé dos Santos | INFRAERO | 3814-1144 | scaze@infraero.gov.br |

| Nome | Instituição | Telefone | E-mail |
|--------------------------------------|------------------------------|-----------|---------------------------------------|
| Ademar Antônio Bragatto | FINDES | | |
| Ana Carolina dos Santos | SEDURB | | |
| Andréa Vieira Milholo das Neves | SINDBARES | | |
| Antônio Cesar de Andrade | FCDL | | |
| Cecília Milanez Milaneze | UBRAFE | | |
| Cláudio José Assis Cardoso | ABEOC/ES | | |
| Eduardo Correa da Silva | ABLA/ES | | |
| Elvio Sartorio | DER | | |
| Glauco Fernando Ferrer | UBRAFE | | |
| Gutman Uchôa de Mendonça | SESC | | |
| Haroldo Olivio Marcellini Massa | FINDES | | |
| Helione Bacovis lobo Leite | CONFENEN /ES | | |
| Ilson Milanez | ABEOC/ES | | |
| Jaqueline Mello | ABLA/ES | | |
| Jorge D'Avila Saiter | AGROTURES | | |
| Jovia Silveira | DER | | |
| Katia Peterle Camargos | IRI | 3334 5919 | kcamargos@findes.org.br |
| Leandro Carnielli | AGROTURES | | |
| Luzia Toledo | ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ES | | |
| Maely Guilherme Botelho Coelho | ESCVB | | |
| Marcelo Torres Bethônico | SESC | | |
| Maria Aparecida Javarini Bittencourt | CONFENEN /ES | | |
| Maria Goretti Totola | ABBTUR/ES | | |
| Neivaldo Bragato | SETOP | | |
| Nérleo Caus Souza | ABIH/ES | | |
| Odeildo Ribeiro dos Santos | FETTHEES | 9984-1032 | Santa Helena 24.01. em - 57 |
| Paulo Nascimento | FETTHEES | | |
| Paulo Renato Fonseca Junior | ADETUR | 3324-8878 | Presidente ADOTM METROPOLITANA com 31 |
| Pedro Paulo Perim | ESCVB | | |
| Pedro Paulo Perim | ABIH/ES | | |
| Shayenne Casagrande Rocha | ADETUR | | |
| Ubirajara Correa Nascimento | ABBTUR/ES / Sebrae - ES | 21315 201 | Ubirajara. nascimento@od.com.br |
| Viviane Gaudio Moraes | IRI | | |
| Wilson Salles | FCDL | | |
| Wilson Vettorazzo Calil | SINDBARES | | |

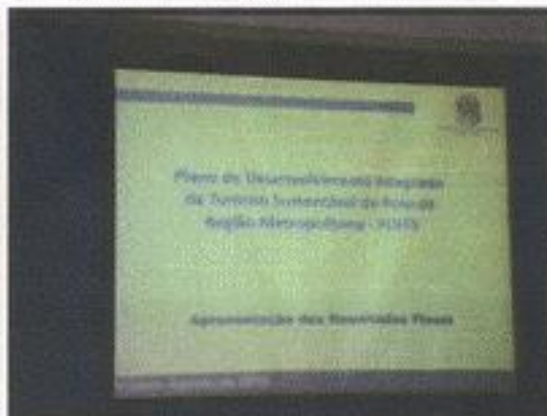
| Nome | Instituição | Telefone | E-mail |
|---------------------------|-------------------|----------------------|---|
| João Manoel Azeredo | SMECT - GUARAPARI | 3262-8759 | SELTUR@GUARAPARI-ES.GOV.BR |
| Claudio Ferreira da Silva | SMECT - GUARAPARI | 3262-8759 | " " " " |
| Marina Neiva Dias | HTUR | 61-2023-7289 | marina.dias@turismo.GOV.BR |
| Luciana Faria | Agnes | 3636-8558 | Luciana.faria@aderec.es.gov.br |
| Felipe Borges | SECT | 3636-8011 | |
| Felipe Ronaldo | IGE | 9232-0912 | feliperuiznologia@yahoo.com.br |

| Nome | Instituição | Telefone | E-mail |
|------------------------------------|-------------------|--------------|--|
| Adézio Lima | SMT - Vitória | | |
| Adriani Serpa | SMECT - GUARAPARI | | |
| Alexandre Wernersbach Neves | CDV | | |
| Anderson Fioreti de Menezes | CDV | | |
| Anna Lucia Lemos Saiter | SEC | | |
| Antonio Ramos Barbosa | SMCT - VILA VELHA | | |
| Ariella Rocha | SETUR | 3636.8022 | ariella.coutinho@turismo.es.gov.br |
| Carmelia Jaira da Costa e Silva | SMECT - GUARAPARI | | |
| Christiane Wigneron Gimenes | SEC | | CWigneron |
| Dayse M ^a O. Lemos | SEC | | |
| Edmar Zouain Campos | SMECT - GUARAPARI | | |
| Elizabeth Benavides | SETUR | | |
| Emilia Zouain | FGV | 34883594 | |
| Fabiane Passamani Mariano | SMCET - VIANA | | |
| Felipe Tasca | SMECT - GUARAPARI | | |
| Flavia Cysne | SETUR | | |
| José Antônio Caliman | SMCT - VILA VELHA | | |
| José Policarpo | SDET - CARIACICA | 99605659 | jpolicarpo@representacaoespiro.santospm.gov.br |
| Jovan Augusto Demoner | SMT - Vitória | | |
| Karoline Campolim | SETUR | 3636.8006 | Karoline.campolim@turismo.es.gov.br |
| Leandro Tononi | SMT - Vitória | 3235-2253 | LDTONONI@VITORIA-ES.GOV.BR |
| Marcel Levi | FGV | 021-37975715 | marcel.levi@fgv.br |
| Márcia Abrahão | SETUR | 99320300 | Marcia.Abrao@turismo.es.gov.br |
| Maria Aparecida Gonçalves | SETUR | | |
| Maria Aparecida Tononi Dalarmelina | SETUR | | |
| Milton dos Santos Filho | SMT - FUNDÃO | | |
| Pedro Gilson Rigo | SDET - CARIACICA | | |
| Rafael Correa | SMCET - VIANA | | |
| Renato Cintra | SMCT - VILA VELHA | | |
| Rodrigo Poltronieri | SMCET - VIANA | 3255 4496 | Rodrigo.poltronieri@turismo.es.gov.br |
| Ronny | SETUR | | |
| Silvio Roberto Ramos | CDV | | |
| Sônia Cléia Damasceno | SMT - FUNDÃO | | |
| Valeria Campos Mariano | SMT - Vitória | | |

PRODETUR ESPÍRITO SANTO

3ª Oficina

Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS Pólo Região Metropolitana



3. Justificativa / validação da área turística

Neste tópico do trabalho se procede com a avaliação dos segmentos identificados como prioritários e dos atrativos identificados como turísticos ou com potencial turístico. Na realidade, espera-se poder realizar esta hierarquização a luz de tudo o que já foi diagnosticado e analisado nos itens anteriores. Sendo assim, inicialmente será analisado os segmentos que serão priorizados no desenho do Plano e deverão ser refletidos nas estratégias no próximo capítulo e, em seguida, serão analisados os atrativos que deverão compor o quadro de investimentos do município.

3.1 Priorização dos Segmentos Turísticos

No caso dos segmentos a serem priorizados para o desenvolvimento da política pública de turismo no Pólo da Região Metropolitana, foram levados em consideração cinco fatores:

- **Demanda atual:** este fator avalia se o segmento já é responsável atualmente pela demanda turística na região de acordo com as pesquisas da Secretaria de Turismo/Governo do Estado;
- **Demanda potencial:** este fator analisa qual a capacidade que o segmento possui de atrair novos turistas ao destino, a partir do Plano Cores do Brasil e da avaliação técnica dos principais mercados emissores;
- **Adequação ao perfil do município:** este fator avalia se o segmento em questão está alinhado com as atividades econômicas atualmente desenvolvidas nos municípios do polo, reforçando o caráter transversal do turismo na região;
- **Capacidade de complementaridade com outros segmentos:** este fator analisa a capacidade em se trabalhar mais de um segmento como parte de uma estratégia de complementação de atrativos e diversificação da oferta turística;
- **Adequação ao posicionamento turístico desejado pelo município:** este fator analisa se o segmento em questão está alinhado com a imagem que o destino deseja projetar de seus produtos no mercado atual e potencial.

Para cada um desses fatores foram atribuídas notas que variaram de 0 a 3, conforme tabela apresentada na sequência.

Quadro 08 – Valoração por Fatores de hierarquização – Segmentos Turísticos

| Fator Avaliado | Nota 0 | Nota 1 | Nota 2 | Nota 3 |
|---|--|--|--|--|
| Fator 01: Demanda Atual | Principal motivação de 0 a 5% dos turistas | Principal motivação de 6 a 10% dos turistas | Principal motivação de 11 a 15% dos turistas | Principal motivação de mais de 15% dos turistas |
| Fator 02: Demanda Potencial | Segmento sem capacidade de atração de turistas | Segmento com baixa capacidade de atração de turistas | Segmento com boa capacidade de atração de turistas | Segmento com alta capacidade de atração de turistas |
| Fator 03: Adequação ao Perfil do Município | Não existe relação entre o segmento e o perfil econômico da região | Existe uma relação fraca entre o segmento e o perfil econômico da região | Existe uma boa relação com o perfil econômico da região | Existe uma relação forte com as principais atividades econômicas da região |
| Fator 04: Capacidade de complementaridade | Não é possível criar estratégia conjunta com outro segmento | Segmento que depende de outro para se viabilizar | Segmento que pode ser viável só mas ganha quando associado a outro | A estratégia conjunta fortalecerá os segmentos trabalhados |
| Fator 05: Adequação ao posicionamento desejado | Não é o posicionamento turístico desejado | Não é o posicionamento desejado, mas é o posicionamento atual | Pode ser uma imagem secundária, mas não é o posicionamento principal | Corresponde à imagem que o município deseja projetar |

Fonte: Elaborado pela FGV.

A partir destes elementos os segmentos foram avaliados e as notas foram atribuídas seguindo o escalonamento apresentado acima. Desta forma, montou-se a tabela abaixo com as notas atribuídas aos diversos segmentos identificados no destino.

Para finalizar a análise da priorização dos segmentos, foi atribuído peso 2 aos fatores 1 e 5 (Demanda atual e Adequação ao posicionamento desejado, respectivamente) por se entender que esses fatores são mais relevante à escolha dos segmentos a serem priorizados. Desta forma, os segmentos foram classificados e hierarquizados a partir da soma das notas atribuídas a cada fator após aplicado os pesos definidos.

Tabela 48 – Avaliação dos segmentos segundo os fatores de avaliação

| Segmento Avaliado | Fator 01 | Fator 02 | Fator 03 | Fator 04 | Fator 05 | Pontuação |
|---------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------|
| Negócios e Eventos | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| Náutico | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 15 |
| Cultural | 1 | 2 | 1 | 3 | 2 | 12 |
| Esportes/Aventura | 0 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| Sol e Praia | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| Rural | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 09 |
| Ecoturismo | 1 | 2 | 3 | 3 | 1 | 12 |

Fonte: Elaborado pela FGV.

Sendo assim, o gráfico abaixo apresenta a ordem dos segmentos a serem hierarquizados no desenvolvimento da política pública de turismo local e das estratégias para implementação das mesmas.

A partir dos resultados pode-se concluir que os segmentos de Negócios e Eventos e Sol e Praia são os de maior relevância no destino, e também são os que apresentam maior potencial de

dinamização da atividade na área turística. Estes dois segmentos devem ser priorizados no desenvolvimento das estratégias e da Política Pública de Turismo para o Polo da Região Metropolitana, trabalhando em conjunto com os segmentos de Turismo Náutico, Cultural e Ecoturismo, que apresentaram bom potencial para o desenvolvimento na região.

A tabela abaixo apresenta os principais desafios à estruturação e consolidação dos segmentos apontados como principais neste estudo.

Quadro 09 – Resultados da hierarquização dos segmentos

| Segmento | Situação Atual x Situação Desejada | Prioridades de Investimento |
|--------------------|---|--|
| Negócios e Eventos | <ul style="list-style-type: none"> •Atualmente é o segmento que mais atrai turistas ao destino e o de maior demanda potencial por se tratar de um segmento em crescimento em todo o Brasil. •Este segmento também está completamente alinhado com o perfil do município que destaca-se na região como polo de negócios sobretudo pela sua posição estratégica no setores de Petróleo e Mármore e Granitos, além de possuir uma importante estrutura portuária. •É o segmento que historicamente atrai os turistas com maior potencial de gastos e maior gasto médio diário, além de ter uma excelente capacidade de se complementar com outros segmentos, oferecendo ao seu turista opções para aliar as atividades profissionais às atividades de lazer. •Uma outra característica importante deste setor no pólo da Região Metropolitana é seu caráter regular ao longo do ano, servindo como uma importante ferramenta para amenizar os problemas da sazonalidade do segmento de sol e praia. •De acordo com a SETUR/ES este é o segmento que deve ser priorizado para a formação da imagem do destino. | <ul style="list-style-type: none"> •Investimento em estudos e pesquisas que apontem com maior precisão o perfil do turista atual e o real tamanho deste mercado no polo; •Investimento em captação de eventos e promoção do destino sobretudo em feiras nacionais e internacionais, sobretudo para os mercados nacional e regional; •Investimento no fortalecimento institucional das entidades do setor com atuação no município; •Investimento na infraestrutura de eventos com construção de Centro de Eventos/Convenções com capacidade de realizar eventos, feiras e exposições de grande porte e relevo internacional. |
| Sol e Praia | <ul style="list-style-type: none"> •Atualmente é, junto com o segmento de Negócios e Eventos, o que mais atrai turistas para o pólo, sobretudo em função das belas praias do litoral localizadas nos municípios de Serra, Vitória, Vila Velha e Guarapari. •Apesar de ser um importante segmento na atração de turistas, é justamente neste segmento que o Governo Estadual vêm tentando desenvolver estratégias para modificar o perfil do turista que atualmente se desloca até o pólo, sobretudo em função de dois problemas principais: (i) alto índice de turistas de segunda residência, ou que se hospeda em casa de parentes e amigos ou que aluga residências por temporada e não utiliza os serviços e equipamentos turísticos; e (ii) a alta sazonalidade natural do segmento que gera grandes fluxos de | <ul style="list-style-type: none"> •Investimento em estudos e pesquisas que apontem com maior precisão o perfil do turista atual e o real tamanho deste mercado no polo; •Investimentos na urbanização de Orlas ao longo do litoral, disciplinando o uso das áreas públicas e provendo os espaços urbanos de equipamentos e serviços públicos para os usuários; •Investimento no desenvolvimento de estudos associados ao uso sustentável dos atrativos naturais, tais como capacidade de carga, balneabilidade e fatores de proteção ambiental; •Investimento nos sistemas de |

| Segmento | Situação Atual x Situação Desejada | Prioridades de Investimento |
|----------|--|--|
| | <p>pessoas em curtos períodos do ano e causa muitos problemas de ordem urbana e ambiental.</p> <ul style="list-style-type: none"> •Existe um grande potencial para desenvolver este segmento em bases sustentáveis e também diversificar a oferta, desconcentrando os fluxos que atualmente se localizam muito na região de Guarapari. •De acordo com a SETUR/ES este é o segmento que deve ser priorizado para a formação da imagem do destino. | <p>esgotamento para ampliação da coleta e do tratamento dos esgotos evitando a contaminação das praias e dos atrativos naturais.</p> |

Fonte: Elaborado pela FGV.

