

A Competitividade do Turismo Brasileiro Alicerçada na Estruturação das Políticas Públicas

Álvaro Ornelas

Especialista em Administração Global pela Universidade Independente de Lisboa (2001); Consultor do Instituto Marca Brasil para desenvolvimento de metodologias em projetos do Ministério do Turismo.

Carlos Assunção

Formado em Turismo pela Faculdade ASSESC (2010). Criador e responsável técnico do Núcleo de Inteligência do Turismo (NIT Brasil).

Luciane Camilotti

Doutora em Engenharia de Produção pela UFSC. Professora pela Faculdade de Tecnologia SENAI – Florianópolis.

Resumo: A competitividade do turismo no Brasil depende do fortalecimento dos atores do turismo na esfera municipal, regional e estadual. Os esforços do Ministério do Turismo com relação à regionalização do turismo ainda não apresentam aumento exponencial na oferta de produtos regionais e nem tão pouco refletem o aumento da oferta turística no país. O processo de regionalização do turismo está ameaçado pela falta do entendimento dos atores do turismo municipais da relevância da região na sustentabilidade do turismo local. No esforço de acelerar o pensamento sistêmico, cooperado e democrático dos atores do turismo local, o Ministério do Turismo, anualmente, mede a competitividade do setor, por meio do Estudo de Competitividade - Relatório Brasil. O presente artigo apresenta a macro dimensão Políticas Públicas, suas dimensões e variáveis e têm a pretensão de auxiliar os gestores do turismo no melhor entendimento sobre seu papel para incentivar o aumento da competitividade do turismo.

Palavras-chave: Políticas Públicas, Gestão, Competitividade e Turismo.

The Competitiveness Of Brazilian Tourism Rooted In The Structure Of Public Policies

Abstract: The competitiveness of tourism in Brazil depends on the strengthening of tourism stakeholders at the municipal, regional and state levels of governance. The efforts of the Ministry of Tourism regarding the regionalization of tourism have not yet presented an exponential increase in the supply of regional touristic products and reflect neither the increase in tourism across the country. The process of regionalization of tourism is threatened by lack of understanding of local actors of tourism in the relevance of the touristic region to maintain sustainability of local tourism. In an effort to accelerate a systemic thinking focusing a cooperative and democratic spirit along local tourism industry, the Ministry of Tourism, annually measures the competitiveness of the sector through the Competitiveness Study - Report: Brazil. This article presents the macro-scale public policy and part of the study shows its dimensions and variables and pretend to help public administration interact with all actor of local tourism in order to encourage the increase of competitiveness of tourism industry.

Keywords: Public Policy, Management, Tourism and Competitiveness

1 Introdução

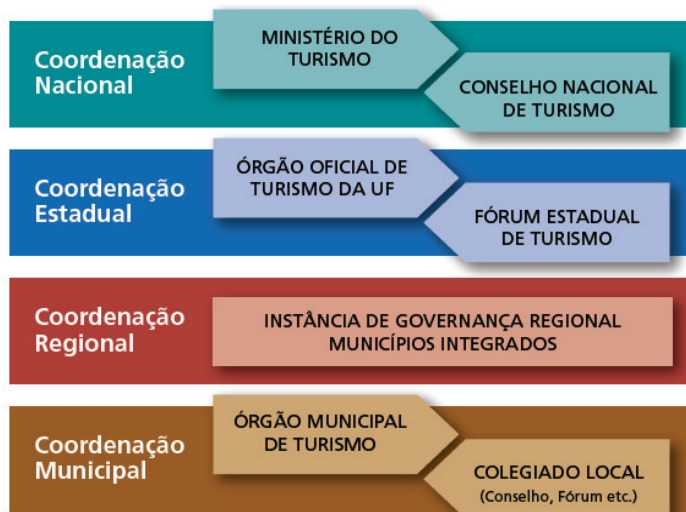
Com o objetivo de apoiar a instância de governança local no processo cooperado, democrático e qualificado da gestão municipal do turismo, o Ministério do Turismo do Brasil, em 2009, publicou em seu site a segunda edição do Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional – Relatório Brasil 2009. Este estudo é fruto do grande esforço que o Ministério do Turismo demonstra na estruturação do turismo de forma técnica e em sincronizada com as tendências mercadológicas e com a gestão profissional do turismo no Brasil.

