

Turismo

Painel de Inteligência Setorial



UCOP

Unidade de Competitividade
e Produtividade



A força do empreendedor brasileiro.

© 2023. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE
Todos os direitos reservados.
A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610),

Presidente do Conselho Deliberativo

Idalberto Luiz Moro

Diretor Superintendente

Pedro Gilson Rigo

Diretor Técnico

Luiz Henrique Toniato

Diretor de Atendimento

José Eugênio Vieira

Gerente da Unidade de Competitividade e Produtividade

Christiane Barbosa e Castro

Gestor da Unidade de Competitividade e Produtividade

Leandro Dalcolmo Tononi

Consultor – Projectare Planejamento, Estudos e Pesquisas Ltda

Leandro de Souza Lino

SUMÁRIO

1. Mapeamento de Stakeholders _____	04
2. Mapeamento da cadeia de valor e respectivos os gargalos da cadeia e operacionais _____	05
3. Análise SWOT da cadeia _____	10
4. Tendências para o segmento _____	11
5. Identificação dos fatores críticos de sucesso para que o segmento seja mais competitivo _____	13
6. Apontamento dos benchmarks internacionais e nacionais e respectivos KPI _____	15
7. Sugestão de novos indicadores _____	17
8. Alguns resultados identificados no Espírito Santo _____	18
Referências _____	21

Painel de Inteligência Setorial

1 Mapeamento de Stakeholders

Este item se destina a apresentar uma relação dos principais atores envolvidos com o setor de turismo no Espírito Santo, de acordo com o levantamento realizado pelo Plano de Desenvolvimento Sustentável do Turismo do Estado do Espírito Santo 2025 (2010):

- I. Secretaria de Estado de Turismo;
- II. Representante da Região Turística Doce Terra Morena;
- III. Representante da Região Turística das Pedras, Pão e Mel;
- IV. Representante da Região Turística Doce Pontões Capixaba;
- V. Representante da Região Turística do Verde e das Águas;
- VI. Representante da Região Turística dos Imigrantes;
- VII. Representante da Região Turística Montanhas Capixabas;
- VIII. Representante da Região Turística Metropolitana;
- IX. Representante da Região Turística dos Vales e do Café;
- X. Representante da Região Turística da Costa e da Imigração;
- XI. Representante da Região Turística do Caparaó;
- XII. Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária - INFRAERO;
- XIII. Companhia Docas do Espírito Santo – CODESA;
- XIV. Sindicato das Empresas de Transportes de Passageiros do Estado do Espírito Santo – SETPES;
- XV. Associação Brasileira da Indústria de Hotéis – ABIH-ES NORDESTE, CAIXA e BANCO DO BRASIL; e Sindicato de Hotéis e Meios de Hospedagem do Estado do Espírito Santo – SINDIHOTEIS;
- XVI. Associação Brasileira de Agências de Viagens - ABAV-ES e Sindicato das Empresas de Turismo no Estado do Espírito Santo – SINDETUR-ES;
- XVII. Associação Brasileira de Jornalistas de Turismo do Estado do Espírito Santo – ABRAJET-ES;
- XVIII. Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial – SENAC-ES;
- XIX. Serviço Nacional de Aprendizagem Rural – SENAR-ES;
- XX. Instituições Financeiras Estaduais – BANDES e BANESTES;
- XXI. Sindicato de Guias de Turismo do Espírito Santo – SINDEGTUR-ES;
- XXII. Confederação Nacional dos Estabelecimentos de Ensino – CONFENEN-ES;
- XXIII. Associação Brasileira de Bacharéis em Turismo – ABBTUR-ES;
- XXIV. Sindicato dos Restaurantes, Bares e Similares do Estado do Espírito Santo – SINDBARES;
- XXV. Associação Brasileira de Empresas de Eventos – ABEOC-ES;
- XXVI. Assembleia Legislativa do Espírito Santo – Comissão de Turismo e Desporto;
- XXVII. Espírito Santo Convention & Visitors Bureau – ESCVB;
- XXVIII. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Espírito Santo – SEBRAE-ES;
- XXIX. Federação das Indústrias do Espírito Santo – FINDES;
- XXX. Federação das Câmaras de Dirigentes Lojistas do Espírito Santo – FCDL-ES;
- XXXI. Federação dos Trabalhadores em Turismo e Hospitalidade do Estado do Espírito Santo – FETTHEES;
- XXXII. Conselho Regional de Administração – CRA-ES.
- XXXIII. Instituições Financeiras Federais – BANCO DO
- XXXIV. Associação Brasileira das Locadoras de Automóveis – ABLA-ES;
- XXXV. Sindicato Nacional das Empresas Aeroviárias - SNEA;
- XXXVI. Serviço Social do Comércio – SESC-ES;
- XXXVII. Associação de Agroturismo do Estado do Espírito Santo – AGROTURES;
- XXXVIII. União Brasileira dos Promotores de Feiras – UBRAFE.
- XXXIX. Instituto Rota Imperial – IRI;
- XL. Associação dos Municípios do Estado do Espírito Santo – AMUNES.

