

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

SÉRGIO VINICIUS DE SOUZA JUNIOR

A PERCEPÇÃO DOS GESTORES PÚBLICOS E PRIVADOS DE DESTINOS NO  
BRASIL E MÉXICO, SOBRE A IMPORTÂNCIA DE CONTAR COM INDICADORES  
QUE PERMITAM AVALIAR O PLANEJAMENTO, GESTÃO E CONTROLE DO  
TURISMO EM DESTINOS.

CURITIBA  
2017

SÉRGIO VINICIUS DE SOUZA JUNIOR

A PERCEÇÃO DOS GESTORES PÚBLICOS E PRIVADOS DE DESTINOS NO  
BRASIL E MÉXICO, SOBRE A IMPORTÂNCIA DE CONTAR COM INDICADORES  
QUE PERMITAM AVALIAR O PLANEJAMENTO, GESTÃO E CONTROLE DO  
TURISMO EM DESTINOS.

Dissertação de Mestrado apresentado como requisito  
para a obtenção do grau de Mestre em Turismo pelo  
Programa de Pós-Graduação em Turismo do Setor de  
Ciências Humanas da Universidade Federal do  
Paraná.

Orientador: Prof. Dr. José Elmar Feger

CURITIBA  
2017



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO

**ATA DE SESSÃO PÚBLICA DE DEFESA DE MESTRADO PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE MESTRE EM TURISMO**

No dia nove de Junho de dois mil e dezessete às 09:00 horas, na sala Homero de Barros, 1º andar Edifício D. Pedro I, Campus Reitoria Rua Gen. Carneiro, 460 Centro, Curitiba - PR, foram instalados os trabalhos de arguição do mestrando SÉRGIO VINICIUS DE SOUZA JUNIOR para a Defesa Pública de sua Dissertação intitulada A PERCEPÇÃO DOS GESTORES PÚBLICOS E PRIVADOS DE DESTINOS NO BRASIL E MÉXICO, SOBRE A IMPORTÂNCIA DE CONTAR COM INDICADORES QUE PERMITAM AVALIAR O PLANEJAMENTO, GESTÃO E CONTROLE DO TURISMO EM DESTINOS. A Banca Examinadora, designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em TURISMO da Universidade Federal do Paraná, foi constituída pelos seguintes Membros: JOSÉ ELMAR FEGER (UFPR), ENRIQUE JOSE TORRES BERNIER (UFPR), VANDER VALDUGA (UFPR), THAYS CRISTINA DOMARESKI RUIZ (UNIVALI), SANDRO CAMPOS NEVES (UFPR), JOSÉ MANOEL GONÇALVES GÂNDARA (UFPR). Dando início à sessão, a presidência passou a palavra ao discente, para que o mesmo expusesse seu trabalho aos presentes. Em seguida, a presidência passou a palavra a cada um dos Examinadores, para suas respectivas arguições. O aluno respondeu a cada um dos arguidores. A presidência retomou a palavra para suas considerações finais. A Banca Examinadora, então, reuniu-se e, após a discussão de suas avaliações, decidiu-se pela Aprovação do aluno. O mestrando foi convidado a ingressar novamente na sala, bem como os demais assistentes, após o que a presidência fez a leitura do Parecer da Banca Examinadora. A aprovação no rito de defesa deverá ser homologada pelo Colegiado do programa, mediante o atendimento de todas as indicações e correções solicitadas pela banca dentro dos prazos regimentais do programa. A outorga do título de mestre está condicionada ao atendimento de todos os requisitos e prazos determinados no regimento do Programa de PósGraduação. Nada mais havendo a tratar a presidência deu por encerrada a sessão, da qual eu, JOSÉ ELMAR FEGER, lavrei a presente ata, que vai assinada por mim e pelos membros da Comissão Examinadora. Curitiba, 09 de Junho de 2017.

JOSÉ ELMAR FEGER

Presidente da Banca Examinadora (UFPR)

THAYS CRISTINA DOMARESKI RUIZ

Avaliador Externo (UNIVALI)

JOSÉ MANOEL GONÇALVES GÂNDARA

Co-orientador - Avaliador Interno (UFPR)

SANDRO CAMPOS NEVES

Avaliador Externo (UFPR)

ENRIQUE JOSE TORRES BERNIER

Avaliador Externo (UMA)

VANDER VALDUGA

Avaliador Interno (UFPR)

## DEDICATÓRIA

Dedico a conclusão deste trabalho à todos que acreditaram em mim, me deram forças, incentivo e ânimo durante esta caminhada.

A minha família, meus pais, minhas irmãs.

A minha esposa que esteve ao meu lado todos os dias, em todos os momentos, segurando por muitas vezes sozinha, todas as “pontas” para que eu pudesse concretizar este estudo.

Dedico à nossa caçula da turma do mestrado 2015, nossa querida e saudosa Thaysa Vianna que em pouco tempo de convívio conseguiu cativar a todos, hoje não está mais conosco, está no plano espiritual e com toda certeza olhando por todos e nos motivando como sempre fez.

Minha irmã querida, Caroline com quem dividi todas as vitórias ao longo da minha vida. Ela que semanalmente abriu as portas da sua casa, me acolhendo durante os períodos de aulas, sempre me incentivando com as palavras certas nas horas certas. A Carol também partiu, não está mais aqui para compartilhar comigo a alegria da finalização deste trabalho, mas de onde estiver sei que esta imensamente feliz.

Dedico ao meu filho Bernardo, nasceu durante o desenvolvimento deste estudo me trazendo ainda mais incentivo e motivação. Esta conquista também é para você e por você meu pequeno!

Aos demais colegas de turma, amigos, professores!!

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a conclusão deste estudo ao meu orientador José Elmar Feger e meu Co-orientador José Manoel Gonçalves Gândara que acreditaram no meu potencial. Agradeço a paciência, dedicação, tempo, histórias, conhecimento e experiências comigo divididas, contribuindo não só para conclusão deste trabalho, mas despertando o meu interesse pela pesquisa para meu crescimento pessoal também.

Aos professores Vander Valduga e Alfonso Zepeda Arce, agradeço ao auxílio e orientação na fase de coleta de dados possibilitando a evolução deste estudo.

A minha esposa Giana que compreendeu toda minha ausência em dias de semana, aos finais de semana e feriados e ainda durante a “nossa” gestação, para que eu pudesse me dedicar para esta pesquisa. Foram 02 anos compartilhando minhas experiências e aprendizados e sempre com uma palavra amiga e confortante de que tudo daria certo, e deu!! Com você ao meu lado esta caminhada foi mais leve, te agradecerei para sempre com todo meu amor!

A minha querida amiga Leila Klenk e meus colegas de trabalho Suellen e Evandro, meus sinceros agradecimentos por compreenderem muitas vezes minha ausência e em outras, me ajudando e incentivando para conclusão deste mestrado.

Agradeço a Deus em quem me amparei, e me fortaleci em todos os momentos de alegria e tristeza, dentro do programa de mestrado e na minha vida pessoal.

Levarei para sempre com carinho e meus sinceros agradecimentos!

Sérgio Vinicius de Souza Junior

## RESUMO

A abordagem de estudos relacionados a políticas públicas vem aumentando o referencial da literatura em diversas áreas de pesquisa. As políticas públicas aparecem como destaque em áreas como economia, saúde, educação entre outros. Este estudo abordará as políticas públicas relacionadas ao turismo, tendo como tema central de análise dois programas de políticas públicas de turismo: o Programa Pueblos Mágicos, desenvolvido no México e o Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores, desenvolvido no Brasil. As cidades objeto deste estudo são Tequila – Jalisco – México e Bento Gonçalves – Rio Grande do Sul – Brasil, ambas inseridas nos referidos programas em seus países e ainda a cidade de Morretes – Paraná – Brasil, que mesmo não estando inserida em nenhum programa, possui similaridades possíveis de analisa-la de forma comparativa com os demais destinos turísticos. Os resultados foram obtidos através de uma abordagem qualitativa com a aplicação de um questionário único utilizando as dimensões de análise e as variáveis presentes nestes programas com o objetivo de analisar a percepção dos gestores públicos e privados sobre a importância de contar com os indicadores capazes de avaliar o planejamento, gestão e controle do turismo em destinos, o qual conduziu à conclusão de que ainda falta integração entre os agentes públicos e privados assim como a integração regional dos destinos nas diferentes esferas de governo e que há a necessidade de compreensão do que são indicadores e sua importância para o desenvolvimento de políticas e programas em destinos turísticos.

Palavras-Chave: Turismo, Políticas Públicas, Gestão, Competitividade.

## ABSTRACT

The approach of studies related to public policies has been increasing in several areas of research. Public policies are present and different areas in areas such as economy, health, education, among others. This study will take an approach to public policies related to tourism, having as a central theme of analysis two programs of public policy of tourism : the Pueblos Mágicos Program, developed in Mexico and the Competitiveness Study of the 65 Inductive Destinations developed in Brazil. The cities that are the object of this study are Bento Gonçalves - Rio Grande do Sul – Brazil and Tequila - Jalisco - Mexico, both inserted in tourism programs in their countries and also the city of Morretes - Paraná - Brazil, which, although not included in any program, has possible similarities of analyzing it in a comparative way with the other tourist destinations. The results were obtained through a qualitative approach with the application of questionnaire using the analysis dimensions and the variables present in these programs with the objective of analyzing the perception of the public and private agents on the importance of counting on the indicators capable of evaluating The planning, management and control of tourism in destinations, which led to the conclusion that there is still a lack of integration between public and private agents as well as the regional integration of destinations in different spheres of government and that there is a need to understand what are indicators and its importance for the development of policies and programs in tourist destinations

**Keywords:** Tourism, Public Policies, Management, Competitiveness.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Fases da pesquisa.....	36
Figura 2 - Composição do Produto Turístico.....	38
Figura 3 - Modelo Crouch E Ritchie (1999) .....	53
Figura 4 - Modelo DE Dwyer e Kim (2003).....	55
Figura 5 - Níveis do Índice de Competitividade. ....	77
Figura 6 - Índices de Competitividade BRASIL, Capitais e Não Capitais: 2008-2015.....	77
Figura 7 - Eixos programáticos – Indicadores Programa Pueblos Mágicos.....	84
Figura 8 - Classificação dos indicadores organizacionais .....	86
Figura 9 - Objetivos dos indicadores.....	90
Figura 10 - Índices gerais de competitividade - Brasil x Não Capitais: 2008 - 2015 .....	97
Figura 11 - Número de embarque Passeio de Trem da Serra Verde Express 2010-2014..	104

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1- Similaridades na oferta turística: Bento Gonçalves - Rio Grande do Sul - Brasil, Tequila - Jalisco - México, Morretes - Paraná - Brasil .....	17
Quadro 2 - Dimensões unificada dos programas do Brasil e México. ....	27
Quadro 3 - Respondentes de Bento Gonçalves - Rio Grande do Sul - Brasil .....	29
Quadro 4 - Respondentes de Tequila – Jalisco - México .....	31
Quadro 5 - Respondentes de Morretes – Paraná - Brasil.....	33
Quadro 6 - Definições de Competitividade .....	48
Quadro 7 - Definições de Competitividade de Destinos Turísticos .....	50
Quadro 8 - Fatores do Modelo Crouch e Ritchie .....	54
Quadro 9 - Ações Relacionadas ao Desenvolvimento das Políticas de Turismo no Brasil ...	61
Quadro 10 - Principais políticas de turismo do México a partir de 1970 .....	70
Quadro 11 - Dimensões de avaliação do Índice de Competitividade do Turismo Nacional ..	76
Quadro 12 - Dimensões de Avaliação Programa Pueblos Mágicos .....	84
Quadro 13 - Elaboração de indicadores.....	88
Quadro 14 - Comparativo das dimensões das políticas de turismo – Brasil e México .....	92
Quadro 15 - Se os destinos possuem a dimensão infraestrutura e serviços urbanos.....	106
Quadro 16 - Se os destinos possuem a dimensão Acesso .....	107
Quadro 17 - Se os destinos possuem a dimensão Serviços e Equipamentos Turísticos....	109
Quadro 18 - Se os destinos possuem a dimensão Oferta de Atrativos Turísticos .....	110
Quadro 19 - Se os destinos possuem a dimensão Marketing do Destino.....	112
Quadro 20 - Se os destinos possuem a dimensão Políticas Públicas /Governança/ Cooperação/ Investimento/ Planejamento.....	114
Quadro 21 - Se os destinos possuem a dimensão Monitoramento .....	115
Quadro 22 - Se os destinos possuem a dimensão Aspectos Econômicos .....	117
Quadro 23 - Se os destinos possuem a dimensão Aspectos Sociais .....	119
Quadro 24 - Se os destinos possuem a dimensão Aspectos Ambientais .....	120
Quadro 25 - Se os destinos possuem a dimensão Aspectos Culturais .....	122
Quadro 26 - Indicadores apontados pelos respondentes quanto a Infraestrutura e serviços urbanos.....	153
Quadro 27 - Indicadores apontados pelos respondentes quanto ao Acesso.....	154
Quadro 28 - Indicadores apontados pelos respondentes quanto aos Serviços e Equipamentos Turísticos .....	156
Quadro 29 - Indicadores apontados pelos respondentes quanto Oferta de Atrativos Turísticos.....	158
Quadro 30 - Indicadores apontados pelos respondentes quanto ao Marketing do destino. 160	

Quadro 31 - Indicadores apontados pelos respondentes quanto a Políticas Públicas / Governança / Cooperação / Investimento /Planejamento. ....	162
Quadro 32 - Indicadores apontados pelos respondentes quanto ao monitoramento.....	163
Quadro 33 - Indicadores apontados pelos respondentes quanto aos Aspectos econômicos. ....	165
Quadro 34 - Indicadores apontados pelos respondentes quanto aos Aspectos Sociais.....	167
Quadro 35 - Indicadores apontados pelos respondentes quanto aos Aspectos Ambientais ....	168
Quadro 36 - Indicadores apontados pelos respondentes quanto aos Aspectos Culturais ..	169

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Número de turistas estrangeiros no Brasil no período de 2000 a 2015. ....	64
Tabela 2 - Chegadas de turistas estrangeiros no México período 2000 - 2013. ....	68
Tabela 3 - Indicadores Diretos e Indiretos. ....	72
Tabela 4 - Condições Necessárias para classificação dos 65 destinos indutores ....	73
Tabela 5 - Número de visitantes de Bento Gonçalves, período 2002 a 2014 ....	97
Tabela 6 - Número de visitantes da cidade de Tequila. ....	101
Tabela 7 - Número de visitantes no Pico do Marumbi-Morretes 2010 – 2014 ....	103
Tabela 8 - Movimento mensal de embarques de passageiros – Passeio de Trem Serra Verde Express período 2010 – 2014. ....	105
Tabela 9 - Média setor público - Infraestrutura e serviços turísticos. ....	124
Tabela 10 - Média setor público - Acesso ....	125
Tabela 11 - Média setor público - Serviços e Equipamentos Turísticos ....	126
Tabela 12 - Média setor público - Oferta de atrativos turísticos. ....	127
Tabela 13 - Média setor público – Marketing do Destino. ....	128
Tabela 14 - Média setor público – Políticas Públicas/ Governança/ Cooperação/ Investimento/ Planejamento. ....	129
Tabela 15 - Média setor público - Monitoramento ....	130
Tabela 16 - Média setor público - Aspectos Econômicos ....	132
Tabela 17 - Média setor público - Aspectos Sociais. ....	133
Tabela 18 - Média setor público - Aspectos Ambientais. ....	134
Tabela 19 - Média setor público - Aspectos Culturais ....	135
Tabela 20 - Média agentes Privados - Infraestrutura e Serviços urbanos ....	136
Tabela 21 - Média agentes Privados - Acesso. ....	138
Tabela 22 - Média agentes Privados - Serviços e equipamentos turísticos. ....	139
Tabela 23 - Média agentes Privados - Oferta de atrativos turísticos ....	140
Tabela 24 - Média agentes Privados - Marketing do destino. ....	141
Tabela 25 - Média agentes Privados - Políticas Públicas, Governança, Cooperação, Investimento e Planejamento. ....	142
Tabela 26 - Média agentes Privados – Monitoramento ....	143
Tabela 27 - Média agentes Privados – Aspectos Econômicos ....	145
Tabela 28 - Média agentes Privados – Aspectos Sociais. ....	146
Tabela 29 - Média agentes Privados – Aspectos Ambientais. ....	147
Tabela 30 - Média agentes Privados – Aspectos Culturais ....	149
Tabela 31 - Médias gerais gestores públicos – Agentes Privados. ....	151

## LISTA DE SIGLAS

**ADETUR** – Agência de Desenvolvimento do Turismo

**COMBRATUR** – Comissão Brasileira de Turismo

**DATATUR** – *Analisis Integral del Turismo*

**EEA** – *European Environment Agency*

**EMBRATUR** – Empresa Brasileira de Turismo

**FGV** – Fundação Getúlio Vargas

**FONATUR** – *Fondo Nacional de Fomento al Turismo*

**IBGE** – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

**IETF** - *Internet Engineering Task Force*

**INEGI** – *Instituto Nacional de Estadística y Geografía*

**INFRATUR** – *Fondo de Promoción y Infraestructura Turística*

**INPI** – Instituto Nacional de Propriedade Industrial

**IPHAN** – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

**IPVV** – Indicação de Procedência Vale dos Vinhedos

**OMT** – Organização Mundial do Turismo

**PND** – *Plan Nacional de Desarrollo*

**PNTM** – Programa Nacional de Municipalização do Turismo

**PNT** – Plano Nacional de Turismo

**PRODETUR** – Programas Regionais de Desenvolvimento do Turismo

**SEBRAE** – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

**SINPLATUR** – *Sistema Nacional de Planificación turística*

**UNESCO** – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura.

**USDA** – *United States Department of Agriculture*

**WTTC** – *World Travel & Tourism Council*

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>15</b>
1.1	Problema de Pesquisa.....	20
1.2	Objetivos.....	21
1.2.1	Objetivo Geral.....	21
1.2.2	Objetivos específicos.....	21
1.3	Estrutura da Dissertação.....	21
<b>2</b>	<b>METODOLOGIA.....</b>	<b>22</b>
2.1	Classificação da pesquisa.....	23
2.2	Caracterização dos Respondentes.....	29
2.2.1	Bento Gonçalves – Rio Grande do Sul – Brasil.....	29
2.2.2	Tequila – Jalisco – México.....	31
2.2.3	Morretes – Paraná – Brasil.....	33
<b>3</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>37</b>
3.1	O Turismo.....	37
3.2	Destinos Turísticos.....	39
3.3	Segmentação do Turismo.....	40
3.4	Turismo e Desenvolvimento.....	41
<b>4</b>	<b>COMPETITIVIDADE.....</b>	<b>46</b>
4.1	Competitividade de Destinos Turísticos.....	48
4.2	Modelos de Análise de Competitividade.....	51
4.2.1	Modelo de Crouch e Ritchie (1999).....	52
4.2.2	O Modelo de Dwyer e Kim (2003). .....	54
<b>5</b>	<b>POLÍTICAS PÚBLICAS.....</b>	<b>57</b>
5.1	Políticas Públicas para o Desenvolvimento do Turismo e sua importância.....	58
5.2	Políticas Públicas para o Turismo no Brasil.....	61
5.3	Políticas Públicas para o Turismo no México.....	68
<b>6</b>	<b>A ANÁLISE DAS POLÍTICAS DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO – BRASIL E MÉXICO.....</b>	<b>71</b>
6.1	Plano Nacional do Turismo 2007-2010 – Meta 3: Estruturar 65 destinos turísticos com padrão de qualidade internacional.....	71
6.2	Índice de Competitividade do Turismo Nacional.....	74
6.2	Projeto Economia da Experiência.....	78
6.3	Programa <i>Pueblos Mágicos</i> .....	81
<b>7</b>	<b>SISTEMA DE INDICADORES.....</b>	<b>85</b>
<b>8</b>	<b>AS CIDADES ANALISADAS.....</b>	<b>93</b>
8.1	Bento Gonçalves – Rio Grande do Sul – Brasil.....	93

<b>8.2 Tequila – Jalisco – México .....</b>	<b>99</b>
<b>8.3 Morretes – Paraná – Brasil .....</b>	<b>101</b>
<b>9 ANÁLISE DOS RESULTADOS .....</b>	<b>106</b>
<b>9.1 Percepção dos gestores público e privado quanto a existência das dimensões e variáveis de competitividade dos destinos analisados .....</b>	<b>106</b>
<b>9.2 Grau de importância atribuído às dimensões e variáveis pelos respondentes ...</b>	<b>123</b>
<b>9.3 Indicadores utilizados nos destinos de acordo com os respondentes .....</b>	<b>152</b>
<b>10 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>172</b>
<b>11 REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO .....</b>	<b>176</b>
<b>12 APÊNDICES.....</b>	<b>188</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O desenvolvimento decorrente do turismo tem demandado interesse e discussões ao redor do mundo, refletindo no aumento de investigações relacionadas com o tema turismo e competitividade. Entretanto, apesar do crescimento de estudos abordando esta temática, alguns pontos relacionados à competitividade ainda precisam de adensamento especialmente na discussão sobre competitividade de destinos turísticos através do desenvolvimento de políticas públicas para o turismo (CHIN-MIKI, GÂNDARA E MUÑOZ, 2012; DOMARESKI-RUIZ e GÂNDARA, 2014; ESTEVÃO e NUNES, 2015).

Na literatura observa-se que há poucos estudos relacionando competitividade de destinos turísticos e políticas públicas, assim a pretensão deste estudo é contribuir com o aumento de estudos sobre o tema, abordando a competitividade em destinos turísticos do Brasil e do México tendo como base de estudo as cidades de Bento Gonçalves – Rio Grande do Sul no Brasil e Tequila - Jalisco no México, uma vez que ambos os destinos estão inseridos nos principais programas de políticas públicas adotados por seus países.

Optou-se ainda em analisar a cidade de Morretes – Paraná no Brasil, a qual não está inserida em nenhum programa macro do Governo Federal Brasileiro, pois caracteriza-se como uma cidade histórica, presente em uma das principais regiões turística do Estado do Paraná, com muita similaridade com as demais cidades objeto do presente estudo, devido aos atrativos que compõem a sua oferta turística e assim compreender a percepção dos atores públicos e privados quanto aos indicadores de competitividade de um destino que não passou por nenhum programa de políticas públicas abordando a competitividade do destino.

A competitividade relacionada a destinos turísticos vem sendo trabalhada por autores em diferentes países entre eles o Brasil e o México e nestes países autores já desenvolveram também estudos abordando patrimônio natural, cultural, políticas públicas, programa *Pueblos Mágicos*, sustentabilidade, desenvolvimento, impactos culturais do turismo, entre outros (RODRIGUEZ HERRERA, PULIDO FERNÁNDEZ, 2010; PONCELA, 2014; HERNÁNDEZ LOPEZ, 2009; TOMAZZONI, POSSAMAI, LOVATEL, 2010; LACAY, 2012; ENDRES, 2008; LOPES, TINÔCO E SOUZA, 2011).

A análise proposta neste estudo justifica-se pela lacuna de pesquisa existente sobre os impactos das políticas públicas no que tange a competitividade de destinos, a percepção dos agentes de desenvolvimento do turismo nestas cidades, e também

de estudos comparativos entre as cidades de Bento Gonçalves – RS – Brasil, Morretes – Paraná – Brasil e Tequila – Jalisco – México.

A análise de tais políticas será de grande valia uma vez que poderão ser identificados os seus pontos fortes e fracos, seu grau de importância e a sua capacidade de articulação e mobilização junto aos agentes locais de desenvolvimento do turismo, e ainda a percepção de tais agentes locais sobre os indicadores de planejamento, gestão e controle do turismo.

De acordo com MTUR (2014) e SECTUR (2014), tanto no Brasil quanto no México, as políticas públicas de turismo seguem a premissa de valorização da cultura local, aproveitamento das potencialidades dos grandes centros turísticos com a finalidade de desenvolvimento do turismo de forma integrada e regional, ou seja, criando condições de que mais destinos se beneficiem através do turismo com isso ressalta-se a importância de estudos capazes de avaliar e monitorar os impactos do turismo nestes locais.

No Brasil o turismo teve crescimento significativo nos últimos anos, de acordo com o MTUR o número de turistas internacionais que desembarcavam no país no ano de 2016 foi maior que 6,5 milhões. Já no México o número de visitantes no ano de 2016 foi de 35 milhões de turistas desembarcando naquele país. (SECTUR, 2017; MTUR, 2017).

A escolha dos dois países para este estudo deve-se dentre outros fatores, pelas inúmeras similaridades como tipo de clima, condições geográficas, e ainda a demanda turística que se assemelha através de diferentes segmentos do turismo como o Turismo de Sol e Praia, Turismo Cultural, Turismo Gastronômico e produtos como Trem turístico e as bebidas características das cidades analisadas.

O quadro 1 traz as principais similaridades entre as cidade de estudo comprovando tal semelhança no que tange a oferta de produtos turísticos nos destinos.

**QUADRO 1- SIMILARIDADES NA OFERTA TURÍSTICA: BENTO GONÇALVES - RIO GRANDE DO SUL - BRASIL, TEQUILA - JALISCO - MÉXICO, MORRETES - PARANÁ - BRASIL**

<b>Similaridades na oferta turística nas cidade de Bento Gonçalves – PR-BR, Morretes-PR-BR e Tequila-JAL-MX.</b>							
<b>Cidades analisadas</b>	<b>Cidade Histórica</b>	<b>Gastronomia e cultura Local</b>	<b>Produção de Bebida Local com reconhecimento internacional</b>	<b>Proximidade com polo indutor do turismo</b>	<b>Operação de Trem Turístico na Região</b>	<b>Estruturação Turística do Destino</b>	<b>Cooperação da Iniciativa Privada</b>
<b>Bento Gonçalves</b>	X	X	X	X	X	X	X
<b>Morretes</b>	X	X	X	X	X	X	X
<b>Tequila</b>	X	X	X	X	X	X	X

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

No Brasil, o segmento de turismo de sol e praia aparece com 49,2% e o cultural 10,3% da preferência dos turistas internacionais que passam pelo país (MTUR, 2015; SECTUR, 2014).

Já no México, a preferência pelo turismo de sol e praia foi de 60% do total de visitantes concentrados principalmente em destinos como Cancún (50% do total) (SECTUR, 2017).

A título de ilustração, no ano de 2013, o México ocupava a 15<sup>o</sup> colocação no ranking mundial de fluxo receptivo com 23,7 milhões de chegadas internacionais. O Brasil, no mesmo período ocupava a 45<sup>a</sup> posição com 5,8 milhões de turistas internacionais desembarcando no país.

Percebe-se a similaridades destes países quanto aos principais produtos que compõem a oferta turística. Há ainda similaridade entre os destinos quanto a estruturação de políticas públicas para o desenvolvimento do turismo de forma regional, cabendo assim uma análise comparativa entre eles a fim de que se tenha maior entendimento sobre a percepção e a interação dos agentes públicos e privados nestes destinos.

Ressalta-se que apesar das diferenças numéricas, ainda assim é interessante aprofundar uma pesquisa devido à semelhança das políticas adotadas por tais países para o desenvolvimento do turismo com o propósito de geração de emprego, renda e melhoria da qualidade de vida, colocando o turismo como peça fundamental para promover o desenvolvimento de regiões e destinos (MTUR, 2013; PONCELA, 2016).

Cabe salientar, que o presente estudo não terá como objetivo a comparação numérica, estatística de volume de visitantes mas sim, a análise da percepção dos atores de desenvolvimento do turismo local tanto público quanto privados mediante a identificação de indicadores presentes nos programas de políticas públicas, assim como seu grau de importância.

No México, o turismo está como uma das prioridades nacionais visando o crescimento econômico e a geração de emprego. Nos últimos anos o país buscou ampliar o desenvolvimento do segmento de turismo cultural, além dos tradicionais destinos de praia com o objetivo de diversificar a oferta (PONCELA, 2016). Com este objetivo, no ano de 2001 o México criou o Plano Nacional de Desenvolvimento, com programas de cultura e setoriais de turismo, dentro dos quais está o Programa *Pueblos Mágicos* que norteará a análise do presente estudo (SECTUR, 2006).

O Brasil vem edificando políticas públicas para o turismo de forma mais intensa desde o início da década de 1990, porém a adoção da estratégia de desenvolvimento de forma descentralizada e regional ocorreu em 2004 com o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil (MTUR, 2013).

Tanto o Brasil quanto o México possuem objetivos similares no que tange o desenvolvimento do turismo. Nas diretrizes dos programas governamentais de ambos os países, observa-se o interesse em desenvolver o turismo utilizando-se os preceitos do desenvolvimento sustentável de forma que as comunidades receptoras do turismo também sejam beneficiadas (MTUR, 2013; SECTUR, 2006).

Diante disso, nesta investigação a escolha do México deve-se ao fato de o governo mexicano ter desenvolvido o Programa *Pueblos Mágicos* no seio das políticas públicas para o turismo adotando como premissa a participação social, mobilizando os envolvidos e interessados no desenvolvimento do Programa, sendo este pautado na singularidade de cada cidade/região, visando a integração dos destinos turísticos formando um produto único.

Atualmente naquele país, 111 cidades já aderiram ao referido programa, divididas em 30 estados mexicanos, abrangendo todo o seu território.

O México conta com o amplo Plano de Desenvolvimento, abrangendo diferentes setores de sua economia, chamado de Plano Nacional de Desenvolvimento do México.

No Brasil, há apenas a política setorial, no caso do turismo o Plano Nacional de Turismo (PNT) e dentro dele políticas que visam o desenvolvimento do turismo no país.

De acordo com as políticas setoriais adotadas pelo Brasil, o Plano Nacional de Turismo (PNT) 2007-2010 foi desenvolvido da seguinte forma: Metas para o turismo; Macroprogramas; e Programas. Dentro das Metas programadas para 2007-2010, destaca-se neste estudo a Meta 03 do PNT, a qual pretendia estruturar 65 destinos turísticos com padrão de qualidade internacional no Brasil.

Por meio de um trabalho articulado com os Órgãos e Fóruns Estaduais de Turismo, selecionou-se os roteiros e regiões que apresentavam condições de serem trabalhados para adquirirem um padrão de qualidade internacional de mercado (Mtur 2007, p.52).

Tendo como base alguns estudos de avaliação e valorações realizados pelo Ministério do Turismo como, por exemplo, o Plano de Marketing e o Plano Aquarela<sup>1</sup> e priorizando os 87 roteiros previamente selecionados, abrangendo as 116 regiões, foram classificados os 65 destinos turísticos que induziriam, através de experiências e práticas exitosas o desenvolvimento do turismo nos roteiros e regiões onde estão localizados, abrangendo todos os estados e regiões turísticas do Brasil.

Estes 65 destinos indutores do turismo no Brasil, são caracterizados como cidades com grande potencial turístico, podendo ser capitais e não capitais capazes de atrair grandes fluxos, com infraestrutura básica que atenda a oferta turística de suas regiões e ainda por destacarem-se na atividade turística em suas regiões, seja pela estruturação do turismo, qualificação da mão de obra local, envolvimento dos agentes de desenvolvimento do turismo, singularidade do atrativo e até mesmo pelo fluxo de visitantes que recebe.

Para que fosse possível o acompanhamento e monitoramento de tais políticas, no ano de 2007 o governo brasileiro lançou o Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores, com o objetivo de identificar os pontos fortes e fracos de cada um dos 65 destinos indutores do turismo no Brasil. Esta ferramenta possibilitou a auto avaliação destes destinos assim como, um melhor planejamento e adequação

---

<sup>1</sup> Desde 2005, o Plano Aquarela – Marketing Turístico Internacional do Brasil foi o instrumento que deu consistência, estratégia, metas e objetivos para o trabalho de promoção internacional da Embratur. Desde o período de elaboração do plano, esteve presente a busca de referências em pesquisas que retratassem a realidade do mercado global, o perfil do turista a ser conquistado, a situação dos países que competem com o Brasil, o que permitiu o detalhamento de que produtos devem ser promovidos, de acordo com a característica de cada mercado

quanto às mudanças necessárias para manter-se competitivos no mercado. Para o Mtur (2016), a competitividade é um recurso estratégico, necessitando a adequação destes destinos a novas estratégias e constante desenvolvimento de novos recursos.

Dentro das políticas setoriais brasileiras, pode-se destacar ainda o Projeto Economia da Experiência, que foi aplicado em 05 cidades abrangendo as 05 macrorregiões do Brasil<sup>2</sup>. Implantado no ano de 2006, inicialmente na Região da Uva e Vinho no Rio Grande do Sul.

Este projeto teve como propósito auxiliar os profissionais da área de turismo daquela região a vender experiências, ou seja, não apenas satisfazer as necessidades da demanda, mas superar as suas expectativas proporcionando-lhes uma experiência única através da oferta dos produtos locais (MTUR, 2016).

Diante do exposto, a análise central deste estudo tomará como referência as dimensões propostas nas políticas de turismo de ambos os países, no Brasil através do Índice de Competitividade do Turismo Nacional e no México através do Programa *Pueblos Mágicos* que serão detalhados nos capítulos seguintes deste estudo.

Numa análise preliminar, verificou-se através das dimensões utilizadas pelos programas citados para mensurar o nível de desenvolvimento dos destinos, que o turismo vem sendo planejado de forma ampla, possibilitando que o desenvolvimento ocorra de forma integrada entre os destinos, integrando o desenvolvimento social, cultural, econômico e sustentável das regiões (MTUR, 2015; SECTUR, 2015).

## 1.1 Problema de Pesquisa

Qual é a percepção dos gestores públicos e privados do turismo nos destinos analisados quanto as dimensões que compõem os programas de Políticas Públicas para o desenvolvimento do turismo?

---

<sup>2</sup> Projeto Economia da Experiência, que contou com a gestão do Instituto Marca Brasil e dos SEBRAE's dos seguintes destinos brasileiros: Belém (PA); Bonito (MS); Costa do Descobrimento (BA) e Petrópolis (RJ), além do Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares da Região da Uva e Vinho (RS).

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo Geral**

Analisar a percepção dos gestores públicos e privados de destinos sobre as dimensões que permitam avaliar o planejamento, gestão e controle do turismo em destinos.

### **1.2.2 Objetivos específicos**

Identificar dimensões existentes e utilizados pelos destinos analisados para avaliar os programas de políticas públicas no Brasil e no México.

Analisar a percepção dos gestores do poder público e iniciativa privada sobre as dimensões na avaliação dos efeitos de políticas públicas em destinos turísticos

Identificar os indicadores utilizados para avaliar cada uma das dimensões assim como suas variáveis.

## **1.3 Estrutura da Dissertação**

A estruturação do presente trabalho se constitui em 11 capítulos. O primeiro capítulo trata da introdução apontando os dados referentes aos dois países analisados assim como os seus principais segmentos turísticos, tendo como recorte geográfico três destinos: Bento Gonçalves – Rio Grande do Sul – Brasil, Morretes – Paraná – Brasil e Tequila – Jalisco – México. Será apontando ainda a justificativa, o problema de pesquisa, o objetivo geral e objetivos específicos propostos no estudo.

O segundo capítulo tratará das questões metodológicas adotadas para o desenvolvimento do presente estudo, os dados estatísticos sobre a atividade turística no Brasil e no México, as bases de dados e documentos consultados entre outros procedimentos que compõem a metodologia e a construção do questionário utilizado para a coleta dos dados.

O terceiro capítulo abordará a fundamentação teórica através da qual se detalha os conceitos de Turismo; Destinos Turísticos; Segmentação do Turismo; Turismo e Desenvolvimento. Tais temas servirão para complementação das informações para os capítulos seguintes.

O tema competitividade é abordado no quarto capítulo explanando estudos realizados sobre competitividade de destinos turísticos seguido de uma apresentação sucinta sobre os principais modelos de competitividade presentes na

literatura como o Modelo de Porter, Modelo de Crouch e Ritchie e o Modelo de Dwyer e Kim.

O quinto capítulo traz os principais conceitos de políticas públicas seguido das definições de políticas públicas para o turismo, através das quais será feita a abordagem das principais políticas de turismo no Brasil e no México.

Em sequência será apresentado no capítulo sexto, uma análise das políticas de desenvolvimento do turismo no Brasil e México, objetos deste estudo, o Índice de Competitividade do Turismo Nacional aplicado no Brasil e o Programa *Pueblos Mágicos* aplicado no México.

No sétimo capítulo será apresentado o sistema de indicadores, com conceito de indicadores e sua importância no monitoramento e avaliação de programas de políticas públicas.

As cidades analisadas neste estudo serão apresentadas de forma detalhadas no capítulo oitavo e trará a descrição sobre as cidades de Bento Gonçalves – RS – Brasil, Tequila – Jalisco – México e também Morretes – PR – BR, assim como a justificativa pela qual estas cidades estão presentes neste estudo. Seguindo da análise dos resultados apresentadas no capítulo nono.

As considerações finais poderão ser observadas no décimo capítulo que seguirá para o capítulo décimo primeiro onde será finalizado o presente estudo com o referencial bibliográfico que serviram para fundamentar a presente pesquisa.

## **2 METODOLOGIA**

Esta pesquisa tem como propósito analisar a percepção dos gestores públicos e privados selecionados em cada destino visando à compreensão das dimensões de análise dos programas, os indicadores utilizados e ainda o grau de importância que estes atribuem para cada dimensão.

A internacionalização da pesquisa também se torna uma ferramenta ampla que possibilita o desenvolvimento de diferentes estudos entre os países, assim como instituições de ensino e estudantes, ampliando também as possibilidades e o universo de temas a serem estudados.

Os países selecionados para análise foram o Brasil e o México. A escolha do México se deve ao fato de já haver uma parceria estabelecida entre instituições de ensino de ambos os países, havendo o interesse no desenvolvimento de pesquisas

em conjunto. Outro fator determinante como já mencionado, se deve ao fato de o México possuir similaridades com o Brasil quanto aos principais segmentos do turismo (Sol e Praia) e ainda por haver um programa de desenvolvimento do turismo voltado ao aproveitamento das potencialidades de pequenos municípios, próximos a grandes centros já consolidado turisticamente, muito semelhante ao programa de regionalização proposto pelo governo brasileiro, com período de implantação coincidente, pois conforme consta no Plano Nacional do Turismo 2003 – 2007 (p.48) o Plano de Desenvolvimento do México 2001-2006 foi um dos documentos utilizado como referência na construção do Plano Nacional de Turismo do Brasil 2003-2007.

Assim, pretende-se ampliar as possibilidades de discussões através desta parceria binacional possibilitando o crescimento do número de pesquisas em conjunto entre pesquisadores e universidades do Brasil e México.

## **2.1 Classificação da pesquisa**

A presente pesquisa foi elaborada tendo como base a pesquisa de caráter qualitativo, o qual se preocupa com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, organização, etc., onde os dados analisados são não-métricos e o objetivo é produzir novas informações da amostra.

De acordo com Minayo (*apud* GERHARDT e SILVEIRA, 2009, p. 32) “a pesquisa qualitativa trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores, atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis”.

Para Malhotra (2006, p.155) a pesquisa qualitativa é uma metodologia de pesquisa não-estruturada e exploratória baseada em pequenas amostras que proporciona as percepções e compreensão do contexto do problema”.

A pesquisa terá análise descritiva comparativa baseada em dados primários e secundários. Mattar (2008, p. 179) explica que os dados secundários se darão através da análise documental visto que se valerá de dados já colhidos para outros fins. O mesmo autor afirma também que “com a internet a pesquisa de dados secundários passou a poder ser feita exclusivamente a partir da navegação pelos inúmeros sites dessas entidades e pela utilização do auxílio proporcionado pelos sites de busca”.

A pesquisa exploratória, ou estudo exploratório, é classificado por Piovesan e Temporini (1995) como “parte integrante da pesquisa principal, como o estudo preliminar realizado com a finalidade de melhor adequar o instrumento de medida à realidade que se pretende conhecer”.

Compartilhando do mesmo pensamento, Gil (1989, p. 45) destaca que:

[...] as pesquisas exploratórias constituem uma primeira etapa de uma investigação mais ampla. Quando o tema escolhido é bastante genérico, torna-se necessários o seu esclarecimento e delimitação, o que exige revisão de literatura, discussão com especialistas e outros procedimentos. O produto final deste processo passa a ser um problema mais esclarecido, passível de investigação mediante procedimentos mais sistematizados.

Mattar (2008, p. 7) afirma que esta forma de pesquisa “é apropriada para os primeiros estágios de investigação da pesquisa quando o pesquisador não tem conhecimento suficiente para formular questões e (ou) hipóteses específicas”.

Por se tratar de um estudo exploratório em que ambos os países possuem documentos que permitem a análise detalhada através de seus conteúdos, e ainda por se tratar de programas desenvolvidos com uma ampla abordagem teórica, este estudo pode ser caracterizado como pesquisa documental, que busca compreender o objeto de estudo em materiais já elaborados incluindo livros e artigos científicos e documentos oficiais sobre o tema pesquisado.

Mattar (2008, p.9) considera que a pesquisa documental é “uma das formas mais rápidas e econômicas de amadurecer e aprofundar um problema de pesquisa é através do conhecimento dos trabalhos realizados por outros, via levantamento bibliográfico”. Este levantamento, ainda segundo o autor pode ser realizado por meio de inúmeras fontes incluindo livros, revistas especializadas, dissertações e teses apresentadas em universidades.

A pesquisa documental pode ser realizada através de diferentes fontes como cartas, pareceres, fotografias, relatórios, projetos de lei, ofícios, mapas, testamentos, informativos, depoimentos orais e escritos, documentos informativos arquivados em repartições públicas entre outros (SANTOS, 2000).

A análise documental constitui uma técnica importante na pesquisa qualitativa, seja complementando informações obtidas por outras técnicas, seja desvelando aspectos novos de um tema ou problema (LUDKE E ANDRÉ, 1986).

Lacerda e Ensslin (2012, p.61) destacam que “com a evolução dos sistemas de informações, evidenciou-se o uso de base de dados, que são sistemas de

indexação de periódicos, livros, teses, relatórios, anais de eventos dentre outros, a fim de facilitar as buscas de referências bibliográficas e assim, servirem de plataforma teórica para pesquisas futuras”.

No Brasil, a pesquisa se deu através de consultas a documentos oficiais disponibilizados no *website* do Ministério do Turismo na área denominada “dados e fatos” que traz um apanhado geral dos principais indicadores, assim como números do turismo nacional dos últimos 10 anos.

Foram consultados também os Planos Nacional de Turismo possibilitando a análise da evolução e complementação das Políticas de turismo aplicadas no Brasil. Nesta mesma fonte de dados, foi possível analisar a evolução do Índice de Competitividade do Turismo Nacional, ferramenta utilizada pelo MTUR para analisar a competitividade dos 65 destinos indutores do turismo no país, com dados desde o ano da sua implantação em 2008 até o ano de 2015<sup>3</sup>. Artigos científicos relacionados ao tema políticas públicas no Brasil; Regionalização do turismo; Desenvolvimento do Turismo entre outros foram consultados como análise complementar. Outros órgãos como IBGE, FGV, SEBRAE, Prefeituras dos municípios analisados foram consultados através de seus *websites* para a coleta de dados servindo para embasamento deste estudo.

Quanto à coleta de dados referentes ao turismo no México, foram utilizados os arquivos do órgão oficial de turismo do país, a Secretaria de Turismo do México - SECTUR, através de seu *website* oficial, foi possível obter acesso ao Plano de Desenvolvimento Nacional que contempla os programas de desenvolvimento do turismo, entre eles o Programa *Pueblos Mágicos*.

Documentos relacionados ao Programa *Pueblos Mágicos* foram pesquisados esclarecendo como se desenvolvem as etapas de inclusão das cidades ao programa, assim como, o processo de desenvolvimento e monitoramento dos indicadores através de suas dimensões. Outros órgãos mexicanos foram consultados para coleta e análise de dados como DATATUR (*Análises Integral del Turismo*), que traz as estatísticas referentes ao turismo no México, Secretaria de Turismo do Estado de Jalisco - SECTURJAL, *Instituto Nacional de Estadística y Geografía* - INEGI.

---

<sup>3</sup> Exceto no ano de 2012, ano em que este Estudo não foi realizado.

Após a análise documental, foi possível relacionar dados de ambos os países e analisar as políticas de desenvolvimento do turismo no Brasil, Meta 03 do PNT 2007-2010: Estruturação dos 65 destinos Indutores do turismo no Brasil<sup>4</sup> e também o Índice de Competitividade do Turismo Nacional. Já no México, com o levantamento dos dados referente ao programa *Pueblos Mágicos* foi possível relacioná-lo com o programa brasileiro através de suas dimensões e variáveis.

Foi realizada ainda a revisão bibliográfica dos temas principais da fundamentação teórica do presente estudo como: políticas públicas; políticas de turismo; o desenvolvimento das políticas em ordem cronológica pelos dois países analisados, com isso, foi possível o levantamento de estudos abordando os principais modelos de análise de competitividade de destinos propostos.

Como parte complementar dos procedimentos metodológicos deste estudo, foram realizadas as coletas dos dados através de questionários com gestores do turismo tanto público como privados em cada uma das cidades para que se consiga obter de forma mais precisa, os dados primários para a análise final pretendida com esta pesquisa.

Os questionários foram aplicados em três cidades nos dois países analisados, sendo elas: Bento Gonçalves – Rio Grande do Sul – Brasil, classificada como Não Capital inserida entre os 65 destinos indutores do turismo no Brasil e está presente no Índice de Competitividade do Turismo Nacional.

A cidade de Tequila – Jalisco – México, por ser um destino consolidado turisticamente e conhecido internacionalmente pela bebida que homônima, o Tequila e estar inserida no Programa *Pueblos Mágicos*.

Já a cidade de Morretes – Paraná – Brasil, não está inserida em nenhum dos programas citados, porém está próxima a uma capital e possui características semelhantes aos demais destinos, possui a bebida local reconhecida internacionalmente com empresas de receptivo local atuante e ainda um produto diferenciado na região, o passeio de trem partindo de Curitiba, Capital do Estado. Optou-se por analisar o destino Morretes para obter a análise dos gestores públicos e privados de uma cidade que ainda não obteve impactos de grandes programas de políticas públicas propostos pelo governo federal Brasileiro.

---

<sup>4</sup> O nomenclatura oficial da Meta 03 do PNT 2007-2010 é Estruturar os 65 destinos com padrão de qualidade internacional, para simplificação utilizar-se-á a nomenclatura acima exposta.

Através das informações coletadas na análise documental, percebeu-se que existe muita similaridade entre os programas de desenvolvidos no Brasil e no México, possibilitando a construção de um quadro unificando as dimensões que apresentaram similaridades.

Desta forma, foram analisadas as 13 dimensões e suas variáveis do programa brasileiro e as 11 dimensões e suas variáveis do programa mexicano, estruturando as dimensões similares e então elaborou-se um quadro único com 11 dimensões e 94 variáveis. Após unifica-las e traduzi-las, obteve-se o questionário que foi direcionado aos respondentes para a coleta de dados.

Para Gil (1987, p. 124) a coleta de dados através de questionários é “a técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas situações vivenciadas etc.” conforme quadro 02.

#### **QUADRO 2 - DIMENSÕES UNIFICADA DOS PROGRAMAS DO BRASIL E MÉXICO.**

<b>PERCEPÇÃO SOBRE OS INDICADORES PARA O PLANEJAMENTO, GESTÃO E CONTROLE DO TURISMO</b>					
<b>Nº</b>	<b>Dimensão</b>	<b>Seu município possui?</b>		<b>Se sim, qual é o indicador utilizado?</b>	<b>Grau de importância</b>
		<b>Sim</b>	<b>Não</b>		
<b>1</b>	<b>Infraestrutura e serviços urbanos</b>				
<b>2</b>	<b>Acesso</b>				
<b>3</b>	<b>Serviços e equipamentos turísticos</b>				
<b>4</b>	<b>Oferta de atrativos turísticos</b>				
<b>5</b>	<b>Marketing do destino</b>				
<b>6</b>	<b>Políticas Públicas / Governança / Cooperação / Investimento /Planejamento</b>				
<b>7</b>	<b>Monitoramento</b>				
<b>8</b>	<b>Aspectos Econômicos</b>				
<b>9</b>	<b>Aspectos Sociais</b>				
<b>10</b>	<b>Aspectos Ambientais</b>				
<b>11</b>	<b>Aspectos Culturais</b>				

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

As perguntas caracterizam-se por perguntas duplas, ou seja, abertas e fechadas. Gil (1989, p.127) define como abertas “aquelas que o interrogado responde com suas próprias palavras, sem qualquer restrição” já as perguntas fechadas de acordo com o autor, “as quais todas as respostas possíveis são fixadas

de antemão. Há casos em que são previstas apenas as respostas “sim” e “não” (dicotômicas). Na ordem de apresentação das perguntas do questionário consta a apresentação da dimensão principal seguindo de suas variáveis”.

A primeira pergunta questionou se o município possui a dimensão apresentada com as opções de sim e não; seguindo da pergunta se sim, qual indicador utilizado para análise; e por fim, o grau de importância atribuído a cada variável questionada tendo como referências os valores de 1 a 10.

Estes questionários foram aplicados aos gestores municipais responsáveis pelo turismo; Empresa de receptivo turístico consolidada e atuante nos municípios, Órgão/Conselho/Associações/*Convention* que visem a promoção do destino; Representante de empresa operadora de transporte de passageiros (trem) local; Representante de empresa de bebidas local consolidada no mercado nacional e internacional.

Devido à proporção da pesquisa quanto a delimitação geográfica, grande parte dos respondentes enviaram os questionários respondidos via email após a abordagem inicial explicando o objetivo do estudo. Para Gil (1989, p.125) uma das vantagens na aplicação do questionário é que “possibilita atingir grande número de pessoas, mesmo que estejam numa área geográfica muito extensa, já que o questionário pode ser enviado. [...] permitem ainda “as pessoas respondem no momento que julguem conveniente”.

Muitas variáveis não foram respondidas pelos entrevistados, entre elas estão indicadores, e o grau de importância destes indicadores. Desta forma, optou-se em considerar como “pouco importante” as variáveis que não obtiveram nenhuma nota atribuída.

Gil (1989, p.126) afirma que uma das desvantagens do uso do questionário para coleta de dados é que “não oferece garantia de que a maioria das pessoas devolveram-no devidamente preenchido, o que pode implicar a significativa não representatividade da amostra”.

Assim, foi possível fazer a média das respostas dos gestores público e privados obtidas nos questionários. A média dos gestores públicos será a média síntese, pois em cada destino apenas um órgão público foi entrevistado. Quanto a iniciativa privada, obteve-se a média de cada variável e também a média geral.

Por fim, criou-se um quadro com a média geral público, média geral privado e a média geral público e privado que possibilitou a melhor análise dos dados e resultados.

## 2.2 Caracterização dos Respondentes

Tendo como base as informações presentes neste estudo, a análise dos dados será dividida em: Destinos; Órgãos Públicos; e Iniciativa Privada para que seja possível um maior detalhamento das informações assim como a comparação dos resultados coletados em cada empresa/instituição.

### 2.2.1 Bento Gonçalves – Rio Grande do Sul – Brasil

No destino Bento Gonçalves, as entrevistas foram realizadas com as empresas e seus respectivos representantes conforme mostra o quadro 03:

#### QUADRO 3 - RESPONDENTES DE BENTO GONÇALVES - RIO GRANDE DO SUL - BRASIL

Bento Gonçalves - Rio Grande do Sul - Brasil			
Respondente	Empresa / Instituição	Público	Privado
Beatriz Paulus	Atua Serra	x	x
Ana Maria De Paris Possamai	Cooperativa Vinícola Aurora		x
Ana Paula Solimon	Bento <i>Convention &amp; Visitors Bureau</i>		x
Gilberto Durante	Secretaria Municipal de Turismo	x	

Elaborado pelo autor, 2017.

**Secretaria Municipal de Turismo:** É o órgão oficial de turismo no município, sua estrutura tanto técnica como administrativa serve de referência em gestão, sua capacidade de articulação e integração com a iniciativa privada, garantem o desenvolvimento de projetos, produtos bem como a estruturação de um Conselho Municipal de Turismo ativo e participativo.

A Secretaria mantém atualizado o Plano Municipal de turismo o que facilita a obtenção de dados sobre o turismo local, contribuindo assim para o desenvolvimento de estudos e pesquisas na região. Entre as principais competências da Secretaria estão: A organização e execução de planos, programas e eventos que tenham por objetivo incentivar o turismo no Município; a proposição de projetos e investimentos que busquem valorizar e explorar o potencial turístico do Município em benefício da economia local; a administração de parques e outros

estabelecimentos de apoio às atividades turísticas; a promoção de congressos e exposições que visem à divulgação do turismo; a organização e manutenção do cadastro relativo aos estabelecimentos turísticos, especialmente hotéis, restaurantes e similares e a manutenção e administração do Parque de Eventos (PMBG, 2017).

Cabe destacar que em muitas respostas atribuídas ao questionário aplicado na Secretaria municipal de Turismo de Bento Gonçalves, as respostas obtidas foram: “ECDI” e “SIG” porém no final no questionário, o respondente utilizou a área do questionário aberta para comentário e sugestões que julgasse importante destacando que: ECDI - Estudo de Competitividade dos Destinos Indutores - Análise anual realizada pelo MTUR, Sebrae e FGV , onde cada dimensão do estudo apresenta as notas médias de Bento Gonçalves. SIG é o Sistema Integrado de Gestão, implantado em 2015, onde a Secretaria Municipal de Turismo possui em torno de 40 indicadores, os quais são mensais e também existe a média anual. Envolve orçamento, projetos, estatísticas no turismo, entre outros.

**AtuaSerra:** Fundada no ano de 1985 na cidade de Caxias do Sul, a AtuaSerra inicialmente era uma associação composta por onze secretarias de turismo da região, entre elas estavam Caxias do Sul, Antônio Prado, Flores da Cunha, Garibaldi, Farroupilha , Bento Gonçalves, Veranópolis, Serafina Corrêa, Nova Prata, Guaporé e São Marcos.

No ano de 1995, 19 municípios já integravam a AtuaSerra contanto também com a iniciativa privada entre seus sócios, hoje conta com 30 associados e sua missão concentra-se em “promover o desenvolvimento do turismo sustentável na Região Uva e Vinho através da articulação dos municípios, integração dos atores sociais e aporte de conhecimentos, buscando a melhoria da qualidade de vida nas comunidades envolvidas” (ATUASERRA, 2017).

**Bento Convention & Visitors Bureau<sup>5</sup>:** Muito atuante em toda a região, o Bento Convention Bureau atua na captação de eventos, fortalecendo a atividade turística e promovendo Bento Gonçalves como destino através da união e articulação de empresas locais, apoiado no empreendedorismo da região, na potencialidade serrana e no profissionalismo do setor receptivo do município.

---

<sup>5</sup> *Convention & Visitors Bureaus* (CVBs) são organizações sem fins lucrativos, multisetoriais, formadas pelas empresas que ofertam produtos e serviços turísticos de uma localidade. Utilizando-se do marketing e promoção do destino, visam o aumento do fluxo turístico na região onde atuam e dessa forma, promovem o desenvolvimento econômico e a geração de emprego e renda para seus habitantes.

As ações do Bento *Convention Bureau* beneficia, além dos associados, toda a sociedade, trazendo divisas para a economia do município, promovendo a cadeia produtiva de modo geral (BENTO CONVENTION, 2017).

**Cooperativa Vinícola Aurora:** Criada no ano de 1931 por dezesseis famílias descendentes de italianos e produtores de vinho no município de Bento Gonçalves. Em 1932 a Cooperativa e Vinícola Aurora contava com uma produção coletiva de 317 mil quilos de uva.

Atualmente, a Vinícola Aurora é a maior produtora do Brasil contando com mais de 1.100 famílias associadas unindo a produção de uva e vinha às mais modernas técnicas e contando também com a tecnologia moderna que garantem o aprimoramento e o controle de qualidade. Além da produção de vinhos, a Cooperativa Aurora conta ainda com uma grande linha de produtos como suco, Espumante, Destilado, Frisante, Azeite entre outros.

Entre as premiações, seus produtos já receberam prêmios nacionais e internacionais em diversas categorias desde a década de 1990. A Cooperativa Aurora foi ainda a primeira vinícola da Serra Gaúcha a conquistar as certificações ISO 9001:2008 que atesta a qualificação no desenvolvimento, elaboração e processamento de vinhos e derivados e também a ISSO 14001:2006 atestada pela responsabilidade no Sistema de Gestão Ambiental (VINICOLA AURORA, 2017).

### 2.2.2 Tequila – Jalisco – México

No destino Tequila, as entrevistas foram realizadas com as empresas e seus respectivos representantes conforme mostra o quadro 04:

**QUADRO 4 - RESPONDENTES DE TEQUILA – JALISCO - MÉXICO**

Tequila - Jalisco – México			
Respondente	Empresa / Instituição	Público	Privado
Noemi Mercado	Mundo Cuervo		x
Equipe SECTUR Tequila	Secretaria Municipal de Turismo	x	

Elaborado pelo autor, 2017.

**Secretaria Municipal de Turismo:** Entre as principais ações da Secretaria de Turismo de Jalisco está o planejamento, promoção e estímulo do desenvolvimento do turismo no estado, tendo o cuidado com a utilização racional e preservação dos recursos naturais e culturais.

A secretaria de turismo tem 05 objetivos principais que se destacam, são eles: 01. Desenvolver estratégias abrangentes de planejamento que promovam o desenvolvimento de impacto na infraestrutura turística; 02. Aumentar o número de turistas no Estado e benefício econômico consecutivo; 03. Desenvolver projetos estratégicos de acordo com os padrões globais, a fim de criar produtos turísticos que gerem novas experiências através de uma ligação próxima pública e privada; 04. Administrar e capacitar recursos econômicos, humanos, tecnológicos e de informação para fortalecer os processos para o desenvolvimento; 05. Introduzir os conceitos e conhecimento de turismo na sociedade em geral de forma ampla.

Na cidade de Tequila há a secretaria de turismo que segue os princípios da secretaria estadual (SECTUR Jalisco), porém com poucas informações e atribuições de forma detalhada no âmbito municipal.

**Mundo Cuervo:** José Cuervo é uma das empresas mais tradicionais do México e também a marca de tequila mais conhecida do mundo. Suas atividades datam do ano de 1758 quando Antônio José de Cuervo iniciou a plantio de Agave (matéria prima para fabricação do tequila) na região onde está localizada atualmente a cidade de Tequila-Jalisco.

Nos últimos anos houve grande investimento na empresa tequilera para a construção do Mundo Cuervo, aproximadamente 800 milhões de pesos mexicanos foram investido para a construção do complexo turístico que visa atrair mais visitantes para turismo cultural e aventura, além de eventos locais.

O Mundo Cuervo conta com o **José Cuervo Express**, um trem partindo de Guadalajara que leva os visitantes até o Mundo Cuervo na cidade de Tequila. No trajeto o trem percorre as plantações de Agave, declarada pela UNESCO Patrimônio da Humanidade. O **Solar de las Ánimas** é um hotel que compõem o empreendimento, conta com 93 unidades habitacionais de luxo com vista para o Vulcão de Tequila e a praça principal da cidade.

Há poucos metros do hotel está localizado o Centro de Convenções e Eventos **Hacienda Centenario**, com capacidade para 2000 a 2500 pessoas.

Um dos principais atrativos do Mundo Cuervo é a **Fábrica La Rojeña**, a destilaria mais antiga da América Latina, onde os visitantes conhecem e vivenciam o processo de elaboração do Tequila, degustam as bebidas produzidas pela empresa e ainda tem acesso a loja com uma variedade de produtos.

O Tequila José Cuervo atualmente é exportada para mais de 100 países em todo o globo. Estados Unidos e Canadá representam 75% das exportações, para o México é destinado 15% da produção e 10% para o restante do mundo

Com toda esta estrutura, o complexo recreativo Mundo Cuervo projeta receber mais de 200 mil visitantes por ano (MUNDO CUERVO, 2017).

### 2.2.3 Morretes – Paraná – Brasil

No destino Morretes, as entrevistas foram realizadas com as empresas e seus respectivos representantes conforme mostra o quadro 05:

**QUADRO 5 - RESPONDENTES DE MORRETES – PARANÁ - BRASIL**

Morretes - Paraná – Brasil			
Respondente	Empresa / Instituição	Público	Privado
Rafael Andreguetto	ADETUR Litoral	x	x
Tatiane Fagundes	Curitiba Região e Litoral <i>Convention &amp; Visitors Bureau</i>		x
Adonai Aires de Arruda Filho	Serra Verde Express / BWT Operadora		x
Orley Antunes de Oliveira Junior	Departamento Municipal de Turismo	x	
Gustavo Alberto Vasel Kosak	Cachaçaria Porto Morretes		x

Elaborado pelo autor, 2017.

**Secretaria Municipal de Turismo:** A Secretaria Municipal de Turismo e Cultura é o Órgão do Governo Municipal na qual podem ser obtidas informações sobre as características e atrativos de Morretes, auxiliar os Municípios no apoio e infra estrutura necessária para divulgação dos seus Produtos e Serviços, bem como a história em sua totalidade. Está localizada na Casa Rocha Pombo, Centro Histórico de Morretes (PMM, 2017).

**ADETUR Litoral:** Agência de Desenvolvimento do Turismo Sustentável do Litoral do Paraná é a Instância de Governança do Turismo da região do Litoral do Paraná, composta por Antonina, Guaraqueçaba, Guaratuba, Ilha do Mel, Matinhos, Morretes, Paranaguá, Pontal do Paraná e Superagui.

A ADETUR Litoral atua como agência de desenvolvimento, órgão gestor e de apoio aos projetos e iniciativas relacionadas ao desenvolvimento do turismo daquela região (ADETUR LITORAL, 2017).

**Curitiba Região e Litoral *Convention & Visitors Bureau*:** Fundado em 17 de agosto de 2000, o Curitiba, Região e Litoral *Convention e Visitors Bureau* (CCVB)

é uma entidade sem fins lucrativos, mantida pela iniciativa privada para contribuir no desenvolvimento integrado da capital paranaense, região metropolitana e litoral, sua abrangência territorial compreende 36 municípios.

O principal objetivo do CCVB é a geração de negócios por meio da divulgação de sua área de abrangência como destino turístico, considerando suas vocações. Deste modo o CCVB atua no segmento de lazer, negócios e eventos, visando sempre o aumento do número de visitantes e do seu tempo de estadia. Para isso, o CCVB trabalha no apoio à captação, promoção e geração de eventos, na divulgação de Curitiba, Região e Litoral como destino turístico, no monitoramento e capacitação do destino e na consolidação da rede de negócios entre seus mantenedores.

Os associados do CCVB, denominados de mantenedores são empresas, direta ou indiretamente, relacionadas aos setores de turismo e eventos, como hotéis, restaurantes, companhias aéreas, promotoras de eventos, montadoras de estandes, dentre outras. Atualmente, o número de mantenedores ultrapassa 140 empresas (CCVB, 2017).

**Cachaçaria Porto Morretes:** Criada no ano de 2004 a partir da reativação de um alambique do século 18, a empresa Agroecológica Marumbi Ltda é a responsável pela fabricação dentro outros rótulos, da cachaça Porto Morretes muito conhecida na região de Morretes, que possui mais de 15 alambiques em atividade.

O diferencial da Cachaça Porto Morretes está no processo de fabricação, matéria prima, solo onde é cultivada a cana-de-açúcar entre outros. A Empresa decidiu agregar valor ao produto investindo na produção de cachaça orgânica, o clima de Morretes, quente e úmido, que sofre marcante influência da Serra do Mar, levando à produção de uma cana-de-açúcar única, especial.