3.2 Priorização dos Atrativos Turísticos

Da mesma forma que os segmentos foram priorizados, os atrativos apontados com potencial turístico passaram pelo mesmo processo, porém utilizando-se de fatores diferentes. No caso dos atrativos, como o segmento de negócios e eventos não possui atrativos a serem hierarquizados, serão avaliados para fins de hierarquização os atrativos naturais e culturais que foram analisados no item da oferta. Importante ressaltar que neste tópico serão hierarquizados os atrativos, finalizando o processo de identificação e análise da importância dos atrativos na região.

Os fatores utilizados na hierarquização dos segmentos estão apresentados a seguir:

- **Singularidade do atrativo:** este fator analisa o caráter singular, único, que cada atrativo possui. Este fator deverá indicar quais os atrativos mais diferenciados em relação ao conjunto;
- **Condições de acesso ao atrativo:** este fator irá analisar como está as condições de acesso até o atrativo e como estão as condições de locomoção dentro do atrativo;
- **Condições de infraestrutura:** este fator analisa se existem no atrativo infraestruturas para bem receber o turista e tornar sua experiência agradável e singular;
- **Nível de uso atual:** este fator analisa a demanda atual pelo atrativo.
- **Nível de uso potencial:** este fator analisa a capacidade do atrativo em atrair potenciais turistas;
- **Condições físicas e de serviços básicos do atrativo:** este fator analisa como está o atrativo em relação à sua estrutura de conservação. Neste fator leva-se em consideração a existência de mobiliário público e as condições dos serviços básicos apresentadas pelo atrativo
- **Arranjo institucional e legal:** este fator analisa a questão da gestão e manutenção dos atrativos.

A partir da definição dos fatores de avaliação, foi montada a matriz de avaliação para os atrativos turísticos. Esses fatores deverão ser aplicados a todos os atrativos de forma a priorizar os investimentos necessários ao desenvolvimento da atividade turística.

Quadro 10 – Valoração por Fatores de hierarquização – Atrativos Turísticos

| Fator Avaliado | Nota 0 | Nota 1 | Nota 2 | Nota 3 |
|---|---|--|---|--|
| Fator Singularidade do Atrativo 01: | Atrativo sem nenhuma característica singular | Atrativo com pequena singularidade | Atrativo de grande singularidade | Atrativo de alta singularidade e apelo turístico |
| Fator Condições acesso 02: | Acesso difícil sem via asfaltada e em condições precárias | Acesso sem via asfaltada mas em boas condições | Acesso em via asfaltada em condições precárias | Acesso em via asfaltada em boas condições |
| Fator Condições infraestrutura 03: | Não possui centro de recepção de visitantes, lojas e equipamentos (bar/restaurante) e estacionamento | Não possui centro de visitantes mas possui equipamentos (bar/restaurante) e estacionamento | Possui centro de recepção de turistas e estacionamento mas não possui lojas e equipamentos | Possui centro de recepção de visitantes, possui lojas e equipamentos e estacionamento |
| Fator 04: Nível de uso atual | Atrativo não tem visitação atualmente | Atrativo possui pouca visitação atualmente | Atrativo bastante visitado atualmente | Principal atrativo em número de visitação atual |
| Fator 05: Nível de Uso potencial | Atrativo sem potencial de atração de turistas | Atrativo com potencial de atração mas com pouca capacidade de uso | Atrativo com alto potencial de atração de turistas e com boa capacidade de uso | Atrativo com alto potencial de atração de turistas e com estudo de capacidade de carga |
| Fator Condições físicas e serviços básicos 06: | Atrativo sem fornecimento de água, arruamento interno, ligação com sistema de esgoto e iluminação pública | Atrativos com fornecimento de água, mas sem arruamento interno, sem ligação com sistema de esgoto e sem iluminação pública | Atrativo com fornecimento de água e arruamento interno, mas sem ligação ao esgotamento sanitário e sem iluminação pública | Atrativo com fornecimento de água, arruamento interno, ligação ao esgotamento sanitário e iluminação pública |
| Fator 07: Arranjo institucional e legal | Atrativo sem marco legal instituído e sem plano de manejo e plano de gestão e manutenção | Atrativo com marco legal instituído, mas sem plano de manejo e plano de gestão e manutenção | Atrativo com marco legal instituído e com plano de manejo mas sem plano de gestão e manutenção | Atrativo com marco legal instituído e com planos de manejo e de gestão e manutenção |

Fonte: Elaborado pela FGV.

A partir destes elementos os atrativos foram avaliados e as notas foram atribuídas seguindo o escalonamento apresentado acima. Desta forma, montou-se a tabela abaixo com as notas atribuídas aos diversos segmentos identificados no destino.

Para finalizar a análise da priorização dos atrativos, foi atribuído peso 2 aos fatores 1, 2 e 4 (Singularidade do atrativo, condições de acesso e Nível de uso atual, respectivamente) por se entender que esses fatores são mais relevante à escolha dos atrativos a serem priorizados. Desta forma, os atrativos foram classificados e hierarquizados a partir da soma das notas atribuídas a cada fator após aplicado os pesos definidos. Sendo assim, a tabela abaixo apresenta a ordem dos segmentos a serem hierarquizados no desenvolvimento da política pública de turismo local e das estratégias para implementação das mesmas.

Tabela 49 – Avaliação dos atrativos segundo os fatores de avaliação

| Atrativos Avaliados | Fator 01 | Fator 02 | Fator 03 | Fator 04 | Fator 05 | Fator 06 | Fator 07 | Nota final dos atrativos |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|--------------------------|
| Curva da Jurema | 1 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 17 |
| Catedral Metropolitana de Vitória | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 22 |
| Convento e Igreja de Nossa Senhora do Carmo | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 16 |
| Convento de São Francisco | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 19 |
| Igreja de São Gonçalo | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 16 |
| Theatro Carlos Gomes | 2 | 3 | 2 | 0 | 1 | 2 | 1 | 16 |
| Museu de Artes do Espírito Santo (MAES) | 1 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 2 | 19 |
| Panelleiras de Goiabeiras | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 22 |
| Convento da Penha | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 29 |
| Museu Ferroviário de Vila Velha | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 20 |
| Fábrica de Chocolate Garoto | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 27 |
| Praias da Costa, Itapoã e Itaparica | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 21 |
| Praia dos Namorados, Castanheiras e Areia Preta | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 21 |
| Praia de Meaípe | 2 | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 18 |
| Canal de Guarapari | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 24 |
| Mochuara | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 21 |
| Parque Municipal de Goiapaba-Açu | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 24 |
| Balneário de Praia Grande | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 19 |
| Balneário de Manguinhos | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 15 |
| Igreja e Residência dos Reis Magos | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 23 |
| Estação Ferroviária de Viana | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 23 |
| Casa da Cultura de Viana | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 20 |

Fonte: Elaborado pela FGV.

Em função dos fatores de avaliação e da hierarquização dos atrativos aplicada, é possível verificar que o Convento da Penha, a visitação à Fábrica de Chocolate Garoto, a Orla do Canal de Guarapari e o Parque de Goiapaba-Açu devem ser priorizados na formatação da estratégia de desenvolvimento do turismo local, inclusive na estruturação de material promocional. É possível verificar no gráfico abaixo que além desses atrativos também alcançaram nota superior a 20 pontos (em um total de 30) os seguintes atrativos: (i) Igreja e Residência dos Reis Magos; (ii) Estação Ferroviária de Viana (de onde parte o “Trem das Montanhas”); (iii) Catedral Metropolitana de Vitória; (iv) Panelleiras de Goiabeiras; (v) Mochuara e (vi) Praias da Costa, Itapoã e Itaparica e as Praia dos Namorados, Castanheiras e Areia Preta.

Por fim é importante ressaltar que dois dos principais segmentos hierarquizados no item anterior, Turismo de Negócios e Eventos e Turismo Náutico, não possuem atrativos a serem hierarquizados, mas ambos os segmentos se beneficiam bastante da estruturação destes segmentos naturais e culturais ora hierarquizados. A importância destes dois segmentos no contexto do desenvolvimento da atividade turística no Polo da Região Metropolitana será evidenciada na formulação das estratégias do pólo.

4. Estratégia de Desenvolvimento Turístico do Polo da Região Metropolitana do Espírito Santo

Este capítulo apresenta a estratégia para o desenvolvimento sustentável do turismo no Pólo da Região Metropolitana do Espírito Santo (Pólo da Região Metropolitana) no âmbito do PRODETUR NACIONAL ESPÍRITO SANTO. Nesse sentido, é preciso ressaltar que esta estratégia foi alinhada e concebida levando em conta os principais pontos do Plano Estadual de Turismo do Espírito Santo e do PRODETUR NACIONAL, ou seja: (1) consolidar destinos turísticos já amadurecidos que precisam ser aprimorados; (2) transformar o estado em um destino mais competitivo nos mercados regional, nacional e internacional; (3) fomentar a ampliação espacial dos destinos turísticos do estado, visando a interiorização e desconcentração da atividade; e (4) assumir o turismo como alavanca para o desenvolvimento, potencializando o desempenho da atividade e a criação de um ambiente adequado e atrativo para investimentos privados nacionais e internacionais.

Neste processo, dois pontos adquirem maior relevância. Primeiro, assume-se que o estado emerge como protagonista deste processo cabendo a este: (1) direcionar as políticas públicas para as áreas social e de infra-estrutura de forma a buscar uma padrão sustentável de desenvolvimento; (2) estimular o desenvolvimento dos serviços e empreendimentos privados com o objetivo de incrementar a renda, o nível de emprego e a qualidade de vida dos residentes nos locais turísticos em questão; e (3) coordenar e disseminar ações e hábitos de preservação do patrimônio ambiental, histórico e cultural (importante diferencial das localidades e produtos turísticos).

Segundo, a reflexão sobre a atividade turística demanda um envolvimento de toda a sociedade, tornando-se imprescindível a interatividade entre governo, empresários e a sociedade civil. Essa interatividade deve ser viabilizada por meio de mecanismos provenientes da parceria público-privada, visando o desenvolvimento do turismo, em consonância com a tendência mundial no setor. Assim, buscou-se o planejamento participativo, contando com representantes dos setores público e privado, incluindo as organizações sociais.

A participação comunitária acontecerá por meio do Conselho Estadual de Turismo citado no Arranjo Institucional, o qual terá atribuições de assessoria no acompanhamento e fiscalização das ações previstas. O objetivo da participação do Fórum no PRODETUR Nacional Espírito Santo é tornar mais transparente as relações entre os profissionais responsáveis e a comunidade, enfrentando problemas conjuntamente e tomando decisões que reduzam os riscos de erro, uma vez que une pontos de vista da equipe técnica com os da população beneficiada. Além disso, a presença do fórum deve assegurar que as atividades foram programadas e realizadas de acordo com os objetivos estabelecidos, a longo prazo.

Essa instituição é importante por configurar-se o principal instrumento de descentralização das ações definidas no Plano Nacional do Turismo. É o elo entre o Governo Federal e os destinos turísticos, sendo o responsável por avaliar e ordenar as demandas do Estado, das Regiões Turísticas e de seus municípios.

É importante ressaltar que boa parte dos municípios do Pólo não possuem uma Secretaria Municipal de Turismo em separado. A situação atual é que as secretarias municipais aglomeram: Secretaria Municipal de Cultura, Esporte, Lazer, Turismo.

O diagnóstico estratégico contemplou as seguintes análises da área e das suas atividades turísticas: (1) demanda turística atual do Espírito Santo; (2) demanda turística potencial; (3) atrativos turísticos dos municípios do pólo; (4) equipamentos e serviços turísticos existentes no pólo; (5) capacitação de mão-de-obra para o turismo; (6) infra-estrutura básica e dos serviços gerais; (7) análise social dos municípios do pólo (envolvendo os sistemas de abastecimento de água, de esgotamento sanitários, de limpeza urbana e disposição de resíduos sólidos, de drenagem pluvial, e de saúde); e (8) análise dos aspectos socioambientais.

A compilação dos dados da seção anterior permitiu a realização da atividade de diagnóstico estratégico da área turística selecionada e de sua área de influência. A metodologia utilizada para a análise dos dados compreendeu três etapas: (1) a construção do modelo de análise SWOT; (2) a validação dos resultados pelas Jornadas Participativas; e (3) a definição das grandes linhas norteadoras estratégicas.

Após o diagnóstico estratégico, foram definidas as prioridades de desenvolvimento da atividade turística para o Pólo Região Metropolitana de forma a estabelecer as grandes linhas de ação necessárias para que os objetivos sejam alcançados durante o período de vigência deste PDITS.

Para alcançar os objetivos propostos para o pólo, a estratégia central do Pólo Região Metropolitana consiste em diversificar a oferta turística consolidando os segmentos de turismo de negócios e eventos, náutico e de sol e praia, agregando a estes o segmento de turismo cultural, e promovendo um novo posicionamento do destino Espírito Santo, apresentando um destino plural, com fácil acesso a partir do principal portão de entrada, a cidade de Vitória.

Esta estratégia está alinhada com os objetivos propostos para o desenvolvimento do pólo e, com base no diagnóstico realizado e nas áreas críticas de intervenção, foram traçadas estratégias que determinaram as prioridades de desenvolvimento da atividade turística considerando os cinco componentes do PDITS. Ou seja, buscando: (1) o posicionamento turístico desejável para a área e as estratégias de comercialização necessárias para sua consolidação; (2) as linhas de produto e os segmentos de turismo nos quais é necessário concentrar esforços; (3) as infraestruturas e os serviços básicos requeridos; (4) o quadro institucional, com especial ênfase no apoio ao investimento turístico e ao fortalecimento da gestão pública do turismo no nível local; e (5) as diretrizes socioambientais requeridas para preservar os ativos naturais e patrimoniais da área durante o desenvolvimento da atividade turística.

Sendo assim, o quadro abaixo apresenta estas estratégias e sua correlação com os objetivos propostos nesse plano para o Polo da Região Metropolitana de Vitória.