Painel de Inteligência Setorial

2 Mapeamento da cadeia de valor e respectivos os gargalos da cadeia e operacionais

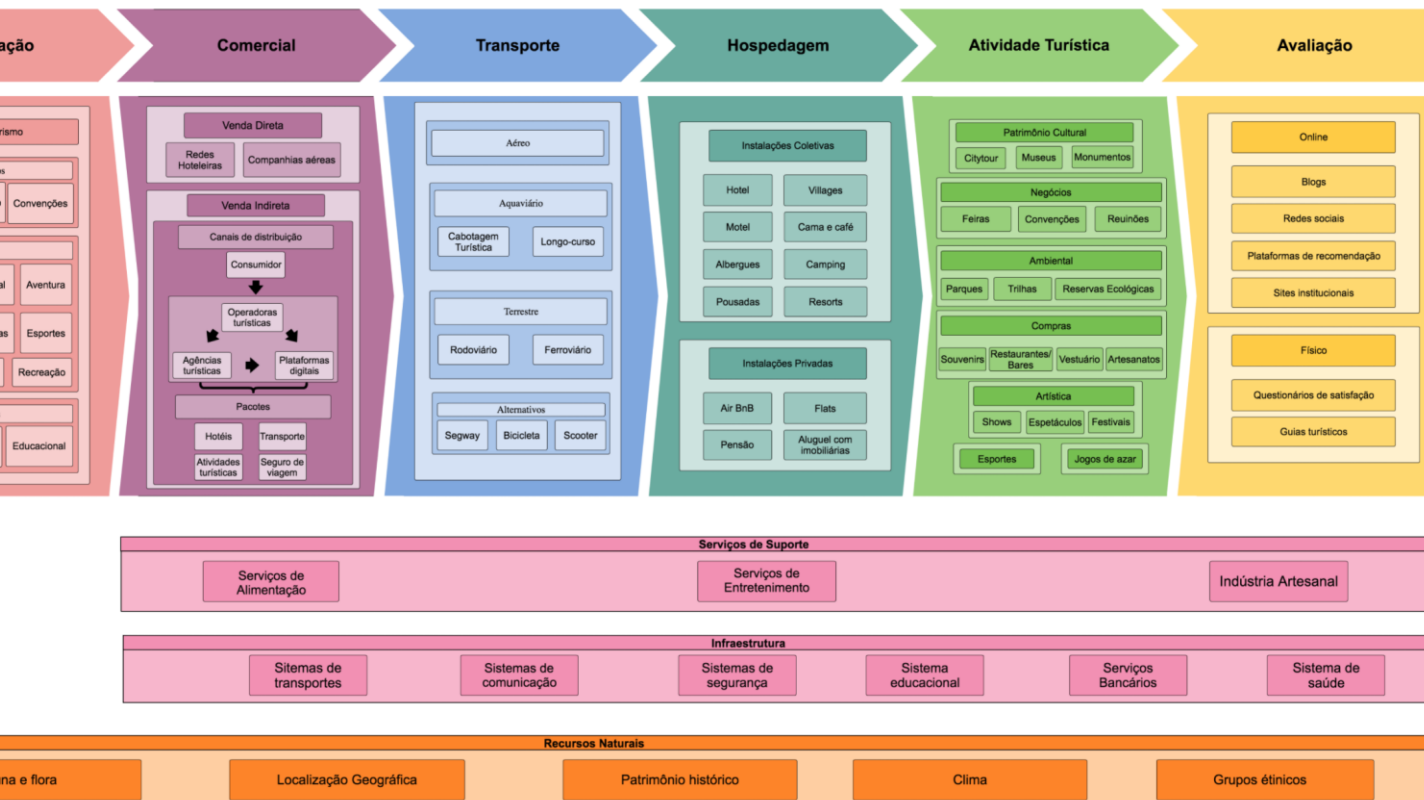
A cadeia de valor de um determinado segmento, consiste em uma série de atividades encadeadas, em que empresas, trabalhadores e instituições de apoio atuam para levar um produto ou serviço, desde sua etapa inicial de produção até a final de consumo (COELHO et al., 2017).

Para realização de seu levantamento são considerados todos os processos e atividades de transformação que estejam encadeadas em seus fluxo de bens/serviços, considerando tanto aqueles de natureza tangível como intangível.

A Figura 01 apresenta um levantamento realizado por Coelho (et al, 2017) e que retrata a cadeia de valor das atividades turísticas. Nota-se que nesta representação há seis elos de valor, cujas características principais são:

- Segmentação: relacionada ao processo de escolha do turista acerca do tipo de turismo a ser realizado;
- Comercial: referente aos canais de distribuição disponíveis para as aquisições das viagens;
- Transporte: correspondente aos meios utilizados pelo turista para chegar e se deslocar em seu destino;
- Hospedagem: relacionadas as acomodações a serem utilizadas pelos turistas em seu destino;
- Atividades Turísticas: referente a todas as atividades a serem realizadas pelos turistas em seu destino.
- Avaliação: correspondente ao *feedback* dos turistas sobre as experiências vivenciadas (COELHO et al., 2017, p. 5-6).

Figura 01 – Representação da cadeia de valor das atividades turísticas



Painel de Inteligência Setorial

2 Mapeamento da cadeia de valor e respectivos os gargalos da cadeia e operacionais

Além disso, o Instituto Jones dos Santos Neves (2020) realizou um levantamento em um sentido de identificar os principais agrupamentos relacionados as atividades turísticas, com seus respectivos CNAEs, de acordo com diferentes estudos realizados no Espírito Santo, conforme Quadro 01 e Quadro 02.

Quadro 01 – Relação dos principais agrupamentos das atividades turísticas, em diferentes estudos realizados no Espírito Santo

Economia do Turismo (IBGE)	Sistema informações sobre o mercado de trabalho (IPEA)	Rede de Difusão (Nicolau et al)	Diagnóstico e Potencial Turístico em Vitória (Brasil et al)
1. Alojamento	1. Alojamento	1. Alojamento	1. Alojamento
2. Alimentação	2. Alimentação	2. Alimentação	2. Serviços de Alimentação
3. Agência de Viagem	3. Transporte terrestre	3. Transportes ferroviário e metroviário	3. Transporte de passageiros
4. Transporte Aéreo	4. Transporte aquaviário	4. Transporte rodoviário	4. Agências de viagem, operadoras e guias turísticos
5. Transporte Terrestre	5. Transporte aéreo	5. Transporte aéreo	5. Atividades culturais
6. Transporte Aquaviário	6. Aluguel de equipamentos de transporte	6. Transporte aquaviário e serviços auxiliares dos transportes	6. Atividades recreativas e outros serviços de entretenimento
7. Aluguel de Transporte	7. Agência de Viagem	7. Atividades de agências e organizadoras de viagens	7. Atividades turísticas diversos
8. Cultura e Lazer	8. Cultura e Lazer	8. Aluguel de bens móveis	
		9. Atividades recreativas, culturais e desportivas	
		10. Comércio varejista de bens característicos do turismo	

Fonte: INSTITUTO JONES DOS SANTOS NEVES - IJSN, 2020

Painel de Inteligência Setorial

2 Mapeamento da cadeia de valor e respectivos os gargalos da cadeia e operacionais

Quadro 02 – Relação dos CNAEs correspondentes as atividades turísticas, em diferentes estudos realizados no Espírito Santo