A Cachaça Porto Morretes é certificada como Produto Orgânico pela ECOCERT<sup>6</sup>, com validade para os mercados do Brasil, Europa e Estados Unidos onde segue as normas do USDA<sup>7</sup> e sua produção é exportada para os Estados Unidos, Canadá e Suíça. No ano de 2016 a Cachaça Porto Morretes Premium (envelhecida por três anos em carvalho) conquistou o prêmio de Melhor Cachaça do

---

<sup>6</sup> A Ecocert é um organismo de inspeção e certificação fundado na França, em 1991 por engenheiros agrônomos conscientes da necessidade de desenvolver um modelo agrícola baseado no respeito ao meio ambiente e de oferecer um reconhecimento aos produtores que optam por essa alternativa.

<sup>7</sup> USDA é um departamento do governo dos Estados Unidos que gerencia vários programas relacionados a alimentação, agricultura, recursos naturais, desenvolvimento rural e nutrição.

Brasil na 2ª edição da Cúpula da Cachaça o concurso de cachaça mais importante do País (PORTO MORRETES, 2017).

**Serra Verde Express:** Em 1997 a Serra Verde Express inicia suas atividades com o objetivo inicial de administrar o transporte de passageiros no trecho de Curitiba – Paranaguá através da centenária ferrovia que liga os dois municípios, passando ainda pelo meio da mata atlântica. Serviço este que já vinha sendo realizado pela Rede Ferroviária Federal S.A.(RFFSA).

Em 20 anos de atividade a empresa ganhou destaque nacional e internacional devido ao roteiro de trem Curitiba – Paranaguá em diversas opções e padrões de vagão desde econômico, turístico até a litorina de luxo. Este roteiro é o segundo principal atrativo turístico do Paraná, atrás apenas da cidade de Foz do Iguaçu. Atualmente, a Serra Verde Express transporta por ano mais de 200 mil pessoas no trecho Curitiba – Morretes.

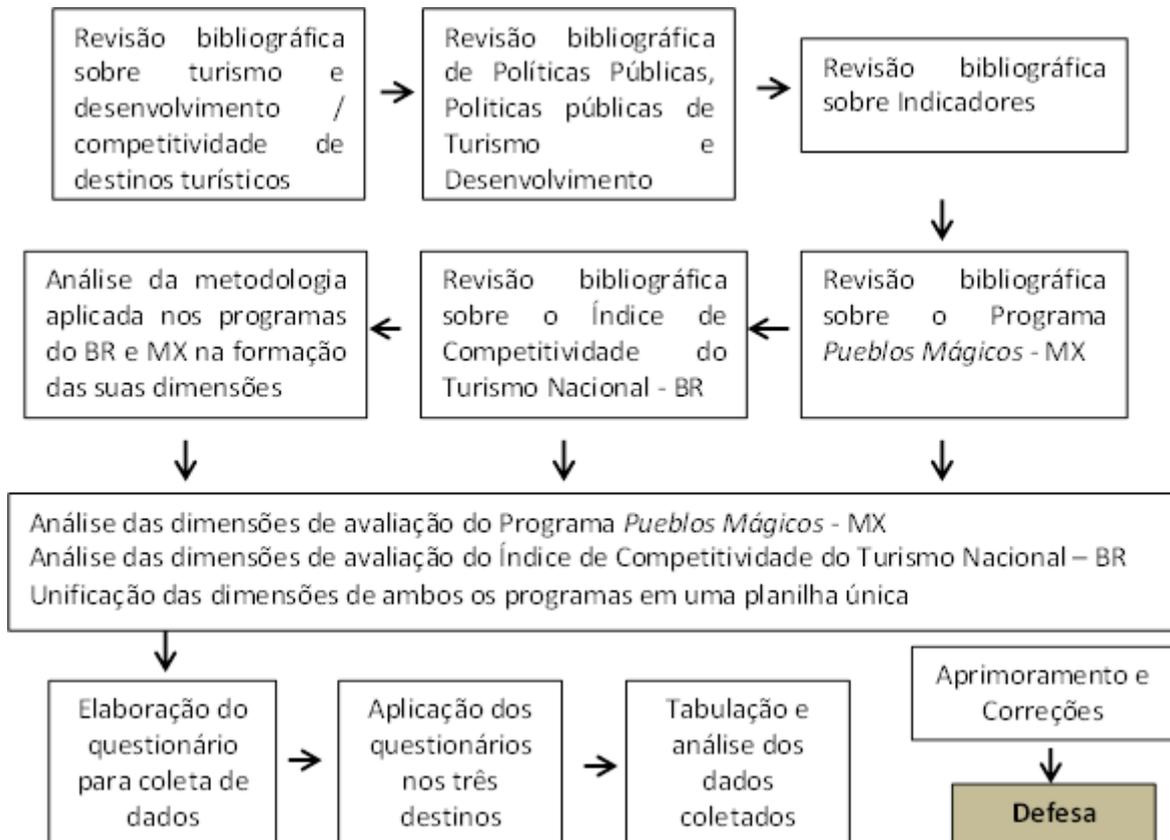
No ano de 2008 a empresa lança o primeiro trem de luxo do país, o *Great Brazil Express* que tem em sua composição três vagões temáticos: Copacabana, Foz do Iguaçu e o Curitiba que operam entre as cidades de Curitiba e Morretes e também no passeio noturno entre Curitiba e Piraquara.

A Serra Verde Express oferece ainda o serviço de receptivo na cidade de Curitiba com vans, ônibus e guias treinados e qualificados para prestar o melhor atendimento aos visitantes (SERRA VERDE EXPRESS, 2017).

Cabe destacar que o respondente utilizou a área do questionário aberta para comentário e sugestões que julgasse importante destacando que: Alguns aspectos não existem, porém pela característica do município não apresenta problema.

O desenvolvimento da presente pesquisa foi realizado em diversas fases incluindo a análise dos documentos para formação do referencial teórico como a coleta e tabulação dos dados. As fases da pesquisa são apresentadas na figura 01.

**FIGURA 1 - FASES DA PESQUISA**



Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

### **3 REFERENCIAL TEÓRICO**

#### **3.1 O Turismo**

A atividade turística no mundo teve início através do ato de deslocamento e permanência das pessoas em locais que não sejam a sua moradia fixa, seja para tratamento de saúde, comércio, religião, esporte ou lazer.

O crescimento e a organização do turismo intensificaram após a revolução industrial, aliada ao início das inovações tecnológicas e dos meios de transportes que possibilitou as viagens de maior número de pessoas com desejo de vivenciar novas experiências, sensações e lazer, dando início ao “turismo de massa” (BOULLÓN, 1993; IGNARRA, 2003).

Para que haja turismo, é necessário basicamente uma demanda, a oferta e o destino turístico. A demanda é caracterizada pelos “consumidores” do turismo, ou seja, as pessoas que irão compor o fluxo de visitantes de determinada região. A oferta turística é caracterizada pelo conjunto de elementos que formam um produto turístico, estes elementos se analisados de forma isolados podem não possuir valor turísticos, porém quando relacionados são fundamentais para o desenvolvimento da atividade.

Segundo Ignarra (2003), entre os componentes da oferta turística estão os bens, serviços, serviços auxiliares: São os principais elementos, fundamentais para atender aos visitantes, produtos alimentícios, prestação de serviços como receptivo, acolhida e informações além de viagens complementares, alojamentos, restaurantes, cinemas, locação de veículos, entre outros.

Recursos: São classificados como naturais (água, solo, fauna, flora) e também os recursos humanos, capital (público e privado).

Infraestrutura e equipamentos: Trata-se de coleta de lixo, tratamento de esgoto, energia elétrica, terminais de passageiros, segurança pública serviços bancários, de saúde, entre outros.

Gestão: A forma como os recursos financeiros que serão investidos, o controle, planejamentos, desenvolvimento por parte do poder público e também da iniciativa privada.

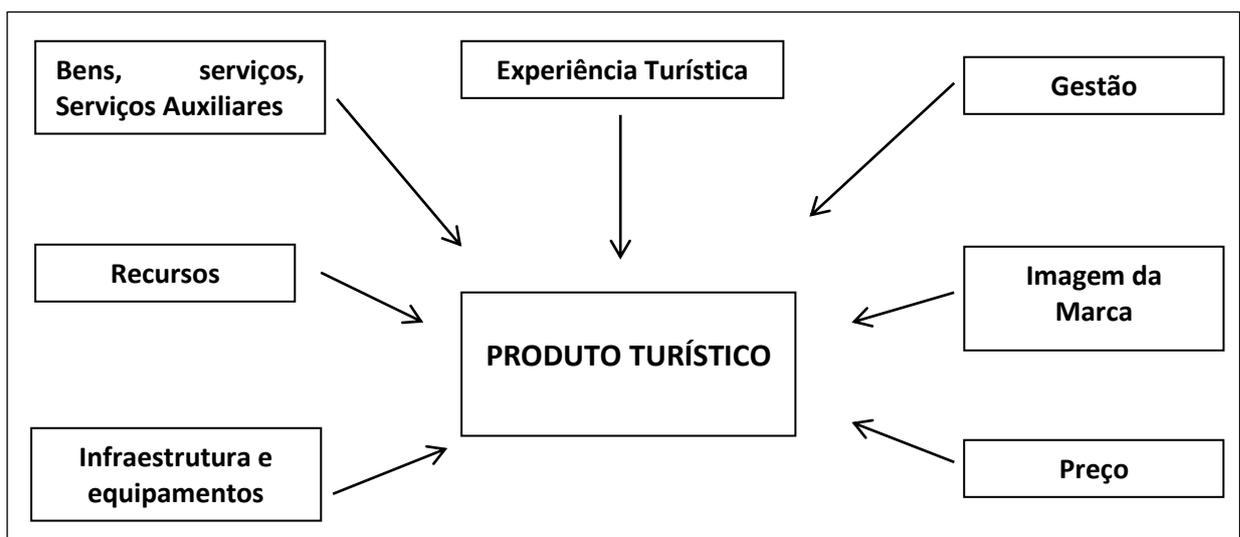
Imagem da Marca: A imagem projetada do produto deve condizer com a realidade (imagem real) que o turista realmente encontrará e também a sua aceitação e divulgação no mercado.

**Preço:** O valor atribuído ao produto, como poderá ser precificado, variando de acordo com as suas características.

**Experiência turística:** A experiência turística tornou-se um fator muito importante e vem a agregar a composição do produto pois cada vez mais os visitantes estão buscando a ambientação com o local visitado, vivenciar o cotidiano local, a cultura, estilo de vida da população receptora através de serviços diferenciados, exclusivos, que possuam algo relativo àquela localidade porém que não seja “comercial”, que proporcionem experiências únicas, fora de roteiros padrão. Tais experiências complementarão cada destino, tornando a viagem uma experiência única para cada visitante.

A Composição do produto turístico pode ser ilustrada na figura 02 unindo todos os elementos citados:

**FIGURA 2 - COMPOSIÇÃO DO PRODUTO TURÍSTICO**



Fonte: Elaborado pelo autor. Adaptado de Ignarra, 2003.

No processo de planejamento de um destino turístico assim como na formatação de um novo produto, busca-se aliar a oferta de atrativos disponíveis com a demanda turística (que quantifica o número de turistas e seus gastos) ela é um dos principais fatores relacionados ao desenvolvimento do turismo.

Para Boullón (2002) a demanda pode ser medida pelo total de turistas em um centro turístico ou atrativo e também os gastos que estes turistas realizam nesta região, seus impactos pode ser mensurados através da análise dos diferentes tipos de demanda que o autor define como: real, turista real-potencial, histórica, futura e potencial.

### 3.2 Destinos Turísticos

Um destino turístico é caracterizado pelo local geográfico, onde a demanda buscará desfrutar da viagem, destinando parte do seu tempo para vivenciar o local, fazer turismo. Pode ser uma região autônoma como uma cidade e também o caminho percorrido para se chegar ao destino final. As vias de ligação entre os atrativos, locais que concentrem mais de um atrativo, são algumas definições de destino (IGNARRA, 2003). Para Valls (2006, p.26) um destino turístico é composto “de produtos turísticos, os quais por sua vez se estruturam a partir dos recursos ou atrativos existentes no lugar”.

O conceito de destino se torna muito subjetivo uma vez que pode mudar dependendo do planejamento de viagem de cada turista, seu roteiro e locais de interesse a ser visitados (IGNARRA, 2003; VIANNA, ANJOS E ANJOS, 2012; BUHALIS, 2000).

Para Pinto dos Santos (2014, p.72) um destino turístico caracteriza-se como:

Portfólio de serviços de apoio, de atrações turísticas, de produtos necessários ao provimento, tendencialmente completo, das vontades e desejos do turista nesse território. Todos estes elementos precisam estar organizados em torno de um trabalho continuado de comunicação e imagem, já que a oferta no destino deve estar estruturada para cativar turistas menos envolvidos nas suas atrações e produtos, ganhando especial relevância a sua gestão estratégica, que deve envolver os agentes públicos e privados direta e/ou indiretamente ligados ao setor do turismo.

Ainda de acordo com o autor, um destino turístico pode ser compreendido como o local de consumo da experiência, ou seja, local de usufruir o que são ofertados nos pacotes/roteiros de viagem, onde os produtos são elaborados e consumidos e aproveitando todas as potencialidades do local, como recursos existentes, humanos, naturais, culturais entre outros, e devem estar em harmonia com os interesses da comunidade local.

No que tange o mercado turístico como fator de decisão de escolha dos visitantes (compra), os destinos turísticos passam a adotar estratégias de marketing e posicionamento cada vez mais direcionados à sua demanda buscando tornarem-se diferenciados, ou seja, mais atraentes e competitivos. (BENI, 2002; DOMARESKI-RUIZ e GÂNDARA, 2014).

### 3.3 Segmentação do Turismo

Ao longo das últimas décadas, o desenvolvimento da atividade turística vem sendo estudado dentro do meio acadêmico para que seja possível avaliar seus impactos, assim como estruturar a atividade para que seja possível o desenvolvimento planejado minimizando seus impactos negativos e potencializando os impactos positivos gerados pelo turismo. (MTUR, 2010; LAGE, 1992; LOPES, MAIA E BOUBETA, 2010; SILVA, KUSHANO E ÁVILA, 2008).

Nota-se que muitos destinos estão direcionando suas ações de divulgação e marketing para sua imagem, suas marcas, atraindo um público específico, segmentando o produto de acordo com a demanda existente para ele (MTUR, 2010).

Para Silva, Kushano e Ávila (2008, p106) “as empresas, as organizações e instituições, tanto públicas como privadas, ligadas à atividade turística, estão buscando caminhos que atendam os variados públicos, muitas vezes utilizando-se do conceito e das características da segmentação de mercado”.

Esta segmentação é definida por Santesmases (1999) como o processo de divisão do mercado do turismo (produto) em grupos homogêneos com o objetivo de direcionar as estratégias comerciais para cada um desses grupos.

Para o Ministério do Turismo, segmentar é olhar para o destino, inclusive os mais tradicionais, e encontrar nele uma vocação, de modo que atenda ou agrade a um público específico (MTUR, 2010 p.10).

De acordo com Ansarah (2005), a segmentação de mercado é o processo utilizado para agrupar pessoas com desejos e necessidades semelhantes, possibilitando conhecer os principais destinos geográficos, tipos de transportes, o perfil do turista (faixa etária, capacidade de compra, condições sociais, escolaridade, ocupação, estado civil) e outros aspectos, que facilitam os atendimentos dos desejos dos turistas.

A Segmentação do turismo vem sendo trabalhada dentro do processo de planejamento e marketing por empresários, gestores públicos como uma ferramenta para conhecer o desejo dos clientes e também conquistar e criar necessidades.

Para Lage (1992, p. 62) “A segmentação de mercado, no turismo, é muito importante, pois vai determinar os mercados-alvo que serão os futuros objetivos do esforço de marketing. Quanto mais as características do mercado-alvo são

conhecidas, maior a eficácia de suas técnicas mercadológicas de publicidade, promoção, vendas e relações públicas”.

Ainda de acordo com o autor, a segmentação do turismo pode ser caracterizada pela segmentação geográfica (lugar tranquilo ou grandes centros urbanos); demográfica (jovens, melhor idade, estado civil); psicográfica (descanso, lazer, recreação, compras); Econômica (grupos restritos onde o fator preço é irrelevante); Social (estilo de vida dos indivíduos, *status*) (LAGE, 1992).

Para o Ministério do Turismo (2006) a segmentação é entendida como uma forma de organizar o turismo para fins de planejamento, gestão e mercado. Os segmentos turísticos podem ser estabelecidos a partir dos elementos de identidade da oferta e também das características e variáveis da demanda.

A Segmentação do turismo ganhou maior enfoque ao ser inserida no Macroprograma: Regionalização do Turismo do Plano Nacional do Turismo 2007 – 2010. Deste Macroprograma originou-se outros programas como o Programa de Estruturação dos Segmentos Turísticos propostos pelo Ministério do Turismo, que destacou a importância da segmentação ao afirmar que “a segmentação constitui uma forma de organizar o turismo. É uma estratégia para a estruturação de produtos e consolidação de roteiros e destinos, a partir dos elementos de identidade de cada região” (MTUR, 2007, p.68).

Ainda de acordo com tal Programa, o Ministério do Turismo definiu os segmentos turísticos principais que seriam prioritários para o desenvolvimento do turismo no Brasil, entre eles estavam: Turismo Cultural; Turismo Rural; Ecoturismo; Turismo de Estudos e Intercâmbio; Turismo Náutico; Turismo de Esportes; Turismo de Aventura; Turismo de Negócios e Eventos; Turismo de Pesca; Turismo de Sol e Praia; Turismo de Saúde (MTUR, 2007).

Através de um planejamento adequado e definição da segmentação a ser explorada turisticamente, um destino poderá destacar-se oferecendo produtos específicos para sua demanda, podendo desenvolver o destino de forma mais rápida com foco mais direcionado à demanda existente ou em potencial.

### **3.4 Turismo e Desenvolvimento**

Ao abordar a temática do turismo como fator de desenvolvimento é importante que sejam tratados os conceitos gerais de desenvolvimento, assim como os objetivos que se pretende atingir, nos diferentes segmentos de uma sociedade.

O termo desenvolvimento muitas vezes nos remete ao pensamento de algo em crescimento, que prospera ou em fase de maturação, “ato, processo ou efeito de desenvolver-se; crescimento, progresso” (FERREIRA, 2008, p.304).

Alguns estudos abordam os conceitos de desenvolvimento pautados em desenvolvimento econômico, desenvolvimento social, desenvolvimento humano e desenvolvimento sustentável. Concordando com tal afirmação os autores Vasconcellos e Garcia (1998, p. 205) citam que o desenvolvimento deverá incluir “as alterações da composição do produto e a alocação de recursos pelos diferentes setores da economia, de forma a melhorar os indicadores de bem-estar econômico e social (pobreza, desemprego, desigualdade, condições de saúde, alimentação, educação e moradia)”.

Para Oliveira (2002, p.40) “desenvolvimento nada mais é que o crescimento – incrementos positivos no produto e na renda – transformado para satisfazer as mais diversificadas necessidades do ser humano, tais como: saúde, educação, habitação, transporte, alimentação, lazer, dentre outras”.

Ao discutir-se sobre o processo de desenvolvimento, se faz necessária a abordagem dos temas: distribuição de renda, saúde, educação, meio ambiente que juntos poderão dar sustentação para o êxito no desenvolvimento.

Milone (1998) argumenta que os países subdesenvolvidos elaboraram planos para se alcançar o desenvolvimento, promovendo com isso um processo de industrialização intensivo, vinculando o desenvolvimento com crescimento econômico apenas.

O processo de desenvolvimento envolve ainda a mobilização de toda a sociedade que transformará os reflexos do crescimento econômico em desenvolvimento, melhorando a qualidade de vida para todos e não apenas direcionado à alguns grupos sociais.

Oliveira (2002) coaduna com tal argumento ao afirmar que “para auxiliar a monitorar a eficiência das políticas adotadas para atingir o tão sonhado desenvolvimento, é imprescindível a existência de um amplo quadro de indicadores de qualidade de vida e desenvolvimento humano”.

Nota-se que o desenvolvimento passa a ser entendido como uma resultante do processo de crescimento, podendo ser autossustentado a partir do momento em que consegue atingir a capacidade de crescimento contínuo sem interrupção. Nesses termos, o crescimento econômico precisa acontecer em ritmo capaz também

de atender às solicitações das distintas classes sociais, regiões e países (OLIVEIRA, 2002).

Em muitos países, a atividade turística converteu-se em sinônimo de desenvolvimento econômico, possibilidade de crescimento e melhoria da qualidade de vida através de empregos e geração de renda, aproveitamento das potencialidades locais, a integração dos valores e costumes locais com as necessidades e expectativas dos visitantes e ainda no desenvolvimento cultural, social, ambiental e político (GALDINO, DA COSTA, 2011; ESTEVÃO, NUNES, 2015; LOPES, MAIA, BOUBETA, 2010).

Tamanho é este crescimento, que a Organização Mundial do Turismo estima que no ano de 2020 o número de turistas ao redor do mundo chegue à casa dos 1,6 bilhões (OMT, 2009).

No Brasil, de acordo com dados do Ministério do Turismo, o setor foi responsável pela geração de 6 a 8% do total dos empregos no período entre 1975 a 2000 com crescimento anual médio de 4,4% enquanto o crescimento econômico mundial medido através do PIB foi de 3,5% (MTUR, 2007).

De acordo com Campos *et al* (2006, p.23) “o turismo é um setor de atividade com crescente expressão e valor para as economias nacionais e regionais e fundamentalmente desenvolve-se mediante a prestação de serviços que estão associados quer às necessidades, expectativas, exigências e desejos dos clientes turistas, quer às atividades que desenvolvem no destino”.

Os programas de integração de roteiros, destinos e regiões turísticas, proposto no Programa de Regionalização do Turismo no Brasil, visa a união dos atrativos possibilitando a criação de novos produtos capazes de atrair um maior número de turistas para uma determinada região com melhor aproveitamento de seus potenciais e particularidades (MTUR, 2003).

Considera-se que o turismo e o desenvolvimento se relacionam desde o enfoque de planejamento à execução das ações, uma vez que o turismo pode ser compreendido como um dos pilares capazes de promover o desenvolvimento, gerando impactos positivos e minimizando os impactos negativos na sociedade onde ocorre através da geração de renda, valorização da cultura, conservação do patrimônio entre outros (MTUR, 2015; SECTUR, 2014).

O turismo também se revela como um campo propício para a reprodução e consolidação dos valores e interesses de grupos capitalistas privados e do Estado,

sendo eles capazes de definir o modelo de desenvolvimento turístico, ou seja, o conjunto de estratégias traçadas para atingir os objetivos propostos (ALMEIDA, 2004).

Observa-se na literatura especializada e também nos programas e políticas de turismo sobre o impacto da atividade no desenvolvimento de um destino, pois ele pode impactar diretamente em mais de 50 setores da economia dentro da sua cadeia produtiva.

Ao relacionar o turismo como atividade capaz de impulsionar o desenvolvimento local, Endres (2008, p.76) afirma que

O turismo é uma atividade econômica e, como tal, as possibilidades de geração de emprego e renda predominam em seu discurso. Além do mais, seus efeitos e repercussões ambientais e sociais, diferentemente de outras atividades econômicas, o colocam como uma atividade que possibilita uma maior atenção na conservação ambiental e principalmente como fator de inclusão social pela diversidade de sua cadeia produtiva.

Silva (2003, p. 09) coaduna com tal afirmação ao atestar que “o desenvolvimento deve ser visto no seu sentido amplo, valorizando o crescimento com efetiva distribuição de renda, com superação significativa dos problemas sociais sem comprometimento ambiental, o que só pode ocorrer com profundas mudanças nas estruturas e processos econômicos, sociais, políticos e culturais de uma dada sociedade”.

Ao abordar o turismo e desenvolvimento, Almeida (2004, p.5) ainda defende que:

O setor turístico – conjunto de atividades econômicas diretamente relacionadas à prática social do turismo – inserido neste contexto, reproduz como qualquer outro setor produtivo as contradições do sistema. Portanto, as possibilidades de que o turismo promova um efetivo desenvolvimento local ou regional devem ser consideradas dentro de um universo real e analisadas criteriosamente em suas origens, posto que os principais divulgadores do desenvolvimento associado à prática do turismo são os atores hegemônicos diretamente beneficiados com o desenvolvimento turístico dos lugares.

O desenvolvimento local e regional deverá estar pautado no equilíbrio em termo de justiça social, viabilidade, eficiência econômica e sustentabilidade ambiental, ou seja, no desenvolvimento sustentável. Para Ansarah (2001, p. 30), o turismo deve ser estudado e direcionado para o desenvolvimento sustentável, sendo

o conceito eficaz para alcançar metas de desenvolvimento sem esgotar os recursos naturais e culturais nem deteriorar o meio ambiente. Ainda, segundo a mesma autora, entende-se que a proteção do meio ambiente e o êxito do desenvolvimento turístico são inseparáveis.

Ao relacionar o desenvolvimento da atividade turística com a exploração dos recursos naturais e a proteção ao meio ambiente, Petrocchi (1998, p.59) defende o desenvolvimento sustentável do turismo relacionando-o com a garantia da qualidade de vida afirmando que “garantir a qualidade de vida é a única maneira de garantir a sobrevivência do turismo como atividade econômica e com visão de longo prazo”.

O desenvolvimento turístico de acordo com os princípios e conceitos aqui expostos relaciona-se com o planejamento de programas e execução de suas ações que poderão proporcionar o avanço integrado entre os interesses da demanda e dos agentes locais, gerando um equilíbrio sustentável no desenvolvimento do turismo.

Para que a atividade se desenvolva de forma integrada, com foco no coletivo é necessário um planejamento envolvendo a participação dos agentes de desenvolvimento local (sociedade) descentralizando a atividade para que possa atender as necessidades das diferentes regiões onde se insere.

Tal planejamento deverá ser integrado e participativo conforme afirma o Ministério do Turismo:

O turismo, para ter garantia de sucesso como atividade econômica, depende de um planejamento estratégico realizado de forma integrada e participativa e que ofereça os meios adequados para sua implementação e administração (MTUR, 2007, p.15).

O planejamento é “um processo ordenado e sistematizado de produção de bens, produtos e serviços, que vai contribuir para transformações da realidade existente, de acordo com os objetivos de desenvolvimento desejados pelos atores envolvidos”.

As políticas de turismo deverão estar em sintonia com o planejamento da atividade e vice e versa, acordo com o Ministério do Turismo (2007, p.22),

A sustentabilidade dos recursos também deverá ser observada dentro do processo de formulação de políticas para o turismo. Ela deverá ser um fator primordial na preservação dos valores, culturas e recursos naturais e deverão estar no centro do processo de planejamento e de políticas para o turismo.

Para Ruschmann (1997, p. 75), o planejamento sustentável refere-se a um turismo brando, suave, qualitativo, alternativo, responsável, que prevê uma visão administrativa moderna e contínua. Assim, o planejamento sustentável é também aquele que prevê ações que atendam às necessidades dos turistas atuais, sem comprometer a possibilidade do usufruto dos recursos pelas gerações futuras.

Para Barretto, Burgos e Frenkel (2003, p.36) “o planejamento racional do turismo implica na existência de políticas públicas de saneamento, saúde, transporte, de proteção ao consumidor, de distribuição de renda”.

Desta forma, percebe-se que o desenvolvimento turístico assim como a elaboração de políticas para o turismo, deverão considerar fatores como o planejamento, a sustentabilidade, a integração e a atuação dos agentes de desenvolvimento do turismo assim como o envolvimento de entidades privadas, do terceiro setor, da sociedade civil organizada e das instituições públicas e/ou órgãos responsáveis pelo turismo que buscam o desenvolvimento local e regional através do turismo (FONTES E FERREIRA, 2013).

O turismo impulsiona a economia e pode ser um incremento para diversas atividades socioeconômicas induzindo o desenvolvimento de localidades com potencial turístico e devido aos seus impactos e transformações sociais, políticas, econômicas, ambientais e culturais, é indispensável à realização de um planejamento turístico que para Fontes e Ferreira (2013, p. 164) “se conduzido e monitorado por uma gestão com respaldo nos princípios da eficiência, os benefícios gerados pelo turismo podem ser otimizados, estimulando, assim, um possível desenvolvimento socioeconômico do destino e das pessoas que lidam diretamente com essa atividade”.

#### **4 COMPETITIVIDADE**

Com o desenvolvimento industrial e a globalização da economia, o tema competitividade surge inicialmente como objeto de pesquisa e investigação voltado para a área de economia e da indústria. Muitos autores desenvolveram estudos sobre competitividade no setor econômico, abordando modelos de avaliação de competitividade no contexto da globalização, desenvolvimento econômico, estratégias competitivas, posicionamento de mercado entre outros.

A competitividade vem sendo estudada em diferentes campos dentro da pesquisa científica, principalmente na área de administração e economia. Nas

últimas décadas alguns autores desenvolveram metodologias que permitiram analisar a competitividade em destinos turísticos, tornando-se referências na literatura e dando subsídios para que novos estudos e modelos fossem desenvolvidos (ALVES e FERREIRA, 2009; CASTRILLÓN *et al* 2015).

Estudos realizados por vários autores abordam o tema competitividade citando e analisando os modelos de competitividade relacionados com os destinos ou produtos turísticos (FLORES RUÍZ, 2007; MTUR, 2015; ALVES e FERREIRA, 2009; CASTRILLÓN *et al* 2015; VIANNA, ANJOS e ANJOS, 2012; DOMARESKI-RUIZ e GÂNDARA, 2013; DOMARESKI-RUIZ e GÂNDARA, 2014; NUNES e ESTEVÃO, 2015).

Os autores Chim- Miki, Gândara e Munõz (2012) destacam que os principais autores de modelos de avaliação de competitividade são Porter; Crouch e Ritchie; e Dwyer e Kim. Muitos estudos sobre competitividade têm sido desenvolvidos com foco em alguns fatores de competitividade como: atrativos, marketing e imagem do destino, satisfação entre outros assuntos limitados. Ainda segundo os autores, Crouch e Ritchie destacam-se pela ampliação e aplicação de estudos e publicações de competitividade de destinos turísticos nos últimos 10 anos.

Mesmo havendo estudos relacionados à competitividade em destinos turísticos, ainda há espaço para o desenvolvimento de novas investigações que podem ser de grande valia, pois o turismo vem sendo estudado como um fenômeno multidisciplinar, e novos estudos poderão ser aplicados com abordagem mais ampla, analisando todos os segmentos e sua cadeia produtiva.

O estudo de competitividade poderá ir além da análise de destinos, havendo a possibilidade de estudar a competitividade dos destinos de forma comparativa através de análise de políticas de turismo e programas desenvolvidos que de certa forma favorecem a competitividade de destinos.

Para Domareski (2011, p.17) a conceituação de competitividade se torna um desafio, na medida em que o termo se aplica às diferentes formas organizacionais com diferentes interdependências, porém a mesma autora define a competitividade como a “capacidade crescente de gerar negócios lucrativos nas atividades econômicas relacionadas, de forma sustentável, superior à concorrência”.

Michael Porter foi um dos primeiros autores a trabalhar o tema competitividade com foco em empresas e indústrias ao relacioná-lo com conceitos de globalização e desenvolvimento. A competitividade empresarial para o autor é

definida como a capacidade de uma empresa em gerar negócios lucrativos nas atividades econômicas relacionadas, de forma sustentável, mantendo-a à frente de seus concorrentes (PORTER, 1989).

No campo acadêmico o tema passa a ter mais peso, aumentando o interesse pela pesquisa em diferentes segmentos da sociedade com estudos da competitividade relacionada ao turismo, com enfoque da competitividade como fator de desenvolvimento dos destinos.

Domareski-Ruiz (2011, p.41) ao analisar a teoria da competitividade relacionou os principais autores e seus conceitos sobre competitividade, conforme detalhado no quadro 06 a seguir.

#### **QUADRO 6 - DEFINIÇÕES DE COMPETITIVIDADE**

<b>Autores - Data</b>	<b>Conceito</b>
Scott; Lodge (1985)	"A habilidade de uma nação em produzir e distribuir bens e serviços na economia internacional, de modo que também aumente o padrão de vida da população".
Haguenauer (1989)	"A competitividade é associada à capacidade de uma indústria de produzir bens com maior eficácia que os concorrentes no que se refere a preços, qualidade, tecnologia, estando relacionada às condições gerais ou específicas em que se realiza a produção da indústria vis a vis a concorrência".
Porter (1990)	"O único conceito significativo de competitividade para uma nação é a sua produtividade".

Fonte: Domareski-Ruiz, 2011.

Percebe-se assim a existência conceitos de competitividade inseridos em diferentes áreas. Dentro do campo empresarial, é abordado o termo vantagem competitiva, compreendido como o desempenho da empresa e os recursos que esta dispõe, passando para um modelo de análise da competitividade que abrange também as características do entorno social da empresa. Portanto, a competitividade envolve além das organizações diretamente vinculadas ao processo produtivo, o conjunto de relacionamentos capazes de fomentar sinergias, promovendo o desenvolvimento tanto para empresas quanto para uma região ou país (VIEIRA E HOFFMAN, 2013).

#### **4.1 Competitividade de Destinos Turísticos**

A facilidade na busca de informações sobre o turismo tem se tornado cada vez mais acessível com o avanço da tecnologia e acesso a informação. Com isso

muitos destinos turísticos estão buscando posicionar-se de forma cada vez mais diferenciada/exclusiva, gerando experiências únicas capazes de torná-los referência, diferencial e com isso, mais competitivos frente aos seus concorrentes.

Para Domareski (2011, p.40) a competitividade de destinos turísticos pode ser compreendida como:

um conceito multidimensional, que requer a superioridade em diversos aspectos para ser obtida. É um conceito dinâmico e para acompanhar o complexo processo concorrencial, os destinos turísticos são pressionados pelo desafio de se manterem competitivos frente ao mercado.

Estudos recentes direcionados ao turismo vêm buscando compreender este novo momento da atividade, e ao mesmo tempo contribuir para facilitar e dinamizar o processo de gestão do destino turístico.

No contexto do turismo globalizado, o foco na competitividade do destino será cada vez mais importante àquelas economias, que dependem diretamente da atividade turística (TABERNER, 2007; DOMARESKI-RUIZ, 2011).

O crescimento do turismo registrado nas últimas décadas deverá ser contínuo, expandindo-se até que converter-se no setor comercial mais relevante do mundo, podendo gerar um aumento da competitividade entre os agentes (OMT, 2014; MAZARO e VARZIN, 2008).

Mesmo que extensa e complexa, a competitividade de destinos turísticos deverá estar cada vez mais presente nos processos de planejamento da atividade turística e ainda servindo como referencial para as políticas de desenvolvimento de destinos turísticos. (DÍAZ, 2006; BRAVO, 2004; CASTRILLÓN *et al*, 2015).

Para o Ministério do Turismo (2010, p.78) “competitividade não objetiva promover ou acirrar disputas entre destinos, mas mostrar em quais aspectos todos podem se desenvolver e crescer para, em conjunto, tornar o turismo brasileiro mais competitivo”.

Ao relacionar a competitividade com destinos turísticos, Hassan (2000, p.239) afirma que esta competitividade pode ser definida como “a capacidade do destino em criar e integrar produtos com valor agregado que sustentem seus recursos mantendo sua posição no mercado em relação aos seus concorrentes”.

Ao descrever um destino competitivo, Valls (2004, p. 56) aborda que “para que um destino turístico seja competitivo deve gerar a longo prazo benefícios superiores a média da concorrência em três âmbitos: econômicos (atraindo

investidos, empresários e trabalhadores); benefícios sociais (qualidade de vida, postos de trabalho, inovações); e benefícios ambientais (regeneração do solo e áreas naturais através de taxas para o turismo).

Ao concordar com tais colocações, os autores Sancho *et al.* (2001) defendem que, para que um destino seja competitivo forma ampla (global) é necessário que antes de mais nada consiga alcançar a sustentabilidade econômica, sociocultural e ecológica que serão indispensáveis e fundamentais para se obter a competitividade de maneira geral e completa no destino.

Na temática da competitividade abordando destinos turísticos, Domareski-Ruiz (2011, p.41) relaciona ainda alguns autores e conceitos conforme exposto no quadro 07 a seguir:

#### **QUADRO 7 - DEFINIÇÕES DE COMPETITIVIDADE DE DESTINOS TURÍSTICOS**

<b>Autores – Data</b>	<b>Conceito</b>
Kozak, Rimmington (1999)	"Competitividade dos destinos turísticos constitui o elemento central do sistema turístico".
Crouch e Ritchie (1999)	"A competitividade de destinos turísticos pode ser definida, como um conceito dinâmico e para acompanhar o complexo processo concorrencial, os destinos turísticos são pressionados pelo desafio de se manterem competitivos frente ao mercado"
Dwyer; Forsyth; Rao (2000)	"Competitividade de destinos é um conceito geral que abrange as diferenças de preço junto com os movimentos da taxa de câmbio, níveis de produtividade dos vários componentes da indústria turística, e fatores qualitativos que afetam a atratividade do destino".
D'hauteserre (2000)	"competitividade é a capacidade do destino turístico de manter sua posição no mercado e aperfeiçoá-la através do tempo".
Heath (2003)	"Competitividade é a habilidade de um destino turístico disponibilizar produtos e serviços melhores que outros destinos turísticos nos aspectos da experiência turística que são considerados importantes pelos turistas".
Dwyer; Kim (2003)	"Competitividade é a habilidade relativa do destino de conhecer as necessidades e o perfil dos turistas, para fornecer serviços e bens melhores do que outros destinos semelhantes, nos aspectos verificados".
Omerzerl Mihalic (2007)	"Competitividade de um destino turístico é a habilidade do país de criar valor adicionado e desta forma incrementar a saúde nacional pela gestão de ativos e processos, atratividade e proximidade".

Fonte: Domareski-Ruiz, 2011.

Os autores Ritchie e Crouch (2003) fundamentam que um destino competitivo deverá promover o máximo de bem estar para seus habitantes de forma sustentável

em sua economia, com seus recursos naturais, sociais, culturais e políticos para que sejam verdadeiramente competitivos.

Para Gândara (2004) os destinos turísticos deverão transformar-se em unidades integradas de planejamento e gestão, reunindo diversas instituições e órgãos administrativos relacionados ao turismo para a avaliação, planejamento e execução das decisões estratégicas para o desenvolvimento de uma localidade.

Para o Ministério do Turismo, a competitividade dos destinos está relacionada com as eficácias das estratégias de marketing que poderão tornar este destino conhecido, desejado e comercializado para a demanda específica deste produto (MTUR, 2010).

Avaliar a competitividade dos destinos pode não ser uma tarefa fácil, pois o produto turístico é complexo e composto por vários prestadores de serviços que juntos compõem o produto final, ou seja, a “experiência turística” sendo esta, única para cada indivíduo que a “consome”, podendo gerar satisfação única e diferenciada para cada consumidor (ALVES, FERREIRA, 2009).

Desta forma, os principais modelos de avaliação da competitividade em destinos turísticos presentes na literatura, caracterizam-se pela derivação das mesmas bases conceituais, diferenciando-se apenas pelas adequações e adaptações. Estes modelos são compostos por conceitos, dimensões e indicadores específicos capazes de fornecer condições de auxiliar no processo de planejamento e gestão de um destino (PÉREZ, MESANAT, 2006).

Buscando os modelos mais utilizados para avaliação de destinos turísticos na literatura, foram identificados os modelos com maior relevância para este estudo.

## **4.2 Modelos de Análise de Competitividade**

Para Crouch (2011), os modelos de avaliação de competitividade de destinos turísticos existentes possibilitam a obtenção de muita informação capaz de identificar quais atributos presentes no destino relacionam-se com a competitividade porém, ainda é necessário que estes modelos apontem quais destes atributos são fundamentais para que um destino possa ser competitivo. Muitos aspectos são levantados, mas há poucos que são determinantes, sendo neste ponto que o destino torna-se um diferencial.

#### 4.2.1 Modelo de Crouch e Ritchie (1999)

Seu embasamento teórico se deu a partir do Diamante da Competitividade Nacional de Porter (1990) o modelo desenvolvido pelos autores Crouch e Ritchie em 1999 é considerado a primeira abordagem conceitual sobre a competitividade em destinos turísticos, onde os autores afirmam que o turismo é influenciado por uma união de forças globais. Este modelo traz dimensões que buscam explicar as razões e fundamentos para o êxito de um destino competitivo e como pode competir de forma eficaz. Para os autores, um destino competitivo deverá contribuir, antes de qualquer coisa, para o aumento do bem estar da sua população local (CROUCH E RITCHIE, 1999). Este modelo é considerado adequado para analisar a competitividade de destinos em longo prazo, e para alguns autores que estudam o tema ele é também um dos modelos mais completos de análise de competitividade de destinos.

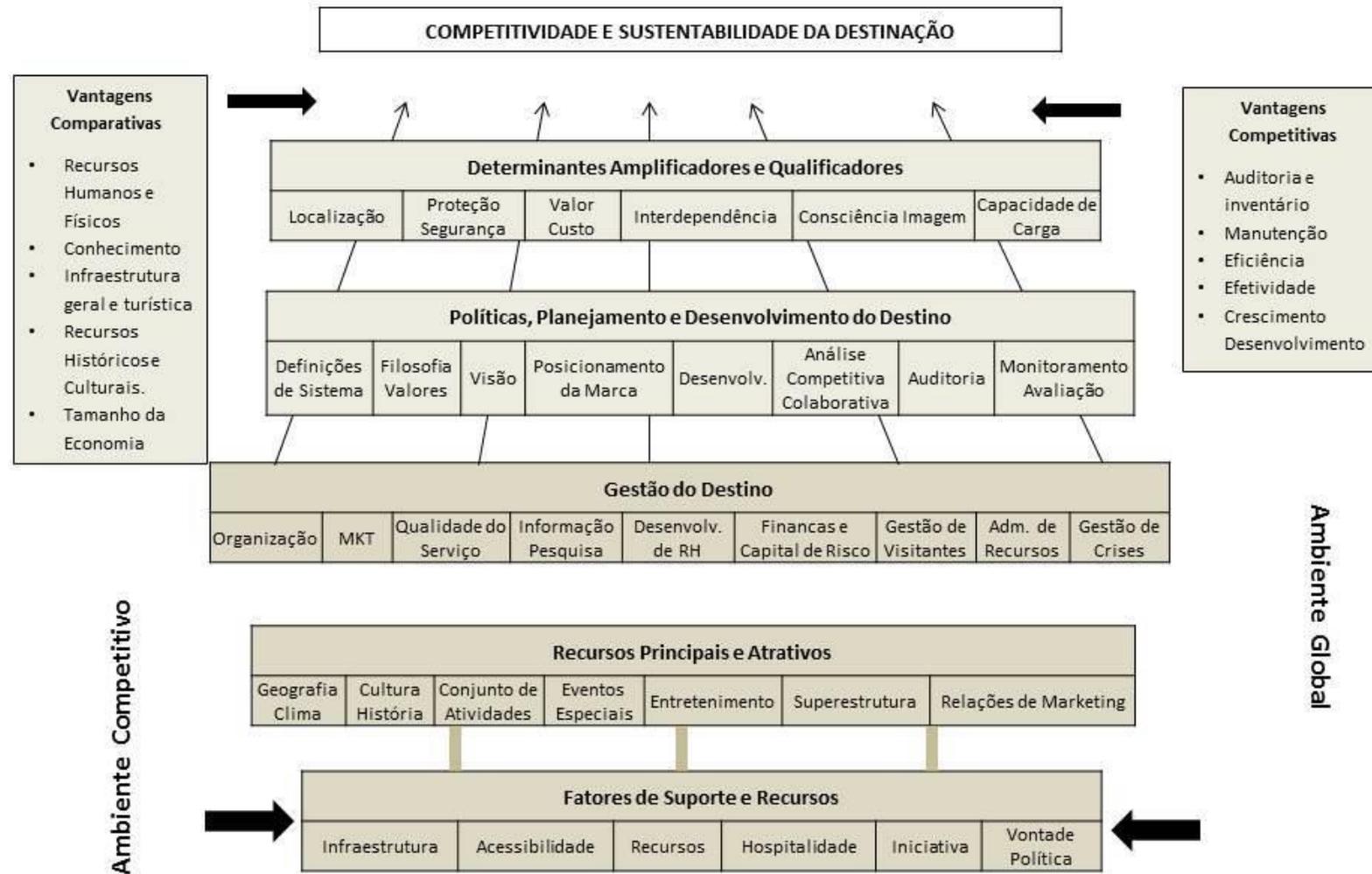
Para Estevão e Nunes (2015, p.902) o modelo de Crouch and Ritchie (1999) “identifica, sobretudo, um conjunto de elementos que os destinos deverão ter em atenção, caso pretendam ter uma postura competitiva e sustentável num mercado turístico cada vez mais global”.

O Modelo Crouch and Ritchie é composto por cinco quadrantes principais: Determinantes Amplificadores e Qualificadores; Políticas, Planejamento e Desenvolvimento do Destino; Gestão do Destino Turístico; Recursos Principais e Atrativos; Fatores de Suporte e Recursos. Cada quadrante possui subitens, totalizando 37 subitens.

Dois fatores adicionais também compõem o modelo, são eles: Micro e Macro Ambiente Competitivo onde o Micro Ambiente Competitivo será caracterizado pelos *stakeholders* turísticos e Macro Ambiente Competitivo que referem-se as tendências demográficas, a interface da tecnologia e dos recursos humanos e ainda a preocupação com o meio ambiente.

A Figura 03 ilustra do Modelo de Crouch e Ritchie (1999).

FIGURA 3 - MODELO CROUCH E RITCHIE (1999)



Fonte: Crouch e Ritchie, 1999.

De acordo com Domareski-Ruiz (2011, p.59) no ano de 2000, houve a revisão deste modelo, onde foram acrescentadas pelos autores as dimensões políticas e o planejamento e destacaram o papel da sustentabilidade no contexto turístico, garantindo um caráter mais completo ao modelo.

Para melhor compreensão de cada elemento proposto no Modelo de Crouch e Ritchie (1999), Flores Ruiz (2007) traz de forma detalhada cada um dos quadrantes presentes no modelo, como pode ser observado no quadro 08.

#### **QUADRO 8 - FATORES DO MODELO CROUCH E RITCHIE**

<b>FATORES MODELO CROUCH E RITCHIE (1999)</b>	
<b>Grupos de Fatores</b>	<b>Conceito</b>
Recursos Principais e Atrativos	Representam os elementos primários de atração do destino, o que motiva o turista a visita o atrativo. São fatores responsáveis pelos primeiros processos de desenvolvimento do destino que posteriormente servirão para avaliação da competitividade
Fatores de Suporte e Recursos Complementares	A competitividade dependerá também do grau de desenvolvimento da indústria turística a qual gerará empregos, arrecadação de impostos melhorando a qualidade de vida.
Política de Planejamento e Desenvolvimento do Destino	Definição de estratégias e objetivos claros capazes de guiar o processo de desenvolvimento através de ações nos setores econômicos, sociais, culturais e ambientais. Assim como uma estrutura institucional capaz de definir as competências para a aplicação de recursos além disso, a união dos atores locais se torna fundamental para posicionar o destino e diferencia-lo através de uma imagem global.
Gestão do Destino	Aqui estão presentes ações de marketing, investigação, informação, organização instituições financeiras gestão dos recursos e da crise. Colocando em funcionamento a política existente, melhorando também a qualidade e efetividade dos fatores de suporte. Este fator é o maior responsável pela manobras que possibilitam o direcionamento para competitividade dos destinos.
Determinantes Amplificadores e Qualificadores	O potencial competitivo do turismo está condicionado a fatores que vão além dos anteriormente expostos. Entre os fatores que formam este grupo estão: Capacidade do destino, nível de preços do destino, localização. Sendo que a competitividade de um destino será afetada pela competitividade de outros.

Fonte: Elaboração própria com base em Flores Ruiz, 2007.

#### **4.2.2 O Modelo de Dwyer e Kim (2003).**

Criado no ano de 2003, o modelo proposto por Dwyer e Kim foi baseado no modelo conceitual de Crouch e Ritchie (2000), sendo o primeiro modelo de competitividade de destinos turísticos que traz indicadores como forma de mensurar a competitividade em destinos turísticos.

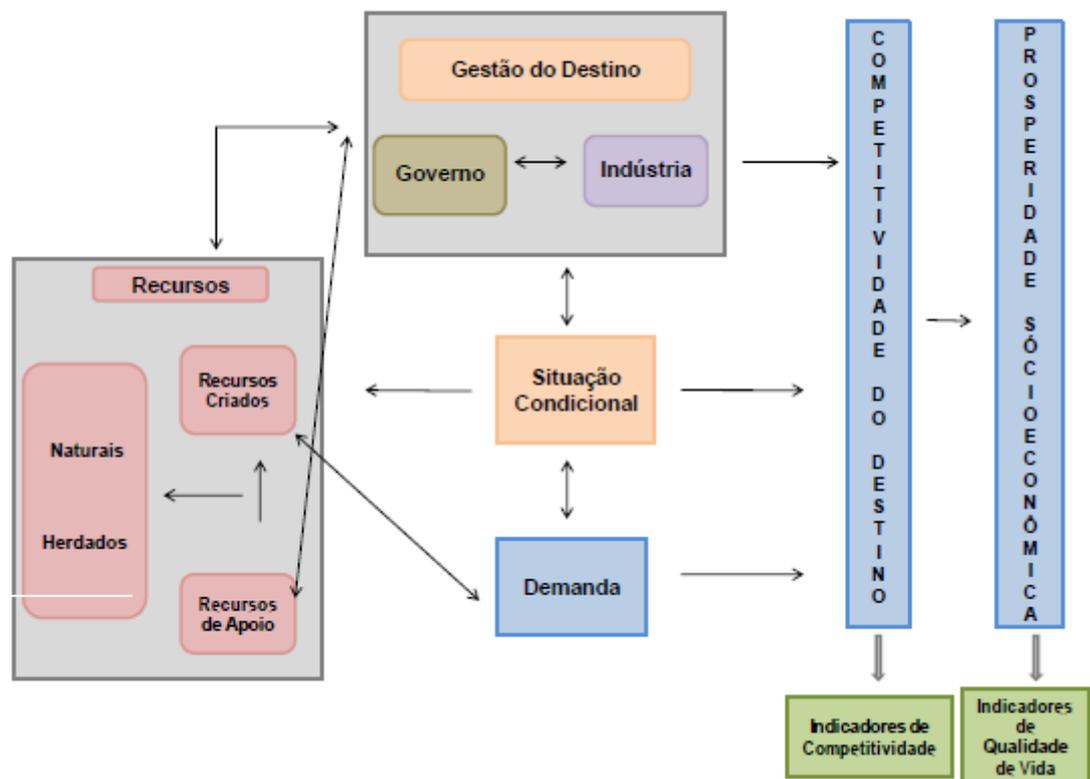
Este modelo é um conjunto de diferentes elementos que o caracteriza como um modelo sistêmico integrado, apresentando diferentes elementos interligados e responsáveis por alguma dimensão da competitividade do destino turístico.

As condições situacionais têm grande influência na determinação da competitividade do destino e devem ser levadas em consideração no momento do planejamento das ações do destino turístico. A localização da destinação, o ambiente competitivo (micro) e o ambiente global (macro) são condições situacionais que podem favorecer ou desfavorecer o destino turístico (DOMARESKI, 2011). Este modelo propõe a união de elementos globais influenciando na competitividade do destino e é caracterizado como um “Modelo Integrado”.

Ainda segundo Dorareski (2011, p.60), o modelo proposto por Dwyer e Kim (2003) contempla quatro determinantes principais dispostos em quadrantes-chave, que seriam recursos, gestão do destino turístico, condições situacionais e demanda. Estes determinantes se integram a fim de atingir a competitividade, porém o objetivo maior seria a prosperidade socioeconômica do destino em questão.

A Figura 04 traz o modelo de Dwyer e Kim (2003) de forma completa.

**FIGURA 4 - MODELO DE DWYER E KIM (2003)**



Fonte: Domareski, 2011.

Descrevendo as características do modelo proposto por Dwyer e Kim (2003), apresentam-se os “recursos herdados” (patrimônio histórico e cultural, recursos naturais), os “recursos criados” (infraestrutura turística, produtos, comércio e atividades de recreação) e os “recursos de suporte” (acessibilidade, qualidade dos serviços, hospitalidade entre outros) formando assim os principais determinantes do êxito do destino turístico assim como da base para a competitividade do destino. Estes recursos relacionam-se com o “entorno” que pode ser compreendido como estrutura empresarial, segurança, desenvolvimento tecnológico, estabilidade política, marketing do destino, gestão dos recursos naturais onde desta união dos recursos e entorno chega-se na competitividade turística compondo o modelo final com 150 indicadores pré-determinados (ESTEVÃO e NUNES, 2015; DOMARESKI-RUIZ e GÂNDARA 2013; DOMARESKI-RUIZ e GÂNDARA 2014; FLORES RUIZ, 2007; VIANNA, ANJOS E ANJOS, 2012; ALVES e FERREIRA, 2009; CASTRILLÓN *et al.*, 2015).

Para Dwyer e Kim (2003) os indicadores de competitividade do destino incluem tanto atributos subjetivos (o “encanto” do destino ou a “beleza cênica”) como atributos determinados objetivamente (quota de mercado turístico, receitas do turismo, etc.), enquanto que os indicadores de prosperidade socioeconômica fazem referência a variáveis macroeconômicas como os níveis de produtividade da economia, níveis de emprego, rendimentos *per capita*, taxa de crescimento econômico, etc.

Embora tenham sido destacados apenas dois modelos aqui expostos, reconhecem-se na literatura de competitividade outros modelos como o modelo proposto por Heath (2003) que baseia-se na estrutura de uma casa fazendo uma comparação com o caminho que um destino turístico deverá percorrer para ser competitivo o Modelo do Global Competitiveness Report- WEF<sup>8</sup> que tem como base os dados da WTTC – *World Travel and Tourism Council* que atua desde 2001 com tarefas de promoção e avaliação monitorando a competitividade do turismo sendo o único modelo a gerar índice de competitividade e desde sua primeira implantação em.

Dessa forma, os modelos de competitividade de destinos turísticos apresentam um salto qualitativo no sentido evolutivo do processo de

---

<sup>8</sup> WEF – *World Economic Forum*

desenvolvimento dos modelos, se adequando a situações específicas de cada período e percebendo a importância de fatores imprescindíveis à gestão de destinos turísticos (DOMARESKI-RUIZ, 2011 p.75).

## **5 POLÍTICAS PÚBLICAS**

De forma geral, o termo políticas públicas e seus processos de evolução são muito discutidos e debatidos em diferentes segmentos da sociedade pois suas ações são voltadas às diferentes áreas. Atualmente, o tema políticas públicas vem sendo muito abordado nos principais veículos de comunicação relacionando-o a saúde, educação, habitação, transportes, segurança entre outras. Todavia, a compreensão do conceito de políticas públicas muitas vezes pode ser feita de forma equivocada pela maior parcela da população, podendo resultar na incompreensão do significado, do seu processo de desenvolvimento e do seu impacto na sociedade. Desta forma, se faz necessário o esclarecimento e conceituação do que são políticas públicas (BURSZTYN, 2005; OLIVEIRA, 2008; SOUZA, 2006; SCHINDLER, 2014).

Henz (2009, p.37) define política pública destacando que “quando se fala em política, remete-se a organização pública a fim de suprir interesses e necessidades de toda a sociedade, prescrevendo que política é caracterizada por leis, decretos, portarias, órgãos burocráticos, impostos, taxas e tudo que está diretamente vinculado ao que é público [...]”.

Para Henz (2009, p.13) “política tem relação com os modos de organização do espaço público, objetivando o convívio social”. Já Gomes (2008, p. 15) alega que a expressão política pública é entendida como “o conjunto de ações realizadas pelos Estados visando interesse público relacionado a um determinado tema”.

Henz (2009, p.35) alega ainda que as políticas públicas podem ser explicadas como “a soma das atividades dos governos que influenciam a vida dos cidadãos e apontam para solução de problemas que envolvem toda a sociedade em questão”.

Para Souza (2003, p.13) “o processo de formulação de política pública é aquele através do qual os governos traduzem seus propósitos em programas e ações, que produzirão resultados ou as mudanças desejadas no mundo real”.

As políticas públicas estão presentes em nosso cotidiano, influenciando as decisões, atividades rotineiras, a programação de atividades de trabalho e de lazer,

norteiam praticamente todas as áreas de uma sociedade influenciando a locomoção, segurança e até a alimentação (SCHINDLER, 2014).

Os critérios que definirão as diretrizes das políticas públicas podem variar de acordo com a realidade de cada Estado ou País, de acordo ainda com a renda da população, verbas disponíveis, interesses e objetivos específicos previstos por seus governantes.

Cabe lembrar também que as políticas públicas muitas vezes necessitam ter continuidade para que obtenham resultados satisfatórios, sua descontinuidade nos processos de gerenciamento na esfera pública, poderá comprometer toda execução, sendo prejudicada pela troca de gestão e/ou falta de condução e incompreensão de ações e metas por parte dos gestores, interferindo negativamente em seus objetivos em longo prazo (BURSZTYN, 2005; OLIVEIRA, 2008; SOUZA, 2006).

Para Oliveira (2012) o processo de elaboração de políticas públicas é composto por cinco estágios, sendo eles: Construção de agenda; Formulação da política; Processo decisório; Implementação; e Avaliação.

### **5.1 Políticas Públicas para o Desenvolvimento do Turismo e sua importância**

Políticas públicas são conjuntos de programas, ações e atividades desenvolvidas pelo Estado diretamente ou indiretamente, com a participação de entes públicos ou privados, que visam assegurar determinado direito de cidadania, de forma difusa ou para determinado seguimento social, cultural, étnico ou econômico (PARANÁ, 2017).

No que tange o turismo, as políticas públicas são desenvolvidas com o objetivo de melhoria dos setores onde a atividade ocorre já que ela impacta direta e indiretamente em vários setores da sociedade (OLIVEIRA, 2008; LANZARINI e BARRETTO, 2014).

Para o Ministério do Turismo brasileiro, “a multidisciplinariedade do setor, os impactos econômicos, sociais, ambientais, políticos e culturais gerados pelo turismo exigem um processo de planejamento e gestão que oriente, discipline e se constitua em um poderoso instrumento de aceleração do desenvolvimento nos níveis municipal, regional e nacional” (MTUR, 2003, p.19).

Para os autores Goeldner, Ritchie e McIntosh (2002, p.294) política de turismo é definida como:

Um conjunto de regulamentações, regras, diretrizes, diretivas, objetivos, estratégias de desenvolvimento e promoção que fornece uma estrutura na qual são tomadas as decisões coletivas e individuais que afetam diretamente o desenvolvimento turístico e as atividades diárias dentro de uma destinação.

Neste debate, Beni (2002, p.101) entende que política de turismo é “o conjunto de fatores condicionantes e de diretrizes básicas que expressam os caminhos para atingir os objetivos globais para o turismo no país” e por este meio determinam as prioridades da ação executiva, supletiva ou assistencial do Estado.

Para Schindler (2014, p.39) “As políticas públicas de turismo são a base para que a atividade turística se desenvolva de forma organizada, contínua e sustentável nas localidades beneficiadas, minimizando os impactos negativos do turismo”.

Diante da infinidade de possibilidade que a atividade turística permite desenvolver, da sua grandiosidade, cadeia produtiva e os setores onde pode impactar tanto positiva quanto negativamente, é necessário que haja políticas públicas efetivas, capazes de conduzir o desenvolvimento da atividade, assegurando um bom planejamento, com continuidade que possibilite a implantação das ações e dos recursos, minimizando os impactos negativos decorrentes da atividade nas localidades onde se desenvolve (LICKORISH, 1996; SCHINDLER, 2014).

Cruz (2001, p.40) entende as políticas públicas de turismo como “conjunto de intenções, diretrizes e estratégias estabelecidas e/ou ações deliberadas, no âmbito do poder público, em virtude do objetivo geral de alcançar e/ou dar continuidade ao pleno desenvolvimento da atividade turística num dado território”.

As autoras Galdino e Da Costa (2011, p. 2) ao relacionar turismo com as políticas públicas atestam que:

Considerado como um dos setores mais promissores, o turismo subsidia benefícios expressivos à sociedade em geral, pois proporciona crescimento e desenvolvimento nos campos econômico, social, ambiental, cultural e também político se respaldada por uma das vertentes mais importantes da sociedade e especificamente da atividade: as políticas públicas.

Lickorish (1996) define a política de turismo como um conjunto de documentos que estabelecem objetivos para serem atingidos através de ações

planejadas. Como a disponibilidade de recursos pode ser limitada, é fundamental escolher onde e de que forma será a sua aplicação.

O principal objetivo das políticas de turismo deverá estar pautado na definição de como o turismo pretende ser desenvolvido e qual a direção tomar para atingir este desenvolvimento, além da orientação para todos os interessados no setor, facilitando o consenso nas estratégias e objetivos para aplicação de tais políticas em um destino. Estas políticas deverão ainda “dialogar” com a sociedade civil, esclarecendo e direcionando a responsabilidade de cada indivíduo (agentes de desenvolvimento do turismo local) permitindo que o turismo estabeleça relações diretas com outros setores da economia local. (GOELDNER, RITCHIE e MCINTOSH, 2002, p. 295).

Para Barretto, Burgos e Frenkel (2003, p.36), o papel das políticas públicas no turismo deveria proporcionar o desenvolvimento harmônico dessa atividade e destacam que:

Cabe ao Estado construir a infraestrutura de acesso e a infraestrutura básica urbana – que também atende a população local – e prover de uma superestrutura jurídico-administrativa (secretarias e similares) cujo papel é planejar e controlar que os investimentos que o estado realiza – que permitem o desenvolvimento da iniciativa privada, encarregada de construir os equipamentos e prestar os serviços – retornem na forma de benefícios para toda a sociedade” (BARRETTO, BURGOS E FRENKEL, 2003, p.33).

Os autores Lanzarini e Barretto (2014, p.192) afirmam que “embora haja certa discrepância entre os autores quanto à posição hierárquica de política e de planejamento, há concordância em que as políticas públicas são ações do estado [governo ou Poder Público]. A política pública está influenciada pela sociedade, pelos valores”.

As políticas públicas normalmente estão constituídas por instrumentos de planejamento, execução, monitoramento e avaliação, encadeados de forma integrada e lógica, da seguinte forma: 1. Planos 2. Programas; 3. Ações 4. Atividades.

Os planos estabelecem diretrizes, prioridades e objetivos gerais a serem alcançados em períodos relativamente longos. Os programas estabelecem, por sua vez, objetivos gerais e específicos focados em determinado tema, público, conjunto institucional ou área geográfica. Ações visam o alcance de determinado objetivo

estabelecido pelo Programa, e a atividade, por sua vez, visa dar concretude à ação. (PARANÁ, 2017)

Tendo como base os conceitos de políticas públicas e também de políticas públicas para o turismo aqui expostos, serão apresentadas a seguir as principais políticas para o turismo no Brasil e no México.

## 5.2 Políticas Públicas para o Turismo no Brasil

O desenvolvimento do turismo no Brasil é recente, de acordo com o Ministério do Turismo (2006) o início do planejamento da atividade turística no Brasil data da década de 1930.

De acordo com Galdino e da Costa (2011) a década de 1930 marca boa parte do desenvolvimento do Brasil em termos de direitos trabalhistas no governo de Getúlio Vargas, quando trabalhadores passaram a ter o direito à carteira profissional, redução da carga horária de trabalho, aposentadoria, férias entre outros benefícios.

Ainda segundo as autoras, favoreceu o crescimento da atividade turística no país, pois proporcionou melhores condições de vida aos brasileiros, favorecendo o desenvolvimento das primeiras políticas públicas voltadas ao turismo, como o Decreto-Lei nº 406 de 1938 dando autorização governamental para venda de passagens aéreas, rodoviárias e marítimas.

No ano de 1939 criou-se através do Decreto Lei nº 1915 a Divisão do Turismo, primeiro organismo oficial de turismo no Brasil. No ano de 1946 extinguiu-se a Divisão do Turismo, que deu origem a criação da Comissão Brasileira de Turismo (COMBRATUR).

