



RELATÓRIO

Mato Grosso do Sul

MAPETUR

Mapeamento da Gestão Pública
Municipal do Turismo no Brasil



FICHA TÉCNICA

AUTORES:

Emanuelle Oliveira - Turismo Spot

Graziele Vilela - Turismo Spot

ANSEEDITUR:

Cacau de Paula
Meyre Leão

CETES:

Karina Solha

Turismo Spot:

Isabela Sette
Jair Galvão
Luana Oliveira
Marcela Pimenta
Mauro Coutinho
Renata Toffoli

AGRADECIMENTO ESPECIAL:

Ao Sr. Bruno Wendling e toda a equipe da Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul – FUNDTUR, que se comprometeram com esse estudo e não mediram esforços para mobilização dos municípios, viabilizando assim a única análise estadual de 2022.

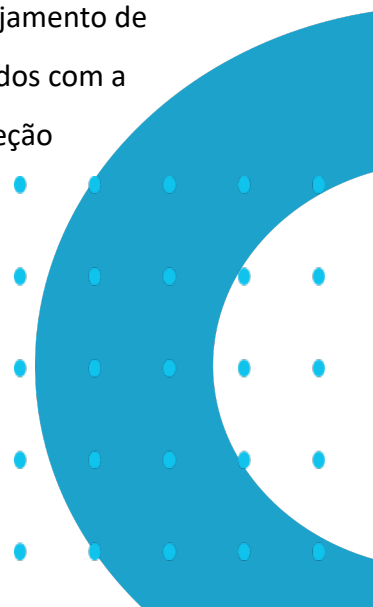
SOBRE O MAPETUR

O Brasil é um país continental, abundante em recursos naturais e culturais, e caracterizado pela diversidade geográfica. Diversidade que se reflete no dia a dia da gestão pública e torna ainda maior o desafio de se ter um planejamento nacional.

Alcançar todos os territórios brasileiros, mesmo quando se implanta uma política pública baseada na regionalização, como no caso do turismo, é uma tarefa que exige um amplo conhecimento das distintas realidades. E o que se vê no cenário atual é um planejamento muitas vezes centralizado, que toma como base os dados disponíveis apenas para as capitais nacionais ou para as cidades de maior relevância econômica.

É preciso investigar mais, colher novos dados e se aprofundar nas realidades municipais, que é onde o turismo de fato acontece. Assim, com o objetivo de mapear o perfil da gestão pública do turismo nos municípios brasileiros, o Turismo Spot, a Associação Nacional de Secretários e Dirigentes Municipais de Turismo - ANSEDTUR e o Centro de Estudos de Turismo e Desenvolvimento Social da Universidade de São Paulo - CETES, se uniram em prol de uma iniciativa pioneira: a elaboração do **MAPETUR**.

O MAPETUR é um processo de coleta e tratamento de dados, iniciado em novembro de 2021 e encerrado em julho de 2022, destinado aos gestores públicos municipais de turismo. Como resultado, tem-se um painel interativo com um retrato de diversas questões fundamentais para o turismo brasileiro. A expectativa é oferecer aos estudiosos e gestores públicos, das diferentes esferas governamentais, um grande Banco de Dados que pode ser utilizado em trabalhos acadêmicos e no planejamento de políticas públicas para o setor. Ressalta-se que os dados coletados são tratados com a máxima confidencialidade, de acordo com as diretrizes da Lei Geral de Proteção de Dados - LGPD.



METODOLOGIA

Tendo como ponto de partida o objetivo do MAPETUR, e após uma série de discussões entre especialistas, se definiu que os dados coletados seriam primários, tendo como principal fonte as administrações públicas municipais responsáveis pelo turismo.

Como instrumento de coleta destes dados, se optou por um formulário online gratuito (Anexo I), estruturado em quatro eixos: Perfil do Entrevistado, Estrutura Municipal para o Turismo, Gestão Municipal do Turismo e Comunicação e Informação. Antes da disponibilização do formulário, cujo link foi amplamente divulgado nos fóruns de turismo e nas

redes sociais, se realizou um pré-teste com alguns municípios indicados pela ANSEEDITUR. Definiu-se também que este formulário ficaria aberto por um tempo determinado (até 11/07/2022) e depois disso não seriam aceitas novas respostas.

