# PLANO DIRETOR DE TURISMO DE PETRÓPOLIS

## 2023 – 2030

# *INSTITUCIONAL*

## PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS

Rubens José França Bomtempo - Prefeito

## SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO DE PETRÓPOLIS

Silvia Arantes Guedon - Secretária

Evany Rita Noel Carvalho - Diretora de Turismo

Dalva de Oliveira Ribeiro - Assessora de Promoção Turística

Verônica Francisco Marcolino - Chefe da Seção do Observatório Regional de Turismo

## CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO DE PETRÓPOLIS

Silvia Arantes Guedon – Presidente

Fabiano Correia Barros – Vice-presidente

## APOIO FINANCEIRO

Fundo Municipal de Turismo

**Dezembro de 2022**

# *CORPO TÉCNICO DA FAPUR*

## COORDENAÇÃO DO PLANO DIRETOR

Prof. Dr. Joilson de Assis Cabral – Coordenador Geral

Prof. Dr. Rodrigo Amado dos Santos – Vice coordenador Geral

## PESQUISADORAS

Profa. Dra. Roberta Dalvo Pereira da Conceição

Profa. Me. Tania Guimarães Omena

## ASSISTENTES DE PESQUISA

Me. Fábio Antônio Abreu da Silva

Elisy Silva Felício

## ESTAGIÁRIOS

Anderson Campelo Marques

Beatriz Almeida Rodrigues

Bianca Alvares Casarotti Bispo

Bruna Rafaela Capella Moreira

Camilla Porto Santana Perete

Carolina Souza dos Santos

Caroline Buiz Cobas Costas

Cristina D'Elia Bianchi

Ellen da Silva Bem

Emanuele Victoria da Silva Teixeira

Jonas Costa dos Santos

Júlia da Silva Raposo

Lorene Clemente Diniz da Silva

Marcela Lima da Silva

Mariana Carolina Alves Bastos

Marvin Henrique F. dos Anjos

Matheus de Andrade Santos

Paulo Vitor dos Santos Lima

Rayssa Holanda Pereira de Souza

Rebeca Brasil Timóteo

Ricardo Ferreira de Souza Junior

Ronaldo Bastos Júnior

Thamata Marini Grossi da Silva

Yasmim dos Santos Silva Correa

**Dezembro de 2022**

# MENSAGEM DO PREFEITO

O presente Plano Diretor de Turismo de Petrópolis 2023-2030 contém um levantamento profundo das informações relevantes ao turismo de Petrópolis, desde o inventário da oferta turística, passando por atrativos, quantitativo e perfil da demanda até as metas e programas a serem desenvolvidos ao longo dos 8 anos de duração do plano.

Este trabalho foi construído com base na participação democrática, alicerce do atual governo, preocupado em atender os anseios da sociedade petropolitana, em todas as áreas. Este movimento, que incentiva a união e a colaboração, foi imprescindível para a construção deste plano, que vai nortear o planejamento, a gestão e todas as ações a serem desenvolvidas ao longo dos próximos anos para, cada vez mais, qualificarmos o turismo de Petrópolis e todos os setores e agentes envolvidos neste setor tão importante.

Representantes do Poder Executivo, do Conselho Municipal de Turismo (COMTUR), trade turístico e demais instituições ligadas à área, trabalharam junto com os técnicos da FAPUR, a Fundação de Apoio à Pesquisa Científica e Tecnológica da UFRRJ, e equipe técnica da Secretaria de Turismo de Petrópolis para desenvolver, em conjunto, um novo Plano Diretor de Turismo que atendesse de forma plena a todos os envolvidos no setor turístico. No total, foram 11 meses de trabalho, com envolvimento de mais de 50 entidades, entre empresas e associações, milhares de horas debruçados sobre as demandas, que resultaram no plano de desenvolvimento turístico petropolitano composto de 08 programas, que vão desde a qualificação da oferta turística, comunicação e marketing do destino, infraestrutura turística, diversificação e inovação dos produtos turísticos, acessibilidade, aprimoramento das informações turísticas, governança, desenvolvimento turístico sustentável, que serão desenvolvidos ao longo dos próximos 08 (oito) anos. De acordo com o levantamento, com a implantação destes projetos, a expectativa é quase duplicar a demanda turística atual e aumentar o PIB do setor em 73,64%.

Petrópolis é um destino turístico categoria A no Mapa do Turismo Brasileiro, elaborado pelo Ministério do Turismo. Além da grande importância histórica, com patrimônio relevante e único no mundo, Petrópolis oferece um turismo extremamente plural, com atrativos dos mais diversos, como a gastronomia, a cultura, os polos de moda, belezas naturais, montanhas, além dos títulos de Capital Estadual da Cerveja, dos Casamentos e dos Produtos Orgânicos, que atraem turistas dos quatro cantos do Brasil e do Mundo.