O quadro 09 abaixo apresenta as principais políticas de turismo no Brasil a partir da década de 1940.

### QUADRO 9 - AÇÕES RELACIONADAS AO DESENVOLVIMENTO DAS POLÍTICAS DE TURISMO NO BRASIL

Ações relacionadas ao desenvolvimento das Políticas de Turismo no Brasil	
Data	Ação desenvolvida
1946	Criação do SESC e SENAC
1966	Criação da Embratur e o Conselho Nacional de Turismo
1991	Programa de Desenvolvimento do Turismo - PRODETUR
1992	Política Nacional de Turismo

1994	Programa de Municipalização do Turismo – PNMT
2003	Criação do Ministério do Turismo
2003	Plano Nacional do Turismo (2003 – 2007)
2004	Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil
2007	Plano Nacional de Turismo (2007 – 2010)
2008	Criação da Lei Geral do Turismo
2008	Índice de Competitividade do Turismo Nacional
2011	Plano Nacional de Turismo (2011 – 2014)
2013	Plano Nacional de Turismo (2013 – 2016)
2013	Programa de Regionalização do Turismo

Fonte: Elaborado pelo autor, 2016. Baseado em Becker (2001) e Oliveira (2008).

A década de 1950 foi caracterizada por avanços no processo de regulamentação e políticas de desenvolvimento do turismo, neste período houve o incentivo à prática do ócio, onde o turismo passa a ser compreendido como “turismo de massa” através do crescimento da rede de estradas rodoviárias e também com incentivo da classe média responsável pela sua disseminação (RUSCHMANN E SOLHA, 2006; HENZ, 2009; GALDINO E DA COSTA, 2011).

Na década de 1960 ocorre um grande avanço no desenvolvimento de políticas de turismo no Brasil com a criação da Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR) através do Decreto-Lei nº 55/1966 por meio do qual também foi constituído o Conselho Nacional de Turismo, dando início a uma Política Nacional para o Turismo (EMBRATUR, 2016).

Já na década de 1970, há registros das primeiras estatísticas possibilitando mensurar o número de passageiros desembarcando no país e que posteriormente subsidiou o desenvolvimento de políticas públicas para o setor (MTUR, 2006).

Diante das expectativas de crescimento, houve interesse do Governo Federal em criar políticas para o desenvolvimento do turismo. A EMBRATUR teve sua função redesenhada passando a formular, coordenar e executar a Política Nacional do Turismo (OLIVEIRA, 2008).

O Brasil que já se destacava mundialmente pela sua biodiversidade e belezas naturais, especialmente pelo turismo no segmento de sol e praia devido principalmente ao destino Rio de Janeiro, passa a ter mais força com programas de desenvolvimento do turismo no nordeste brasileiro, o PRODETUR Nordeste, que

através de inúmeras ações desenvolvidas, destacou aquela região no cenário mundial (SILVA, 2003).

No início da década de 1990, através de ações do Governo Federal tentou-se estabelecer uma Política Nacional de Turismo durante o mandato do então presidente Fernando Collor de Mello (1990-1992), não tendo o êxito esperado na sua execução devido à instabilidade política pela qual o Brasil passava (OLIVEIRA, 2008). Gomes (2008, p.11) afirma que no âmbito territorial e regional, o grande avanço das políticas públicas de turismo no Brasil ocorreu no governo sucessor a Fernando Collor, governo Itamar Franco, (1992 – 1994) ao institucionalizar o Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT) que gerou grande mobilização e tornou a participação dos municípios envolvidos mais efetiva no planejamento da atividade.

Para Galdino e da Costa (2011, p.15) o PNMT foi a primeira ação de força para a implantação de uma política de turismo no Brasil que se consolidou durante oito anos, tendo conquistado espaço importante na sociedade em que foi inserido e impulsionado o setor turístico expressivamente”.

No ano de 1994 sob a coordenação do então Ministério da Indústria, Comércio e do Turismo, o PNMT foi concebido para dinamizar o desenvolvimento da atividade turística em âmbito municipal indo além de um programa de governo, transformando-se em um movimento nacional capaz de mobilizar agentes e produzir resultados, que possibilitaram avançar para a abrangência territorial como estratégia para o fomento das atividades do turismo no País. (MTUR, 2014 p. 9).

No ano de 1996, no governo do presidente Fernando Henrique Cardoso, reelabora-se a Política Nacional de Turismo, com muitas mudanças que beneficiaram o desenvolvimento da atividade turística no Brasil, entre elas a mudança no sistema de vistos, permissões para que cruzeiros marítimos chegassem à costa brasileira, alterações no sistema de concessões para operação de companhias aéreas, o qual permitiu redução de valores de passagens e a instalação de novas empresas aéreas no mercado, entre outros programas e incentivos para o desenvolvimento de regiões (OLIVEIRA, 2008).

A partir do ano 2000, o Brasil teve suas políticas de turismo enfatizadas dentro da gestão pública com os Planos Nacionais de Turismo, a criação do

Ministério do Turismo e outros programas que colocaram as políticas de turismo em destaque.

O crescimento da atividade turística nesta década não teve grande aumento, porém, mostrou-se de forma equilibrada como pode ser observado na tabela 01 que traz o número de turistas estrangeiros no Brasil no período de 2000 a 2015.

**TABELA 1 - NÚMERO DE TURISTAS ESTRANGEIROS NO BRASIL NO PERÍODO DE 2000 A 2015.**

Chegadas de Turistas estrangeiros no Brasil					
Ano	Nº Turistas (milhões)	% de crescimento	Ano	Nº Turistas (milhões)	% de crescimento
2000	5.313.463	-	2008	5.050.099	0,48
2001	4.990.416	-6,08	2009	4.802.217	-4,91
2002	4.630.114	-7,22	2010	5.161.379	7,48
2003	5.375.350	16,10	2011	5.433.354	5,27
2004	6.185.210	15,07	2012	5.676.843	4,48
2005	6.788.233	9,75	2013	5.813.342	2,40
2006	5.017.251	-26,09	2014	6.429.852	10,61
2007	5.025.834	0,17	2015	6.305.838	-1,93

Fonte: Elaborado pelo autor com base em Mtur, 2016.

O grande passo no processo para o planejamento e desenvolvimento do turismo no Brasil ocorreu em 2003 com a criação do Ministério do Turismo e a criação dos Planos Nacionais de Turismo (PNT) com diretrizes e objetivos que norteariam as ações do Governo Federal para o desenvolvimento do turismo.

O primeiro PNT foi instituído para o período 2003-2007, tendo como objetivo geral, desenvolver um produto de qualidade aproveitando as diversidades regionais, culturais e naturais. O Plano propunha programas e ações específicas através dos macroprogramas definidos como “um conjunto de programas que visam por seu intermédio, resolver os problemas e obstáculos que impedem o crescimento do turismo no Brasil, identificados por um processo de consulta ao setor” (MTUR, 2003, p. 32).

A facilidade de informação e acesso a viagens aumentava no início dos anos 2000 e o turismo estava entre as prioridades do governo em atrair visitantes para diferentes regiões do país buscando desenvolvimento principalmente econômico através da geração de renda e empregos. A Visão do MTUR para o Plano Nacional de Turismo 2003-2007 foi destacada como:

O turismo no Brasil contemplará as diversidades regionais, configurando-se pela geração de produtos marcados pela brasilidade, proporcionando a expansão do mercado interno e a inserção efetiva do País no cenário turístico mundial. A geração do emprego, ocupação e renda, a redução das desigualdades sociais e regionais, e o equilíbrio do balanço de pagamentos sinalizam o horizonte a ser alcançado pelas ações estratégicas indicadas (MTUR, 2003 p.21).

Dentro dos macroprogramas determinados pelo Mtur no Plano Nacional do Turismo 2003-2007 destaca-se o programa “Estruturação e Diversificação da Oferta Turística” que de acordo com o Mtur tinha como objetivo a gestão do turismo de forma descentralizada e regional, onde o planejamento fosse participativo e com resultados socioeconômicos para todo o território (MTUR, 2014).

Em abril de 2004, com base nas diretrizes do Plano Nacional do Turismo 2003-2007, é lançado o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil.

Sua mobilização ocorreu de forma participativa, envolvendo os 27 estados do Brasil por meio de encontros e oficinas nas quais foram repassadas à todos os agentes (estaduais e municipais) as diretrizes, ações, planejamentos e objetivos gerais, que resultou na constituição da “região turística” composta por 219 regiões em todo o país, reunindo ao todo 3.319 municípios.

A partir deste processo, derivou-se a primeira grande ferramenta de trabalho, denominada de Mapa da Regionalização do Turismo. As regiões presentes neste mapa serviriam para nortear as ações do Ministério do Turismo no desenvolvimento do turismo no país (MTUR, 2014).

Na concepção do Programa de Regionalização do Turismo, os eixos de atuação foram focados em: Gestão Descentralizada do Turismo; Planejamento e Posicionamento de Mercado; Qualificação profissional dos serviços e da produção associada; Empreendedorismo, capacitação e promoção de investimento; Infraestrutura turística; Informação ao turista; Promoção e apoio à comercialização; e Monitoramento (MTUR, 2014).

Este programa tinha a premissa de equilibrar o desenvolvimento das regiões brasileiras e a diversificação da oferta turística, criando roteiros integrados, e a oferta contemplando a pluralidade cultural e a diferença regional do Brasil. Além disso, estavam previstas ações de promoção e apoio à comercialização, para promover a

diversidade regional e cultural brasileira das diferentes regiões diminuindo assim as suas desigualdades (MTUR, 2003 p.43).

O Plano Nacional de Turismo 2007-2010 foi elaborado para dar suporte ao PAC - Programa de Aceleração do Crescimento - implantado no Brasil na Gestão do Presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Nesta perspectiva o PNT 2007-2010 visava a inserção do Brasil no cenário do turismo internacional, criação de empregos, inclusão social através da melhoria da distribuição de renda, redução das desigualdades regionais entre outras ações estratégicas. Este PNT teve como objetivo contemplar as diversidades regionais, culturais e naturais do Brasil e também atrair divisas através do fomento da competitividade do turismo brasileiro nos mercados nacional e internacional (MTUR, 2007).

Para o MTUR o turismo brasileiro deveria ser um forte indutor da inclusão desta forma o PNT 2007-2010 propôs como metas o aumento das viagens domésticas, a criação de emprego e ocupação, a qualificação dos destinos turísticos e a geração de divisas (MTUR, 2007 p.47).

As metas traçadas para o PNT 2007-2010 estavam estruturadas da seguinte forma: Meta 1: Promover a realização de 217 milhões de viagens no mercado interno; Meta 2: Criar 1,7 milhão de novos empregos e ocupações; Meta 3: Estruturar 65 destinos turísticos com padrão de qualidade internacional<sup>9</sup>; Meta 4: Gerar 7,7 bilhões de dólares em divisas.

Com base nos Planos Nacionais do Turismo e dando continuidade às políticas de desenvolvimento do País outras ações, leis e programas foram criados como a Lei Geral do Turismo (Lei nº 11.771/2008) tornando-a referência na gestão pública do setor que traz no seu escopo o marco regulatório definindo competências e responsabilidades do poder público e de toda a cadeia produtiva do turismo, garantindo a gestão ética, responsável, transparente e cidadã (MTUR, 2014).

O Plano Nacional de Turismo 2011-2014 por sua vez, teve como objetivos a erradicação da fome no país, a inclusão social, ampliar o diálogo com a sociedade, reduzir as desigualdades regionais, promover sustentabilidade incentivando a inovação e promovendo a regionalização do turismo (OLIVEIRA E ROSSETTO, 2013).

---

<sup>9</sup> Meta 3: Estruturar 65 destinos turísticos com padrão de qualidade Internacional por ser o tema objeto deste estudo será apresentado de forma detalhada na sequência deste estudo.

No ano de 2010, houve a necessidade de avaliação do programa de Regionalização do turismo iniciado no ano de 2004, embora segundo o MTUR os resultados já tivessem sido evidentes e satisfatórios. No ano seguinte em 2011 iniciaram as revisões dos processos e a construção de forma coletiva de um conjunto de melhorias para o fortalecimento do programa. Em 2012 as oficinas com instituições de ensino, representantes dos destinos e do programa de regionalização do turismo foram realizadas, além de debates com equipes técnicas e gestores do Ministério do Turismo.

No ano de 2013 juntamente com a elaboração do Plano Nacional de Turismo 2013-2016 são consideradas as alterações propostas e incorporadas ao Plano. “O Programa, na sua revisão, reflete as aspirações da sociedade, recupera a determinação da ação do Estado e torna possível o surgimento das diversidades dos territórios, transformando-as em economia poderosa, capaz de gerar o estado do bem-estar” (MTUR, 2013 p. 23).

A concepção do Programa não sofre alterações porém segundo o MTUR (2013, p.20) os ajustes realizados propunham

Qualificar a concepção estratégica, as ferramentas de gestão e incorporar mecanismos de fomento capazes de provocar e promover concepções inovadoras ao enfrentamento das fragilidades diagnosticadas. Deste modo, o propósito é promover a convergência e a articulação das ações do Ministério do Turismo e do conjunto das políticas públicas setoriais, nas regiões com foco na estruturação dos destinos turísticos.

Ainda de acordo com os diagnósticos realizados foram identificados seis grandes objetivos: incentivar o brasileiro a viajar pelo Brasil; incrementar a geração de divisas e a chegada de turistas internacionais; promover a sustentabilidade, a inclusão social e a geração de emprego; aumentar a competitividade do turismo brasileiro; fortalecer a gestão descentralizada do turismo no Brasil; e preparar o turismo brasileiro para os megaeventos (MTUR, 2013 p.21).

Dentro das premissas do Programa de Regionalização do Turismo 2013 estavam: Abordagem territorial; Integração e participação social; Inclusão; Descentralização; Sustentabilidade; Inovação; e Competitividade. Tendo ainda como objetivo principal o apoio a gestão, estruturação e promoção do turismo no País, de forma regionalizada e descentralizada (MTUR, 2013).

O programa de regionalização do turismo, presente nos Planos Nacional de Turismo, foi um dos programas mais conhecidos pela população, gestores e empresários, teve como proposta inicial “o desenvolvimento da atividade turística de forma regionalizada, com foco no planejamento coordenado e participativo. Assim, adotou-se o conceito de região turística como referência espacial, na qual se inserem os produtos turísticos” (MTUR 2007, p.19).

Assim, este estudo mostra de forma sucinta as principais ações, programas e metas do Governo Federal brasileiro dentro dos Planos de Nacional de Turismo.

### 5.3 Políticas Públicas para o Turismo no México

O México é um dos principais destinos de sol e praia do mundo, reconhecido internacionalmente pelo seu clima, praias e gastronomia, atraindo visitantes dos mais diversos locais do globo. O México retornou à lista dos 10 países mais visitados do mundo, recebendo mais de 29.3 milhões de turistas no ano de 2014 conforme dados apontados pela Secretaria de Turismo do México a qual utilizou dados da Organização Mundial de Turismo (OMT 2016; SECTUR, 2015).

O crescimento do número de visitantes no México pode ser demonstrado na tabela 02.

**TABELA 2 - CHEGADAS DE TURISTAS ESTRANGEIROS NO MÉXICO PERÍODO 2000 - 2013.**

Chegadas de Turistas estrangeiros no México					
Ano	Nº Turistas (milhões)	% de crescimento	Ano	Nº Turistas (milhões)	% de crescimento
2000	19	-	2008	22,9	6,02
2001	20,6	8,42	2009	22,3	-2,62
2002	19,8	-3,88	2010	23,3	4,48
2003	19,7	-0,51	2011	23,4	0,43
2004	18,7	-5,08	2012	23,4	0,00
2005	21,4	14,44	2013	24,2	3,42
2006	21,9	2,34	2014	29,3	21,07
2007	21,6	-1,37	2015	32,1	9,56

Fonte: Elaborado pelo autor com base em SECTUR, 2016.

Para os autores Cervantes e Sánchez (2005, p.46), o governo do México promove o desenvolvimento do turismo com bases nos inúmeros benefícios que a atividade pode gerar para a econômica mexicana como geração de emprego,

fomento ao desenvolvimento regional, aceleração dos projetos de infraestrutura e também por difundir os atrativos culturais e naturais da nação.

Assim como aconteceu no Brasil, a adoção de políticas públicas para o turismo no México é recente, tendo início em um momento estratégico de mudanças no país, que a Secretaria de Relações Exteriores (SRE) define como “era moderna”, período entre 1946 a 2000 marcado por muitos avanços no planejamento das políticas do turismo no país, com a perspectiva de organizar-se turisticamente e fazer da atividade um impulso para a economia e desenvolvimento territorial. A SRE do México destaca ainda que neste período:

O México enfrentou novos desafios, como o aumento da longevidade dos mexicanos que provocou um problema de crescimento demográfico; a industrialização que provocava o crescimento desmedido das cidades; aumento do nível educacional e cultural que demandava maior democracia política; o desenvolvimento das comunicações favorecia a abertura de novos estilos de vida cultural, os quais, por sua vez, por contrastes, levantavam várias formas de nacionalismo (SECTUR, 2015).

Cervantes e Sánchez (2005) alegam que durante o governo do presidente Miguel Alemán (1946-1952) que considerava o turismo como a oportunidade de financiar a transformação em seu governo foi criada a Comissão Nacional do Turismo visando o desenvolvimento tendo a comunicação, transportes, alojamentos, atrativos turísticos e capacitação como as quatro medidas principais para o fomento da atividade turística no país.

Em 1960, com a criação do Fundo Nacional de Fomento ao Turismo foi possível a gênese do polo de desenvolvimento de Cancun, em 1970. Este polo, conforme afirmam também Villegas e Carrascal *apud* FONATUR 2 (1974, p. 19) “permitiu ao México um planejamento ativo no mercado turístico internacional além de diferenciar a demanda desde os produtos de sol e praia, cultura e recreação, mediante a sua abertura aos mercados dos principais polos emissores, Estados Unidos, Canadá e Europa”.

O presidente Gustavo Díaz Ordaz, que governou o México entre os anos de 1964 a 1970, deu continuidade ao desenvolvimento de políticas para o turismo iniciadas por Miguel Alemán e utilizou a atividade turística como instrumento de integração e promoção econômica do país. Durante o seu governo houve aumento significativo na rede de estradas em 14.200 km incluindo a modernização e a

construção de mais de cinquenta aeroportos, ações que foram fundamentais para o desenvolvimento do turismo (CERVANTES E SÁNCHEZ, 2005).

A partir da década de setenta, ações e programas foram desenvolvidos com o foco de promoção e consolidação do turismo como atividade econômica no México, as quais são resumidas no quadro 10.

**QUADRO 10 - PRINCIPAIS POLÍTICAS DE TURISMO DO MÉXICO A PARTIR DE 1970**

<b>Período</b>	<b>Ações desenvolvidas</b>
1970-1976	Fundo de Promoção e Infraestrutura turística (INFRATUR)
	Fundo Nacional de Fomento ao Turismo (FONATUR)
	Lei Federal de Fomento do Turismo
	Criação da Secretaria de Turismo
1976-1982	Estímulos fiscais e investimentos turísticos autorizados pela Secretaria de Fazenda e Crédito Público.
	Plano Nacional de Turismo
	Sistema Nacional de Planejamento Turístico (SINPLATUR)
	Criação do Banco Nacional de Turismo
1982-1988	Plano de Capacitação Turística
	Programa de Ação Imediata para o Fomento do Turismo
1989-1994	Promoção e Divulgação dos recursos naturais do país tanto nacional como internacionalmente.
	Modernização e desenvolvimento da infraestrutura criando novos centros históricos.
	Plano Nacional de Desenvolvimento
	Programa Nacional de Modernização ao Turismo
2000 - 2006	Plano Nacional de Desenvolvimento / Programa Pueblos Mágicos

Fonte: Elaborado pelo autor com base em CERVANTES E SÁNCHEZ, 2005.

No período compreendido entre 1990-2000 o México tem sua imagem solidificada como destino turístico mundial, sendo o seu Produto Interno Bruto do Turismo responsável por 8,3% do total nacional.

Ao criar o Plano Nacional de Desenvolvimento em 2000, o governo do México reafirma a prioridade no desenvolvimento do turismo no país. O Plano Nacional de Desenvolvimento (2001, p.89.) destaca que:

O setor de turismo é uma prioridade do Estado Mexicano e este se propõem assegurar sua capacidade competitiva. Se buscará

desenvolver e fortalecer a oferta turística para consolidar os destinos turísticos tradicionais e diversificar o produto turístico nacional, aproveitando o enorme potencial com que o México conta em matéria de recursos naturais e culturais.

O Plano Nacional de Desenvolvimento (*Plan Nacional de Desarrollo*) 2000 – 2006 foi dividido em eixos norteadores (*Eje Rector*). Direcionando para os objetivos deste estudo, destaca-se apenas o eixo 3: Destinos Sustentáveis, cujo objetivo setorial consiste em apoiar o desenvolvimento turístico municipal, estadual e regional. Tendo como estratégias fortalecer os programas regionais de desenvolvimento turístico com o objetivo incentivar o fluxo de turistas no país (SECTUR, 2014).

De acordo com Sargapa (2015), muitos programas foram criados para executar tal política, dentre eles estão: México Norte, Programa Mundo *Maya*, Programa *Ruta de los Dioses*, Programa *Tesoros Coloniales*, Programa *en el corazón* de México, Programa Mar de *Cortés-Barrancas del Cobre*, Programa Centros de *Playa* onde está inserido o Programa *Pueblos Mágicos* que tem como objetivo a regionalização do turismo, integrando roteiros que desde os grandes centros receptores até menores que contem com atrativos históricos e culturais, favorecendo o desenvolvimentos destes destinos.

## **6 A ANÁLISE DAS POLÍTICAS DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO – BRASIL E MÉXICO**

Conforme as informações apresentadas anteriormente nos quadros 09 e 10, tanto o Brasil quanto o México desenvolveram algumas políticas e programas para o desenvolvimento do turismo, porém para este estudo, optou-se na abordagem de dois programas já nominados. Faremos uma apresentação também do Plano Nacional do Turismo pois foi uma das metas deste Plano que originou o Índice de Competitividade do Turismo Nacional que é um dos objetos deste estudo.

### **6.1 Plano Nacional do Turismo 2007-2010 – Meta 3: Estruturar 65 destinos turísticos com padrão de qualidade internacional.**

O Plano Nacional de Turismo 2007-2010 foi formulado contendo objetivos, ações e metas a serem atingidas, dentre elas destacamos aqui a meta objeto deste

estudo, a Meta 3: Estruturar 65 destinos turísticos com padrão de qualidade internacional. De acordo com o Ministério do Turismo, estes 65 destinos passam a ser caracterizados como destinos indutores do turismo Nacional, que serviriam de referência para atrair visitantes com a responsabilidade de:

[...] propagar o desenvolvimento nos roteiros dos quais fazem parte e, conseqüentemente, nas regiões turísticas que perpassam. Suas experiências e práticas exitosas devem ser multiplicadas para outros destinos e roteiros que integram as 200 regiões turísticas do País. (MTUR, 2008 p.18).

Este plano pretendia “focar destinos turísticos selecionados, de modo a se constituírem em indutores do desenvolvimento do turismo regional e da roteirização turística, gerando modelos e referências para os demais destinos turísticos no Brasil” (MTUR, 2007 p.24).

A estruturação da Meta 03 no PNT baseou-se no mapeamento do Programa de Regionalização do Turismo o qual mapeou 200 regiões turísticas no Brasil selecionando roteiros e regiões com condições para desenvolver um padrão de qualidade internacional além de estudos e investigação sobre investimentos e as potencialidades destes destinos (MTUR, 2007).

Alguns indicadores foram determinados pelo Mtur para monitorar as ações e acompanhar o desenvolvimento e avaliação da Meta.

Dentro da projeção anual estipulada pelo Mtur, as regiões turísticas organizadas institucionalmente passariam de 65 em 2008 para 85 em 2009 com previsão de 116 para 2010 estando preparadas para estruturação e qualificação do turismo.

As empresas turísticas também foram determinantes para a composição destes destinos que incluíam empresas de hospedagem, organizadores de feiras e eventos e ainda transportadoras turísticas e parques temáticos todas cadastradas pelo Mtur, tal cadastro se constituiu em um pressuposto de qualidade e o crescimento do número de empresas, teve uma projeção de crescimento de 15% ao ano conforme aponta na tabela 03.

**TABELA 3 - INDICADORES DIRETOS E INDIRETOS**

Descrição	2007	2008	2009	2010
Regiões turísticas organizadas Institucionalmente.	-	65	85	116
Empresas de Turismo Cadastradas no Mtur	31.830	36.604	42.095	48.410

Fonte: Plano Nacional do Turismo 2007-2010 p. 52

O Padrão de Qualidade Internacional que os destinos deveriam possuir para ser considerados destinos indutores foi definido pelo Ministério do Turismo com base no investimento em infraestrutura desses destinos, através dos programas do Governo Federal assim como Emendas Parlamentares, sua projeção para os anos seguintes foi de acordo com a taxa de crescimento do Produto Interno Bruto - PIB adotada pelo PAC.

A qualificação e certificação de profissionais e empreendimentos turísticos também foi um fator determinante imposto como condições necessárias para que o destino estivesse entre os 65 propostos na Meta 03.

A tabela 04 traz as Condições Necessárias para classificação dos 65 destinos indutores.

**TABELA 4 - CONDIÇÕES NECESSÁRIAS PARA CLASSIFICAÇÃO DOS 65 DESTINOS INDUTORES**

Descrição	2007	2008	2009	2010
Investimento em infraestrutura Mtur (em \$ bilhões empenhados)	1,32	1,39	1,46	1,53
Pessoas qualificadas	51.340	56.474	62.121	68.334
Profissionais certificados	1.960	2.254	2.592	2.981
Empreendimento certificados	290	2.899	3.334	3.834

Fonte: Plano Nacional do Turismo 2007-2010, p.53

De acordo com o Mtur, com a definição destes 65 destinos indutores estavam previstas etapas sucessivas e complementares como:

1ª) o Índice de Competitividade Nacional, pesquisa com a função de fornecer um retrato detalhado do setor, possibilitando uma intervenção planejada nos municípios resultados; 2ª) Gestão de Destinos, ação voltada ao auxílio para a elaboração e execução de planos estratégicos para o setor de turismo, priorizando políticas que focavam a competitividade no mercado; 3ª) Sistema de Gestão dos Destinos, ferramenta desenvolvida para gerir as ações entre o Ministério do Turismo e os Destinos Indutores (MTUR, 2014 p. 10).

Assim foram definidos os 65 destinos considerados indutores do turismo nacional, com referência em qualidade de prestação de serviços, qualificação e infraestrutura, sendo eles divididos nos 27 estados da Federação, classificados como Capitais e Não Capitais.

Estes destinos serviriam de modelo para os destinos em potencial em suas regiões que ao atrair visitantes àquelas regiões, desenvolveria também os município

menores próximos à eles, beneficiados com a divulgação e comercialização dos 65 destinos indutores do turismo no Brasil.

## **6.2. Índice de Competitividade do Turismo Nacional**

A partir da definição dos 65 destinos indutores do turismo no Brasil, ocorreram avanços para a criação de uma ferramenta de monitoramento e avaliação.

O PNT 2007-2010 foi estruturado também em macroprogramas subdivididos em Programas que guiarão as ações previstas no Plano.

O Macroprograma 2 no PNT 2007-2010 foi denominado como: Informações e Estudos Turísticos subdivididos em dois programas: Sistema de informações do turismo; e Programa de Competitividade do turismo Brasileiro.

Reconhecendo a importância dos demais macroprogramas e programas, direcionaremos este estudo ao Índice de Competitividade do turismo Nacional que nos dará condições de cruzamento de informações para o objetivo proposto neste estudo. Este programa de acordo com o MTUR (2007, p.62), deveria:

Ser priorizados e tratados sistematicamente os indicadores que permitirão avaliar e monitorar os impactos da atividade turística na dimensão social, econômica, cultural e ambiental dos territórios, regiões, destinos e populações, no emprego, na avaliação qualitativa do perfil dos fluxos de turistas nacionais e estrangeiros e no impacto por componente da cadeia produtiva e por segmento turístico.

Permitindo construir um processo contínuo de avaliação que possibilitaria obtenção de dados históricos sobre o desenvolvimento e perspectivas da atividade turística no Brasil.

Desta forma foi criado no ano de 2007 o Índice de Competitividade do Turismo Nacional, tendo como objetivo fornecer informações que possam subsidiar o planejamento estratégico da atividade turística e monitorar a evolução da atividade nos destinos e no País (MTUR, 2015). Ainda de acordo com o Mtur, o conceito deste índice pode ser definido como

[...] o destino desenvolve e aprimora a capacidade de gerar negócios. Isto é, adota-se a compreensão de que os destinos podem se autoanalisar, visando a identificação dos pontos fortes e fracos de cada um e, assim, contribuindo para o planejamento e o desenvolvimento de vantagens competitivas (MTUR, 2015 p. 30).

Tendo como uma das finalidades de medir a competitividade dos destinos indutores e de subsidiar o planejamento estratégico da atividade turística,

monitorando a evolução da atividade turística nos destinos indutores do turismo no País. Este Índice se traduz em programa capaz de medir a competitividade dos destinos indutores no Brasil, assim como o seu desempenho, que possibilitará aos destinos turísticos renovarem seus recursos, criar novos produtos e atrair novas demandas, atraindo um fluxo contínuo de inovações e também possibilidade aos gestores locais do planejamento adequado da atividade em seus municípios.

Tal argumento pode ser comprovado pelo Mtur ao destacar que

O principal objetivo deste relatório é, portanto, proporcionar ao público o acompanhamento da evolução dos indicadores nacionais de competitividade dos 65 destinos pesquisados e o desempenho em cada dimensão avaliada. Os resultados de cada destino pesquisado, entregues individualmente, permitirão que os destinos utilizem essas informações para planejar e desenvolver vantagens competitivas, norteando a elaboração de políticas públicas que eliminem, gradativamente, os entraves ao desenvolvimento sustentável da atividade turística (MTUR, 2013 p.20).

Os procedimentos metodológicos adotados para medir a competitividade dos destinos foram baseados na Teoria dos Recursos a qual defende que uma vez conhecido o ambiente interno, uma organização passa a ter o poder de gerir e potencializar seus recursos.

Os recursos de uma organização são as capacidades, os processos organizacionais, os atributos, a informação e o conhecimento, ou seja, aspectos gerenciáveis que permitam ao destino conceber e implementar estratégias.

As Dimensões presentes no Índice de Competitividade do Turismo Nacional de acordo com o Mtur “possibilita a identificação e o acompanhamento de indicadores objetivos, e a geração de um diagnóstico da realidade local, viabilizando a definição de ações e de políticas públicas que visem ao desenvolvimento da atividade turística” (MTUR, 2015 p. 20).

Ainda de acordo com o Mtur, com a utilização de tais dimensões, será possível comparar os níveis de competitividade entre diferentes destinos turísticos e conhecer o perfil de seus visitantes, a satisfação com os serviços e produtos fornecidos por eles e mapear as expectativas e interesse dos visitantes, gerando dados capazes de subsidiar o planejamento de forma mais efetiva a curto, médio ou longo prazo oferecendo aos destinos a capacidade de autoanalisar-se (MTUR, 2015).

As dimensões avaliadas pelo índice totalizam 13, contemplando diferentes áreas fundamentais para o desenvolvimento da atividade turística e desempenho dos destinos indutores (MTUR, 2015). Estas dimensões estão detalhadas no quadro 11.

**QUADRO 11 - DIMENSÕES DE AVALIAÇÃO DO ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE DO TURISMO NACIONAL**

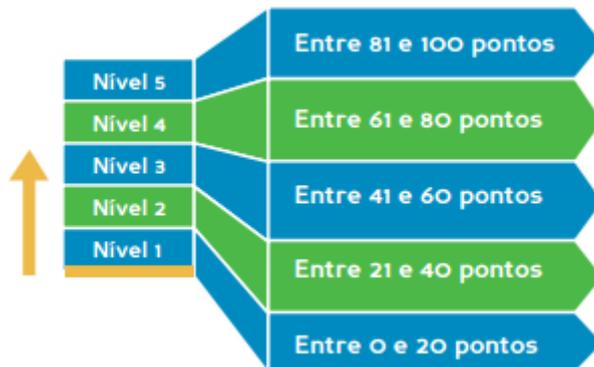
Dimensões		Descrição do que foi analisado
1	Infraestrutura	Capacidade de atendimento médico para o turista no destino, estrutura urbana nas áreas turísticas, fornecimento de energia e serviço de proteção ao turista.
2	Acesso	Acesso aéreo, acesso rodoviário, acesso aquaviário, acesso ferroviário, sistema de transporte no destino e proximidade de grandes centros emissores de turistas.
3	Serviços e Equipamentos	Sinalização turística, centro de atendimento ao turista, espaço para eventos, capacidade dos meios de hospedagem, capacidade do turismo receptivo, estrutura de qualificação para o turismo e capacidade dos restaurantes.
4	Atrativos Turísticos	As variáveis, atrativos naturais, atrativos culturais, eventos programados e realizações técnicas, científicas e artísticas.
5	Marketing e Promoção do Destino	Planejamento de marketing, participação em feiras e eventos, promoção do destino e página do destino na internet (website).
6	Políticas Públicas	Estrutura municipal para apoio ao turismo, grau de cooperação com o governo estadual, grau de cooperação com o governo federal, planejamento para a cidade e para a atividade turística e grau de cooperação público-privada.
7	Cooperação Regional	Em Cooperação regional, governança, projetos de cooperação regional, planejamento turístico regional, roteirização e promoção e apoio à comercialização.
8	Monitoramento	Pesquisas de demanda, pesquisas de oferta, sistema de estatísticas do turismo, medição dos impactos da atividade turística e setor específico de estudos e pesquisas.
9	Economia Local	Aspectos da economia local, infraestrutura de comunicação, infraestrutura de negócios e empreendimentos e eventos alavancadores.
10	Capacidade Empresarial	Capacidade de qualificação e aproveitamento do pessoal local, presença de grupos nacionais e internacionais do setor de turismo, concorrência e barreiras de entrada e presença de empresas de grande porte, filiais ou subsidiárias.
11	Aspectos Sociais	Acesso à educação, empregos gerados pelo turismo, política de enfrentamento e prevenção à exploração sexual infanto-juvenil, uso de atrativos e equipamentos turísticos pela população, cidadania, sensibilização e participação na atividade turística.
12	Aspectos Ambientais	As variáveis estrutura e legislação municipal de meio ambiente, atividades em curso potencialmente poluidoras, rede pública de distribuição de água, rede pública de coleta e tratamento de esgoto, coleta e destinação pública de resíduos e Unidades de Conservação no território municipal.
13	Aspectos Culturais	Produção cultural associada ao turismo, patrimônio histórico e cultural e estrutura municipal de apoio à cultura.

Fonte: Elaborado pelo autor com base em MTUR, 2015.

Como parte da metodologia de análise, os técnicos e pesquisadores passam 05 dias em cada um dos destinos em audiências com órgãos públicos e privados ligados ao turismo, além de visitas aos atrativos e ainda consulta a dados secundários como documentos de órgãos públicos, aeroportos, portos, entre outros.

Cada dimensão é analisada e à ela instituída uma nota de acordo com a atratividade do local. Este calculo baseia-se em 05 níveis numa escala de 0 a 100 pontos<sup>10</sup> proposta pelo Ministério do Turismo, conforme ilustrada na figura 05.

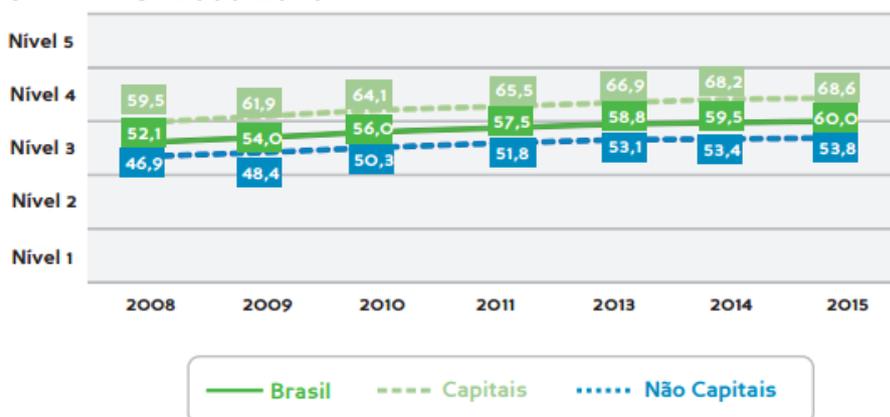
**FIGURA 5 - NÍVEIS DO ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE.**



Fonte: MTUR, 2015.

Desde a sua primeira edição em 2008, este relatório é elaborado anualmente e traz os principais resultados com base nas 13 dimensões de análise, consolidados do turismo nacional, capitais e não capitais. Em sua quinta edição<sup>11</sup>, relatório 2015, pode ser comparada a evolução dos municípios entre os anos de 2008 a 2015, esta evolução é destacada na figura 06 a seguir:

**FIGURA 6 - ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE BRASIL, CAPITAIS E NÃO CAPITAIS: 2008-2015**



Fonte: MTUR, 2015.

<sup>10</sup> Para saber mais sobre o calculo para medir a competitividade dos destinos, consultar o Relatório 2015 – Índice de Competitividade do Turismo Nacional – Destinos Indutores do desenvolvimento do turismo regional / Calculo do índice.

<sup>11</sup> No ano de 2012 o estudo não foi realizado, não havendo dados publicados neste ano.

Desta forma, o Índice de Competitividade do Turismo Nacional se torna uma ferramenta importante que possibilitará a análise dos destinos e ainda poderá ser decisiva para a formulação, integração ou reconfiguração dos recursos dos destinos indutores analisados, porém é fundamental ainda que neste processo haja a cooperação entre gestores públicos e privados do setor atuando juntos a fim de melhorar as dimensões nas quais o mesmo apresenta certa defasagem (MTUR , 2015).

## **6.2 Projeto Economia da Experiência**

A cada dia novos produtos e novas formas de aproveitar uma viagem surgem no mercado e o modo como estes produtos turísticos serão entregues ao consumidor, as experiências e a vivência dos visitantes, tem sido adaptadas às necessidades da demanda.

Os responsáveis pelo planejamento dos produtos e destinos turísticos estão buscando alternativas para a expansão do turismo de forma integrada, visando conciliar a valorização das potencialidades e riquezas naturais, culturais, históricas, gastronômicas, entre outros.

Na literatura o tema economia da experiência é potencializado no ano de 1999 através de estudos do dinamarquês Rolf Jensen e dos americanos James Gilmore e Joseph Pine ambos na área de negócios dando mais notoriedade ao assunto sendo este mais aprofundado por inúmeros autores adaptados para diferentes aéreas, entre elas o turismo.

De acordo com Valduga, Gândara e Paixão (2012, p.7) “ao se tratar de produtos e serviços turísticos, inovação, elemento surpresa e desafios são elementos centrais. Levando em conta que uma boa experiência resulta da capacidade do destino para manter elevados níveis de desafios, a inovação e o fator surpresa são condição necessária para uma boa experiência”.

Cada vez mais turistas estão procurando roteiros, destinos e produtos peculiares, com valores únicos onde a atratividade é intrínseca e diferenciada, que seja capaz de cativar, superar expectativas e tornar um simples passeio em algo único e encantador. Em grande parte dos destinos turísticos ao redor do mundo, o turismo é explorado de forma estritamente comercial e convencional, não havendo a

adequação dos atrativos à necessidade e de forma a atender a expectativa dos visitantes.

A necessidade de novas experiências é evidenciada pelo Ministério do Turismo (2010, p. 11) ao destacar que:

[...] na medida em que os consumidores se tornaram mais conscientes e mais desejosos de relações profundas com serviços e produtos, o turismo passou a desenvolver suas ofertas a partir da ideia de personalização, ou “sensação de exclusividade”. Em outras palavras, o turismo deixou de ser uma atividade de interesses gerais, e passou a ser algo de interesse especial: ou seja, um produto concreto, humano e verdadeiro; enfim, uma atividade orientada para realização dos sonhos.

De acordo com o Instituto Marca Brasil, não basta apenas alcançar a satisfação dos visitantes, “É preciso marcar suas almas com experiências inesquecíveis, isto é, com produtos e serviços que, de alguma forma, alterem suas vidas, e permaneçam eternamente em suas memórias como sementes de inspiração” (IMB, 2010 p.7).

Os serviços turísticos são muitas vezes oferecidos por profissionais desqualificados ou apenas com foco comercial, podendo assim deixar a atividade vulnerável à precariedade na prestação destes serviços e ainda a “robotização” dos prestadores de serviços que devido a carência de capacitação no atendimento acabam oferecendo o mesmo serviço da mesma maneira, inúmeras vezes por dia, por longo período de tempo, de forma exaustiva, conseqüentemente proporciona a insatisfação dos visitantes (MTUR, 2010; OMT, 1997; IMB, 2009).

A experiência turística se torna única ao proporcionar aos visitantes o contato com a realidade e valores do local visitado. Nesse sentido, o mesmo destino pode ser divulgado e comercializado de maneira diferenciada a cada novo dia, para cada novo cliente.

Seguindo a tendência mundial, o Projeto Economia da Experiência foi desenvolvido no Brasil através de uma parceria entre o Ministério do Turismo e o SEBRAE, contando com a gestão do Instituto Marca Brasil. Entre os meses de maio de 2006 a fevereiro de 2007 o projeto foi desenvolvido na região da Uva e Vinho no Rio Grande do Sul, contando com a participação de 72 empreendimentos turísticos de pequeno e médio porte pertencentes a 08 municípios daquela região turística.

Para Valduga, Dartora e Babinski (2007, p.10) “promover maior interação dos empreendimentos e empreendedores com os visitantes buscando na história familiar, na tradição, nos aspectos culturais, educacionais e espaciais, o apelo emocional a ser trabalhado. Este foi o grande desafio. Hotéis, vinícolas, restaurantes, museus e demais atrativos da região compreenderam a diversificada gama de estabelecimentos ansiosos por novas idealizações e práticas”

De acordo com o Mtur, durante o projeto piloto foram envolvidos 382 empregos diretos, 60 empreendimentos de diferentes setores, como meio de hospedagem, restaurantes, atrativos e 12 agências receptivas. Obteve-se o engajamento de 60% dos funcionários, mas percebeu-se certa dificuldade no envolvimento dos mesmos em grandes empresas e empresas terceirizadas, devido a grande rotatividade, segundo dados do Sindicato de Hotéis, Bares, Restaurante e Similares da Região da Uva e Vinho (MTUR, 2010 p. 17).

Para Valduga *et al* (2014, p.207), a proposta do projeto para a região foi de que

[...] ela deixasse de oferecer somente produtos, passando a lidar com sensações, emoções, heranças culturais e opções pessoais, ou seja, transformar a região Uva e Vinho em um cenário de encantamento através de surpresas e emoções memoráveis.

Neste projeto os empresários foram capacitados e orientados a repensaram seus produtos com a visão lúdica da cultura, colonização, sua trajetória e história étnica, pois muitos são descendentes de italianos, aliada a história local durante a colonização e o início das atividades na região, com o objetivo de apresentar ao visitante um mesmo produto que já vinha sendo comercializado, porém de forma diferente, com valor agregado através do processo de encantamento.

Foi dentro desta perspectiva que este projeto foi posteriormente replicado em diferentes regiões do Brasil. O Ministério do Turismo define este programa como:

[...] o conceito de Economia da Experiência prioriza, sobretudo, o desenvolvimento do aspecto emocional como fator diferencial para as ofertas. Nesse sentido, o setor turístico – associado à cultura, ao entretenimento e à natureza – encontra um enorme universo de possibilidades. Afinal, a atividade turística, por sua própria natureza, é um produto-experiência, de modo que se configura no campo mais fértil para a germinação das nossas sementes de inovação (BRASIL 2010, p.10).

Segundo o Ministério do Turismo, “o turismo, que possui a cultura como a base de sua atividade econômica, poderá então despontar nesse novo cenário como

o mais rentável de todos os setores, pois as pessoas buscarão cada vez mais experiências únicas e originais em todas as regiões do planeta” (MTUR, SEBRAE 2010, p.11).

A base principal do programa é ir além da satisfação do visitante, os produtos turísticos precisam proporcionar experiências inesquecíveis, por meio da oferta de produtos e serviços que marquem a memória dos visitantes, assinalando a sua alma e sua experiência de forma positiva (MTUR, SEBRAE, 2010).

A estrutura de desenvolvimento deste programa visa o apoio e colaboração de todas as esferas de governo. No âmbito municipal, o programa pode ser idealizado por órgãos de turismo, sindicatos, associações, cadeia produtiva ou qualquer outra entidade que tenha interesse na melhoria do turismo local.

Já na esfera Estadual e Federal, o projeto pode servir de base para implementar políticas públicas voltadas ao desenvolvimento e/ou profissionalização do setor em áreas definidas como prioritárias para investimento de recursos públicos (MTUR, 2010).

Em seu desenvolvimento, o MTUR, SEBRAE (2010, p.20) destacam que:

Estrategicamente, o projeto é implantado com um número restrito de empresas, visando a facilitar a apropriação do conceito e da metodologia. Uma vez atingidos os objetivos propostos, é possível a sua ampliação, agregando um número maior de empresas à rede cooperativa de trabalho, disseminando o conceito, aprimorando a experiência vivencial do turista e aumentando os diferenciais do destino. O projeto disponibiliza as orientações técnicas por meio das consultorias, dos encontros para troca de experiências e condução das ações, e pelos registros e documentos publicados. Uma das principais características do projeto, portanto, é o trabalho em parceria e de forma cooperada.

Embora tenha sido um Projeto piloto que conseguiu mobilizar os agentes de desenvolvimento do turismo daquele destino, o Projeto não prevê indicadores em sua concepção, o que dificulta a avaliação dos resultados obtidos, dificultando a mensuração dos resultados em números, ou seja seu impacto na economia local.

### **6.3 Programa *Pueblos Mágicos***

Criado no ano de 2000 o Programa *Pueblos Mágicos* teve como propósito a promoção do turismo cultural de forma que propagasse a cultura local abordando além das expressões culturais, a gastronomia, religião, arquitetura, costumes e

tradições, tendo como desdobramento o desenvolvimento regional e a valorização cultural de pequenas localidades. Para SECTUR (2015)

Um *Pueblo Mágico* é uma localidade que tem atributos simbólicos, lendas, história, feitos transcendentais, cotidianidade, enfim, magia que emanam em cada uma das suas manifestações socioculturais e que significam hoje em dia uma grande oportunidade para o aproveitamento turístico. O programa *Pueblos Mágicos* contribui para a valorização da população do país que sempre estiveram no imaginário coletivo da nação em seu conjunto e que representam alternativas novas e diferentes para os visitantes nacionais e estrangeiros.

Para Valdez *et al* (2009, p.81) entre os objetivos principais do Programa estavam a estruturação de uma oferta turística complementar e diversificada no interior do país, criando produtos turísticos aproveitando as expressões da cultura local, permitindo que as localidades se beneficiem da atividade turística como opção de trabalho e forma de vida.

A adesão das primeiras cidades ao Programa ocorreu em 2001, aos poucos outras cidades acabaram aderindo também e até o ano de 2012, o número de cidades presentes no programa totalizava 83, divididas em cinco regiões: Norte, Pacífico, Centro, Golfo e Sul. No ano de 2015 este número passa para 111 localidades (SECTUR, 2015).

Para que uma cidade passe a ser um *Pueblo Mágico*, esta deverá solicitar ao comitê *Pueblos Mágicos* a sua inserção. O referido comitê visitará o destino para conferir se há potencialidades capazes de torná-lo um *Pueblo Mágico*. Caso esta possibilidade se confirme, será formado na localidade, um comitê *Pueblo Mágico*, que estabelecerá um calendário com a periodicidade de reuniões que deverão ocorrer (no mínimo três ao ano). Os municípios integrantes ao programa deverão também ter o seu planejamento de desenvolvimento turístico e conservação dos bens históricos. E ainda, o compromisso das autoridades municipais e estaduais de apresentar uma solicitação formal para a incorporação ao programa comprometendo-se a dar suporte financeiro por três anos e deixando a estrutura organizacional a disposição para executar os projetos previstos no programa.

Quanto ao acesso dos turistas, as cidades integrantes ao programa deverão estar localizadas a uma distância de no máximo 200 km ou à 2h por via terrestre de um destino consolidado, desde que este percurso esteja em boas condições, garantindo a segurança dos usuários e visitantes (SECTUR, 2012).

A comunidade deverá ter capacidade de comercialização turística atendendo aos requisitos exigidos pela Secretaria de Turismo no México. A sua adequação a tais exigências deverá ser comprovada através de relatórios técnicos.

Um comitê formado pelos agentes locais deverá participar de treinamentos sobre o programa a fim de obter o conhecimento necessário e, com isso evitar que haja distorções nos objetivos do programa durante seu desenvolvimento na localidade solicitante.

Permanecer no programa é uma tarefa tão difícil quanto à adesão. De acordo com o Guia de Incorporação e Permanência desenvolvido pela Sectur do México, “implica em um esforço permanente para alcançar padrões que assegurem a cada participante uma posição dentro do conceito de localidade que foi nomeada *Pueblo Mágico*” (SECTUR, 2012)

Entre os compromissos que as localidades deverão cumprir estão: Manter o Comitê ativo seguindo os acordos; Cumprir os planos e programas, inovação e fortalecimento das opções de atrativos turísticos; Funcionamento e adequação dos serviços de saúde e segurança, contar com sistema de informações estatísticas e, anualmente apresentar um relatório detalhado das atividades desenvolvidas.

O Programa *Pueblos Mágicos* é coordenado pela Secretaria de turismo do México a qual promove, incentiva os investimentos e coordena as ações estaduais e municipais.

Anualmente os municípios inseridos no Programa devem renovar a sua permanência. Esta renovação é feita após a análise da localidade, pela comissão *Pueblos Mágicos* com a finalidade de verificar se houve o cumprimento dos indicadores de evolução de desempenho e os critérios propostos no momento da adesão.

Este sistema de avaliação dos destinos inseridos no Programa *Pueblos Mágicos* foi criado no ano de 2008, tem como objetivo geral.

Criar um sistema de avaliação e monitoramento que gere informação oportuna e confiável para tomar decisões, com o fim de melhorar o planejamento, programação, orçamentos e exercício dos recursos destinados ao programa “*Pueblos Mágicos*” e para que cada localidade beneficiada conte com uma estratégia competitiva que eleve a rentabilidade dos investimentos públicos e privados destinados ao fomento do turismo. (SECTUR, 2008 p.6).

As Dimensões que possibilitam a avaliação dos municípios foram desenvolvidas pela Subsecretaria de planejamento turístico através da sua unidade técnica de avaliação tendo como fundamentação o Plano Nacional de Desenvolvimento do México - PND e ainda o Programa Setorial de Turismo 2007-2012 utilizando uma matriz unindo alguns segmentos prioritários como 1) Institucional e Governo; 2) Patrimônio e Sustentabilidade; 3) Econômico e Social; 4) Turismo. Estes eixos podem ser ilustrados na figura 07.

**FIGURA 7 - EIXOS PROGRAMÁTICOS – INDICADORES PROGRAMA PUEBLOS MÁGICOS**



Fonte: SECTUR, 2008.

Através destes eixos estratégicos e das dimensões derivadas, a avaliação do programa se torna uma ferramenta capaz de identificar e avaliar a relação entre a implementação do programa *Pueblos Mágicos* e seu resultado nas localidades participantes (SECTUR, 2008).

Tendo como diretrizes os eixos programáticos destacados acima, criou-se o sistema de avaliação, totalizando 11 dimensões destacadas no quadro 12 a seguir.

**QUADRO 12 - DIMENSÕES DE AVALIAÇÃO PROGRAMA PUEBLOS MÁGICOS**

Dimensões		Descrição do que foi analisado
1	Envolvimento com a Sociedade	Verificar a existência de unidades administrativas responsáveis em aplicar e dar seguimento ao programa Pueblos Mágicos. Identifica a existência e operação do Comitê turístico <i>Pueblos Mágicos</i> nas localidades.
2	Segurança do Destino	Medir o grau de profissionalização das equipes de segurança e seus equipamentos
3	Fomento de novas empresas	Identificar programas destinados ao apoio de empresas locais.
4	Desenvolvimento Cultural e Histórico	Conhecer a quantidade e qualidade dos espaços culturais como museus, espaços gastronômicos e artesanais no <i>Pueblos Mágicos</i> .

5	Planejamento do Desenvolvimento turístico	Conhecer os planos e programas de desenvolvimento turístico.
6	Integridade e Autenticidade do patrimônio	Estabelecer o grau de integridade e autenticidade do patrimônio, determinar o grau de manutenção do patrimônio histórico, participação de associações civis locais na sua conservação.
7	Sustentabilidade	Conhecer o grau de implantação de políticas e instrumentos próprios da Agenda 21 local, normas ambientais e premiações nacionais e /ou internacionais.
8	Investimento Público gerado a partir do programa	Conhecer o grau de investimento público em atividades relacionadas ao turismo, não relacionados com a realocação de recursos.
9	Impacto econômico do desenvolvimento do turismo	Conhecer o grau de investimento privado que afeta turismo. Conhecer o nível de empregos gerados pelo turismo em relação à população em outros setores produtivos da localidade. Avaliar o uso dos recursos locais para gerar outros produtos turísticos.
10	Oferta de atrativos turísticos	Identificar os atrativos turísticos simbólicos e diferenciados que garantam sua comercialização assim como os servidões de assistência e segurança.
11	Promoção turística	Avaliar o nível de promoção e divulgação do destino turístico. Avaliar a existência de portal de internet “ <i>Pueblos Mágicos</i> ” e número de visitantes

Fonte: Elaborado pelo autor com base em SECTUR, 2008.

A aplicação de tais dimensões no processo de avaliação do programa pode mensurar o grau do cumprimento dos propósitos estabelecidos nas suas diretrizes, manifestando as necessidades e dificuldades encontradas em cada um dos *Pueblos Mágicos*, contribuindo para alcançar os objetivos do PND, Programa Setorial de Turismo e ainda os impactos das ações nas localidades receptoras (SECTUR, 2008).

## 7 SISTEMA DE INDICADORES

A Organização de Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE), define os indicadores do seguinte modo: “(...) uma ferramenta de avaliação entre outras; para captar-se todo o seu sentido, devem ser interpretados de maneira científica e política. Devem, com a devida frequência, ser completados com outras informações qualitativas e científicas, sobretudo para explicar fatores que se encontram na origem de uma modificação do valor de um indicador que serve de base a uma avaliação” (OCDE, 2002, p. 204).

Inicialmente os indicadores eram utilizados com propósitos muito específicos: a medição econômica era o principal motivo, porém sem a capacidade de sintetizar grandes quantidades de informação. Como não eram suficientes para sintetizar o quadro global da sociedade, foram introduzidos os indicadores sociais, que vieram tornar mais abrangentes não só os domínios de estudo e aplicação dos indicadores, como também as suas relações (IGP, 2006).

O desenvolvimento dos indicadores sociais teve sua consolidação principalmente a partir dos anos 60, direcionando às atividades de planejamento do setor público, pois havia a necessidade em avaliar as desigualdades sociais e os níveis de pobreza de muitos países, e os indicadores econômicos, como PIB per capita, por exemplo eram incapazes de medir as condições de bem estar social.

Assim a década de 1960 foi um marco na evolução e utilização dos indicadores sociais, os sistemas nacionais de produção e disseminação das estatísticas oficiais passaram a integrar novas dimensões de avaliação das condições de bem estar social, capazes de orientarem as políticas sociais e contribuir para as políticas de redistribuição social. (ROCHA, 2008).

A utilização de sistemas de indicadores é também muito comum no meio empresarial, onde as empresas utilizam esta ferramenta para realizar o balanço, análise e avaliação de seus produtos, rendimento, faturamento entre outros.

Em uma organização, por exemplo, há quatro maneiras de se classificar indicadores conforme apresentado na figura 08.

**FIGURA 8 - CLASSIFICAÇÃO DOS INDICADORES ORGANIZACIONAIS**



Fonte: Portal da Administração, 2017.

Neste contexto, os indicadores estratégicos determinarão o “quanto” a organização se encontra na consecução da sua visão. Os indicadores de qualidade medem como os serviços são prestados ao usuário (clientes) medindo a sua satisfação. Os indicadores de capacidade, verificam o atendimento das necessidades e expectativas dos clientes assim como a excelência de um produto. Já os indicadores de produtividade medirão a proporção dos recursos consumidos com relação às saídas dos processos, ou seja, a eficiência organizacional de uma empresa (PORTAL DA ADMINISTRAÇÃO, 2017).

Os programas de políticas públicas independente da área onde se desenvolvam necessitam de acompanhamento, avaliação, monitoramento das metas e diretrizes para não comprometer sua efetividade, assim utiliza-se os indicadores como ferramenta capaz de avaliar os resultados.

Na administração pública, os indicadores são utilizados também para acompanhamento de programas como, por exemplo, Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), Índice de Progresso Genuíno (IPG), Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB), entre outras áreas para que se possa mensurar a efetividade dos programas existentes, traçar novas estratégias de desenvolvimento e também propor novas ações e novos programas a partir da análise dos indicadores.

De acordo com Rocha (2008) a utilização de indicadores converteu-se num instrumento importante ao nível científico, técnico e também político, como suporte à formulação e implementação de políticas públicas.

De acordo com Todesco (2008) os indicadores tornaram-se cruciais quando a estatística passou a ser vista como uma ciência. Quanto mais dados coletados e disponibilizados, mais clara seria a necessidade de indicadores para o melhor entendimento e monitorização de sistemas complexos. Os indicadores representam um compromisso entre a exatidão científica (formulação matemática) e a necessidade de informação concisa (simplificação e síntese).

De acordo com Quiroga (2001), um indicador não é apenas uma estatística, ele representa uma variável que assume um valor em um tempo específico. Por sua vez, uma variável é uma representação de um atributo em um determinado sistema, incluindo qualidade, característica e propriedade.

Quiroga (2001) afirma que há várias definições sobre o que é um indicador, ele pode ser quantitativo e qualitativo, não sendo restrito a apenas uma dessas esferas.

Para Guimarães e Feichas (2009, p.309) o objetivo de um indicador é apontar a existência de riscos, potencialidades e tendências no desenvolvimento de um determinado território para que, em conjunto com a comunidade, decisões possam ser tomadas de forma mais racional [...] são ferramentas cruciais no processo de identificação de problemas, reconhecimento dos mesmos, formulação de políticas, sua implementação e avaliação.

O Instituto Geográfico Português (2006) afirma que os indicadores constituem um instrumento de planejamento, principalmente no que se refere a políticas e à definição de objetivos. Prevendo determinadas ações, podendo ser estabelecida a utilização de indicadores como medida da concretização daquelas ações.

De acordo com Rocha (2008) a seleção dos indicadores pode variar de acordo com os objetivos que se pretende atingir, porém há critérios relativamente consensuais que devem ser levados em conta na elaboração de indicadores que são observados no quadro 13.

#### **QUADRO 13 - ELABORAÇÃO DE INDICADORES**

<b>Critério</b>	<b>Definição</b>
Validade	A extensão do conceito que um indicador pretende refletir
Relevância	Relacionamento lógico entre o indicador e a avaliação
Consistência	A capacidade descritiva do que está sendo avaliado
Prioridade	Reflete as prioridades e a distribuição dos recursos. A capacidade de refletir as construções lançadas pelos estudos e a suposição dos relacionamentos antes das análises.
Robustez	A fiabilidade, a disponibilidade e a estabilidade dos dados cronologicamente ordenados. A possibilidade de comparação dentro e fora do país.
Maleabilidade	Os dados estão disponíveis e a equipe de pesquisa tem a capacidade de analisar e relatar os dados. Os departamentos, em conformidade de critérios e o regime dos indicadores, podem a todo momento proceder a uma avaliação correta e relato das performances. A capacidade de executar os resultados das pesquisas

Fonte: Elaborado pelo autor, com base em Rocha, 2008.

A construção de um sistema de indicadores, deve considerar ainda as suas subdivisões como: aos aspectos ambientais, econômicos, de saúde e sociais. Os indicadores podem também ser selecionados em diferentes níveis hierárquicos de percepção (VAN BELLEN, 2005; GALLOPIN, 1996).

Ainda de acordo com os autores, os requisitos universais para construção de um sistema de indicadores de avaliação são:

- Os valores dos indicadores devem ser mensuráveis (ou observáveis);
- Existir disponibilidades dos dados;
- A metodologia para a coleta e o processamento dos dados, bem como para a construção dos indicadores, deve ser limpa, transparente e padronizada;
- Os meios para construir e monitorar os indicadores devem estar disponíveis, incluindo capacidade financeira, humana e técnica;
- Os indicadores ou grupo de indicadores devem ser financeiramente viáveis;
- Deve existir aceitação política dos indicadores no nível adequado; indicadores não legitimados pelos tomadores de decisão são incapazes de influenciar decisões.

No que tange o turismo, nas últimas décadas programas de políticas públicas voltadas ao desenvolvimento do turismo tem sido desenvolvidos, seja para medir a competitividade, seja no campo da experiência turística ou mesmo em programas de regionalização do turismo, a exemplo dos programas objeto deste estudo.

Para o acompanhamento, monitoramento e avaliação destes programas, se faz necessária a utilização de ferramentas que possibilitem tal levantamento de dados, e desta forma os sistemas de indicadores estão cada vez mais presentes nas análises de programas e também para a gestão de destinos turísticos.

O Ministério do Turismo lançou em 2008 o Índice de Competitividade do Turismo Nacional como uma ferramenta capaz de monitorar e avaliar a competitividade dos 65 destinos indutores do turismo nacional composto por 13 dimensões de análise (MTUR, 2008).

O México também adotou um sistema de monitoramento e avaliação do Programa *Pueblos Mágicos* no ano de 2010, composto por 11 dimensões tendo como propósito a avaliação e monitoramento das cidades que aderiram ao Programa e também se estas cidades estariam atendendo aos requisitos básicos necessários para a permanência no Programa (SECTUR, 2012).

A adoção de estratégia como as realizadas pelos Brasil e México é fundamental para o acompanhamento de políticas desenvolvidas com objetivos em longo prazo. Partidário (2000) coaduna com esta afirmação, e destaca que no mundo político, os indicadores surgem como um instrumento de monitorização e avaliação dos objetivos a serem alcançados e podem posteriormente servir como medidores e acompanhamento da execução das políticas, neste caso, os indicadores podem também tornar os objetivos mais específicos das políticas.

Ao relacionar os sistemas de indicadores com os destinos turísticos, é necessário que seus gestores tanto públicos como da iniciativa privada, compreendam de fato o que são os indicadores, como são formados e a sua importância em um processo de planejamento e desenvolvimento de um destino.

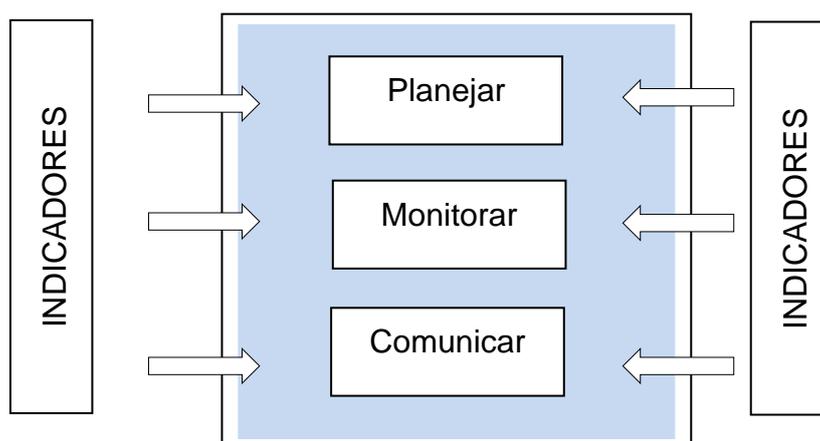
Por sua característica de intangibilidade, os serviços de turismo dificultam a construção de dados estatísticos. Diferentemente dos demais setores econômicos, o produto turístico não é definido apenas sob a ótica da sua produção, mas sim pelo envolvimento e opinião dos seus consumidores (demanda).