A definição da amostra inicial foi feita com base no Mapa do Turismo Brasileiro 2019, que à época contava com 2.694 municípios, distribuídos nos 27 estados brasileiros. A partir desse número total, e da quantidade de municípios presentes no Mapa por região geográfica e por estado, se calculou o número total de respostas desejadas. Para o Mato Grosso do Sul, eram esperados no mínimo 21 municípios respondentes e ao todo responderam 32.

Todos os envolvidos se engajaram na sensibilização dos gestores públicos municipais e a proposta do MAPETUR foi apresentada no evento WTM, realizado em São Paulo, e na Marcha dos Secretários Municipais de Turismo, em Brasília. Além disso, foram realizadas diversas comunicações, utilizando principalmente as redes sociais das instituições.

Ainda, para alcançar uma maior visibilidade, na medida em que o MAPETUR recebia novas respostas, os dados eram tratados e alimentavam o painel interativo construído por meio de software de visualização. Este painel foi publicado e está disponível no site do Turismo Spot: <https://turismospot.com.br/mapetur/>.

RESULTADOS NO MATO GROSSO DO SUL

Localizado na região centro-oeste, o estado do Mato Grosso do Sul tem se posicionado como referência no fomento e no desenvolvimento responsável do turismo.

Como pode ser visto no quadro abaixo, na versão do Mapa do Turismo Brasileiro de 2019, Mato Grosso do Sul apresenta 20,29% do montante de municípios da região centro-oeste:

Região Centro-Oeste		
Municípios no Mapa do Turismo Brasileiro 2019		
Estado	Número de municípios	Representatividade na região
DF	1	0,48%
GO	79	38,16%
MT	85	41,06%
MS	42	20,29%

Quadro 1: Região Centro-Oeste - Municípios no Mapa do Turismo Brasileiro 2019

Considerando a amostra previamente calculada, para uma análise estadual, era desejado que ao menos 21 municípios sul mato grossenses respondessem ao MAPETUR. Como resultado da mobilização realizada pela gestão pública estadual, se obteve 32 municípios respondentes, quase a totalidade que integra o Mapa do Turismo Brasileiro edição 2019.

Assim, é possível produzir estudos específicos sobre o perfil da gestão pública municipal do estado, como este ora apresentado.

PERFIL DA GESTÃO

Neste primeiro eixo do MAPETUR, se buscou identificar o perfil dos gestores públicos municipais responsáveis pelo turismo.

No que se refere ao cargo ocupado, como pode ser visto na figura abaixo, a maioria dos respondentes dos municípios sul mato grossenses foi de secretários e diretores, com 21,9% cada. A categoria “Outros”, composta pelo agrupamento de tipos menos citados, tais como chefes de diferentes departamentos, também foi citada por 21,9% dos respondentes.



Cargo ocupado pelo respondente no órgão municipal

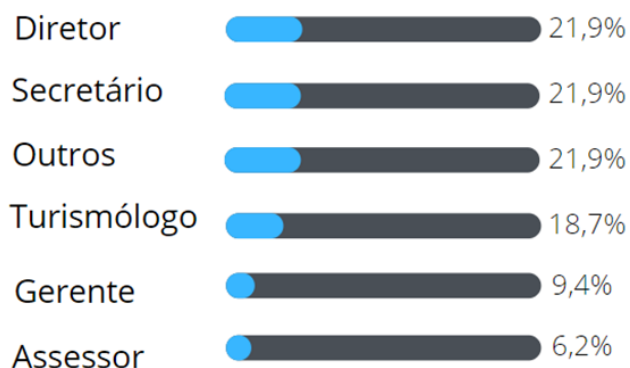


Fig. 01: Perfil da gestão pública municipal do turismo no Mato Grosso do Sul.