Quadro 11 – Relação entre os objetivos do PDITS e as Estratégias de Ação

| COMPONENTE | ESTRATÉGIAS | OBJETIVOS DO POLO DA REGIÃO METROPOLITANA | | |
|--|---|---|---|---|
| | | Aumento do tempo de permanência média dos turistas no pólo | Mudança do perfil do turista de sol e praia do pólo | Aumento do gasto médio diário dos turistas no Polo |
| ESTRATÉGIA DO PRODUTO TURÍSTICO | Estratégia 1: Consolidar os segmentos atuais principais; | Melhorar as condições dos atrativos nos segmentos atuais permitirá ao turista permanecer mais tempo no destino para conhecer uma maior quantidade de atrativos estruturados. | A consolidação do destino como referência nos segmentos atuais permitirá a atração de um perfil de turista diferenciado, que busque o lazer e use os serviços e equipamentos turísticos do pólo | O aumento das opções de entretenimento do turista no pólo aumenta a perspectiva de gastos |
| | Estratégia 2: Qualificar o destino e ampliar a oferta de produtos turísticos. | Ampliar a oferta dos atrativos nos segmentos atuais diversificará a oferta de opções ao turista, que poderá permanecer mais tempo no destino para conhecer mais atrativos | A diversificação da oferta turística e o aumento da qualidade da prestação dos serviços turísticos serão fundamentais para atrair um perfil diferenciado de turista para o polo | A qualificação dos profissionais do setor é fundamental para melhorar a experiência do turista no destino e assim ampliar seus gastos médios |
| ESTRATÉGIA DA COMERCIALIZAÇÃO | Estratégia 1: Trabalhar o posicionamento de mercado a partir dos segmentos atuais e potenciais; | A promoção do destino focado nos segmentos atuais e potenciais e dirigida ao público correto aumentará a permanência média dos turistas que se deslocam ao destino por alinhar a expectativa do cliente prospectado com a oferta turística do Polo | O correto posicionamento de mercado junto ao público consumidor e operadores de viagem é determinante para afastar os turistas atuais (de massa e veranistas) e atrair os turistas desejados (que utilizem os equipamentos turísticos e de lazer) | A promoção do destino em mercados mais direcionados e com a atração de turistas de maior poder aquisitivo levarão ao aumento dos gastos médios no pólo. |
| | Estratégia 2: Implantar promoção direcionada para fortalecimento da atividade turística no polo | A promoção direcionada à atração de investimentos no setor de turismo é fundamental para a diversificação da oferta turística e melhoria da qualidade do serviço ofertado, aumentando a imagem positiva do destino e, por consequência, melhorando a experiência do turista, que permanecerá mais tempo no pólo | A ampliação da oferta de serviços e equipamentos turísticos contribuirá na diversificação de perfis de turistas que visitarão o pólo, ajudando assim na atração de novos turistas com perfil mais apropriado ao pólo | O aumento da oferta de serviços e equipamentos turísticos por si só já é capaz de aumentar o gasto diário do turista, através de uma maior quantidade de opções de entretenimento no pólo |
| FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL | Estratégia 1: Fortalecer o sistema de informações do destino | Os investimentos na estruturação de sistema de informações no destino não trarão benefícios diretos no aumento do gasto médio diário dos turistas, mas serão fundamentais para o poder | Para conhecer melhor o turista que atualmente se desloca ao pólo e principalmente para verificar se este perfil está se alterando a partir da | O sistema de informações será capaz de identificar a composição dos gastos dos turistas e apontar em que |

| COMPONENTE | ESTRATÉGIAS | OBJETIVOS DO POLO DA REGIÃO METROPOLITANA | | |
|--|--|--|--|--|
| | | Aumento do tempo de permanência média dos turistas no pólo | Mudança do perfil do turista de sol e praia do pólo | Aumento do gasto médio diário dos turistas no Polo |
| | | público realizar o planejamento da atividade como um todo. | implementação das estratégias Estaduais é necessário se estruturar um sistema de informações permanente | segmento os turistas ainda estão gastando pouco, incrementando ações e oferta turística para incentivar o aumento do gasto médio |
| | Estratégia 2: Fortalecer a estrutura de governança pública do setor de turismo | As entidades do trade turístico são peça fundamental para o melhor funcionamento do setor e para ampliação dos benefícios da atividade. Entidades mais fortalecidas ajudarão na manutenção de um bom nível de prestação de serviços, na inovação da oferta e na diversificação de opções de serviços, o que ajudará a aumentar o gasto médio e o tempo de permanência no destino, além de também auxiliar na atração de um perfil de turista diferenciado. | | |
| INFRAESTRUTURA GERAL E SERVIÇOS BÁSICOS | Estratégia 1: Ampliar a oferta de infraestrutura geral e serviços básicos no pólo; | A experiência do turista no seu destino é determinada não apenas pela qualidade do serviço prestado e pelo grau de encantamento com os atrativos locais, mas também pela sua interação com o local de destino. Uma vez no destino, o turista passa a interagir com o meio local usufruindo de sua infraestrutura básica, sendo necessário que a rede coletora de esgoto esteja implementada, não existam falhas no fornecimento de energia e água, nem pontos de visitação impedidos de serem apreciados em função de alagamentos. A melhoria na oferta de infraestrutura básica e serviços gerais permitirá ao turista prolongar sua estadia e gastar mais no pólo. | | |
| | Estratégia 2: Ampliar a disponibilidade de acessos aos atrativos do pólo | O turismo é uma atividade que apenas se realiza no local a ser visitado, isto significa que para desfrutar da experiência o turista precisa conseguir chegar até os atrativos de forma satisfatória. Ampliação da capacidade do aeroporto, fortalecimento das linhas intermunicipais, estradas com acesso fácil aos atrativos são itens fundamentais para que o turista possa conhecer mais atrativos, aumentando seu tempo de permanência e seus gastos no local. | | |
| GESTÃO AMBIENTAL | Estratégia 1: Estruturar o sistema de gestão ambiental do pólo | A estruturação do sistema de gestão ambiental auxiliará na conservação do patrimônio natural de uso turístico e será fundamental para a sustentabilidade da atividade turística no pólo, reduzindo os danos ambientais e determinando medidas mitigadoras e/ou compensatórias. Este sistema é de extrema importância no destino que se posiciona com o segmento de Sol e Praia como um dos principais e ainda apresenta o Turismo Náutico como potencial. | | |
| | Estratégia 2: Ampliar a oferta de áreas naturais com uso turístico | A estruturação de áreas naturais para uso turístico diversificará a oferta turística, o que ampliará a possibilidade de aumento de tempo de permanência do turista no pólo. | A oferta de áreas naturais como atrativos turísticos ajudará na mudança do perfil atual do turista de massa que aluga casas de veraneio e praticamente não se desloca pelo pólo. | O efeito de aumento de gastos no destino existirá em função da ampliação da oferta de atrativos turísticos. |

Fonte: Elaborado pela FGV, 2010.

5. Plano de Ação

Concluídas as fases de diagnóstico, definição dos objetivos e estratégias para o Pólo da Região Metropolitana, cumpre agora o desenvolvimento do Plano de Ação que norteará a implementação dos investimentos necessários ao desenvolvimento do pólo de forma a atingir os objetivos elencados para a implementação das Estratégias definidas.

O Plano de Ação apresenta uma visão geral do conjunto de atividades e projetos de investimento a serem realizados para consecução das estratégias e alcance dos objetivos determinados pelo diagnóstico, independentemente da fonte de financiamento a ser mobilizada e das entidades por eles responsáveis.

A construção deste plano de ação segue uma lógica para apresentação de “uma visão geral do conjunto de atividades e projetos de investimentos a serem realizados para o alcance dos objetivos de desenvolvimento do turismo sustentável, independentemente da fonte de financiamento a ser mobilizada e das entidades por eles responsáveis” conforme Regulamento Operacional do PRODETUR NACIONAL, página 27.

Para consolidar o Pólo Região Metropolitana como destino turístico no Estado do Espírito Santo e atingir os objetivos definidos, os investimentos previstos estão agrupados a partir dos principais objetivos de cada componente do programa. Nas oficinas do PDITS foram levantadas as ações que devem ser executadas na região e elencadas as prioridades para a consolidação do pólo.

5.1 Visão Geral das Ações

COMPONENTE 1 – ESTRATÉGIA DO PRODUTO TURÍSTICO

JUSTIFICATIVA

A recuperação e a qualificação de áreas turísticas adquire relevância em função da crescente necessidade de incrementar o poder de competição dos produtos turísticos (novos e já existentes) por meio da reavaliação dos destinos e investimentos em estratégias de re-posicionamento de mercado nas modalidades específicas. No caso do Polo da Região Metropolitana é notório que os segmentos de sol e praia e negócios e eventos se destacam e são os grandes responsáveis pela atração de turistas, porém, ambos apresentam desafios a serem superados. No caso do segmento de sol e praia, os principais atrativos, as praias do litoral capixaba, estão sendo consumidos por um público que apresenta um perfil semelhante ao de residentes: alugam habitações por temporada e consomem produtos nos mercados locais, não gerando receitas turísticas no polo.

No caso do segmento de negócios e eventos, a principal dificuldade reside no fato de os espaços existentes para realização de eventos de médio e grande portes estarem operando em sua capacidade máxima instalada, e o destino já não pode mais ampliar o número de eventos pela falta de equipamentos. O turista de negócios e eventos pode consumir o segmento de sol e praia, quando tiver mais tempo para se deslocar pelo polo, ou mesmo ampliar sua estadia para conhecer o patrimônio histórico local.

Quadro 12 – Visão Geral das Ações do componente Estratégia do Produto Turístico no Polo Região Metropolitana de Vitória

| COMPONENTE 1: ESTRATÉGIA DO PRODUTO TURÍSTICO | | | | |
|---|---|--|---|---|
| ESTRATÉGIAS | AÇÃO | OBJETIVO DA AÇÃO | DESCRIÇÃO DA AÇÃO | PRODUTOS E RESULTADOS ESPERADOS |
| ESTRATÉGIA 1: CONSOLIDAR OS SEGMENTOS ATUAIS PRINCIPAIS; | Implantação de Sinalização Turística Rodoviária e Interpretativa | Facilitar o acesso e deslocamento do turista pelo pólo e ampliar a informação turística no destino | Desenvolvimento do projeto executivo e implementação da sinalização turística nas principais entradas da cidade e nos principais corredores urbanos, bem como placas interpretativas no principais atrativos turísticos | Sinalização turística rodoviária e interpretativa implementada |
| | Implantação da 1ª. Etapa do Centro de Convenções de Vitória | Dotar o pólo de espaço multiuso com capacidade de receber eventos internacionais de grande porte | Contratação das obras de construção do novo Centro de Convenções, contemplando a área de auditório e espaço para eventos (1ª. Etapa), bem como os equipamentos necessários à operação destes espaços. | Centro de convenções construído e equipado |
| | Reurbanização da Orla do Canal de Guarapari | Urbanizar e disciplinar o uso da região beira-rio de Guarapari | Implantação do projeto de reurbanização do canal da orla de Guarapari, implementando a área de circulação de pessoas, ciclovia, reordenamento de comércio local e dos passeios de escuna. | Orla do canal de Guarapari requalificada e com equipamentos urbanos implementados |
| | Captação de eventos e criação de visitas técnicas a outros destinos de referência turística | Melhorar a qualidade dos serviços prestados no segmento de negócios e eventos | Implementar um programa para captar eventos em conjunto com organismos locais como Vitória Convention Bureau e desenvolver a cultura de adoção de boas práticas de outros destinos competidores | Programa de captação de eventos implementado |

| COMPONENTE 1: ESTRATÉGIA DO PRODUTO TURÍSTICO | | | | |
|--|--|---|--|---|
| ESTRATÉGIAS | AÇÃO | OBJETIVO DA AÇÃO | DESCRIÇÃO DA AÇÃO | PRODUTOS E RESULTADOS ESPERADOS |
| ESTRATÉGIA 2: QUALIFICAR O DESTINO E AMPLIAR A OFERTA DE PRODUTOS TURÍSTICOS | Expansão do “Projeto Visitar” para toda a região. | Melhorar a qualidade dos serviços turístico no polo | Implementação de projeto de visitas guiadas em centros históricos e regiões de interesse turístico em todos os municípios do polo | Projeto visitar ampliado aos municípios do polo |
| | Capacitação Profissional e Empresarial para o pólo | Melhorar a prestação de serviços de turismo no pólo através da profissionalização do setor | Realização de diagnóstico das necessidades de capacitação empresarial e profissional nos diversos segmentos de atuação (hotelaria, restaurantes, agências e receptivos turísticos, etc) e realização dos treinamentos identificados como prioritários. | Empresários e profissionais do setor qualificados |
| | Expansão do selo de qualidade de atendimento ao turista integrado. | Estabelecer e certificar padrões de qualidade na prestação dos serviços no pólo | Implantação do selo de qualidade em estabelecimentos de todo o polo, normatizando a relação de atendimento ao turista. | Selo de qualidade implementado em todos os municípios do polo |
| | Reestruturação e revitalização dos patrimônios históricos. | Ampliar a opção de atrativos turísticos para se agregar aos segmentos de sol e praia, negócios e eventos e náutico. | Investimento na requalificação de patrimônios históricos nos centros urbanos dos municípios do polo | Patrimônios históricos requalificados |
| | Implementar o Projeto Turismo nas Escolas | Conscientizar os estudantes acerca da importância do turismo para o desenvolvimento da região | Conscientização dos estudantes sobre a importância da atividade turística e do aumento do número de turistas no polo. | Cursos e capacitações estruturadas e implementadas nas escolas. |
| | Melhorias paisagísticas nos atrativos turísticos | Qualificar os atrativos para melhorar a experiência do turista no destino | Tratamento paisagístico para as principais áreas de interesse turístico, reordenando corredores e vias de tráfego, áreas de entorno dos atrativos, orlas de praias, entre outras áreas turísticas. | Áreas turísticas requalificadas com tratamento paisagístico. |

COMPONENTE 2 – ESTRATÉGIA DA COMERCIALIZAÇÃO

JUSTIFICATIVA

A região compreendida no Polo possui um significativo diferencial competitivo ainda não explorado – e comunicado – em toda a sua potencialidade. Apesar de possuir roteiros estruturados e atualmente comercializados localmente, estes roteiros ainda permanecem desconhecidos do público em geral e até mesmo dos próprios turistas oriundos do Estado.

A necessidade de comercialização dos atrativos em escala nacional é latente, uma vez que o polo espera se destacar no cenário nacional de captação de eventos de médio e grande portes e pode usar todo o potencial dos segmentos sol e praia, cultural e náutico como diferencial neste processo de disputa pelos melhores e mais rentáveis eventos.

Ao mesmo tempo, a elaboração do plano de marketing e comercialização é fundamental para o desenvolvimento de uma estratégia de médio e longo prazos que direcionem os esforços e investimentos do Governo Estadual no sentido de priorizar a aplicação dos recursos públicos nos destinos prioritários e na estruturação dos atrativos mais competitivos, adequando a estratégia de atração de turistas regionais, nacionais e internacionais, à demanda pelos atrativos que possuem apelos regionais, nacionais e internacionais.