De acordo com Sancho Pérez e Mesanat (2006) a validade dos indicadores está condicionada a correta utilização dos mesmos, necessitando a compreensão do que se deseja avaliar, selecionar a informação relevante, com um critério objetivo para fornecer um certo número de medidas úteis e significativas para os responsáveis pela tomada de decisão e avaliação da posição competitiva do destino.

Para Guimarães e Feichas (2009), um indicador poderá mensurar diferentes dimensões de forma a apreender a complexidade dos fenômenos sociais; possibilitar a participação da sociedade no processo de definição do desenvolvimento; comunicar tendências, subsidiando o processo de tomada de decisões; e relacionar variáveis, já que a realidade não é linear nem unidimensional.

De acordo com o IGP (2006) entre os principais objetivos dos indicadores em um sistema estão: o Planejamento, monitoramento e a comunicação conforme destacado na figura 09.

**FIGURA 9 - OBJETIVOS DOS INDICADORES**



Fonte: IGP, 2008.

Todesco (2008) afirma que a escolha de indicadores não deve visar unicamente a produção de informação. Como esta informação tem muitas vezes como alvo a integração de decisões e políticas, ela deve ser divulgada. Mas, para que a comunicação seja eficaz, a informação deve ser progressivamente simplificada, para que os indicadores sejam utilizáveis e perceptíveis segundo as necessidades de todos aqueles que no futuro, venham a utilizá-los (investigadores, decisores, e público).

Tendo como base de análise as dimensões e variáveis derivadas dos programas de políticas públicas desenvolvidos no Brasil e México já nominados, buscou-se assim, a análise das percepções comparando os gestores públicos com os agentes da iniciativa privada quanto a importância dos indicadores de políticas públicas de turismo nos destinos analisados.

De acordo com os dados analisados nos programas do Brasil e México, percebe-se que os indicadores apresentados, se tratam de indicadores subjetivos, pois em muitos casos, os dados são tratados de acordo com a percepção dos entrevistados o que não é suficiente para análise já que não possibilita o gerenciamento e comparação das informações como é feito com indicadores objetivos, que utilizam dados numéricos e estatísticos para mensurar os resultados.

Desta forma, pode-se afirmar que tais programas apresentam as dimensões analisadas e não os indicadores, pois os indicadores não aparecem de forma clara, descrevendo como são realizados os cálculos, amostra, número de entrevistados etc.

De acordo com Veenhoven (2002) indicadores subjetivos são necessários para a elaboração de um conjunto de metas políticas, baseado no que os indivíduos necessitam e querem e nas avaliações que elas fazem do êxito obtido pela execução dessas metas. Mas para monitoramento de ações faz-se necessário a utilização de indicadores objetivos capazes de apontar situações e dados passados, atuais e uma projeção futura.

O quadro 14 traz as dimensões de avaliação do programa *Pueblos Mágicos* e as dimensões utilizadas na avaliação do Índice de Competitividade do Turismo Nacional de forma comparativa.

**QUADRO 14 - COMPARATIVO DAS DIMENSÕES DAS POLÍTICAS DE TURISMO – BRASIL E MÉXICO**

Políticas de desenvolvimento do turismo			
BRASIL		MÉXICO	
COMPETITIVIDADE DE DESTINOS TURÍSTICOS		PUEBLOS MAGICOS	
	Dimensões	N	Dimensões
1	Infraestrutura Geral	1	Envolvimento com a sociedade
2	Acesso	2	Segurança do Destino
3	Serviços e equipamentos turísticos	3	Fomento de Novas Empresas
4	Atrativos turísticos	4	Desenvolvimento Cultural e Histórico
5	Marketing e promoção do destino	5	Planejamento do Desenvolvimento Turístico
6	Políticas Públicas	6	Integridade e autenticidade do patrimônio
7	Cooperação regional	7	Sustentabilidade
8	Monitoramento	8	Investimento público gerado a partir do programa
9	Economia Local	9	Impacto econômico do desenvolvimento do turismo
10	Capacidade Empresarial	10	Oferta de Atrativos turísticos
11	Aspectos Sociais	11	Promoção turística
12	Aspectos Ambientais		
13	Aspectos Culturais		

Fonte: Elaborado pelo autor, baseado em Brasil (2015) e Sector (2008).

Com base nas dimensões apresentadas no quadro acima, constata-se que estes possuem similaridade na maioria das variáveis, podendo ser unificados. Os itens “Infraestrutura Geral”; “Acesso”; e “Políticas Públicas” do programa brasileiro podem ser relacionados com a dimensão de “Investimento Público gerado a partir do Programa” mexicano.

Assim como a dimensão de “Envolvimento com a Sociedade” dos *Pueblos Mágicos* pode ser relacionada com “Serviços e Equipamentos Turísticos”; “Capacidade Empresarial”; e “Aspectos Sociais” do programa do Brasil. Seguindo ainda esta linha de comparação, a dimensão brasileira “Atrativos Turísticos” apresenta relação com “Oferta de Atrativos Turísticos” mexicana. Da mesma forma, o “Impacto Econômico do Desenvolvimento do Turismo” presente como dimensão

mexicana pode ser relacionada com a “Cooperação Regional” e ainda com “Economia Local” do programa brasileiro.

Por fim, as dimensões de “Integridade e Autenticidade do Patrimônio” e “Sustentabilidade” do programa Pueblos Mágicos podem ser relacionados com os “Aspectos Culturais” e “Aspectos Ambientais” do programa de avaliação da competitividade do turismo brasileiro. Nota-se que a dimensão “Monitoramento” presente no programa do Brasil não encontrou similaridade com dimensões apresentadas pelo programa mexicano, porém é muito importante para o acompanhamento de programas como os expostos neste estudo, não devendo ser excluída.

## **8 AS CIDADES ANALISADAS**

Conforme já exposto neste estudo, serão analisados dados comparativos de cidades do Brasil e do México. No Brasil serão analisadas as cidades de Bento Gonçalves no Estado do Rio Grande do Sul e Morretes no Estado do Paraná. No México a cidade analisada será Tequila no Estado de Jalisco.

O que se pretende é traçar um panorama através da percepção dos gestores públicos e privados de destinos sobre a importância de contar com indicadores que permitam avaliar o planejamento, gestão e controle do turismo tanto nos destinos já consolidados como em um destino com atributos, oferta e grande potencial, porém, menor quanto ao fluxo de visitantes e estruturação e ainda em desenvolvimento.

As cidades aqui destacadas como objeto de análise, possuem reconhecimento de seus atrativos a nível internacional, contam com uma adequada infraestrutura turística e também similaridade através da matéria prima que compõem a sua principal oferta de produtos turísticos, o vinho no caso de Bento Gonçalves (RS-Brasil), a Cachaça em Morretes (PR-Brasil) e o Tequila bebida homônima a cidade localizada no estado de Jalisco – México.

### **8.1 Bento Gonçalves – Rio Grande do Sul – Brasil**

Fundado no dia 11 de outubro de 1890, o município de Bento Gonçalves está localizado no estado do Rio Grande do Sul, região Sul do Brasil. Possui 107.278 habitantes (IBGE, 2010) e está a aproximadamente 120 km de Porto Alegre, capital do Estado.

Na Serra Gaúcha está localizada a Região conhecida como Vale dos Vinhedos, com uma área de 81,23 km<sup>2</sup> delimitada geograficamente pelos municípios de Bento Gonçalves, Garibaldi e Monte Belo do Sul cabendo a Bento Gonçalves o maior espaço de terra dentro desta delimitação (PMBG, 2017).

O Vale dos Vinhedos foi a primeira região no Brasil a obter certificação de origem dos vinhos, que tem como objetivo proteger a qualidade e a imagem dos vinhos produzidos naquela região. O Vale conquistou a primeira Indicação de Procedência (IPVV) do Brasil no ano de 2001. Outorgada pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), a IPVV iniciou com a delimitação geográfica da região. Os vinhos aprovados podem ostentar um selo em suas garrafas, com uma numeração registrada no Inpi, garantindo sua procedência.

Com isso, a região tornou-se um dos principais destinos de enoturismo da América e o principal do Brasil recebendo 140 mil pessoas no ano de 2007 e no ano de 2011 teve um crescimento de 60% atingindo 228mil pessoas (VALDUGA, 2012).

O Vale dos Vinhedos integra oficialmente o patrimônio histórico e cultural do Estado do Rio Grande do Sul desde 29 de junho de 2012 (Projeto de Lei 44/2012).

A prática da atividade turística relacionada ao cultivo e comércio de vinho pode ser caracterizada como enoturismo, segmento que vem crescendo em países como: França, Itália, Espanha, Portugal, Austrália, Nova Zelândia, Estados Unidos, Chile, Argentina, Uruguai e Brasil (VALDUGA, 2014).

A Secretaria Municipal de Turismo de Bento Gonçalves (2015, p. 56) define o enoturismo como: “segmento da atividade turística que se fundamenta em viagens motivadas por pessoas que apreciam o aroma, o sabor e a degustação de vinhos, bem como a apreciação das tradições e tipicidade das localidades que o produzem”.

Para Hall (2004, p.3), “o enoturismo pode ser definido como visitas a vinhedos, vinícolas, festivais de vinhos e vivenciar na prática as características de uma região de uvas e vinhos”.

Bento Gonçalves é um dos principais destinos turísticos do Sul do Brasil. De acordo com Tomazzoni, Possamai e Lovatel (2010), os meses considerados de alta temporada são janeiro e julho e de baixa temporada, agosto.

A Secretaria Municipal de Turismo de Bento Gonçalves (2015, p.19) concorda com tal afirmação ao destacar que

A hotelaria e gastronomia são pontos fortes do turismo de Bento Gonçalves, oferecendo uma excelente hospitalidade e uma

gastronomia diversificada, fortemente baseada na culinária regional. O Vale dos Vinhedos já é considerado um dos principais atrativos turísticos nacionais, devido a sua inigualável paisagem, estrutura das vinícolas, hospitalidade da população e a possibilidade de vivenciar experiências únicas e inesquecíveis no enoturismo.

No clima serrano, a atividade turística aliada à produção de vinho, e móveis, estão entre as principais atividades econômicas.

Conhecida como a Capital Brasileira da Uva e Vinho e pioneira no desenvolvimento do enoturismo, a cidade Bento Gonçalves é responsável por 25% da produção nacional de vinhos e o Estado do Rio Grande do Sul responsável por 90% da produção nacional (Valduga, 2012).

Dentro da divisão das regiões turísticas adotadas pelo Governo Federal Brasileiro, a região onde Bento Gonçalves está localizada é composta por 28 municípios que também possuem ligação direta com a atividade vinícola sendo denominada de Região Uva e Vinho a partir de meados da década de 90, seguindo as políticas de turismo na esfera federal.

Ainda dentro das políticas de desenvolvimento do turismo adotadas pelo governo brasileiro, Bento Gonçalves foi escolhida para ser o município a desenvolver o projeto piloto da Economia da Experiência no ano de 2006, projeto este considerado muito importante para o desenvolvimento dos produtos da região pelo prisma da experiência turística e que tornou possível a sua implantação em diferentes cidades do país.

A experiência turística se torna única ao proporcionar aos visitantes o contato com a realidade e valores do local visitado. Nesse sentido, o mesmo destino pode ser divulgado e comercializado de maneira diferenciada a cada novo dia, para cada novo cliente.

O projeto economia da experiência foi desenvolvido na região da Uva e Vinho através de uma parceria entre o Ministério do Turismo e o SEBRAE, contando com a gestão do Instituto Marca Brasil entre os meses de maio de 2006 a fevereiro de 2007, contando com a participação de 72 empreendimentos turísticos de pequeno e médio porte pertencentes a 8 municípios daquela região turística.

Para Valduga et al (2014, p.207), a proposta do projeto para a região foi de que

[...] ela deixasse de oferecer somente produtos, passando a lidar com sensações, emoções, heranças culturais e opções pessoais, ou seja,

transformar a região Uva e Vinho em um cenário de encantamento através de surpresas e emoções memoráveis.

Neste projeto os empresários foram capacitados e orientados a repensaram seus produtos com a visão lúdica da cultura, colonização, sua trajetória e história étnica, pois muitos são descendentes de italianos, aliada a história local durante a colonização e o início das atividades na região, com o objetivo de apresentar ao visitante um mesmo produto que já vinha sendo comercializado, porém de forma diferente, com valor agregado através do processo de encantamento (IMB, 2010).

Foi dentro desta perspectiva que este projeto foi posteriormente replicado em diferentes regiões do Brasil. O Ministério do Turismo define este programa como:

[...] o conceito de Economia da Experiência prioriza, sobretudo, o desenvolvimento do aspecto emocional como fator diferencial para as ofertas. Nesse sentido, o setor turístico – associado à cultura, ao entretenimento e à natureza – encontra um enorme universo de possibilidades. Afinal, a atividade turística, por sua própria natureza, é um produto-experiência, de modo que se configura no campo mais fértil para a germinação das nossas sementes de inovação (BRASIL 2010, p.10).

Segundo o Ministério do Turismo, “o turismo, que possui a cultura como a base de sua atividade econômica, poderá então despontar nesse novo cenário como o mais rentável de todos os setores, pois as pessoas buscarão cada vez mais experiências únicas e originais em todas as regiões do planeta” (MTUR 2010, p.11).

A base principal do programa é ir além da satisfação do visitante, os produtos turísticos precisam proporcionar experiências inesquecíveis, por meio da oferta de produtos e serviços que marquem a memória dos visitantes, assinalando a sua alma e sua experiência de forma positiva (MTUR, 2010).

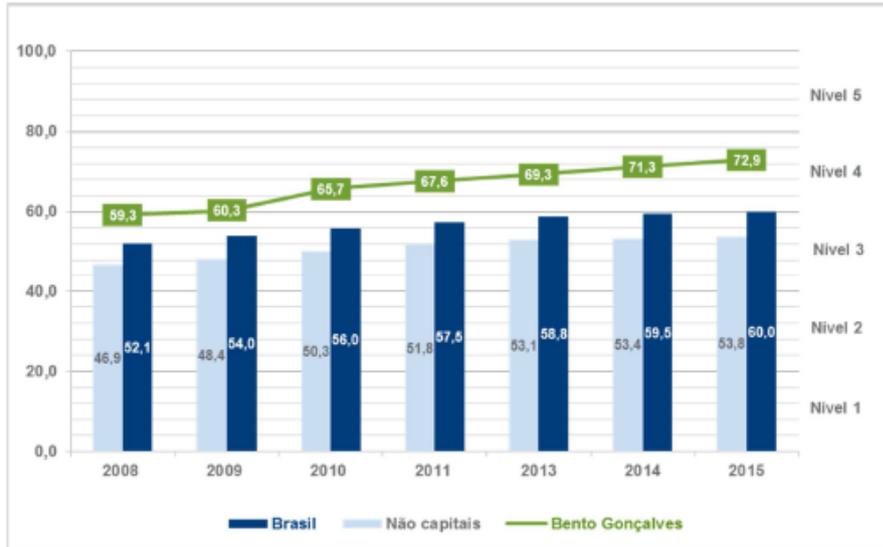
No ano de 2007, Bento Gonçalves teve destaque nacional ao ser inserido entre os 65 destinos indutores do turismo nacional e também por estar presente no Índice de Competitividade do Turismo Nacional. Com isso, a Secretaria Municipal de Turismo destaca em seu Plano Municipal de Turismo 2015-2018 que “desde então o município tem trabalhado para se tornar cada vez mais competitivo, visando alcançar características e competências de um destino a ser comercializado no mercado internacional” (PMBG<sup>12</sup>, 2015, p. 6).

---

<sup>12</sup> Prefeitura Municipal de Bento Gonçalves – Plano de Turismo 2015-2018

O índice de competitividade de Bento Gonçalves apresentou grande evolução desde o início da sua medição, ultrapassando a média Brasil e a média das não capitais, situando-se no nível 4 conforme pode ser observado na figura 10.

**FIGURA 10 - ÍNDICES GERAIS DE COMPETITIVIDADE - BRASIL X NÃO CAPITAIS: 2008 - 2015**



Fonte: FGV, MTUR, SEBRAE, 2015.

Tamanho é a notoriedade de Bento Gonçalves que o destino a cada ano atrai cada vez mais visitantes. A tabela 05 Traz a evolução no número de visitantes em Bento Gonçalves entre os anos de 2002 a 2014.

**TABELA 5 - NÚMERO DE VISITANTES DE BENTO GONÇALVES, PERÍODO 2002 A 2014**

Nº Visitantes de Bento Gonçalves - RS - Brasil			
Ano	Visitantes	Ano	Visitantes
2002	291.054	2009	582.836
2003	407.557	2010	663.434
2004	454.670	2011	517.579
2005	495.875	2012	677.890
2006	355.536	2013	990.686
2007	522.869	2014	1.013.457
2008	523.719	2015	1.2 milhões

Fonte: Elaborado pelo autor com base em PMBG, 2016.

Bento Gonçalves oferece inúmeras opções de passeios para os turistas, entre as mais conhecidas e procuradas estão as Rotas Turísticas: Vale dos Vinhedos, Caminhos de Pedra, Rota Cantinas Históricas, Rota Rural Encantos de Eulália.

Outros atrativos turísticos que se destacam na cidade, como as visitas às vinícolas entre elas a Cooperativa Vinícola Aurora, com 85 anos de tradição é a

maior cooperativa vinícola do Brasil com produção de 65mil toneladas de uvas produzidas pelas mais de 1.100 famílias associadas, sua produção é exportada para 20 países, presente também em todos os estados brasileiros.

A Prefeitura de Bento Gonçalves destaca a Cooperativa como um grande atrativo local ao destacar que:

A Cooperativa Vinícola Aurora foi a primeira vinícola de Bento Gonçalves a abrir suas portas ao público. No início dos anos 80 criou um Centro de Recepção Turística, que em 2015 recebeu em torno de 150 mil visitantes (PMBG, 2017).

Outro atrativo de destaque em Bento Gonçalves é o passeio turístico de trem (Maria Fumaça) partindo da estação de Bento Gonçalves até a cidade de Garibaldi, um percurso de aproximadamente 23 km com velocidade média de 20 a 30 km/h.

Este passeio destaca-se pelos serviços complementares que oferece aos visitantes, são servidos vinhos, espumantes, sucos de uva. No percurso de aproximadamente 2 horas de duração os passageiros são entretidos com músicas e danças italianas e gaúchas.

Diante do exposto, é notória a capacidade de Bento Gonçalves em atrair visitantes através de seus atrativos, aliando a história, cultura, gastronomia, o vinho com a experiência turística desenvolvida.

O reconhecimento da Região onde a cidade está localizada como a principal produtora de vinho do país e a inserção da cidade de Bento Gonçalves mesmo não sendo Capital como um dos 65 destinos indutores do turismo do Brasil e o principal destino indutor da Serra Gaúcha.

Desta forma, Bento Gonçalves se adequa à possibilidade de análise comparativa com outros destinos consolidados turisticamente, pois possui grande fluxo de visitantes, números relevantes de estudo desenvolvidos na região, reconhecimento nacional e internacional pela produção de vinhos.

Justifica-se assim a sua escolha para o presente estudo, devido ao fato de haver também o envolvimento dos agentes de turismo locais, como empresas, associações, entidades, conselhos que favorecem o desenvolvimento de estudos e projeções de investimentos em turismo.

## 8.2 Tequila – Jalisco – México

O nome tequila é mundialmente conhecido devido a bebida destilada homônima produzida na região, o Tequila<sup>13</sup> que é um dos maiores emblemas de representação da cultura mexicana, sua produção chega a cerca de 200 milhões de litros por ano. Tanto a cidade de Tequila quanto o Tequila (bebida) são produtos turísticos de grande relevância e reconhecimento para o estado de Jalisco.

A cidade está localizada a aproximadamente 62 km da região metropolitana de Guadalajara capital do estado de Jalisco, a região é denominada Região de Valles de Jalisco, possui 40.697 habitantes de acordo com dados da Secretaria de Desenvolvimento Social do México (2010).

Sua área total é de 1.183,8 km<sup>2</sup> dos quais apenas 8.8 km<sup>2</sup> corresponde à zona urbana e o restante integra à área rural.

O turismo se faz presente nos atrativos naturais, históricos e arquitetônicos datados do século XVII, a cultura e a gastronomia também são marcantes. Atrativos naturais como o vulcão da Tequila de onde pode ser visto o Vale da Tequila são destaques na região.

As riquezas naturais como florestas com pinheiros, carvalhos e ainda os recursos minerais como ouro e prata também compõem os atrativos turísticos da cidade (SECTUR, 2013).

A arquitetura e a cultura mexicana possuem forte ligação com o turismo, na cidade de Tequila há um Centro Histórico protegido onde é possível que os visitantes tenham contato com a arquitetura, cultura e a gastronomia local.

Desde 2003, Tequila foi incorporada ao programa *Pueblos Mágicos* e conseguiu consolidar a vocação do município como um dos destinos turísticos mais representativos em Jalisco (SECTUR 2013, p.6).

A paisagem Agavero<sup>14</sup> é outro destaque da cidade, visitas guiadas são realizadas nas plantações de agave e nas fábricas que produzem o Tequila conhecida mundialmente por ser produzida naquela região.

A Secretaria de Turismo do México destaca que

Sem dúvida, a paisagem Agave é uma das maiores atrações turísticas de impacto na cidade. A área com 86.280 hectares, entrou para a Lista do Patrimônio Mundial em 12 de julho de 2006,

<sup>13</sup> O Tequila, bebida destilada produzida na região com reconhecimento mundial, diferentemente da cidade, a bebida é pronunciada no masculino.

<sup>14</sup> Matéria prima para a fabricação do Tequila.

juntamente com outros lugares do mundo por decisão do Comité de Educação do Património Mundial das Nações Unidas, Ciência e Cultura (UNESCO) (SECTUR, 2013 p.13).

Tal reconhecimento internacional poderia significar um grande elemento de competitividade para o setor turístico, porém é indispensável que o desenvolvimento e exploração deste patrimônio integre não apenas o setor público mas também os atores de desenvolvimento do turismo local, uma vez que o território é uma construção social (SECTUR, 2013)

A participação de Tequila em programas federais e a sua inclusão nas rotas turísticas da região proporcionou o surgimento de novas oportunidades de desenvolvimento econômico para a população local, pois a atividade produtiva da região se dá através da fabricação e comercialização do Tequila.

De acordo com a SECTUR (2013, p.36) “a rota do Tequila é um dos produtos mais importantes da região, e sem dúvidas a rota turística de maior impacto a nível nacional”. Entre os objetivos da Rota está a geração de empregos e aumento da qualidade de vida da população, pois agrega produtos relacionados a diferentes segmentos como o turismo cultural, agroturismo, turismo de negócios, lazer entre outros.

Um dos principais atrativos é a visita à fábrica de Tequila La Rojeña, localizada no complexo recreativo Mundo Cuervo, umas das fábricas de tequila mais importantes da região com maior reconhecimento internacional (SECTUR, 2013).

Outro produto integrante ao complexo Mundo Cuervo é o *José Cuervo Express*, com capacidade para 395 pessoas distribuídas em 7 vagões, transportando anualmente cerca de 22.000 passageiros. Ele percorre desde a Zona Metropolitana de Guadalajara até a cidade de Tequila. O trem *José Cuervo Express* é um diferencial para a oferta turística em Tequila.

Outro passeio de trem conhecido na região é o *Tequila Express*, que iniciou suas operações em 1997 com o objetivo de resgatar e reviver o trem de passageiros no território mexicano, difundindo os 3 pilares da “mexicanidade”: Mariachi, Tequila, Charrería. Os passeios no *Tequila Express* são realizados aos finais de semana pela manhã e a tarde.

A tabela 06 traz o número de visitantes da cidade de Tequila dos últimos 05 anos, período compreendido entre os anos de 2010 a 2015.

**TABELA 6 - NÚMERO DE VISITANTES DA CIDADE DE TEQUILA**

Nº Visitantes de Tequila - Jalisco - México			
Ano	Nº Visitantes	Ano	Nº Visitantes
2010	40.385	2013	176.701
2011	44.950	2014	187.745
2012	57.328	2015	238,373

Fonte: Elaborado pelo autor com base em SECTURJAL, 2015.

Com base nas informações sobre a cidade de Tequila, percebe-se a sua importância para o desenvolvimento do turismo no México compreendendo a região onde está localizada e também por estar inserida no Programa *Pueblos Mágicos* e com isso favorecendo outros destinos no seu entorno.

### 8.3 Morretes – Paraná – Brasil

Localizada há 70 km da capital Curitiba –PR, a cidade de Morretes foi fundada no ano de 1733, é uma das principais cidades históricas da região litorânea do estado do Paraná com 15.718 habitantes (IBGE, 2010).

A maior parte dos turistas que visitam Morretes são procedentes de Curitiba, devido a proximidade do destino com a capital.

A oferta turística de Morretes é composta de atrações histórico-culturais, que abrangem um centro histórico, comércio de artesanato e restaurantes típicos e atrações ligadas ao turismo de natureza. Morretes é reconhecida pela gastronomia típica, o Barreado, prato tradicional a base de carne cozinha em panela de barro que dá origem ao nome, com acompanhamento de banana e farinha. A banana presente em abundância naquela região também dá origem à diversos pratos, doces, bebidas como cachaça de banana, adquirida por turistas como lembrança da visita realizada.

Como região turística definida pelo Ministério do Turismo, a cidade de Morretes integra a Região Turística Litoral do Paraná, porém integra-se muito com a Região Turística Rotas do Pinhão (Curitiba e Região Metropolitana) como oferta complementar do destino Curitiba.

A Paraná turismo, autarquia responsável pelo turismo no Estado do Paraná, cita a região como:

[...] Berço da colonização do Estado, no litoral se encontram cidades históricas - como Paranaguá e seu centro histórico, Mata Atlântica e muitas praias localizadas em badalados balneários, ou em ilhas como a do Mel e a do Superagüi. Suas baías são propícias para a prática do turismo náutico e a Serra do Mar esconde magníficos cenários para ecoturismo e turismo de aventura. É dessa região um dos pratos típicos do Paraná, o saboroso Barreado, que costuma ser apreciado acompanhado de banana in natura, principalmente em Morretes, grande produtor de cachaça [...] (PARANÁ, 2017).

O acesso pode ser feito pela BR-277 que liga Curitiba ao Litoral do Paraná mas também pode-se chegar à cidade através da Estrada da Graciosa, estrada histórica que se tornou também atrativo turístico da região por ter sido o principal acesso ao litoral no início da colonização do Estado do Paraná ligando Paranaguá, região portuária a Curitiba.

De acordo com a Prefeitura Municipal de Morretes (2017), a cidade teve grande importância para o desenvolvimento econômico e político do Estado do Paraná durante o Ciclo do Ouro (1665 – 1735) e também do Ciclo da Erva-Mate (1820 – 1880).

Um dos atrativos de Morretes é o Caminho do Itupava, por ele se tem acesso a outros atrativos como Pico Marumbi, Rio Nhundiaquara entre outros. De acordo com a Paraná turismo (2015 p.18), este local apresentou em 2012 o maior movimento dos últimos cinco anos, alcançando a marca de 18.573 visitantes, a mais alta desta série histórica e também faz parte da Área de Tombamento da Serra do Mar, está cadastrado como Patrimônio Arqueológico no IPHAN e encontra-se dentro de uma área de Floresta Atlântica considerada Reserva da Biosfera pela UNESCO. (PARANA, 2015 p.18).

O Parque Estadual do Pico do Marumbi é outro atrativo de destaque, com 8.745 hectares, é destinado à preservação da flora e fauna da região, ao desenvolvimento de pesquisa científica, à promoção da educação ambiental e do lazer de forma participativa e ordenada. Tombado pela UNESCO como Reserva da Biosfera e Patrimônio da Humanidade, o Parque abriga o Conjunto Marumbi, com oito picos, tendo como ponto culminante o Olimpo, também conhecido como Pico do Marumbi, com 1.539 metros de altitude (PARANA, 2015 p.18).

O número de visitantes no Pico do Marumbi pode ser observado na tabela 07.

**TABELA 7 - NÚMERO DE VISITANTES NO PICO DO MARUMBI-MORRETES 2010 – 2014**

Número de visitantes					
Pico Marumbi – Morretes					
Mês	2010	2011	2012	2013	2014
Jan	857	811	737	699	381
Fev	1245	466	681	415	360
Mar	514	226	563	490	297
Abr	1308	491	323	413	252
Mai	961	344	303	747	225
Jun	792	561	203	365	226
Jul	1437	588	644	707	446
Ago	1370	397	773	556	612
Set	564	485	724	535	275
Out	975	656	486	542	346
Nov	1548	773	668	888	410
Dez	891	440	620	2847	292
<b>Total</b>	<b>12462</b>	<b>6238</b>	<b>6725</b>	<b>9204</b>	<b>4122</b>

Fonte: Instituto Ambiental do Paraná / Paraná turismo, 2015.

O órgão oficial de turismo da cidade de Morretes não possui um estudo estatístico sobre o número de visitantes na cidade, porém tais dados são possíveis de serem obtidos através de órgãos estaduais como Instituto Ambiental do Paraná que controla o fluxo de visitantes dos Parques ou empresas privadas que operam no local como é o caso da operadora do trem turístico Serra Verde Express.

As ferrovias são consideradas fundamentais no incremento da competitividade e economia, até como um marco histórico para demonstrar o nível de desenvolvimento econômico de um país. A Estrada de Ferro Paraná (Paranaguá-Curitiba) foi o primeiro trecho ferroviário a surgir no estado do Paraná. Com o passar dos anos foram surgindo vários outros, nos estados do Paraná e de Santa Catarina, porém como ferrovias autônomas. Os primeiros estudos para a construção de uma estrada ligando o litoral paranaense a capital datam de 1875. (Paraná turístico, p.100)

A Ferrovia Curitiba Paranaguá começou a ser construída em 1880 e concluída em 1885, esta ferrovia é considerada uma obra de arte, por seu trajeto sinuoso pela Serra do Mar grande desafio para a época em que foi construída. Com 110 km de extensão que passam pela área mais preservada da Mata Atlântica, com mais de 13 túneis, 30 pontes e vários viadutos. (RODOFERROVIÁRIA, 2017).

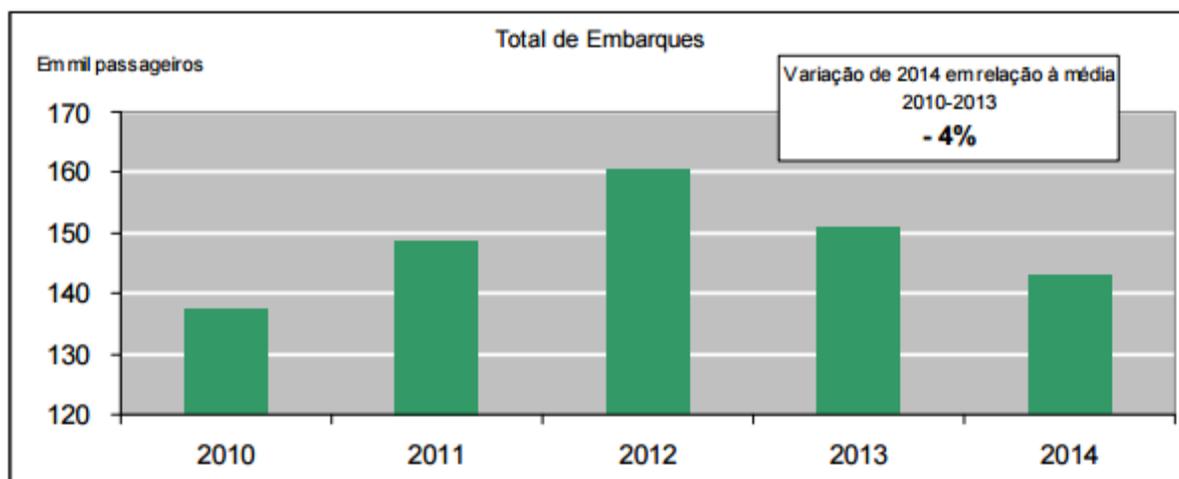
O passeio de trem entre Curitiba, Morretes e Paranaguá é operado pela Serra Verde Express, empresa com 20 anos no segmento de trens turísticos operando em diferentes estados no Brasil. Este é indiscutivelmente o maior produto de relevância da cidade, pois é reconhecido nacional e internacionalmente e comercializado para complemento da oferta turística de Curitiba, com grande divulgação aliada ao destino Paraná / Curitiba em feiras e eventos no Brasil e no Exterior.

O passeio de trem Curitiba – Morretes foi eleito pelo jornal *The Guardian* como um dos 10 passeios de trem mais espetaculares do mundo.

Com capacidade para 1.104 passageiros por passeio o trem pode chegar até 21 vagões, divididos em quatro categorias de classes. O passeio é oferecido diariamente com saídas da estação Rodoferroviária de Curitiba.

De acordo com dados da Paraná turismo (2015) o número de embarques de passageiros entre Curitiba – Morretes vem aumentando consideravelmente nos últimos anos como pode ser observado na figura 11.

**FIGURA 11 - NÚMERO DE EMBARQUE PASSEIO DE TREM DA SERRA VERDE EXPRESS 2010-2014**



Fonte: Paraná Turismo, 2015.

Com movimentação média de 148 mil embarques por ano este passeio é considerado parte integrante da oferta de Curitiba devido a singularidade do produto e a experiência proporcionada aos passageiros que após o passeio tem a opção de retornar via trem ou via transporte rodoviário pela BR-277 ou ainda pela Estrada da Graciosa.

O movimento mensal de embarque de passageiros pode ser observado na tabela 08 mostrando que há maior procura nos períodos de férias e alta temporada porém com pouca sazonalidade.

**TABELA 8 - MOVIMENTO MENSAL DE EMBARQUES DE PASSAGEIROS – PASSEIO DE TREM SERRA VERDE EXPRESS PERÍODO 2010 – 2014**

Meses	Embarques de Passageiros									
	Curitiba					Morretes				
	2010	2011	2012	2013	2014	2010	2011	2012	2013	2014
Jan	12337	16444	15449	16149	17279	3234	2588	3715	3316	3734
Fev	7387	7760	8503	8739	6868	2322	2231	1747	2368	1423
Mar	6178	4360	7171	6565	7430	1317	1310	1568	1616	2108
Abr	6654	6677	5572	5579	8397	3514	1790	2498	3671	2482
Mai	4879	6319	6419	6378	6000	2401	1677	2448	2413	1438
Jun	4486	6281	6022	3568	4843	2399	938	2116	1991	692
Jul	9502	8730	10990	9863	8589	1666	2354	1778	2267	1652
Ago	6531	6113	7295	6694	6965	997	1481	1824	2813	2134
Set	9761	8490	10229	9121	7919	1314	3220	3106	3973	2564
Out	1372	11018	15338	15459	12149	3567	3498	1839	6817	3674
Nov	13630	18088	14849	6000	12391	2511	5247	6619	6227	4622
Dez	14695	16780	14500	15090	14531	4731	5495	8926	4082	3188
<b>Total</b>	<b>97412</b>	<b>117060</b>	<b>122337</b>	<b>109205</b>	<b>113361</b>	<b>29973</b>	<b>31829</b>	<b>38184</b>	<b>41554</b>	<b>29711</b>

Fonte: Paraná turismo, 2015.

Diante das informações aqui expostas, percebe-se a similaridade entres os destinos através dos produtos principais aqui explanados. Assim, é possível fazer uma análise comparativa entre os municípios por se tratar de destinos consolidados, com produtos reconhecidos e com atenção dos governos de seus países para serem propulsores do desenvolvimento do turismo regional.

## 9 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A análise referente aos dados coletados no presente estudo se dará através das respostas dos gestores públicos, e da iniciativa privadas e ainda serão divididos por destinos. Serão apresentadas as médias gerais do setor público, médias gerais do setor privado, separados em 11 dimensões.

### 9.1 Percepção dos gestores público e privado quanto a existência das dimensões e variáveis de competitividade dos destinos analisados

Atendendo o primeiro objetivo específico do presente estudo, onde buscou-se identificar dimensões existentes e utilizadas pelos destinos analisados para avaliar os programas de políticas públicas no Brasil e no México, atendendo a pergunta: Seu município possui?.

O quadro 15 apresenta as respostas dos setores públicos e privados nos destinos analisados quanto à dimensão Infraestrutura e serviços urbanos

#### QUADRO 15 - SE OS DESTINOS POSSUEM A DIMENSÃO INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS URBANOS

Infraestrutura e serviços urbanos																						
Bento Gonçalves - Rio Grande do Sul - Brasil										Tequila - Jalisco - México				Morretes - Paraná -Brasil								
SEU MUNICÍPIO POSSUI?	Público		Privado						Público		Privado		Público		Privado							
	Secr.de Turismo		Atua Serra		Bento C&VB		Coop. Vinicola Aurora		Secr.de Turismo		Mundo Cuervo		Secr.de Turismo		ADETUR Litoral		Curitiba C&VB		Cachaça Porto Morrete		Serra Verde Express	
	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
Infraestrutura de comunicação	x		x		x			x		x		x				x	x			x		x
Capacidade de atendimento médico para o turista		x	x		x			x	x		x		x			x		x		x	x	
Fornecimento de energia elétrica		x	x			x		x	x		x		x			x		x	x			x
Estrutura urbana nas áreas turísticas		x	x			x		x	x		x		x			x	x			x		x
Serviço de proteção ao turista		x	x			x		x	x		x		x			x		x		x		x
Grau de profissionalização das equipes de segurança		x	x			x		x	x			x	x			x		x		x	x	
Equipamentos de segurança		x	x			x		x	x		x		x			x		x		x		x

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

De acordo com os respondentes de Bento Gonçalves, nota-se que muitas dimensões foram sinalizadas como inexistentes quando na verdade em um destino turístico como este a infraestrutura foi um dos fatores determinantes para incluí-lo como um dos municípios analisados no Índice de Competitividade do Turismo Nacional, havendo então infraestrutura e serviços urbanos.

De acordo com as respostas coletadas, compreende-se que o destino Tequila tem exata consciência do que há em sua infraestrutura, indicando apenas a variável “Grau de profissionalização das equipes de segurança” como não existente de acordo com o respondente da iniciativa privada.

Já o destino Morretes, verifica-se que muitos respondentes não consideram a infraestrutura existente nem mesmo a infraestrutura utilizada diariamente pelos moradores local como comunicação, energia elétrica e segurança.

Os serviços de infraestrutura turística são fundamentais para que o turismo se desenvolva de forma satisfatória conforme destaca Ignarra (2003) ao afirmar que entre os componentes da oferta turística estão os bens, serviços, serviços auxiliares: São os principais elementos, fundamentais para atender aos visitantes, produtos alimentícios, prestação de serviços como receptivo, acolhida e informações além de viagens complementares, alojamentos, restaurantes, cinemas, locação de veículos, entre outros.

Portanto é necessário que os gestores de destinos turísticos tenham conhecimento destes serviços e infraestrutura assim como a sua importância para o desenvolvimento do turismo.

O Quadro 16 apresenta as respostas dos setores públicos e privados nos destinos analisados quanto à dimensão acesso.

#### QUADRO 16 - SE OS DESTINOS POSSUEM A DIMENSÃO ACESSO

Acesso																						
Bento Gonçalves - Rio Grande do Sul - Brasil								Tequila - Jalisco - México				Morretes - Paraná Brasil										
SEU MUNICÍPIO POSSUI?	Público		Privado						Público		Privado		Público		Privado							
	Secr. de Turismo		Atua Serra		Bento C&VB		Coop. Vinicola Aurora		Secr. de Turismo		Mundo Cuervo		Secr. de Turismo		ADETUR Litoral		Curitiba C&VB		Cachaça Porto Morrete		Serra Verde Express	
	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
Acesso aéreo	x		x		x		x				x		x		x		x		x		x	
Acesso rodoviário		x	x			x		x	x		x		x		x	x			x	x		
Acesso aquaviário		x	x			x		x			x		x		x	x			x	x		
Acesso ferroviário		x	x			x		x	x		x		x		x	x			x	x		
Sistema de transporte no destino		x	x			x		x			x		x		x	x			x			x
Proximidade do destino a grandes polos emissores de turistas.		x	x			x		x	x		x		x		x				x			x

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

No destino de Bento Gonçalves, novamente percebe-se que muitas variáveis não foram consideradas nas respostas principalmente no órgão público local,

quando na verdade os acessos rodoviário e aéreo são os mais utilizados no destino e que este conta também com a linha de trem para transporte de passageiros.

Para os respondentes de Tequila, na dimensão acesso não foi considerada a existência do acesso aéreo, porém Tequila utiliza o aeroporto de *Guadalajara* como parte da infraestrutura turística local devido a proximidade entre as duas cidades.

No destino Morretes, o órgão oficial de turismo não considerou a dimensão “acesso aéreo”, mesmo tendo na cidade de Curitiba (aeroporto mais próximo) seu maior polo emissor. Dois dos representantes da iniciativa privada consideraram como existente apenas a variável “proximidade do destino a grandes polos emissores de turistas”. Apenas o Curitiba C&VB considerou todas as variáveis.

O acesso se torna uma dimensão imprescindível ao abordar destinos turísticos, uma vez que o turismo é realizado através do deslocamento de pessoas. Segundo Ignarra (2003) na composição do produto turístico a infraestrutura, trata-se também de terminais de passageiros, estradas entre outros.

Desta forma os gestores municipais sejam eles públicos ou privados deverão atender-se à esta dimensão, seja o acesso dentro do destino como transporte público ou privado disponível nos atrativos ou ainda as formas de acesso que deverão existir para se chegar ao destino, como rodovias, linhas de ônibus, trem, barcos etc capazes até mesmo de interligar vários atrativos.

Nos três destinos analisados, não há por exemplo, grandes aeroportos que atendam a demanda diretamente para a localidade, sendo necessário a utilização de terminais em cidades próximas. No programa *Pueblos Mágicos* a questão do acesso é um dos requisitos primordiais para adesão dos municípios ao programa, estes deverão contar com acesso seguro e via sinalizada de um grande centro até a localidade (SETUR, 2012)

O quadro 17 apresenta as respostas dos setores públicos e privados nos destinos analisados quanto à dimensão serviços e equipamentos turísticos.

## QUADRO 17 - SE OS DESTINOS POSSUEM A DIMENSÃO SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS

Serviços e equipamentos turísticos																						
Bento Gonçalves - Rio Grande do Sul - Brasil										Tequila - Jalisco - México				Morretes - Paraná - Brasil								
SEU MUNICÍPIO POSSUI?	Público		Privado						Público		Privado		Público		Privado							
	Secr. de Turismo		Atua Serra		Bento C&VB		Coop. Vinicola Aurora		Secr. de Turismo		Mundo Cuervo		Secr. de Turismo		ADETUR Litoral		Curitiba C&VB		Cachaça Porto Morrete		Serra Verde Express	
	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
Sinalização turística	x		x		x			x	x		x		x			x	x			x	x	
Centro de atendimento/inform. ao turista	x		x		x			x	x		x		x			x	x			x	x	
Espaço para eventos		x	x		x			x	x		x		x			x				x	x	
Capacidade dos meios de hospedagem		x	x		x			x	x		x		x		x					x		x
Capacidade do turismo receptivo		x	x		x			x	x		x		x		x					x	x	
Estrutura de qualificação para o turismo		x	x		x			x	x		x		x		x					x		x
Infraestrutura turística		x	x		x			x	x		x		x		x					x	x	
Capacidade dos restaurantes		x	x		x			x	x		x		x		x					x		x

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

No destino Bento Gonçalves Quanto aos serviços e equipamentos, estes são fundamentais para que o turismo ocorra e se desenvolva de forma satisfatória, porém não houve a compreensão quanto aos respondentes sobre os serviços presentes no destino, o órgão público atribuiu resposta apenas aos serviços e equipamento aos quais faz a gestão, desconsiderando a existência dos demais.

Ao que se refere aos serviços e equipamentos turísticos, o destino Tequila de acordo com as respostas, demonstra similaridade entre as percepções dos gestores público e privado. Apenas duas variáveis não foram consideradas pela iniciativa privada no destino Tequila, “Capacidade dos restaurantes” e “infraestrutura turística”.

No destino Morretes, Nesta dimensão o gestor público local desconsidera a “capacidade do turismo receptivo” e a “infraestrutura turística”. A Adetur Litoral não reconhece em suas respostas a “capacidade dos meios de hospedagem” assim como o Curitiba C&VB não considera a existência de “espaço para eventos” considerando apenas a “sinalização turística” e “centro de informações”, o que difere das respostas do órgão oficial do turismo local, outro respondente desconsidera todas as variáveis desta dimensão, mesmo sendo estas indispensáveis para o bom funcionamento da atividade turística local e sendo os respondentes beneficiados direta e indiretamente pelo turismo no destino.

As variáveis presentes nesta dimensão estão relacionadas também com os Bens, Serviços e Serviços auxiliares presentes na composição de um produto turístico.

Segundo Ignarra (2003) entre os componentes da oferta turística estão os bens, serviços, serviços auxiliares: São os principais elementos, fundamentais para atender aos visitantes, produtos alimentícios, prestação de serviços como receptivo, acolhida e informações além de viagens complementares, alojamentos, restaurantes, cinemas, locação de veículos, entre outros.

Esta dimensão é de suma importância para o desenvolvimento do turismo pois dará ao visitante condições de permanecer no destino além de oferecer serviços qualificados que atendam à demanda. O MTUR (2008) ao classificar os 65 destinos indutores do turismo no Brasil também utilizou entre outros requisitos, o número de estabelecimentos com qualificação profissional, garantindo que estes destinos tivessem condições oferecer serviços com padrão internacional.

O quadro 18 apresenta as respostas dos setores públicos e privados nos destinos analisados quanto à dimensão atrativos turísticos.

#### QUADRO 18 - SE OS DESTINOS POSSUEM A DIMENSÃO OFERTA DE ATRATIVOS TURÍSTICOS

Oferta de atrativos turísticos																					
Bento Gonçalves - Rio Grande do Sul - Brasil								Tequila - Jalisco - México				Morretes - Paraná - Brasil									
SEU MUNICÍPIO POSSUI?	Público		Privado						Público		Privado		Público		Privado						
	Secr. de Turismo	Atua Serra	Bento C&VB	Coop. Vinicola Aurora		Secr. de Turismo	Mundo Cuervo	Secr. de Turismo	ADETUR Litoral	Curitiba C&VB	Cachaça Porto Morrete	Serra Verde Express									
	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	
Atrativos naturais	x		x		x		x	x		x		x		x		x		x		x	
Atrativos culturais	x		x		x		x	x		x		x	x		x		x		x		x
Eventos programados	x		x		x		x	x		x		x		x		x		x		x	
Realizações técnicas, científicas e artísticas	x		x		x		x	x		x		x	x		x		x		x		x
Diversidade de atrativos e equipamentos de lazer		x	x		x		x	x		x		x	x		x		x		x		x
Contar com um atrativo turístico simbólico		x	x		x		x	x		x		x		x		x		x		x	
Contar com atrativos turísticos diferenciados		x	x		x		x	x		x		x		x		x		x		x	
Serviços turísticos que garantam sua comercialização no próprio atrativo		x	x		x		x	x		x		x		x		x		x		x	
Serviços de assistência e segurança		x	x		x		x	x		x		x		x		x		x		x	

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

De acordo com as respostas do órgão público local, o destino de Bento Gonçalves não possui serviços de assistência e segurança, nem mesmo atrativos diferenciados o que novamente demonstra a incoerência por parte dos respondentes quanto às informações expostas nos questionários.

No destino Tequila, Mais uma vez, apenas uma variável não apresentou resposta por parte da iniciativa privada, sendo desconsiderada a variável “Serviços de assistência e segurança” as demais variáveis foram consideradas, demonstrando a compreensão dos gestores locais quanto a oferta de seus atrativos.

Para os respondentes de Morretes, nesta dimensão percebe-se a divergência de afirmação quando a existência da dimensão marketing, a qual possui variáveis muito importante para a divulgação e comercialização de um destino.

O respondente da Adetur Litoral afirma existir “promoção do destino” e “participação em feiras e eventos” variáveis que todos os demais afirmam não existir de acordo as suas respostas.

Da mesma forma que o poder público local afirma existir “outras estratégias de promoção digital” e ainda “diversificação de produtos turísticos” que todos os respondentes da iniciativa privada desconhecem de acordo com as respostas.

A oferta de atrativos turísticos é o primeiro elemento presente na composição do produto, para que haja turismo, deverá haver a oferta e a demanda. Ignarra (2003) destaca que a oferta turística é caracterizada pelo conjunto de elementos que formam um produto turístico, estes elementos se analisados de forma isolados podem não possuir valor turísticos, porém quando relacionados são fundamentais para o desenvolvimento da atividade.

Desta forma, é essencial que os gestores do turismo nos destinos conheçam cada componente da sua oferta, no que tange este estudo, cada uma das variáveis apresentadas nesta dimensão são fundamentais para que o turismo ocorra de forma satisfatória.

O quadro 19 apresenta as respostas dos setores públicos e privados nos destinos analisados quanto à dimensão Marketing do destino.

## QUADRO 19 - SE OS DESTINOS POSSUEM A DIMENSÃO MARKETING DO DESTINO

Marketing do destino																						
Bento Gonçalves - Rio Grande do Sul - Brasil								Tequila - Jalisco - México				Morretes - Paraná - Brasil										
SEU MUNICÍPIO POSSUI?	Público		Privado						Público		Privado		Público		Privado							
	Secr. de Turismo		Atua Serra		Bento C&VB		Coop. Vinícola Aurora		Secr. de Turismo		Mundo Cuervo		Secr. de Turismo		ADETUR Litoral		Curitiba C&VB		Cachaça Porto Morrete		Serra Verde Express	
	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
Plano de marketing	x		x		x		x	x		x			x		x		x		x		x	
Roteirização e promoção Regional		x	x		x			x	x		x			x	x			x		x		x
Participação em feiras e eventos	x		x		x			x	x		x			x	x			x		x	x	
Promoção do destino	x		x		x			x	x		x			x	x			x		x		x
Outras estratégias de promoção digital		x	x		x			x	x		x		x			x		x		x		x
Diversificação de produtos turísticos		x	x		x			x	x		x		x			x		x		x		x
Apoio à comercialização regional de forma integrada		x	x		x			x	x		x			x	x			x		x		x
Portal de Internet		x	x		x			x	x		x		x		x			x		x	x	
Marca turística bem definida /Marca Pueblos Mágicos		x	x		x			x	x		x		x		x			x		x		x

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

O destino Bento Gonçalves percebe-se que a iniciativa privada compreende a existência da dimensão, porém o órgão público não considerou entre suas respostas a roteirização e promoção regional, que não condiz com sua política de integração uma vez que o destino pertence a Região da Uva e Vinho, comercializado e divulgado juntamente com outros destinos da sua região. Assim como portal da internet sendo que todos os respondentes possuem *websites* com informações divulgando seus atrativos.

Em Tequila, todas as variáveis foram consideradas como existentes, demonstrando o conhecimento da necessidade de divulgação do destino por parte de seus gestores.

Já o destino Morretes, nesta dimensão percebeu-se a divergência de afirmação quando a existência da dimensão marketing, a qual possui variáveis muito importante para a divulgação e comercialização de um destino.

O respondente da Adetur Litoral afirma existir “promoção do destino” e “participação em feiras e eventos” variáveis que todos os demais afirmam não existir de acordo as suas respostas.

Da mesma forma que o poder público local afirma existir “outras estratégias de promoção digital” e ainda “diversificação de produtos turísticos” que todos os respondentes da iniciativa privada desconhecem de acordo com as respostas.

O marketing conforme apresentado no quadro 19, é composto por variáveis que em seu conjunto são indispensáveis para a divulgação, comercialização e aumento da demanda nos destinos turísticos.

Pinto dos Santos (2014, p.72) afirma que

Todos estes elementos precisam estar organizados em torno de um trabalho continuado de comunicação e imagem, já que a oferta no destino deve estar estruturada para cativar turistas menos envolvidos nas suas atrações e produtos, ganhando especial relevância a sua gestão estratégica, que deve envolver os agentes públicos e privados direta e/ou indiretamente ligados ao setor do turismo.

O fator de decisão de escolha dos visitantes (compra), os destinos turísticos passam a adotar estratégias de marketing e posicionamento cada vez mais direcionados à sua demanda buscando tornarem-se diferenciados, ou seja, mais atraentes e competitivos. (BENI, 2002; DOMARESKI-RUIZ e GÂNDARA, 2014).

Assim, a dimensão marketing é também fundamental para a integração, comercialização e promoção seja ela local ou regional, podendo ser desenvolvido tanto separadamente pelos gestores públicos e privados como também de forma integrada entre estes, o que certamente trará um resultado ainda mais satisfatório para o destino.

O Quadro 20 apresenta as respostas dos destinos analisados quanto a dimensão Políticas Públicas / Governança / Cooperação / Investimento / Planejamento

**QUADRO 20 - SE OS DESTINOS POSSUEM A DIMENSÃO POLÍTICAS PÚBLICAS /GOVERNANÇA/ COOPERAÇÃO/ INVESTIMENTO/ PLANEJAMENTO.**

Políticas Públicas / Governança / Cooperação / Investimento /Planejamento																					
Bento Gonçalves - Rio Grande do Sul - Brasil								Tequila - Jalisco - México				Morretes - Paraná - Brasil									
SEU MUNICÍPIO POSSUI?	Público		Privado						Público		Privado		Público		Privado						
	Secr. de Turismo		Atua Serra		Bento C&VB		Coop. Vinicola Aurora		Secr. de Turismo		Mundo Cuervo		Secr. de Turismo		ADETUR Litoral		Curitiba C&VB		Cachaça Porto Morrete	Serra Verde Express	
	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	
Grau de cooperação com o governo Estadual	x		x		x		x	x		x		x		x			x		x	x	
Grau de cooperação com o governo Federal	x		x		x		x	x		x			x	x			x		x	x	
Grau de cooperação público-privada.		x	x		x		x	x		x			x	x			x		x	x	
Governança / Comitê turístico "Pueblo Mágico"		x	x		x		x	x		x			x				x		x	x	
Projetos de cooperação regional		x	x		x		x	x		x			x				x		x	x	
Planejamento turístico regional		x	x			x		x	x				x	x			x		x	x	
Investimento público Estadual gerado a partir do Programa Pueblos Mágicos / Investimento público regional em Turismo.			x	x			x	x		x				x	x			x		x	
Inverstimento Federal gerado a partir do Programa Pueblos Mágicos / Investimento público Federal em Turismo	x			x			x	x		x				x	x			x		x	
Planos de desenvolvimento municipal		x	x		x		x	x		x				x			x		x	x	
Planos / Programas de Desenvolvimento Turístico Municipal		x	x		x		x	x		x				x			x		x	x	
Legislação de preservação do patrimônio turístico. Normas para regular a imagem urbana e plano de manejo em função do Programa Pueblos Mágicos			x	x			x	x		x				x			x		x	x	

Fonte: Elabora pelo autor, 2017.

Entre as respostas que mais se destacam no destino Bento Gonçalves estão as variáveis "Planos / Programas de desenvolvimento turístico municipal" que o órgão público afirma não existir, porém o destino conta com Plano Municipal de Turismo 2015 – 2018, aprovado pela Lei nº 6.023 de 15 de dezembro de 2015. Este Plano é gerido pelo Conselho Municipal e é uma ferramenta muito importante para o desenvolvimento do turismo no local.

No destino Tequila observa-se a coerência nas respostas abordando as variáveis da dimensão Políticas Públicas / Governança / Cooperação / Investimento /Planejamento, onde todas as variáveis foram indicadas como existentes pelos respondentes.

Já o destino Morretes, de acordo com as respostas obtidas nesta variável é possível verificar a falta de integração entre os agentes locais. O órgão oficial de turismo afirma existir “Grau de cooperação com governo do estado” porém três respondentes desconsideram esta variável. A existência de governança é afirmada pelo poder público e a agência de desenvolvimento, porém os demais respondentes da iniciativa privada não consideram a existência de governança local, o que pode ser reafirmado quando os mesmos desconsideram o “apoio a comercialização de forma integrada” quando analisado o marketing do destino, evidenciando a carência de políticas e ações de integração entre os agentes.

O quadro 21 apresenta as respostas dos setores públicos e privados nos destinos analisados quanto à dimensão Monitoramento

#### QUADRO 21 - SE OS DESTINOS POSSUEM A DIMENSÃO MONITORAMENTO

Monitoramento																						
Bento Gonçalves - Rio Grande do Sul - Brasil										Tequila - Jalisco - México				Morretes - Paraná - Brasil								
SEU MUNICÍPIO POSSUI?	Público		Privado						Público		Privado		Público		Privado							
	Secr. de Turismo		Atua Serra		Bento C&VB		Coop. Vinícola Aurora		Secr. de Turismo		Mundo Cuervo		Secr. de Turismo		ADETUR Litoral		Curitiba C&VB		Cachaça Porto Morrete		Serra Verde Express	
	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
Pesquisas de demanda	x		x		x			x	x		x		x		x		x		x		x	
Pesquisas de oferta		x	x		x			x	x		x		x		x		x		x		x	
Sistema de estatísticas do turismo		x	x		x			x	x		x		x	x			x	x				x
Medição dos impactos da atividade turística		x	x		x			x	x		x		x		x		x	x				x
Setor específico de estudos e pesquisas		x	x			x		x		x	x		x		x		x	x				x

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

De acordo com as respostas obtidas no destino Bento Gonçalves, o destino não conta com “Pesquisas de oferta”; “Sistemas estatísticos do turismo” entre outras variáveis que são fundamentais para o controle da atividade turística, porém no Plano Municipal de Turismo de Bento Gonçalves, há dados estatísticos atualizados referentes à demanda e oferta do destino.

No destino Tequila, apenas a variável “Setor específico de estudo e pesquisas” foi atribuída como inexistente por parte do gestor público local.

Já no destino Morretes, de acordo com as informações apresentadas, o órgão oficial de turismo afirma existir apenas “pesquisas de oferta”, assim como Adetur Litoral afirma existir um “sistema de estatística do turismo local”, mas tais dados não encontram-se disponíveis no *website* oficial do município nem no órgão oficial de

turismo. As demais variáveis foram consideradas inexistentes pelos demais respondentes.

Conforme já destacado neste estudo, o monitoramento da atividade turística é fundamental para a avaliação de ações, metas e objetivos assim como acompanhamento de programas de políticas públicas, programas de marketing etc. Desta forma, é imprescindível que todos os gestores tenham pelo conhecimento de quão importante é esta dimensão pois através dela é possível saber a realidade da demanda, onde se pretende chegar e definir os meios para atingir tão objetivo.

Na segmentação de mercado, por exemplo o monitoramento é fundamental pois possibilita agrupar pessoas com desejos e necessidades semelhantes, possibilitando conhecer os principais destinos geográficos, tipos de transportes, o perfil do turista (faixa etária, capacidade de compra, condições sociais, escolaridade, ocupação, estado civil) e outros aspectos, que facilitam os atendimentos dos desejos dos turistas (ANSARAH, 2005),

O Quadro 22 apresenta as respostas dos setores públicos e privados nos destinos analisados quanto à dimensão Aspectos Econômicos.

## QUADRO 22 - SE OS DESTINOS POSSUEM A DIMENSÃO ASPECTOS ECONÔMICOS

Aspectos Economicos																						
Bento Gonçalves - Rio Grande do Sul - Brasil										Tequila - Jalisco - México				Morretes - Paraná Brasil								
SEU MUNICÍPIO POSSUI?	Público		Privado				Público		Privado		Público		Privado									
	Secr. de Turismo		Atua Serra		Bento C&VB		Coop. Vinicola Aurora		Secr. de Turismo		Mundo Cuervo		Secr. de Turismo		ADETUR Litoral		Curitiba C&VB		Cachaça Porto Morrete		Serra Verde Express	
	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não		
Aspectos da economia local	x		x			x		x		x		x			X		x		x			
Infraestrutura e facilidade para negócios	x		x			x		x		x		x			X		x		x			
Empreendimentos ou eventos alavancadores.		x	x		x			x	x		x		x		X		x		x	x		
Capacidade de qualificação de mão de obra local		x	x		x			x	x		x		x		X		x		x	x		
Capacidade de aproveitamento de mão de obra local		x	x			x		x			x		x		X		x		x	x		
Presença de grupos nacinais do setor turístico		x	x		x			x			x		x		X		x		x	x		
Presença de grupos intern. do setor de turístico		x	x		x			x	x		x		x		X		x		x	x		
Concorrência com outros destinos e barreiras de entrada que dificultem a escolha do destino		x	x			x		x	x		x		x	X			x		x	x		
Geração de negócios e empreendedorismo		x	x			x		x	x		x		x		X		x		x	x		
Investimento privado para o desenvolv. turístico cultural		x	x			x		x	x		x		x	X			x		x	x		
Investimento privado local para o desenvolvimento turístico rural, natural e outras formas de turismo		x	x			x		x			x		x		X		x		x	x		
Empregos diretos gerados pelo turístico		x	x			x		x	x		x		x		X		x		x	x		
Empregos indiretos gerados pelo turismo		x	x			x		x	x		x		x		X		x		x	x		
Programas de apoio às empresas locais		x	x			x		x	x		x		x		X		x		x	x		
Programas de capacitação para fomentar o desenvolvimento de novas empresas.		x	x			x		x	x		x		x		X		x		x	x		
Diagnósticos das atividades económicas atualizados		x	x			x		x			x		x		X		x		x	x		

Fonte: elaborado pelo autor, 2017

No destino de Bento Gonçalves, percebe-se que a apenas um dos respondentes considerou todas as variáveis desta dimensão, os demais não consideraram as aspectos econômicos como existentes no destino mas sabe-se que o turismo no local é um dos principais responsáveis pelos empregos e empreendimentos, assim como os eventos relacionados com as empresas locais.

Em Tequila, se constatou que entre as variáveis que o gestor público local não considera a existência, está a “investimento privado local para o desenvolvimento turístico rural, natural e outras formas de turismo” porém este

estudo constatou grande investimento da iniciativa privado no complexo recreativo Mundo Cuervo com grande diversidade de produtos para atrair maior demanda. Assim reforça-se a importância de haver um sistema de monitoramento com indicadores capazes de fazer o levantamento e acompanhamentos destes dados/ações.

Já em Morretes, de acordo com as respostas, a Adetur litoral não considera o “investimento privado local para o desenvolvimento do turismo rural, natural e outras formas de turismo” porém no destino Morretes um dos segmentos de destaque é o turismo de aventura e o ecoturismo com empresas especializadas nestes segmentos. O Curitiba Região e Litoral *Convention & Visitors Bureau* desconsidera a existência das variáveis desta dimensão, incluindo “empreendimentos e eventos alavancadores”.

Os aspectos econômicos é outra dimensão primordial para o desenvolvimento do turismo já que um dos objetivos do turismo é o desenvolvimento da economia local, geração de empregos, renda, qualificação e aproveitamento de mão de obra local entre tantos outros benefícios que pode trazer para a economia local.

De acordo com Endres (2008, p.76)

O turismo é uma atividade econômica e, como tal, as possibilidades de geração de emprego e renda predominam em seu discurso. Além do mais, seus efeitos e repercussões ambientais e sociais, diferentemente de outras atividades econômicas, o colocam como uma atividade que possibilita uma maior atenção na conservação ambiental e principalmente como fator de inclusão social pela diversidade de sua cadeia produtiva.