Grande parte (42,8%) dos profissionais que ocupam o cargo de diretor ou secretário, tem pouco tempo de atuação no turismo: de 01 a 05 anos, o que pode ser um sinal de alerta sobre a rotatividade das lideranças municipais.

Tempo médio de atuação das lideranças no turismo



Até 01 ano	-----	28,6%
De 01 a 05 anos	----	42,8%
De 06 a 11 anos	---	7,1%
De 12 a 17 anos	---	14,2%
18 anos ou mais	---	7,1%

Fig. 02: Tempo médio de atuação das lideranças no turismo.

Curiosamente, quando o cargo do respondente é o de turismólogo, a maioria (50,0%) está a mais tempo no setor: de 12 a 17 anos.

O tempo de atuação no turismo é um importante indicador sobre a continuidade das ações públicas. Sabe-se que quando as lideranças são trocadas, há uma tendência de ruptura com iniciativas anteriores. Ao se identificar essa questão como um risco, deve-se ter um plano de ação para mitigá-lo.

ESTRUTURA MUNICIPAL PARA O TURISMO

Por sua vez, o segundo eixo busca conhecer melhor as estruturas das gestões públicas municipais dedicadas ao turismo.

A estrutura predominante, para 37,5% dos respondentes, é a de secretarias municipais, que geralmente são mais robustas e autônomas do que outros departamentos. No entanto, o turismo é um assunto de dedicação exclusiva apenas para 9,4% de todas as estruturas existentes. O tema que mais divide as atenções com o turismo, em 53,1% dos casos, é o desenvolvimento econômico. Na sequência, aparece o meio ambiente, em 46,9% das respostas:

Temas das estruturas municipais

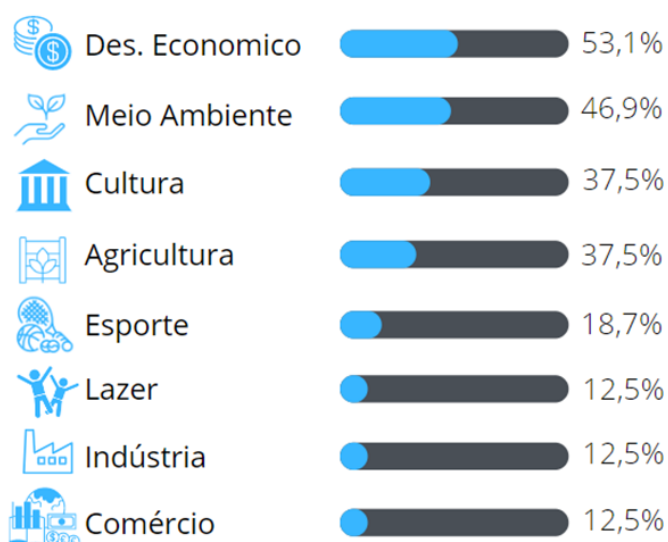


Fig. 03: Estrutura municipal do turismo Mato Grosso do Sul por temas.

Cabe ainda ressaltar que é comum as estruturas municipais do Mato Grosso do Sul se desdobrarem em mais de dois temas, dificultando a priorização do turismo. Alguns exemplos:

- Departamento de Desenvolvimento Econômico, Agrário, Turismo e Meio Ambiente;
- Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Meio Ambiente e Turismo;
- Secretaria de Educação, Cultura, Turismo, Esporte e Lazer;
- Secretaria de Turismo, Indústria e Comércio; e
- Secretaria de Cultura, Turismo, Esporte e Lazer.

No que tange ao número de funcionários que atuam nas estruturas municipais, tem-se uma média de 3,6 pessoas.

Corumbá é o município com o maior número: 25 pessoas. E há 11 municípios (34,4%) que responderam ter apenas 01 pessoa atuando no turismo: Caarapó, Chapadão do Sul, Camapuã, Figueirão, Iguatemi, Naviraí, Nova Andradina, Ponta Porã, Rio Brillhante, Santa Rita do Pardo e Terenos.