Quadro 13 – Visão Geral das Ações do componente Estratégia da Comercialização no Polo Região Metropolitana de Vitória

| COMPONENTE 2: ESTRATÉGIA DA COMERCIALIZAÇÃO | | | | |
|---|---|---|--|--|
| ESTRATÉGIAS | AÇÃO | OBJETIVO DA AÇÃO | DESCRIÇÃO DA AÇÃO | PRODUTOS E RESULTADOS ESPERADOS |
| ESTRATÉGIA 1: TRABALHAR O POSICIONAMENTO DE MERCADO A PARTIR DOS SEGMENTOS ATUAIS E POTENCIAIS | Elaboração de um plano de marketing integrado. | Construir uma estratégia de marketing para o pólo | Desenvolver o Plano de Marketing e comercialização abordando a questão do posicionamento de mercado, imagem a ser projetada do destino, mercados atuais e potenciais, mercados prioritário e secundários e ações de marketing e comercialização a serem adotadas pelo governo municipal. | Plano de Marketing elaborado |
| | Implantação das ações do Plano de Marketing | Implantar as ações indicadas no plano de marketing | Implantação das ações sugeridas no plano de marketing. | Ações de marketing e comercialização implementadas. |
| | Elaboração e manutenção de um portal na internet de turismo para o Polo da Região Metropolitana | Divulgar em mídias alternativas o destino Polo da Região Metropolitana de Vitória | Estruturação de website que agrupe informações de interesse turística, tais como atrativos, serviços e equipamentos turísticos, história, patrimônios culturais e naturais, entre outros. | Portal da internet elaborado, implementado e atualizado. |
| | Pesquisa de acompanhamento do resultado das atividades promocionais. | Monitorar o retorno de investimento em campanhas promocionais | Monitoramento dos resultados obtidos com as ações implementadas pelo plano de marketing no pólo | Plano de marketing monitorado e com impactos mensurados. |
| ESTRATÉGIA 2: IMPLANTAR PROMOÇÃO DIRECIONADA PARA FORTELECIMENTO DA ATIVIDADE TURÍSTICA NO POLO | Programa de Captação de Investimentos Privados | Aumentar os investimentos privados no pólo | Desenvolvimento de projeto para incentivar a instalação de novos empreendimentos turísticos no polo, através de trabalho específico para captação de investimentos privados. | Novos empreendimentos instalados no setor do turismo |
| | Promoção e realização de rodada de negócios direcionada a atração do turista por segmento (nacional e internacional). | Ampliar a participação de turistas nacionais e internacionais no pólo (diversificando o turista regional) | Participação em roadshow, eventos nacionais e internacionais para promoção do destino e atração de turistas | Ampliação do número de turistas que chegam ao polo |
| | Criação de sistema integrado para hospedagem turística em conjunto com os CATs. | Ampliar a oferta de estabelecimentos de hospedagem no polo | Dotar os CAT's de sistema informacional que possa auxiliar os turistas a localizar e reservar hospedagem nos municípios do polo | CAT's estruturados com ferramenta informacional para auxiliar na identificação de hospedagem |

COMPONENTE 3 – FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL

JUSTIFICATIVA

A gestão do turismo no Polo está condicionada à cooperação das estruturas organizacionais existentes em nível local, uma vez que elas orientam as relações entre as várias partes da região, seguindo orientação do Governo Estadual e as linhas de desenvolvimento do Governo Federal. Neste sentido, torna-se importante o desenvolvimento de mecanismos institucionais para promover uma melhor atuação cooperada entre as organizações públicas e privadas que atuam no setor de turismo.

Em especial, há necessidade de difusão de conceitos de cooperação, governança local e global e gestão descentralizada. Há necessidade imediata de um sistema ou organização de gestão dos dados de turismo no Estado. Ao mesmo tempo, urge a necessidade de uma reengenharia dos processos internos uma vez que o modelo burocrático do governo necessita de investimento em capacitação e tecnologia para melhor controlar e gerir o setor de turismo. O crescimento da indústria do lazer fez com que os modelos anteriormente adotados, baseados no “empréstimo” de infraestrutura e de pessoal de outros setores, se tornassem ineficientes para atender a uma área que carece de gestão própria e de maior independência institucional.

Quadro 14 – Visão Geral das Ações do componente Fortalecimento Institucional no Polo Região Metropolitana de Vitória

| COMPONENTE 3: FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL | | | | |
|--|---|---|---|--|
| ESTRATÉGIAS | AÇÃO | OBJETIVO DA AÇÃO | DESCRIÇÃO DA AÇÃO | PRODUTOS E RESULTADOS ESPERADOS |
| ESTRATÉGIA 1: FORTALECER O SISTEMA DE INFORMAÇÕES DO DESTINO | Criação e estruturação de um Sistema de Pesquisa Estadual | Estruturar sistema de informações turísticas no pólo para tomada de decisão gerencial | Estruturar um sistema de informações turísticas com definição das pesquisas e estudos de mercado que serão desenvolvidos e também com ferramenta informatizada para disponibilização das informações e elaboração de relatórios gerenciais. Contempla ainda a aquisição de máquinas e equipamentos e treinamento do pessoal para utilização e operação de todo o sistema. | Sistema de informações concebido e implantado. |
| | Elaboração de projeto integrado de Centros de Atendimento ao Turista (CAT) da região. | Ampliar a rede de informações turísticas ao visitante no pólo | Definição de locais e instalação de CAT's em toda a extensão do polo, integrando estas unidades e formando um rede integrada de informações turísticas | Rede integrada de CAT's implementada |
| ESTRATÉGIA 2: FORTALECER A ESTRUTURA DE GOVERNANÇA PÚBLICA DO SETOR DE TURISMO | Capacitação Gerencial Pública | Qualificar o gestor público estadual a atuar no setor de turismo | Desenvolver e implementar um programa continuado de qualificação do gestor público de turismo, nas diversas áreas de interface do setor. | Programa de formação continuada para gestores públicos municipais implementado |
| | Capacitação e gestão turísticas das Secretarias Municipais do Pólo. | Qualificar os gestores municipais a atuarem no setor de turismo | Estruturar as secretarias municipais que tratam da atividade turística através da qualificação de pessoal, contemplando a reformulação da estrutura organizacional, planejamento de capacitação gerencial para o corpo técnico da secretaria, estruturação da atuação e interlocução da secretaria com demais órgãos do governo. | Secretarias municipais de turismo fortalecidas |
| | Estruturar e equipar os órgãos e entidades de gestão do turismo com equipamentos, capacitação da equipe e orçamento adequado. | Melhorar a atuação dos municípios na gestão da atividade turística e no uso dos recursos públicos oriundos do setor | Aquisição de equipamentos e mobiliários, realização de reformas e estruturação física do ambiente de trabalho | Secretarias municipais fortalecidas |

COMPONENTE 4 – INFRAESTRUTURA GERAL E SERVIÇOS BÁSICOS

JUSTIFICATIVA

Este é o item de maior relevância para o desenvolvimento do turismo no Espírito Santo, segundo o Planejamento Estadual.

Apesar de bem estruturada turisticamente, a Região Metropolitana encontra impedimento de desenvolvimento dos seus principais segmentos potenciais (Turismo Náutico e Cultural) por falta de infraestrutura (equipamento) adequada para aumento de demanda.

No caso de Guarapari, há evidente necessidade de estabelecimento de um atracadouro para navios de Cruzeiros, que garantirá maior mobilidade dos turistas e menor tempo de deslocamento de passageiros do Navio até a costa.

O centro histórico de Vitória e Vila Velha apresenta potencial para servir como alternativa de roteiros rápidos aos turistas de negócios e eventos, e mesmo aos turistas dos cruzeiros, e ampliar a estadia destes.

Quadro 15 – Visão Geral das Ações do componente Infraestrutura Básica e Serviços Gerais no Polo Região Metropolitana de Vitória

| COMPONENTE 4: INFRAESTRUTURA GERAL E SERVIÇOS BÁSICOS | | | | |
|---|---|---|--|---|
| ESTRATÉGIAS | AÇÃO | OBJETIVO DA AÇÃO | DESCRIÇÃO DA AÇÃO | PRODUTOS E RESULTADOS ESPERADOS |
| ESTRATÉGIA 1: AMPLIAR A OFERTA DE INFRAESTRUTURA GERAL E SERVIÇOS BÁSICOS NO POLO | Ampliação e melhoria do sistema de drenagem. | Reduzir pontos de alagamento no pólo | Implantação sistema de drenagem urbana nos pontos de alagamentos e áreas críticas nos municípios do polo, sobretudo Vitória e Vila Velha. | Sistema de drenagem urbana reforçado |
| | Criação e melhoria de infraestrutura sanitária básica nos atrativos turísticos. | Qualificar os atrativos turísticos para melhor receber os turistas | Implantação de rede de coleta de esgotamento sanitário e ligação à rede geral de esgotos, das áreas turísticas e atrativos em geral. | Atrativos com rede de coleta de esgotos ligada à rede geral |
| | Ampliação do sistema de tratamento de esgoto. | Reduzir o despejo de poluentes nos atrativos naturais do pólo (sobretudo nas praias) | Implantação de Estações de Tratamento de Esgoto – ETE em áreas definidas para ampliar a capacidade de tratamento dos esgotos coletados | Rede de tratamento de esgotos reforçada |
| | Criação e estruturação das Delegacias do Turista no pólo. | Melhorar a segurança ao turista no pólo | Realização de reformas e/ou aquisição de equipamentos para estruturação da delegacia do turista nos municípios e equipamentos para realização das rondas de segurança nas áreas turísticas | Polícia Turística implementada |
| | Ampliação da cobertura de coleta de lixo | Melhorar o ambiente nos atrativos turísticos para melhorar a experiência do turista no pólo | Implementar a coleta de lixo em áreas atualmente não atendidas que sejam de interesse turístico e reforçar a coleta nos principais pontos de interesse turístico. | Áreas turísticas mais limpas |
| | Criação de um local para aterro sanitário e reciclagem de lixo nos municípios de Guarapari, Cariacica e Fundão. | Melhorar a destinação dos resíduos sólidos do pólo e a reciclagem | Melhoria na destinação e tratamento do lixo a partir da implantação de aterros sanitários controlados e usinas de | Aterros sanitários implementados |

| COMPONENTE 4: INFRAESTRUTURA GERAL E SERVIÇOS BÁSICOS | | | | |
|---|--|--|---|-------------------------------------|
| ESTRATÉGIAS | AÇÃO | OBJETIVO DA AÇÃO | DESCRIÇÃO DA AÇÃO | PRODUTOS E RESULTADOS ESPERADOS |
| | | | reciclagem. | |
| ESTRATÉGIA 2: AMPLIAR A DISPONIBILIDADE DE ACESSOS AOS ATRATIVOS DO POLO | Melhorias nos acessos aos atrativos turísticos | Facilitar o acesso aos atrativos do pólo | Melhoramento nas condições de acesso terrestre aos atrativos turísticos dos municípios. | Acessos requalificados |
| | Finalização da ampliação do aeroporto em Vitória. | Ampliar a capacidade operacional do aeroporto para receber mais turistas | Ampliação da capacidade operacional do aeroporto, ampliando a capacidade do número de desembarques e rotas comerciais. | Aeroporto ampliado |
| | Construção de Marina pública. | Aumentar a oferta de equipamentos desta natureza para fortalecer o turismo náutico | Definição do local e implantação de marina pública para atracação de embarcações de pequeno e médio porte | Marina pública implementada |
| | Pavimentação ecológica do Parque do Goiapaba-açu. | Diversificar a oferta turística de atrativos naturais no polo | Implantação de rodovia ecológica para acesso ao Parque de Goiapaba-açu. | Rodovia ecológica implementada |
| | Projeto de reativação do aeroporto municipal de Guarapari. | Ampliar a oferta de acessos ao pólo e descentralizar a operação aérea no polo | Realização de obras e aquisição de equipamentos necessários à reativação do aeroporto municipal de Guarapari para a aviação comercial e particular. | Aeroporto requalificado e operando. |

COMPONENTE 5 – GESTÃO AMBIENTAL

JUSTIFICATIVA

Os sistemas de gestão ambiental contribui para as tentativas do governo de tentar conter os impactos negativos provenientes do rápido crescimento do turismo sem produção organizada de sistema de avaliação, mensuração, regularização e fiscalização do uso dos recursos dos eco-sistemas costeiros (mata atlântica, mangue, restingas, etc). De forma concomitante, as avaliações ambientais estratégicas adquirem relevância neste contexto por incluir estudos acerca das relações do homem com o meio ambiente como forma de avaliar a possibilidade, ou não, do aumento da capacidade turística de alguns destinos, principalmente nas regiões banhadas pelos recursos turísticos hídricos.

No Pólo identifica-se um avanço urbano desordenado, com, por exemplo, prédios altos em volta da praia. O pólo já demonstra uma preocupação com a questão ecológica uma vez que já dá encaminhamento e já estão em processo de elaboração os estudos de zoneamento econômico ecológicos. De forma complementar, torna-se necessário e premente a realização dos Estudos de Impacto Ambiental, Planos de Manejo e Planos de Ordenamento Territorial revelam as capacidades de determinados destinos receberem mais turistas.

Como resultado, por meio dos resultados das avaliações de impacto, em consonância com as políticas já em andamento de desenvolvimento social, será possível dinamizar o turismo, educando população e turistas para a necessidade de preservação do ambiente natural, fonte de receita.

Quadro 16 – Visão Geral das Ações do componente Gestão Ambiental no Polo Região Metropolitana de Vitória

| COMPONENTE 5: GESTÃO AMBIENTAL | | | | |
|---|---|--|--|---|
| ESTRATÉGIAS | AÇÃO | OBJETIVO DA AÇÃO | DESCRIÇÃO DA AÇÃO | PRODUTOS E RESULTADOS ESPERADOS |
| ESTRATÉGIA 1: ESTRUTURAR O SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL DO POLO | Criação de Plano de Gestão de 04 Unidades de Conservação (UCs). | Disciplinar o uso turístico das unidades de conservação | Elaboração de Planos de Gestão que apontarão os usos possíveis nas Unidades de Conservação, bem como as responsabilidades das entidades municipais e estaduais envolvidas com a gestão da área | Planos de Gestão elaborados |
| | Programa de educação ambiental e turística para a comunidade e para os turistas. | Conscientizar a comunidade local para a importância da preservação ambiental no desenvolvimento da atividade turística | Desenvolvimento de ações para conscientização e educação ambiental da população residente e dos turistas, tais como visitação a áreas preservadas, edição de campanhas com livretos, panfletos e apostilas, trabalho com as crianças e grupos de estudantes, entre outras ações. | Melhor consciência ambiental da população local e redução das áreas degradadas e lixo urbano. |
| | Elaboração de Estudos de Impacto Ambiental, Planos de Manejo e Planos de Ordenamento Territorial. | Disciplinar o uso turístico de áreas de preservação ambiental | Elaboração dos documentos técnicos que auxiliarão no uso turístico sustentável das áreas preservadas. | Planos e estudos elaborados |
| | Elaboração da Análise Ambiental Estratégica | Antecipar possíveis danos ao meio ambiente com a atividade turística e determinar ações de gestão prévias | Analisar as condições ambientais prévias à implementação do PRODETUR Nacional no Polo da Região Metropolitana e identificar as possíveis ações que terão impactos negativos no meio ambiente, prevendo medidas de mitigação e/ou compensação ambiental. | Redução do impacto ambiental do programa. |
| | Criação de planos de Manejo para a estruturação e melhoria da atividade turística nos parques ambientais. | Ordenar o uso das unidades de conservação através da definição de zonas de manejo | Elaboração dos Planos de Manejo para áreas de preservação e Unidades de Conservação com usos turísticos, definindo o zoneamento e os usos específicos da área. | Planos de Manejo elaborados. |

| COMPONENTE 5: GESTÃO AMBIENTAL | | | | |
|--|---|---|--|---|
| ESTRATÉGIAS | AÇÃO | OBJETIVO DA AÇÃO | DESCRIÇÃO DA AÇÃO | PRODUTOS E RESULTADOS ESPERADOS |
| ESTRATÉGIA 2: AMPLIAR A OFERTA DE ÁREAS NATURAIS COM USO TURÍSTICO | Implantação da infraestrutura de recepção e serviços turísticos nas Unidades de Conservação. | Dotar os atrativos naturais para de infraestrutura para o uso turístico | Estruturação das áreas preservadas para o uso turístico, dotando-as de infraestrutura de centro de visitantes, visitas guiadas, trilhas, passeios, entre outros. | Unidades de conservação estruturadas para o uso turístico. |
| | Estruturação (aquisição de veículos apropriados, funcionários em número suficiente e qualificados, instalações físicas e máquinas e equipamentos) dos serviços de fiscalização das UCs. | Fortalecer a fiscalização nas Unidades de Conservação com uso turístico | Implementar sistema de monitoramento e manutenção nas áreas preservadas e Unidades de Conservação. | Unidades de Conservação estruturadas para o monitoramento de suas áreas |
| | Criação de novas áreas de proteção ambiental. | Ampliar a preservação de patrimônio natural no polo | Definição de áreas de interesse turístico que possuam patrimônio ambiental relevante e que possam ser preservadas e estruturadas para o uso e visitação de turistas. | Áreas definidas e preservadas |

5.2 Dimensionamento do Investimento Total

Após a identificação das ações por área de atuação para o polo e por município, foi elaborado o correspondente dimensionamento dos investimentos, estruturado em um quadro que indica os investimentos totais a serem realizados, em Real e Dólar, com a cotação de câmbio utilizada.