Desta forma, todos os gestores deverão estar em conformidade no planejamento e desenvolvimento de ações capazes de impactar nos aspectos econômicos de uma localidade seja através de políticas públicas de turismo ou ações que possam trazer benefícios para a localidade em questão

O Quadro 23 apresenta as respostas dos setores públicos e privados nos destinos analisados quanto à dimensão Aspectos Sociais.

### QUADRO 23 - SE OS DESTINOS POSSUEM A DIMENSÃO ASPECTOS SOCIAIS

Aspectos Sociais																						
Bento Gonçalves - Rio Grande do Sul - Brasil										Tequila - Jalisco - México				Morretes - Paraná - Brasil								
SEU MUNICÍPIO POSSUI?	Público		Privado						Público		Privado		Público		Privado							
	Secr. de Turismo		Atua Serra		Bento C&VB		Coop. Vinícola Aurora		Secr. de Turismo		Mundo Cuervo		Secr. de Turismo		ADETUR Litoral		Curitiba C&VB		Cachaça Porto Morrete		Serra Verde Express	
	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
Acesso à educação	x		x			x		x		x				x		X		x		x		x
Política de preservação à exploração sexual infanto-juvenil		x	x			x		x	x		x			x		X		x		x		x
Uso de atrativos e equipamentos turísticos pela população local		x	x			x		x	x		x			x		X		x		x		x
Participação cidadã		x	x			x		x	x		x			x		X		x		x		x
Sensibilização e participação da população local na atividade turística.		x	x			x		x	x		x			x		X		x		x		x

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

No quadro de respostas sobre os aspectos sociais, duas variáveis não consideradas pelos respondentes merecem maior atenção como as “políticas de preservação à exploração sexual infanto-juvenil” e a “participação cidadã”. Se o destino realmente não conta com tais variáveis, medidas urgentes deverão ser adotadas para esta correção.

No destino Tequila, na dimensão dos aspectos sociais, ambos os respondentes são unânimes ao considerar a existência todas as variáveis apresentadas à eles nesta dimensão.

Morretes não há considerações sobre estas variáveis de acordo com os respondentes, não demonstrando interesse e/ou preocupação em desenvolver o destino visando o aproveitamento do turismo também pelos moradores do local.

Para Vasconcellos e Garcia (1998, p. 205), o desenvolvimento deverá incluir “as alterações da composição do produto e a alocação de recursos pelos diferentes setores da economia, de forma a melhorar os indicadores de bem-estar econômico e social (pobreza, desemprego, desigualdade, condições de saúde, alimentação, educação e moradia)”.

O planejamento de um destino turístico deverá ser pautado sempre nos aspectos sociais e suas variáveis já que a população local será impactada diretamente pela atividade turística e ainda utilizará também os serviços e equipamentos destinados aos visitantes.

O Quadro 24 apresenta as respostas dos setores públicos e privados nos destinos analisados quanto à dimensão Aspectos Ambientais.

#### QUADRO 24 - SE OS DESTINOS POSSUEM A DIMENSÃO ASPECTOS AMBIENTAIS

Aspectos Ambientais																						
Bento Gonçalves - Rio Grande do Sul - Brasil										Tequila - Jalisco - México				Morretes - Paraná - Brasil								
SEU MUNICÍPIO POSSUI?	Público		Privado						Público		Privado		Público		Privado							
	Secr. de Turismo		Atua Serra		Bento C&VB		Coop. Vinícola Aurora		Secr. de Turismo		Mundo Cuervo		Secr. de Turismo		ADETUR Litoral		Curitiba C&VB		Cachaça Porto Morrete		Serra Verde Express	
	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
Legislação municipal de meio ambiente / Aplicação das normas ambientais	x		x		x		x	x		x		x		x		X		x		x	x	
Controle de capacidade de carga		x	x			x		x	x		x		x		x		X		x		x	x
Atividades em curso potencialmente poluidoras		x	x			x		x	x		x		x		x		X		x		x	x
Rede pública de distribuição de água		x	x			x		x	x		x		x		x		X		x		x	x
Rede pública de coleta e tratamento de esgoto		x	x			x		x	x		x		x		x		X		x		x	x
Coleta e destinação pública de resíduos		x	x			x		x	x		x		x		x		X		x		x	x
Preservação do Patrimônio Natural e Unidades de Conservação no município		x	x			x		x	x		x		x		x		X		x		x	x
Premiações Nacionais e/ou Internacionais		x	x			x		x		x	x		x		x		X		x		x	x
Agenda 21		x	x			x		x					x		x		X		x		x	x

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

A utilização dos recursos naturais e recursos não renováveis vem ganhando espaço nas discussões e estudos sobre desenvolvimento do turismo. O processo de planejamento e infraestrutura coerente da atividade tem como premissa minimizar os impactos ocasionados pelo turismo.

De acordo com os respostas atribuídas à Bento Gonçalves, o que percebe-se é que, tanto o órgão público como um dos respondentes da iniciativa privada não consideram as variáveis de “controle de capacidade de carga”; “Rede de coleta e tratamento de esgoto” como existentes no destino o que pode ser contraditório pois outros respondentes indicaram a existência de todas as variáveis.

No destino Tequila, apenas a Agenda 21 não constou nas respostas do gestor público, porém esta é uma das obrigações dos destinos presentes no Programa *Pueblos Mágicos* como é o caso do destino Tequila.

Para o destino Morretes, que tem como principal segmento turístico do destino o turismo cultural, aliado ao ecoturismo e o turismo de aventura em locais como o Pico Marumbi, muito conhecidos e frequentados na região. De acordo com as respostas, percebe-se pouco interesse e informações por parte dos respondentes quando aos aspectos ambientais. Apenas duas variáveis “rede pública de distribuição de água” e “rede pública de coleta e tratamento de esgoto” foram consideradas, sendo as demais inexistentes no destino segundo os respondentes.

O uso dos recursos naturais devem ser pautados principalmente nos princípios da sustentabilidade pois muitas vezes estes recursos não são recursos renováveis o que poderá comprometer a fauna e flora local.

Ao relacionar o desenvolvimento da atividade turística com a exploração dos recursos naturais e a proteção ao meio ambiente, Petrocchi (1998, p.59) defende o desenvolvimento sustentável do turismo relacionando-o com a garantia da qualidade de vida afirmando que “garantir a qualidade de vida é a única maneira de garantir a sobrevivência do turismo como atividade econômica e com visão de longo prazo”.

Para Ansarah (2001, p. 30), o turismo deve ser estudado e direcionado para o desenvolvimento sustentável, sendo o conceito eficaz para alcançar metas de desenvolvimento sem esgotar os recursos naturais e culturais nem deteriorar o meio ambiente. Ainda, segundo a mesma autora, entende-se que a proteção do meio ambiente e o êxito do desenvolvimento turístico são inseparáveis.

Os destinos analisados neste estudo tratam-se de locais com ampla oferta de recursos naturais relacionada ao turismo local, desta forma a falta de conhecimento da legislação e a dos princípios da sustentabilidade ambiental poderão impactar negativamente no desenvolvimento do turismo local.

O Quadro 25 apresenta as respostas dos setores públicos e privados nos destinos analisados quanto à dimensão Aspectos Culturais.

## QUADRO 25 - SE OS DESTINOS POSSUEM A DIMENSÃO ASPECTOS CULTURAIS

Aspecto Culturais																						
Bento Gonçalves - Rio Grande do Sul - Brasil									Tequila - Jalisco - México				Morretes - Paraná - Brasil									
SEU MUNICÍPIO POSSUI?	Público		Privado						Público		Privado		Público		Privado							
	Secr. de Turismo		Atua Serra		Bento C&VB		Coop. Vinicola Aurora		Secr. de Turismo		Mundo Cuervo		Secr. de Turismo		ADETUR Litoral		Curitiba C&VB		Cachaça Porto Morrete		Serra Verde Express	
	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
Produção cultural associada ao turismo	x		x		x			x	x		x			x		X		x		x	x	
Preservação do patrimônio histórico e cultural / Tangível e Intangível.		x	x		x			x	x		x			x		X		x		x	x	
Estrutura municipal de apoio à cultura.		x	x		x			x	x		x			x		X		x		x		x
Controle de capacidade de carga		x	x			x		x	x		x			x		X		x		x		x
Programas para promoção de atividades artísticas e culturais		x	x		x			x	x		x			x		X		x		x		x
Participação de associações civis local na conservação do Patrimônio Histórico		x	x		x			x	x		x			x		X		x		x		x
Inventário dos espaços culturais		x	x		x			x	x		x			x		X		x		x		x
Encanto / Magia da localidade		x	x			x		x	x		x			x		X		x		x		x
Declaratoria de Zonas de Monumentos Históricos.		x				x		x			x			x		X		x		x		x

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

O destino Bento Gonçalves, conhecido nacional e internacionalmente por sua cultura italiana através da produção de vinhos, destacou apenas a produção associada, não considerou a promoção a cultura, conservação do patrimônio e o encanto e a magia da localidade mesmo que este destino já tenha feito parte do projeto Economia da Experiência que evidencia entre outros fatores a cultura e o encanto da localidade (IMB, 2009)

Quanto aos aspectos culturais, os respondentes do destino Tequila alegam que há no destino a maioria das variáveis apresentadas, apenas “Declaratória de Zonas de Monumentos Históricos” não foi atribuída existência por parte do gestor público o que não condiz com a realidade local, que possui grande apelo ao turismo cultural e a preservação da arquitetura e patrimônio histórico.

Já no destino Morrestes, nota-se que os aspectos culturais não aparecem como prioridade por parte dos gestores públicos e privados do destino, mesmo este sendo um destino histórico cultural muito conhecido na região.

O órgão público destaca apenas a variável “Encanto/Magia da localidade” desconsiderando variáveis importantes como “programas para promoção de atividades artísticas e culturais”; “estrutura municipal de apoio a cultura” mesmo

sendo uma secretaria que une os setores de cultura e turismo estas variáveis não foram consideradas.

Outro respondente destaca a existência da “produção cultural associada ao turismo” e a “preservação do patrimônio histórico e cultural/ tangível e intangível”.

Novamente a falta de compreensão do planejamento da atividade turística e dos princípios de desenvolvimento sustentável pode ter levado os respondentes a não considerarem em suas respostas, as variáveis “preservação do patrimônio histórico e cultural / tangível e intangível” assim como o “encanto e magia da localidade”. Sabe-se que a preservação da cultura local, patrimônio histórico, meio ambiente e programas de promoção de atividades artísticas são grandes diferenciais dos destinos turísticos para formatação de produtos e incremento da oferta.

Considera-se que o turismo e o desenvolvimento se relacionam desde o enfoque de planejamento à execução das ações, uma vez que o turismo pode ser compreendido como um dos pilares capazes de promover o desenvolvimento, gerando impactos positivos e minimizando os impactos negativos na sociedade onde ocorre através da geração de renda, valorização da cultura, conservação do patrimônio entre outros (MTUR, 2015; SECTUR, 2014).

Assim finaliza-se a análise sobre a existência das dimensões e variáveis por parte dos gestores público e privados, percebe-se que não há a compreensão de algumas dimensões e variáveis fundamentais para o desenvolvimento do turismo pelos gestores locais principalmente quando a oferta de atrativos.

Evidencia-se, a necessidade da compreensão por parte dos gestores da real composição de um produto turístico.

Na sequencia serão apresentados os dados referentes ao segundo objetivo proposto neste estudo, a nota atribuída a cada uma das dimensões analisadas e serão apresentadas as medias gerais do setor público e da iniciativa privada.

## **9.2 Grau de importância atribuído às dimensões e variáveis pelos respondentes**

Atendendo ao segundo objetivo específico proposto neste estudo de analisar a percepção dos gestores do poder público e iniciativa privada sobre as dimensões na avaliação dos efeitos de políticas públicas em destinos turísticos quanto o seu grau de importância, apresenta-se na sequencia deste estudo, os quadros

relacionando as médias do setor público quanto ao grau de importância de indicadores para avaliar efeitos de políticas públicas tendo como referência as dimensões e variáveis apresentadas neste estudo.

A tabela 09 traz os as médias do setor publico para a dimensão Infraestrutura e serviços turísticos.

**TABELA 9 - MÉDIA SETOR PÚBLICO - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS TURÍSTICOS**

MÉDIAS SOBRE O GRAU DE IMPORTÂNCIA - PÚBLICO				
1	Infraestrutura e serviços urbanos			Média Geral
Variáveis analisadas	Bento Gonçalves	Morretes	Tequila	
	Média Público	Média Público	Média Público	
Infraestrutura de comunicação	9,7	9,7	9,7	9,7
Capacidade de atendimento médico para o turista no destino				
Fornecimento de energia elétrica				
Estrutura urbana nas áreas turísticas				
Serviço de proteção ao turista				
Grau de profissionalização das equipes de segurança				
Equipamentos de segurança				

Fonte: Elaborado pelo Autor, 2017.

Nota-se que a média entre as variáveis manteve-se igual para todos os destinos, totalizando uma média geral para os agentes públicos nesta dimensão de 9,7. Porém o destino Tequila – Jalisco – México conforme consta no apêndice 2.1., não atribuiu nota à variável “Equipamentos de Segurança”, que são indispensáveis para a manutenção da segurança e elemento importante para a infraestrutura local.

Desta forma, os destinos analisados não demonstram conhecimento da importância desta dimensão na preparação do destino para o recebimento de visitantes. Pois conforme destacado pelo Mtur (2015, p.58) na infraestrutura estão incluídas desde condições estruturais necessárias para que as pessoas possam circular e usufruir de um conforto mínimo em visita a um destino, até condições para que os negócios prosperem de modo sustentável.

Para avaliação da dimensão Acesso proposta neste estudo, a tabela 10 apresenta a média dos agentes públicos para esta dimensão.

**TABELA 10 - MÉDIA SETOR PÚBLICO - ACESSO**

MÉDIAS SOBRE O GRAU DE IMPORTÂNCIA - PÚBLICO				
2	Acesso			Média Geral
Variáveis analisadas	Bento Gonçalves	Morretes	Tequila	
	Média Público	Média Público	Média Público	
Acesso aéreo	10,0	10,0	4,0	8,0
Acesso rodoviário				
Acesso aquaviário				
Acesso ferroviário				
Sistema de transporte no destino				
Proximidade do destino a grandes polos emissivos de turistas.				

Fonte: Elaborado pelo Autor, 2017.

No quadro acima, a média geral do setor público totalizou 8,0. Percebe-se uma diferença no destino Tequila quanto ao acesso. Nesta dimensão, conforme apresentado no apêndice 2.1, as variáveis que receberam menor nota atribuída foram “Acesso rodoviário” com grau de importância 1, seguidos das variáveis “Acesso ferroviário”; “Sistema de transporte no destino”; “Proximidade do destino a grandes polos emissivos de turistas” com nota 5.

De acordo com as regras do Programa Pueblos Mágicos para incorporação das cidades, um dos critérios quanto ao acesso dos turistas, as cidades integrantes ao Programa deverão estar localizadas a uma distância de no máximo 200 km ou à 2h por via terrestre de um destino consolidado, desde que este percurso esteja em boas condições, garantindo a segurança dos usuários e visitantes (SECTUR, 2013), por este motivo o acesso deveria constar como primordial ao destino Tequila e conforme afirma Page (2001) o transporte é um dos três componentes fundamentais do turismo; os outros dois são o produto turístico (a oferta) e o mercado turístico (a demanda ou os turistas em si).

Na dimensão Serviços e Equipamentos Turísticos, a média das respostas dos gestores públicos pode ser observada na tabela 11.

**TABELA 11 - MÉDIA SETOR PÚBLICO - SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS**

MÉDIAS SOBRE O GRAU DE IMPORTÂNCIA - PÚBLICO				
3	Serviços e equipamentos turísticos			Média Geral
Variáveis analisadas	Bento Gonçalves	Morretes	Tequila	
	Média Público	Média Público	Média Público	
Sinalização turística	10,0	8,7	9,4	9,3
Centro de atendimento/ informação ao turista				
Espaço para eventos				
Capacidade dos meios de hospedagem				
Capacidade do turismo receptivo				
Estrutura de qualificação para o turismo				
Infraestrutura turística				
Capacidade dos restaurantes				

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

Nesta dimensão, nota-se no apêndice 3.1, o município de Morretes com nota inferior, sendo a nota aferida a espaço de eventos e capacidade de meios de hospedagem.

Os serviços de Equipamentos turísticos são parte fundamental para a composição da oferta turística uma vez que são indispensáveis para atender aos visitantes suprindo suas necessidades imediatas em um destino como: produtos alimentícios, serviços de receptivo, acolhida, informações turísticas, sinalização turística, alojamentos, restaurantes entre outros.

Para Barretto, Burgos e Frenkel (2003, p.36) “o planejamento racional do turismo implica na existência de políticas públicas de saneamento, saúde, transporte, de proteção ao consumidor, de distribuição de renda”.

Como já destacado, os destinos de Bento Gonçalves e Tequila são destinos turisticamente consolidados não havendo por parte dos gestores públicos carência nestas variáveis como ocorre onde os equipamentos atuais não estão conseguindo atender a demanda existente de acordo com o respondente.

Seguindo as dimensões propostas neste estudo, a tabela 12 apresenta a média das respostas dos gestores públicos quando a Oferta de Atrativos turísticos.

**TABELA 12 - MÉDIA SETOR PÚBLICO - OFERTA DE ATRATIVOS TURÍSTICOS**

MÉDIAS SOBRE O GRAU DE IMPORTÂNCIA - PÚBLICO				
4	Oferta de atrativos turísticos			Média Geral
Variáveis analisadas	Bento Gonçalves	Morretes	Tequila	
	Média Público	Média Público	Média Público	
Atrativos naturais	9,7	9,5	8,5	9,2
Atrativos culturais				
Eventos programados				
Realizações técnicas, científicas e artísticas				
Diversidade de atrativos e equipamentos de lazer				
Contar com um atrativo turístico simbólico				
Contar com atrativos turísticos diferenciados				
Serviços turísticos que garantam sua comercialização no próprio atrativo				
Serviços de assistência e segurança				

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

Conforme exposto, a média geral dos gestores para esta dimensão apresentou uma nota 9,2 tendo o destino Tequila apresentado média inferior aos demais devido a baixa nota atribuída a “atrativos naturais” e “atrativos culturais”, conforme apêndice 2.1, o que seria de acordo com a SECTUR (2013) são principais atrativos turísticos do país.

Para que haja turismo, é necessário basicamente uma demanda, a oferta e o destino turístico. A demanda é caracterizada pelos “consumidores” do turismo, ou seja, as pessoas que irão compor o fluxo de visitantes de determinada região. A oferta turística é caracterizada pelo conjunto de elementos que formam um produto turístico, estes elementos se analisados de forma isolados podem não possuir valor turísticos, porém quando relacionados são fundamentais para o desenvolvimento da atividade.

O Marketing do Destino que é a dimensão proposta para avaliar as ações de divulgação e promoção do destino, apresentada na tabela 13 traz a média geral das respostas do setor privado de 9,3.

**TABELA 13 - MÉDIA SETOR PÚBLICO – MARKETING DO DESTINO**

MÉDIAS SOBRE O GRAU DE IMPORTÂNCIA - PÚBLICO				
5	Marketing do destino			Média Geral
Variáveis analisadas	Bento Gonçalves	Morretes	Tequila	
	Média Público	Média Público	Média Público	
Plano de marketing	9,9	9,8	8,2	9,3
Roteirização e promoção Regional				
Participação em feiras e eventos				
Promoção do destino				
Outras estratégias de promoção digital				
Diversificação de produtos turísticos				
Apoio à comercialização regional de forma integrada				
Portal de Internet				
Marca turística bem definida /Marca Pueblos				

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

Destaca-se que o destino Tequila a menor média devido ao fato de atribuir nota 07 à variável “diversidade de produtos turísticos” conforme apêndice 2.1, porém o destino Tequila conta com uma ampla diversidade de produto além da bebida homônima, há o patrimônio histórico edificado, a gastronomia, festas e tradições culturais além de atrativos naturais presentes na região (SECTUR, 2013).

O Destino Bento Gonçalves de acordo com apêndice 1.1, atribui menor nota ao apoio a “comercialização de forma integrada” mesmo pertencendo a uma região comercializada de forma integrada conforme afirma AtuaSerra (2017), o que demonstra que ações efetivas de integração não estão sendo concretizadas de acordo com os gestores públicos, assim como o destino Morretes que de acordo com o apêndice 3.1, além desta variável deixou sem respostas inúmeras outras, como “Plano de Marketing”, “promoção regional”, “promoção do destino”, demonstrando a carência do município quando a divulgação e também de união com agentes regionais para comercialização integrada demonstrando que não há uma articulação regional estruturada no destino.

Esta integração é muito importante principalmente para os destinos que não são Capitais e encontram-se em regiões próximas às grandes capitais. De acordo com o Mtur (2014) destinos turísticos consolidados ou emergentes estão buscando o desenvolvimento local de forma integrada, regional, garantindo a diversificação da oferta, atração de mais visitantes, aumento da demanda e uma variedade maior de produtos disponíveis aos visitantes.

Entre estas ações estão os programas de integração de roteiros, destinos e regiões turísticas, que visam o melhor aproveitamento de seus potenciais e

particularidades e com a união dos atrativos possibilitam a criação de novos produtos capazes de atrair um maior número de turistas para uma determinada região (MTUR, 2004).

A tabela 14 traz a média das respostas dos gestores públicos quanto a dimensão de Políticas Públicas / Governança / Cooperação / Investimento / Planejamento.

**TABELA 14 - MÉDIA SETOR PÚBLICO – POLÍTICAS PÚBLICAS/ GOVERNANÇA/ COOPERAÇÃO/ INVESTIMENTO/ PLANEJAMENTO.**

MÉDIAS SOBRE O GRAU DE IMPORTÂNCIA - PÚBLICO				
6	Políticas Públicas / Governança / Cooperação / Investimento / Planejamento			Média Geral
Variáveis analisadas	Bento Gonçalves Média Público	Morretes Média Público	Tequila Média Público	
Grau de cooperação com o governo Estadual	9,5	10,0	8,9	9,5
Grau de cooperação com o governo Federal				
Grau de cooperação público-privada.				
Governança / Comité turístico “Pueblo Mágico”				
Projetos de cooperação regional				
Planejamento turístico regional				
Investimento público Estadual gerado a partir do Programa Pueblos Mágicos / Investimento público regional em Turismo.				
Investimento Federal gerado a partir do Programa Pueblos Mágicos / Investimento público Federal em Turismo				
Planos de desenvolvimento municipal				
Planos / Programas de Desenvolvimento Turístico Municipal				
Legislação de preservação do patrimônio turístico.				

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

Nota-se que o destino Tequila, conforme apêndice 2.1, também apresenta média inferior aos demais, isso ocorre pois foram atribuídas notas 0,7 à “Grau de Cooperação com Governo Estadual e Federal” demonstrando uma necessidade de melhorar a relação entre os agentes públicos. O destino Morretes, de acordo com o apêndice 3.1, mesmo com média 10,0 deixou de responder 08 das 11 variáveis presentes nesta dimensão, não atribuindo notas à “grau de cooperação público-privada”, “grau de cooperação com o Governo Federal”, “Planejamento turístico regional”, “projetos de cooperação regional” entre outros, o que pode demonstrar a falta de interesse e despreparo do destino quanto às políticas públicas de regionalização do turismo.

O principal objetivo das políticas de turismo deverá estar pautado na definição de como o turismo pretende ser desenvolvido e qual a direção tomar para atingir este desenvolvimento, além da orientação para todos os interessados no setor, facilitando o consenso nas estratégias e objetivos para aplicação de tais políticas em um destino. Estas políticas deverão ainda “dialogar” com a sociedade civil, esclarecendo e direcionando a responsabilidade de cada indivíduo (agentes de desenvolvimento do turismo local) permitindo que o turismo estabeleça relações diretas com outros setores da economia local. (GOELDNER, RITCHIE e MCINTOSH, 2002, p. 295).

Percebe-se que o desenvolvimento turístico assim como a elaboração de políticas para o turismo, deverão considerar fatores como o planejamento, a sustentabilidade, a integração e a atuação dos agentes de desenvolvimento do turismo assim como o envolvimento de entidades privadas, do terceiro setor, da sociedade civil organizada e das instituições públicas e/ou órgãos responsáveis pelo turismo que buscam o desenvolvimento local e regional através do turismo (FONTES E FERREIRA, 2013).

O monitoramento da atividade é o que dará condições de verificar o que precisa ser melhorado, ajustado, alterado e até mesmo excluído dentro de um processo de desenvolvimento do turismo através de programas de grande abrangência territorial.

O sistema de monitoramento da atividade turísticas nos municípios foi uma das dimensões presentes na análise, é uma ferramenta capaz de medir os impactos da atividade turística nas localidades.

A tabela 15 mostra a média geral dos respondentes públicos para esta dimensão.

**TABELA 15 - MÉDIA SETOR PÚBLICO - MONITORAMENTO**

MÉDIAS SOBRE O GRAU DE IMPORTÂNCIA - PÚBLICO				
7	Monitoramento			Média Geral
Variáveis analisadas	Bento Gonçalves	Morretes	Tequila	
	Média Público	Média Público	Média Público	
Pesquisas de demanda	10,0	10,0	9,0	9,7
Pesquisas de oferta				
Sistema de estatísticas do turismo				
Medição dos impactos da atividade turística				
Setor específico de estudos e pesquisas				

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

A média das respostas dos gestores públicos para esta dimensão foi de 9,7 sendo considerada muito importante para os destinos de acordo com os respondentes.

No caso do destino Morretes a nota 10,0 se deu pelo fato de a única variável respondida considerada nota 10,0 foi “pesquisa da oferta”, as demais variáveis não foram respondidas pelo entrevistado que pode ser observado no apêndice 3.1. O apêndice 2.1 mostra que as menores notas atribuídas às dimensões “Pesquisa da Oferta” e “Setor de estudo e pesquisa” no destino Tequila foram de 08, sendo ambos fundamentais para o controle do turismo em uma localidade.

De acordo com Fontes e Ferreira (2013, p. 164) “se conduzido e monitorado por uma gestão com respaldo nos princípios da eficiência, os benefícios gerados pelo turismo podem ser otimizados, estimulando, assim, um possível desenvolvimento socioeconômico do destino e das pessoas que lidam diretamente com essa atividade”.

Os aspectos econômicos em destinos turísticos devem estar entre os principais objetivos do planejamento e gestão, pois esta dimensão poderá analisar e avaliar o impacto da atividade turística na economia local, através da geração de empregos, apoio às empresas locais, entre outras. A tabela 16 apresenta a média geral das respostas do setor público.

**TABELA 16 - MÉDIA SETOR PÚBLICO - ASPECTOS ECONÔMICOS**

MÉDIAS SOBRE O GRAU DE IMPORTÂNCIA - PÚBLICO				
8	Aspectos Economicos			Média Geral
Variáveis analisadas	Bento Gonçalves	Morretes	Tequila	
	Média Público	Média Público	Média Público	
Aspectos da economia local	9,9	10,0	8,4	9,4
Infraestrutura e facilidade para negócios				
Empreendimentos ou eventos alavancadores.				
Capacidade de qualificação de mão de obra local				
Capacidade de aproveitamento de mão de obra local				
Presença de grupos nacionais do setor turístico				
Presença de grupos internacionais do setor de				
Concorrência com outros destinos e barreiras de				
Geração de negócios e empreendedorismo				
Investimento privado para o desenvolvimento turístico cultural				
Investimento privado local para o desenvolvimento turístico rural, natural e outras formas de turismo				
Empregos diretos gerados pelo turístico				
Empregos indiretos gerados pelo turismo				
Programas de apoio às empresas locais				
Programas de capacitação para fomentar o desenvolvimento de novas empresas.				
Diagnósticos das atividades econômicas atualizados				

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

A média geral do setor público atribuída a esta dimensão foi de 9,4, porém alguns pontos se tornam relevantes na observação desta dimensão. Observa-se que os destinos analisados, de acordo com as respostas coletadas, não deram a devida atenção a aspectos importantes para o desenvolvimento da localidade através do turismo como: “Empregos indiretos gerados através do turismo”; “capacidade de qualificação da mão de obra local”; “programas de apoio à empresas locais”; “geração de negócios e empreendedorismo”. O destino Morretes completou apenas 8 das 16 variáveis constantes nesta dimensão que pode ser observado no apêndice 3.1.

A atividade turística converteu-se em sinônimo de desenvolvimento econômico, possibilidade de crescimento e melhoria da qualidade de vida através de empregos e geração de renda, aproveitamento das potencialidades locais, a integração dos valores e costumes locais com as necessidades e expectativas dos visitantes e ainda no desenvolvimento cultural, social, ambiental e político (GALDINO e DA COSTA, 2011; ESTEVÃO e NUNES, 2015; LOPES, MAIA E BOUBETA, 2010).

Os aspectos sociais aparecem na sequencia deste estudo, considerada também muito importante para o desenvolvimento do turismo de forma inclusiva e sustentável. As médias gerais das respostas do setor público são apresentadas na tabela 17.

**TABELA 17 - MÉDIA SETOR PÚBLICO - ASPECTOS SOCIAIS**

MÉDIAS SOBRE O GRAU DE IMPORTÂNCIA - PÚBLICO				
9	Aspectos Sociais			Média Geral
Variáveis analisadas	Bento Gonçalves	Morretes	Tequila	
	Média Público	Média Público	Média Público	
Acesso à educação	9,6	10,0	8,2	9,3
Política de prevenção à exploração sexual infanto-juvenil				
Uso de atrativos e equipamentos turísticos pela população local				
Participação cidadã				
Sensibilização e participação da população local na atividade turística.				

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

Nesta dimensão a média geral atribuída pelos gestores públicos foi de 9,3 sendo o destino Tequila com a média inferior aos demais.

Esta dimensão apresenta uma das variáveis mais importantes no processo de desenvolvimento de um destino turístico que é a sensibilização e participação da população local na atividade turística, pois este é o início da inclusão, da informação para o desenvolvimento.

De acordo com as respostas contidas no apêndice 1.1, o destino Bento Gonçalves não considera extremamente importante o “uso de atrativos e equipamentos turísticos pela população local” assim como o destino Tequila que também atribui nota inferior à variável “participação cidadã”.

No desenvolvimento do turismo deve ser considerado de forma primordial os aspectos sociais, conforme afirma Silva (2003, p. 09) “o desenvolvimento deve ser visto no seu sentido amplo, valorizando o crescimento com efetiva distribuição de renda, com superação significativa dos problemas sociais sem comprometimento ambiental, o que só pode ocorrer com profundas mudanças nas estruturas e processos econômicos, sociais, políticos e culturais de uma dada sociedade”.

Os Aspectos ambientais complementam esta análise não podendo desconsiderar a relação dos impactos ambientais da atividade turística e os recursos

não renováveis. A média das respostas dos gestores públicos para os aspectos ambientais são apresentados na tabela 18.

**TABELA 18 - MÉDIA SETOR PÚBLICO - ASPECTOS AMBIENTAIS**

MÉDIAS SOBRE O GRAU DE IMPORTÂNCIA - PÚBLICO				
10	Aspectos Ambientais			Média Geral
Variáveis analisadas	Bento Gonçalves	Morretes	Tequila	
	Média Público	Média Público	Média Público	
Legislação municipal de meio ambiente / Aplicação das normas ambientais	10,0	10,0	8,5	9,5
Controle de capacidade de carga				
Atividades em curso potencialmente poluidoras				
Rede pública de distribuição de água				
Rede pública de coleta e tratamento de esgoto				
Coleta e destinação pública de resíduos				
Preservação do Patrimônio Natural e Unidades de Conservação no município				
Premiações Nacionais e/ou Internacionais				
Agenda 21				

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

Mesmo sendo considerado por todos os respondentes como uma dimensão de grande importância, muitas variáveis não foram respondidas como no caso do destino Morretes, como pode ser observado no anexo 3.1, forma respondidas apenas 03 das 09 variáveis constantes nesta dimensão. O destino Morretes é considerado uma cidade histórica com patrimônio histórico edificado e muitos atrativos naturais, porém não considerou como importante a “preservação do patrimônio histórico natural e unidades de conservação no município”. O destino Tequila também não respondeu à esta variável mesmo sendo um destino repleto de atrativos naturais e histórico incluindo a paisagem Agavero considerada pela UNESCO patrimônio da humanidade.

Para Ansarah (2001, p. 30) a proteção do meio ambiente e o êxito do desenvolvimento turístico são inseparáveis.

Ao relacionar o desenvolvimento da atividade turística com a exploração dos recursos naturais e a proteção ao meio ambiente, Petrocchi (1998, p.59) defende que desenvolvimento sustentável do turismo é garantir a qualidade de vida afirmando que “garantir a qualidade de vida é a única maneira de garantir a sobrevivência do turismo como atividade econômica e com visão de longo prazo”.

Por fim, entre as dimensões propostas para este estudo estão os aspectos culturais, outro importante elemento, principalmente nos destinos selecionados para

este estudo, que apresentam a cultura como um dos pilares para o desenvolvimento do turismo através da história local, experiência turística, gastronomia, arquitetura entre outros.

A tabela 19 traz as médias das respostas dos gestores públicos para os Aspectos Culturais.

**TABELA 19 - MÉDIA SETOR PÚBLICO - ASPECTOS CULTURAIS**

MÉDIAS SOBRE O GRAU DE IMPORTÂNCIA - PÚBLICO				
11	Aspecto Culturais			Média Geral
Variáveis analisadas	Bento Gonçalves	Morretes	Tequila	
	Média Público	Média Público	Média Público	
Produção cultural associada ao turismo	10,0	10,0	8,4	9,5
Preservação do patrimônio histórico e cultural / Tangível e Intangível.				
Estrutura municipal de apoio à cultura				
Controle de capacidade de carga				
Programas para promoção de atividades artísticas e culturais				
Participação de associações civís local na conservação do Patrimônio Histórico				
Inventário dos espaços culturais				
Encanto / Magia da localidade				
Declaratoria de Zonas de Monumentos Históricos				

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

Nesta dimensão a média geral dos respondentes ficou em 9,5. O destino de Bento Gonçalves obteve média 10,0 pois atribui a mesma nota à todas as variáveis de acordo com o apêndice 1.1.

O destino Morretes obteve a mesma média 10,0, porém isso se deu porque foi respondida apenas 01 (Encanto/Magia da Localidade), das 09 variáveis apresentadas no questionário conforme mostra o apêndice 3.1, mesmo sendo um destino histórico cultural conhecido regionalmente pela arquitetura história e a gastronomia, absteve-se ainda em ponderar a “Estrutura municipal de apoio à cultura”.

De acordo com o apêndice 2.1, o destino Tequila atribuiu nota 05 à “Controle de Capacidade de Carga” o que gerou uma média de 8,4. Tal atribuição reafirma a falta de consciência e importância de ações que visem o desenvolvimento do turismo de forma sustentável pois na dimensão anteriormente apresentada, Tequila também não atribuiu nota a “Preservação do Patrimônio Natural e Unidades de Conservação”.

Considera-se que o turismo e o desenvolvimento se relacionam desde o enfoque de planejamento à execução das ações, uma vez que o turismo pode ser compreendido como um dos pilares capazes de promover o desenvolvimento, gerando impactos positivos e minimizando os impactos negativos na sociedade onde ocorre através da geração de renda, valorização da cultura, conservação do patrimônio entre outros (MTUR, 2015; SECTUR, 2013).

Para Ansarah (2001, p. 30), o turismo deve ser estudado e direcionado para o desenvolvimento sustentável, sendo o conceito eficaz para alcançar metas de desenvolvimento sem esgotar os recursos naturais e culturais nem deteriorar o meio ambiente.

O segundo objetivo específico proposto neste estudo, pretende analisar a percepção da iniciativa privada sobre a importância de indicadores para avaliar efeitos de políticas públicas em destinos turísticos. Desta forma, apresentar-se-á a análise das 11 dimensões e suas variáveis de acordo com os dados coletados com as médias gerais dos agentes privados de cada destino.

Assim, a tabela 20 apresenta a média geral dos agentes privados quando a dimensão Infraestrutura e Serviços urbanos.

**TABELA 20 - MÉDIA AGENTES PRIVADOS - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS URBANOS**

MÉDIAS SOBRE O GRAU DE IMPORTÂNCIA - PRIVADO				
1	Infraestrutura e serviços urbanos			Média Geral
Variáveis analisadas	Bento Gonçalves Média Privado	Morretes Média Privado	Tequila Média Privado	
Infraestrutura de comunicação	9,2	8,5	7,9	8,5
Capacidade de atendimento médico para o turista no destino				
Fornecimento de energia elétrica				
Estrutura urbana nas áreas turísticas				
Serviço de proteção ao turista				
Grau de profissionalização das equipes de segurança				
Equipamentos de segurança				

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

A média geral para esta dimensão totalizou 8,5 sendo Bento Gonçalves com a maior média, entre os respondentes. Dois 03 respondentes da iniciativa privada, 02 assinalaram a maioria das variáveis conforme apêndices 1.2, 1.3 e 1.4. O destino Morretes contou com 04 respondentes da iniciativa privada dos quais 02 responderam todas as variáveis, 01 não respondeu nenhuma delas, e outro entrevistado assinalou apenas 02 das 07 variáveis existentes nesta dimensão, não

atribuindo notas a “serviço de proteção ao turista”, “capacidade de atendimento médico para o turista” entre outros de acordo o apresentado nos apêndices 3.2, 3.3, 3.4 e 3.5. Pontos estes fundamentais para a composição de uma infraestrutura adequada, com isso a média geral do destino Morretes ficou em 8,5.

Já o destino Tequila, de acordo com o apêndice 2.2 a teve todas as variáveis respondidas, atribuindo menor nota à “Capacidade de atendimento médico para o turismo” seguindo das variáveis relacionadas à segurança, com isso a média geral do destino ficou em 7,9.

Nesta variável os entrevistados da iniciativa privada não responderam questões básicas da infraestrutura, diferentemente do que ocorreu com os gestores públicos visto que muito desta infraestrutura cabe ao poder público a responsabilidade conforme destaca Barretto, Burgos e Frenkel (2003, p.33) ao afirmar que:

Cabe ao Estado construir a infraestrutura de acesso e a infraestrutura básica urbana – que também atende a população local – e prover de uma superestrutura jurídico-administrativa (secretarias e similares) cujo papel é planejar e controlar que os investimentos que o estado realiza – que permitem o desenvolvimento da iniciativa privada, encarregada de construir os equipamentos e prestar os serviços – retornem na forma de benefícios para toda a sociedade”.

Percebe-se o desconhecimento da iniciativa privada quanto a importância da dimensão infraestrutura, mesmo sendo gerida pelo poder público a infraestrutura é componente do produto turístico, conforme destaca Ignarra (2003), Infraestrutura e equipamentos: Trata-se de coleta de lixo, tratamento de esgoto, energia elétrica, terminais de passageiros, segurança pública serviços bancários, de saúde, entre outros.

A média geral da dimensão Acesso respondida pelos agentes da iniciativa privada é apresentada na tabela 21.

**TABELA 21 - MÉDIA AGENTES PRIVADOS - ACESSO**

MÉDIAS SOBRE O GRAU DE IMPORTÂNCIA - PRIVADO				
2	Acesso			Média Geral
Variáveis analisadas	Bento Gonçalves	Morretes	Tequila	
	Média Privado	Média Privado	Média Privado	
Acesso aéreo	8,6	7,6	9,0	8,4
Acesso rodoviário				
Acesso aquaviário				
Acesso ferroviário				
Sistema de transporte no destino				
Proximidade do destino a grandes polos emissivos de turistas.				

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

Nesta dimensão a média geral foi de 8,4. Os respondentes de Bento Gonçalves de acordo com os apêndices 1.2, 1.3 e 1.4 atribuíram notas de 07 a 10 para as variáveis apresentadas ficando com média de 9,0. Já no destino Morretes a média geral ficou em 7,6 pois de conforme consta dos apêndices 3.2 e 3.5, os respondentes não consideraram importante o acesso aéreo, ou seja, a existência de um aeroporto de grande porte próximo ao destino, assim como, ainda e acordo com o apêndice 3.2, o respondente considerou pouco importante a proximidade do destino Morretes com grandes polos emissivos de turistas.

A iniciativa privada do destino Tequila considera muito importante a dimensão Acesso obtendo média 9,0 porém, de acordo com o apêndice 2.2, não considerou o acesso aéreo e o aquaviário em suas respostas sendo que, o destino Tequila beneficia-se diretamente da proximidade com o aeroporto de Guadalajara.

O acesso é peça fundamental para o bom funcionamento e desenvolvimento do turismo desde o início da atividade quando o turismo teve grande crescimento após a evolução dos transportes pois o crescimento e a organização do turismo intensificaram após a revolução industrial, aliada ao início das inovações tecnológicas e dos meios de transportes que possibilitou as viagens de maior número de pessoas com desejo de vivenciar novas experiências, sensações e lazer, dando início ao “turismo de massa” (BOULLÓN, 1993; IGNARRA, 2003).

Na sequência do questionário utilizado para coleta de dados, obteve-se a média geral dos agentes privados quanto a dimensão Serviços e equipamentos turísticos, apresentados na tabela 22

**TABELA 22 - MÉDIA AGENTES PRIVADOS - SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS**

MÉDIAS SOBRE O GRAU DE IMPORTÂNCIA - PRIVADO				
3	Serviços e equipamentos turísticos			Média Geral
Variáveis analisadas	Bento Gonçalves	Morretes	Tequila	
	Média Privado	Média Privado	Média Privado	
Sinalização turística	9,4	9,4	8,4	9,1
Centro de atendimento/ informação ao turista				
Espaço para eventos				
Capacidade dos meios de hospedagem				
Capacidade do turismo receptivo				
Estrutura de qualificação para o turismo				
Infraestrutura turística				
Capacidade dos restaurantes				

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

Esta dimensão apresentou média geral da iniciativa privado de 9,1. No destino Morretes, percebe-se as menos notas atribuídas a “Espaço para Eventos” e “Capacidade dos restaurantes” que coincide com as respostas do poder público local. Da mesma forma o destino Tequila atribui as menores notas à “Capacidade dos restaurantes e infraestrutura turística”.

Com isso percebe-se a falta de compreensão da iniciativa privada quanto ao seu papel no desenvolvimento do turismo, pois o que foi sinalizado como menos importante é exatamente o que cabe a iniciativa privada. O Mtur (2015, p. 62) coaduna com tal afirmação ao destacar que enquanto a infraestrutura é fornecida, na maioria das vezes pelo setor público, os serviços turísticos normalmente são atividades oferecidas pelo setor privado, uma vez que é o elemento gerador de lucro de um destino turístico. Destacando o papel que cabe a iniciativa privada local.

A tabela 23 apresenta a média das notas atribuídas pela iniciativa privada referente aa oferta de atrativos turísticos.

**TABELA 23 - MÉDIA AGENTES PRIVADOS - OFERTA DE ATRATIVOS TURÍSTICOS**

MÉDIAS SOBRE O GRAU DE IMPORTÂNCIA - PRIVADO				
4	Oferta de atrativos turísticos			Média Geral
Variáveis analisadas	Bento Gonçalves	Morretes	Tequila	
	Média Privado	Média Privado	Média Privado	
Atrativos naturais	9,2	9,2	8,8	9,1
Atrativos culturais				
Eventos programados				
Realizações técnicas, científicas e artísticas				
Diversidade de atrativos e equipamentos de lazer				
Contar com um atrativo turístico simbólico				
Contar com atrativos turísticos diferenciados				
Serviços turísticos que garantam sua comercialização no próprio atrativo				
Serviços de assistência e segurança				

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

A média geral entre os respondentes foi de 9,1. O destino Bento Gonçalves obteve as menores notas atribuídas à essa dimensão destacando “Atrativos Culturais”; “Contar com atrativos diferenciados”; “serviços de assistência e segurança”. O destino Tequila atribuiu a menor nota à variável “Realizações técnicas, científicas e artísticas”. Já o que se percebe no destino Morretes é a falta de conexão entre os atores públicos e privados. Morretes destaca-se na região pelo passeio de trem que liga Curitiba ao Litoral passando pelo município, sendo seu diferencial. O barreado é outro destaque como a comida típica local e as variáveis destacadas no destino como menos importantes foram: “Contar com um atrativo turístico simbólico”; “Contar com atrativos turísticos diferenciados”; “Serviços turísticos que garantam sua comercialização no próprio atrativo”.

A importância de se conhecer a oferta turística que a localidade possui e relaciona-la com a demanda existente é fundamental para o desenvolvimento do turismo. Boullón (2002) ao afirmar que no processo de planejamento de um destino turístico assim como na formatação de um novo produto, busca-se aliar a oferta de atrativos disponíveis com a demanda turística (que quantifica o número de turistas e seus gastos) ela é um dos principais fatores relacionados ao desenvolvimento do turismo. Para o autor a demanda pode ser medida pelo total de turistas em um centro turístico ou atrativo e também os gastos que estes turistas realizam nesta região, seus impactos podem ser mensurados através da análise dos diferentes

tipos de demanda que o autor define como: real, turista real-potencial, histórica, futura e potencial.

As médias gerais dos agentes privados referentes ao Marketing do destino podem ser observadas na tabela 24.

**TABELA 24 - MÉDIA AGENTES PRIVADOS - MARKETING DO DESTINO**

MÉDIAS SOBRE O GRAU DE IMPORTÂNCIA - PRIVADO				
5	Marketing do destino			Média Geral
Variáveis analisadas	Bento Gonçalves	Morretes	Tequila	
	Média Privado	Média Privado	Média Privado	
Plano de marketing	8,8	9,9	8,9	9,2
Roteirização e promoção Regional				
Participação em feiras e eventos				
Promoção do destino				
Outras estratégias de promoção digital				
Diversificação de produtos turísticos				
Apoio à comercialização regional de forma integrada				
Portal de Internet				
Marca turística bem definida /Marca Pueblos Mágicos				

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

A média geral para a dimensão Marketing do destino foi de 9,2 entre os respondentes.

Os atores da iniciativa privada de Bento Gonçalves atribuíram as menores notas à “Participação e feiras e eventos” e ainda “Apoio a comercialização regional de forma integrada” igualmente atribuída como menor nota na resposta dos gestores públicos em sua análise. Entre os atores do destino Morretes as menores notas concentraram-se nas variáveis “Marca Turística” e “Participação em Feiras e Eventos”, ressalta-se que no destino Morretes a Associação responsável pela integração dos agentes públicos e privados para a comercialização do destino de forma integrada/regional absteve-se de responder 08 das 09 variáveis desta dimensão, atribuindo nota 09 apenas para “Marca Turística” conforme apêndice 1.2.

No destino Tequila, as menores notas foram atribuídas à “Outras Estratégias de Promoção Digital” e também a “diversificação de produtos turísticos” de acordo com apêndice 2.1.

Para o Mtur (2015, p.65) as estratégias de marketing tornam-se cada vez mais importantes para as organizações do turismo, que precisam aumentar seus esforços para manter e ampliar a fatia de mercado, assim como para os destinos turísticos.

Não cabe apenas ao poder público a divulgação e o marketing dos destinos, de acordo com Pinto dos Santos (2014. p.72) todos os elementos de um destino

precisam estar organizados em torno de um trabalho continuado de comunicação e imagem, já que a oferta no destino deve estar estruturada para cativar turistas menos envolvidos nas suas atrações e produtos, ganhando especial relevância a sua gestão estratégica, que deve envolver os agentes públicos e privados direta e/ou indiretamente ligados ao setor do turismo.

No que tange o mercado turístico como fator de decisão de escolha dos visitantes (compra), os destinos turísticos passam a adotar estratégias de marketing e posicionamento cada vez mais direcionados à sua demanda buscando tornarem-se diferenciados, ou seja, mais atraentes e competitivos. (BENI, 2002; DOMARESKI-RUIZ e GÂNDARA, 2014).

Quanto as médias gerais dos agentes privados atribuídas às Políticas Públicas, Governança, Cooperação, Investimento e Planejamento, são apresentadas na tabela 25.

**TABELA 25 - MÉDIA AGENTES PRIVADOS - POLÍTICAS PÚBLICAS, GOVERNANÇA, COOPERAÇÃO, INVESTIMENTO E PLANEJAMENTO**

MÉDIAS SOBRE O GRAU DE IMPORTÂNCIA - PRIVADO				
6	Políticas Públicas / Governança / Cooperação / Investimento / Planejamento			Média Geral
Variáveis analisadas	Bento Gonçalves Média Privado	Morretes Média Privado	Tequila Média Privado	
Grau de cooperação com o governo Estadual	8,6	9,4	8,4	8,8
Grau de cooperação com o governo Federal				
Grau de cooperação público-privada.				
Governança / Comité turístico "Pueblo Mágico"				
Projetos de cooperação regional				
Planejamento turístico regional				
Investimento público Estadual gerado a partir do Programa Pueblos Mágicos / Investimento público regional em Turismo.				
Inverstimento Federal gerado a partir do Programa Pueblos Mágicos / Investimento público Federal em Turismo				
Planos de desenvolvimento municipal				
Planos / Programas de Desenvolvimento Turístico Municipal				
Legislação de preservação do patrimônio turístico.				

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

A média geral das respostas pela iniciativa privada para esta dimensão foi de 8,8, sendo a menor média atribuída ao do destino Tequila, seguido do destino Bento Gonçalves. No primeiro, as variáveis com menores notas foram o "Grau de

Cooperação com os governos Federal e Estadual” assim como em Bento Gonçalves que também obteve notas menores nos “Investimentos público Federal e Estadual em turismo”.

Desta forma nota-se a falta de integração entre os agentes públicos e privados, principalmente em instâncias superiores como governo Federal e Estadual ao ponto de os respondentes não considerarem importante esta integração no processo de políticas públicas, planejamento e cooperação.

Para Gândara (2004) os destinos turísticos deverão transformar-se em unidades integradas de planejamento e gestão, reunindo diversas instituições e órgãos administrativos relacionados ao turismo para a avaliação, planejamento e execução das decisões estratégicas para o desenvolvimento de uma localidade.

O principal objetivo das políticas de turismo deverá estar pautado na definição de como o turismo pretende ser desenvolvido e qual a direção tomar para atingir este desenvolvimento, além da orientação para todos os interessados no setor, facilitando o consenso nas estratégias e objetivos para aplicação de tais políticas em um destino. Estas políticas deverão ainda “dialogar” com a sociedade civil, esclarecendo e direcionando a responsabilidade de cada indivíduo (agentes de desenvolvimento do turismo local) permitindo que o turismo estabeleça relações diretas com outros setores da economia local. (GOELDNER, RITCHIE e MCINTOSH, 2002, p. 295).

A dimensão Monitoramento também foi avaliada pelos agentes privados dos destinos e as médias serão apresentadas na tabela 26.

**TABELA 26 - MÉDIA AGENTES PRIVADOS – MONITORAMENTO**

MÉDIAS SOBRE O GRAU DE IMPORTÂNCIA - PRIVADO				
7	Monitoramento			Média Geral
Variáveis analisadas	Bento Gonçalves	Morretes	Tequila	
	Média Privado	Média Privado	Média Privado	
Pesquisas de demanda	8,3	10,0	8,0	8,8
Pesquisas de oferta				
Sistema de estatísticas do turismo				
Medição dos impactos da atividade turística				
Setor específico de estudos e pesquisas				

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

A média geral dos agentes públicos foi de 8,8. Em Bento Gonçalves, os respondentes destacam baixo grau de importância para “pesquisa de demanda”;

“pesquisas de oferta”, assim como “Setor específico de estudos e pesquisa” não aparecem como importantes para tais entrevistados.

O destino Tequila atribui nota 08 à todas as variáveis presentes nesta dimensão e dos 04 agentes da iniciativa privada no destino Morretes, 02 não responderam nenhuma variável conforme apêndices 3.3 e 3.5, 01 respondente citou apenas “Sistema de Estatística do turismo”, como importante de acordo com apêndice 3.2, porém para que um bom sistema de monitoramento de resultados os dados das demais variáveis são fundamentais. Outro respondente de Morretes atribuiu nota 10 à todas, de forma que o destino atingiu média 10,0 o que pode não condizer com a realidade local.

O monitoramento das atividades turísticas é essencial para sua continuidade e planejamento, saber de onde vem os turistas, para onde vão, quanto gastam e o que consomem podem determinar novas ações e direcionamento mais correto de recursos, melhorias e programas. Para Dwyer e Kim (2003) o uso eficiente dos sistemas de informação pode proporcionar aos gestores as informações necessárias para a compreensão das necessidades dos clientes e adequá-las para o melhor desenvolvimento de seus produtos.

Quanto aos aspectos econômicos a tabela 27 apresenta a média geral dos agentes privados.

**TABELA 27 - MÉDIA AGENTES PRIVADOS – ASPECTOS ECONÔMICOS**

MÉDIAS SOBRE O GRAU DE IMPORTÂNCIA - PRIVADO				
8	Aspectos Economicos			Média Geral
Variáveis analisadas	Bento Gonçalves	Morretes	Tequila	
	Média Privado	Média Privado	Média Privado	
Aspectos da economia local	8,5	9,6	7,9	8,7
Infraestrutura e facilidade para negócios				
Empreendimentos ou eventos alavancadores.				
Capacidade de qualificação de mão de obra local				
Capacidade de aproveitamento de mão de obra local				
Presença de grupos nacionais do setor turístico				
Presença de grupos internacionais do setor de turístico				
Concorrência com outros destinos e barreiras de entrada que dificultem a escolha do destino				
Geração de negócios e empreendedorismo				
Investimento privado para o desenvolvimento turístico cultural				
Investimento privado local para o desenvolvimento turístico rural, natural e outras formas de turismo				
Empregos diretos gerados pelo turístico				
Empregos indiretos gerados pelo turismo				
Programas de apoio às empresas locais				
Programas de capacitação para fomentar o desenvolvimento de novas empresas.				
Diagnósticos das atividades económicas atualizados				

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

A média geral da dimensão de acordo com as respostas dos agentes da iniciativa privada foi de 8,7.

Através da análise desta dimensão é possível notar a falta de compreensão dos agentes privados para com as variáveis apresentadas. No destino Bento Gonçalves consideram pouco importante a “capacidade de aproveitamento da mão de obra local”; “investimento privado para o desenvolvimento turístico cultural”; e “diagnóstico da atividade turística”.

No destino Morretes, o Curitiba Região e Litoral *Convention & Visitours Bureau* (apêndice 3.3) não considerou como importante os “empreendimentos e eventos alavancadores”; “infraestrutura e facilidade de negócios”, assim como os demais respondentes privados de Morretes não atribuíram importância à “Programas de apoio às empresas locais”; e “geração de negócios e empreendedorismo”.

Da mesma forma, o destino Tequila que de acordo com suas respostas, destaca pouca importância para a variável “empregos diretos gerados pelo turismo”.

O desenvolvimento do turismo está ligado entre outros fatores ao desenvolvimento econômico de um destino, assim, todos os agentes (públicos e privados) assim como a população local deverão estar em sintonia com as ações, projetos, políticas públicas para que haja a interação e integração dos serviços e produtos melhorando também a qualidade de vida dos moradores locais.

Vasconcellos e Garcia (1998, p. 205) destacam que o desenvolvimento deverá incluir “as alterações da composição do produto e a alocação de recursos pelos diferentes setores da economia, de forma a melhorar os indicadores de bem-estar econômico e social (pobreza, desemprego, desigualdade, condições de saúde, alimentação, educação e moradia)”.

O processo de desenvolvimento independente de onde ele ocorra, deverá focar seus resultados no crescimento econômico acompanhado de melhoria na qualidade de vida da população e ainda deve ser encarado como um processo complexo de mudanças e transformações de ordem econômica, política e, principalmente, humana e social.

Segundo o Mtur (2007, p.15) o turismo, para ter garantia de sucesso como atividade econômica, depende de um planejamento estratégico realizado de forma integrada e participativa e que ofereça os meios adequados para sua implementação e administração.

Considerando a dimensão dos Aspectos Sociais, a tabela 28 apresenta a média geral dos respondentes da iniciativa privada.

**TABELA 28 - MÉDIA AGENTES PRIVADOS – ASPECTOS SOCIAIS**

MÉDIAS SOBRE O GRAU DE IMPORTÂNCIA - PRIVADO				
9	Aspectos Sociais			Média Geral
Variáveis analisadas	Bento Gonçalves Média Privado	Morretes Média Privado	Tequila Média Privado	
Acesso à educação	7,9	8,6	7,2	7,9
Política de preservação à exploração sexual infanto-juvenil				
Uso de atrativos e equipamentos turísticos pela população local				
Participação cidadã				
Sensibilização e participação da população local na atividade turística.				

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

Nesta variável, a média geral dos respondentes foi nota 7,9. Os destinos com menores médias foram Tequila com 7,2 seguindo de Bento Gonçalves com 7,9.

O destino Tequila em suas respostas atribui pouca importância para “Participação cidadã”; e “Sensibilização e participação da população local na atividade turística” assim como Bento Gonçalves e Morretes que destacam esta mesma variável atribuindo-lhe pouca importância.

No destino Morretes apenas 02 respondentes preencheram esta dimensão, 01 completou todas as respostas (apêndice 3.4) e outro completou apenas 01 das 05 variáveis questionadas (apêndice 3.5).

A inclusão social, políticas de prevenção à exploração sexual no turismo e a participação da população local na cadeia produtiva do turismo são fatores que podem determinar o grau de desenvolvimento econômico e social de um destino. Desta forma estes critérios deverão ser levados em consideração ao analisar os aspectos sociais de um destino.

Endres (2008, p.76) afirma que O turismo é uma atividade econômica e, como tal, as possibilidades de geração de emprego e renda predominam em seu discurso. Além do mais, seus efeitos e repercussões ambientais e sociais, diferentemente de outras atividades econômicas, o colocam como uma atividade que possibilita uma maior atenção na conservação ambiental e principalmente como fator de inclusão social pela diversidade de sua cadeia produtiva.

Quanto aos aspectos ambientais, a tabela 29 traz as médias gerais atribuídas a esta dimensão pelos agentes privados.

**TABELA 29 - MÉDIA AGENTES PRIVADOS – ASPECTOS AMBIENTAIS**

MÉDIAS SOBRE O GRAU DE IMPORTÂNCIA - PRIVADO				
10	Aspectos Ambientais			Média Geral
Variáveis analisadas	Bento Gonçalves	Morretes	Tequila	
	Média Privado	Média Privado	Média Privado	
Legislação municipal de meio ambiente / Aplicação das normas ambientais	6,8	8,2	7,3	7,4
Controle de capacidade de carga				
Atividades em curso potencialmente poluidoras				
Rede pública de distribuição de água				
Rede pública de coleta e tratamento de esgoto				
Coleta e destinação pública de resíduos				
Preservação do Patrimônio Natural e Unidades de Conservação no município				
Premiações Nacionais e/ou Internacionais				
Agenda 21				

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

A média geral obtida pelos respondentes da iniciativa privada foi de 7,4.

Nesta dimensão o destino Bento Gonçalves obteve a menor média seguido de Tequila e Morretes. Dois dos quatro respondentes de Bento Gonçalves atribuíram pouca importância para as variáveis: “Rede pública de coleta e tratamento de esgoto”; e “Coleta e destinação pública de resíduos”, o que não condiz com as boas práticas para o desenvolvimento do turismo de forma sustentável e ambientalmente correto.

O destino Tequila atribui pouca importância para a variável “Legislação municipal de meio ambiente / Aplicação das normas ambientais” mesmo sendo um destino com diversos atrativos naturais esta variável não foi considerada importante.

A Cachaçaria Porto Morretes conforme consta no apêndice 3.4, atribuiu pouca importância para “Premiações Nacionais e/ou Internacionais”, mesmo sendo ela, uma empresa com certificações internacionais e que utiliza tal informação como forma de promoção e marketing.

Percebe-se novamente a falta de compreensão de forma ampla sobre o planejamento e desenvolvimento do turismo por parte dos agentes privados. A Sustentabilidade e a utilização dos recursos naturais está cada vez mais no centro das discussões sobre turismo e desenvolvimento sustentável, no caso dos destinos analisados, todos possuem grande atratividade em meios naturais, sendo fundamental a conscientização da importância dos aspectos ambientais para o desenvolvimento do turismo.

Ruschmann (1997, p. 75) concorda com tal afirmação ao destacar que, o planejamento sustentável refere-se a um turismo brando, suave, qualitativo, alternativo, responsável, que prevê uma visão administrativa moderna e contínua. Assim, o planejamento sustentável é também aquele que prevê ações que atendam às necessidades dos turistas atuais, sem comprometer a possibilidade do usufruto dos recursos pelas gerações futuras.

Por fim, foi analisada a percepção dos agentes da iniciativa privada quando aos Aspectos Culturais nos destinos e seus médias gerais serão apresentadas na tabela 30.

**TABELA 30 - MÉDIA AGENTES PRIVADOS – ASPECTOS CULTURAIS**

MÉDIAS SOBRE O GRAU DE IMPORTÂNCIA - PRIVADO				
11	Aspecto Culturais			Média Geral
Variáveis analisadas	Bento Gonçalves	Morretes	Tequila	
	Média Privado	Média Privado	Média Privado	
Produção cultural associada ao turismo	6,8	7,6	7,8	7,4
Preservação do patrimônio histórico e cultural / Tangível e Intangível.				
Estrutura municipal de apoio à cultura.				
Controle de capacidade de carga				
Programas para promoção de atividades artísticas e culturais				
Participação de associações civis local na conservação do Patrimônio Histórico				
Inventário dos espaços culturais				
Encanto / Magia da localidade				
Declaratoria de Zonas de Monumentos Históricos.				

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

Entre os respondentes de Bento Gonçalves, as variáveis que destacaram-se como pouco importante estão: “Controle de capacidade de carga”; “Produção cultural associada ao turismo”; “Preservação do patrimônio histórico e cultural / Tangível e Intangível”; estas duas últimas são citadas pelo destino Morretes com menor nota atribuída.

Já o destino Tequila atribui as menores notas às variáveis: “Participação de associações civis local na conservação do Patrimônio Histórico”; e “Declaratória de Zonas de Monumentos Históricos”.

Tais notas são contraditórias a realidade local se analisarmos que os três destinos caracterizam-se pelo segmento de turismo cultural, que de acordo com Ministério do Turismo (2006, p.13) pode ser compreendido como as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura. Entre os bens imateriais estão a valorização da gastronomia, cultura, festas e eventos locais.

Assim ressalta-se a necessidade da compreensão por parte dos agentes locais quanto a segmentação que o destino possui ou pretende atingir e também a necessidade da valorização da cultura que é um dos pilares para a promoção de um destino, além dos benefícios que o turismo cultural pode trazer conforme destaca o Mtur (2006, p.15): valorização da identidade cultural, o resgate e a dinamização da cultura, a preservação do patrimônio histórico e cultural e o intercâmbio cultural,

como um fator de promoção da paz entre os povos a partir do conhecimento, da compreensão e do respeito à diversidade.

Ao apresentarmos a análise das onze dimensões de forma separada público e privado consegue-se ter um panorama geral por entidade sobre a visão de cada uma das dimensões e suas variáveis.

A tabela 31 apresenta a união de todas as médias público e privado para cada dimensão aqui analisada.