Código CNAE 2.0	Denominação	Economia do Turismo (IBGE)	Sistema informações mercado de trabalho (IPEA)	Rede de Difusão (Nicolau et al)	Diagnóstico e Potencial Turístico em Vitória (Brasil et al)
	TRANSPORTE TERRESTRE				
49.12-4	Transporte metroferroviário de passageiros			X	X
49.22-1	Transporte rodoviário coletivo de passageiros, com itinerário fixo, intermunicipal, interestadual e internacional	X	X	X	X
49.23-0	Transporte rodoviário de táxi		X	X	X
49.29-9	Transporte rodoviário coletivo de passageiros, sob regime de fretamento, e outros transportes rodoviários não especificados anteriormente	X	X	X	X
49.50-7	Trens turísticos, teleféricos e similares	X	X	X	X
	TRANSPORTE AQUAVIÁRIO				
50.11-4	Transporte marítimo de cabotagem	X	X		
50.12-2	Transporte marítimo de longo curso	X	X		X
50.22-0	Transporte por navegação interior de passageiros em linhas regulares	X	X	X	X
50.91-2	Transporte por navegação de travessia		X	X	X
50.99-8	Transportes aquaviários não especificados anteriormente	X	X	X	X
	TRANSPORTE AÉREO				
51.11-1	Transporte aéreo de passageiros regular	X	X	X	X
51.12-9	Transporte aéreo de passageiros não-regular	X	X	X	X
	ARMAZENAMENTO E ATIVIDADES AUXILIARES DOS TRANSPORTES				
52.22-2	Terminais rodoviários e ferroviários	X			
52.40-1	Atividades auxiliares dos transportes aéreos	X			
	ALOJAMENTO				
55.10-8	Hotéis e similares	X	X	X	X
55.90-6	Outros tipos de alojamento não especificados anteriormente	X	X	X	X
	ALIMENTAÇÃO				
56.11-2	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	X	X	X	X
56.12-1	Serviços ambulantes de alimentação	X	X	X	X
56.20-1	Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada				X
	ATIVIDADES CINEMATOGRAFICAS, PRODUÇÃO DE VÍDEOS E DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO; GRAVAÇÃO DE SOM E EDIÇÃO DE MÚSICA				
59.14-6	Atividades de exibição cinematográfica	X			
	ALUGUEIS NÃO-IMOBILIÁRIOS E GESTÃO DE ATIVOS INTANGÍVEIS NÃO-FINANCEIROS				
77.11-0	Locação de automóveis sem condutor	X	X	X	X
77.19-5	Locação de meios de transporte, exceto automóveis, sem condutor				
77.21-7	Aluguel de equipamentos recreativos e esportivos			X	X
	AGÊNCIAS DE VIAGENS, OPERADORES TURÍSTICOS E SERVIÇOS DE RESERVAS				
79.11-2	Agências de viagens	X	X	X	X
79.12-1	Operadores turísticos	X	X	X	X
79.90-2	Serviços de reservas e outros serviços de turismo não especificados anteriormente	X	X	X	X
82.30-0	Atividades de organização de eventos, exceto culturais e esportivos			X	
	ATIVIDADES ARTÍSTICAS, CRIATIVAS E DE ESPETÁCULOS				
90.01-9	Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares	X	X	X	X
90.02-7	Criação artística	X		X	X
90.03-5	Gestão de espaços para artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas	X		X	X
	ATIVIDADES LIGADAS AO PATRIMÔNIO CULTURAL E AMBIENTAL				
91.01-5	Atividades de bibliotecas e arquivos	X			
91.02-3	Atividades de museus e de exploração, restauração artística e conservação de lugares e prédios históricos e atrações similares	X	X		X
91.03-1	Atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental	X	X	X	X
	ATIVIDADES DE EXPLORAÇÃO DE JOGOS DE AZAR E APOSTAS				
92.00-3	Atividades de exploração de jogos de azar e apostas	X	X	X	X
	ATIVIDADES ESPORTIVAS E DE RECREAÇÃO E LAZER				
93.11-5	Gestão de instalações de esportes	X			X
93.12-3	Clubes sociais, esportivos e similares	X			
93.13-1	Atividades de condicionamento físico				
93.19-1	Atividades esportivas não especificadas anteriormente	X	X	X	X
93.21-2	Parques de diversão e parques temáticos	X	X	X	X
93.29-8	Atividades de recreação e lazer não especificadas anteriormente	X	X	X	X
	COMÉRCIO VAREJISTA				
47.89-0	Comércio varejista de suvenires, bijuterias e artesanatos				X
47.89-0	Comércio varejista de objetos de arte				X

Painel de Inteligência Setorial

2 Mapeamento da cadeia de valor e respectivos os gargalos da cadeia e operacionais

Destaca-se que a partir deste levantamento, o IJSN definiu as atividades características do turismo, que podem ser adotadas durante a realização de trabalhos sobre o Espírito Santo, conforme Quadro 03.

Quadro 03 – Atividades características do turismo estabelecidas pelo IJSN e considerando a realidade do Espírito Santo

Grupo	Código CNAE	Descrição da Atividade
Alojamento	55.10-8	Hotéis e similares
	55.90-6	Outros tipos de alojamento não especificados anteriormente
Alimentação	56.11-2	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas
	56.12-1	Serviços ambulantes de alimentação
	56.20-1	Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada
Agências e organizadoras de viagens	79.11-2	Agências de viagens
	79.12-1	Operadores turísticos
	79.90-2	Serviços de reservas e outros serviços de turismo não especificados anteriormente
Transporte terrestre	49.12-4	Transporte metroferroviário de passageiros
	49.22-1	Transporte rodoviário coletivo de passageiros, com itinerário fixo, intermunicipal, interestadual e internacional
	49.23-0	Transporte rodoviário de táxi
	49.29-9	Transporte rodoviário coletivo de passageiros, sob regime de fretamento, e outros transportes rodoviários não especificados anteriormente
	49.50-7	Trens turísticos, teleféricos e similares
	52.22-2	Terminais rodoviários e ferroviários
Transporte aquaviário	50.22-0	Transporte por navegação interior de passageiros em linhas regulares
	50.91-2	Transporte por navegação de travessia
	50.99-8	Transportes aquaviários não especificados anteriormente
Transporte aéreo	51.11-1	Transporte aéreo de passageiros regular
	51.12-9	Transporte aéreo de passageiros não-regular
Atividades recreativas, culturais e desportivas	77.21-7	Aluguel de equipamentos recreativos e esportivos
	90.01-9	Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares
	90.02-7	Criação artística
	91.02-3	Atividades de museus e de exploração, restauração artística e conservação de lugares e prédios históricos e atrações similares
	91.03-1	Atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental
	92.00-3	Atividades de exploração de jogos de azar e apostas
	93.19-1	Atividades esportivas não especificadas anteriormente
	93.21-2	Parques de diversão e parques temáticos
	93.29-8	Atividades de recreação e lazer não especificadas anteriormente
	59.14-6	Atividades de exibição cinematográfica
Atividades Turística diversas	77.11-0	Locação de automóveis sem condutor
	82.30-0	Atividades de organização de eventos, exceto culturais e esportivos

Painel de Inteligência Setorial

2 Mapeamento da cadeia de valor e respectivos os gargalos da cadeia e operacionais

Neste sentido, percebe-se que entre as atividades características do turismo no Espírito Santo, encontram-se os seguintes agrupamentos:

- Alojamento
- Alimentação
- Agências e organizadoras de viagens
- Transporte terrestre
- Transporte aquaviário
- Transporte aéreo
- Atividades recreativas, culturais e desportivas
- Atividades Turística diversas

Já de acordo com um levantamento realizado por meio de entrevistas, tem-se entre os principais gargalos da cadeia do turismo no Espírito Santo, estão:

- Excesso de oferta local e ausência de foco em alguns destinos consolidados;
- Ausência de uma estrutura administrativa regional fortalecida;
- Desarticulação entre atores vinculados aos diferentes destinos turísticos;
- Desconhecimento do trade em relação as características de oferta, de demanda e do mercado turístico;
- Pouco reconhecimento da população local acerca da importância do turismo e da necessidade em se ter uma boa receptividade;
- Fraca promoção e comercialização dos destinos turísticos;
- Sazonalidades nos mercados de trabalho locais influenciados pelas características do turismo realizado em diferentes regiões – dificuldades em manter e treinar funcionários;
- Falta de mão-de-obra qualificada;
- Infraestrutura de telecomunicações deficitárias em regiões próximas aos principais destinos turísticos;
- Necessidade de melhorias nos equipamentos turísticos.

Painel de Inteligência Setorial

3 Análise SWOT da cadeia

A Matriz SWOT consiste em uma técnica de planejamento estratégico utilizada para elencar os principais elementos associados a um negócio, considerando tanto seus aspectos internos, com seus pontos fortes e pontos fracos, quanto externos, com suas oportunidades e ameaças. A Matriz SWOT sobre o turismo no Espírito Santo, pode ser verificada através do Quadro 04.

Quadro 04 – Matriz SWOT sobre o turismo no Espírito Santo

Pontos Fortes	Oportunidades
Diversidade cultural presente em diferentes regiões do ES	Proximidade com grandes mercados consumidores nacionais
Diversidade de clima e relevo	Aumento na demanda recente pelo turismo doméstico
Ampla possibilidade de desenvolvimento do turismo em áreas naturais/rurais	Aumento na demanda pelo "turismo de experiência" e em destinos próximos aos locais de moradia
Significativa rede rodoviária interligando as diferentes regiões do ES	Imagem do ES em processo de consolidação no território nacional
Pequenas distâncias entre as cidades e as regiões do ES	Consolidação e integração com os destinos turísticos existentes nas diferentes regiões do ES
Algumas regiões com fluxo turístico consolidado – Vitória, Vila Velha, Guarapari, Domingos Martins, Santa Teresa, Venda Nova do Imigrante, Pancas e Itaúnas	Existência de políticas públicas voltadas para a regionalização do ES
Aquecimento do mercado interno	Incentivo à gestão descentralizada do turismo no ES
Extensa possibilidade de estruturação de produtos regionais e diversificação da oferta turística	Mudanças nos padrões de vida e a busca por um consumo mais consciente
Aumento na quantidade de municípios no Mapa do Turismo 2022	Ampliação do acesso da população à internet
Ampliação das redes de telefonia móvel e celular no interior do ES	
Pontos Fracos	Ameaças
Falta de mão-de-obra qualificada	Reduzida integração entre diferentes esferas de governo
Sazonalidades nos mercados de trabalho locais influenciados pelas características do turismo realizado em diferentes regiões – dificuldades em manter e treinar funcionários	Baixa oferta de produtos turísticos estaduais disponíveis no mercado nacional
Desarticulação entre atores vinculados aos diferentes destinos turísticos	Mudanças climáticas e degradações ambientais, incluindo em potenciais destinos turísticos
Desconhecimento do trade em relação as características de oferta, de demanda e do mercado turístico	Crises sociais e econômicas no país e no mundo
Pouco reconhecimento da população local acerca da importância do turismo e da necessidade em se ter uma boa receptividade	Permanência dos efeitos (indiretos) da pandemia de covid-19
Ausência de uma estrutura administrativa regional fortalecida	Excesso de oferta de destinos nacionais e concorrência com mercado local
Fraca promoção e comercialização dos destinos turísticos	
Infraestrutura de telecomunicações deficitárias em regiões próximas aos principais destinos turísticos	
Necessidade de melhorias nos equipamentos turísticos	
Excesso de oferta local e ausência de foco em alguns destinos consolidados	

Painel de Inteligência Setorial

4 Tendências para o segmento

Antes de indicar as principais tendências para o segmento, é importante citar que em geral, o turista sempre busca por destinos que ofereçam condições diferentes as apresentadas em seu cotidiano.

Neste sentido, de acordo com levantamentos realizados em diversos estudos que retratam sobre o tema em um período mais recente (pós-pandemia), encontram-se a busca por:

- ambientes que permitam desempenhar o home office – infraestrutura básica (internet, energia, acesso e serviços básicos);
- destinos em meio a natureza;
- destinos mais próximos as residências e com menores tempos de permanência (efeitos das crises mundial e nacional).

Dessa forma, tendo como base um trabalho elaborado pela FGV, o Sebrae (2022) destaca as 10 principais tendências de mercado para as micro e pequenas do setor, conforme Quadro 05.

Painel de Inteligência Setorial

4 Tendências para o segmento

Quadro 05 – Relação das 10 principais tendências de mercado para as micro e pequenas do setor