Tabela 50 – Dimensionamento do investimento total

Cotação do Dólar: R\$ 1,75

| Componente | Município | Ação / Projeto | CUSTO (US\$x1.000) | CUSTO (R\$x1.000) |
|--|-----------|---|--------------------|-------------------|
| COMPONENTE 1: ESTRATÉGIA DO PRODUTO TURÍSTICO | Polo | Implantação de Sinalização Turística Rodoviária e Interpretativa | 2.571 | 4.500 |
| | Polo | Expansão do "Projeto Visitar" para toda a região. | 2.000 | 3.500 |
| | Polo | Capacitação Profissional e Empresarial para o pólo | 2.286 | 4.000 |
| | Polo | Expansão do selo de qualidade de atendimento ao turista integrado. | 2.000 | 3.500 |
| | Polo | Reestruturação e revitalização dos patrimônios históricos. | 15.000 | 26.250 |
| | Vitória | Implantação da 1ª. Etapa do Centro de Convenções de Vitória | 28.571 | 50.000 |
| | Viana | Implementar o Projeto Turismo nas Escolas | 100 | 175 |
| | Guarapari | Reurbanização da Orla do Canal de Guarapari | 22.857 | 40.000 |
| | Guarapari | Captação de eventos e criação de visitas técnicas a outros destinos de referência turística | 250 | 438 |
| | Serra | Melhorias paisagísticas nos atrativos turísticos | 1.000 | 1.750 |
| TOTAL DO COMPONENTE 1: ESTRATÉGIA DO PRODUTO TURÍSTICO | | | 76.635,71 | 134.112,50 |
| COMPONENTE 2: ESTRATÉGIA DA COMERCIALIZAÇÃO | Polo | Elaboração de um plano de marketing integrado. | 150 | 263 |
| | Polo | Implantação das ações do Plano de Marketing | 4.571 | 8.000 |
| | Polo | Elaboração e manutenção de um portal na internet de turismo para o Polo da Região Metropolitana | 200 | 350 |
| | Polo | Programa de Captação de Investimentos Privados | 229 | 400 |
| | Pólo | Pesquisa de acompanhamento do resultado das atividades promocionais. | 250 | 438 |
| | Pólo | Promoção e realização de rodada de negócios direcionada a atração do turista por segmento (nacional e internacional). | 100 | 175 |
| | Guarapari | Criação de sistema integrado para hospedagem turística em conjunto com os CATs. | 50 | 88 |
| TOTAL DO COMPONENTE 2: ESTRATÉGIA DA COMERCIALIZAÇÃO | | | 5.550,00 | 9.712,50 |
| COMPONENTE 3: FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL | Polo | Capacitação Gerencial Pública | 843 | 1.475 |
| | Polo | Criação e estruturação de um Sistema de Pesquisa Estadual | 2.500 | 4.375 |
| | Polo | Capacitação e gestão turísticas das Secretarias Municipais do Pólo. | 2.500 | 4.375 |
| | Polo | Elaboração de projeto integrado de Centros de Atendimento ao Turista (CAT) da região. | 750 | 1.313 |
| | Polo | Estruturar e equipar os órgãos e entidades de gestão do turismo com equipamentos, capacitação da equipe e orçamento adequado. | 800 | 1.400 |
| TOTAL DO COMPONENTE 3: FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL | | | 7.393,14 | 12.938,00 |
| COMPONENTE 4: INFRAESTRUTURA GERAL E SERVIÇOS BÁSICOS | Polo | Melhorias nos acessos aos atrativos turísticos | 6.286 | 11.000 |
| | Polo | Ampliação e melhoria do sistema de drenagem. | 5.000 | 8.750 |
| | Polo | Finalização da ampliação do aeroporto em Vitória. | 15.000 | 26.250 |
| | Polo | Criação e melhoria de infra-estrutura sanitária básica nos atrativos turísticos. | 5.000 | 8.750 |
| | Polo | Ampliação do sistema de tratamento de esgoto. | 10.000 | 17.500 |
| | Polo | Criação e estruturação das Delegacias do Turista no pólo. | 5.000 | 8.750 |

| Componente | Município | Ação / Projeto | CUSTO (US\$×1.000) | CUSTO (R\$×1.000) |
|--|-----------|---|--------------------|-------------------|
| | Vitória | Construção de Marina pública. | 30.000 | 52.500 |
| | Serra | Ampliação da cobertura de coleta de lixo | 1.500 | 2.625 |
| | Fundão | Criação de um local para aterro sanitário e reciclagem de lixo. | 350 | 613 |
| | Fundão | Pavimentação ecológica do Parque do Goiapaba-açu. | 5.000 | 8.750 |
| | Guarapari | Projeto de reativação do aeroporto municipal. | 4.000 | 7.000 |
| | Guarapari | Criação de um local para aterro sanitário e reciclagem de lixo. | 300 | 525 |
| | Cariacica | Criação de um local para aterro sanitário e reciclagem de lixo. | 300 | 525 |
| TOTAL DO COMPONENTE 4: INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS | | | 87.735,71 | 153.538 |
| COMPONENTE 5: GESTÃO AMBIENTAL | Polo | Criação de Plano de Gestão de 04 Unidades de Conservação (UCs). | 500 | 875 |
| | Polo | Implantação da infra-estrutura de recepção e serviços turísticos nas Unidades de Conservação. | 5.000 | 8.750 |
| | Polo | Estruturação (aquisição de veículos apropriados, funcionários em número suficiente e qualificados, instalações físicas e máquinas e equipamentos) dos serviços de fiscalização das UCs. | 5.000 | 8.750 |
| | Polo | Criação de novas áreas de proteção ambiental. | 200 | 350 |
| | Polo | Programa de educação ambiental e turística para a comunidade e para os turistas. | 150 | 263 |
| | Polo | Elaboração de Estudos de Impacto Ambiental, Planos de Manejo e Planos de Ordenamento Territorial. | 1.000 | 1.750 |
| | Polo | Elaboração da Análise Ambiental Estratégica | 250 | 438 |
| | Polo | Criação de planos de Manejo para a estruturação e melhoria da atividade turística nos parques ambientais. | 500 | 875 |
| TOTAL DO COMPONENTE 5: GESTÃO AMBIENTAL | | | 12.600,00 | 22.050,00 |
| TOTAL GERAL DO VOLUME DOS INVESTIMENTOS | | | 189.914,57 | 332.350,50 |

5.3 Seleção das Ações Priorizadas

Após a realização do diagnóstico estratégico e levantamento das demandas realizadas na primeira oficina do Plano de Desenvolvimento Integrado de Turismo Sustentável, as ações foram agrupadas pelos componentes do programa, quais sejam: (1) Estratégia do Produto Turístico; (2) Estratégia de Comercialização; (3) Estratégia de Fortalecimento Institucional; (4) Estratégia de Melhoria da Infraestrutura e dos serviços básicos; e (5) Estratégia de Gestão Ambiental.

Na segunda reunião do PDITS os participantes, representantes do governo estadual, dos governos municipais, do trade e de associações de classe, realizaram a priorização das ações.

Inicialmente a equipe da Fundação Getúlio Vargas agrupou as ações demandadas que eram passíveis de serem financiadas pelo PRODETUR Nacional, a partir do Regulamento Operacional do Programa, pelos componentes do Programa. A partir desta lista, os participantes se reuniram em equipes representando os municípios participantes do programa e realizaram a priorização das ações em duas etapas:

Na primeira etapa os participantes receberam a Matriz de Ações (listagem das ações financiáveis agrupadas por componente) e atribuíram uma nota de 1 a 7 para o grau de importância e para o grau de urgência. Cada município deveria devolver apenas uma Matriz de Ações preenchida, contendo o resultado do consenso dos participantes.

Na segunda etapa, os participantes receberam uma matriz com quatro quadrantes onde deveriam alocar as ações a partir de dois eixos: o eixo das ordenadas representava o impacto da ação para o desenvolvimento da atividade turística local e o eixo das abscissas representava o esforço necessário para a implementação das ações. Após esta definição, identificou-se quais as ações que seriam priorizadas para o curto prazo (ações de baixo esforço e alto impacto), as que seriam implementadas em médio e longo prazos (ações de alto esforço e alto impacto).

Tabela 51 – Matriz de Investimento PRODETUR Nacional Espírito Santo (Ações Priorizadas)

| Componente | Município | Ação / Projeto | Cotação Dólar: | 1,75 | PRIORIZAÇÃO DOS PROJETOS | | | |
|--|-----------|---|----------------------|---------------------|--------------------------|--------|--------|--------|
| | | | CUSTO (US\$ x 1.000) | CUSTO (R\$ x 1.000) | 1º ano | 2º ano | 3º ano | 4º ano |
| COMPONENTE 1: ESTRATÉGIA DO PRODUTO TURÍSTICO | Polo | Implantação de Sinalização Turística Rodoviária e Interpretativa | 1.971 | 3.450 | | X | | |
| | Polo | Capacitação Profissional e Empresarial para o pólo | 2.286 | 4.000 | | | | X |
| | Polo | Reestruturação e revitalização dos patrimônios históricos. | 2.857 | 5.000 | | | X | |
| | Vitória | Implantação da 1ª. Etapa do Centro de Convenções de Vitória | 28.571 | 50.000 | X | | | |
| | Guarapari | Reurbanização da Orla do Canal de Guarapari | 22.857 | 40.000 | X | | | |
| TOTAL DO COMPONENTE 1: ESTRATÉGIA DO PRODUTO TURÍSTICO | | | 58.542,86 | 102.450,00 | | | | |
| COMPONENTE 2: ESTRATÉGIA DA COMERCIALIZAÇÃO | Polo | Elaboração de um plano de marketing integrado. | 171,43 | 300 | | X | | |
| | Polo | Implantação das ações do Plano de Marketing | 4571,43 | 8.000 | | | X | |
| | Polo | Programa de Captação de Investimentos Privados | 228,57 | 400 | | | | X |
| TOTAL DO COMPONENTE 2: ESTRATÉGIA DA COMERCIALIZAÇÃO | | | 4.971,43 | 8.700,00 | | | | |
| COMPONENTE 3: FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL | Polo | Capacitação Gerencial Pública | 343 | 600 | X | | | |
| | Polo | Criação e estruturação de um Sistema de Pesquisa Estadual | 2.000 | 3.500 | X | | | |
| | Polo | Capacitação e gestão turísticas das Secretarias Municipais do Pólo. | 2.429 | 4.250 | | X | | |
| TOTAL DO COMPONENTE 3: FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL | | | 4.771,43 | 8.350,00 | | | | |
| COMPONENTE 4: INFRAESTRUTURA GERAL E SERVIÇOS BÁSICOS | Polo | Melhorias nos acessos aos atrativos turísticos | 6.286 | 11.000 | | X | | |
| TOTAL DO COMPONENTE 4: INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS | | | 6.285,71 | 11.000 | | | | |

| Componente | Município | Ação / Projeto | Cotação Dólar: | 1,75 | PRIORIZAÇÃO DOS PROJETOS | | | |
|---|-----------|---|-------------------------|------------------------|--------------------------|--------|--------|--------|
| | | | CUSTO (US\$ x 1.000) | CUSTO (R\$ x 1.000) | 1º ano | 2º ano | 3º ano | 4º ano |
| COMPONENTE 5: GESTÃO AMBIENTAL | Polo | Elaboração de Estudos de Impacto Ambiental, Planos de Manejo e Planos de Ordenamento Territorial. | 571 | 1.000 | X | | | |
| TOTAL DO COMPONENTE 5: GESTÃO AMBIENTAL | | | 571,43 | 1.000,00 | | | | |
| ADMINISTRAÇÃO DO PROGRAMA | Polo | Gerenciamento e supervisão de obras | 2.400 | 4.200 | X | | | |
| | Polo | Auditorias Externas Independentes | 286 | 500 | | X | | |
| | Polo | Auditorias Ambientais Independentes | 286 | 500 | | X | | |
| | Polo | Administração da UCP | 1.429 | 2.500 | X | | | |
| | Polo | Sistema de Monitoramento e Avaliação do Programa | 457 | 800 | X | | | |
| TOTAL DA ADMINISTRAÇÃO DO PROGRAMA | | | 4.857,14 | 8.500,00 | | | | |
| TOTAL GERAL DO VOLUME DOS INVESTIMENTOS | | | 80.000,00 | 140.000,00 | | | | |

5.4 Descrição das Ações a serem implementadas nos primeiros 18 meses do Programa

A partir da definição das ações a serem priorizadas para implementação no curto prazo, foram selecionadas aquelas que deverão iniciar sua execução nos primeiros 18 meses de funcionamento do PRODETUR Nacional Espírito Santo. Para cada ação destas, foi desenvolvida uma Ficha de Projeto, contemplando informações mais detalhadas de cada projeto. Para os primeiros dezoito meses foram selecionadas as seguintes ações:

- Componente 1 – Estratégia do Produto Turístico
 - ▣ Implantação da 1ª Etapa do Centro de Convenções de Vitória;
 - ▣ Reurbanização da Orla do Canal de Guarapari;
 - ▣ Implantação da Sinalização Turística Rodoviária e Interpretativa.
- Componente 2 – Estratégia da Comercialização
 - ▣ Elaboração do Plano de Marketing integrado;
- Componente 3 – Fortalecimento Institucional
 - ▣ Criação e estruturação de um Sistema de Pesquisa Estadual

Estas ações encontram-se descritas nas Fichas de Projeto apresentadas na sequência.