O Relatório Brasil, como é chamado o Estudo de Competitividade é um diagnóstico que analisa o turismo em cinco macrodimensões, treze variáveis que são formadas por sessenta e duas variáveis.

As instâncias de governança local e regional têm em suas mãos uma ferramenta que aumenta o grau de profissionalismo na gestão do turismo municipal e regional. O entendimento que as regiões dependem que seus municípios sejam melhores trabalhados no desenvolvimento do turismo. A sincronia entre as duas instâncias ainda é um desafio, segundo o Ministério do Turismo (2007), regionalizar:

“... não é apenas o ato de agrupar municípios com relativa proximidade e similaridades. É construir um ambiente democrático, harmônico e participativo entre poder público, iniciativa privada, terceiro setor e comunidade. É promover a integração e cooperação intersetorial, com vistas à sinergia na atuação conjunta entre todos os envolvidos direta e indiretamente na atividade turística de uma determinada localidade.”

O que se espera é que cada região turística planeje e decida seu próprio futuro, de forma participativa e respeitando os princípios da sustentabilidade econômica, ambiental, sociocultural e político-institucional. A organização da estrutura política do turismo no Brasil está organizada, conforme mostra a figura 01 abaixo:



Fonte: MTur, 2004.

FIGURA 01: Estrutura Política do Turismo no Brasil. Fonte: Ministério do Turismo, 2007.

Assim a iniciativa privada, terceiro setor e o setor público têm um espaço democrático para trabalhar as questões de gestão do turismo em cada instância de governança. Os esforços, realizados no passado, em simetria com as diferentes esferas governamentais e a sociedade civil, contribuíram para que houvesse um grande avanço na expansão e no fortalecimento do mercado turístico interno, com especial ênfase na função social do turismo como gerador de emprego e renda, aumentando assim a qualidade de vida da população atuante no setor. Como consequência,

desses esforços, o Brasil se consolida anualmente como um relevante destino turístico mundial.

A manutenção da competitividade do turismo no Brasil está alicerçada também na consolidação da política pública do turismo na esfera municipal. O Relatório Brasil 2009, apresenta três índices que são formados por quinze variáveis que impactam na consolidação da política pública, e que demonstram que a competitividade do turismo nacional depende do amplo entendimento destas variáveis.

2 Relatório Brasil 2009

O foco do Estudo de Competitividade Dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional – Relatório Brasil 2009 encomendado pelo Ministério do Turismo (MTur) à Fundação Getúlio Vargas (FGV) e desenvolvido com financiamento do Serviço Nacional de Apoio à Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) é basicamente entender como o turismo se apresenta em um diagnóstico sobre a competitividade do turismo no Brasil. Em 2009 é lançado a segunda edição de uma série de quatro diagnósticos encomendados à FGV pelo MTur. O resultado Brasil é baseado nos 65 diagnósticos realizados nos 65 destinos indutores do desenvolvimento do turismo regional. Esse Estudo serve de base para ser usado no auxílio da tomada de decisão daquelas entidades atuantes no turismo local destes destinos indutores, ou mesmo servirem de base para decisões de entidades que atuam ou desejam atuar no turismo nacional.

O Relatório Brasil, 2009, demonstra como a administração pública estadual e municipal pode atuar e auxiliar o aumento da competitividade. Apresenta treze dimensões, que geram treze índices, ou seja, as variáveis que forma a dimensão são valorizadas conforme a metodologia aprovada pelo Ministério do Turismo no Seminário da Competitividade (2007). Cada variável recebe pontuação diferenciada conforme a região geográfica, os segmentos turísticos identificados e a conformidade com os dados secundários de cada cidade pesquisada, como o IDH.