Questionados quanto à distribuição do orçamento de turismo entre diferentes áreas preestabelecidas, tem-se que o investimento em infraestrutura foi o que apresentou a maior concentração de respondentes que aplicam acima de 25% do recurso da pasta. No entanto, nota-se que há um equilíbrio, sendo que a resposta mais comum foi um investimento de até 25% em todas as cinco áreas:

Tema	Até 25%	Entre 25,01% e 50%	Entre 50,01% e 75%	Acima de 75,01%
Marketing e Promoção	26	5	1	0
Infraestrutura	22	5	4	1
Qualificação	24	6	1	1
Estudos e pesquisas	27	5	0	0
Planejamento	24	7	0	1

Quadro 2: Distribuição do orçamento municipal.

Apesar do questionário prever o levantamento dos valores de investimentos em turismo, as respostas não foram consideradas consistentes e confiáveis, sendo que os dados são insuficientes para qualquer análise.

Ainda nessa temática orçamentária, se questionou se os municípios haviam captado recursos extras nos últimos dois anos. A maioria, 68,7%, informou que não. Dentre aqueles que informaram ter captado (21,9% dos respondentes), 04 informaram que haviam conseguido com o Governo do Estado, 03 com o Ministério do Turismo e 02 citaram especificamente a Fundação de Turismo do Mato Grosso do Sul, que integra a administração pública estadual.

GESTÃO MUNICIPAL DO TURISMO

O terceiro eixo do MAPETUR, teve como objetivo conhecer os instrumentos que contribuem com a gestão pública municipal do turismo.

O primeiro questionamento foi sobre a existência de uma lei municipal de turismo. E 56,2% informaram que havia tal lei. Este percentual cai para 28,1% quando se questiona a existência de um plano municipal de turismo vigente. Ou seja, a maioria dos municípios, 62,5%, não tem planos vigentes.

Para aqueles que responderam ter um plano municipal de turismo vigente, se perguntou se as ações previstas haviam sido implementadas no último ano. A maioria dos respondentes, 66,7%, disse que sim. Contudo, a efetividade dos planos teve uma avaliação média de 2,89 pontos, em uma escala de 01 a 05. A média Brasil dessa métrica é de 3,56 pontos.

Outro dado relevante, ainda com o recorte dos municípios que têm plano vigente, é que 65,6% dos respondentes informaram que não acompanham os resultados das ações implementadas em turismo. O ciclo das políticas públicas prevê que haja um monitoramento constante sobre o planejamento. Sem este acompanhamento, a correção de rumos e a continuidade dos acertos fica severamente comprometida.

Sobre a existência de um Conselho Municipal de Turismo – COMTUR, 87,5% dos municípios alegam ter este colegiado ativo, com uma frequência mensal de reuniões para a maioria (28,1%). Entretanto, 25% dos respondentes sinalizaram que não há reuniões periódicas.

A disponibilização de recursos para investimento no turismo é um dos temas mais sensíveis. Exemplo disto é que 40,6% dos respondentes sinalizaram que o município não possui Fundo Municipal de Turismo e 15,6% não souberam responder. Dessa maneira, menos da metade dos municípios do estado (43,7%) possuem FUMTUR.

Questionados quanto à participação em uma Instância de Governança Regional, 12 respondentes sinalizaram que não integram nenhuma. Na versão do mapa de 2019, o estado contava com 14 regiões turísticas, destas 08 estão representadas entre os respondentes. Nota-se que a região turística que obteve o maior número de municípios participantes do MAPETUR, 05, foi Bonito/Serra da Bodoquena