| Ações dezoito primeiros meses | |
|---|---|
| Ação: Implantação da 1ª. Etapa do Centro de Convenções em Vitória | |
| Objetivo | Implantar um Centro de Convenções na cidade de Vitória com capacidade para receber eventos de grande porte e ampliar a competitividade do destino no segmento de turismo de negócios e eventos. |
| Justificativa | <p>Atualmente o segmento de negócios e eventos configura-se como o principal motivo de viagem dos turistas que se deslocam até Vitória, ao lado do segmento de sol e praia. Os espaços que são utilizados para realização de eventos em Vitória já estão todos operando em sua capacidade limite, tendo inclusive rejeitado eventos e função da falta de espaço para albergar estes eventos.</p> <p>O projeto do Centro de Eventos de Vitória surge como uma demanda do setor de turismo de negócios e eventos capixaba por espaços para a realização de eventos de grande porte.</p> <p>O projeto prevê espaços multifuncionais para congressos, feiras, convenções, shows e recepções de diversos tipos e tamanhos com a possibilidade de eventos simultâneos e independentes.</p> <p>Assim, o projeto prevê a construção de 35 mil metros quadrados divididos em 3 blocos com diferentes características. Uma arena para shows e eventos diversos com capacidade para até 7 mil pessoas. Uma área para feiras e exposições com aproximadamente 10 mil metros quadrados, uma grande bloco multifuncional para eventos diversos com possibilidade de divisão em salas menores para convenções. Além de uma grande área coberta para exposições abertas.</p> <p>O complexo prevê uma área de estacionamento para 1200 carros, áreas de carga e descarga para caminhões, embarque e desembarque, salas vip, salas de imprensa, lojas, um restaurante e toda a infra-estrutura para atendas as demandas de uma capital em crescimento.</p> <p>Todo o projeto cumprirá normas de acessibilidade universal, além de atender as exigências de segurança, conforto térmico e acústico. Busca-se um projeto com espaços moduláveis e interligados que possam ser usados independentemente. Há ainda a preocupação de se construir um projeto que seja eficiente do ponto de vista da sustentabilidade, com a utilização de recursos do local e o melhor aproveitamento</p> |

| Ações dezoito primeiros meses | |
|--|---|
| | dos recursos naturais. |
| Efeito esperado no desenvolvimento turístico | Espera-se ampliar o número de turistas que se deslocam ao pólo em função da ampliação do número de eventos que ocorrem no Polo da Região Metropolitana. Sendo assim, a ampliação do fluxo turístico local contribuirá para a ampliação da receita turística no pólo e, por consequência, elevará a participação da atividade turística no PIB estadual. |
| Benefícios e beneficiários | O principal benefício esperado da implantação desta ação é o fortalecimento do turismo de negócios e eventos no pólo, ampliando a geração de empregos e renda decorrentes da atividade turística. Os principais beneficiários desta ação serão o governo do estado, que disporá de uma nova estrutura para a promoção do destino Vitória no calendário nacional e internacional de eventos; os empresários locais e nacionais do setor de eventos e as empresas instaladas na região que ganharão um novo espaço para a promoção de seus negócios e a realização de seus eventos. Como beneficiário indireto pode-se citar toda a cadeia do turismo que se fortalecerá com este equipamento. |
| Descrição da ação | Implementação da primeira etapa do Centro de Convenções de Vitória, contemplando o espaço para feiras e o espaço multifuncional para eventos de diversas naturezas, tais como congressos, seminários, reuniões empresariais, etc. Nesta ação não está prevista a construção da Arena Multiuso. |
| Responsáveis pela execução | Secretaria Estadual de Turismo – SETUR |
| Entidade responsável pela operação/manutenção da obra ou serviço. | O Centro de Convenções será entregue à gestão da iniciativa privada. |
| Custo estimado e fonte de financiamento. | R\$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais) Fonte: BID |
| Gastos estimados de operação. | R\$ 500.000,00/ano (quinhentos mil reais ao ano) |
| Mecanismos previstos de recuperação de custos. | - Concessão onerosa do uso e exploração do espaço para a iniciativa privada; - Aumento nos tributos arrecadados pelos novos eventos gerados. |
| Indicadores de resultado e fonte de verificação. | - % de elevação no número de eventos realizados anualmente; - Número de pessoas envolvidas nos eventos; - % aumento da movimentação financeira gerada pelos novos eventos. |
| Relação com outras ações quanto ao cronograma. | Não apresenta relação de dependência com as demais ações do programa. |
| Nível de avanço: indicar se existem projetos básicos ou executivos ou termos de referência ou indicar se solicita reconhecimento retroativo. | Ação está com projeto básico elaborado e em processo de licitação do projeto executivo |

| Ações dezoito primeiros meses | |
|--|--|
| Ação: Reurbanização da Orla do Canal de Guarapari | |
| Objetivo | Requalificar a orla do canal de Guarapari dotando de espaços de passeio e equipamentos turísticos |
| Justificativa | <p>O município de Guarapari é um dos principais destinos do Polo da Região Metropolitana, sobretudo em função dos turistas que buscam suas praias e eventos noturnos, principalmente nos períodos de alta estação.</p> <p>O governo Municipal e Estadual têm investido na requalificação das orlas das praias urbanas e na restauração de edificações históricas que possam atrair mais visitantes e turistas no decorrer de todo o ano. Neste sentido, todas as praias urbanas do centro da cidade já foram alvo dos investimentos públicos e as orlas destas praias estão requalificadas, iluminadas e com equipamentos turísticos e mobiliários urbanos. Também já houve um primeiro conjunto de investimentos públicos no restauro de edificações históricas que forma, em conjunto com essas praias, um circuito turístico para passeios a pé. O último elo para fechar esse circuito localiza-se justamente na orla do canal de Guarapari.</p> <p>Além disso, o canal de Guarapari é o ponto de saída das escunas e barcos que fazem os passeios turísticos na costa do município e chegam até as praias e ilhas mais distantes da região e para os estuários e manguezais que se localizam ao longo do canal. Atualmente, estes barcos ocupam um espaço precário e com difícil acesso por parte dos turistas. Toda a orla do canal está localizada na uma região central da cidade, por onde o fluxo de turistas acessa nas praias e os principais pontos de interesse turístico do destino.</p> <p>Por fim, é importante ressaltar que o projeto contempla ainda a requalificação da praça que se localiza no início da orla e a restauração de uma edificação nesta praça para a localização de um mercado de artesanato e equipamentos turísticos, inexistentes atualmente nesta região.</p> |
| Efeito esperado no desenvolvimento turístico | A partir da requalificação da orla do canal de Guarapari espera-se consolidar o destino de sol e praia e também complementar o circuito turístico existente na região. O principal efeito esperado com esse investimento é a ampliação do fluxo turístico no município e o aumento do tempo médio de permanência, que poderão levar ao aumento no gasto médio diário do turista no destino. |
| Benefícios e beneficiários | <p>O principal benefício desta ação será a estruturação de um pólo de entretenimento para os turistas que se deslocam até o pólo, com a estruturação de áreas de passeio/caminhadas, a estruturação do local para saída dos passeios náuticos, a requalificação da praça para acesso ao público e a organização de um equipamento turístico com mercado de artesanato, lanchonetes, café, entre outros serviços.</p> <p>principais beneficiários desta ação serão os turistas que se deslocam ao destino. Como beneficiários secundários pode-se citar os residentes do município que receberão um novo equipamento para lazer e passeio.</p> |
| Descrição da ação | <ul style="list-style-type: none"> - Requalificação do passeio da orla em toda a extensão do canal de Guarapari; - Implantação de equipamento para organizar as saídas dos passeios náuticos no local; - Requalificação da praça localizada à frente da saída dos passeios náuticos, com novo paisagismo e estrutura; - Implantação de mercado de artesanato e equipamentos turísticos no imóvel denominado "Casa Jacomin" na praça; - Implantação de marina pública para embarcações turísticas. |
| Responsáveis pela execução | Secretaria Estadual de Turismo - SETUR |
| Entidade responsável pela operação/ manutenção da obra ou serviço. | Prefeitura Municipal de Guarapari |

| Ações dezoito primeiros meses | |
|--|--|
| Custo estimado e fonte de financiamento. | R\$ 40.000.000,00 (quarenta milhões de reais) Fonte: BID |
| Gastos estimados de operação. | R\$ 180.000,00 (Cento e oitenta mil reais) |
| Mecanismos previstos de recuperação de custos. | Sem previsão. |
| Indicadores de resultado e fonte de verificação. | - Avaliação dos turistas que visitam o local (Pesquisa de Demanda) |
| Relação com outras ações quanto ao cronograma. | Sem relação de dependência com outras ações do programa. |
| Nível de avanço: indicar se existem projetos básicos ou executivos ou termos de referência ou indicar se solicita reconhecimento retroativo. | Existe projeto executivo elaborado para a implantação desta ação. |

| Ações dezoito primeiros meses | |
|--|--|
| Ação: Implantação do Sistema de Informações Turísticas rodoviária e interpretativa | |
| Objetivo | Estabelecer a criação de metodologia uniformizada para o conjunto de estudos e pesquisas do setor turístico do Governo do Espírito Santo e estruturar fisicamente o setor responsável por estas pesquisas |
| Justificativa | <p>A concepção e manutenção de um Sistema de Informação Turística têm como objetivo a integração, uniformização e regularidade do fornecimento de informações essenciais para o planejamento da atividade turística no território. Para tanto, faz-se necessário a redefinição dos procedimentos metodológicos, bem como a reestruturação dos setores responsáveis pela realização de estudos e pesquisas, em âmbito estadual e municipal.</p> <p>Atualmente o Governo do Estado realiza pesquisas de demanda no pólo através de subcontratações de empresas locais, porém nos últimos anos essa pesquisa teve sua metodologia alterada para se compatibilizar com as rotas turísticas do Estado. Esta pesquisa tem servido de subsídio na elaboração da política pública de turismo, porém ainda limita bastante o entendimento do setor em função de estudar o perfil do turista apenas atrelando às rotas visitadas.</p> <p>Além disso, um sistema de informações bem estruturado requer uma série de outros estudos além de uma simples pesquisa de demanda. Por fim, para poder executar essas ações é necessário que o órgão estadual esteja preparado fisicamente para receber esse volume de trabalho. Faz-se necessário a aquisição de computadores, sistemas informacionais e também de treinamento e qualificação da equipe que tratará com a estatística das pesquisas.</p> <p>O fortalecimento do sistema de informações municipal além de permitir um melhor uso e análise das informações já coletadas, ampliará a base de informações geográfica e qualitativamente, permitindo à SETUR/ES a melhor compreensão do comportamento da demanda atual e potencial pelos atrativos estaduais e maximizando os esforços e investimentos governamentais no setor.</p> |
| Efeito esperado no desenvolvimento turístico | O planejamento da atividade turística só pode ser realizado a partir da construção de uma base de informações confiáveis e acessíveis aos gestores públicos. Desta forma, o principal efeito da realização desta ação na atividade turística pode ser considerado “de bastidor” porém de extrema relevância para o desenvolvimento da atividade: a estruturação de uma base de informações para auxiliar na tomada de decisão e na formulação da política pública de turismo no município. |

| Ações dezoito primeiros meses | |
|--|--|
| Benefícios e beneficiários | <p>O principal benefício do desenvolvimento desta ação já foi mencionado: a estruturação de uma base de informações da atividade turística e do comportamento do turista no Pólo Metropolitano.</p> <p>Os principais beneficiários desta ação serão os gestores públicos que poderão contar com informações detalhadas, precisas e confiáveis para elaboração da política de turismo no município e para auxiliar na tomada de decisões de investimentos no setor.</p> |
| Descrição da ação | <ul style="list-style-type: none"> - Mapear, Revisar e otimizar os procedimentos operacionais da atualmente utilizados e dos órgãos de pesquisa; - Definir as métricas gerenciais e os parâmetros estatísticos a serem utilizados pela SETUR/ES; - Definir o escopo de atuação e as pesquisas que deverão ser realizadas com suas devidas periodicidades; - Elaborar o Manual de Operações das Pesquisas; - Adquirir os equipamentos necessários (computadores e softwares); - Capacitar os técnicos da SETUR/ES responsáveis pela condução das pesquisas no âmbito do Polo Metropolitano. |
| Responsáveis pela execução | Secretaria Estadual de Turismo – SETUR/ES |
| Entidade responsável pela operação/ manutenção da obra ou serviço. | Secretaria Estadual de Turismo – SETUR/ES |
| Custo estimado e fonte de financiamento. | R\$ 3.500.000,00 (três milhões e quinhentos mil de reais) Fonte: A decidir |
| Gastos estimados de operação. | R\$ 100.000,00 (cem mil reais) Fonte: Ministério do Turismo |
| Mecanismos previstos de recuperação de custos. | Sem previsão. |
| Indicadores de resultado e fonte de verificação. | <ul style="list-style-type: none"> - Número de estudos e pesquisas realizadas (Relatórios Gerenciais da UCP); - Número de publicações para divulgação dos resultados de estudos e pesquisas (Relatórios Gerenciais da UCP). |
| Relação com outras ações quanto ao cronograma. | A partir da estruturação do sistema de informações de turismo serão gerados relatórios que deverão auxiliar a revisão do PDITS nos anos seguintes da execução do PRODETUR. |
| Nível de avanço: indicar se existem projetos básicos ou executivos ou termos de referência ou indicar se solicita reconhecimento retroativo. | Não existe termo de referência elaborado para contratação desta ação. |

| Ações dezoito primeiros meses | |
|---|--|
| Ação: Elaboração do Plano de Marketing integrado | |
| Objetivo | Aumentar a competitividade dos destinos turísticos do Polo da Região Metropolitana de Vitória e aumentar sua visibilidade junto a seus mercados-alvo, a partir da estruturação de sua imagem e ações promocionais junto aos principais mercados emissores nacionais e internacionais |
| Justificativa | Todo processo de consolidação e manutenção de um destino no competitivo mercado do turismo, tanto doméstico quanto internacional, depende das ações tomadas nesse sentido de forma constante e direta. Da mesma forma que destinos menos atrativos podem ser tornar responsáveis por grande fatia do mercado |