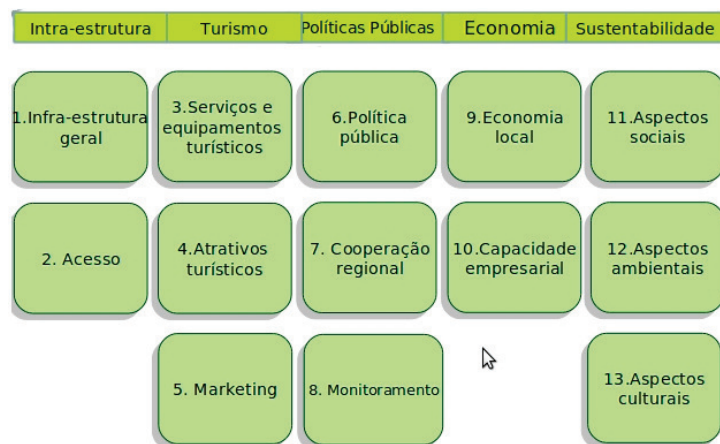


FIGURA 2: Dimensões da Competitividade. Fonte: Ministério do Turismo, 2008.

Conforme a figura acima, o Relatório Brasil está estruturado em cinco macro-dimensões: Infra estrutura, Turismo, Políticas Públicas, Economia e Sustentabilidade. Essas formam treze dimensões que correspondem a sessenta e duas variáveis. Das sessenta e duas variáveis existentes no Relatório Brasil, 24% delas correspondem exclusivamente à estruturação da política pública.

Apenas as macrodimensões Turismo, Sustentabilidade e Políticas Públicas apresentam números maiores de variáveis, pois cada uma dessas macrodimensões são formadas por três dimensões.

3 A Macrodimensão Políticas Públicas

A macrodimensão Políticas Públicas é uma das cinco macrodimensões do Estudo de Competitividade. Essa desdobra-se em três dimensões: Políticas Públicas, Cooperação Regional e Monitoramento. Conforme Beni (2008), pode-se entender a existência de políticas públicas de turismo como orientações específicas para a gestão diária do turismo, abrangendo os diversos aspectos operacionais da atividade, definidas pelo Poder Público.

Beni (2008) acrescenta que os governos têm papel fundamental na coordenação, planejamento, legislação e regulamentação, empreendedorismo, incentivo, atuação social e promoção do turismo.

Nesse sentido, a macrodimensão Políticas Públicas engloba as ações advindas do Poder Público em virtude do desenvolvimento turístico nas esferas de governo municipal, estadual, nacional e internacional. Nota-se que a essência do sucesso do setor turístico em um destino está no equilíbrio entre os diversos atores, sejam do âmbito governamental, dos órgãos estatais e semiestatais, organizações voluntárias e sem fins lucrativos, setor privado, comunidade anfitriã e visitantes (BRASIL, 2009).

3.1 A Dimensão Políticas Públicas

A relação das estruturas exclusivas de turismo, no caso de sua existência, com as demais secretarias da administração pública local também possui efeito competitivo nos destinos indutores no âmbito dessa variável. Adicionalmente, analisa-se a existência e efetividade de instâncias locais relacionadas com o turismo e também a existência de instância de governança municipal dedicada à gestão da atividade turística (BRASIL, 2009a).

3.2 A Dimensão Cooperação Regional

A dimensão Cooperação Regional surge da estratégia da designação de regiões turísticas que proporcionam a base para o modelo de planejamento regional. No caso dos destinos turísticos brasileiros, a implementação do modelo de regionalização do turismo exige novas posturas e estratégias na gestão das políticas públicas, pois, para o sucesso desse modelo, é necessário “que haja cooperação e parceria dos diversos segmentos envolvidos, tais como: organizações da sociedade, instituições de ensino, turistas e comunidade” (BRASIL, 2009a, p. 66).