**TABELA 31 - MÉDIAS GERAIS GESTORES PÚBLICOS – AGENTES PRIVADOS**

<b>MÉDIAS SOBRE O GRAU DE IMPORTÂNCIA</b>			
<b>Infraestrutura e serviços urbanos</b>	<b>Bento Gonçalves</b>	<b>Morretes</b>	<b>Tequila</b>
	<b>Média Público/Privado</b>	<b>Média Público/Privado</b>	<b>Média Público/Privado</b>
	<b>9,5</b>	<b>9,1</b>	<b>9,3</b>
<b>Acesso</b>	<b>Bento Gonçalves</b>	<b>Morretes</b>	<b>Tequila</b>
	<b>Média Público/Privado</b>	<b>Média Público/Privado</b>	<b>Média Público/Privado</b>
	<b>9,2</b>	<b>8,8</b>	<b>9,0</b>
<b>Serviços e equipamentos turísticos</b>	<b>Bento Gonçalves</b>	<b>Morretes</b>	<b>Tequila</b>
	<b>Média Público/Privado</b>	<b>Média Público/Privado</b>	<b>Média Público/Privado</b>
	<b>9,7</b>	<b>9,1</b>	<b>9,4</b>
<b>Oferta de atrativos turísticos</b>	<b>Bento Gonçalves</b>	<b>Morretes</b>	<b>Tequila</b>
	<b>Média Público/Privado</b>	<b>Média Público/Privado</b>	<b>Média Público/Privado</b>
	<b>9,4</b>	<b>9,3</b>	<b>9,4</b>
<b>Marketing do destino</b>	<b>Bento Gonçalves</b>	<b>Morretes</b>	<b>Tequila</b>
	<b>Média Público/Privado</b>	<b>Média Público/Privado</b>	<b>Média Público/Privado</b>
	<b>9,3</b>	<b>9,8</b>	<b>9,6</b>
<b>Políticas Públicas / Governança / Cooperação / Investimento /Planejamento</b>	<b>Bento Gonçalves</b>	<b>Morretes</b>	<b>Tequila</b>
	<b>Média Público/Privado</b>	<b>Média Público/Privado</b>	<b>Média Público/Privado</b>
	<b>9,1</b>	<b>9,7</b>	<b>9,4</b>
<b>Monitoramento</b>	<b>Bento Gonçalves</b>	<b>Morretes</b>	<b>Tequila</b>
	<b>Média Público/Privado</b>	<b>Média Público/Privado</b>	<b>Média Público/Privado</b>
	<b>8,8</b>	<b>10,0</b>	<b>9,4</b>
<b>Aspectos Economicos</b>	<b>Bento Gonçalves</b>	<b>Morretes</b>	<b>Tequila</b>
	<b>Média Público/Privado</b>	<b>Média Público/Privado</b>	<b>Média Público/Privado</b>
	<b>9,2</b>	<b>9,8</b>	<b>9,5</b>
<b>Aspectos Sociais</b>	<b>Bento Gonçalves</b>	<b>Morretes</b>	<b>Tequila</b>
	<b>Média Público/Privado</b>	<b>Média Público/Privado</b>	<b>Média Público/Privado</b>
	<b>8,8</b>	<b>9,3</b>	<b>9,0</b>
<b>Aspectos Ambientais</b>	<b>Bento Gonçalves</b>	<b>Morretes</b>	<b>Tequila</b>
	<b>Média Público/Privado</b>	<b>Média Público/Privado</b>	<b>Média Público/Privado</b>
	<b>8,4</b>	<b>9,1</b>	<b>8,8</b>
<b>Aspecto Culturais</b>	<b>Bento Gonçalves</b>	<b>Morretes</b>	<b>Tequila</b>
	<b>Média Público/Privado</b>	<b>Média Público/Privado</b>	<b>Média Público/Privado</b>
	<b>8,4</b>	<b>8,8</b>	<b>8,6</b>

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

Todas as dimensões quando unificadas apresentaram médias superior a 9,0 ficando apenas as dimensões “Aspectos Sociais”, “Aspectos Ambientais” e “Aspectos Culturais” abaixo desta média, comprovando a lacuna existente para possíveis trabalhos futuros e até mesmo desenvolvimento de novos programas e políticas públicas voltadas à estas dimensões que são fundamentais para o desenvolvimento integrado e sustentável do turismo, ou ainda podendo ser trabalhada de forma individual em cada destino, expondo a sua importância, seu impacto na atividade e possível acompanhamento e monitoramento futuro.

Assim finaliza-se este tópico de análise, considerando o grau de importância atribuído pelos gestores para cada variável. Nota-se que em algumas dimensões, as variáveis como monitoramento foram desconsideradas, neste caso, não há parâmetros para avaliar a evolução e nem mesmo a efetividade de políticas públicas voltadas para o turismo. Segundo Oliveira (2002) para auxiliar e monitorar a eficiência das políticas adotadas para atingir o tão sonhado desenvolvimento, é imprescindível a existência de um amplo quadro de indicadores de qualidade de vida, desenvolvimento humano entre outros.

Na sequência serão apresentados os indicadores informados por alguns respondentes como resposta da pergunta: Se sim, qual indicador utilizado.

### **9.3 Indicadores utilizados nos destinos de acordo com os respondentes**

Atendendo ao terceiro objetivo específico proposto neste estudo, na sequência serão apresentados os indicadores utilizados para avaliar cada uma das dimensões assim como suas variáveis. Cabe ressaltar que estas informações, embora não sejam consideradas indicadores, são dados utilizados pelos respondentes que mais se aproximam de uma unidade de medida.

Os quadros a seguir apresentarão as respostas unificadas tanto do setor público como da iniciativa privada, referentes aos indicadores de cada variável. A pergunta do questionário aplicado foi: Se sim, qual indicador é o indicador utilizado?

Destaca-se que as dimensões e variáveis que compuseram o questionário, são as mesmas presentes nos programas mexicano e brasileiro, ou seja, já existentes e de conhecimento público, apenas unificadas em uma só tabela.

O questionário formulado para aplicação foi composto por 11 dimensões e 94 variáveis no total. Devido ao grande número de variáveis, na sequência de quadros

a seguir, apresentar-se-ão as informações fornecidas pelos respondentes e após a apresentação dos quadros, será apontado os principais dados e informações que o Ministério do Turismo do Brasil e a Secretaria de Turismo do México consideram para formar os indicadores de cada dimensão.

O quadro 26 apresenta as respostas unificadas quanto aos indicadores da dimensão infraestrutura e serviços urbanos.

#### **QUADRO 26 - INDICADORES APONTADOS PELOS RESPONDENTES QUANTO A INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS URBANOS**

<b>SE SIM, QUAL É O INDICADOR UTILIZADO?</b>	
<b>1</b>	<b>Infraestrutura e serviços urbanos</b>
<b>Variáveis</b>	<b>Indicadores informados pelos respondentes público e privados dos três destinos</b>
Infraestrutura de comunicação	Todos emp com sinal
	Aplicativo de celular
	Centrais de Atendimento aos Turistas CAT'S
	Materiais Impressos
	Toten Digital
	Manutenção
	OI
	Internet intereção dos turistas através das ferramentas
Capacidade de atendimento médico para o turista no destino	Unid Hosp e Upas
	bombeiros e sec. Saúde
	Numero de camas de hospital
	Cruz Vermelha e Clinicas
	Pronto Atendimento - PA
Fornecimento de energia elétrica	Luz bi e tri fásica nos empreen
	Comunidades sem luz
	Central de Fornecimento de Energia CEF
	COPEL
Estrutura urbana nas áreas turísticas	Hot e Gastronomia
	WC / Wifi
	Rede Urbanizada
Serviço de proteção ao turista	Polícia Militar
	Queixas de turistas
	Delegacia de polícia
	2º BPAT
Grau de profissionalização das equipes de segurança	Empresas Privadas e Sev de seg Pública instalados no municipio
	Bombeiro
	Gau escolar
Equipamentos de segurança	nº de câmaras e seguranças contratadas
	câmaras de monitoramento público, viaturas,
	Bombeiro, Pol. Civil e militar
	Número de equipamentos

Elaborado pelo autor, 2017.

Os principais indicadores utilizados para avaliar as variáveis de acordo com o MTUR (2015) foram: número de linhas telefônicas por habitante; variedade de operadoras de telefone celular que oferecem cobertura no destino; número de estabelecimentos com atendimento de urgência, número de postos ambulatoriais de atendimento; O percentual de domicílios atendidos no município pela rede de fornecimento de energia é observado; oferta e o estado de conservação de alguns itens do mobiliário urbano, como lixeiras, abrigos nos pontos de ônibus, telefones e banheiros públicos; a taxa de homicídios ocorridos no destino no ano anterior à pesquisa é um dos indicadores considerados - Dado ponderado pelo número de habitantes do destino. A SECTUR (2008) considera também alguns dados como programas de treinamento, equipamento.

O quadro 27 apresenta as respostas unificadas quanto aos indicadores da dimensão acesso.

#### **QUADRO 27 - INDICADORES APONTADOS PELOS RESPONDENTES QUANTO AO ACESSO**

<b>SE SIM, QUAL É O INDICADOR UTILIZADO?</b>	
<b>2</b>	<b>Acesso</b>
<b>Variáveis</b>	<b>Indicadores informados pelos respondentes público e privados dos três destinos</b>
Acesso aéreo	Classificação do Aero clube
	Heliponto
	Aeródromo
Acesso rodoviário	Manutenção da BR 470
	Pedágio e gratuito
	Rodoviária
	BR 277 / Estrada da Graciosa
Acesso aquaviário	Marina
	Turismo Nautico
Acesso ferroviário	Passeio de Maria Fumaça
	Trem Turístico
	Serra Verde Express
	Trem/ Motriz
Sistema de transporte no destino	Numero de visitantes
	Transp. Interurbano, Vans, Transfers
	linhas intermunicipais, urbanas, transporte privativo
	Caminhões
	Agências
Proximidade do destino a grandes polos emissores de turistas.	Ônibus
	Distâncias x tempo de deslocamento
	Gramado, Porto Alegre
	Tempo de distância
	Guadalajara a 60km
	Curitiba
Estudos MTUR	
Curitiba / Joinville	

Elaborado pelo autor, 2017.

Na dimensão “Acesso” muitos respondentes informaram o aeroporto mais próximo, as cidades mais próximas, tipo de transporte utilizado no destino, empresas de receptivos no destino, número de visitantes entre outros.

Porém, os dados utilizados para avaliação dos programas pelos governos do Brasil e México foram: existência de aeroporto(s) no território municipal ou em um raio de cem quilômetros de distância do destino. Volume anual de passageiros; existência de linhas de ônibus regulares intermunicipais e interestaduais e o número de cidades atendidas diretamente por ligação rodoviária; a existência de cesso ferroviário, de modo que o visitante utilize o modal para deslocar-se até o destino; assim como transporte público, disponíveis nos terminais ferroviários.

Quando o destino em questão não é uma capital, verifica-se a distância que o separa da capital de seu estado - potencial emissor de turistas para o destino, e o estado da principal rodovia de acesso ao destino.

O quadro 28 apresenta as respostas unificadas quanto aos indicadores da dimensão Serviços e equipamentos turísticos.

**QUADRO 28 - INDICADORES APONTADOS PELOS RESPONDENTES QUANTO AOS SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS**

<b>SE SIM, QUAL É O INDICADOR UTILIZADO?</b>	
<b>3</b>	<b>Serviços e Equipamentos Turísticos</b>
<b>Variáveis</b>	<b>Indicadores informados pelos respondentes público e privados dos três destinos</b>
Sinalização turística	Placas indicativas
	aérea, placas específicas atualizadas
	Número de placas
	Padrão MTUR
	Outros destinos
Centro de atendimento/ informação ao turista	4 locais
	CAT'S
	Posto Centro Histórico
	Convention / Serra Verde
	Número de visitantes
Espaço para eventos	Centro de eventos, hotéis
	Para até 5000 pessoas
	Restaurantes
	Privados / Teatro
	Número de espaços
Capacidade dos meios de hospedagem	Nº e qualificação dos meios de Hospedagens
	3.000 leitos
	Número de quartos
	300 camas
	Hotéis / Pousada
Capacidade do turismo receptivo	CADASTUR
	Calango/Serra Verde
	Número de visitantes
	300000 ao ano
	Ag. Receptivo
	Guias
	Informações
5 agências	
Estrutura de qualificação para o turismo	IES, Entidades
	Faculdade de Turismo
	SEBRAE
	SENAC
	ABRASEL
	Número de estabelecimentos
Infraestrutura turística	SEGITTUR
	Equipamentos tradicionais e Alternativos
	Concentrado em todas as 5 rotas
	Grau de conservação
Capacidade dos restaurantes	Restaurantes e parques
	Aproximadamente 200 restaurantes
	Diversidade e capacidade
	Número total de clientes
	300 lugares

Elaborado pelo autor, 2017.

Nesta dimensão, de acordo com o MTUR (2015) as informações consideradas para análise dos destinos do Índice de Competitividade do Turismo Nacional foram: sinalização turística viária nos destinos e sua cobertura.

Oferta de mapa turístico informativo nas áreas turísticas, a oferta de centros de atendimento aos turistas, a quantidade e a localização (em aeroportos, rodoviárias, nos principais atrativos, na sede do órgão oficial de turismo), existência de centro de convenções, sua estrutura e capacidade, existência de empresas de turismo receptivo nos destinos e a capacidade de atendimento em idioma estrangeiro com serviços de passeios para destinos do entorno, existência de guias de turismo cadastrados pelo Ministério do Turismo. Existência de oferta regular de cursos livres de qualificação; nível das instituições de ensino nos destinos (técnico, superior ou pós-graduação) e o levantamento do número de restaurantes em atividade nos destinos

As respostas unificadas quanto aos indicadores da dimensão oferta de atrativos turísticos será apresentada no quadro 29.

**QUADRO 29 - INDICADORES APONTADOS PELOS RESPONDENTES QUANTO OFERTA DE ATRATIVOS TURÍSTICOS**

4	Oferta de Atrativos Turísticos	
Variáveis	Indicadores informados pelos respondentes público e privados dos três destinos	
Atrativos naturais	Parques e áreas de lazer	
	Parques de turismo aventura e rotas na paisagem do interior	
	Número de atrativos	
	Rio Nhundiaquara	
	Trilas	
	Paisagem Agavero	
Atrativos culturais	Caminho de Pedra	
	Gastronomia	
	Maria Fumaça	
	Epopéia Italiana	
	Parque Temático	
	Festivais, História	
	Inventário	
Eventos programados	Feiras locais e eventos captados	
	nº e edições anuais	
	Vários Sazonalmente	
	Festafeira	
	Festivais	
Realizações técnicas, científicas e artísticas	Congressos científicos, feiras comerciais	
	Número de eventos por ano	
	Fórum municipal de turismo	
Diversidade de atrativos e equipamentos de lazer	Diversidade e inovação	
	Vinícolas	
	Parques	
	Citytour	
	Passeio de trem	
	Número de atividades	
	Inventário	
	Atividades gastronômicas	
Contar com um atrativo turístico simbólico	Pipa pórtico	
	Passeio de trem	
	Turismo de experiência	
	Tequila	
	Barreado	
	Mercado	
	Posicionamento da imagem	

Continua

Serviços turísticos que garantam sua comercialização no próprio atrativo	Inovação e vivências
	Transfer
	Refeições
	Operadores suficientes
	Serviços complementares
	Rio
Serviços de assistência e segurança	Resolução de emergências
	Número de serviços
	Trilhas com Equipamentos
	Caiaque

Elaborado pelo autor, 2017.

A SECTUR (2008) e o MTUR (2015), consideram como oferta dos atrativos desta dimensão montanhas, rios, ilhas, praias, dunas, cavernas, cachoeiras, clima, flora, fauna além de museus, igrejas, centros culturais.

Quanto a eventos, negociar ou expor produtos e serviços comerciais, profissionais, técnicos, culturais, científicos, políticos, religiosos, turísticos - e motivam a utilização de serviços e equipamentos turísticos

Singularidade (valor de um atrativo pelo fato de ser único ou raro em nível estadual, nacional ou internacional); diversidade de opções e equipamentos de lazer existentes nos destinos, como aquários, zoológicos, planetários, parques temáticos ou aquáticos, shoppings centers, polos gastronômicos, casas de shows ou danceterias e parques urbanos.

A cidade tem um inventário de atrativos turísticos simbólicos. Variedade de atrações turísticas que significa uma escolha de desenvolvimento de seus habitantes. Lista de atrações, brochuras promocionais.

O quadro 30 apresenta as respostas unificadas quanto aos indicadores da dimensão Marketing do destino.

### QUADRO 30 - INDICADORES APONTADOS PELOS RESPONDENTES QUANTO AO MARKETING DO DESTINO

SE SIM, QUAL É O INDICADOR UTILIZADO?	
5	Marketing do destino
Variáveis	Indicadores informados pelos respondentes público e privados dos três destinos
Plano de marketing	Ação de Mercado
	Via SEMTUR
	ações cumpridas
	AL 2018
Roteirização e promoção Regional	Atua Serra
	Entidades e associações locais
	Paraná turismo
	Diversidade e opções
Participação em feiras e eventos	Numero de participações
	Parcerias PP nas principais feiras do Sul e Sudeste
	Calendário PR Turismo
	Salão ABAV
	Nacional e internacional
Promoção do destino	Ferramentas utilizadas
	on line (site turismo Bento) off line (folheteria), promotores das empresas
	Participação em Feiras
Outras estratégias de promoção digital	Blog
	Redes Sociais
	App Turismo Bento
	Totens touch screeem
	Bento 360 graus
	Redes Tequila es México
	Tequila Tourism/Mundo Cuervo
Diversificação de produtos turísticos	5 Rotas e turismo urbano
	Atendimentos a publicos diversificados
	Gastronomia
	Número de cursos
	Inovação constante
Apoio à comercialização regional de forma integrada	Materias integrados
	Destino indutor segundo o MTUR
	Divulgação e comercialização da Região Uva e Vinho
	ADETUR Litoral
Portal de Internet	Acessos e atualizações
	turismobento.com.br
	morretes.pr.gov.br
	Portal próprio
	Rota da Tequila
	Numero de visitantes
Marca turística bem definida /Marca Pueblos Mágicos	Bento Pura Inspiração
	Região Uva e Vinho
	Panela Barreado
	Trem e Barreado
	Desde 2003 Tequila é um Pueblo Magico
Uso da marca	

Elaborado pelo autor, 2017.

Para o marketing do destino, os governos mexicano e brasileiro utilizam como referencia para avaliação destas dimensões informações como: Nos casos em que não há plano de marketing turístico, pondera-se a existência de um plano de marketing regional; política institucionalizada de participação em feiras e eventos; se o município produziu algum evento promocional, fora de seu território no último ano, em âmbito regional, nacional ou internacional; seu posicionamento perante o mercado e sua adequação aos segmentos que pretende atingir existência de uma marca promocional turística; Número de campanhas promocionais, materiais promocionais; existência de um portal governamental da prefeitura, e se este website dispõe de informações turísticas.

O quadro 31 apresenta as respostas unificadas quanto aos indicadores da dimensão Políticas Públicas / Governança / Cooperação / Investimento /Planejamento.

**QUADRO 31 - INDICADORES APONTADOS PELOS RESPONDENTES QUANTO A POLÍTICAS PÚBLICAS / GOVERNANÇA / COOPERAÇÃO / INVESTIMENTO / PLANEJAMENTO.**

<b>SE SIM, QUAL É O INDICADOR UTILIZADO?</b>	
<b>6</b>	<b>Políticas Públicas / Governança / Cooperação / Investimento / Planejamento</b>
<b>Variáveis</b>	<b>Indicadores informados pelos respondentes público e privados dos três destinos</b>
Grau de cooperação com o governo Estadual	Promoção e projetos
	Convênios
	Atua Serra
	Baixo
	Numero de programas com apoio
	Média e Alta
Grau de cooperação com o governo Federal	SETU-PR
	Projetos de desenvolvimento regional
	Promoção e projetos
	Muito Baixo
Grau de cooperação público-privada.	Média e Alta
	Numero de programas com apoio
	Alta
	Baixo
Governança / Comitê turístico “Pueblo Mágico”	Trade turístico participativo
	Coordenação Regional
	ATUASERRA
	SEGH
Projetos de cooperação regional	ADETUR Litoral
	nº Projetos desenvolvidos
	Dia do Vinho
Planejamento turístico regional	Com BID
	Plano Estadual de desenvolvimento
	Desde 2003 Tequila é um Pueblo Magico
	Planos e Ações regionais
Investimento público Estadual gerado a partir do Programa Pueblos Mágicos / Investimento público regional em Turismo.	ADETUR Litoral
	Receitas de diferentes programas
	Aeroporto regional / Rodovias
	Em 2016 36 milhões de pesos mexicanos
Investimento Federal gerado a partir do Programa Pueblos Mágicos / Investimento público Federal em Turismo	Baixo
	Aeroporto regional / Rodovias
	Médio
	Receitas de diferentes programas
Planos de desenvolvimento municipal	Em 2016 36 milhões de pesos mexicanos
	PMTs Municipais
	Planejamento estratégico de Bento
Planos / Programas de Desenvolvimento Turístico Municipal	Se 2040
	Plano e programas em ação
	Plano de Marketing Turístico
	2018
Legislação de preservação do patrimônio turístico. Normas para regular a imagem urbana e plano de manejo em função do Programa Pueblos Mágicos	Plano anual
	Tombamentos provisórios
	Plano Diretor Municipal,
	Patrimônio Histórico
	Numero de ruas reformadas
	D.O - Denominação de Origem

Elaborado pelo autor, 2017.

Quanto as Políticas Públicas / Governança / Cooperação / Investimento /Planejamento entre os indicadores utilizados pelo Brasil e México para avaliar seus destinos estão: participação dos destinos em programas ou projetos com o Ministério do Turismo; eventuais investimentos diretos realizados pelo governo federal em projetos que visam ao desenvolvimento do turismo no destino; quais ações (reuniões, seminários e oficinas, por exemplo) ocorreram no destino, no ano anterior à pesquisa, com o objetivo de mobilizar atores diversos para a importância da cooperação regional no turismo, além das reuniões periódicas; Plano Diretor Municipal; Se cidade recebe anualmente o investimento público Estado no âmbito do programa Pueblos Mágicos; Patrimônio histórico e devidamente recebe manutenção constante. Relatório de atividade do programa.

O quadro 32 apresenta as respostas unificadas quanto aos indicadores da dimensão monitoramento.

#### **QUADRO 32 - INDICADORES APONTADOS PELOS RESPONDENTES QUANTO AO MONITORAMENTO.**

<b>SE SIM, QUAL É O INDICADOR UTILIZADO?</b>	
<b>7</b>	<b>Monitoramento</b>
<b>Variáveis</b>	<b>Indicadores informados pelos respondentes público e privados dos três destinos</b>
Pesquisas de demanda	Periodicidade
	SEMTUR
	Semestralmente
	Numero de estudos e segmentos
	Prefeitura
Pesquisas de oferta	Periodicidade
	SEMTUR
	Semestralmente
	Inventário
	Prefeitura
	Numero de estudos
Sistema de estatísticas do turismo	Relatórios mensais
	DATATUR
	PR TUR
	Prefeitura
	Análise de resultados
	SEMTUR
Medição dos impactos da atividade turística	Retorno Econômico
	SEMTUR
	Semestralmente
	Impacto Econômico mensal
Setor específico de estudos e pesquisas	Prefeitura
	Turismo/Pueblos Mágicos
	Destinos com voos para Guadalajara/Baixo

Elaborado pelo autor, 2017.

Quanto ao monitoramento, as informações referência para as variáveis de acordo com MTUR(2015) e SECTUR(2008) são: a realização de pesquisas periódicas e contínuas de demanda no destino; existência de um conjunto técnico de estatísticas turísticas, no qual se cataloguem os dados existentes no destino e os disponibilizem para consulta; A existência e periodicidade de atualização do sistema de estatísticas turísticas, ou seja, instrumentos (produtos de sistemas estatísticos, planilhas) que catalogam e cruzam as informações existentes sobre os destinos pesquisados.

O quadro 33 apresenta as respostas unificadas quanto aos indicadores da dimensão Aspectos econômicos.

**QUADRO 33 - INDICADORES APONTADOS PELOS RESPONDENTES QUANTO AOS ASPECTOS ECONÔMICOS.**

8	Aspectos Econômicos	
Variáveis	Indicadores informados pelos respondentes público e privados dos três destinos	
Aspectos da economia local	Panorama CIC	
	Nível de desenvolvimento	
	Empresas	
	Prestação de serviços	
Infraestrutura e facilidade para negócios	ECDI	
	Turistas	
	Tramites para novos negocios	
	Média e Alta	
Empreendimentos ou eventos alavancadores.	Novos empreendimentos	
	Tequileras	
	FESTAFEIRA	
	Restaurantes e Trem	
	Eventos do setor moveleiro e vinhos	
Capacidade de qualificação de mão de obra local	Universidade de Caxias do Sul Campus Vinhedos	
	SENAC / SEBRAE	
	Nível de qualificação	
	Local e arredores	
Capacidade de aproveitamento de mão de obra local	nº de empregos	
	Total	
	Local e arredores	
	Alta	
	Média	
	Local e Arredores	
Presença de grupos nacionais do setor turístico	Empresas instaladas	
	CVC Operadora	
	Alta	
Presença de grupos internacionais do setor de turístico	Redes Interacionais	
	Hotel Super 8 - Rede Latinn Hotels	
	empresas internacionais	
Concorrência com outros destinos e barreiras de entrada que dificultem a escolha do destino	Baixa	
	Novas empresas	
	MERCADO (PARATY)	
	Destinos com produtos similar	
Geração de negócios e empreendedorismo	capacidade de investimentos	
	Restaurantes e Trem	
	Novas empresas	
Investimento privado para o desenvolvimento turístico cultural	número de empreendimentos	
	valorização do patrimônio	
	Instituto Mirtilo	
	Alta	

Continua

Investimento privado local para o desenvolvimento turístico rural, natural e outras formas de turismo	Pousadas e restaurantes
	Calango/Trem
	Investidores
Empregos diretos gerados pelo turístico	nº de empregos
	Artesanato
	Principal Atividade
	Número de empregos gerados
Empregos indiretos gerados pelo turismo	Médio
	Empresas terceirizadas
	Médio e Alto
	Industria caseira
Programas de apoio às empresas locais	fluxo alto
	Número de programas publico, privado e universidade
	Programas existentes
Programas de capacitação para fomentar o desenvolvimento de novas empresas.	SEBRAE
	Programas existentes
	SEBRAE
	EMATER
	Programas estaduais e federais
Diagnósticos das atividades económicas atualizados	Fundação Jose Cuervo / Univesidades Tecnológicas
	Diagnósticos aplicados
	AI 2016

Elaborado pelo autor, 2017.

Os aspectos econômicos podem ser avaliados a partir de indicadores formados através de dados como: taxa de mão de obra aplicada nas atividades características do turismo no destino; o grau de informalidade ou de emprego temporário nos segmentos turísticos do município, como hotéis, restaurantes, agências de receptivo, agências de viagens e organizadores de eventos; oferta e a realização de cursos do Empretec (Sebrae), saldo de empresas formais (considerando abertura e fechamento) nos últimos dois anos; o salário médio, a massa salarial e sua taxa de crescimento, a taxa de criação de empregos no destino nos últimos dois anos. E ainda número de locadoras de veículos; hotéis; estabelecimentos de alimentação entre outros (SECTUR, 2008; MTUR, 2015).

O quadro 34 apresenta as respostas unificadas quanto aos indicadores da dimensão Aspectos sociais.

**QUADRO 34 - INDICADORES APONTADOS PELOS RESPONDENTES QUANTO AOS ASPECTOS SOCIAIS.**

<b>SE SIM, QUAL É O INDICADOR UTILIZADO?</b>	
<b>9</b>	<b>Aspectos Sociais</b>
<b>Variáveis</b>	<b>Indicadores informados pelos respondentes público e privados dos três destinos</b>
Acesso à educação	Índices
	Grau Escolar
	Alto
Política de prevenção à exploração sexual infanto-juvenil	Entidades e Legislação aplicada
	Fundação Jose Cuervo
	Programa de prevenção
Uso de atrativos e equipamentos turísticos pela população local	Numero de espaços públicos
	Alto
	Programa de visitação
	Parque de aventuras da Gasper
	Maria Fumaça
	Parque Dal Pizzol
	Vinícola Miolo
	Parque Leopoldina
Fundaparque	
Participação cidadã	Numero de associações de bairros participantes
	Media / Baixa
	Entidades voluntárias
Sensibilização e participação da população local na atividade turística.	Adesão e comprometimento
	Escolas
	Número de Campanhas e ações

Elaborado pelo autor, 2017.

As informações utilizadas para formar o indicador capaz de avaliar os aspectos sociais de acordo com MTUR (2015) são: a taxa bruta de frequência nas escolas; taxa de analfabetismo; valor da rubrica educação; políticas empregadas no destino para combater a exploração sexual de crianças e de adolescentes; o tipo de apoio oferecido pelos órgãos gestores aos programas existentes nos destinos: se financeiro; institucional; apoio para campanhas de sensibilização; apoio para os órgãos fiscalizadores; ou outras iniciativas.

políticas formais de sensibilização da comunidade sobre o setor de turismo e ênfase do conteúdo da sensibilização com a comunidade em termos de impactos positivos e negativos; Instrumentos de consulta à população sobre atividades e/ou projetos turísticos, como convocações de audiências públicas, pesquisas de opinião, consultas em referendos etc.

O quadro 35 apresenta as respostas unificadas quanto aos indicadores da dimensão Aspectos ambientais.

### QUADRO 35 - INDICADORES APONTADOS PELOS RESPONDENTES QUANTO AOS ASPECTOS AMBIENTAIS

SE SIM, QUAL É O INDICADOR UTILIZADO?	
10	Aspectos Ambientais
Variáveis	Indicadores informados pelos respondentes público e privados dos três destinos
Legislação municipal de meio ambiente / Aplicação das normas ambientais	Leis Aplicadas
	Média
	Fiscalização
	Via SMMAN
	Saneamento
Controle de capacidade de carga	Mensurações e dimensionamentos calculados
	Via SMMAN
Atividades em curso potencialmente poluidoras	Desejos da industria tequilera
	Medio / Baixo
	Controles e Emissões de licenciamentos
	Empresas tequileras pequenas
Rede pública de distribuição de água	SANEPAR
	Superior a 90%
	Familias atendidas
	Via SMMAN
	Número de casas sem água potável
Rede pública de coleta e tratamento de esgoto	95%
	Quantidade de rede instalada
	Via SMMAN
	Locais sem serviço de coleta
	80%
Coleta e destinação pública de resíduos	SANEPAR 100%
	Deposito de lixo de acordo com as normas
	Terceirizada
	Plano de Residuos
Preservação do Patrimônio Natural e Unidades de Conservação no municipio	COLETA SELETIVA VIA SMMAN (sec meio ambiente)
	Áreas de preservação
	Paisagem Agavero
Premiações Nacionais e/ou Internacionais	Antigas fazendas tequileiras
	Nº e itens premiados
	órgaos diversos
	paisaje agavero
Agenda 21	Smart Destimation (SEGITTUR) España
	Itens implantados

Elaborado pelo autor, 2017.

Para os aspectos ambientais, as informações que compuseram a criação do indicador para avaliar destinos de acordo com o MTUR (2015) e SECTUR (2008) formam: existência de um órgão da administração pública local que coordene as ações referentes ao meio ambiente; existência de conselho ou fórum de meio ambiente no destino; programas para estações de tratamento de águas pluviais e tratamento ativo residuais; existência de sistema público de coleta de esgoto,

examinam-se alguns critérios: configuração do serviço (separação absoluta do esgoto e das águas pluviais); abrangência de atendimento à população.

Possui sistema de coleta de lixo e aterro para proteção das águas subterrâneas; plano de eliminação de resíduos sólidos entre outros.

O quadro 36 apresenta as respostas unificadas quanto aos indicadores da dimensão Aspectos culturais.

#### **QUADRO 36 - INDICADORES APONTADOS PELOS RESPONDENTES QUANTO AOS ASPECTOS CULTURAIS**

<b>SE SIM, QUAL É O INDICADOR UTILIZADO?</b>	
<b>11</b>	<b>Aspectos Culturais</b>
<b>Variáveis</b>	<b>Indicadores informados pelos respondentes público e privados dos três destinos</b>
Produção cultural associada ao turismo	Inventariado da cultura imaterias
	Instituto Trombini
	Eventos Culturais
	Alta
Preservação do patrimônio histórico e cultural / Tangível e Intangível.	Áreas e zonas de preservação
	Orgão Estadual
	Grau de concervação
	Alto
Estrutura municipal de apoio à cultura.	Roteiro Caminhos de Pedra
	Espaços existentes para atividades culturais
	Secretaria de Cultura
	Atividades desenvolvidas
Controle de capacidade de carga	Número de visitantes
	Médio
	Dimensionamento e estudos realizados
Programas para promoção de atividades artísticas e culturais	Planejamentos das programações
	Via Sec. de Cultura
	Número de programas
	Alto
Participação de associações civís local na conservação do Patrimônio Histórico	Grau de participação
	Médio
	Entidades envolvidas
Inventário dos espaços culturais	Inventários existentes
	AtuaSerra
	Número de atrativos
	INAH
Encanto / Magia da localidade	Grau de satisfação do Cliente
	Alta
	Pesquisa de satisfação
	Centro Histórico
	Trem
	História
Declaratoria de Zonas de Monumentos Históricos.	Baixa

Elaborado pelo autor, 2017.

Quanto aos aspectos culturais, estes podem ser avaliados em destinos turísticos de acordo com indicadores que podem ser elaborados através de informações como: um inventário dos sítios culturais e históricos atualizados; existência de expressões culturais do destino em aspectos relacionados com a ocorrência de atividades artesanais e culinárias; existência de grupos artísticos de manifestação popular; existência no destino, das seguintes tipologias de patrimônio: imaterial; histórico e/ou artístico; sítios arqueológicos; estrutura municipal para administração e desenvolvimento da cultura no destino com manutenção do calendário de festas tradicionais, a adesão do destino ao Sistema Nacional de Cultura (SNC) e a existência de um Plano Municipal de Cultura e ainda, a legislação de apoio e incentivo à cultura e existência de projeto de turismo cultural, voltado para o conhecimento e a visitação de espaços culturais pelos turistas.

Desta forma, encerra-se a análise dos dados coletados pelos em cada destino analisado.

Percebe-se um total descompasso no que se refere a políticas públicas aplicadas ao turismo nos destinos de Bento Gonçalves e Tequila, pois o primeiro está inserido no Índice de Competitividade do Turismo Nacional e o segundo no Programa *Pueblos Mágicos* então, deveriam saber ao menos o que cada programa possui como dimensão e indicadores de avaliação e se seus municípios os possuem.

Das 94 variáveis presentes no questionário, poucos respondentes souberam informar o indicador correto ou informações que pudessem aproximar-se de um indicador, então nota-se a falta de conhecimento por parte dos gestores públicos e da iniciativa privada sobre o que são cada uma das dimensões e o que representam para o turismo local e também o que são indicadores e como estes podem ajudar na avaliação dos destinos.

De acordo com o referencial teórico apresentado neste estudo, o sistema de indicadores é fundamental para que se tenha um melhor controle, monitoramento, e avaliação das propostas, objetivos e metas de programas de políticas públicas.

O que notou-se na análise deste tópico do estudo foi a falta de compreensão por parte dos gestores municipais sobre o que são indicadores e como eles se inserem no desenvolvimento dos programas.

Conforme destacado por Alves e Ferreira (2009), avaliar a competitividade dos destinos pode não ser uma tarefa fácil, pois o produto turístico é complexo e composto por vários prestadores de serviços que juntos compõem o produto final, ou seja, a “experiência turística” sendo esta, única para cada indivíduo que a “consume”, podendo gerar satisfação única e diferenciada para cada consumidor.

Mesmo os gestores de cidades como Tequila – MX e Bento Gonçalves – BR que são avaliadas anualmente através de indicadores os gestores demonstraram desconhecer os mesmos.

## 10 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo como base de análise todas as informações até aqui coletadas e analisadas, este capítulo apresenta as contribuições sobre o estudo da percepção dos gestores públicos e privados sobre indicadores capazes de avaliar, planejar e gerir um destino turístico, tendo como foco de análise os destinos Bento Gonçalves – Rio Grande do Sul – Brasil, Tequila – Jalisco – México, e Morretes – Paraná – Brasil. As possibilidades de pesquisas futuras relacionadas ao tema deste estudo também serão apresentadas, da mesma forma as limitações encontradas para o seu desenvolvimento.

Esta dissertação teve como ponto principal de sua análise a percepção dos gestores do turismo públicos e privados nas cidades analisadas sobre a importância de contar com indicadores capazes de avaliar, planejar e gerir um destino.

Através da metodologia utilizada complementando a fundamentação teórica apresentada, afirma-se que os objetivos propostos foram alcançados.

O primeiro objetivo específico “Identificar dimensões existentes e utilizados pelos destinos analisados para avaliar os programas de políticas” foi alcançado a partir da análise dos dados presentes nos questionários aplicados nos destinos. Percebeu-se que muitos respondentes não tiveram a atenção devida ou não se preocuparam em responder ao questionário de forma completa e correta, tal afirmação se justifica, pois muitos responderam inexistir as dimensões e variáveis básicas para o funcionamento de uma cidade como infraestrutura urbana por exemplo.

O Segundo objetivo específico “Analisar a percepção dos gestores do poder público e iniciativa privada sobre as dimensões na avaliação dos efeitos de políticas públicas em destinos turísticos” foi atingido ao analisar-se as respostas dos gestores quanto ao grau de importância de cada variável presente nas 11 dimensões propostas neste estudo. De acordo com as respostas, evidencia-se a necessidade de maior compreensão dos gestores locais sobre o que de fato são indicadores e o que estes representam em um programa de políticas públicas uma vez que se percebem as médias das respostas atribuídas para variáveis fundamentais para o desenvolvimento do destino.

O terceiro objetivo específico “Identificar os indicadores utilizados para avaliar cada uma das dimensões assim como suas variáveis” e assim percebeu-se que os

respondentes desconhecem o que são indicadores. Em suas respostas forneceram informações superficiais demonstrando falta de conhecimento do que são e para que servem os indicadores. Percebe-se assim a falta de informações dos agentes locais que citaram as fontes de dados e não os indicadores capazes de avaliar entre outras coisas a competitividade dos destinos analisados.

Portanto, conclui-se que o objetivo geral foi “Analisar a percepção dos gestores públicos e privados de destinos sobre a importância de contar com indicadores que permitam avaliar o planejamento, gestão e controle do turismo em destinos” foi atingido demonstrando que os programas analisados tinham como objetivo principal a integração dos destinos e a utilização de destinos já estruturados turisticamente para o desenvolvimento das regiões em seu entorno, porém as cidades analisadas estão situadas nestas regiões e parecem desconhecer os objetivos propostos pelos programas.

No caso de Bento Gonçalves que não é uma capital, está presente no Índice de Competitividade Nacional onde relatórios são disponibilizados anualmente aos destinos de acordo com o MTUR (2015). O destino de acordo com as respostas fornecidas desconhece muitas dimensões e variáveis presentes neste estudo ao qual está integrado e também não apresenta os indicadores utilizados, apenas cita que estão presentes no Índice de Competitividade do Turismo Nacional quando deveria conhecer de forma detalhada cada uma das variáveis já que de acordo com o MTUR (2015) estas variáveis são abordadas anualmente no destino para avaliar a sua competitividade.

Outra contribuição que se pode perceber neste estudo é que os programas não são desenvolvidos da forma como são planejados pelos governos federais, Não há integração entre as esferas federais, estaduais e municipais, dificultando que os objetivos pretendidos pelo governo federal sejam compreendidos e desenvolvidos pelos governos municipais, ou seja, o que se apresenta é um programa macro de integração e desenvolvimento, que não condiz com a realidade dos destinos, mesmo nos destinos que integram tais programas.

Algumas limitações foram encontradas no desenvolvimento desta pesquisa que com a adequação da metodologia e da proposta inicial foi possível a coleta e análise dos dados

Uma das limitações encontradas foi quanto ao o índice de Competitividade do turismo no Brasil, que apresenta de forma sucinta as informações utilizadas para a elaboração do indicador, porém nota-se a necessidade de os responsáveis por tal estudo (MTUR, FGV, SEBRAE) em disponibilizar os cálculos e informações precisas coletadas para que, estudos como o que foi proposto, possam ser concretizados com melhor análise dos dados.

É fundamental destacar que para que os gestores locais tenham maior conhecimento do que são indicadores é necessário que estes tenham acesso não apenas ao documento final, disponibilizados na internet, mas às informações exatas assim como os cálculos de como se chegou àqueles dados sem a necessidade de pagar por consultorias especializadas para obter tais dados.

Os programas aqui analisados conforme já exposto, são planejados de forma ampla, tendo abrangência nacional nos países onde se desenvolvem conforme afirma o MTUR(2003, p.19) “a multidisciplinariedade do setor, os impactos econômicos, sociais, ambientais, políticos e culturais gerados pelo turismo exigem um processo de planejamento e gestão que orientem, discipline e se constitua em um poderoso instrumento de aceleração do desenvolvimento nos níveis municipal, regional e nacional”.

.Outra limitação foi quanto a extensão territorial de ambos os países que impediu que os questionários fossem aplicados de forma presencial com todos os respondentes. Desta forma, optou-se por realizar um recorte geográfico limitando-o a análise de três destinos.

Os questionários foram reencaminhados via e-mail para os gestores das cidades de Tequila – Jalisco – México e Bento Gonçalves – Rio Grande do Sul - Brasil. Apenas no destino Morretes – Paraná – Brasil, optou-se pela aplicação dos questionários *in loco*, entrevistando pessoalmente o obtendo algumas respostas já de imediato, alguns respondentes optaram por enviar as respostas via e-mail após a abordagem e explicação presencial.

Com isso percebe-se que o presente estudo pode contribuir para que muitos outros estudos sejam realizados tendo como objetivos a integração dos agentes públicos e privados; a integração de forma efetiva das esferas federal, estadual e municipal no desenvolvimento de políticas públicas e programas de desenvolvimento do turismo; outras cidades nestes mesmos países poderão ser objetivos de novos

estudos abordando os programas aqui analisados ou ainda a integração das regiões para o desenvolvimento.

A análise deste estudo se deu através da percepção dos gestores, ou seja, o que eles pensam, acreditam que esteja correto pois sabe-se que muitos gestores públicos ocupam cargos políticos e assim a precisão dos dados e até mesmo a forma como foram disponibilizados podem não condizer com a realidade ou ainda com as metas traçadas pela administração pública local. Assim este estudo pode ser aprofundado com a análise mais aprofundada dos dados, ações, programas desenvolvidos, ou em desenvolvimento nos destinos aqui abordados. Por fim, cabe uma análise mais aprofundada sobre a compreensão dos gestores locais sobre a construção e utilização de indicadores para analisar os seus destinos e produtos pois como percebeu-se ainda há uma grande lacuna neste sentido, onde novos estudos poderão ser realizados.

## 11 REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO

ADETUR Litoral. Agência de Desenvolvimento do Turismo Sustentável no Litoral do Paraná,. Quem Somos. Disponível em <http://www.adeturlitoral.com.br/quemsomos.php> Acesso 12 de fevereiro de 2017.

ALEMÁN, A. C., Pueblos Magicos y la gestión del turismo em México. Caso Cuetzlan,Puebla. Monografia (Licenciatura em Ciências políticas e Administração Publica) – Facultad de ciências políticas y sociales, Universidad Nacional Autónoma de México, 2013.

ALMEIDA, M.G. Desenvolvimento turístico ou Desenvolvimento local? Algumas Reflexões. (2004). Disponível em [http://portais.ufg.br/up/215/o/Almeida\\_maria\\_geralda\\_desenvolvimento\\_tur\\_stico.pdf](http://portais.ufg.br/up/215/o/Almeida_maria_geralda_desenvolvimento_tur_stico.pdf). Acesso 14 de dezembro de 2015

ALVES, S., FERREIRA, N.N. Medida da competitividade do destino Brasil: uma aplicação do Índice de Competitividade Turística do WEF 2008. Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo 4.2, 2009.

ANSARAH, M. G.R. (Org.). Turismo. Como aprender, como ensinar. São Paulo: Editora SENAC, 2001.

ANSARAH, M.G.R. Turismo e Segmentação de mercado: novos segmentos. In: TRIGO, L.G.G. Análises Regionais e Globais do Turismo Brasileiro. São Paulo: Roca, 2005.

ATUA SERRA. Serra Gaúcha. Disponível em <http://www.serragaucha.com/pt/paginas/quem-somos/>. Acesso em 14 de março de 2017.

BARRETTO, M., BURGOS, R., FRENKEL, D., Turismo, políticas públicas e relações internacionais. São Paulo. Papirus, 2003.

BECKER, B. K., Políticas e planejamento do turismo no Brasil. Caderno Virtual de Turismo. 1(1) 1 – 7. 2001.

BENI, A. C. Análise Estrutural do Turismo. Senac, 2002.

BENTO GONÇALVES, Prefeitura municipal. Plano Municipal de Turismo 2015 – 2018. Disponível em <http://www.bentogoncalves.rs.gov.br/downloads/Plano-Municipal-de-Turismo-2015-2018.pdf> acesso em 12 de Setembro de 2016.

BENTO GONÇALVES, Secretaria Municipal de Turismo. Disponível em <http://www.turismobento.com.br/pt/>. Acesso em 13 de março de 2017.

BENTO GONÇALVES, Bento Convention & Visitors Bureau. Disponível em <http://www.bentoconvention.com.br/pt-br/sobre> . Acesso em 13 de março de 2017.

BOULLÓN, R.. Ecoturismo. Sistemas naturales y urbanos. Colección Temas de turismo. Buenos Aires 1993.

BOULLÓN, R. C. Planejamento do espaço turístico. Bauru: Edusc. 2002.

BRAVO CABRIA, M. S. La competitividad del sector turístico. Boletín Económico. Banco de España, 9:1 2004.

BUHALIS, D. Marketing the competitive destination of the future. Tourism Management 21(1) 2000.

BURSZTYN, I. Políticas públicas de turismo visando a inclusão social. 2005. Tese de Doutorado. UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO. Disponível em <http://www.ivt-rj.net/ivt/bibli/lvan%20Bursztyn%20-%20tese%20completa.pdf> Acesso em 10 de junho 2016.

CANO, W. Desequilíbrios regionais e concentração de renda no Brasil: 1930-1970. São Paulo: Global e Ed. Unicamp, 1985.

CAMPOS, A., MENDES, J., ALBINO, J. Para uma Cultura da Qualidade Total no Destino Turístico: Métodos de Diagnostico e Estratégias de Desenvolvimento. Revista Turismo e Desenvolvimento, 2006.

CASTRILLÓN, I.D., CANTO, A.G., CANTORNA, A.S., CERRADELO, L.B., Análisis de los principales modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. CULTUR-Revista de Cultura e Turismo, v. 5, n. 2, p. 101-124, 2015.

CARVALHO, Fabíola Cristina Costa de; SILVA, Cássia Carolina Borges da. O turismo e a renda dos idosos: a experiência brasileira com o Programa “Viaja Mais Melhor Idade”. Anais Brasileiros de Estudos Turísticos, Juiz de Fora (MG), v. 4, n. 1, p. 25-34, 2014.

CERVANTES, C. L., SÁNCHEZ, W. T., Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de la República Popular de China a Partir de la Comisión Binacional México-China 2004. Cap. 2. Monografía (Licenciatura em Relações Internacionais) – Escola de Ciências Sociais, Univerdidad de las Américas Puebla, 2005.

COELHO-COSTA, E.R. A bebida de Ninkasi em terras tupiniquins: O mercado da cerveja e o Turismo Cervejeiro no Brasil. Revista Iberoamericana de Turismo, Penedo (AL), v. 5, n. 1, p. 22-41, 2015.

CHIATTONE, M.V.; CHIATTONE, P.V.. Enoturismo: atrativo e ferramenta para o desenvolvimento sustentável de regiões. Revista Rosa dos Ventos, Caxias do Sul (RS), v. 5, n. 4, p. 616-634, 2013.

CHIN-MIKI, A.F., GÂNDARA, J.M.G, MUÑOZ, D.R.M. O estado atual de pesquisa sobre competitividade turística no Brasil. Caderno Virtual de Turismo. Rio de Janeiro, v12, n.2, p.212-223,ago.2012.

CROUCH, G. I.; RITCHIE, J. R. B. Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of Business Research*, 44(3), 1999. 137-152.

CROUCH, G. I. Destination Competitiveness: An Analysis of Determinant Attributes. *Journal of Travel Research*, 50(1), 2011. 27–45.

CRUZ, M.C.M.T. Consórcios intermunicipais: uma alternativa de integração regional ascendente. Instituto Pólis, 2001.

CURITIBA, Curitiba Convention & Visitors Bureau CCVB. Disponível em. <http://www.curitibacvb.com.br/> Acesso em 14 de fevereiro de 2017.

CURITIBA, Serra Verde Express. A empresa. Disponível em <http://www.serraverdeexpress.com.br/site/pb/empresa> Acesso em 16 de fevereiro de 2017.

DÍAZ PÉREZ, F.M. [COORD.] Política turística: La competitividad y sostenibilidad de los destinos turísticos. Tirant Lo Blanch, Valencia. 2006.

DOMARESKI, T.C. A Competitividade das Destinações Turísticas: O caso Foz do Iguaçu (PR), Brasil. Dissertação de Mestrado. Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI, 2011.

DOMARESKI-RUIZ, T.C., GÂNDARA, J.M.G. Relação entre o Planejamento Urbano e a Competitividade dos Destinos Turísticos. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 7(2), 2013.

DOMARESKI-RUIZ, T.C., GÂNDARA, J.M.G. O Planejamento Urbano e a Competitividade de Destinos Turísticos: uma análise desde a perspectiva do modelo de Dwyer e Kim. *Turismo em Análise* vol. 25, n.3, dez. 2014.

DWYER, L. e KIM, C. Destination competitiveness: determinants and indicators. *Current Issues in Tourism*, vol. 6, n. 5, 2003.

ENDRES, A.V. Políticas de Turismo, Desenvolvimento e o Papel do Estado: Cenários e Inquietações. *Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC* 5(1) (2008). Disponível em <https://periodicos.ufsc.br/index.php/emtese/article/viewFile/1806-5023.2008v5n1p74/12343>. Acesso em 04 de abril de 2016.

ESTEVIÃO, C., NUNES, S. Fatores de Competitividade Turístico: A Área Regional de Turismo do Algarve. *Revista Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(4), 2015.

FERREIRA, A.B.H. *Minidicionário Aurélio*. 7ª ed. Ed. Positivo. Curitiba, 2008.

FLORES RUIZ, D. Competitividad sostenible de los espacios naturales protegidos como destinos turísticos: un análisis comparativo de los parques naturales Sierra de Aracena y Picos de Aroche y Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas. Universidad de Huelva, 2007.

FONTES VIRGINIO, D., FERREIRA, L.V.. Gestão pública do turismo: uma análise da política de regionalização no período 2004-2011 no Rio Grande do Norte, Brasil. Caderno Virtual de Turismo – Rio de Janeiro, 13.2 (2013) p.162-182.

GÂNDARA, J. M. G. La calidad y la competitividad de los destinos turísticos urbanos. Turismo Visão e Ação, 6, 2004.

GALDINO, L.C.F., COSTA, M.L., Análise das principais políticas públicas de turismo no Brasil, da década de 1990 à atualidade. Observatório de Inovação do Turismo 6(3), 2011.

GALLOPÍN, G. C. Environmental and sustainability indicators and the concept of situational indicators. A systems approach. Environmental modeling & assessment, v. 1, n. 3, p. 101-117, 1996.

GERHARDT, T.E.; SILVEIRA, D.T. (org). Métodos de Pesquisa. Ed. UFRGS, 1ª Ed. Porto Alegre, 2009.

GIL, A. C. Métodos e Técnicas de pesquisa social. São Paulo: Atlas. 1989.

GOELDNER, C.R.; RITCHIE, J.R.B.; MCINTOSCH, R.W. Turismo: princípios, práticas e filosofias, Porto Alegre: Bookmann, 2002.

GOMES, B. M. A.. Políticas públicas e as transações em regiões turísticas. São Paulo: TSP EDITORAÇÃO, 2008.

GUIMARÃES, R.P., FEICHAS, S.A.Q. Desafios na construção de indicadores de sustentabilidade. Ambiente & Sociedade, v. 12, n. 2, p. 307-323, 2009.

HALL, C. M., Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos, Contexto, São Paulo, 2001.

HASSAN, S.S. “Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry”. Journal of Travel Research, 38:239-245. 2000.

HENZ, A. P. Políticas Públicas de Turismo no Brasil: a interferência da política nacional de turismo entre 2003 e 2007 no direcionamento das políticas estaduais. 149 f. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hotelaria). Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI, Balneário Camboriú, 2009. Disponível em: [http://www6.univali.br/tede/tde\\_busca/arquivo.php?codArquivo=657](http://www6.univali.br/tede/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=657) Acesso 09 de março de 2016.

IGNARRA, L.R. Fundamentos do turismo. 2ª Ed. São Paulo. Thomson, 2002.

INSTITUTO GEOGRÁFICO PORTUGUES, IGP. Revisões Bibliográficas sobre indicadores de ambiente e ordenamento do território. 2006. Disponível em [http://ftp.igeo.pt/instituto/cegig/got/17\\_Planning/Files/indicadores/conceito\\_indicador.pdf](http://ftp.igeo.pt/instituto/cegig/got/17_Planning/Files/indicadores/conceito_indicador.pdf) Acesso em 14 de março de 2017.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, IBGE. População Bento Gonçalves. Disponível em <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=EN&codmun=430210&search=rio-grande-do-sul|bento-goncalves> Acesso em 14 de Janeiro de 2017.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, IBGE. População Morretes. Disponível em <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=EN&codmun=411620&search=parana|morretes> Acesso em 14 de Janeiro de 2017.

INSTITUTO MARCA BRASIL, IMB. Projeto Economia da Experiência 2010. Disponível em [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/1EE6F1AEFAAAEA183257801005E2093/\\$File/NT000452EA.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/1EE6F1AEFAAAEA183257801005E2093/$File/NT000452EA.pdf) Acesso em 7 de agosto de 2015.

LACAY, M. C., Desenvolvimento do turismo no espaço rural nas rotas do pinhão, Região Metropolitana de Curitiba: convergências e conflitos das políticas públicas Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Paraná, Setor de Ciências da Terra, Programa de Pós-Graduação em Geografia. Curitiba, 2012. Disponível em <http://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/28618/R%20-%20D%20-%20MARINO%20CASTILLO%20LACAY.pdf?sequence=1>. Acesso em 20 de maio de 2016.

LACERDA, R. T., ENSSLIN, L., ENSSLIN, S. R., Uma análise bibliométrica da literatura sobre estratégia e avaliação de desempenho. Gestão da Produção, São Carlos, v. 19, n. 1, p. 59-78, 2012.

LAGE, B.H.G. Segmentação do mercado turístico. Revista Turismo em Análise 3.2,1992, 61-74.

LANZARINI, R., BARRETO, M. Políticas Públicas no Brasil para um Turismo Responsável. Revista Turismo - Visão e Ação 16 (1). 2014.

LICKORISH, L., JENKINS, C.. An introduction to tourism. Oxford: Butterworth Heinemann, 1996.

LÓPEZ H., J.D.J. Tequila: centro mágico, pueblo tradicional.¿ Patrimonialización o privatización?. Andamios 6.12, 2009: 41-67.

LOPES, A.O. B., TINÔCO, D. S., SOUZA, L. M. Avaliação de Políticas Públicas de Turismo: uma análise bibliométrica dos periódicos de turismo. Revista Turismo em Análise, 2011.

LOPES, S. D.F., MAIA, S.C.F., BOUBETA, A.R. Segmentação de mercado com base nas preferências dos turistas: uma aproximação multivariada. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo 4(2). 2010.

LÜDKE, M.; ANDRÉ, M.E.D.A. Pesquisa em educação: abordagens qualitativas. São Paulo, EPU, 1986.

MALHOTRA, N.. Pesquisa de marketing, uma orientação aplicada. Porto Alegre. Bookman, 2006.

MATTAR, F. N. Pesquisa de Marketing edição compactada. São Paulo. Atlas, 2008.

MAZARO, R. M.; VARZIN, G. Competitiveness Models for Tourist Destinations into the Sustainability Context. Revista de Administração Contemporânea, 12(3) 2008. P. 789-809.

MÉXICO, Subsecretaria de Planeación y Política Turística. Resultados de la Actividade Turistica México. Sectur, 2014.

MÉXICO, Secretaria de Agricultura, Ganadeira, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentacion. Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006. Disponível em <http://www.sagarpa.gob.mx/ganaderia/publicaciones/lists/otros/attachments/4/pnd0106.pdf> Acesso em 10 de outubro de 2015.

MEXICO, Fondo Nacional de Fomento al Turismo. FONATUR. Disponível em [www.fonatur.gob.mx](http://www.fonatur.gob.mx). Acesso em 23 de maio de 2016.

MEXICO, Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006. Disponível em: <http://www.sagarpa.gob.mx/ganaderia/Publicaciones/Lists/Otros/Attachments/4/PND0106.pdf> Acesso em 13 de junho de 2015.

MILONE, P. C.. Crescimento e desenvolvimento econômico: Teorias e evidências empíricas. In: MONTORO FILHO, A. F. et al . Manual de economia. São Paulo: Saraiva, 1998.

MTUR, Ministério do Turismo. Plano Nacional do Turismo 2003/2007. Diretrizes, Metas e Programas. Brasília, 2003.

\_\_\_\_\_, Ministério do Turismo. Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

\_\_\_\_\_, Ministério do Turismo. Plano Nacional do Turismo 2007/2010: uma viagem de inclusão. Brasília, Mtur, 2007.

\_\_\_\_\_, Ministério do turismo. Coordenação Geral de Regionalização. Programa de Regionalização do turismo – roteiros do Brasil: Módulo 4: Elaboração do Plano Estratégico de desenvolvimento do turismo Regional - Brasília, 2007.

\_\_\_\_\_, Ministério do Turismo. Segmentação do turismo e o mercado. / Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. – Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

\_\_\_\_\_, Ministério do Turismo. Programa de Regionalização do Turismo: Roteiros do Brasil: Diretrizes Operacionais. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2013.

\_\_\_\_\_, Ministério do Turismo. Índice de Competitividade do Turismo Nacional. Relatório Brasil 2015. Disponível em [http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Relatorio\\_Brasil\\_2015\\_WEB.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Relatorio_Brasil_2015_WEB.pdf). Acesso em 04 de março de 2016.

\_\_\_\_\_, Ministério do Turismo. Demanda Internacional 2015. Disponível em [http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/demanda\\_turistica/internacional/](http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/demanda_turistica/internacional/) Acesso em 07 de julho de 2016.

\_\_\_\_\_, Ministério do Turismo. Conselho Nacional do Turismo completa 50 anos – Embratur. Disponível em <http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/7274-conselho-nacional-do-turismo-completa-50-anos.html>. Acesso em 04 de dezembro de 2016.

\_\_\_\_\_, Ministério do Turismo. Estudo de Caso Tour da Experiência. Disponível em [http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Estudo\\_de\\_Caso\\_Tour\\_Experiencia.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Estudo_de_Caso_Tour_Experiencia.pdf). Acesso em 07 de Abril de 2016.

MORRETES, Cachaça Porto Morretes. Disponível em <https://cachaca.portomorretes.com.br/> Acesso 16 de março de 2017.

MORRETES, Premiações Cachaça Porto Morretes. Disponível em <http://www.gazetadopovo.com.br/bomgourmet/cachaca-parana-e-eleita-melhor-brasil/> Acesso em 16 de março de 2017.

MORRETES, Prefeitura Municipal de Morretes. O município. Disponível em <http://morretes.pr.gov.br/index.php/municipio> Acesso em 15 de fevereiro de 2017.

OLIVEIRA, V. E. . As fases do processo de políticas públicas. In: Vitor Marchetti. (Org.). Políticas Públicas em Debate. 1a.ed.São Bernardo do Campo: MP Editora; UFABC, 2012, v. 1, p. 15-38.

OLIVEIRA, F. As Políticas de Turismo no Brasil nos Anos Noventa. Turismo em Análise, 19 (2), 2008.

OLIVEIRA, G.B., Uma discussão sobre o conceito de desenvolvimento. Revista FAE, Curitiba, v.5n.2, 2002, p.37-48. Disponível em [http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/45346191/uma\\_discussao\\_sobre\\_e\\_conceito\\_desenv\\_Publ20160504-25790-scvhr0.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJ56TQJRTWSMTNPEA&Expires=1473811415&Signature=IkRkIGvQQxym3fLHqJYdq1Aonzl%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3Duma\\_discussao\\_sobre\\_conceito\\_desenv\\_Publ.pdf](http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/45346191/uma_discussao_sobre_e_conceito_desenv_Publ20160504-25790-scvhr0.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJ56TQJRTWSMTNPEA&Expires=1473811415&Signature=IkRkIGvQQxym3fLHqJYdq1Aonzl%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3Duma_discussao_sobre_conceito_desenv_Publ.pdf) Acesso em 07 de novembro de 2015.

OLIVEIRA, M.A.S., ROSSETTO, A.M. Políticas Públicas para o Turismo Sustentável no Brasil - Evolução e Perspectivas de Crescimento para o Setor . Visão e Ação 15(3) 2013

OMT. ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. Cooperación entre los sectores público y privado. OMT, Madrid, 2001.

OMT, UNWTO World Tourism. Barometer, Madrid: OMT 2009.

OMT – ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. Desenvolvimento de turismo sustentável: manual para organizadores locais. Brasília. Embratur, 1995.

OMT. Organização Mundial do Turismo. Panorama del Turismo Internacional. Disponível em [http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/estatisticas\\_indicadores/downloads\\_estatisticas/OMT\\_Turismo\\_highlights\\_2014\\_sp.pdf](http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/estatisticas_indicadores/downloads_estatisticas/OMT_Turismo_highlights_2014_sp.pdf) acesso em 07 de julho de 2016.

OECD. Organization for Economic Cooperation and Development: core set of indicators for environmental performance reviews; a synthesis report by the group on the State of the environment. Paris, 1993.

ORGANIZAÇÃO DE COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÓMICO (2002) - Rumo a um desenvolvimento sustentável: indicadores ambientais. Tradução Ana Maria Teles, Salvador (Centro de Recursos Ambientais); Série Cadernos de referência ambiental; v.9, p. 244. Disponível em <http://www.oecd.org/dataoecd/27/45/2345364.pdf> . Acesso em 23 de janeiro de 2017.

PAGE, S. Transporte e turismo. São Paulo: Bookman, 2001.

PARANÁ, Paraná Turismo. Atrativos Paraná - Morretes. Disponível em <http://www.turismo.pr.gov.br/arquivos/File/ATRATIVOSPARANA20102014.pdf>. Acesso em 21 de fevereiro de 2017.

PARANÁ, Paraná Turismo. Demanda turística Paraná – 2015 - Morretes. Disponível em <https://rodoferroviaria.com.br/viaje-de-trem/curitiba-paranagua/> Acesso em 21 de fevereiro de 2017.

PARANÁ, Paraná Turismo. Morretes. Disponível em <http://www.turismo.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=946>. Acesso em 23 de fevereiro de 2017

PARANÁ, Secretaria Estadual de Meio Ambiente. Políticas Públicas. Disponível em [http://www.meioambiente.pr.gov.br/arquivos/File/coea/pncpr/O\\_que\\_sao\\_Politicasp\\_blicas.pdf](http://www.meioambiente.pr.gov.br/arquivos/File/coea/pncpr/O_que_sao_Politicasp_blicas.pdf) Acesso em 20 de abril de 2017

QUIROGA M.R. Indicadores de sostenibilidad ambiental y de desarrollo sostenible: estado del arte y perspectivas. Cepal, 2001.

PAKMAN, E.T. Sobre as definições de turismo da OMT: uma contribuição à História do Pensamento Turístico. 2014.

PARTIDÁRIO, M. R. Indicadores de Qualidade de Ambiente Urbano. 2ª Edição, Lisboa, Direcção Geral de Ordenamento do Território e Desenvolvimento Urbano, Colecção Estudos 4. 2000.

PARTIDÁRIO, M. R, Estado da Arte sobre os indicadores, Texto disponível em [panda.igeo.pt/beot/html/indicadores/estado\\_arte\\_ot.pdf](http://panda.igeo.pt/beot/html/indicadores/estado_arte_ot.pdf)

PETROCCHI, M. Turismo, Planejamento e Gestão. São Paulo: Futura, 1998.