| Ações dezoito primeiros meses | |
|--|---|
| | <p>consumidor, destinos com grande atratividade podem desaparecer nessa competição em função de uma promoção inexpressiva.</p> <p>A forma como os destinos são promovidos – isoladamente, em conjunto com outros, apenas como componentes menores do estado – também influenciam sobremaneira a visão do público consumidor sobre os destinos e, portanto, deve ser cuidadosamente definido.</p> <p>O Polo da Região Metropolitana tem, atualmente, um posicionamento de mercado voltado sobretudo para as Rotas Turísticas desenvolvidas pela Secretaria Estadual de Turismo. No decorrer da elaboração do PDITS, foi detectado no destino a presença de material promocional, estudos de demanda e oferta turística, atrelados a estas rotas. Esta estratégia, apesar de levar a uma especialização na divulgação dos destino para o seu público-alvo, gera uma lacuna no desenvolvimento de estudos de imagem e posicionamento de mercado, ações de promoção e comercialização, que sejam capazes de apresentar este pólo como um destino plural e diverso.</p> <p>Desta forma, o Plano de Marketing deverá ser elaborado de forma integral, analisando tanto a situação do pólo – em seus diversos destinos de negócios e eventos e sol e praia – quanto a integração dos municípios deste pólo nos principais roteiros estaduais por se tratar do principal portão de entrada do Estado do Espírito Santo. Este plano deverá contemplar inclusive a definição das ações tanto no aspecto de promoção do destino como no aspecto de acesso aos canais de comercialização.</p> |
| Efeito esperado no desenvolvimento turístico | <p>Todo o esforço de estruturar o destino para melhor receber o turista e também de ampliar e qualificar os atrativos turísticos para proporcionar uma melhor experiência de visitação deste turista precisam ser divulgados como forma de atrair este visitante. Porém, é necessário que o destino esteja possuía um posicionamento de mercado desejado e definido que guie os esforços de comunicação para o público-alvo desejado. O maior efeito esperado a partir da elaboração deste plano é que o Polo da Região Metropolitana consiga firmar seu posicionamento de mercado, definir seus objetivos e seu público-alvo e assim comece a realizar ações de comercialização focadas e direcionadas ao público realmente importante para o desenvolvimento de sua atividade turística. Desta forma, este Plano de Marketing e Comercialização quando implementado poderá gerar um profundo impacto no fluxo de turistas que se deslocam ao destino.</p> |
| Benefícios e beneficiários | <p>O principal benefício oriundo da elaboração do Plano de Marketing e Comercialização será a definição do posicionamento de mercado e do público-alvo a serem prospectados. Como benefícios secundários pode-se citar a definição de ações de comercialização, a definição dos canais de comunicação a serem utilizados e a elaboração de material promocional com apelo direto ao público-alvo.</p> <p>Os principais beneficiários deste Plano serão os empresários do setor que poderão contar com material de divulgação e também com o aumento do fluxo de turistas no destino.</p> |
| Descrição da ação | <ul style="list-style-type: none"> - Levantamento das informações acerca da demanda atual e potencial dos atrativos trabalhados no PRODETUR Nacional Espírito Santo; - Desenvolvimento do branding para o destino; - Desenvolvimento das estratégias de posicionamento de mercado para o destino estudado; - Elaboração das diretrizes de comercialização do destino nos mercados regional e nacional; - Elaboração do Plano de Ação para Marketing e Comercialização. |
| Responsáveis pela execução | Secretaria Estadual de Turismo – SETUR/ES |

| Ações dezoito primeiros meses | |
|--|--|
| Entidade responsável pela operação/ manutenção da obra ou serviço. | Secretaria Estadual de Turismo – SETUR/ES |
| Custo estimado e fonte de financiamento. | R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais) Fonte: Ministério do Turismo |
| Gastos estimados de operação. | Para a implementação das ações sugeridas no Plano de Marketing existe um recurso de R\$ 8.000.000,00 previstos no PRODETUR Nacional. |
| Mecanismos previstos de recuperação de custos. | Sem previsão. |
| Indicadores de resultado e fonte de verificação. | Plano de Marketing elaborado com indicações de ações de promoção e comercialização |
| Relação com outras ações quanto ao cronograma. | A partir da elaboração deste Plano de Marketing e Comercialização, as ações sugeridas e aprovadas pelo Governo do Estado serão implementadas com recursos do programa. |
| Nível de avanço: indicar se existem projetos básicos ou executivos ou termos de referência ou indicar se solicita reconhecimento retroativo. | Não existe termo de referência elaborado para a contratação da ação. |

| Ações dezoito primeiros meses | |
|--|---|
| Ação: Criação e estruturação de um Sistema de Pesquisa Estadual | |
| Objetivo | Estabelecer a criação de metodologia uniformizada para o conjunto de estudos e pesquisas do setor turístico do Governo do Espírito Santo e estruturar fisicamente o setor responsável por estas pesquisas |
| Justificativa | <p>A concepção e manutenção de um Sistema de Informação Turística têm como objetivo a integração, uniformização e regularidade do fornecimento de informações essenciais para o planejamento da atividade turística no território. Para tanto, faz-se necessário a redefinição dos procedimentos metodológicos, bem como a reestruturação dos setores responsáveis pela realização de estudos e pesquisas, em âmbito estadual e municipal.</p> <p>Atualmente o Governo do Estado realiza pesquisas de demanda no pólo através de subcontratações de empresas locais, porém nos últimos anos essa pesquisa teve sua metodologia alterada para se compatibilizar com as rotas turísticas do Estado.. Esta pesquisa tem servido de subsídio na elaboração da política pública de turismo, porém ainda limita bastante o entendimento do setor em função de estudar o perfil do turista apenas atrelando às rotas visitadas.</p> <p>Além disso, um sistema de informações bem estruturado requer uma série de outros estudos além de uma simples pesquisa de demanda. Por fim, para poder executar essas ações é necessário que o órgão estadual esteja preparado fisicamente para receber esse volume de trabalho. Faz-se necessário a aquisição de computadores, sistemas informacionais e também de treinamento e qualificação da equipe que tratará com a estatística das pesquisas.</p> <p>O fortalecimento do sistema de informações municipal além de permitir um melhor uso e análise das informações já coletadas, ampliará a base de informações geográfica e qualitativamente, permitindo à SETUR/ES a melhor compreensão do comportamento da demanda atual e potencial pelos atrativos estaduais e maximizando os esforços e investimentos governamentais no setor.</p> |

| Ações dezoito primeiros meses | |
|--|--|
| Efeito esperado no desenvolvimento turístico | O planejamento da atividade turística só pode ser realizado a partir da construção de uma base de informações confiáveis e acessíveis aos gestores públicos. Desta forma, o principal efeito da realização desta ação na atividade turística pode ser considerado “de bastidor” porém de extrema relevância para o desenvolvimento da atividade: a estruturação de uma base de informações para auxiliar na tomada de decisão e na formulação da política pública de turismo no município. |
| Benefícios e beneficiários | O principal benefício do desenvolvimento desta ação já foi mencionado: a estruturação de uma base de informações da atividade turística e do comportamento do turista no Pólo Metropolitano. Os principais beneficiários desta ação serão os gestores públicos que poderão contar com informações detalhadas, precisas e confiáveis para elaboração da política de turismo no município e para auxiliar na tomada de decisões de investimentos no setor. |
| Descrição da ação | <ul style="list-style-type: none"> - Mapear, Revisar e otimizar os procedimentos operacionais da atualmente utilizados e dos órgãos de pesquisa; - Definir as métricas gerenciais e os parâmetros estatísticos a serem utilizados pela SETUR/ES; - Definir o escopo de atuação e as pesquisas que deverão ser realizadas com suas devidas periodicidades; - Elaborar o Manual de Operações das Pesquisas; - Adquirir os equipamentos necessários (computadores e softwares); - Capacitar os técnicos da SETUR/ES responsáveis pela condução das pesquisas no âmbito do Polo Metropolitano. |
| Responsáveis pela execução | Secretaria Estadual de Turismo – SETUR/ES |
| Entidade responsável pela operação/ manutenção da obra ou serviço. | Secretaria Estadual de Turismo – SETUR/ES |
| Custo estimado e fonte de financiamento. | R\$ 3.500.000,00 (três milhões e quinhentos mil de reais) Fonte: Ministério do Turismo |
| Gastos estimados de operação. | R\$ 100.000,00 (cem mil reais) |
| Mecanismos previstos de recuperação de custos. | Sem previsão. |
| Indicadores de resultado e fonte de verificação. | <ul style="list-style-type: none"> - Número de estudos e pesquisas realizadas (Relatórios Gerenciais da UCP); - Número de publicações para divulgação dos resultados de estudos e pesquisas (Relatórios Gerenciais da UCP). |
| Relação com outras ações quanto ao cronograma. | A partir da estruturação do sistema de informações de turismo serão gerados relatórios que deverão auxiliar a revisão do PDITS nos anos seguintes da execução do PRODETUR. |
| Nível de avanço: indicar se existem projetos básicos ou executivos ou termos de referência ou indicar se solicita reconhecimento retroativo. | Não existe termo de referência elaborado para contratação desta ação. |

5.5 Avaliação dos Impactos Ambientais decorrentes da Implementação das Ações do Programa

Capaz de mobilizar um enorme contingente de pessoas, o turismo contribui indiscutivelmente com efeitos positivos e negativos que vem sendo estudados há tempos, como os socioeconômicos. Mais recentemente, os efeitos socioculturais e socioambientais passaram a ser considerados e dentro de uma perspectiva de sustentabilidade, não podem ser ignorados.

É dentro desta perspectiva que será analisado aqui o conjunto de ações previstas para o Polo da Região Metropolitana da Grande Vitória dentro do contexto do PDTIS, financiadas com os recursos do PRODETUR Nacional, e sugeridas medidas de mitigação, quando cabíveis, de forma que sejam minimizados os possíveis impactos do turismo, ao passo que sejam potencializados os efeitos positivos sobre os municípios turísticos envolvidos.

Os problemas socioambientais existentes no Polo da Região Metropolitana da Grande Vitória, embora não possam ser relacionados diretamente à atividade turística, mas que poderão ser agravados pelo seu crescimento e que, portanto, merecem ser considerados no contexto do seu planejamento e gestão são relacionados a seguir. Estes problemas foram identificados por ocasião do trabalho de campo, como das pesquisas secundárias, das entrevistas e oficinas realizadas, que envolveram gestores públicos no nível estadual e municipal.

RISCOS E IMPACTOS ASSOCIADOS AO MEIO FÍSICO

- crescimento urbano desordenado;
- aterramento de áreas de mangue;
- desmatamento em ecossistemas associados à Mata Atlântica;
- deposição de lixo em áreas de preservação;
- falta de incentivo para a coleta seletiva do lixo;
- ocorrência de incêndios;
- contaminação de rios, praias e mangues pelo lançamento de esgoto sem tratamento;
- ausência de políticas para a reciclagem do lixo;
- problemas associados à presença de intensa atividade portuária;
- invasão (ocupação irregular) de áreas de preservação;
- descaracterização da paisagem;
- problemas associados à expansão urbana com reflexos na infraestrutura
- deficiência de saneamento básico e de orientação para a não poluição dos rios da região tendo com consequência a contaminação destes cursos d'água, de cachoeiras e da baía de Vitória. Atualmente, o índice é de 36,1% (dato 2008),
- inexistência de tratamento de esgoto em comunidades periféricas,
- extração mineral (areia e argila) e presença de carvoarias
- invasão de espécies exóticas em áreas de preservação decorrente de ação antrópica;
- deficiência da infraestrutura para fiscalização;
- inexistência de Plano de Manejo ou falta de sua aplicação em unidades de conservação;
- falta de infraestrutura humana e material em Unidades de Conservação;
- coleta de plantas ornamentais.

RISCOS E IMPACTOS ASSOCIADOS À FAUNA

- coleta predatória de peixes e mariscos ocasionado a redução da população,
- risco de introdução de espécies invasoras em decorrência da atividade portuária
- risco em área de desova de tartarugas na APA de Praia Mole.

RISCOS E IMPACTOS ASSOCIADOS AO MEIO SOCIOECONOMICO

- risco de comprometimento do sustento de populações tradicionais como as paneleiras, pescadores, catadores e desfiadeiras em decorrência de degradação do ecossistema;
- especulação imobiliária – aumento de preço de terrenos e aluguéis;

RISCOS E IMPACTOS ASSOCIADOS AO MEIO SOCIOCULTURAL

- violência urbana – furtos e roubos;
- falta de cultura de coleta seletiva;
- deficiência de legislação específica sobre área/zona de especial interesse (Guarapari, Serra e Viana)
- deficiência da estrutura para fiscalização;
- baixa consciência ambiental;
- ausência de universalização de Código Ambiental;
- baixo compromisso com implementação da Agenda 21;
- ausência de universalização de lei específica de Estudo de Impacto de Vizinhança;

Quadro 17 - Impactos no Polo da Região Metropolitana

| PROJETO | Impactos Prováveis | | Medidas de Mitigação |
|--|--|---|---|
| | Positivos | Negativos | |
| Componente 1 - Estratégia do Produto Turístico | | | |
| 1ª Etapa do Centro de Centro de Convenções | Geração de trabalho e renda Fortalecimento da cultura Fortalecimento do turismo de negócios valorização de imóveis do entorno Fortalecimento da competitividade e da economia regional | -Congestionamentos - Especulação imobiliária no entorno e deslocamento de moradores para áreas menos valorizadas - Impacto na paisagem - aumento da demanda de água e energia - aumento da demanda de saneamento básico | - Estudo da população afetada tendo em vista a maximização de efeitos positivos e minimização dos negativos - Levantamento de propriedades afetadas / beneficiadas - trabalho paisagístico - melhoria das vias de acesso - adoção de medidas de gestão ambiental, como a reciclagem, economia de água e energia, etc. |
| Reurbanização da Orla do canal de Guarapari | Valorização de imóveis Valorização de atrativos turísticos Fortalecimento da competitividade Aumento da mobilidade de turistas Requalificação de espaço urbano Valorização dos imóveis do entorno Aumento das oportunidades de lazer | Poluição sonora Aumento do tráfego – congestionamentos Especulação imobiliária Poluição de recursos hídricos Aumento da geração de resíduos | - Tratamento paisagístico; - Monitoramento da qualidade da água - acompanhamento das obras por oceanógrafo de modo a minimizar impactos - recursos de engenharia para minimizar dispersão de sedimentos nas águas durante as obras - estudo de tráfego e realização de melhorias para a circulação |
| Capacitação profissional e empresarial | Elevação da autoestima Geração de oportunidades Melhoria de condições de igualdade de gêneros | Não há | Não há |

| PROJETO | Impactos Prováveis | | Medidas de Mitigação |
|--|--|---|---|
| | Positivos | Negativos | |
| | Inclusão social Melhoria na atuação cooperada do trade e governo Organização dos sistemas de gestão Qualificação de serviços Melhoria da competitividade | | |
| Reestruturação e revitalização dos patrimônios históricos. | Elevação da autoestima Fortalecimento da cultura Resgate de valores culturais Recuperação de patrimônio histórico | Descaracterização Perdas de acervos Degradação de sítios | Sensibilização para o valor histórico-cultural Inventário de acervo |
| Sinalização Turística Rodoviária e Interpretativa | Oferta de melhor experiência par o turista Organização do tráfego Melhoria das condições de acesso Ampliação de oportunidades de divulgação Maior conhecimento do patrimônio pela população Melhoria da competitividade | Descaracterização da paisagem | Estudos para localização |
| Componente 2 - Estratégia da Comercialização | | | |
| Elaboração do Plano de Marketing e Comercialização do Polo | Aproveitamento do potencial competitivo Fortalecimento da imagem Atração do público certo Otimização de produtos e recursos Organização do trade | Descaracterização da imagem Aumento descontrolado da demanda | Elaboração de estudos necessários à identificação da valorização da imagem a ser vendida, de público , volume, produtos e capacidade de suporte do destino para os produtos comercializados Estudo para alinhamento com as |