Nas regiões de desenvolvimento turístico, torna-se muitas vezes interessante estabelecer um destino como centro turístico que funcione como uma entrada para os demais destinos dessa região, pois isso possibilita os setores público e privado concentrarem facilidades e obterem economias de escala de desenvolvimento (BRASIL, 2009a). Nesse processo, planejar o conjunto de atrativos de uma determinada região turística traz diversas vantagens para os destinos, como atrair mais turistas para a área, induzir uma permanência mais longa do turista e agir contando com o apoio das atrações principais. Ademais, desviam-se os turistas das áreas ambientalmente sensíveis e que suportam

um número máximo reduzido de visitantes, promovem-se economias de escala em termos de provisão e infraestrutura e ajuda-se a conter os impactos negativos do turismo, proporcionando uma facilidade maior de controle (BRASIL, 2009a).

Finalmente, o Programa de Regionalização do Turismo, no âmbito dessa dimensão, busca através do planejamento dos destinos baseados nas premissas dos benefícios da regionalização aumentar a qualidade dos produtos turísticos e diversificar o número de ofertas turísticas. Além disso, espera-se estruturar melhor os destinos turísticos, ampliar e qualificar o mercado de trabalho e inserir mais produtos turísticos brasileiros para competir no mercado internacional, aumentar o consumo dos produtos turísticos no mercado interno e também a taxa de permanência e o gasto médio do turista (BRASIL, 2009a).

3.3 A Dimensão Monitoramento

A dimensão de Monitoramento abrange o controle e monitoramento de um plano de desenvolvimento turístico já implantado no destino, detectando quaisquer desvios que ocorram na medida em que tal plano é executado pelo município e região turística (BRASIL, 2009).

Segundo Wanhill (1997 apud BRASIL, 2009a), a indústria turística normalmente espera iniciativas do setor público para coleta de informações estatísticas e pesquisas de mercado. Inskeep acrescenta que (1991 apud BRASIL, 2009a, p.69), afirma que “[...] só se é possível gerenciar eficientemente o que é possível ser mensurado”.

Nesse sentido, no âmbito da dimensão Monitoramento, são relevantes dois tipos de informação: quanto melhor for a gestão do sistema de informação, maior será a capacidade das empresas de um destino para administrar os diferentes aspectos dos produtos (FAULKNER; BOWMAN, 1995 apud BRASIL, 2009a), bem como os resultados da investigação fornecem informações permitindo que um destino se adapte à dinâmica do mercado, por meio de: estatísticas sobre os padrões de comportamento dos turistas; medidas de desempenho capazes de identificar problemas; estudos sobre a satisfação dos turistas identificando problemas e oportunidades; impactos econômicos, sociais e ambientais ocasionados pelo desenvolvimento turístico; e informações que monitoram a atitude da população local em relação à atividade turística (BRASIL, 2009a).

Conforme o Estudo de Competitividade, “a investigação e o monitoramento do ambiente competitivo são partes integrantes da formulação da política e da estratégia” (BRASIL, 2009a, p.69).

4 As Variáveis relacionadas à Política Pública no Relatório Brasil 2009

Como mencionado anteriormente a macrodimensão Políticas Públicas é formada por quinze variáveis, essas representam 24% das variáveis que forma o diagnóstico anual da competitividade do turismo brasileiro, o Relatório Brasil. Estas variáveis estão distribuídas nas três dimensões que formam essa macrodimensão. Para compreender melhor a nota que cada dimensão recebe no diagnóstico deve entender os aspectos que formam cada uma

dessas variáveis:

4.1 Estrutura municipal para apoio ao turismo

A variável de Estrutura Municipal para Apoio ao Turista avalia a competitividade do destino indutor através da existência de uma estrutura municipal disponível exclusivamente para o setor.

Além disso, verifica-se a autonomia em relação à existência de fontes próprias de recursos, o percentual executado sobre o orçamento total do órgão gestor do turismo e a presença de servidores concursados, ativos, dedicados às atividades do setor (BRASIL, 2009a).

4.2 Grau de cooperação com o governo estadual

Na variável de Cooperação com o Governo Estadual avalia-se o grau de cooperação entre o destino e seus respectivos governos estaduais tendo como base a sua participação nos Fóruns ou Conselhos Estaduais de Turismo e eventuais investimentos recebidos por parte do governo estadual (BRASIL, 2009a).