N	Principais tendências	Características
1	Experiência e Autenticidade	Voltada para experiências únicas, profundas e significativas mesmo que decorrentes de serviços ou atividades simples. A ideia é oferecer para o cliente um novo significado de práticas de turismo, seja para vivenciar viagens, refeições ou outras atividades turísticas ou de lazer
2	Contato com a natureza	A busca por viagens e atividades em ambientes ao ar livre se intensificaram na pandemia, continuam em alta e seguem em crescimento, visto que permitem aliar o turismo às práticas de segurança ainda recomendadas
3	Sustentabilidade e Inclusão	Visa atender de forma conjunta às necessidades não só dos turistas, mas também das comunidades receptoras e empreendedores. Nesse caso, é dada atenção aos aspectos de proteção e preservação de recursos naturais, da biodiversidade e da integridade das pessoas envolvidas
4	Staycation	A prática deve continuar em alta após a pandemia e diz respeito a fazer turismo sem sair da cidade de residência. Opções como <i>day use</i> , oferecimento de serviços por hotéis da cidade para a comunidade e uso de espaços para trabalho remoto ou eventos comemorativos abre muitas possibilidades de ampliar o público-alvo dos empreendimentos
5	Contratos competitivos	Atende ao consumidor cada vez mais independente e bem-informado. Os negócios de turismo precisam ser mais competitivos com bom custo-benefício e flexibilidade para cancelamentos e remarcações
6	Saúde e Bem-estar	O turismo de bem-estar é a junção de práticas de viagem à procura pela saúde física e mental, em que o cliente busca por serviços diversos, como por exemplo, práticas terapêuticas, dietas saudáveis, procedimentos estéticos, entre outros
7	Redução do contato físico	Com o receio de contágio na pandemia, o cliente passou a valorizar a redução de contato físico com objetos de uso comum e de interações pessoais, favorecendo avanços tecnológicos como a digitalização e automação na busca por interações “sem toque”.
8	Marketing Digital	Em um contexto em que a presença no mundo digital é um diferencial competitivo extremamente relevante, ainda se observam pequenos negócios do turismo com baixos níveis de maturidade digital
9	Segurança Sanitária	Medidas de segurança sanitária vão continuar como um fator decisivo na tomada de decisão do turismo mais consciente e comprometido com a responsabilidade social
10	Economia compartilhada e sob demanda	Nesse caso, o cliente paga apenas pelo que consome ou pelo tempo que consome, otimizando assim os recursos para quem oferece e gerando economia para o consumidor. Essa nova forma de consumir produtos e serviços considera a necessidade e não a posse

Fonte: SEBRAE, 2022. Adaptado pelo autor

Painel de Inteligência Setorial

5 Identificação dos fatores críticos de sucesso para que o segmento seja mais competitivo

Os fatores críticos de sucesso são utilizados para indicar os principais elementos associados ao sucesso e a competitividade de um determinado segmento. Neste sentido, eles podem ser utilizados para demonstrarem se as práticas de marketing dos destinos turísticos estão sendo bem ou mal sucedidas (FLORES et al., 2016).

Neste sentido, Baker e Cameron (2008 apud FLORES et al., 2016), a partir de uma revisão da literatura, elencaram 33 diferentes fatores críticos de sucesso de um destino, agrupados em quatro fases que podem ser utilizados durante o processo de consolidação de uma marca de destinação. Entre estas fases, estão orientação estratégica, identidade e imagem de destino, participação das partes interessadas (stakeholders), e implementação, monitoramento e avaliação. A relação destes fatores podem ser identificadas a partir do Quadro 06.

Quadro 06 – Fatores críticos de sucesso de um destino turístico, conforme levantamento proposto por Baker e Cameron (2008)

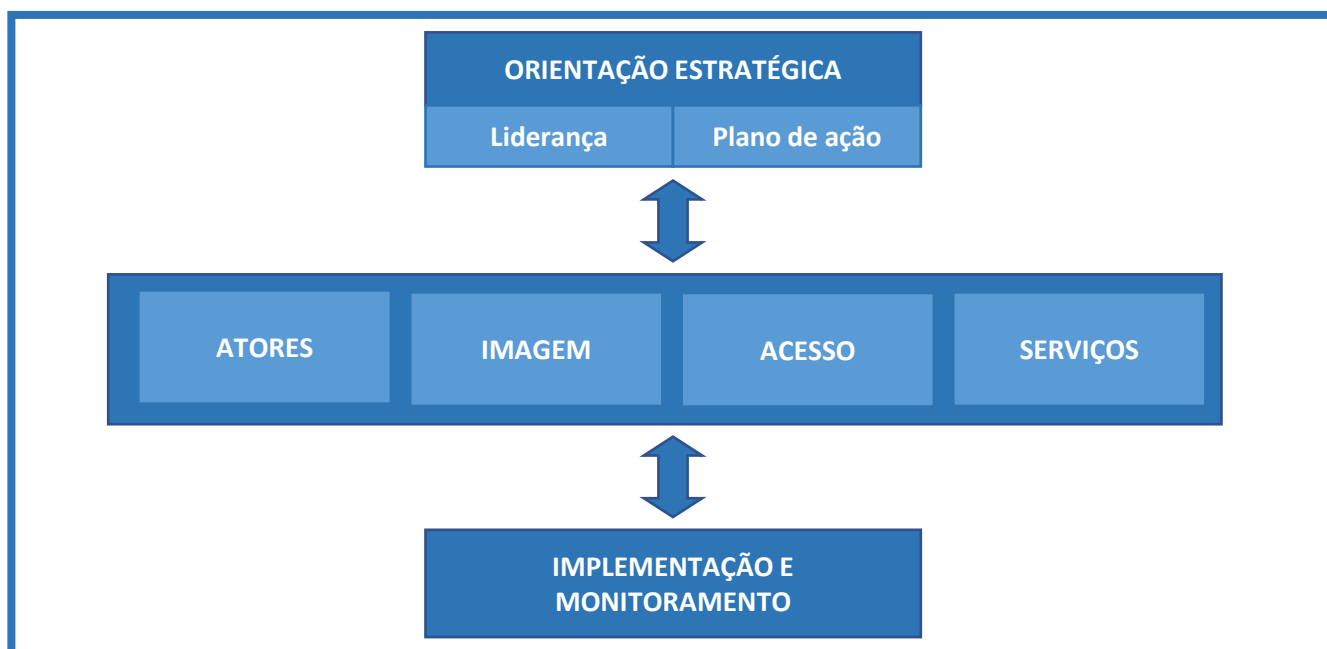
<p>Orientação estratégica</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Estatísticas de visitação incluem os principais mercados do destino 2. O principal competidor é identificado 3. Tendências do turismo são identificadas 4. A orientação de longo prazo é adotada 5. A competitividade internacional é reconhecida 6. Destaca a necessidade de melhorias de infraestrutura 7. Reconhece a necessidade de integração com os planos turísticos nacionais/regionais 8. Considera as atitudes dos moradores para o turismo 9. Considera a cultura local, valores e estilos de vida 10. Riqueza e criação de emprego e qualidade de vida para os residentes são objetivos primários 11. A questão da superlotação é abordada 12. Os problemas ambientais são abordados 13. A questão da sazonalidade é considerada 14. O benefício do turismo para o destino é quantificado 15. Cenários são desenvolvidos 	<p>Identidade de destino e de imagem</p> <ol style="list-style-type: none"> 16. A necessidade de desenvolver a identidade da marca é reconhecida 17. Associações de marca são identificadas 18. A necessidade para o desenvolvimento de imagem é reconhecida 19. O posicionamento é discutido 20. A necessidade de coordenação de material promocional da indústria é reconhecida 21. As promessas feitas nas comunicações de marketing reconhecidas e garantidas aos visitantes 22. Novas e inovadoras formas de canais de comunicação são abordados 23. A necessidade de melhorar a marca e reconhecimento da marca é reconhecida 24. A importância das experiências para os turistas, em oposição às proposições tangíveis é reconhecida
<p>Participação das partes interessadas</p> <ol style="list-style-type: none"> 25. As agências nacionais do governo estão envolvidas no planejamento 26. Agências governamentais locais estavam envolvidas no planejamento 27. O escritório de Turismo / área turística estava envolvida no planejamento 28. Os moradores locais foram envolvidos no planejamento 29. As empresas locais estavam envolvidas no planejamento 30. A necessidade de melhorar a comunicação entre os stakeholders (público, privado e residentes) é reconhecida 31. Liderança é dirigida para dar maior orientação para os interessados 	<p>Implementação, monitoramento e avaliação</p> <ol style="list-style-type: none"> 32. A escala de tempo para cada tarefa está incluída 33. A necessidade de monitoramento e avaliação é estabelecida