| PROJETO | Impactos Prováveis | | Medidas de Mitigação |
|---|--|---|--|
| | Positivos | Negativos | |
| | | | políticas estadual e federal de turismo Estudo de Demanda Estudo de Oferta |
| Implantação das ações do Plano de Marketing e Comercialização | Aproveitamento do potencial competitivo Fortalecimento da imagem Atração do público certo Otimização de produtos e recursos Organização do trade Geração de trabalho e renda Fortalecimento da competitividade | Aumento descontrolado da demanda com impactos sobre: meio ambiente, cultura local, perda de qualidade de vida, desvalorização dos produtos turísticos | Sensibilização para a qualidade do atendimento turístico; Monitoramento do retorno das atividades de marketing e comercialização Adoção de TI na comercialização |
| Programa de Captação de Investimentos Privados | Atração de investimentos Melhoria no padrão de qualidade Fortalecimento da competitividade Ampliação de oportunidades de trabalho Aumento do PIB Incremento da atividade empresarial | Inflação Exclusão de pequenos empresários | Capacitação de empresários Promoção de intercâmbios |
| Componente 3 Fortalecimento Institucional | | | |
| Implantação do Sistema de Informações Turísticas Estadual | Otimização do fluxo de informações Agregação de valor ao produto Geração de Insumos para o planejamento Geração de oportunidades de | - | - |

| PROJETO | Impactos Prováveis | | Medidas de Mitigação |
|--|--|---|--|
| | Positivos | Negativos | |
| | negócios Melhoria da qualidade dos serviços Fortalecimento da competitividade | | |
| Qualificação e capacitação gerencial pública | Aperfeiçoamento da estrutura administrativa Melhoria da qualidade dos serviços Fortalecimento da competitividade Diminuição de riscos na tomada de decisões | - | - |
| Capacitação e gestão turísticas das Secretarias Municipais do Pólo | Aperfeiçoamento da estrutura administrativa Melhoria da qualidade dos serviços Fortalecimento da competitividade Diminuição de riscos na tomada de decisões Melhoria no controle das ações Agilização de processos Melhoria na capacidade de articulação | - | - |
| Componente 4 - Infraestrutura e Serviços Básicos | | | |
| Melhoria de acesso aos atrativos | Aumento da mobilidade dos turistas Melhoria da qualidade de vida | Liberação de gases veiculares Pisoteio Retirada de espécies da flora Disposição de lixo Risco de incêndio acidental | Monitoramento da qualidade do ar Educação ambiental |

| PROJETO | Impactos Prováveis | | Medidas de Mitigação |
|--|---|-----------|----------------------|
| | Positivos | Negativos | |
| Componente 5 - Gestão Ambiental | | | |
| Elaboração de Estudos de Impacto Ambiental, Planos de Manejo e Planos de Ordenamento Territorial | Prevenção e mitigação de impactos Conhecimento científico dos recursos ambientais Identificação de necessidades de correção Melhoria da qualidade de vida Identificação do meio abiótico Identificação da estrutura fundiária Minimização de conflitos Identificação de causas de degradação Identificação de possíveis danos ao meio ambiente Integração de atores interessados Correto uso e ocupação do solo Gestão integrada de recursos Harmonização de componentes e interesses Construção de bases para o turismo sustentável | | |

Quadro 18 - Instrumentos de avaliação ambiental – Polo da Região Metropolitana

| PROJETO | Documentação Ambiental Necessária | |
|--|---|---|
| | Licenças | Estudos |
| 1ª Etapa do Centro de Centro de Convenções | Licença ou Declaração de isenção de licenciamento ambiental estadual Licenciamento municipal (alvará de construção) | Estudo para adequação ao Plano Diretor EIV – Estudo de Impacto de Vizinhança EVA – Estudo de Viabilidade Ambiental , EIA/RIMA |
| Reurbanização da Orla do canal de Guarapari | Licenciamento ambiental estadual Licenciamento municipal (alvará de construção e funcionamento) | EIA /RIMA Estudo para adequação ao Plano Diretor Plano de monitoramento da qualidade da água |
| Capacitação profissional e empresarial | - | Estudo para identificação de carências e identificação de público |
| Reestruturação e revitalização dos patrimônios históricos. | Licenciamento ambiental Licenciamento municipal (alvará de construção) Licenciamentos específicos do IPHAN ou órgão estadual, conforme classificação da proteção do bem | Elaboração de estudo quanto às suas características, sistema de construção, contexto urbano e ambiental Inventário de bens integrados Elaboração de anteprojeto Elaboração de projeto executivo Plano de prevenção e combate a incêndio |
| Sinalização Turística Rodoviária e Interpretativa | Observância das normas de sinalização do MTur (sinalização turística) | Elaboração de estudo para localização e distribuição da sinalização |
| Elaboração do Plano de Marketing e Comercialização do Polo | - | - |
| Implantação das ações do Plano de Marketing e Comercialização | - | - |
| Programa de Captação de Investimentos Privados | - | - |
| Implantação do Sistema de Informações Turísticas Estadual | - | - |
| Qualificação e capacitação gerencial pública | - | - |
| Capacitação e gestão turísticas das Secretarias Municipais do Pólo | - | - |
| Melhoria de acesso aos atrativos | - | Estudo de viabilidade ambiental Estudo de monitoramento da fauna e da flora Programa de educação ambiental |
| Elaboração de Estudos de Impacto Ambiental, Planos de Manejo e Planos de Ordenamento Territorial | - | - |

6. Feedback: acompanhamento e avaliação

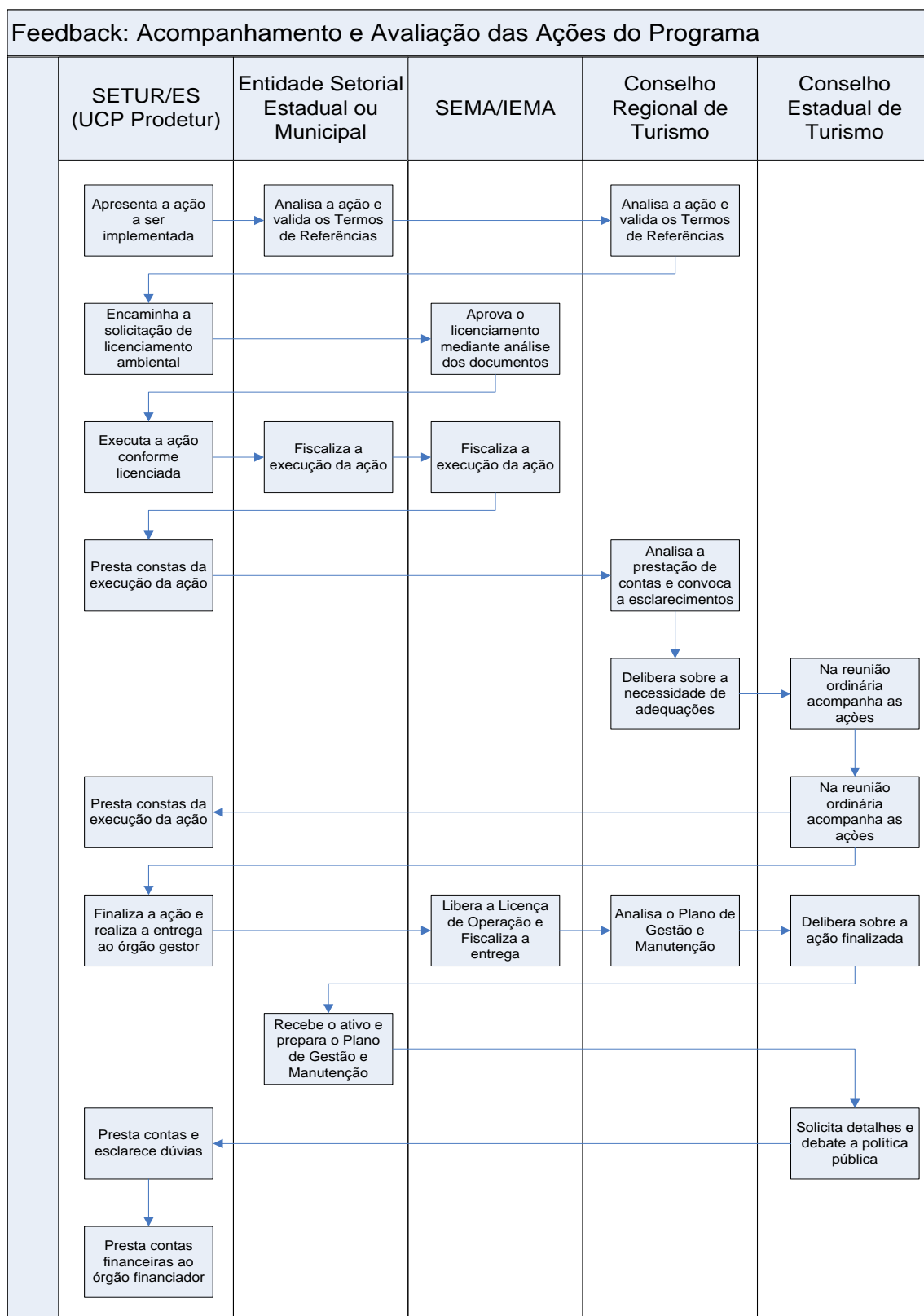
Uma vez implementado, o PDITS deve ser monitorado com o objetivo de detectar quaisquer desvios que possam vir a ocorrer e ser avaliado para mensurar seu desempenho, isto é, verificar se os resultados pretendidos foram alcançados.

Deve-se verificar a efetividade do programa quanto ao atendimento de seus objetivos. A fixação de metas decorre da identificação de prioridades e requer, simultaneamente, uma precisa compreensão dos processos de trabalho envolvidos, dos resultados e dos efeitos esperados do Programa.

Os resultados da avaliação fornecem as bases de informação que permitem a um destino se adaptar às mudanças do meio, através de: (1) estatísticas sobre os padrões de comportamento dos turistas; (2) medidas de desempenho capazes de identificar problemas; (3) estudos sobre satisfação dos turistas (os quais identificam problemas e oportunidades); (4) impactos econômicos, sociais, culturais e ambientais causados pelo desenvolvimento do turismo; e (5) informações que acompanham e monitoram a atitude da população local em relação ao turismo.

A seguir serão indicados os atores e os mecanismos propostos necessários para promover o monitoramento da evolução da situação do Turismo na área, avaliar os resultados bem como rever o Plano, se necessário.

Figura 42 – Mecanismo de Acompanhamento e Avaliação do Programa



Fonte: Elaborado pela FGV, 2010.

Quadro 19 – Quadro de Indicadores e Linha de Base para monitoramento do Programa

| COMPONENTE | INDICADOR | LINHA DE BASE (2010) | MECANISMO DE AFERIÇÃO |
|---|---|----------------------|----------------------------------|
| 1. ESTRATÉGIA DO PRODUTO TURÍSTICO | Número de eventos realizados no Estado | 69 | Relatórios do ESCVB |
| | Número de turistas participantes em eventos | 44.905 | Relatórios do ESCVB |
| | Avaliação dos atrativos turísticos ²³ | 0,0 | Pesquisas de Demanda da SETUR/ES |
| | Número de turistas oriundos de cruzeiros marítimos | 22.000 | Dados do CDV |
| | Número de empresários capacitados | 175 | Relatórios da SETUR/ES |
| | Número de profissionais capacitados | 1.174 | Relatórios da SETUR/ES |
| 2. ESTRATÉGIA DA COMERCIALIZAÇÃO | Despesas executadas com ação de promoção e comercialização do destino ²⁴ | 0,00 | Relatórios da SETUR/ES |
| | Número de operadores de turismo contatados ²⁵ | 0 | Relatórios da SETUR/ES |
| | Avaliação dos agentes de turismo sobre o destino ²⁶ | 0,00 | Relatórios da SETUR/ES |
| | Percentual de implementação do Plano de Marketing ²⁷ | 0% | Relatórios da SETUR/ES |
| 3. FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL | Número de pesquisas de demanda para o Polo realizadas ²⁸ | 0 | Pesquisas de Demanda da SETUR/ES |

²³ Atualmente não existe essa avaliação de atrativos turísticos, que deverá ser incluída nas pesquisas de demanda que serão realizadas pela SETUR/ES, por isso a linha de base consta como 0,0. O resultado será a média aritmética das notas atribuídas pelos turistas a cada atrativo avaliado.

²⁴ Atualmente não existe orçamento destacado para essa ação, razão pela qual a linha de base consta como R\$ 0,00. A partir do início da execução do programa a SETUR/ES deverá adequar seu orçamento para conseguir essa informação.

²⁵ Atualmente a SETUR/ES não desenvolve ações de comercialização focadas no Polo da Região Metropolitana, por isso a linha de base consta como 0 operadores contatados.

²⁶ Atualmente a SETUR/ES não realiza nenhuma pesquisa de qualidade junto aos operadores turísticos para saber suas impressões sobre o destino Polo da Região Metropolitana, por isso a linha de base consta como 0,00

²⁷ O Plano de Marketing só deverá ser elaborado no primeiro ano do programa, e a partir daí poderá ser monitorada a sua execução. Sendo assim, a linha de base consta como 0%. Este percentual deverá ser elaborado a partir da quantidade de ações implementadas em relação ao total previsto.

| COMPONENTE | INDICADOR | LINHA DE BASE (2010) | MECANISMO DE AFERIÇÃO |
|---|---|----------------------|---|
| | Número de CAT implementados | 3 | Relatórios da SETUR/ES |
| | Número de gestores públicos capacitados | 0 | Relatórios da SETUR/ES |
| 4. INFRAESTRUTURA GERAL E SERVIÇOS BÁSICOS | Percentual de esgoto tratado na Região Metropolitana de Vitória | 38% | Dados da CESAN |
| | Número de delegacias/grupamentos de apoio do turista implementadas | 2 | Dados da Secretaria Estadual de Segurança Pública e Defesa Social |
| | Número de atrativos com acesso e infraestrutura avaliadas como Bom ²⁹ | 0,0 | Pesquisa de Demanda SETUR/ES |
| 5. GESTÃO AMBIENTAL | Número de áreas preservadas com Plano de Manejo atualizados ³⁰ | 0 | Dados do IEMA |
| | Número de áreas preservadas com infraestrutura turística adequada ³¹ | 6 | Relatórios da SETUR/ES |
| | Número de municípios do Polo com legislação específica para Estudo de Impacto de Vizinhança | 1 | Dados do IEMA |
| | Razão total de Medidas mitigatórias implementadas ³² | 24% | Dados do IEMA |

Fonte : Elaborado por FGV com base nas informações da SETUR/ES e das prefeituras municipais, 2011.

²⁸ Atualmente a SETUR/ES não realiza pesquisas de demanda para o Polo da Região Metropolitana de Vitória, apenas para as rotas turísticas. Sendo assim, a linha de base consta como 0 pesquisas.

²⁹ A partir do início das pesquisas de demanda que serão conduzidas pela SETUR/ES, deverão ser avaliados pelos turistas as condições de acesso e infraestrutura dos atrativos visitados. Este indicador será composto pela média aritmética das notas atribuídas pelos entrevistados a estes dois itens. A linha de base deste indicador consta como 0,0 pois atualmente esta pesquisa não é realizada.

³⁰ São considerados atualizados os Planos de Manejo que já tratem do uso turístico da área.

³¹ As áreas que se consideram com infraestrutura turística adequada devem ter minimamente: (i) bom acesso, (ii) centro de visitantes/área de convivência, (iii) sanitários em bom estado de conservação, (iv) trilhas estruturadas ou visitas guiadas e, (v) área destinada a estacionamento.

³² Este indicador será calculado em função do número de ações de mitigação implementadas em relação ao número total de ações previstas.