No caso da participação do destino indutor nos Fóruns ou Conselhos Estaduais de Turismo, avalia-se também a maneira como ocorre essa participação; ela pode diretamente, entre o município e o governo estadual, ou por meio de uma instância regional (BRASIL, 2009a).

4.3 Grau de cooperação com o governo federal

A variável de Cooperação com o Governo Federal avalia a participação dos destinos em programas ou projetos do Ministério do Turismo e os eventuais investimentos recebidos por parte do governo federal (BRASIL, 2009).

4.4 Planejamento para a cidade e para a atividade

A variável de Planejamento para a Cidade e para a Atividade Turística avalia a competitividade dos aspectos que visam modernizar a gestão pública municipal, incluindo a existência de um Plano Diretor municipal, bem como suas datas de aprovação e de sua última revisão e finalmente se o mesmo contempla o setor turístico.

Leva-se também consideração nessa variável o desenvolvimento de outros planos formais para o turismo, o tempo de sua existência e a data de sua última revisão (BRASIL, 2009a).

4.5 Grau de cooperação público-privada

A variável de Grau de Cooperação Público-Privada analisa os projetos diversos envolvendo os municípios e o setor privado, envolvendo fores como o engrandecimento da imagem do destino; a preservação de recursos históricos e culturais; as atividades de treinamento e de educação para o turismo; melhoras na segurança do destino; proteção ao meio ambiente; padronização da qualidade; marketing eletrônico e distribuição; proteção ao consumidor; melhorias na infraestrutura de transportes e serviços básicos; participação em feiras de turismo; participação conjunta em campanhas de marketing; financiamento de novos negócios turísticos; redução dos impostos para preservação ambiental, so-

cial e cultural; provisão de suporte técnico para produtos inovadores; e projetos sociais para redução de desigualdades (BRASIL, 2009).

4.6 Governança

A variável de Governança compreende as políticas de desenvolvimento guiadas por determinados pressupostos sobre elementos estruturais como gestão, responsabilidades, transparência e legalidade do setor público (BRASIL, 2009a).

O primeiro elemento analisado nesta variável, para efeito de competitividade, diz respeito à espécie de organização responsável pela coordenação das ações de regionalização do turismo onde o destino faça parte sob forma de instância de governança regional, órgão ou Fórum Estadual de Turismo, Câmara Temática de Regionalização e outras formas de arranjos organizacionais (BRASIL, 2009a).

Analisa-se também os eventuais parceiros e atores sociais que compõe a organização, como associações, instituições de ensino superior, e gestores públicos do turismo. Outro aspecto relevante avaliado nessa variável envolve as reuniões periódicas dos membros da instância de governança regional, o nível de periodicidade dessas reuniões e acessibilidade dos seus membros (BRASIL, 2009a).

Para efeito de operacionalização, examina-se na variável de Governança se a instância regional do destino possui um gestor executivo que coordene as atividades, como também os tipos de suporte, como passagens, despesas fixas, compras de equipamentos e materiais e financiamento, fornecidos para a condução de suas atividades (BRASIL, 2009a).

Finalmente, observa-se se a instância de governança regional possui representatividade no Fórum ou no Conselho Estadual de Turismo e a interação da mesma com outras instâncias de governança turística regional, bem como a sua estrutura e disponibilidade de recursos próprios (BRASIL, 2009a).

4.7 Projetos de cooperação regional

Dentro da esfera da variável de Projetos de Cooperação Regional avalia-se a competitividade do destino analisando a integração e interação de diversos atores ligados à cadeia produtiva do turismo, promovendo a união dos mesmos em torno de seus interesses comuns - premissa fundamental do Programa de Regionalização do Turismo (BRASIL, 2009a).

Observam-se quais as ações, como reuniões, seminários e oficinas, que foram executadas no passado recente do destino e objetivavam mobilizar os diversos atores envolvidos na atividade turística para a importância da cooperação regional do turismo. Além disso, analisam-se a natureza desses atores e sua representatividade (BRASIL, 2009a).