Painel de Inteligência Setorial

5 Identificação dos fatores críticos de sucesso para que o segmento seja mais competitivo

Ainda de acordo com levantamentos realizados por meio de entrevistas, identificou-se de maneira sintetizada, os seguintes fatores críticos de sucesso, conforme Figura 02.

Figura 02 – Fatores críticos de sucesso de um destino turístico



Fonte: Elaborado pelo autor

Sobre estas questões, também cabe ressaltar que de acordo com entrevistados, entre os elementos determinantes para que os empresários decidam acerca da realização de investimentos em um determinado local na área do turismo, estão os atrativos, o acesso, a mão-de-obra e os serviços. As características de cada um destes pontos, são:

- Atrativos – relaciona-se a variedade e as características dos atrativos turísticos existentes na região;
- Acesso – refere-se sobre as vias de transportes existentes para acessar a determinada região turística;
- Mão-de-obra – corresponde a disponibilidade de mão-de-obra existente na região;
- Serviços – relaciona-se a variedade e as características dos serviços existentes na região.

Figura 03 – Elementos determinantes para a decisão de empresários sobre a realização de investimentos na área do turismo



Fonte: Elaborado pelo autor

Painel de Inteligência Setorial

6 Apontamento dos benchmarks internacionais e nacionais e respectivos KPI

Entre os principais indicadores utilizados para avaliar turismo no Brasil e no mundo, estão:

- Movimento de passageiros nos aeroportos;
- Receita cambial turística;
- Países emissores de turistas;
- Desembolsos realizados pelas instituições financeiras para financiar ações do setor de turismo

Já os principais indicadores adotados para analisar o turismo no Espírito Santo, conforme Observatório do Turismo, podem ser encontrados a partir do Quadro 07.

Quadro 07 – Principais indicadores utilizados para analisar o turismo no Espírito Santo, conforme Observatório do Turismo

Tema	Indicador
Atividade Turística	Índice de receita nominal da atividade turística
	Índice de volume da atividade turística
Pessoas Ocupadas	Quantidade de pessoas ocupadas
	Participação percentual das pessoas ocupadas nas ACT's em relação ao total
	Participação percentual das pessoas ocupadas por posição na ocupação
	Taxa de informalidade;
	Rendimento médio
	Massa de rendimento
	Participação da massa de rendimento mensal do trabalho principal na massa total
Emprego Celetista	Quantidade de pessoas admitidas
	Quantidade de pessoas desligadas
	Quantidade de saldo da movimentação de empregos
	Estoque estimado

Fonte: INSTITUTO JONES DOS SANTOS NEVES, 2020

Painel de Inteligência Setorial

6 Apontamento dos benchmarks internacionais e nacionais e respectivos KPI

Ainda entre os indicadores utilizados para se avaliar o desempenho do turismo no Espírito Santo, cabe destacar que entre as principais oportunidades/desafios associados a produção de novos levantamentos no Estado, estão:

- Excesso de informação disponível nas empresas (hotéis, pousadas, etc) e falta de um cadastro unificado;
- Ampliação da rede de internet pelo interior do ES, o que permite a criação de sistemas unificados de cadastro de hóspedes;
- Excesso de informalidade nas atividades características do turismo local;
- Possibilidade de monitoramento de deslocamentos/concentrações de pessoas por meio de celular;
- Contagens de fluxos de pessoas e de veículos nas “entradas” do ES – rodovias, rodoviárias e aeroporto;
- Falta de integração entre diferentes atores que atuam no setor e nas diferentes esferas de governo (Federal, Estadual e Municipal);
- Geração de impostos por atividades econômicas (ISS), que possibilitam gerar novos indicadores para os municípios;
- Geração de Valor Adicionado Fiscal a nível estadual, que permite a geração de novos indicadores para os municípios.

Painel de Inteligência Setorial

7 Sugestão de novos indicadores

Além dos indicadores já indicados, ressalta-se que novos podem ser elaborados, no intuito de se avaliar o turismo nas diferentes regiões do Estado, conforme sugestões que se encontram no Quadro 08.

Quadro 08 – Sugestão de novos indicadores que podem ser levantados, para avaliar o turismo no Espírito Santo

Indicadores	Fonte
Valor Adicionado Fiscal nas atividades características do turismo	Secretaria da Fazenda do Estado do Espírito Santo
Quantidade de atrativos naturais por município/região	Inventários de oferta turística dos municípios / Secretarias Municipais de Turismo (Google Forms)
Quantidade de atrativos culturais por município/região	Inventários de oferta turística dos municípios / Secretarias Municipais de Turismo (Google Forms)
Quantidade/periodicidade (mês) de eventos programados por município/região	Inventários de oferta turística dos municípios / Secretarias Municipais de Turismo (Google Forms)
Perfil dos hóspedes – sexo, idade, escolaridade, profissão, município de residência e motivo da viagem	Implantação de sistema de cadastro de hóspedes nos hotéis
Quantidade de estabelecimentos nas atividades características do turismo por ano	Ministério do Trabalho e Previdência
Quantidade de empregos nas atividades características do turismo por ano	Ministério do Trabalho e Previdência
Rendimento médio mensal dos empregados formais nas atividades características do turismo por ano	Ministério do Trabalho e Previdência
Admissões e demissões nos mercados de trabalho por atividades características do turismo por mês	Ministério do Trabalho e Previdência
Saldos nos mercados de trabalho das atividades características do turismo (quantidade de admissões subtraídas pelas demissões) por mês	Ministério do Trabalho e Previdência
Estoques de empregados formais nas atividades características do turismo por mês	Ministério do Trabalho e Previdência
Quantidade de Micro Empreendedores Individuais por atividades características do turismo por mês (avaliar sazonalidade)	Receita Federal

Fonte: Elaboração própria

Painel de Inteligência Setorial

8 Alguns resultados identificados no Espírito Santo

Uma síntese dos principais resultados identificados sobre o turismo no Espírito Santo, podem ser identificados a seguir.