Municípios respondentes por regiões turísticas

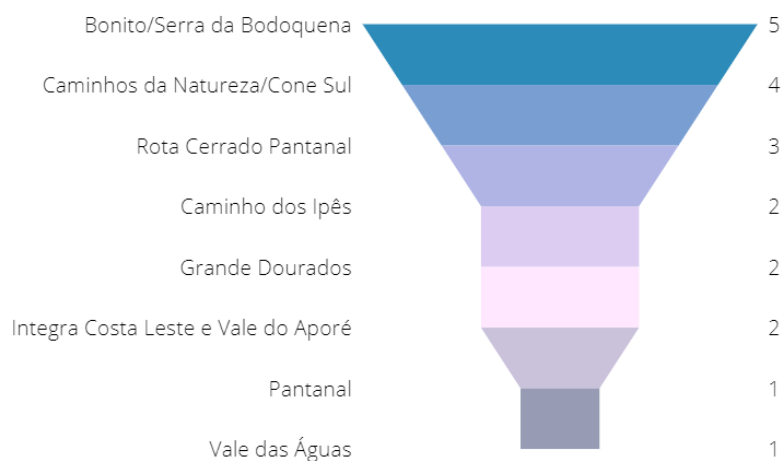


Fig. 04: Municípios respondentes por regiões turísticas.

COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO

Por último, o eixo de Comunicação e Informação buscou mensurar a presença digital dos municípios.

Dentre os respondentes, 87,5% não possuem um site oficial promocional de turismo. E 59,4% não possuem um perfil oficial promocional nas redes sociais. Este cenário pode ser bem alarmante, já que a inexistência no mundo digital reverbera na atração de turistas, impactando a demanda potencial. Sabe-se que manter um site pode ser dispendioso, mas as redes sociais são mais acessíveis. Porém, ressalta-se que não basta ter um perfil em redes sociais, é necessário ter uma estratégia concreta de comunicação. Aqui, cabe lembrar que a maioria dos respondentes (81,2%) investe até 25% do orçamento anual em marketing e promoção.

Considerando apenas os municípios que informaram ter perfil oficial (40,6% dos respondentes), o Facebook é a rede social mais adotada, por 34,4% dos respondentes. Na sequência aparece o Instagram, utilizado por 21,9% dos municípios.



Fig. 05: Redes sociais utilizadas.

A partir de uma breve avaliação exploratória das redes sociais dos municípios, foi possível identificar que para a maioria dos municípios não há um posicionamento de mercado claro, e que os perfis misturam conteúdo promocional com institucional.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ainda que o Mato Grosso do Sul tenha avançado significativamente em investimentos no turismo, a gestão pública municipal carece de uma maior atenção. Assim como o turismo tem sido priorizado pela gestão estadual, é importante que os municípios também o façam, com o direcionamento de recursos e a estruturação de políticas, planos e projetos que fomentem o desenvolvimento sustentável.

O tempo de atuação dos gestores municipais no cargo pode ser considerado um ponto de atenção. A alta rotatividade tende a demandar um esforço contínuo de acompanhamento e formação, para que a cada troca o trabalho já desenvolvido não seja perdido. Além disso, há uma cultura de ruptura com gestões passadas, mesmo que ações tenham alcançado êxito.

Outro sinal de alerta é a sobreposição de temas nas pastas que o turismo reside. Entende-se que estruturas municipais tendem a ser mais enxutas e com isso os servidores se desdobram em inúmeras responsabilidades. Porém, o turismo é um setor que demanda muito planejamento e monitoramento, para que os benefícios superem possíveis impactos.

Por fim, é urgente a revisão do posicionamento online dos municípios. Em um mundo cada vez mais “*phygital*”, não estar na internet é uma ameaça real para o turismo. É fundamental que os municípios turísticos tenham uma sólida estratégia de comunicação, embasada em dados sobre o perfil dos turistas e que observem as tendências nacionais e internacionais.

ANEXO - FORMULÁRIO DE COLETA DE DADOS



Mapeamento da Gestão Pública Municipal do Turismo no Brasil

Antes de prosseguir, leia atentamente o Termo de Consentimento de Tratamento de Dados Pessoais. Ao responder esse questionário, estou ciente e concordo que os meus DADOS PESSOAIS, poderão ser utilizados pelas instituições envolvidas na realização dessa pesquisa para:

1. Produzir painéis interativos que serão publicados no www.turismospot.com.br. Nestes painéis, os dados pessoais serão anonimizados.
2. Produzir estudos técnicos, nos quais os dados pessoais serão anonimizados.
3. Gerar boletins, infográficos, relatórios técnicos entre outros instrumentos de divulgação, nos quais os dados pessoais serão anonimizados.