Identificam-se também as eventuais parcerias entre órgãos municipais de turismo do destino analisado e outros municípios da região turística.

Observa-se ainda a discussão dos planos de desenvol-

vimento turístico na esfera de instância regional, identificam-se quais são os instrumentos de disseminação das informações, como eventos realizados no município, mídias adequadas, internet, documentos oficiais do município, sistema de apoio a distância do Programa de Regionalização do Turismo, redes de relacionamento e outros meios disseminadores de informações (BRASIL, 2009a).

4.8 Planejamento turístico regional

A variável de Planejamento Turístico Regional avalia a competitividade do destino estudo através da existência de um planejamento de desenvolvimento turístico integrado para a região turística no qual o destino indutor está inserido. Também identificam-se quais os responsáveis pelo andamento destes projetos, bem como a efetividade do plano, a eficiência e o controle das atividades realizadas, por meio de relatórios formais da instância regional ou de reuniões periódicas realizado pelo órgão gestor de turismo municipal (BRASIL, 2009a).

4.9 Roteirização

A variável de Roteirização avalia a competitividade do destino analisando o processo de elaboração dos roteiros turísticos regionais onde o destino faça parte e a natureza dos atores participantes desse processo (BRASIL, 2009a).

Conforme orienta o Estudo de Competitividade (BRASIL, 2009a, p. 68), os roteiros turísticos “devem ser elaborados de maneira que forneçam aos visitantes uma visão ampla e, ao mesmo tempo, clara, do destino”. A competitividade do destino indutor, avaliada sob o âmbito da variável de Roteirização, é incrementada na medida em que insere produtos turísticos diferenciados no mercado, permitindo desta forma o diagnóstico de necessidades de investimentos e auxiliando no aumento do fluxo de turistas e no tempo de permanência dos mesmos (BRASIL, 2009a).

Verifica-se nesta variável ainda se o destino integra algum roteiro considerado prioritário pelo Ministério do Turismo e quais são os segmentos turísticos envolvidos nele, bem como procura-se verificar se os roteiros elaborados são ou não comercializados por agências e operadoras de turismo no Brasil ou no exterior.

Considera-se também se o roteiro turístico, em seu processo de elaboração, fez uso das informações de inventários turísticos, analisados com base em dois aspectos: o primeiro, denominado elaboração, analisa se o roteiro foi elaborado com base nos princípios de sustentabilidade do Programa de Regionalização do Turismo, envolvendo estudos de consultoria especializada em impactos ao meio ambiente; o segundo aspecto denomina-se controle e analisa o monitoramento de impactos ambientais, socioculturais e econômicos (BRASIL, 2009a).

4.10 Promoção e apoio à comercialização de forma integrada

A variável de Promoção e Apoio à Comercialização de Forma Integrada avalia aspectos competitivos relacionados à natureza de parcerias entre o destino e outros municípios da região turística do entorno. No que diz respeito exclusivamente à promoção do destino, procura-se identificar, no âmbito desta

variável, as ações realizadas entre o destino, a iniciativa privada e outros municípios para divulgação de roteiros turísticos (BRASIL, 2009a).

O nível de parceria dos destinos também é avaliado, segundo o Relatório Brasil 2009 (BRASIL, 2009a, p. 68) “[...] em função da elaboração, produção e distribuição de material promocional - folhetaria, CDs, sítios na internet, brindes e outros – em conjunto com outros atores”.

Avalia-se também a participação do município nas estratégias promocionais cooperadas através da divulgação dos produtos turísticos regionais e estaduais por meio dos canais competentes do órgão gestor de turismo e o apoio ou a participação do gestor de turismo do destino em eventos (BRASIL, 2009a).

Finalmente, ainda no âmbito desta variável, verifica-se a eventual participação do destino em ações promocionais com operadores e agentes de turismo e a existência de um site na internet integrando os municípios da região turística do qual destino estudo faz parte.