PINTO DOS SANTOS, N. Turismo, gestão e território. Caderno Virtual de Turismo, 14(1), 2014.

PIOVESAN, A., TEMPORINI, E.R. Pesquisa exploratória: Procedimento metodológico para o estudo de fatores humanos no campo da saúde pública. Revista Saúde Pública, 1995, vol.29, n.4, 318 – 325. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/rsp/v29n4/10.pdf> . Acesso: 25/04/2016.

PONCELA, A.M.F. Emociones, identidad, turismo y vida en Huasca (México). Investigaciones Turísticas. Nº 8 (2014). 23-45 2014

PONCELA, A.M.F. Uma Revisión del Programa Pueblos Magicos. Cultur, 10(01) fev. 2016.

PORTAL DA ADMINISTRAÇÃO. Indicadores organizacionais. Disponível em <http://www.portal-administracao.com/2014/07/indicadores-de-desempenho-organizacional.html> acesso em 12 de abril de 2017.

PORTER, M. Vantagem competitiva. 18 ed. Rio de Janeiro, Campus, 1989.

PORTER, M. The Competitive Advantage of Nations. New York, NY: Free Pass. 1990.

QUIROGA, R. Indicadores de sustentabilidad y desarrollo sostenible: estado del arte y perspectivas. Santiago de Chile: División de Medio Ambiente y Asentamientos Humanos, 2001

RITCHIE, J.R.B. Y CROUCH, G.I. The Competitive Destination. A Sustainable tourism perspective. CABI Publishing, UK, 2003.

RITCHIE, J. R. B.; CROUCH, G. I. The Competitive Destination: a sustainability perspective. Tourism Management, 21(1). 2000.

ROCHA, M. E.. A construção de indicadores e a monitorização social: uma análise a partir do Pré-Diagnóstico da Rede Social do Porto. In: VI Congresso Português de Sociologia. 2008.

RODOFERROVIÁRIA. Estrada de ferro Curitiba – Paranaguá. Disponível em <https://rodoferroviaria.com.br/viaje-de-trem/curitiba-paranagua/> Acesso 05 março de 2017.

RODRIGUEZ HERRERA, I.M., PULIDO FERNÁNDEZ, J.I. Factores condicionantes de la sostenibilidad como una dimensión estratégica del desarrollo turístico mexicano. Cuadernos de Turismo, nº 25, 2010.

RUSCHMANN, D. M.. Turismo e Planejamento Sustentável: A Proteção do meio ambiente. São Paulo: Papirus, 1997.

RUSCHMANN D., SOLHA, K. Planejamento turístico. Barueri Manole, 2006.

SANCHO PÉREZ, A. (DIR.), GARCÍA MESANAT, G., PEDRO BUENO, A., YAGÜE PERALES, R.M. Auditoría de sostenibilidad en los destinos turísticos. MININ, Valencia, 2001.

SANCHO PÉREZ, A; GARCÍA MESANAT, G. ¿ Qué indica un indicador? Análisis comparativo en los destinos turísticos. Revista de análisis turístico, n. 2, 2011.

SANTESMASES, M. Segmentacion del mercado, in M. Santesmases (ed.), Marketing, conceptos y estrategias 4 ed. Madrid, Pirámide, 1999 p.212-247

SANTOS, A.R. Metodologia Científica: a construção do conhecimento. 3. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

SCHINDLER, A. A. W. Políticas Públicas aplicadas ao turismo, Curitiba, Intersaberes, 2014.

SECTUR, Secretaria de Turismo do México. El Turismo Cultural en México 2002. Disponível em [http://www.cultura.gob.mx/turismocultural/documentos/pdf/Resumen\\_Ejecutivo.pdf](http://www.cultura.gob.mx/turismocultural/documentos/pdf/Resumen_Ejecutivo.pdf) acesso em 13 de setembro de 2016.

SECTUR, Secretaria de Turismo do México. Programa Pueblos Mágicos. Disponível em <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Publicaciones/CDs2008/CDProgramasyreglas/pdf/45.pdf> Acesso em 20 de setembro de 2015.

\_\_\_\_\_, Secretaria de Turismo do México. Demanda de Turistas do México. Disponível em <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/RankingOMT.aspx>. Acesso em 28 de outubro de 2015.

\_\_\_\_\_, Secretaria de Turismo. Estudio para la Evaluación del Programa Pueblos Mágicos en localidades integrantes para fortalecerlo y en su caso reorientar sus estrategias, 2008. Disponível em <http://www.sectur.gob.mx>. Acesso em 07 de Agosto de 2015.

\_\_\_\_\_, Secretaria de Turismo do México. Compendio Estadístico del turismo en México 2014. Disponível em [http://www.datatur.sectur.gob.mx/Documentos%20Publicaciones/2014 Compendio Presentacion.pdf](http://www.datatur.sectur.gob.mx/Documentos%20Publicaciones/2014%20Compendio%20Presentacion.pdf) Acesso em 07 de maio de 2016.

SECTURJAL, Secretaria de Turismo. Gobierno del Estado de Jalisco. Estadísticas del sector Turístico. Disponível em <http://secturjal.jalisco.gob.mx/invierte-en-jalisco/estadisticas> Acesso em 30 de agosto de 2016.

SILVA, S. B. M. O turismo como instrumento de desenvolvimento e redução da pobreza: uma perspectiva territorial. CORIOLANO, L. N. M. T., LIMA, L. C. (orgs) Turismo comunitário e responsabilidade socioambiental. Fortaleza: EDUECE, 2003 p.19-25.

SILVA, T.A., KUSHANO, E.S., ÁVILA, M.A. Segmentação de mercado: uma abordagem sobre o turismo em diferentes faixas etárias. Caderno Virtual de Turismo. 8(2). 2008.

SOUZA, C., Políticas Públicas: uma revisão de literatura. Revista Sociologias 8(16). 2006

SOUZA, C. Políticas públicas: questões temáticas e de pesquisa. Caderno CRH, Salvador, n. 39, jul./dez. 2003.

TABERNER, J.G.. Measuring destination competitiveness: an exploratory study of the Canaries, mainland Spain, France, the Balearics and Italy. Tourism Today, 2007. Disponível em <http://www.cothm.ac.cy/Tourism%20Today%20No%207.pdf#page=62> Acesso. 13 de agosto de 2016.

TODESCO, J.L. Estado da Arte Indicadores. Texto disponível em [http://www.inf.ufsc.br/~jose.todesco/dw/Artigos/Estado\\_arte\\_indicadores.pdf](http://www.inf.ufsc.br/~jose.todesco/dw/Artigos/Estado_arte_indicadores.pdf) Acesso em 19 de abril de 2017.

TOMAZZONI, E.L., POSSAMAI, A.M., LOVATEL, R. Turismo no Município de Bento Gonçalves (RS): Análise Do Desenvolvimento de um Destino Indutor no Brasil. Revista Brasileiro de Pesquisa em Turismo 4.2 (2010).

TEQUILA. Mundo Cuervo. Disponível em <https://www.mundocuervo.com/>. Acesso em 02 de março de 2017

TEQUILA. Venda da bebida no mundo. Disponível em [http://www.milenio.com/negocios/tequila\\_jose\\_cuervo-bolsa\\_mexicana\\_valores-tequila\\_mas\\_vendido\\_mundo-cuervo-milenio\\_0\\_899310272.html](http://www.milenio.com/negocios/tequila_jose_cuervo-bolsa_mexicana_valores-tequila_mas_vendido_mundo-cuervo-milenio_0_899310272.html) Acesso em 12 de abril de 2017.

TEQUILA, Investimento Mundo Cuervo. Disponível em <http://eleconomista.com.mx/estados/2016/04/27/invertira-mundo-cuervo-800-millones> Acesso em 12 de abril de 2017.

VASCONCELOS, M. A., GARCIA, M. E. Fundamentos de economia. São Paulo: Saraiva, 1998.

VALDEZ, M.V.; ALCUDIA, A.V.C.M. Pueblos mágicos: estrategia para el desarrollo turístico sustentable, Caso Sinaloa. Teoría y Praxis, n. 6, p. 79-93, 2009.

VALDUGA, V.; DARTORA, J.S.; BABINSKI, L. R. Economia da experiência: vivências na região Uva e Vinho/RS. IV seminário da associação Brasileira de pesquisa e pós-graduação em turismo. São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, 2007.

VALDUGA, V. O desenvolvimento do enoturismo no Vale dos Vinhedos (RS/Brasil). *Cultur - Revista de Cultura e Turismo*, 6(2), 2012.

VALDUGA, V., BIZINELLI, C., GÂNDARA, J.M.G., MANOSSO, F. A cachaça e o turismo no território do vinho - RS/Brasil. *Revista Hospitalidade*, 11(2), 2014.

VALDUGA, V. El Enoturismo em Brasil Um analisis territorial en el Estado de Rio Grande do Sul (Brasil) desde 1870 hasta 1970. *Estudios y Perspectivas en Turismo* 23(2014) pp.278 – 304.

VALLS, J.F. *Gestión de destinos turísticos sostenibles*. Ediciones Global 2000, Barcelona 2004.

VALLS, J.F. *Gestão integral de destinos turísticos sustentáveis*. Tradução: Cristiano Vasques e Liana Wang. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

VAN BELLEN, H.M. *Indicadores de sustentabilidade: uma análise comparativa*. Tese (Doutorado em engenharia de produção) curso de pós-graduação em engenharia de produção. Florianópolis, UFSC, 2002

VAN BELLEN, H.M. *Indicadores de sustentabilidade - um levantamento dos principais sistemas de avaliação*. Cad. EBAPE.BR vol.2 no.1 Rio de Janeiro Mar. 2004.

VEENHOVEN, R. The four qualities of life. Ordering concepts and measures of the good life. *Journal of Happiness Studies*, v. 1, p. 1-39, 2000.

VIEIRA, D.P., HOFFMANN, V.E. *Competitividade e Desenvolvimento: um estudo em Destinos Indutores do Turismo Brasileiro*. 2013. Disponível em [http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/3Es/3es\\_2013/2013\\_3Es45.pdf](http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/3Es/3es_2013/2013_3Es45.pdf). Acesso em 12 de dezembro de 2015.

VALDUGA, V.; GANDARA, J. M. G.; PAIXÃO, D. L. D. Análise da metodologia de aplicação do projeto Economia da Experiência a um destino turístico brasileiro *Creación y desarrollo de productos turísticos: innovación y enfoque experiencial*. Ourense: AECIT, v. 1, p. 485-493, 2012.

VIANNA, S.L.G., ANJOS, F.A., ANJOS, S.J.G. Análise da correspondência entre a competitividade percebida e a competitividade efetiva de uma destinação turística. *Revista Rosa dos Ventos*, 4(IV)2012.

WIDMER, G.M.; PIRES, M.J. A Convenção do Patrimônio Mundial, Cultural e Natural, como possível elemento indutor de atividade turística. *Revista Hospitalidade*, São Paulo, v. 5, n. 2, p. 52-64, 2008.

## **12 APÊNDICES**

**Apêndice 1 – Questionários Aplicados no destino Bento Gonçalves**

**Apêndice 2 – Questionários Aplicados no destino Tequila**

**Apêndice 3 – Questionários Aplicados no destino Morretes**

## Apêndice 1 – Questionários Aplicados no destino Bento Gonçalves

### Apêndice 1.1 – Secretaria Municipal de Turismo

Respondente: Gilberto Durante		Empresa: Secretaria Municipal de Turismo		Data: 28/02/2017			
<p>O presente questionário é parte integrante do processo de coleta de dados para dissertação de Mestrado em Turismo (Universidade Federal do Paraná - UFPR), do aluno Sérgio Vinicius de Souza Junior, sob orientação dos professores José Elmar Feger e José Manoel Gonçalves Gândara. O tema da dissertação em questão é: <b>REFLEXOS DE POLÍTICAS PÚBLICAS NA COMPETITIVIDADE DE DESTINOS TURÍSTICOS HISTÓRICO-CULTURAIS: UM ESTUDO COMPARATIVO BRASIL-MÉXICO</b>.</p> <p>Neste estudo, serão analisados os programas: Competitividade de Destinos Turísticos - Brasil e o Programa Pueblos Mágicos - México. Neste questionários estão unificados as dimensões de ambos os programas para que se possa ter uma percepção dos agentes de desenvolvimento do turismo em três diferentes municípios: Bento Gonçalves - RS - Brasil, Morretes - PR - Brasil e Tequila - Jalisco - México.</p> <p>Desta Forma, pedimos a colaboração dos senhores em responder o questionário de acordo com a sua percepção sobre as variáveis aqui expostas.</p>							
<b>PERCEPÇÃO SOBRE OS INDICADORES PARA O PLANEJAMENTO, GESTÃO E CONTROLE DO TURISMO</b>							
<b>PROGRAMA DE COMPETITIVIDADE DE DESTINOS TURÍSTICOS - BRASIL X PROGRAMA PUEBLOS MÁGICOS - MÉXICO</b>				<b>Seu município possui?</b>		<b>Se sim, qual é o indicador utilizado?</b>	<b>Grau de importância</b>
<b>Nº</b>	<b>Dimensão</b>	<b>Conceito aplicado</b>	<b>Variáveis para a formação do indicador</b>	<b>Sim</b>	<b>Não</b>		<b>1 a 10</b>
1	<b>Infraestrutura e serviços urbanos</b>	Infraestrutura básica de apoio ao turista da localidade, oferecendo condições mínimas para usufruir do destino	Infraestrutura de comunicação	x		ECDI	10
			Capacidade de atendimento médico para o turista no destino	x			10
			Fornecimento de energia elétrica	x			10
			Estrutura urbana nas áreas turísticas	x			10
			Serviço de proteção ao turista	x			10
			Grau de profissionalização das equipes de segurança	x			9
			Equipamentos de segurança	x			9

2	Acesso	Meios de acesso utilizados para chegar até a localidade assim como a distância de grande polos.	Acesso aéreo	x		ECDI	10
			Acesso rodoviário	x			10
			Acesso aquaviário		x		
			Acesso ferroviário		x		
			Sistema de transporte no destino	x			10
			Proximidade do destino a grandes polos emissivos de turistas.	x			10
3	Serviços e equipamentos turísticos	Serviços básicos de atendimento ao visitante, avaliando a sua capacidade de suprir as necessidades básicas de orientação, alimentação e hospedagem	Sinalização turística	x		ECDI	10
			Centro de atendimento/ informação ao turista	x		SIG	10
			Espaço para eventos	x			10
			Capacidade dos meios de hospedagem	x			10
			Capacidade do turismo receptivo	x			10
			Estrutura de qualificação para o turismo	x			10
			Infraestrutura turística	x			10
			Capacidade dos restaurantes	x			10
4	Oferta de atrativos turísticos	Atrativos gerais que compõem a oferta da localidade divididos por segmentação, atrativos turísticos simbólicos e diferenciados garantindo sua comercialização, e ainda os serviços de assistência e segurança.	Atrativos naturais	x		ECDI	10
			Atrativos culturais	x		ECDI	10
			Eventos programados	x		SIG	10
			Realizações técnicas, científicas e artísticas	x		SIG	9
			Diversidade de atrativos e equipamentos de lazer	x			10
			Contar com um atrativo turístico simbólico	x			9
			Contar com atrativos turísticos diferenciados	x			10
			Serviços turísticos que garantam sua comercialização no próprio atrativo	x			10
			Serviços de assistência e segurança	x			9
5	Marketing do destino	Marketing do destino como forma de aumentar a visibilidade e fluxo de visitantes.	Plano de marketing	x		ECDI	10
			Roteirização e promoção Regional	x			10
			Participação em feiras e eventos	x		SIG	10
			Promoção do destino	x		SIG	10
			Outras estratégias de promoção digital	x			10
			Diversificação de produtos turísticos	x			10
			Apoio à comercialização regional de forma integrada	x			9
			Portal de Internet	x			10
			Marca turística bem definida /Marca Pueblos Mágicos	x			10

6	<b>Políticas Públicas / Governança / Cooperação / Investimento / Planejamento</b>	Desenvolvimento do turismo de forma integrada. União e cooperação entre atrativos e destinos. Participação do poder público e da iniciativa privada no desenvolvimento dos destinos. Integração entre iniciativa pública e privada na estruturação de ferramentas legais e de gestão. Existência de organismo público local responsável pelo turismo/ Programa Pueblos Mágicos. Existência de um comitê Pueblos Mágicos / Governança no destino responsável pela elaboração de planos e programas de desenvolvimento turístico.	Grau de cooperação com o governo Estadual	x		ECDI	9
			Grau de cooperação com o governo Federal	x		SIG	9
			Grau de cooperação público-privada.	x			10
			Governança / Comitê turístico “Pueblo Mágico”	x			10
			Projetos de cooperação regional	x			9
			Planejamento turístico regional	x			10
			Investimento público Estadual gerado a partir do Programa Pueblos Mágicos / Investimento público regional em Turismo.	x			9
			Inverstimento Federal gerado a partir do Programa Pueblos Mágicos / Investimento público Federal em Turismo	x		SIG	9
			Planos de desenvolvimento municipal	x			10
			Planos / Programas de Desenvolvimento Turístico Municipal	x			10
7	<b>Monitoramento</b>	Pesquisas, estatísticas capazes de mensurar o perfil do visitante assim como o impacto na localidade gerado pelo turismo.	Legislação de preservação do patrimônio turístico. Normas para regular a imagem urbana e plano de manejo em função do Programa Pueblos Mágicos	x			10
			Pesquisas de demanda	x		ECDI	10
			Pesquisas de oferta		x		10
			Sistema de estatísticas do turismo	x			10
			Medição dos impactos da atividade turística	x			10
Setor específico de estudos e pesquisas	x			10			

8	<b>Aspectos Economicos</b>	O impacto econômico na localidade, infraestrutura local com capacidade para atrair negócios. Aproveitamento da mão de obra local e sua qualificação. Empresas estrangeiras capazes de gerar empregos e desenvolvimento. Grau de investimento privado na atividade turística. Nível de empregos gerados pelo turismo em relação aos demais setores produtivos da localidade.	Aspectos da economia local	x		Panorama CIC	10
			Infraestrutura e facilidade para negócios	x		ECDI	10
			Empreendimentos ou eventos alavancadores.	x			10
			Capacidade de qualificação de mão de obra local	x			10
			Capacidade de aproveitamento de mão de obra local	x			10
			Presença de grupos nacionais do setor turístico	x			10
			Presença de grupos internacionais do setor de turístico	x			9
			Concorrência com outros destinos e barreiras de entrada que dificultem a escolha do destino		x		10
			Geração de negócios e empreendedorismo	x			10
			Investimento privado para o desenvolvimento turístico cultural	x			10
			Investimento privado local para o desenvolvimento turístico rural, natural e outras formas de turismo	x			10
			Empregos diretos gerados pelo turístico	x			10
			Empregos indiretos gerados pelo turismo	x			10
			Programas de apoio às empresas locais	x			10
			Programas de capacitação para fomentar o desenvolvimento de novas empresas.		x		10
Diagnósticos das atividades económicas atualizados	x			10			
9	<b>Aspectos Sociais</b>	Condição de acesso a informação e educação, elaboração de políticas públicas visando diminuir o possível impacto negativo causado pelo turismo no aspecto social.	Acesso à educação	x		ECDI	10
			Política de prevenção à exploração sexual infantil	x			10
			Uso de atrativos e equipamentos turísticos pela população local	x			9
			Participação cidadã	x			9
			Sensibilização e participação da população local na atividade turística.	x			10

10	Aspectos Ambientais	Leis, órgãos e ações de preservação de áreas naturais assim como as condições básicas de esgoto, acesso a água tratada e coleta de lixo. Grau de implantação de políticas e normas ambientais. Premiações nacionais e/ou internacionais.	Legislação municipal de meio ambiente / Aplicação das normas ambientais			ECDI	10
			Controle de capacidade de carga		x		10
			Atividades em curso potencialmente poluidoras		x		10
			Rede pública de distribuição de água	x			10
			Rede pública de coleta e tratamento de esgoto		x		10
			Coleta e destinação pública de resíduos	x			10
			Preservação do Patrimônio Natural e Unidades de Conservação no município	x			10
			Premiações Nacionais e/ou Internacionais	x			10
			Agenda 21		x		10
11	Aspecto Culturais	Valorização da cultura local, políticas culturais e de apoio a cultura. Preservação da cultura local e do patrimônio. Estabelecer o grau de preservação sobre a integridade e autenticidade do patrimônio. Determinar o grau de manutenção do patrimônio histórico, participação de associações civis locais para sua conservação. Conhecer a quantidade e qualidade de locais culturais como museus, espaços gastronômico e artesanais do destino.	Produção cultural associada ao turismo	x		ECDI	10
			Preservação do patrimônio histórico e cultural / Tangível e Intangível.	x			10
			Estrutura municipal de apoio à cultura.	x			10
			Controle de capacidade de carga		x		10
			Programas para promoção de atividades artísticas e culturais	x			10
			Participação de associações civis local na conservação do Patrimônio Histórico	x			10
			Inventário dos espaços culturais		x		10
			Encanto / Magia da localidade	x			10
			Declaratoria de Zonas de Monumentos Históricos.	x			10
<p><b>ECDI - Estudo de Competitividade dos Destinos Indutores - Análise anual realizada pelo MTUR, Sebrae e FGV , onde cada dimensão do estudo apresenta as notas médias de Bento Gonçalves. SIG é o Sistema Integrado de Gestão, implantado em 2015, onde a Secretaria Municipal de Turismo possui em torno de 40 indicadores, os quais são mensais e também existe a média anual. Envolve orçamento, projetos, estatísticas no turismo, entre outros.</b></p>							

## Apêndice 1.2 – AtuaSerra

Respondente:	Beatriz Paulus	Empresa:	AtuaSerra Instancia de Governança Região Uva e Vinho	Data:	27/01/2017		
<p>O presente questionário é parte integrante do processo de coleta de dados para dissertação de Mestrado em Turismo (Universidade Federal do Paraná - UFPR), do aluno Sérgio Vinicius de Souza Junior, sob orientação dos professores José Elmar Feger e José Manoel Gonçalves Gândara. O tema da dissertação em questão é: <b>REFLEXOS DE POLÍTICAS PÚBLICAS NA COMPETITIVIDADE DE DESTINOS TURÍSTICOS HISTÓRICO-CULTURAIS: UM ESTUDO COMPARATIVO BRASIL-MÉXICO</b>. Neste estudo, serão analisados os programas: Competitividade de Destinos Turísticos - Brasil e o Programa Pueblos Mágicos - México. Neste questionários estão unificados as dimensões de ambos os programas para que se possa ter uma percepção dos agentes de desenvolvimento do turismo em três diferentes municípios: Bento Gonçalves - RS - Brasil, Morretes - PR - Brasil e Tequila - Jalisco - México.</p> <p>Desta Forma, pedimos a colaboração dos senhores em responder o questionário de acordo com a sua percepção sobre as variáveis aqui expostas.</p>							
<b>PERCEPÇÃO SOBRE OS INDICADORES PARA O PLANEJAMENTO, GESTÃO E CONTROLE DO TURISMO</b>							
<b>PROGRAMA DE COMPETITIVIDADE DE DESTINOS TURÍSTICOS - BRASIL X PROGRAMA PUEBLOS MÁGICOS - MÉXICO</b>				<b>Seu município possui?</b>	<b>Se sim, qual é o indicador utilizado?</b>	<b>Grau de importância</b>	
<b>Nº</b>	<b>Dimensão</b>	<b>Conceito aplicado</b>	<b>Variáveis para a formação do indicador</b>	<b>Sim</b>	<b>Não</b>	<b>1 a 10</b>	
1	<b>Infraestrutura e serviços urbanos</b>	Infraestrutura básica de apoio ao turista da localidade, oferecendo condições mínimas para usufruir do destino	Infraestrutura de comunicação	x		todos emp com sinal	9
			Capacidade de atendimento médico para o turista no destino	x		Unid Hosp e Upas	9
			Fornecimento de energia elétrica	x		Luz bi e tri fásica nos empreen	
			Estrutura urbana nas áreas turísticas	x		Hot e Gastronomia	9
			Serviço de proteção ao turista	x		2º BPAT	10
			Grau de profissionalização das equipes de segurança	x		Empresas Privadas e Sev de seg Pública instalados no munic.	8
			Equipamentos de segurança	x		nº de câmaras e seguranças contratadas	8

2	Acesso	Meios de acesso utilizados para chegar até a localidade assim como a distância de grande polos.	Acesso aéreo	x		Qualificação do Aeroclube	10
			Acesso rodoviário	x		Manutenção da BR 470	10
			Acesso aquaviário		x	Turismo Náutico	7
			Acesso ferroviário	x		Passeio de Maria Fumaça	9
			Sistema de transporte no destino	x		Transp. Interurbano, Vans, Transfers	9
			Proximidade do destino a grandes polos emissores de turistas.	x		Distâncias x tempo de deslocamento	9
3	Serviços e equipamentos turísticos	Serviços básicos de atendimento ao visitante, avaliando a sua capacidade de suprir as necessidades básicas de orientação, alimentação e hospedagem	Sinalização turística	x		Placas Indicativas	8
			Centro de atendimento/ informação ao turista	x		CATs	9
			Espaço para eventos	x		Centro de Eventos, Hotéis	10
			Capacidade dos meios de hospedagem	x		Nº e qualificação dos meios de Hospedagens	10
			Capacidade do turismo receptivo	x		Ag. Receptivo, guias, informações, SIG Tur	10
			Estrutura de qualificação para o turismo	x		IES, Entidades	8
			Infraestrutura turística	x		Equipamentos tradicionais e Alternativos	8
			Capacidade dos restaurantes	x		Diversidade e capacidade	9

4	<b>Oferta de atrativos turísticos</b>	Atrativos gerais que compõem a oferta da localidade divididos por segmentação, atrativos turísticos simbólicos e diferenciados garantindo sua comercialização, e ainda os serviços de assistência e segurança.	Atrativos naturais	x		Parques e áreas	9
			Atrativos culturais	x		Roteiros consolidados	8
			Eventos programados	x		nº e edições anuais	10
			Realizações técnicas, científicas e artísticas	x		Eventos e capacidade técnica para realização	10
			Diversidade de atrativos e equipamentos de lazer	x		diversidade e inovação	10
			Contar com um atrativo turístico simbólico	x		turismo de experiência	9
			Contar com atrativos turísticos diferenciados	x		capacidade de inovação	8
			Serviços turísticos que garantam sua comercialização no próprio atrativo	x		inovações e vivências	8
			Serviços de assistência e segurança	x		resolução de emergências	8
5	<b>Marketing do destino</b>	Marketing do destino como forma de aumentar a visibilidade e fluxo de visitantes.	Plano de marketing	x		ações de mercado	8
			Roteirização e promoção Regional	x		diversidade e opções	9
			Participação em feiras e eventos	x		nº de participações, abordagens e retornos	7
			Promoção do destino	x		Ferramentas utilizadas	8
			Outras estratégias de promoção digital	x		Mídias online	8
			Diversificação de produtos turísticos	x		atendimentos a públicos diversificados	8
			Apoio à comercialização regional de forma integrada	x		materias integrados	8
			Portal de Internet	x		acessos e atualizações	8
			Marca turística bem definida /Marca Pueblos Mágicos	x		Bento Pura Inspiração	8

6	<b>Políticas Públicas / Governança / Cooperação / Investimento /Planejamento</b>	Desenvolvimento do turismo de forma integrada. União e cooperação entre atrativos e destinos. Participação do poder público e da iniciativa privada no desenvolvimento dos destinos. Integração entre iniciativa pública e privada na estruturação de ferramentas legais e de gestão. Existência de organismo público local responsável pelo turismo/ Programa Pueblos Mágicos. Existência de um comitê Pueblos Mágicos / Governança no destino responsável pela elaboração de planos e programas de desenvolvimento turístico.	Grau de cooperação com o governo Estadual	x		Promoção e Projetos	7
			Grau de cooperação com o governo Federal	x		Promoção e Projetos	7
			Grau de cooperação público-privada.	x		trade turístico participativo	8
			Governança / Comitê turístico “Pueblo Mágico”	x		Coordenação Regional	9
			Projetos de cooperação regional	x		nºProjetos desenvolvidos	9
			Planejamento turístico regional	x		Planos e Ações Regionais	9
			Investimento público Estadual gerado a partir do Programa Pueblos Mágicos / Investimento público regional em Turismo.	x		Aeroporto Regional e Rodovias	7
			Investimento Federal gerado a partir do Programa Pueblos Mágicos / Investimento público Federal em Turismo	x		Aeroporto Regional e Rodovias	7
			Planos de desenvolvimento municipal	x		PMTs Municipais	10
			Planos / Programas de Desenvolvimento Turístico Municipal	x		Planose Programas em ação	8
7	<b>Monitoramento</b>	Pesquisas, estatísticas capazes de mensurar o perfil do visitante assim como o impacto na localidade gerado pelo turismo.	Legislação de preservação do patrimônio turístico. Normas para regular a imagem urbana e plano de manejo em função do Programa Pueblos Mágicos	x		Tombamentos provisórios	8
			Pesquisas de demanda	x		Periodicidade	7
			Pesquisas de oferta	x		Periodicidade	7
			Sistema de estatísticas do turismo	x		Análise de resultados	8
			Medição dos impactos da atividade turística	x		Retorno Econômico	8
Sector específico de estudos e pesquisas		x	Não há	0			

8	<b>Aspectos Economicos</b>	O impacto econômico na localidade, infraestrutura local com capacidade para atrair negócios. Aproveitamento da mão de obra local e sua qualificação. Empresas estrangeiras capazes de gerar empregos e desenvolvimento. Grau de investimento privado na atividade turística. Nível de empregos gerados pelo turismo em relação aos demais setores produtivos da localidade.	Aspectos da economia local	x		Vocação turística	10
			Infraestrutura e facilidade para negócios	x			
			Empreendimentos ou eventos alavancadores.	x		Eventos do setor moveleiro e vinhos	8
			Capacidade de qualificação de mão de obra local	x		4Ss, IES, Entidades qualificadoras	8
			Capacidade de aproveitamento de mão de obra local	x		nº de empregos	8
			Presença de grupos nacionais do setor turístico	x		Empresas instaladas	9
			Presença de grupos internacionais do setor de turístico	x		Redes Interacionais	8
			Concorrência com outros destinos e barreiras de entrada que dificultem a escolha do destino	x		Destinos com produtos similar	7
			Geração de negócios e empreendedorismo	x		capacidade de investimentos	8
			Investimento privado para o desenvolvimento turístico cultural	x		valorização do patrimônio	7
			Investimento privado local para o desenvolvimento turístico rural, natural e outras formas de turismo	x		Investidores	8
			Empregos diretos gerados pelo turístico	x		nº de empregos	8
			Empregos indiretos gerados pelo turismo	x		empresas terceirizadas	8
			Programas de apoio às empresas locais	x		Programas existentes	7
			Programas de capacitação para fomentar o desenvolvimento de novas empresas.	x		Programas existentes	7
Diagnósticos das atividades económicas atualizados	x		Diagnósticos Aplicados	5			

9	<b>Aspectos Sociais</b>	Condição de acesso a informação e educação, elaboração de políticas públicas visando diminuir o possível impacto negativo causado pelo turismo no aspecto social.	Acesso à educação	x		Índices	10
			Política de preservação à exploração sexual infanto-juvenil	x		Entidades e Legislação aplicada	8
			Uso de atrativos e equipamentos turísticos pela população local	x		Programa de visitação	6
			Participação cidadã	x		entidades voluntárias	6
			Sensibilização e participação da população local na atividade turística.	x		Adesão e comprometimento percebido	7
10	<b>Aspectos Ambientais</b>	Leis, órgãos e ações de preservação de áreas naturais assim como as condições básicas de esgoto, acesso a água tratada e coleta de lixo. Grau de implantação de políticas e normas ambientais. Premiações nacionais e/ou internacionais.	Legislação municipal de meio ambiente / Aplicação das normas ambientais	x		Fiscalização	7
			Controle de capacidade de carga	x		Mensurações e dimensionamentos calculados	7
			Atividades em curso potencialmente poluidoras	x		controles e emissões de licenciamentos	8
			Rede pública de distribuição de água	x		Famílias atendidas	9
			Rede pública de coleta e tratamento de esgoto	x		qdade de rede instalada	4
			Coleta e destinação pública de resíduos	x		Plano de Resíduos	5
			Preservação do Patrimônio Natural e Unidades de Conservação no município	x		áreas de preservação	5
			Premiações Nacionais e/ou Internacionais	x		Nº e itens premiados	7
			Agenda 21		x	Itens implantados	3

<b>11 Aspecto Culturais</b>	Valorização da cultura local, políticas culturais e de apoio a cultura. Preservação da cultura local e do patrimônio. Estabelecer o grau de preservação sobre a integridade e autenticidade do patrimônio. Determinar o grau de manutenção do patrimônio histórico, participação de associações civis locais para sua conservação. Conhecer a quantidade e qualidade de locais culturais como museus, espaços gastronômico e artesanais do destino.	Produção cultural associada ao turismo	x		Inventariado da cultura imaterias	5
		Preservação do patrimônio histórico e cultural / Tangível e Intangível.		x	áreas e zonas de preservação	5
		Estrutura municipal de apoio à cultura.	x		Espaços existentes para atividades culturais	8
		Controle de capacidade de carga		x	Dimensionamento e estudos realizados	4
		Programas para promoção de atividades artísticas e culturais	x		Planejamentos das programações	8
		Participação de associações civis local na conservação do Patrimônio Histórico	x		entidades envolvidas	9
		Inventário dos espaços culturais	x		Inventários	9
		Encanto / Magia da localidade	x		pesquisas de satisfação	7
		Declaratoria de Zonas de Monumentos Históricos.		x		
<b>Outras informações que julgue interessante:</b>						

### Apêndice 1.3 - Bento Convention & Visitors Bureau

Respondente: Ana Paula Solimon		Empresa: Bento Convention Bureau		Data: 02/03/2017			
<p>O presente questionário é parte integrante do processo de coleta de dados para dissertação de Mestrado em Turismo (Universidade Federal do Paraná - UFPR), do aluno Sérgio Vinicius de Souza Junior, sob orientação dos professores José Elmar Feger e José Manoel Gonçalves Gândara. O tema da dissertação em questão é: <b>REFLEXOS DE POLÍTICAS PÚBLICAS NA COMPETITIVIDADE DE DESTINOS TURÍSTICOS HISTÓRICO-CULTURAIS: UM ESTUDO COMPARATIVO BRASIL-MÉXICO</b>.</p> <p>Neste estudo, serão analisados os programas: Competitividade de Destinos Turísticos - Brasil e o Programa Pueblos Mágicos - México. Neste questionários estão unificados as dimensões de ambos os programas para que se possa ter uma percepção dos agentes de desenvolvimento do turismo em três diferentes municípios: Bento Gonçalves - RS - Brasil, Morretes - PR - Brasil e Tequila - Jalisco - México.</p> <p>Desta Forma, pedimos a colaboração dos senhores em responder o questionário de acordo com a sua percepção sobre as variáveis aqui expostas.</p>							
<b>PERCEPÇÃO SOBRE OS INDICADORES PARA O PLANEJAMENTO, GESTÃO E CONTROLE DO TURISMO</b>							
<b>PROGRAMA DE COMPETITIVIDADE DE DESTINOS TURÍSTICOS - BRASIL X PROGRAMA PUEBLOS MÁGICOS - MÉXICO</b>				<b>Seu município possui?</b>		<b>Se sim, qual é o indicador utilizado?</b>	<b>Grau de importância</b>
<b>Nº</b>	<b>Dimensão</b>	<b>Conceito aplicado</b>	<b>Variáveis para a formação do indicador</b>	<b>Sim</b>	<b>Não</b>		<b>1 a 10</b>
1	<b>Infraestrutura e serviços urbanos</b>	Infraestrutura básica de apoio ao turista da localidade, oferecendo condições mínimas para usufruir do destino	Infraestrutura de comunicação	x		Aplicativo de celular, CAT'S, materiais impressos, totem digital	10
			Capacidade de atendimento médico para o turista no destino	x		bombeiros e sec. Saúde	9
			Fornecimento de energia elétrica	x			10
			Estrutura urbana nas áreas turísticas		x		8
			Serviço de proteção ao turista		x		10
			Grau de profissionalização das equipes de segurança		x		9
			Equipamentos de segurança	x		câmeras de monitoramento público, viaturas,	10

2	Acesso	Meios de acesso utilizados para chegar até a localidade assim como a distância de grande polos.	Acesso aéreo	x		aeródromo, heliponto	8
			Acesso rodoviário	x			9
			Acesso aquaviário		x		7
			Acesso ferroviário		x		7
			Sistema de transporte no destino	x		linhas intermunicipais, urbanas, transporte privativo	10
			Proximidade do destino a grandes polos emissivos de turistas.	x		Gramado, Porto Alegre	8
3	Serviços e equipamentos turísticos	Serviços básicos de atendimento ao visitante, avaliando a sua capacidade de suprir as necessidades básicas de orientação, alimentação e hospedagem	Sinalização turística	x		aérea, placas específicas atualizadas	10
			Centro de atendimento/ informação ao turista	x		4 pontos	10
			Espaço para eventos	x		para até 5000 pessoas	10
			Capacidade dos meios de hospedagem	x		3.000 leitos	10
			Capacidade do turismo receptivo	x		5 agências	10
			Estrutura de qualificação para o turismo	x		Faculdade de Turismo Cenequista	9
			Infraestrutura turística	x		concentrado em todas as 5 rotas	10
			Capacidade dos restaurantes	x		aprox. 200 restaurantes	10

4	Oferta de atrativos turísticos	Atrativos gerais que compõem a oferta da localidade divididos por segmentação, atrativos turísticos simbólicos e diferenciados garantindo sua comercialização, e ainda os serviços de assistência e segurança.	Atrativos naturais	x		Parques de turismo aventura e rotas na paisagem do interior	10
			Atrativos culturais	x		caminhos de pedra e gastronomia típica, Maria Fumaça e Parque Temático Epopeia Italiana	10
			Eventos programados	x		Feiras locais e eventos captados	10
			Realizações técnicas, científicas e artísticas	x		congressos científicos, feiras comerciais e fórum municipal de turismo	9
			Diversidade de atrativos e equipamentos de lazer	x		além das vinícolas, parques, cicloturismo, passeios de trem, city tour, atividades enogastrômicas como pic nic, jantares harmonizados	10
			Contar com um atrativo turístico simbólico	x		pipa pórtico e trem Maria Fumaça	9
			Contar com atrativos turísticos diferenciados	x		Vale dos Vinhedos e Spa do vinho	9
			Serviços turísticos que garantam sua comercialização no próprio atrativo	x		transfer, refeições	10
			Serviços de assistência e segurança	x		9	

5	Marketing do destino	Marketing do destino como forma de aumentar a visibilidade e fluxo de visitantes.	Plano de marketing	x		via SEMTUR	10
			Roteirização e promoção Regional	X		ATUASERRA,	
			Participação em feiras e eventos	x		parceria p/p nas principais feiras do sul e sudeste.	9
			Promoção do destino	x		on line (site turismo Bento) off line (folheteria), promotores das empresas	10
			Outras estratégias de promoção digital	x		App Turismo Bento, Bento 360 graus, totens touch screem	10
			Diversificação de produtos turísticos	x		5 Rotas e turismo urbano	10
			Apoio à comercialização regional de forma integrada	x		destino indutor segundo o MTUR, divulgação e comercialização da Região Uva e Vinho	8
			Portal de Internet	x		turismobento.com.br	10
			Marca turística bem definida /Marca Pueblos Mágicos	x		Bento Pura Inspiração/ Região Uva e Vinho	10

<b>Políticas Públicas / Governança / Cooperação / Investimento /Planejamento</b>	Desenvolvimento do turismo de forma integrada. União e cooperação entre atrativos e destinos. Participação do poder público e da iniciativa privada no desenvolvimento dos destinos. Integração entre iniciativa pública e privada na estruturação de ferramentas legais e de gestão. Existência de organismo público local responsável pelo turismo/ Programa Pueblos Mágicos. Existência de um comitê Pueblos Mágicos / Governança no destino responsável pela elaboração de planos e programas de desenvolvimento turístico.	Grau de cooperação com o governo Estadual	x		Atráves de convênios e ATUASERRA	9
		Grau de cooperação com o governo Federal	x		Projetos de desenvolvimento regional	9
		Grau de cooperação público-privada.	x		parcerias na promoção	9
		Governança / Comitê turístico “Pueblo Mágico”	x		Atuaserra e SEGH	9
		Projetos de cooperação regional	x		Dia do Vinho	9
		Planejamento turístico regional		X		9
		Investimento público Estadual gerado a partir do Programa Pueblos Mágicos / Investimento público regional em Turismo.			X	9
		Investimento Federal gerado a partir do Programa Pueblos Mágicos / Investimento público Federal em Turismo			X	9
		Planos de desenvolvimento municipal	X		Planejamento Estratégico de Bento	9
		Planos / Programas de Desenvolvimento Turístico Municipal	x		Plano de Marketing Turístico	9
Legislação de preservação do patrimônio turístico. Normas para regular a imagem urbana e plano de manejo em função do Programa Pueblos Mágicos	x		Plano Diretor Municipal, D.O - denominação de Origem	9		

7	<b>Monitoramento</b>	Pesquisas, estatísticas capazes de mensurar o perfil do visitante assim como o impacto na localidade gerado pelo turismo.	Pesquisas de demanda	X		SEMTUR	9	
			Pesquisas de oferta	X		SEMTUR	9	
			Sistema de estatísticas do turismo	X		SEMTUR	9	
			Medição dos impactos da atividade turística	X		SEMTUR	9	
			Setor específico de estudos e pesquisas		X			
8	<b>Aspectos Economicos</b>	O impacto econômico na localidade, infraestrutura local com capacidade para atrair negócios. Aproveitamento da mão de obra local e sua qualificação. Empresas estrangeiras capazes de gerar empregos e desenvolvimento. Grau de investimento privado na atividade turística. Nível de empregos gerados pelo turismo em relação aos demais setores produtivos da localidade.	Aspectos da economia local	x				
			Infraestrutura e facilidade para negócios	X			9	
			Empreendimentos ou eventos alavancadores.		X		Setor vinícola, hotelaria, moveleiro. Eventos: feiras de móveis, congressos e festas. (FIMMA, MOVELSUL, FIEMA, AVALIAÇÃO NAC VINHOS)	10
			Capacidade de qualificação de mão de obra local	X			Senac, Universidade de Caxias do Sul Campus Vinhedos	9
			Capacidade de aproveitamento de mão de obra local	X				8
			Presença de grupos nacionais do setor turístico	X			CVC Operadora	8
			Presença de grupos internacionais do setor de turístico	X			Hotel Super 8 - Rede Latinn Hotels	10
			Concorrência com outros destinos e barreiras de entrada que dificultem a escolha do destino					
			Geração de negócios e empreendedorismo	X				9
			Investimento privado para o desenvolvimento turístico cultural	X				10
			Investimento privado local para o desenvolvimento turístico rural, natural e outras formas de turismo	X				10
			Empregos diretos gerados pelo turístico	X				9
			Empregos indiretos gerados pelo turismo	X				8
			Programas de apoio às empresas locais	X			Sebrae	10
			Programas de capacitação para fomentar o desenvolvimento de novas empresas.	X			Sebrae	10
			Diagnósticos das atividades econômicas atualizados	X				10

9	<b>Aspectos Sociais</b>	Condição de acesso a informação e educação, elaboração de políticas públicas visando diminuir o possível impacto negativo causado pelo turismo no aspecto social.	Acesso à educação	X			10
			Política de prevenção à exploração sexual infanto-juvenil		X		
			Uso de atrativos e equipamentos turísticos pela população local	X		Fundaparque, Parque de aventuras da Gasper, Maria Fumaça, Praças, Parque Dal Pizzol, Vinícola Miolo, Parque Leopoldina	8
			Participação cidadã				
			Sensibilização e participação da população local na atividade turística.	X		Escolas	10
10	<b>Aspectos Ambientais</b>	Leis, órgãos e ações de preservação de áreas naturais assim como as condições básicas de esgoto, acesso a água tratada e coleta de lixo. Grau de implantação de políticas e normas ambientais. Premiações nacionais e/ou internacionais.	Legislação municipal de meio ambiente / Aplicação das normas ambientais	x		via SMMAN	9
			Controle de capacidade de carga			via SMMAN	8
			Atividades em curso potencialmente poluidoras			via SMMAN	8
			Rede pública de distribuição de água	x		via SMMAN	9
			Rede pública de coleta e tratamento de esgoto			via SMMAN	8
			Coleta e destinação pública de resíduos	X		COLETA SELETIVA VIA SMMAN (sec meio ambiente)	8
			Preservação do Patrimônio Natural e Unidades de Conservação no município	x			
			Premiações Nacionais e/ou Internacionais	x		órgãos diversos	10
			Agenda 21				

11	Aspecto Culturais	Valorização da cultura local, políticas culturais e de apoio a cultura. Preservação da cultura local e do patrimônio. Estabelecer o grau de preservação sobre a integridade e autenticidade do patrimônio. Determinar o grado de manutenção do patrimônio histórico, participação de associações civis locais para sua conservação. Conhecer a quantidade e qualidade de locais culturais como museus, espaços gastronômico e artesanais do destino.	Produção cultural associada ao turismo	X			9
			Preservação do patrimônio histórico e cultural / Tangível e Intangível.	X		Roteiro Caminhos de Pedra	10
			Estrutura municipal de apoio à cultura.	X		Secretaria da Cultura	9
			Controle de capacidade de carga				
			Programas para promoção de atividades artísticas e culturais	X		via sec. Cultura	10
			Participação de associações civís local na conservação do Patrimônio Histórico	X			
			Inventário dos espaços culturais	X		Atuaserra	9
			Encanto / Magia da localidade				
			Declaratoria de Zonas de Monumentos Históricos.				
<b>Outras informações que julgue interessante:</b>							

### Apêndice 1.4 – Cooperativa Vinícola Aurora

Respondente: Ana Maria De Paris Possamai

Empresa: Cooperativa Vinícola Aurora

Data: 25/01/2017

O presente questionário é parte integrante do processo de coleta de dados para dissertação de Mestrado em Turismo (Universidade Federal do Paraná - UFPR), do aluno Sérgio Vinicius de Souza Junior, sob orientação dos professores José Elmar Feger e José Manoel Gonçalves Gândara. O tema da dissertação em questão é: **REFLEXOS DE POLÍTICAS PÚBLICAS NA COMPETITIVIDADE DE DESTINOS TURÍSTICOS HISTÓRICO-CULTURAIS: UM ESTUDO COMPARATIVO BRASIL-MÉXICO**. Neste estudo, serão analisados os programas: Competitividade de Destinos Turísticos - Brasil e o Programa Pueblos Mágicos - México. Neste questionários estão unificados as dimensões de ambos os programas para que se possa ter uma percepção dos agentes de desenvolvimento do turismo em três diferentes municípios: Bento Gonçalves - RS - Brasil, Morretes - PR - Brasil e Tequila - Jalisco - México.

Desta Forma, pedimos a colaboração dos senhores em responder o questionário de acordo com a sua percepção sobre as variáveis aqui expostas.

#### PERCEPÇÃO SOBRE OS INDICADORES PARA O PLANEJAMENTO, GESTÃO E CONTROLE DO TURISMO

PROGRAMA DE COMPETITIVIDADE DE DESTINOS TURÍSTICOS - BRASIL X PROGRAMA PUEBLOS MÁGICOS - MÉXICO				Seu município possui?		Se sim, qual é o indicador utilizado?	Grau de importância 1 a 10
Nº	Dimensão	Conceito aplicado	Variáveis para a formação do indicador	Sim	Não		
1	Infraestrutura e serviços urbanos	Infraestrutura básica de apoio ao turista da localidade, oferecendo condições mínimas para usufruir do destino	Infraestrutura de comunicação	X			
			Capacidade de atendimento médico para o turista no destino	X			
			Fornecimento de energia elétrica	X			
			Estrutura urbana nas áreas turísticas	X			
			Serviço de proteção ao turista		X		
			Grau de profissionalização das equipes de segurança	X			
			Equipamentos de segurança				

2	Acesso	Meios de acesso utilizados para chegar até a localidade assim como a distância de grande polos.	Acesso aéreo	X		
			Acesso rodoviário	X		
			Acesso aquaviário		X	
			Acesso ferroviário		X	
			Sistema de transporte no destino	X		AGÊNCIAS
			Proximidade do destino a grandes polos emissores de turistas.	X		
3	Serviços e equipamentos turísticos	Serviços básicos de atendimento ao visitante, avaliando a sua capacidade de suprir as necessidades básicas de orientação, alimentação e hospedagem	Sinalização turística	X		
			Centro de atendimento/ informação ao turista	X		
			Espaço para eventos	X		
			Capacidade dos meios de hospedagem	X		
			Capacidade do turismo receptivo	X		
			Estrutura de qualificação para o turismo	X		
			Infraestrutura turística	X		
Capacidade dos restaurantes	X					
4	Oferta de atrativos turísticos	Atrativos gerais que compõem a oferta da localidade divididos por segmentação, atrativos turísticos simbólicos e diferenciados garantindo sua comercialização, e ainda os serviços de assistência e segurança.	Atrativos naturais	X		
			Atrativos culturais	X		
			Eventos programados	X		
			Realizações técnicas, científicas e artísticas	X		
			Diversidade de atrativos e equipamentos de lazer	X		
			Contar com um atrativo turístico simbólico	X		
			Contar com atrativos turísticos diferenciados	X		
			Serviços turísticos que garantam sua comercialização no próprio atrativo	X		
			Serviços de assistência e segurança	X		

5	<b>Marketing do destino</b>	Marketing do destino como forma de aumentar a visibilidade e fluxo de visitantes.	Plano de marketing	X			
			Roteirização e promoção Regional	X			
			Participação em feiras e eventos	X			
			Promoção do destino	X			
			Outras estratégias de promoção digital	X			
			Diversificação de produtos turísticos	X			
			Apoio à comercialização regional de forma integrada	X			
			Portal de Internet	X			
			Marca turística bem definida /Marca Pueblos Mágicos	X			
6	<b>Políticas Públicas / Governança / Cooperação / Investimento /Planejamento</b>	Desenvolvimento do turismo de forma integrada. União e cooperação entre atrativos e destinos. Participação do poder público e da iniciativa privada no desenvolvimento dos destinos. Integração entre iniciativa pública e privada na estruturação de ferramentas legais e de gestão. Existência de organismo público local responsável pelo turismo/ Programa Pueblos Mágicos. Existência de um comitê Pueblos Mágicos / Governança no destino responsável pela elaboração de planos e programas de desenvolvimento turístico.	Grau de cooperação com o governo Estadual	X			
			Grau de cooperação com o governo Federal	X			
			Grau de cooperação público-privada.	X			
			Governança / Comitê turístico "Pueblo Mágico"	X			
			Projetos de cooperação regional				
			Planejamento turístico regional				
			Investimento público Estadual gerado a partir do Programa Pueblos Mágicos / Investimento público regional em Turismo.	X			
			Inverstimento Federal gerado a partir do Programa Pueblos Mágicos / Investimento público Federal em Turismo	X			
			Planos de desenvolvimento municipal	X			
			Planos / Programas de Desenvolvimento Turístico Municipal	X			
Legislação de preservação do patrimônio turístico. Normas para regular a imagem urbana e plano de manejo em função do Programa Pueblos Mágicos	X						

7	<b>Monitoramento</b>	Pesquisas, estatísticas capazes de mensurar o perfil do visitante assim como o impacto na localidade gerado pelo turismo.	Pesquisas de demanda				
			Pesquisas de oferta	X			
			Sistema de estatísticas do turismo	X			
			Medição dos impactos da atividade turística				
			Setor específico de estudos e pesquisas				
8	<b>Aspectos Economicos</b>	O impacto econômico na localidade, infraestrutura local com capacidade para atrair negócios. Aproveitamento da mão de obra local e sua qualificação. Empresas estrangeiras capazes de gerar empregos e desenvolvimento. Grau de investimento privado na atividade turística. Nível de empregos gerados pelo turismo em relação aos demais setores produtivos da localidade.	Aspectos da economia local	X			
			Infraestrutura e facilidade para negócios	X			
			Empreendimentos ou eventos alavancadores.	X			
			Capacidade de qualificação de mão de obra local	X			
			Capacidade de aproveitamento de mão de obra local	X			
			Presença de grupos nacionais do setor turístico	X			
			Presença de grupos internacionais do setor de turístico		X		
			Concorrência com outros destinos e barreiras de entrada que dificultem a escolha do destino		X		
			Geração de negócios e empreendedorismo	X			
			Investimento privado para o desenvolvimento turístico cultural	X			
			Investimento privado local para o desenvolvimento turístico rural, natural e outras formas de turismo	X			
			Empregos diretos gerados pelo turístico	X			
			Empregos indiretos gerados pelo turismo	X			
			Programas de apoio às empresas locais		X		
			Programas de capacitação para fomentar o desenvolvimento de novas empresas.	X			
Diagnósticos das atividades económicas atualizados	X						

9	Aspectos Sociais	Condição de acesso a informação e educação, elaboração de políticas públicas visando diminuir o possível impacto negativo causado pelo turismo no aspecto social.	Acesso à educação	X			
			Política de prevenção à exploração sexual infanto-juvenil		X		
			Uso de atrativos e equipamentos turísticos pela população local	X			
			Participação cidadã	X			
			Sensibilização e participação da população local na atividade turística.	X			
10	Aspectos Ambientais	Leis, órgãos e ações de preservação de áreas naturais assim como as condições básicas de esgoto, acesso a água tratada e coleta de lixo. Grau de implantação de políticas e normas ambientais. Premiações nacionais e/ou internacionais.	Legislação municipal de meio ambiente / Aplicação das normas ambientais	X			
			Controle de capacidade de carga		X		
			Atividades em curso potencialmente poluidoras	X			
			Rede pública de distribuição de água	X			
			Rede pública de coleta e tratamento de esgoto	X			
			Coleta e destinação pública de resíduos	X			
			Preservação do Patrimônio Natural e Unidades de Conservação no município	X			
			Premiações Nacionais e/ou Internacionais	X			
Agenda 21	X						
11	Aspecto Culturais	Valorização da cultura local, políticas culturais e de apoio a cultura. Preservação da cultura local e do patrimônio. Estabelecer o grau de preservação sobre a integridade e autenticidade do patrimônio. Determinar o grau de manutenção do patrimônio histórico, participação de associações civis locais para sua conservação. Conhecer a quantidade e qualidade de locais culturais como museus, espaços gastronômico e artesanais do destino.	Produção cultural associada ao turismo	X			
			Preservação do patrimônio histórico e cultural / Tangível e Intangível.	X			
			Estrutura municipal de apoio à cultura.	X			
			Controle de capacidade de carga		X		
			Programas para promoção de atividades artísticas e culturais	X			
			Participação de associações civis local na conservação do Patrimônio Histórico	X			
			Inventário dos espaços culturais	X			
			Encanto / Magia da localidade	X			
			Declaratoria de Zonas de Monumentos Históricos.	X			

## Apêndice 2 – Questionários Aplicados no destino Tequila

### Apêndice 2.1 – Secretaria de Turismo de Tequila

Encuestado:		Compañía: Secretaria de Turismo de Tequila		Fecha: 07/03/2017			
Este cuestionario es parte del proceso de recolección de datos para la Tesis de Maestría en Turismo (Universidad Federal de Paraná - UFPR), el estudiante Sergio Vinicius de Souza Junior, bajo la dirección de los profesores José Elmar FEGER y José Manuel Gonçalves Gandara. El tema de la tesis en cuestión es: <b>REFLEXIONES LA POLÍTICA PÚBLICA SOBRE LA COMPETITIVIDAD DESTINOS TURÍSTICOS DE HISTÓRICO Y CULTURAL: UN ESTUDIO COMPARATIVO BRASIL-MEXICO.</b>							
En este estudio, se analizaron los programas: Competitividad de Destinos Turísticos - Brasil y porgram Pueblos magia - México. En este cuestionario se unifican las dimensiones de ambos programas para que pueda tener una percepción de los agentes de desarrollo turístico en tres ciudades diferentes: Bento Gonçalves - RS - Brasil, Morretes - PR - Brasil y Tequila - Jalisco - México.							
De esta forma, solicitamos la cooperación de usted para responder el cuestionario de acuerdo con su percepción de las variables expuestas aquí.							
<b>PERCEPCIÓN SOBRE INDICADORES PARA LA PLANIFICACIÓN, GESTIÓN Y CONTROL DEL TURISMO</b>							
<b>PROGRAMA COMPETITIVIDADE DE DESTINOS TURÍSTICOS - BRASIL X PROGRAMA PUEBLOS MAGICOS - MÉXICO</b>					<b>Su municipio posee?</b>	<b>Caso sí, cual es el indicador utilizado?</b>	<b>Grado de importância</b>
<b>Nº</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Concepto aplicado</b>	<b>Variables para la formación del indicador</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>		<b>1 a 10</b>
1	Infraestructura y servicios urbanos	Infraestructura básica de apoyo al turista de la localidad, ofreciendo condiciones mínimas para disfrutar del destino	Infraestructura de comunicación	x		Mantenimiento	10
			Capacidad de atención médica	x		Numero de camas de hospital	10
			Suministro de energia eléctrica	x		Comunidades sin luz	10
			Estructura urbana en las áreas turísticas.	x		Grado de mantenimiento	8
			Servicio de protección al turista	x		Quejas de turistas	10
			Grado de profesionalización de los cuerpos de seguridad	x		Grado escolar	10
			Equipamiento de los cuerpos de seguridad.	x		numero de equipos	
2	Acesso	Medios de acceso utilizados para llegar hasta la localidad así como la distancia de grande polos emisores.	Acesso aéreo		x		
			Acesso carretero	x		número de accesos	1
			Acesso por agua		x		
			Acesso ferroviário	x		numero de visitantes por	5
			Sistema de transporte interno en el destino	x		numero de camiones	5
			Proximidad de grandes centros emisivos de turistas	x		tiempo de distancia	5

3	Servicios y equipamientos turísticos	Servicios básicos de atención al visitante, consiste en evaluar la capacidad de atender a las necesidades básicas de información, alimentación y alojamiento	Senalización turística	x	numero de señales	9
			Centro de atención / información al turista	x	numero de visitantes	10
			Espacios para eventos	x	numero de espacios	8
			Capacidad de los medios de alojamiento	x	número de cuartos	10
			Capacidad del turismo receptivo	x	numero de visitantes	10
			Estrutura de cualificación para el turismo	x	número de establecimientos	9
			Infraestructura turística	x	grado de conservación	9
			Capacidad de los restaurantes	x	némro total de comensales	10
4	Oferta de atractivos turísticos	Atractivos generales que conforman la oferta de la localidad, divididos por segmentos. Atractivos turísticos simbólicos y diferenciados.	Atractivos naturales	x	número de atractivos	7
			Atrativos culturales	x	número de atractivos	7
			Eventos programados	x	número de eventos por año	10
			Realizaciones técnicas, científicas y artísticas	x	número de eventos por año	10
			Diversidad de atractivos y equipamientos de ocio	x	número de actividades	8
			Contar con un atractivo turístico simbólico.	x	posicionamiento de la imagen	10
			Contar con atractivos turísticos diferenciados.	x	número de productos unicos	8
			Servicios Turísticos que garanticen su comercialización en el mismo atractivo.	x	servicios complementarios	8
			Servicios de asistencia y seguridad	x	número de servicios	
5	Marketing del destino	Marketing del destino como forma de aumentar la visibilidad y el flujo de visitantes.	Plan de marketing	x	acciones cumplidas	8
			Elaboración de circuitos y promoción regional	x	participaciones en eventos	8
			Participación en ferias y eventos	x	participación en ferias	8
			Promoción del destino	x	participación en eventos de	8
			Estratégias de promoción digital	x	pagina web y redes sociales	9
			Diversificación de productos turísticos.	x	número de recorridos	7
			Apoyo a la comercialización regional de forma integrada	x	distribución d eproductos regionales	8
			Portal de Internet.	x	numero de visitantes	8
Marca Pueblos Mágicos / Marca turística bien definida	x	uso de la marca	10			

6	Políticas Públicas / Governancia / Cooperación / Inversión / Planeamiento	Desarrollo del turismo de forma integrada. Unión y cooperación entre atractivos y destinos. Participación del poder público y de la iniciativa privada en el desarrollo de los destinos. Integración entre la iniciativa pública y privada en la estructuración de herramientas legales y de gestión. Existencia de organismo público local responsable por el turismo / Programa Pueblos Mágicos. Existencia de un Comité Pueblos Mágicos / Governancia en el destino responsable por la elaboración y gestión de planes y programas de desarrollo turístico					
			Grado de cooperación con el gobierno Federal	x		número de programas con apoyo	10
			Grado de cooperación con el gobierno Estatal	x		número de programas con apoyo	10
			Grado de cooperación público-privada.	x		número de programas con apoyo	10
			Governancia / Comité turístico "Pueblo Mágico"	x		número de sesiones del comité	9
			Proyectos de cooperación turística regional	x		número de proyectos	8
			Planeamiento turístico regional	x		Plan estatal de desarrollo	8
			Programa Pueblos Mágicos / Inversión público Regional en Turismo.	x		Ingresos por diferentes programas	9
			Inversión Federal generada a partir del Programa Pueblos Mágicos / Inversión pública Federal en Turismo	x		Ingresos por diferentes programas	9
			Planes de desarrollo municipal	x		Plan anual	8
			Plan / Programa de Desarrollo Turístico Municipal	x		Plan anual	8
			Reglamento de imagen urbana y plan de manejo en función del Programa Pueblos Mágicos. Legislación de preservación del patrimonio turístico	x		número de calles transformadas	9
7	Monitoreo	Investigaciones, estadísticas capaces de medir el perfil del visitante así como o impacto en la localidad gerado por el turismo.	Investigación de la demanda	x		número de estudios y segmentos	10
			Investigación de la oferta	x		número de estudios	8
			Sistema de estadísticas del turismo	x		reportes mensuales	10
			Medición de los impactos de la actividad turística	x		derrama económica	98
			Sector específico de estudios e investigación.		x		

8	<b>Aspectos Económicos</b>	El impacto económico en el destino, infraestructura local con capacidad de atraer negocios. Aprovechamiento de mano de obra local y su calificación. Empresas extranjeras capaces de generar empleos y desarrollo. Grado de inversión privada que incide en la actividad turística. Nivel de empleos que genera la actividad turística en relación a la población ocupada en los demás sectores productivos de la localidad.	Aspectos de la economía local	x		nivel de desarrollo	8
			Infraestructura y facilidad para negocios	x		tramites para nuevos	8
			Emprendimientos o eventos Ancla.	x		nuevos emprendimientos	8
			Capacidad de cualificación de mano de obra local	x		nivel de cualificación	7
			Capacidad de aprovechamiento de mano de obra local	x			
			Presencia de grupos nacionales del sector de turismo	x			
			Presencia de grupos internacionales del sector de turismo	x		empresas internacionales	9
			Competencia y barreras de entrada	x		nuevas empresas	8
			Generación de negocios y emprendedurismo	x		nuevos negocios	8
			Inversión Privada en el desarrollo turístico cultural	x		número de emprendimientos	
			Inversión privada local en el desarrollo turístico rural, de naturaleza y otros tipos de turismo	x			
			Empleo turístico directo	x		número de empleos	10
			Empleo indirecto generado por el turismo	x		número de empleos	10
			Programas de apoyos a las empresas.	x		número de programas	8
			Programas de capacitación para fomentar el desarrollo de nuevas empresas.	x		programas estatales y federales	8
			Diagnósticos de actividades económicas actualizados.	x			
9	<b>Aspectos Sociales</b>	Condición de acceso a información y educación, elaboración de políticas públicas en aras de disminuir el posible impacto negativo ocasionado por el turismo en el aspecto social.	Aceso a la educación	x		grado escolar	9
			Política de prevención a la explotación sexual infantil - juvenil		x	programas de prevención	10
			Utilización de atractivos y equipamientos turísticos por la población local	x		número de espacios publicos	7
			Participación Ciudadana	x		número de asociaciones vecinales participando	7
			Sensibilización y participación en la actividad turística.	x		número de campañas y acciones	8