Quadro 09 – Resultados sobre o mercado de trabalho no Espírito Santo

Informação	Resultado das ACT	Total do ES	Participação das ACTs no total do ES
Empresas (2021) ¹	11.056	167.157	6,61%
Empregos (2021) ¹	63.988	1.479.766	4,32%
Massa salarial (2021) ¹	R\$ 90,71 milhões	3.263,67 milhões	2,78%
MEIs (2022) ²	61.525	369.272	16,66%

Fonte: ¹MINISTÉRIO DO TRABALHO E PREVIDÊNCIA, 2022; ²RECEITA FEDERAL, 2022

Nota: ²Do dia 19 de novembro de 2022

Quadro 10 – Participação % dos empregados formais conforme nível de escolaridade (2021)

Atividade	Analfabeto	Ensino Fundamenta I incompleto	Ensino Fundamenta I completo	Médio Incompleto	Médio Completo	Superior Incompleto	Superior Completo	Mestrado	Doutorado
Alojamento	0,37	9,17	12,39	9,14	61,30	2,75	4,89	0,00	0,00
Alimentação	0,26	6,90	11,45	10,47	65,00	2,03	3,87	0,02	0,00
Agências e organizadoras de viagens	0,14	3,66	4,08	4,93	60,70	6,90	19,58	0,00	0,00
Transporte terrestre	0,24	14,68	12,80	9,04	56,74	1,80	4,66	0,03	0,02
Transporte aquaviário	0,00	0,00	83,33	0,00	16,67	0,00	0,00	0,00	0,00
Transporte aéreo	0,00	1,10	1,32	0,22	68,64	8,55	19,96	0,00	0,22
Atividades recreativas, culturais e desportivas	0,13	5,70	6,95	8,46	63,85	4,32	10,28	0,19	0,13
Atividades turísticas diversas	0,30	4,86	5,79	6,49	67,80	4,27	10,42	0,07	0,00
Total	0,26	7,69	11,15	9,82	63,90	2,34	4,81	0,03	0,01

Fonte: MINISTÉRIO DO TRABALHO E PREVIDÊNCIA, 2022

Quadro 11 – Participação % dos empregados formais conforme porte das empresas (2021)

Atividade	Até 9 empregados	De 10 a 99 empregados	De 100 a 499 empregado	500 empregados ou mais
Alojamento	33,71	63,41	2,88	0,00
Alimentação	46,33	45,42	4,53	3,72
Agências e organizadoras de viagens	75,63	24,37	0,00	0,00
Transporte terrestre	12,29	43,15	27,99	16,57
Transporte aquaviário	100,00	0,00	0,00	0,00
Transporte aéreo	1,10	48,25	50,66	0,00
Atividades recreativas, culturais e desportivas	46,99	53,01	0,00	0,00
Atividades turísticas diversas	31,67	52,32	16,02	0,00
Total	41,07	47,31	7,36	4,26

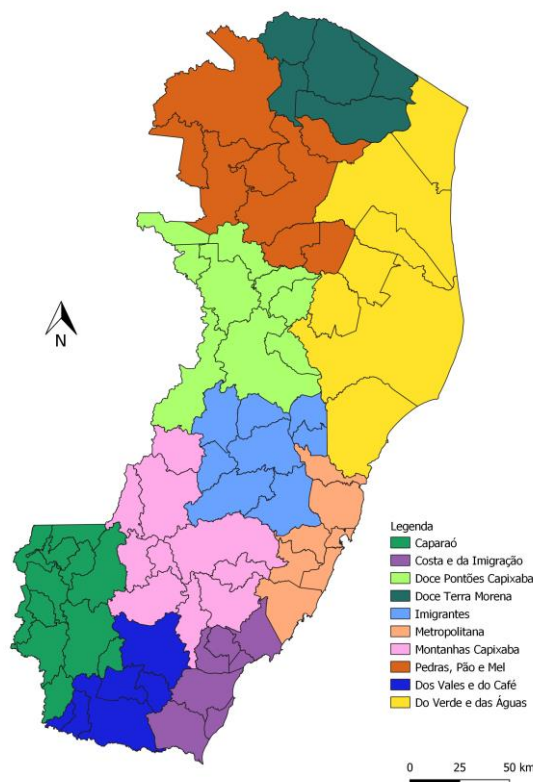
Fonte: MINISTÉRIO DO TRABALHO E PREVIDÊNCIA, 2022

Painel de Inteligência Setorial

8 Alguns resultados identificados no Espírito Santo

Já um resumo dos resultados relacionados acerca das regiões do turismo no Estado, encontram-se a seguir.

Figura 04 – Mapa com a regionalização do turismo no ES



Fonte: ELABORAÇÃO PRÓPRIA

Quadro 12 – Resultados sobre o mercado de trabalho nas regiões de turismo do Espírito Santo

Região	2021			2022
	Empresas (em quantidade) ¹	Empregos (em quantidade) ¹	Massa salarial (em milhões R\$) ¹	MEIs ²
Caparaó	375	877	1,04	2.501
Costa e da Imigração	484	2.211	2,48	3.228
Do Verde e das Águas	1.286	7.398	10,39	7.018
Doce Pontões Capixaba	577	2.275	2,92	2.930
Doce Terra Morena	104	409	0,50	850
Imigrantes	405	1.516	1,96	1.686
Metropolitana	6.119	41.953	61,98	34.940
Montanhas Capixabas	647	2.592	3,50	2.568
Pedras, Pão e Mel	400	1.214	1,43	2.471
Sul Capixaba dos Vales e Café	659	3.543	4,50	3.333
Espírito Santo	11.056	63.988	90,71	61.525