4.11 Pesquisa de demanda

A variável de Pesquisa de Demanda examina a realização de pesquisa de demanda no destino, identificando as organizações responsáveis pela elaboração das pesquisas e suas formas de interação com o órgão gestor do turismo. A pesquisa no setor turístico proporciona um diagnóstico de determinada situação baseando-se no grau de conhecimento acerca da avaliação dos turistas sobre a sua satisfação com os serviços ofertados no local visitado, identificando seus hábitos, atitudes e expectativas (BRASIL, 2009a).

Os locais de coleta das informações das pesquisas de demanda turísticas são fatores que afetam a competitividade do destino, e acontecem principalmente em aeroportos, rodoviárias e centros de atendimento ao turista. A periodicidade e os aspectos abordados na pesquisa também são analisados, bem como: o perfil sociodemográfico dos turistas; gastos realizados com os produtos turísticos; grau de satisfação dos turistas em relação ao destino; avaliação dos equipamentos turísticos; avaliação da infraestrutura do destino; hábitos de viagem dos turistas; e a contagem e residência do turista.

Paralelamente, apuram-se na variável de Pesquisa de Demanda os instrumentos de divulgação dos resultados utilizados - relatórios de gerenciamento interno, divulgação pública geral ou sistemática na imprensa local - como também a efetividade, no sentido de aplicabilidade e aproveitamento das informações para elaboração de políticas públicas, planejamento, marketing e promoção (BRASIL, 2009a).

4.12 Pesquisa de oferta

Na esfera da variável de Pesquisas de Oferta analisa-se o levantamento de informações a respeito da oferta turística de um destino como alicerce para planejar o desenvolvimento da atividade turística e assim proporcionar maior satisfação aos visitantes, aumentando a competitividade do destino turístico (BRASIL, 2009a).

São relevantes para a competitividade desta variável: a natureza dos dados levantados, como o número de hotéis, unidades habitacionais, leitos e relatórios de ocupação, bem como quais os tipos de levantamentos realizados como, por exemplo, o inventário turístico e cadastramento de equipamentos turísticos (BRASIL, 2009a).

Além disso são avaliados a periodicidade da pesquisa, os tipos de dados coletados e os instrumentos de divulgação, como relatórios gerenciais internos, divulgação pública geral ou sistemática na empresa local, a efetividade da pesquisa – envolvendo sua aplicabilidade e aproveitamento para fins de políticas públicas, planejamento, marketing e promoção do destino – juntamente com a identificação dos responsáveis pela pesquisa e seu grau de interação com o órgão gestor de turismo. (BRASIL, 2009a).

4.13 Sistema de estatísticas do turismo

A variável de Sistema de Estatísticas do Turismo leva em consideração a elaboração de indicadores de desempenho do setor turístico baseando-se nas estatísticas da demanda turística, a periodicidade de atualização e o tempo de manutenção desses bancos de dados. Verifica-se também a existência de relatórios de âmbito turístico referentes às estatísticas coletadas através das pesquisas, bem como o acompanhamento de objetivos estratégicos e metas das políticas de turismo municipais, estaduais e federais (BRASIL, 2009a).

A variável de Sistema de Estatística do Turismo permite que os conhecimentos sobre a realidade do setor turístico sejam mais aprofundados, permitindo aos gestores envolvidos elaborar diretrizes mais adequadas e específicas para as tomadas de decisão diante de suas realidades locais. O levantamento destes dados tem um benefício duplo: o incremento da competitividade do destino e a capacidade de comparar os dados entre os diversos destinos indutores.

4.14 Medição dos impactos da atividade turística

A variável de Medição dos Impactos da Atividade Turística desempenha um importante papel para avaliar os impactos positivos e negativos que a atividade turística provoca na economia, sociedade, cultura e ambiente espacial que ela se desenvolve. Também analisa-se a identificação dos responsáveis pelo monitoramento desses impactos e as formas de interação entre estes com o órgão gestor de turismo (BRASIL, 2009a).