REVOGAÇÃO. Estou ciente que, a qualquer tempo, posso retirar o consentimento ora fornecido.

Eu li e autorizo o Termo de Consentimento de Tratamento de Dados Pessoais acima exposto: *

- Sim, autorizo
- Não, não autorizo

Perfil do entrevistado



Prezado gestor, essa pesquisa tem o objetivo de conhecer a gestão pública de turismo no Brasil. Esse formulário deve ser respondido pelo servidor responsável pela pasta, com autonomia e conhecimento relacionado à estrutura, orçamento, projetos e ações previstas e em desenvolvimento.

1 - Nome: *

Texto de resposta curta

2 - E-mail: *

Texto de resposta curta

3 - Qual o seu cargo no órgão municipal de turismo? *

Texto de resposta curta

4 - Há quanto tempo trabalha com turismo? *

- Menos de 01 ano
- De 01 a 05 anos
- De 06 a 11 anos
- De 12 a 17 anos
- 18 anos ou mais

5 - Qual o seu município? *

Texto de resposta curta

6 - Qual o seu estado? *

7 - Qual é o nome completo do órgão oficial de turismo que você trabalha? *

Texto de resposta curta

8 - Há quanto tempo (em anos) o órgão atua com o nome atual? *

- Até 01 ano
- De 01 a 05 anos
- De 06 a 11 anos
- De 12 a 17 anos
- 18 anos ou mais

9 - É um órgão cuja estrutura se dedica exclusivamente ao turismo? *

- Sim
- Não

9.1 - Caso não seja exclusivo, que outras pastas além do turismo estão na mesma estrutura? *

Caso tenha assinalado a opção "Sim" na questão anterior, responda "Não se aplica" agora.

- Cultura
- Meio Ambiente
- Agricultura
- Desenvolvimento Econômico
- Esporte
- Lazer
- Não se aplica
- Outros...

10 - Marque o tipo de estrutura que se dedica ao turismo no seu município: *

- Secretaria
- Subsecretaria
- Diretoria
- Superintendência
- Departamento
- Outros...

11 - Há quanto tempo (em anos) o órgão atual com esta estrutura? *

- Menos de 01 ano
- De 01 a 05 anos
- De 06 a 11 anos
- De 12 a 17 anos
- 18 anos ou mais

12 - Além do órgão municipal de turismo, existe alguma outra estrutura pública ou mista de turismo no município (ex.: empresa pública, autarquia)? *

- Sim
- Não
- Não sei responder

12.1 - Se sim, por favor descreva: *

Caso tenha respondido "Não" ou "Não sei responder" na questão anterior, responda "Não se aplica" agora.

Texto de resposta longa

13 - Quantas pessoas se dedicam à gestão do turismo no órgão? *

Considerar apenas a equipe diretamente relacionada ao turismo. Inserir apenas números, sem caracteres especiais como vírgula ou ponto

Texto de resposta curta

14 - Qual o orçamento anual da pasta? *

Informar o valor estimado, em reais, anual da pasta, mesmo no caso de pasta com mais de uma área/atribuição.

Texto de resposta curta

15 - Qual o orçamento anual para o desenvolvimento de ações relacionadas ao turismo no município? *

Caso a pasta seja exclusiva, é só repetir o dado anterior, considerando que o orçamento anual da pasta é igual ao orçamento anual do turismo. Em estruturas compartilhadas, informar o valor estimado, em reais, anual da rubrica dedicada ao turismo.