10	<b>Aspectos Ambientales</b>	Leyes, organismos y acciones de preservación de áreas naturales así como las condiciones básicas de desechos, acceso a agua tratada y recolección de basura. Grado de implantación de políticas y normas ambientales y designaciones nacionales y/o internacionales.	Legislación municipal de medioambiente / Aplicación de las normas ambientales.	x		leyes aplicables	7
			Actividades en curso potencialmente contaminadoras	x		desechos de la industria tequilera	7
			Red pública de suministro de agua	x		número de casas sin agua potable	10
			Red pública de recolección y tratamiento de desechos	x		colonias sin servicio de recolección	9
			Recolección y destinación pública de basura	x		tiradero de basura de	8
			Preservación Patrimonio Natural y Unidades de Conservación e el municipio	x		no hay	
			Designaciones Nacionales y/o Internacionales.	x		paisaje agavero	10
			Agenda 21		x		
11	<b>Aspecto Culturales</b>	Valorización de la cultura local, políticas culturales y de apoyo a la cultura. Preervación de la cultura local y del patrimonio. Establecer el grado de presión sobre la integridad y autenticidad del patrimonio. Determinar el grado de mantenimiento del patrimonio histórico, participación de asociaciones civiles locales en su conservación. Conocer la cantidad y calidad de sitios culturales como museos, espacios gastronómicos y artesanales en el destino mágico.	Producción cultural asociada al turismo	x		eventos culturales	8
			Preservación del Patrimonio histórico e cultural, tangible e intangible	x		Grado de conservación	10
			Estructura municipal de apoyo a la cultura.	x		actividades desarrolladas	8
			Control de Capacidad de carga		x	número de visitantes	5
			Programas para la promoción de las actividades artísticas y culturales.	x		Número de programas	10
			Participación de las Asociaciones Civiles locales en la conservación del Patrimonio Histórico.	x		Grado de participación	8
			Inventario de sitios culturales.	x		número de atractivos	8
			Magia de la localidad.	x		grado de satisfacción del cliente	10
			Declaratoria de Zonas de Monumentos Históricos.		x		
<b>Otras informaciones que juzgue interesantes:</b>							

## Apêndice 2.2 – Mundo Cuervo

Encuestado: Noemi Mercado		Compañía: Mundo Cuervo		Fecha: 10/03/2017			
Este cuestionario es parte del proceso de recolección de datos para la Tesis de Maestría en Turismo (Universidad Federal de Paraná - UFPR), el estudiante Sergio Vinicius de Souza Junior, bajo la dirección de los profesores José Elmar FEGER y José Manuel Gonçalves Gandara. El tema de la tesis en cuestión es: <b>REFLEXIONES LA POLÍTICA PÚBLICA SOBRE LA COMPETITIVIDAD DESTINOS TURÍSTICOS DE HISTÓRICO Y CULTURAL: UN ESTUDIO COMPARATIVO BRASIL-MEXICO.</b>							
En este estudio, se analizaron los programas: Competitividad de Destinos Turísticos - Brasil y porgram Pueblos magia - México. En este cuestionario se unifican las dimensiones de ambos programas para que pueda tener una percepción de los agentes de desarrollo turístico en tres ciudades diferentes: Bento Gonçalves - RS - Brasil, Morretes - PR - Brasil y Tequila - Jalisco - México.							
De esta forma, solicitamos la cooperación de usted para responder el cuestionario de acuerdo con su percepción de las variables expuestas aquí.							
<b>PERCEPCIÓN SOBRE INDICADORES PARA LA PLANIFICACIÓN, GESTIÓN Y CONTROL DEL TURISMO</b>							
<b>PROGRAMA COMPETITIVIDADE DE DESTINOS TURÍSTICOS - BRASIL X PROGRAMA PUEBLOS MAGICOS - MÉXICO</b>				<b>Su municipio posee?</b>		<b>Caso sí, cual es el indicador utilizado?</b>	<b>Grado de importancia</b>
<b>Nº</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Concepto aplicado</b>	<b>Variables para la formación del indicador</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>1 a 10</b>	
1	Infraestructura y servicios urbanos	Infraestructura básica de apoyo al turista de la localidad, ofreciendo condiciones mínimas para disfrutar del destino	Infraestructura de comunicación	x			9
			Capacidad de atención médica	x		Cruz Roja y Clínicas	5
			Suministro de energía eléctrica	x		CFE	9
			Estructura urbana en las áreas turísticas.	x		Red urbanizada	9
			Servicio de protección al turista	x		Cámaras y Policía	9
			Grado de profesionalización de los cuerpos de seguridad	x			7
			Equipamiento de los cuerpos de seguridad.	x		Bomberos y Policía	7
2	Acesso	Medios de acceso utilizados para llegar hasta la localidad así como la distancia de grande polos emisores.	Acesso aéreo		x		
			Acesso carretero	x		Carretera Cuota y Libre	9
			Acesso por agua		x		
			Acesso ferroviário	x		Tren Turístico	9
			Sistema de transporte interno en el destino	x		Buses	9
			Proximidad de grandes centros emisivos de turistas	x		Guadalajara a 60 km	9

3	Servicios y equipamientos turísticos	Servicios básicos de atención al visitante, consiste en evaluar la capacidad de atender a las necesidades básicas de información, alimentación y alojamiento	Senalización turística	x	Señalética	9
			Centro de atención / información al turista	x	Municipal y privada	9
			Espacios para eventos	x	Al menos 4	9
			Capacidad de los medios de alojamiento	x	300 camas	8
			Capacidad del turismo receptivo	x	300000 al año	9
			Estructura de cualificación para el turismo	x	SEGITTUR	9
			Infraestructura turística	x		7
			Capacidad de los restaurantes	x		7
4	Oferta de atractivos turísticos	Atractivos generales que conforman la oferta de la localidad, divididos por segmentos. Atractivos turísticos simbólicos y diferenciados.	Atractivos naturales	x	Paisaje agavero	10
			Atractivos culturales	x	Diversos	9
			Eventos programados	x	Diversos estacionalmente	8
			Realizaciones técnicas, científicas y artísticas	x	1 Tecnológico	7
			Diversidad de atractivos y equipamientos de ocio	x	Diversos	8
			Contar con un atractivo turístico simbólico.	x	Tequila	10
			Contar con atractivos turísticos diferenciados.	x	Clubes Productos	9
			Servicios Turísticos que garanticen su comercialización en el mismo atractivo.	x	Operadores suficientes	9
			Servicios de asistencia y seguridad	x		9
5	Marketing del destino	Marketing del destino como forma de aumentar la visibilidad y el flujo de visitantes.	Plan de marketing	x	Al 2018	9
			Elaboración de circuitos y promoción regional	x	Paquetes	9
			Participación en ferias y eventos	x	Nacionales e internacionales	9
			Promoción del destino	x	Múltiples canales	9
			Estrategias de promoción digital	x	Redes Tequila es Méxic / Tequila	8
			Diversificación de productos turísticos.	x	Permanente innovación	8
			Apoyo a la comercialización regional de forma integrada	x	Ruta del Tequila	9
			Portal de Internet.	x	Ruta del Tequila	9
			Marca Pueblos Mágicos / Marca turística bien definida	x	Desde 2003 Tequila es Pueblo Mágico	10

6	<b>Políticas Públicas / Governancia / Cooperación / Inversión / Planeamiento</b>	Desarrollo del turismo de forma integrada. Unión y cooperación entre atractivos y destinos. Participación del poder público y de la iniciativa privada en el desarrollo de los destinos. Integración entre la iniciativa pública y privada en la estructuración de herramientas legales y de gestión. Existencia de organismo público local responsable por el turismo / Programa Pueblos Mágicos. Existencia de un Comité Pueblos Mágicos / Governancia en el destino responsable por la elaboración y gestión de planes y programas de desarrollo turístico		x			
			Grado de cooperación con el gobierno Federal	x		Media a alta	7
			Grado de cooperación con el gobierno Estatal	x		Media a alta	7
			Grado de cooperación público-privada.	x		Alta	8
			Gobernancia / Comité turístico "Pueblo Mágico"	x		Consejo de Desarrollo Integral de Tequila	8
			Proyectos de cooperación turística regional	x		Con BID	8
			Planeamiento turístico regional	x		Ruta del Tequila	8
			Inversión pública estatal generada a partir del Programa 'Pueblos Mágicos / Inversión público Regional en Turismo.	x		En 2016 36 millones de pesos mx	10
			Inversión Federal generada a partir del Programa Pueblos Mágicos / Inversión pública Federal en Turismo	x		Lo mismo	10
			Planes de desarrollo municipal	x		Si al 2040	9
			Plan / Programa de Desarrollo Turístico Municipal	x		Al 2018	9
7	<b>Monitoreo</b>	Investigaciones, estadísticas capaces de medir el perfil del visitante así como o impacto em la localidade gerado por el turismo.	Reglamento de imagen urbana y plan de manejo en función del Programa Pueblos Mágicos. Legislaçãõ de preservación del patrimonio turístitico	x		Existe	8
			Investigación de la demanda	x		Semestralmente	8
			Investigación de la oferta	x		Semestralmente	8
			Sistema de estadísticas del turismo	x		DATATUR	8
			Medición de los impactos de la actividad turística	x		Semestralmente	8
			Sector específico de estudios e investigación.	x		Turismo/Pueblos Mágicos/Destinos con vuelos a	8

8	<b>Aspectos Economicos</b>	El impacto económico en el destino, infraestructura local con capacidad de atraer negocios. Aprovechamiento de mano de obra local y su calificación. Empresas extranjeras capaces de generar empleos y desarrollo. Grado de inversión privada que incide en la actividad turística. Nivel de empleos que genera la actividad turística en relación a la población ocupada en los demás sectores productivos de la localidad.	Aspectos de la economía local	x			
			Infraestructura y facilidad para negocios	x		Media a Alta	7
			Emprendimientos o eventos Ancla.	x		Tequileras	9
			Capacidad de cualificación de mano de obra local	x		Media	7
			Capacidad de aprovechamiento de mano de obra local	x		Alta	9
			Presencia de grupos nacionales del sector de turismo	x		Alta	9
			Presencia de grupos internacionales del sector de turismo	x		Baja	4
			Competencia y barreras de entrada	x		Baja	8
			Generación de negocios y emprendedurismo	x			
			Inversión Privada en el desarrollo turístico cultural	x		Alta	9
			Inversión privada local en el desarrollo turístico rural, de naturaleza y otros tipos de turismo	x		Alta	9
			Empleo turístico directo	x		Medio	6
			Empleo indirecto generado por el turismo	x		Medio a Alto	7
			Programas de apoyos a las empresas.	x		Públicos y privados Universidades	8
			Programas de capacitación para fomentar el desarrollo de nuevas empresas.	x		Fundación José Cuervo/Universidades/tecnológico	9
			Diagnósticos de actividades económicas actualizados.	x		Al 2016	9
9	<b>Aspectos Sociales</b>	Condición de acceso a información y educación, elaboración de políticas públicas en aras de disminuir el posible impacto negativo ocasionado por el turismo en el aspecto social.	Aceso a la educación	x		Alto	8
			Política de prevención a la explotación sexual infantil - juvenil	x		Fundación Jose Cuervo	8
			Utilización de atractivos y equipamientos turísticos por la población local	x		Alto	9
			Participación Ciudadana	x		Media a baja	5
			Sensibilización y participación en la actividad turística.	x		Media	6

10	Aspectos Ambientales	Leyes, organismos y acciones de preservación de áreas naturales así como las condiciones básicas de desechos, acceso a agua tratada y recolección de basura. Grado de implantación de políticas y normas ambientales y designaciones nacionales y/o internacionales.	Legislación municipal de medioambiente / Aplicación de las normas ambientales.	x	Media	5
			Actividades en curso potencialmente contaminadoras	x	Media a alta Vinazas de plantas tequileras pequeñas	4
			Red pública de suministro de agua	x	95%	9
			Red pública de recolección y tratamiento de desechos	x	80%	8
			Recolección y destinación pública de basura	x	Tercerizada	7
			Preservación Patrimonio Natural y Unidades de Conservación e el municipio	x	Alta Paisaje Agavero y Antiguas haciendas tequileras	9
			Designaciones Nacionales y/o Internacionales.	x	Smart Destimation (SEGITTUR) España	9
			Agenda 21	x		
11	Aspecto Culturales	Valorización de la cultura local, políticas culturales y de apoyo a la cultura. Preervación de la cultura local y del patrimonio. Establecer el grado de presión sobre la integridad y autenticidad del patrimonio. Determinar el grado de mantenimiento del patrimonio histórico, participación de asociaciones civiles locales en su conservación. Conocer la cantidad y calidad de sitios culturales como museos, espacios gastronómicos y artesanales en el destino mágico.	Producción cultural asociada al turismo	x	Alta	10
			Preservación del Patrimonio histórico e cultural, tangible e intangible	x	Alto	9
			Estructura municipal de apoyo a la cultura.	x		
			Control de Capacidad de carga	x	Medio	6
			Programas para la promoción de las actividades artísticas y culturales.	x	Alto	9
			Participación de las Asociaciones Civiles locales en la conservación del Patrimonio Histórico.	x	Medio	6
			Inventario de sitios culturales.	x	INAH	10
			Magia de la localidad.	x	ALTA	8
			Declaratoria de Zonas de Monumentos Históricos.	x	BAJA	4
Otras informaciones que juzgue interesantes:						

### Apêndice 3 – Questionários Aplicados no destino Morretes

#### Apêndice 3.1 – Prefeitura Municipal de Morretes

Respondente: Orley Antunes de Oliveira Junior		Empresa: Prefeitura Municipal de Morretes		Data: 03/03/2017					
O presente questionário é parte integrante do processo de coleta de dados para dissertação de Mestrado em Turismo (Universidade Federal do Paraná - UFPR), do aluno Sérgio Vinicius de Souza Junior, sob orientação dos professores José Elmar Feger e José Manoel Gonçalves Gândara. O tema da dissertação em questão é: <b>REFLEXOS DE POLÍTICAS PÚBLICAS NA COMPETITIVIDADE DE DESTINOS TURÍSTICOS HISTÓRICO-CULTURAIS: UM ESTUDO COMPARATIVO BRASIL-MÉXICO.</b>									
Neste estudo, serão analisados os programas: Competitividade de Destinos Turísticos - Brasil e o Programa Pueblos Mágicos - México. Neste questionários estão unificados as dimensões de ambos os programas para que se possa ter uma percepção dos agentes de desenvolvimento do turismo em três diferentes municípios: Bento Gonçalves - RS - Brasil, Morretes - PR - Brasil e Tequila - Jalisco - México.									
Desta Forma, pedimos a colaboração dos senhores em responder o questionário de acordo com a sua percepção sobre as variáveis aqui expostas.									
<b>PERCEPÇÃO SOBRE OS INDICADORES PARA O PLANEJAMENTO, GESTÃO E CONTROLE DO TURISMO</b>									
<b>PROGRAMA DE COMPETITIVIDADE DE DESTINOS TURÍSTICOS - BRASIL X PROGRAMA PUEBLOS MÁGICOS - MÉXICO</b>				<b>Seu município possui?</b>		<b>Se sim, qual é o indicador utilizado?</b>		<b>Grau de importância</b>	
<b>Nº</b>	<b>Dimensão</b>	<b>Conceito aplicado</b>	<b>Variáveis para a formação do indicador</b>	<b>Sim</b>	<b>Não</b>			<b>1 a 10</b>	
1	Infraestrutura e serviços urbanos	Infraestrutura básica de apoio ao turista da localidade, oferecendo condições mínimas para usufruir do destino	Infraestrutura de comunicação	x		OI, internet		10	
			Capacidade de atendimento médico para o turista no destino	x		Pronto Atendimento - PA		8	
			Fornecimento de energia elétrica	x		COPEL		10	
			Estrutura urbana nas áreas turísticas	x		WC / wifi		10	
			Serviço de proteção ao turista		x	Polícia Militar		10	
			Grau de profissionalização das equipes de segurança	x		Polícia Militar		10	
			Equipamentos de segurança	x		Bombeiro / Pol. Militar / Polícia Civil		10	
2	Acesso	Meios de acesso utilizados para chegar até a localidade assim como a distância de grande polos.	Acesso aéreo		x			10	
			Acesso rodoviário	x		BR 277 / Estrada da Graciosa		10	
			Acesso aquaviário		x			10	
			Acesso ferroviário	x		Trem / Motriz		10	
			Sistema de transporte no destino	x				10	
			Proximidade do destino a grandes polos emissores de turistas.	x		Curitiba		10	

3	Serviços e equipamentos turísticos	Serviços básicos de atendimento ao visitante, avaliando a sua capacidade de suprir as necessidades básicas de orientação, alimentação e hospedagem	Sinalização turística	x		Padrão MTUR	10
			Centro de atendimento/ informação ao turista	x		Posto Centro Histórico	10
			Espaço para eventos	x		Restaurantes	7
			Capacidade dos meios de hospedagem	x		Hoteis / Pousadas	7
			Capacidade do turismo receptivo		x		
			Estrutura de qualificação para o turismo	x		SEBRAE / SENAC / ABRASEL	8
			Infraestrutura turística				
			Capacidade dos restaurantes	x		300 lugares	10
4	Oferta de atrativos turísticos	Atrativos gerais que compõem a oferta da localidade divididos por segmentação, atrativos turísticos simbólicos e diferenciados garantindo sua comercialização, e ainda os serviços de assistência e segurança.	Atrativos naturais	x		Cachoeiras / Rio Nhundiaquara	10
			Atrativos culturais		x		
			Eventos programados	x		FESTAFEIRA	
			Realizações técnicas, científicas e artísticas		x		
			Diversidade de atrativos e equipamentos de lazer		x		
			Contar com um atrativo turístico simbólico	x		Barreado	10
			Contar com atrativos turísticos diferenciados	x		Barreado, Trem, bala, cachaça	
			Serviços turísticos que garantam sua comercialização no próprio atrativo	x			10
			Serviços de assistência e segurança	x		Trilhas com equipamentos	8
5	Marketing do destino	Marketing do destino como forma de aumentar a visibilidade e fluxo de visitantes.	Plano de marketing		x		
			Roteirização e promoção Regional		x		
			Participação em feiras e eventos		x		
			Promoção do destino		x		
			Outras estratégias de promoção digital	x		Blog, Facebook, whatsapp, Redes Sociais	10
			Diversificação de produtos turísticos	x		Gastronomia	9
			Apoio à comercialização regional de forma integrada		x		
			Portal de Internet	x		www.morretes.pr.gov.br	10
			Marca turística bem definida /Marca Pueblos Mágicos	x		Panela Barreado	10

6	<b>Políticas Públicas / Governança / Cooperação / Investimento /Planejamento</b>	Desenvolvimento do turismo de forma integrada. União e cooperação entre atrativos e destinos. Participação do poder público e da iniciativa privada no desenvolvimento dos destinos. Integração entre iniciativa pública e privada na estruturação de ferramentas legais e de gestão. Existência de organismo público local responsável pelo turismo/ Programa Pueblos Mágicos. Existência de um comitê Pueblos Mágicos / Governança no destino responsável pela elaboração de planos e programas de desenvolvimento turístico.	Grau de cooperação com o governo Estadual	x		SETU - PR	10
			Grau de cooperação com o governo Federal		x		
			Grau de cooperação público-privada.		x		
			Governança / Comitê turístico "Pueblo Mágico"	x		ADETUR LITORAL	
			Projetos de cooperação regional		x		
			Planejamento turístico regional		x		
			Investimento público Estadual gerado a partir do Programa Pueblos Mágicos / Investimento público regional em Turismo.		x		
			Investimento Federal gerado a partir do Programa Pueblos Mágicos / Investimento público Federal em Turismo		x		
			Planos de desenvolvimento municipal		x		
			Planos / Programas de Desenvolvimento Turístico Municipal	x		FESTAFEIRA	10
7	<b>Monitoramento</b>	Pesquisas, estatísticas capazes de mensurar o perfil do visitante assim como o impacto na localidade gerado pelo turismo.	Pesquisas de demanda		x		
			Pesquisas de oferta	x		Inventário	10
			Sistema de estatísticas do turismo		x		
			Medição dos impactos da atividade turística		x		
			Setor específico de estudos e pesquisas		x		

8	<b>Aspectos Economicos</b>	O impacto econômico na localidade, infraestrutura local com capacidade para atrair negócios. Aproveitamento da mão de obra local e sua qualificação. Empresas estrangeiras capazes de gerar empregos e desenvolvimento. Grau de investimento privado na atividade turística. Nível de empregos gerados pelo turismo em relação aos demais setores produtivos da localidade.	Aspectos da economia local	x		Empresas	10
			Infraestrutura e facilidade para negócios	x		Turistas	10
			Empreendimentos ou eventos alavancadores.	x		FESTAFEIRA	10
			Capacidade de qualificação de mão de obra local	x		SENAC / SEBRAE	10
			Capacidade de aproveitamento de mão de obra local	x		Total	10
			Presença de grupos nacionais do setor turístico	x		Serra Verde Express	10
			Presença de grupos internacionais do setor de turístico		x		
			Concorrência com outros destinos e barreiras de entrada que dificultem a escolha do destino		x		
			Geração de negócios e empreendedorismo		x		
			Investimento privado para o desenvolvimento turístico cultural		x		
			Investimento privado local para o desenvolvimento turístico rural, natural e outras formas de turismo	x		Pousadas e Restaurantes	10
			Empregos diretos gerados pelo turístico	x		Artesanato	10
			Empregos indiretos gerados pelo turismo	x		industria caseira	
			Programas de apoio às empresas locais		x		
			Programas de capacitação para fomentar o desenvolvimento de novas empresas.	x		EMATER	
			Diagnósticos das atividades econômicas atualizados		x		
			9	<b>Aspectos Sociais</b>	Condição de acesso a informação e educação, elaboração de políticas públicas visando diminuir o possível impacto negativo causado pelo turismo no aspecto social.	Acesso à educação	x
Política de prevenção à exploração sexual infanto-juvenil	x						10
Uso de atrativos e equipamentos turísticos pela população local	x						10
Participação cidadã	x						10
Sensibilização e participação da população local na atividade turística.	x						10

10	<b>Aspectos Ambientais</b>	Leis, órgãos e ações de preservação de áreas naturais assim como as condições básicas de esgoto, acesso a água tratada e coleta de lixo. Grau de implantação de políticas e normas ambientais. Premiações nacionais e/ou internacionais.	Legislação municipal de meio ambiente / Aplicação das normas ambientais		x		
			Controle de capacidade de carga		x		
			Atividades em curso potencialmente poluidoras		x		
			Rede pública de distribuição de água	x		SANEPAR	10
			Rede pública de coleta e tratamento de esgoto	x		SANEPAR 100%	10
			Coleta e destinação pública de resíduos	x			10
			Preservação do Patrimônio Natural e Unidades de Conservação no município		x		
			Premiações Nacionais e/ou Internacionais		x		
			Agenda 21		x		
11	<b>Aspecto Culturais</b>	Valorização da cultura local, políticas culturais e de apoio a cultura. Preservação da cultura local e do patrimônio. Estabelecer o grau de preservação sobre a integridade e autenticidade do patrimônio. Determinar o grau de manutenção do patrimônio histórico, participação de associações civis locais para sua conservação. Conhecer a quantidade e qualidade de locais culturais como museus, espaços gastronômico e artesanais do destino.	Produção cultural associada ao turismo		x		
			Preservação do patrimônio histórico e cultural / Tangível e Intangível.		x		
			Estrutura municipal de apoio à cultura.		x		
			Controle de capacidade de carga		x		
			Programas para promoção de atividades artísticas e culturais		x		
			Participação de associações civis local na conservação do Patrimônio Histórico		x		
			Inventário dos espaços culturais		x		
			Encanto / Magia da localidade	x		Centro Histórico, Trem	10
			Declaratoria de Zonas de Monumentos Históricos.		x		
<b>Outras informações que julgue interessante:</b>							

### Apêndice 3.2 – ADETUR LITORAL

Respondente: Rafael Andreguetto		Empresa: ADETUR LITORAL		Data: 10/03			
<p>O presente questionário é parte integrante do processo de coleta de dados para dissertação de Mestrado em Turismo (Universidade Federal do Paraná - UFPR), do aluno Sérgio Vinicius de Souza Junior, sob orientação dos professores José Elmar Feger e José Manoel Gonçalves Gândara. O tema da dissertação em questão é: <b>REFLEXOS DE POLÍTICAS PÚBLICAS NA COMPETITIVIDADE DE DESTINOS TURÍSTICOS HISTÓRICO-CULTURAIS: UM ESTUDO COMPARATIVO BRASIL-MÉXICO</b>.</p> <p>Neste estudo, serão analisados os programas: Competitividade de Destinos Turísticos - Brasil e o Programa Pueblos Mágicos - México. Neste questionários estão unificados as dimensões de ambos os programas para que se possa ter uma percepção dos agentes de desenvolvimento do turismo em três diferentes municípios: Bento Gonçalves - RS - Brasil, Morretes - PR - Brasil e Tequila - Jalisco - México.</p> <p>Desta Forma, pedimos a colaboração dos senhores em responder o questionário de acordo com a sua percepção sobre as variáveis aqui expostas.</p>							
<b>PERCEPÇÃO SOBRE OS INDICADORES PARA O PLANEJAMENTO, GESTÃO E CONTROLE DO TURISMO</b>							
<b>PROGRAMA DE COMPETITIVIDADE DE DESTINOS TURÍSTICOS - BRASIL X PROGRAMA PUEBLOS MÁGICOS - MÉXICO</b>				<b>Seu município possui?</b>		<b>Se sim, qual é o indicador utilizado?</b>	<b>Grau de importância</b>
<b>Nº</b>	<b>Dimensão</b>	<b>Conceito aplicado</b>	<b>Variáveis para a formação do indicador</b>		<b>Sim</b>	<b>Não</b>	<b>1 a 10</b>
1	<b>Infraestrutura e serviços urbanos</b>	Infraestrutura básica de apoio ao turista da localidade, oferecendo condições mínimas para usufruir do destino	Infraestrutura de comunicação			X	
			Capacidade de atendimento médico para o turista no destino			X	
			Fornecimento de energia elétrica			X	
			Estrutura urbana nas áreas turísticas			X	
			Serviço de proteção ao turista			X	
			Grau de profissionalização das equipes de segurança			X	
			Equipamentos de segurança			X	

2	Acesso	Meios de acesso utilizados para chegar até a localidade assim como a distância de grande polos.	Acesso aéreo		X		
			Acesso rodoviário		X		
			Acesso aquaviário		X		
			Acesso ferroviário		X		
			Sistema de transporte no destino		X		
			Proximidade do destino a grandes polos emissores de turistas.	X		ESTUDOS MTUR	8
3	Serviços e equipamentos turísticos	Serviços básicos de atendimento ao visitante, avaliando a sua capacidade de suprir as necessidades básicas de orientação, alimentação e hospedagem	Sinalização turística		X		
			Centro de atendimento/ informação ao turista		X		
			Espaço para eventos		X		
			Capacidade dos meios de hospedagem	X		CADASTUR	
			Capacidade do turismo receptivo		X		
			Estrutura de qualificação para o turismo		X		
			Infraestrutura turística		X		
Capacidade dos restaurantes	X		ARSIM				
4	Oferta de atrativos turísticos	Atrativos gerais que compõem a oferta da localidade divididos por segmentação, atrativos turísticos simbólicos e diferenciados garantindo sua comercialização, e ainda os serviços de assistência e segurança.	Atrativos naturais	X		INVENTÁRIO	
			Atrativos culturais	X		INVENTÁRIO	
			Eventos programados	X		INVENTÁRIO	
			Realizações técnicas, científicas e artísticas	X		INVENTÁRIO	
			Diversidade de atrativos e equipamentos de lazer	X		INVENTÁRIO	
			Contar com um atrativo turístico simbólico	X		MERCADO	6
			Contar com atrativos turísticos diferenciados	X		MERCADO	8
			Serviços turísticos que garantam sua comercialização no próprio atrativo	X			
Serviços de assistência e segurança		X					

5	<b>Marketing do destino</b>	Marketing do destino como forma de aumentar a visibilidade e fluxo de visitantes.	Plano de marketing		X		
			Roteirização e promoção Regional	X		PARANÁ TURISMO	
			Participação em feiras e eventos	X		CALENDÁRIO PRTUR	
			Promoção do destino	X		FEIRAS E EVENTOS	
			Outras estratégias de promoção digital		X		
			Diversificação de produtos turísticos		X		
			Apoio à comercialização regional de forma integrada	X		ADETUR	
			Portal de Internet	X		PORTAL PRÓPRIO	
			Marca turística bem definida /Marca Pueblos Mágicos	X		TREM E BARREADO	9
6	<b>Políticas Públicas / Governança / Cooperação / Investimento /Planejamento</b>	Desenvolvimento do turismo de forma integrada. União e cooperação entre atrativos e destinos. Participação do poder público e da iniciativa privada no desenvolvimento dos destinos. Integração entre iniciativa pública e privada na estruturação de ferramentas legais e de gestão. Existência de organismo público local responsável pelo turismo/ Programa Pueblos Mágicos. Existência de um comitê Pueblos Mágicos / Governança no destino responsável pela elaboração de planos e programas de desenvolvimento turístico.	Grau de cooperação com o governo Estadual		X	BAIXO	8
			Grau de cooperação com o governo Federal		X	MUITO BAIXO	8
			Grau de cooperação público-privada.		X	BAIXO	10
			Governança / Comitê turístico “Pueblo Mágico”	X		CONVENTION	10
			Projetos de cooperação regional		X		
			Planejamento turístico regional	X		ADETUR	10
			Investimento público Estadual gerado a partir do Programa Pueblos Mágicos / Investimento público regional em Turismo.	X		BAIXO	7
			Inverstimento Federal gerado a partir do Programa Pueblos Mágicos / Investimento público Federal em Turismo	X		MÉDIO	7
			Planos de desenvolvimento municipal		X		
			Planos / Programas de Desenvolvimento Turístico Municipal		X		
Legislação de preservação do patrimônio turístico. Normas para regular a imagem urbana e plano de manejo em função do Programa Pueblos Mágicos		X					

7	<b>Monitoramento</b>	Pesquisas, estatísticas capazes de mensurar o perfil do visitante assim como o impacto na localidade gerado pelo turismo.	Pesquisas de demanda		X		
			Pesquisas de oferta		X		
			Sistema de estatísticas do turismo	X		PRTUR	10
			Medição dos impactos da atividade turística		X		
			Setor específico de estudos e pesquisas		X		
8	<b>Aspectos Economicos</b>	O impacto econômico na localidade, infraestrutura local com capacidade para atrair negócios. Aproveitamento da mão de obra local e sua qualificação. Empresas estrangeiras capazes de gerar empregos e desenvolvimento. Grau de investimento privado na atividade turística. Nível de empregos gerados pelo turismo em relação aos demais setores produtivos da localidade.	Aspectos da economia local		X		
			Infraestrutura e facilidade para negócios		X		
			Empreendimentos ou eventos alavancadores.		X		
			Capacidade de qualificação de mão de obra local		X		
			Capacidade de aproveitamento de mão de obra local		X		
			Presença de grupos nacionais do setor turístico		X		
			Presença de grupos internacionais do setor de turístico		X		
			Concorrência com outros destinos e barreiras de entrada que dificultem a escolha do destino	X		MERCADO (PARATY	5
			Geração de negócios e empreendedorismo		X		
			Investimento privado para o desenvolvimento turístico cultural	X		INSTITUTO MIRTILO TROMBINI	
			Investimento privado local para o desenvolvimento turístico rural, natural e outras formas de turismo		X		
			Empregos diretos gerados pelo turístico		X		
			Empregos indiretos gerados pelo turismo		X		
			Programas de apoio às empresas locais		X		
Programas de capacitação para fomentar o desenvolvimento de novas empresas.	X		SEBRAE				
Diagnósticos das atividades econômicas atualizados		X					

9	<b>Aspectos Sociais</b>	Condição de acesso a informação e educação, elaboração de políticas públicas visando diminuir o possível impacto negativo causado pelo turismo no aspecto social.	Acesso à educação	X		
			Política de prevenção à exploração sexual infanto-juvenil	X		
			Uso de atrativos e equipamentos turísticos pela população local	X		
			Participação cidadã	X		
			Sensibilização e participação da população local na atividade turística.	X		
10	<b>Aspectos Ambientais</b>	Leis, órgãos e ações de preservação de áreas naturais assim como as condições básicas de esgoto, acesso a água tratada e coleta de lixo. Grau de implantação de políticas e normas ambientais. Premiações nacionais e/ou internacionais.	Legislação municipal de meio ambiente / Aplicação das normas ambientais	X		
			Controle de capacidade de carga	X		
			Atividades em curso potencialmente poluidoras	X		
			Rede pública de distribuição de água	X		
			Rede pública de coleta e tratamento de esgoto	X		
			Coleta e destinação pública de resíduos	X		
			Preservação do Patrimônio Natural e Unidades de Conservação no município	X		
			Premiações Nacionais e/ou Internacionais	X		
Agenda 21	X					
11	<b>Aspecto Culturais</b>	Valorização da cultura local, políticas culturais e de apoio a cultura. Preservação da cultura local e do patrimônio. Estabelecer o grau de preservação sobre a integridade e autenticidade do patrimônio. Determinar o grau de manutenção do patrimônio histórico, participação de associações civis locais para sua conservação. Conhecer a quantidade e qualidade de locais culturais como museus, espaços gastronômico e artesanais do destino.	Produção cultural associada ao turismo	X		
			Preservação do patrimônio histórico e cultural / Tangível e Intangível.	X		
			Estrutura municipal de apoio à cultura.	X		
			Controle de capacidade de carga	X		
			Programas para promoção de atividades artísticas e culturais	X		
			Participação de associações civis local na conservação do Patrimônio Histórico	X		
			Inventário dos espaços culturais	X		
			Encanto / Magia da localidade	X		
Declaratoria de Zonas de Monumentos Históricos.	X					

### Apêndice 3.3 – Curitiba, Região e Litoral Convention & Visitors Bureau

Respondente: Tatiane Fagundes		Empresa: Curitiba, Região e Litoral Convention & Visitors Bureau		Data: 16/02/2017			
O presente questionário é parte integrante do processo de coleta de dados para dissertação de Mestrado em Turismo (Universidade Federal do Paraná - UFPR), do aluno Sérgio Vinicius de Souza Junior, sob orientação dos professores José Elmar Feger e José Manoel Gonçalves Gândara. O tema da dissertação em questão é: <b>REFLEXOS DE POLÍTICAS PÚBLICAS NA COMPETITIVIDADE DE DESTINOS TURÍSTICOS HISTÓRICO-CULTURAIS: UM ESTUDO COMPARATIVO BRASIL-MÉXICO.</b>							
Neste estudo, serão analisados os programas: Competitividade de Destinos Turísticos - Brasil e o Programa Pueblos Mágicos - México. Neste questionários estão unificados as dimensões de ambos os programas para que se possa ter uma percepção dos agentes de desenvolvimento do turismo em três diferentes municípios: Bento Gonçalves - RS - Brasil, Morretes - PR - Brasil e Tequila - Jalisco - México.							
Desta Forma, pedimos a colaboração dos senhores em responder o questionário de acordo com a sua percepção sobre as variáveis aqui expostas.							
PERCEPÇÃO SOBRE OS INDICADORES PARA O PLANEJAMENTO, GESTÃO E CONTROLE DO TURISMO							
PROGRAMA DE COMPETITIVIDADE DE DESTINOS TURÍSTICOS - BRASIL X PROGRAMA PUEBLOS MÁGICOS - MÉXICO				Seu município possui?		Se sim, qual é o indicador utilizado?	Grau de importância 1 a 10
Nº	Dimensão	Conceito aplicado	Variáveis para a formação do indicador	Sim	Não		
1	Infraestrutura e serviços urbanos	Infraestrutura básica de apoio ao turista da localidade, oferecendo condições mínimas para usufruir do destino	Infraestrutura de comunicação	x		interesse dos turistas através das ferramentas	10
			Capacidade de atendimento médico para o turista no destino				
			Fornecimento de energia elétrica				
			Estrutura urbana nas áreas turísticas	x		Não realizamos monitoramento deste item	10
			Serviço de proteção ao turista				
			Grau de profissionalização das equipes de segurança				
			Equipamentos de segurança				
2	Acesso	Meios de acesso utilizados para chegar até a localidade assim como a distância de grandes polos.	Acesso aéreo	x		Não realizamos monitoramento deste item	10
			Acesso rodoviário	x		Não realizamos monitoramento deste item	10
			Acesso aquaviário			Não realizamos monitoramento deste item	10
			Acesso ferroviário	x		Não realizamos monitoramento deste item	10
			Sistema de transporte no destino	x		Não realizamos monitoramento deste item	10
			Proximidade do destino a grandes polos emissores de turistas.	x		Não realizamos monitoramento deste item	10

3	Serviços e equipamentos turísticos	Serviços básicos de atendimento ao visitante, avaliando a sua capacidade de suprir as necessidades básicas de orientação, alimentação e hospedagem	Sinalização turística	x	Não realizamos motitoramento deste iten	10
			Centro de atendimento/ informação ao turista	x	Não realizamos motitoramento deste iten	10
			Espaço para eventos	x		10
			Capacidade dos meios de hospedagem	x		10
			Capacidade do turismo receptivo	x		10
			Estrutura de qualificação para o turismo	x		10
			Infraestrutura turística	x		10
			Capacidade dos restaurantes	x		10
4	Oferta de atrativos turísticos	Atrativos gerais que compões a oferta da localidade divididos por segmentação, atrativos turísticos simbólicos e diferenciados garantindo sua comercialização, e ainda os serviços de assistência e segurança.	Atrativos naturais	x		10
			Atrativos culturais	x		10
			Eventos programados	x		10
			Realizações técnicas, científicas e artísticas	x		10
			Diversidade de atrativos e equipamentos de lazer	x		10
			Contar com um atrativo turístico simbólico	x		10
			Contar com atrativos turísticos diferenciados	x		10
			Serviços turísticos que garantam sua comercialização no próprio atrativo	x		10
			Serviços de assistência e segurança			10
5	Marketing do destino	Marketing do destino como forma de aumentar a visibilidade e fluxo de visitantes.	Plano de marketing	x		10
			Roteirização e promoção Regional	x		10
			Participação em feiras e eventos	x		10
			Promoção do destino	x		10
			Outras estratégias de promoção digital	x		10
			Diversificação de produtos turísticos	x		10
			Apoio à comercialização regional de forma integrada	x		10
			Portal de Internet	x		10
			Marca turística bem definida /Marca Pueblos Mágicos	x		10

6	<b>Políticas Públicas / Governança / Cooperação / Investimento /Planejamento</b>	Desenvolvimento do turismo de forma integrada. União e cooperação entre atrativos e destinos. Participação do poder público e da iniciativa privada no desenvolvimento dos destinos. Integração entre iniciativa pública e privada na estruturação de ferramentas legais e de gestão. Existência de organismo público local responsável pelo turismo/ Programa Pueblos Mágicos. Existência de um comitê Pueblos Mágicos / Governança no destino responsável pela elaboração de planos e programas de desenvolvimento turístico.	Grau de cooperação com o governo Estadual	x			10
			Grau de cooperação com o governo Federal				
			Grau de cooperação público-privada.	x			10
			Governança / Comitê turístico "Pueblo Mágico"				
			Projetos de cooperação regional	x			10
			Planejamento turístico regional	x			10
			Investimento público Estadual gerado a partir do Programa Pueblos Mágicos / Investimento público regional em Turismo.				
			Investimento Federal gerado a partir do Programa Pueblos Mágicos / Investimento público Federal em Turismo				
			Planos de desenvolvimento municipal	x			10
			Planos / Programas de Desenvolvimento Turístico Municipal	x			10
			Legislação de preservação do patrimônio turístico. Normas para regular a imagem urbana e plano de manejo em função do Programa Pueblos Mágicos				
			7	<b>Monitoramento</b>	Pesquisas, estatísticas capazes de mensurar o perfil do visitante assim como o impacto na localidade gerado pelo turismo.	Pesquisas de demanda	
Pesquisas de oferta							
Sistema de estatísticas do turismo							
Medição dos impactos da atividade turística							
Setor específico de estudos e pesquisas							

8	<b>Aspectos Economicos</b>	O impacto econômico na localidade, infraestrutura local com capacidade para atrair negócios. Aproveitamento da mão de obra local e sua qualificação. Empresas estrangeiras capazes de gerar empregos e desenvolvimento. Grau de investimento privado na atividade turística. Nível de empregos gerados pelo turismo em relação aos demais setores produtivos da localidade.	Aspectos da economia local				
			Infraestrutura e facilidade para negócios				
			Empreendimentos ou eventos alavancadores.				
			Capacidade de qualificação de mão de obra local				
			Capacidade de aproveitamento de mão de obra local				
			Presença de grupos nacionais do setor turístico				
			Presença de grupos internacionais do setor de turístico				
			Concorrência com outros destinos e barreiras de entrada que dificultem a escolha do destino				
			Geração de negócios e empreendedorismo				
			Investimento privado para o desenvolvimento turístico cultural				
			Investimento privado local para o desenvolvimento turístico rural, natural e outras formas de turismo				
			Empregos diretos gerados pelo turístico				
			Empregos indiretos gerados pelo turismo				
			Programas de apoio às empresas locais				
			Programas de capacitação para fomentar o desenvolvimento de novas empresas.				
Diagnósticos das atividades econômicas atualizados							
9	<b>Aspectos Sociais</b>	Condição de acesso a informação e educação, elaboração de políticas públicas visando diminuir o possível impacto negativo causado pelo turismo no aspecto social.	Acesso à educação				
			Política de prevenção à exploração sexual infanto-juvenil				
			Uso de atrativos e equipamentos turísticos pela população local				
			Participação cidadã				
			Sensibilização e participação da população local na atividade turística.				

10	<b>Aspectos Ambientais</b>	Leis, órgãos e ações de preservação de áreas naturais assim como as condições básicas de esgoto, acesso a água tratada e coleta de lixo. Grau de implantação de políticas e normas ambientais. Premiações nacionais e/ou internacionais.	Legislação municipal de meio ambiente / Aplicação das normas ambientais				
			Controle de capacidade de carga				
			Atividades em curso potencialmente poluidoras				
			Rede pública de distribuição de água				
			Rede pública de coleta e tratamento de esgoto				
			Coleta e destinação pública de resíduos				
			Preservação do Patrimônio Natural e Unidades de Conservação no município				
			Premiações Nacionais e/ou Internacionais				
		Agenda 21					
11	<b>Aspecto Culturais</b>	Valorização da cultura local, políticas culturais e de apoio a cultura. Preservação da cultura local e do patrimônio. Estabelecer o grau de preservação sobre a integridade e autenticidade do patrimônio. Determinar o grau de manutenção do patrimônio histórico, participação de associações civis locais para sua conservação. Conhecer a quantidade e qualidade de locais culturais como museus, espaços gastronômico e artesanais do destino.	Produção cultural associada ao turismo				
			Preservação do patrimônio histórico e cultural / Tangível e Intangível.				
			Estrutura municipal de apoio à cultura.				
			Controle de capacidade de carga				
			Programas para promoção de atividades artísticas e culturais				
			Participação de associações civis local na conservação do Patrimônio Histórico				
			Inventário dos espaços culturais				
			Encanto / Magia da localidade				
			Declaratoria de Zonas de Monumentos Históricos.				
<b>Outras informações que julgue interessante:</b>							

### Apêndice 3.4 – Agroecológica Marumbi Ltda (Cachaça Porto Morretes)

Respondente: Gustavo Alberto Vasel Kosak								Empresa: Agroecologica Marumbi Ltda		Data: 16/03/2017			
<p>O presente questionário é parte integrante do processo de coleta de dados para dissertação de Mestrado em Turismo (Universidade Federal do Paraná - UFPR), do aluno Sérgio Vinicius de Souza Junior, sob orientação dos professores José Elmar Feger e José Manoel Gonçalves Gândara. O tema da dissertação em questão é: <b>REFLEXOS DE POLÍTICAS PÚBLICAS NA COMPETITIVIDADE DE DESTINOS TURÍSTICOS HISTÓRICO-CULTURAIS: UM ESTUDO COMPARATIVO BRASIL-</b></p> <p>Neste estudo, serão analisados os programas: Competitividade de Destinos Turísticos - Brasil e o Programa Pueblos Mágicos - México. Neste questionários estão unificados as dimensões de ambos os programas para que se possa ter uma percepção dos agentes de desenvolvimento do turismo em três diferentes municípios: Bento Gonçalves - RS - Brasil, Morretes - PR - Brasil e Tequila - Jalisco - México.</p> <p>Desta Forma, pedimos a colaboração dos senhores em responder o questionário de acordo com a sua percepção sobre as variáveis aqui expostas.</p>													
<b>PERCEPÇÃO SOBRE OS INDICADORES PARA O PLANEJAMENTO, GESTÃO E CONTROLE DO TURISMO</b>													
<b>PROGRAMA DE COMPETITIVIDADE DE DESTINOS TURÍSTICOS - BRASIL X PROGRAMA PUEBLOS MÁGICOS - MÉXICO</b>								<b>Seu município possui?</b>		<b>Se sim, qual é o indicador utilizado?</b>		<b>Grau de importância</b>	
<b>Nº</b>	<b>Dimensão</b>	<b>Conceito aplicado</b>	<b>Variáveis para a formação do indicador</b>					<b>Sim</b>	<b>Não</b>	<b>1 a 10</b>			
<b>1</b>	<b>Infraestrutura e serviços urbanos</b>	Infraestrutura básica de apoio ao turista da localidade, oferecendo condições mínimas para usufruir do destino	Infraestrutura de comunicação						x		10		
			Capacidade de atendimento médico para o turista no destino							x	8		
			Fornecimento de energia elétrica					x		<b>copel</b>		10	
			Estrutura urbana nas áreas turísticas					x				10	
			Serviço de proteção ao turista							x	10		
			Grau de profissionalização das equipes de segurança							x	10		
			Equipamentos de segurança							x	10		
<b>2</b>	<b>Acesso</b>	Meios de acesso utilizados para chegar até a localidade assim como a distância de grande polos.	Acesso aéreo						x	5			
			Acesso rodoviário					x		9			
			Acesso aquaviário							x	6		
			Acesso ferroviário					x		8			
			Sistema de transporte no destino							x	8		
			Proximidade do destino a grandes polos emissivos de turistas.					x		Curitiba		10	

3	<b>Serviços e equipamentos turísticos</b>	Serviços básicos de atendimento ao visitante, avaliando a sua capacidade de suprir as necessidades básicas de orientação, alimentação e hospedagem	Sinalização turística	x		10
			Centro de atendimento/ informação ao turista	x		8
			Espaço para eventos	x		7
			Capacidade dos meios de hospedagem	x		10
			Capacidade do turismo receptivo	x		10
			Estrutura de qualificação para o turismo		x	9
			Infraestrutura turística		x	9
			Capacidade dos restaurantes	x		10
4	<b>Oferta de atrativos turísticos</b>	Atrativos gerais que compõem a oferta da localidade divididos por segmentação, atrativos turísticos simbólicos e diferenciados garantindo sua comercialização, e ainda os serviços de assistência e segurança.	Atrativos naturais	x		9
			Atrativos culturais	x		9
			Eventos programados	x		9
			Realizações técnicas, científicas e artísticas	x		9
			Diversidade de atrativos e equipamentos de lazer	x		9
			Contar com um atrativo turístico simbólico	x		9
			Contar com atrativos turísticos diferenciados		x	7
			Serviços turísticos que garantam sua comercialização no próprio atrativo	x		7
Serviços de assistência e segurança		x	10			
5	<b>Marketing do destino</b>	Marketing do destino como forma de aumentar a visibilidade e fluxo de visitantes.	Plano de marketing		x	10
			Roteirização e promoção Regional	x		9
			Participação em feiras e eventos		x	8
			Promoção do destino		x	10
			Outras estratégias de promoção digital		x	10
			Diversificação de produtos turísticos		x	10
			Apoio à comercialização regional de forma integrada		x	10
			Portal de Internet	x		10
Marca turística bem definida /Marca Pueblos Mágicos	x		10			

6	<b>Políticas Públicas / Governança / Cooperação / Investimento /Planejamento</b>	Desenvolvimento do turismo de forma integrada. União e cooperação entre atrativos e destinos. Participação do poder público e da iniciativa privada no desenvolvimento dos destinos. Integração entre iniciativa pública e privada na estruturação de ferramentas legais e de gestão. Existência de organismo público local responsável pelo turismo/ Programa Pueblos Mágicos. Existência de um comitê Pueblos Mágicos / Governança no destino responsável pela elaboração de planos e programas de desenvolvimento turístico.	Grau de cooperação com o governo Estadual		x		10
			Grau de cooperação com o governo Federal		x		10
			Grau de cooperação público-privada.	x			10
			Governança / Comitê turístico “Pueblo Mágico”		x		10
			Projetos de cooperação regional		x		10
			Planejamento turístico regional		x		10
			Investimento público Estadual gerado a partir do Programa Pueblos Mágicos / Investimento público regional em Turismo.		x		10
			Inverstimento Federal gerado a partir do Programa Pueblos Mágicos / Investimento público Federal em Turismo		x		10
			Planos de desenvolvimento municipal		x		10
			Planos / Programas de Desenvolvimento Turístico Municipal		x		10
7	<b>Monitoramento</b>	Pesquisas, estatísticas capazes de mensurar o perfil do visitante assim como o impacto na localidade gerado pelo turismo.	Legislação de preservação do patrimônio turístico. Normas para regular a imagem urbana e plano de manejo em função do Programa Pueblos Mágicos	x			10
			Pesquisas de demanda		x	Prefeitura	10
			Pesquisas de oferta		x	Prefeitura	10
			Sistema de estatísticas do turismo	x		Prefeitura	10
			Medição dos impactos da atividade turística	x		Prefeitura	10
			Setor específico de estudos e pesquisas	x		Prefeitura	10

8	<b>Aspectos Economicos</b>	O impacto econômico na localidade, infraestrutura local com capacidade para atrair negócios. Aproveitamento da mão de obra local e sua qualificação. Empresas estrangeiras capazes de gerar empregos e desenvolvimento. Grau de investimento privado na atividade turística. Nível de empregos gerados pelo turismo em relação aos demais setores produtivos da localidade.	Aspectos da economia local		x		10
			Infraestrutura e facilidade para negócios		x		10
			Empreendimentos ou eventos alavancadores.		x		10
			Capacidade de qualificação de mão de obra local		x		10
			Capacidade de aproveitamento de mão de obra local		x		10
			Presença de grupos nacionais do setor turístico		x		10
			Presença de grupos internacionais do setor de turístico	x			10
			Concorrência com outros destinos e barreiras de entrada que dificultem a escolha do destino	x			10
			Geração de negócios e empreendedorismo		x		10
			Investimento privado para o desenvolvimento turístico cultural	x			10
			Investimento privado local para o desenvolvimento turístico rural, natural e outras formas de turismo	x			10
			Empregos diretos gerados pelo turístico	x			10
			Empregos indiretos gerados pelo turismo	x			10
			Programas de apoio às empresas locais		x		10
			Programas de capacitação para fomentar o desenvolvimento de novas empresas.		x		10
Diagnósticos das atividades económicas atualizados		x		10			
9	<b>Aspectos Sociais</b>	Condição de acesso a informação e educação, elaboração de políticas públicas visando diminuir o possível impacto negativo causado pelo turismo no aspecto social.	Acesso à educação	x			10
			Política de prevenção à exploração sexual infanto-juvenil		x		10
			Uso de atrativos e equipamentos turísticos pela população local		x		7
			Participação cidadã		x		7
			Sensibilização e participação da população local na atividade turística.	x			8

10	<b>Aspectos Ambientais</b>	Leis, órgãos e ações de preservação de áreas naturais assim como as condições básicas de esgoto, acesso a água tratada e coleta de lixo. Grau de implantação de políticas e normas ambientais. Premiações nacionais e/ou internacionais.	Legislação municipal de meio ambiente / Aplicação das normas ambientais	x			9
			Controle de capacidade de carga		x		10
			Atividades em curso potencialmente poluidoras		x		10
			Rede pública de distribuição de água		x		10
			Rede pública de coleta e tratamento de esgoto		x		10
			Coleta e destinação pública de resíduos		x		10
			Preservação do Patrimônio Natural e Unidades de Conservação no município	x			8
			Premiações Nacionais e/ou Internacionais		x		6
			Agenda 21				
11	<b>Aspecto Culturais</b>	Valorização da cultura local, políticas culturais e de apoio a cultura. Preservação da cultura local e do patrimônio. Estabelecer o grau de preservação sobre a integridade e autenticidade do patrimônio. Determinar o grado de manutenção do patrimônio histórico, participação de associações civis locais para sua conservação. Conhecer a quantidade e qualidade de locais culturais como museus, espaços gastronômico e artesanais do destino.	Produção cultural associada ao turismo	x			8
			Preservação do patrimônio histórico e cultural / Tangível e Intangível.	x			9
			Estrutura municipal de apoio à cultura.		x		10
			Controle de capacidade de carga		x		10
			Programas para promoção de atividades artísticas e culturais		x		8
			Participação de associações civis local na conservação do Patrimônio Histórico	x			8
			Inventário dos espaços culturais	x			7
			Encanto / Magia da localidade		x		10
<b>Outras informações que julgue interessante:</b>							

### Apêndice 3.5 – Serra Verde Express

Respondente: Adonai Aires de Arruda Filho		Empresa: Serra Verde Express		Data: 07/02/2017					
O presente questionário é parte integrante do processo de coleta de dados para dissertação de Mestrado em Turismo (Universidade Federal do Paraná - UFPR), do aluno Sérgio Vinicius de Souza Junior, sob orientação dos professores José Elmar Feger e José Manoel Gonçalves Gândara. O tema da dissertação em questão é: <b>REFLEXOS DE POLÍTICAS PÚBLICAS NA COMPETITIVIDADE DE DESTINOS TURÍSTICOS HISTÓRICO-CULTURAIS: UM ESTUDO COMPARATIVO BRASIL-MÉXICO.</b>									
Neste estudo, serão analisados os programas: Competitividade de Destinos Turísticos - Brasil e o Programa Pueblos Mágicos - México. Neste questionários estão unificados as dimensões de ambos os programas para que se possa ter uma percepção dos agentes de desenvolvimento do turismo em três diferentes municípios: Bento Gonçalves - RS - Brasil, Morretes - PR - Brasil e Tequila - Jalisco - México.									
Desta forma, pedimos a colaboração dos senhores em responder o questionário de acordo com a sua percepção sobre as variáveis aqui expostas.									
<b>PERCEPÇÃO SOBRE OS INDICADORES PARA O PLANEJAMENTO, GESTÃO E CONTROLE DO TURISMO</b>									
<b>PROGRAMA DE COMPETITIVIDADE DE DESTINOS TURÍSTICOS - BRASIL X PROGRAMA PUEBLOS MÁGICOS - MÉXICO</b>				<b>Seu município possui?</b>		<b>Se sim, qual é o indicador utilizado?</b>		<b>Grau de importância</b>	
<b>Nº</b>	<b>Dimensão</b>	<b>Conceito aplicado</b>	<b>Variáveis para a formação do indicador</b>	<b>Sim</b>	<b>Não</b>			<b>1 a 10</b>	
1	Infraestrutura e serviços urbanos	Infraestrutura básica de apoio ao turista da localidade, oferecendo condições mínimas para usufruir do destino	Infraestrutura de comunicação		x			7	
			Capacidade de atendimento médico para o turista no destino	x		Posto de Saúde		10	
			Fornecimento de energia elétrica	x				10	
			Estrutura urbana nas áreas turísticas	x				10	
			Serviço de proteção ao turista		x			3	
			Grau de profissionalização das equipes de segurança	x		Polícia Militar, Bombeiro		10	
			Equipamentos de segurança		x			0	
2	Acesso	Meios de acesso utilizados para chegar até a localidade assim como a distância de grandes polos.	Acesso aéreo		x			0	
			Acesso rodoviário	x		Rodoviária		10	
			Acesso aquaviário	x		Marina		3	
			Acesso ferroviário	x		Serra Verde Express		10	
			Sistema de transporte no destino		x			0	
			Proximidade do destino a grandes polos emissores de turistas.	x		Curitiba / Joinville		10	

3	Serviços e equipamentos turísticos	Serviços básicos de atendimento ao visitante, avaliando a sua capacidade de suprir as necessidades básicas de orientação, alimentação e hospedagem	Sinalização turística	x		Outros Destinos	9
			Centro de atendimento/ informação ao turista	x		Convention / Serra Verde	9
			Espaço para eventos	x		Privados Teatro	8
			Capacidade dos meios de hospedagem	x			8
			Capacidade do turismo receptivo	x		Calango / Serra Verde	10
			Estrutura de qualificação para o turismo		x		
			Infraestrutura turística	x		Restaurantes / Parques	10
			Capacidade dos restaurantes	x			8
4	Oferta de atrativos turísticos	Atrativos gerais que compões a oferta da localidade divididos por segmentação, atrativos turísticos simbólicos e diferenciados garantindo sua comercialização, e ainda os serviços de assistência e segurança.	Atrativos naturais	x		Cachoeira, trilhas, rios	10
			Atrativos culturais	x		Festivais, história	8
			Eventos programados	x		Feiras, festivais	10
			Realizações técnicas, científicas e artísticas		x		
			Diversidade de atrativos e equipamentos de lazer		x		
			Contar com um atrativo turístico simbólico	x		Trem	9
			Contar com atrativos turísticos diferenciados	x		Rio	9
			Serviços turísticos que garantam sua comercialização no próprio atrativo	x		Rio	9
Serviços de assistência e segurança	x		Caiaque	10			
5	Marketing do destino	Marketing do destino como forma de aumentar a visibilidade e fluxo de visitantes.	Plano de marketing		x		10
			Roteirização e promoção Regional		x		10
			Participação em feiras e eventos	x		Salão ABAV	10
			Promoção do destino		x		10
			Outras estratégias de promoção digital		x		10
			Diversificação de produtos turísticos		x		10
			Apoio à comercialização regional de forma integrada		x		10
			Portal de Internet	x		www.morretes.pr.gov.br	10
Marca turística bem definida /Marca Pueblos Mágicos		x		10			

6	<b>Políticas Públicas / Governança / Cooperação / Investimento /Planejamento</b>	Desenvolvimento do turismo de forma integrada. União e cooperação entre atrativos e destinos. Participação do poder público e da iniciativa privada no desenvolvimento dos destinos. Integração entre iniciativa pública e privada na estruturação de ferramentas legais e de gestão. Existência de organismo público local responsável pelo turismo/ Programa Pueblos Mágicos. Existência de um comitê Pueblos Mágicos / Governança no destino responsável pela elaboração de planos e programas de desenvolvimento turístico.	Grau de cooperação com o governo Estadual		x		
			Grau de cooperação com o governo Federal		x		
			Grau de cooperação público-privada.		x		
			Governança / Comitê turístico "Pueblo Mágico"		x		
			Projetos de cooperação regional		x		
			Planejamento turístico regional		x		
			Investimento público Estadual gerado a partir do Programa Pueblos Mágicos / Investimento público regional em Turismo.		x		
			Investimento Federal gerado a partir do Programa Pueblos Mágicos / Investimento público Federal em Turismo		x		
			Planos de desenvolvimento municipal		x		
			Planos / Programas de Desenvolvimento Turístico Municipal		x		
			x		Patrimônio Histórico	7	
7	<b>Monitoramento</b>	Pesquisas, estatísticas capazes de mensurar o perfil do visitante assim como o impacto na localidade gerado pelo turismo.	Pesquisas de demanda		x		
			Pesquisas de oferta		x		
			Sistema de estatísticas do turismo		x		
			Medição dos impactos da atividade turística		x		
			Setor específico de estudos e pesquisas		x		

8	<b>Aspectos Economicos</b>	O impacto econômico na localidade, infraestrutura local com capacidade para atrair negócios. Aproveitamento da mão de obra local e sua qualificação. Empresas estrangeiras capazes de gerar empregos e desenvolvimento. Grau de investimento privado na atividade turística. Nível de empregos gerados pelo turismo em relação aos demais setores produtivos da localidade.	Aspectos da economia local	x		Prestação de Serviços	10
			Infraestrutura e facilidade para negócios	x			9
			Empreendimentos ou eventos alavancadores.	x		Restaurantes e Trem	9
			Capacidade de qualificação de mão de obra local	x		Local e Arredores	10
			Capacidade de aproveitamento de mão de obra local	x		Local e Arredores	10
			Presença de grupos nacionais do setor turístico	x		Trem / Calango	8
			Presença de grupos internacionais do setor de turístico	x		Trem	10
			Concorrência com outros destinos e barreiras de entrada que dificultem a escolha do destino		x		
			Geração de negócios e empreendedorismo	x		Restaurantes e Trem	9
			Investimento privado para o desenvolvimento turístico cultural		x		
			Investimento privado local para o desenvolvimento turístico rural, natural e outras formas de turismo	x		Calango / Trem	8
			Empregos diretos gerados pelo turístico	x		Principal Atividade	10
			Empregos indiretos gerados pelo turismo	x		Fluxo Alto	10
			Programas de apoio às empresas locais		x		
			Programas de capacitação para fomentar o desenvolvimento de novas empresas.		x		
			Diagnósticos das atividades económicas atualizados		x		
9	<b>Aspectos Sociais</b>	Condição de acesso a informação e educação, elaboração de políticas públicas visando diminuir o possível impacto negativo causado pelo turismo no aspecto social.	Acesso à educação		x		
			Política de preservação à exploração sexual infanto-juvenil		x		
			Uso de atrativos e equipamentos turísticos pela população local	x			9
			Participação cidadã		x		
			Sensibilização e participação da população local na atividade turística.		x		

10	<b>Aspectos Ambientais</b>	Leis, órgãos e ações de preservação de áreas naturais assim como as condições básicas de esgoto, acesso a água tratada e coleta de lixo. Grau de implantação de políticas e normas ambientais. Premiações nacionais e/ou internacionais.	Legislação municipal de meio ambiente / Aplicação das normas ambientais	x		Saneamento	10
			Controle de capacidade de carga		x		
			Atividades em curso potencialmente poluidoras		x		
			Rede pública de distribuição de água	x		Superior a 90%	10
			Rede pública de coleta e tratamento de esgoto	x		Superior a 90%	10
			Coleta e destinação pública de resíduos				
			Preservação do Patrimônio Natural e Unidades de Conservação no município		x		
			Premiações Nacionais e/ou Internacionais				
		Agenda 21		x			
11	<b>Aspecto Culturais</b>	Valorização da cultura local, políticas culturais e de apoio a cultura. Preservação da cultura local e do patrimônio. Estabelecer o grau de preservação sobre a integridade e autenticidade do patrimônio. Determinar o grau de manutenção do patrimônio histórico, participação de associações civis locais para sua conservação. Conhecer a quantidade e qualidade de locais culturais como museus, espaços gastronômico e artesanais do destino.	Produção cultural associada ao turismo	x		Instituto Trombini	7
			Preservação do patrimônio histórico e cultural / Tangível e Intangível.	x		Órgão o Estado	7
			Estrutura municipal de apoio à cultura.		x		
			Controle de capacidade de carga		x		
			Programas para promoção de atividades artísticas e culturais		x		
			Participação de associações civis local na conservação do Patrimônio Histórico		x		
			Inventário dos espaços culturais		x		
			Encanto / Magia da localidade	x		Natureza e História	10
			Declaratoria de Zonas de Monumentos Históricos.		x		
<b>Outras informações que julgue interessante:</b>							
Alguns aspectos não existem, porém pela característica do município não apresenta problema.							