4.15 Setor específico de estudos e pesquisa

Na variável de Setor Específico de Estudos e Pesquisas no Turismo avalia-se a competitividade do destino pela existência de um órgão em suas estruturas responsável pela realização de pesquisas e análises de dados na localidade. A criação de um setor especializado que empregue profissionais experientes no monitoramento do setor turístico é fundamental para a competitividade da atividade (BRASIL, 2009a).

Também é avaliado nessa variável se o setor turístico desenvolve modelos de análise para estudar as questões rela-

cionadas com o desenvolvimento do turismo. Ademais, verifica-se a quantidade de profissionais graduados em Estatística que compõem o quadro de funcionários permanentes do setor, como também da utilização de softwares estatísticos, bem como a existência de outra organização com setor específico de estudos e pesquisas turísticas, onde o destino turístico faça parte e quais as formas de interação do órgão gestor de turismo com esse setor.

Considerações Finais

Na dimensão Políticas públicas é analisada em cinco variáveis no Relatório Brasil do Ministério do Turismo: estrutura municipal para apoio ao turismo; grau de cooperação com o governo estadual; grau de cooperação com o governo federal; existência de planejamento; e existência de cooperação público/privada. Em 2009 o Brasil ainda respondeu aos esforços do Ministério do Turismo em campo, migrou de 50,8 para 53,7. Neste ano os 65 municípios receberam oficinas com foco na gestão e planejamento desses que são considerados destinos indutores. O resultado foi o início do diálogo democrático entre os atores do turismo local.

No que concerne à dimensão Cooperação regional são consideradas cinco variáveis: governança; projetos de cooperação regional; planejamento turístico regional; roteirização; e promoção e apoio à comercialização. Esta dimensão em 2008, apresentava 44,1 pontos e em 2009 passou para 48,1. Um importante avanço demonstrado nos municípios pesquisados.

A dimensão Monitoramento verifica também cinco variáveis: pesquisas de demanda; pesquisas de oferta; sistema de estatísticas do turismo; medição dos impactos da atividade turística; e setor específico de estudos e pesquisas. Das três dimensões que forma a macrodimensão Políticas públicas, Monitoramento apresenta os menores índices e também o pior resultado em 2009, pois passou de 35,4 para 34,5. Os municípios pesquisados demonstram que não estão preocupados em medir seus esforços.

A evolução das dimensões de Políticas públicas e Cooperação regional são muito pequenas e a queda do índice na dimensão Monitoramento coloca em risco a sustentabilidade dos negócios turísticos e a capacidade de gerar novos negócios turísticos, pois as dimensões que formam a macrodimensão Políticas públicas, refletem a união verdadeira dos atores do turismo local trabalhando cooperados e de forma democrática. O aumento desses três índices nas próximas edições do Relatório Brasil é fundamental para os negócios gerados no turismo.

Referências

ANDRADE, J. V. de. Turismo: fundamentos e dimensões. São Paulo: Ática, 1995.

BAPTISTA, M. Turismo: Gestão Estratégica. Lisboa, Portugal. Ed Verbo, 2006.

BAUGARTEN, J. C. World Travel and Tourism Council Annual Report. London: WTTC, 2007.

BENI, M. C. Análise estrutural do turismo. 8. ed. São Paulo: Senac, 2003.

BRASIL. Ministério do Turismo. Coordenação Geral de Regionalização. Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil: Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional – Relatório Brasil 2008. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização. Brasília, 2008.

BRASIL. Ministério do Turismo. Coordenação Geral de Regionalização. Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil : Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional – Relatório Brasil 2009. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização. – Brasília, 2009.

BRASIL. Ministério do Turismo. Coordenação Geral de Regionalização. Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil : Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional – Relatório Brasil 2010. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização. – Brasília, 2010. Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional - Relatório Brasil / Luiz Gustavo Medeiros Barbosa (Organizador). — 2ª ed. Revisada — Brasília: Ministério do Turismo, 2008. 84 p. Inclui bibliografia.

Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional - Relatório Brasil / Luiz Gustavo Medeiros Barbosa (Organizador). — 2ª ed. Revisada — Brasília: Ministério do Turismo, 2009. 86 p. Inclui bibliografia.