Fonte: ¹MINISTÉRIO DO TRABALHO E PREVIDÊNCIA, 2022; RECEITA FEDERAL, 2022

Nota: ²Do dia 19 de novembro de 2022

Painel de Inteligência Setorial

8 Alguns resultados identificados no Espírito Santo

Quadro 13 – Participação % dos empregados nas regiões, conforme as ACT, 2021

Região	Alojamento	Alimentação	Agências e organizadoras de viagens	Transporte terrestre	Transporte aquaviário	Transporte aéreo	Atividades recreativas	Atividades turísticas diversas	Total
Caparaó	17,1	70,0	0,9	5,9	0,0	0,0	2,7	3,3	100,0
Costa e da Imigração	26,2	51,1	1,1	17,2	0,0	0,0	0,5	4,0	100,0
Doce Pontões Capixaba	11,5	62,6	2,7	18,1	0,0	0,0	2,1	2,9	100,0
Doce Terra Morena	22,5	42,8	2,7	16,9	0,0	0,0	0,5	14,7	100,0
Imigrantes	13,8	71,7	0,7	13,1	0,0	0,0	0,1	0,6	100,0
Metropolitana	7,3	75,0	1,2	7,8	0,0	1,1	2,8	4,9	100,0
Montanhas Capixabas	25,5	63,4	0,3	7,6	0,0	0,2	2,0	1,0	100,0
Pedras, Pão e Mel	13,8	56,5	1,2	26,2	0,0	0,0	1,0	1,4	100,0
Sul Capixaba dos Vales e Café	7,2	69,4	1,2	18,5	0,0	0,0	2,4	1,3	100,0
Do Verde e das Águas	13,9	65,2	0,6	9,2	0,0	0,0	2,6	8,5	100,0
Espírito Santo	10,1	71,1	1,1	9,7	0,0	0,7	2,5	4,7	100,0

Fonte: MINISTÉRIO DO TRABALHO E PREVIDÊNCIA, 2022

Quadro 14 – Participação % dos MEIs nas regiões, conforme as ACT, 2022

Região	Alojamento	Alimentação	Agências e organizadoras de viagens	Transporte terrestre	Transporte aquaviário	Transporte aéreo	Atividades recreativas, culturais e desportivas	Atividades Turística diversas	Total
Caparaó	2,2	80,6	1,2	3,6	0,0	0,0	5,9	6,5	100,0
Costa e da Imigração	2,0	83,0	1,1	3,0	0,3	0,0	5,6	5,0	100,0
Doce Pontões Capixaba	1,0	79,7	1,8	6,3	0,1	0,0	6,0	5,2	100,0
Doce Terra Morena	1,3	77,2	1,1	11,4	0,0	0,0	3,6	5,4	100,0
Imigrantes	3,6	83,0	1,7	3,0	0,0	0,0	3,8	4,9	100,0
Metropolitana	0,8	76,6	2,1	6,8	0,2	0,0	5,4	8,0	100,0
Montanhas Capixabas	5,1	77,4	1,6	3,9	0,0	0,0	6,4	5,6	100,0
Pedras, Pão e Mel	0,9	84,5	1,0	5,0	0,0	0,0	3,8	4,7	100,0
Sul Capixaba dos Vales e Café	0,9	81,6	1,1	3,8	0,0	0,0	6,1	6,6	100,0
Do Verde e das Águas	3,1	80,7	1,4	4,7	0,2	0,0	4,5	5,5	100,0
Total	1,4	78,6	1,8	5,8	0,2	0,0	5,3	6,9	100,0

Fonte: Receita Federal, 2022

Nota: Dados de 19 de novembro de 2022

Painel de Inteligência Setorial

Referências

- COELHO, D.B.; ARAUJO, A.C.L.; CARDOSO, A.N.; PITTAVINO, C.; LEOCADIO, S.B. **Cadeia Global de Valor: Setor de Turismo**. 2017/2. ESPM. Disponível em: <<http://ri.espm.br/wp-content/uploads/2018/08/Setor-de-turismo.pdf>>. Acesso em 25 nov. 2022.
- ESPÍRITO SANTO. **Plano de Desenvolvimento Sustentável do Turismo do Estado do Espírito Santo 2025**. Vitória-ES, 2010. Disponível em: <<https://observatoriodoturismo.es.gov.br/Media/observatorio/Publicacoes/Outras/Planos/2025.pdf>>. Acesso em 25 nov. 2022.
- ESPÍRITO SANTO. **Observatório do Turismo do Estado do Espírito Santo**. Disponível em: <<https://observatoriodoturismo.es.gov.br/>>. Acesso em 25 nov. 2022.
- FLORES, L.C.S.; FLORES, R.O.M.S.; MENDES, J.C. **Fatores críticos de sucesso de destino turístico**: estudo de Itajaí a partir do Plano Plurianual 2014-2017. Revista Hospitalidade, v. 13, n. 1, p. 48-65, 2016.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Estimativas de população para 1º de julho de 2021**. Disponível em: <www.ibge.gov.br>. Acesso em 20 nov. 2022.
- INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA – IPEA. **Ipeadata**. Disponível em: <www.ipeadata.gov.br>. Acesso em 20 nov. 2022.
- INSTITUTO JONES DOS SANTOS NEVES - IJSN. **A economia do turismo no Espírito Santo**. Texto para discussão - 59. Vitória, ES, 2020. 77 p.
- INSTITUTO JONES DOS SANTOS NEVES – IJSN. **Produto Interno Bruto (PIB) dos municípios**. Disponível em: <<http://www.ijsn.es.gov.br/>>. Acesso em 19 nov. 2022.

Painel de Inteligência Setorial

Referências

- INSTITUTO JONES DOS SANTOS NEVES – IJSN. **PIB estadual**. Disponível em: <<http://www.ijsn.es.gov.br/>>. Acesso em 19 nov. 2022.
- MINISTÉRIO DO TRABALHO, EMPREGO E PREVIDÊNCIA. **Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED)**. Disponível em: <<http://pdet.mte.gov.br/>>. Acesso em 19 nov. 2022.
- MINISTÉRIO DO TRABALHO, EMPREGO E PREVIDÊNCIA. **Relação Anual de Informações Sociais (RAIS)**. Disponível em: <<http://pdet.mte.gov.br/>>. Acesso em 19 nov. 2022.
- MINISTÉRIO DO TURISMO. **Dados e fatos**: estatísticas e indicadores. Disponível em: <<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/estat%C3%ADsticas-e-indicadores.html>>. Acesso em 25 nov. 2022.
- RECEITA FEDERAL. Estatísticas. 19 nov. 2022. Disponível em: <<https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor>>. Acesso em 22 nov. 2022.
- SEBRAE. **Brasil empreendedor/Dinheiro**: Saiba quais são as principais tendências do setor de turismo no período pós-pandemia. 26 set. 2022. Disponível em: <<https://agenciasebrae.com.br/brasil-empreendedor/saiba-quais-sao-as-principais-tendencias-do-setor-de-turismo-no-periodo-pos-pandemia/>>. Acesso em 25 nov. 2022.

UCOP

Unidade de Competitividade
e Produtividade



A força do empreendedor brasileiro.

es.sebrae.com.br | 0800 570 0800