Texto de resposta curta

16 - Dentro do orçamento atual, classifique o nível de investimento que seu município aplica, em relação ao orçamento total, nas seguintes áreas: *

	Até 25%	Entre 25,01% e 50%	Entre 50,01% e 75%	Acima de 75,01%
Marketing e Prom...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Infraestrutura	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qualificação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estudos e pesquis...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Planejamento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17 - Nos últimos 2 anos, a prefeitura municipal captou recursos de outras fontes para implementar ações de desenvolvimento turístico? *

Exemplo: Governo Federal, Governo Estadual, Iniciativa privada, Emendas parlamentares

- Sim
- Não
- Não sei responder

17.1 - Se houver captado recursos externos, por favor, especifique cada uma das fontes: *

Caso tenha respondido "Não" na questão anterior, responda "Não se aplica" agora.

Texto de resposta longa

17.2 - Por favor, indique o valor total captado em cada uma das fontes externas: *

Caso tenha respondido "Não" na questão 17, responda "Não se aplica" agora.

Texto de resposta curta

18 - O município possui lei municipal que institui a política de turismo? *

- Sim
- Não
- Não sei responder

19 - O município possui Plano Municipal de turismo vigente? *

- Sim
- Não
- Não sei responder

20 - No último ano, alguma ação prevista nesse plano foi implementada? *

Caso o município não tenha Plano Municipal de turismo vigente, responda "Não se aplica" agora.

- Sim
- Não
- Não sei responder
- Não se aplica

21 - Caso possua um plano, qual a sua percepção sobre a efetividade dele?

Avalie numa escala de 1 a 5, sendo 1 um plano pouco efetivo e 5 com máxima efetividade.

	1	2	3	4	5	
Plano elaborado para cumprir formalidade, sem efetividade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Plano efetivo, elaborado de forma participativa e incorporado pelos gestores públicos, empresários e comunidade

22 - O município possui Conselho Municipal de Turismo (COMTUR)? *

- Sim
- Não
- Não sei responder

22.1 - Caso tenha o Conselho, qual a frequência das reuniões do COMTUR? *

Caso tenha respondido "Não" ou "Não sei responder" na questão anterior, responda "Não se aplica" agora.

- Sem reuniões periódicas
- Semanal
- Quinzenal
- Mensal
- Bimestral
- Trimestral
- Quadrimestral
- Semestral
- Anual
- Não sei responder
- Não se aplica
- Outros...

23 - O município possui Fundo Municipal de turismo (FUMTUR)? *

- Sim
- Não
- Não sei responder

24 - O município integra alguma Instância de Governança Regional? *

- Sim
- Não
- Não sei responder

24.1 - Caso afirmativo, informe qual a instância regional que o município integra: *

Caso tenha respondido "Não" ou "Não sei" na questão anterior, responda "Não se aplica" agora.

Texto de resposta curta

25 - Existe algum acompanhamento do resultado das ações implementadas para o desenvolvimento do turismo no município? *

- Sim
- Não
- Não sei responder

25.1 - Caso afirmativo, informe como é realizado o acompanhamento: *

Caso tenha respondido "Não" ou "Não sei" na questão anterior, responda "Não se aplica" agora.

Texto de resposta longa

26 - O município possui um site oficial promocional de Turismo? *

ATENÇÃO: Não considerar site oficial do governo. Apenas sites que divulgam equipamentos e atrativos

- Sim
- Não
- Não sei responder

27 - O município mantém algum perfil oficial promocional de Turismo nas redes sociais? *

ATENÇÃO: Não considerar perfil oficial do governo. Apenas sites que divulgam equipamentos e atrativos

- Sim
- Não
- Não sei responder

27 - O município mantém algum perfil oficial promocional de Turismo nas redes sociais? *

ATENÇÃO: Não considerar perfil oficial do governo. Apenas sites que divulgam equipamentos e atrativos

- Sim
- Não
- Não sei responder

27.1 - Em caso afirmativo, por favor identifique quais as redes sociais utilizadas: *

Caso tenha respondido "Não" ou "Não sei" na questão anterior, responda "Não se aplica" agora.

- Facebook
- Instagram
- Youtube
- TikTok
- Outros
- Não se Aplica



MAPETUR

Mapeamento da Gestão Pública
Municipal do Turismo no Brasil