Essa vasta e consolidada oferta, faz do Turismo a principal atividade econômica e de desenvolvimento sustentável de Petrópolis, gerando emprego e renda, direta e indiretamente para milhares de petropolitanos.

Desta forma, a busca constante pela profissionalização e aprimoramento do turismo se faz sempre necessária. Com sólidas metas estabelecidas no Plano, para que o objetivo real não se perca, em virtude da descontinuidade administrativa ao longo dos anos.

Há de ressaltar, por oportuno, que durante os anos em que estivemos à frente da Prefeitura, sempre trabalhamos em prol do desenvolvimento turístico de Petrópolis. Ainda em 2001, planejamos, organizamos e lançamos o Circuito Ecorrural Caminhos do Brejal e, em 2004, o Circuito Ecorrural Pedras do Taquaril, valorizando estas áreas da cidade.

Ainda em 2002, recebemos do Governo Federal o Selo de Ouro de Turismo; implantamos os Centros de Informação Turística no Terminal Rodoviário Leonel Brizola e na Rua Teresa. Criamos e implantamos, ainda, a Praça 14 Bis, com um espaço exclusivo para estacionamento de veículos de turismo.

No fim do segundo governo, em 2008, fomos escolhidos como um dos 65 Destinos Indutores do Turismo no Desenvolvimento Regional, escolhidos pelo Ministério do Turismo, Sebrae Nacional e Fundação Getúlio Vargas, fruto do trabalho desenvolvido. Nos anos posteriores, Petrópolis foi avaliada, através do Índice de

Competitividade do Turismo Nacional, em 13 dimensões e recebeu qualificação para o trade turístico.

Outros pontos importantes a serem ressaltados, são a implantação do Observatório Regional do Turismo, em 2013; a produção de materiais informativos e de divulgação de Petrópolis em português, inglês, espanhol e francês; além do projeto de Sinalização Turística do Circuito a Pé, no Centro Histórico.

Em 2022, após dois anos de pandemia e da maior tragédia ambiental sofrida por Petrópolis, retomamos os eventos culturais. Foi necessário um esforço extra do poder público para retomar os eventos depois de todo esse cenário de pandemia e chuvas, além da união entre o setor público, iniciativa privada e sociedade civil para reaquecer o turismo de Petrópolis.

Mesmo em meio a todas as dificuldades, ampliamos o Calendário de Eventos 2022, por meio da realização dos eventos oficiais e apoio a empreendedores privados na promoção de eventos culturais, cervejeiros, gastronômicos, esportivos, de lazer e bem-estar. Além disso, divulgamos Petrópolis em feiras de turismo, encontros comerciais, recepção de jornalistas, agentes de viagem e operadores de turismo, site e redes sociais, visando aumentar o fluxo de turistas no município.

A realização deste Plano Diretor de Turismo 2023-2030, em conjunto com o COMTUR, trade turístico e entidades ligadas ao setor, é também uma vitória que deve ser exaltada.

Cumprimos todos, de forma exemplar, a missão de construir um novo Plano Diretor de Turismo para substituir o antigo, que expirou em 2019 e havia sido prorrogado até o fim de 2022, provocando uma defasagem de informação turística, prejudicando o fomento a esta importante atividade econômica. Desta forma, deveremos seguir unidos e comprometidos para que até 2030 Petrópolis alcance todas as metas estabelecidas. Um legado deixado pelo atual governo e por todos os demais envolvidos na elaboração deste documento, que será primordial para a excelência do turismo de Petrópolis.

# MENSAGEM DA SECRETÁRIA MUNICIPAL DE TURISMO – Silvia Guedon

O Plano Diretor de Turismo 2023-2030, indispensável e importante instrumento balizador das ações do Turismo, foi uma construção participativa entre o poder público e a sociedade civil de Petrópolis. O Plano tem como objetivo planejar e organizar ações futuras do Município ligadas ao Turismo, fornecendo um suporte orientativo quanto ao desenvolvimento sustentável da atividade turística, principal vocação econômica do Município.

A FAPUR – Fundação de Apoio da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRRJ foi contratada com recursos do FUMTUR - Fundo Municipal de Turismo, com base na apresentação de propostas ao Conselho Municipal de Turismo e decisão unânime por sua contratação.

Foi construído de forma colaborativa, com a participação da equipe técnica da Diretoria de Turismo da Secretaria de Turismo de Petrópolis, membros do COMTUR, do poder legislativo, da sociedade civil, do trade turístico e demais instituições ligadas ao setor. Consistiu em um trabalho de pesquisa e levantamento da caracterização geral do município, inventário da oferta turística e pesquisa da demanda turística, que permitiram realizar o diagnóstico situacional do Turismo no município para embasar a proposição do plano de desenvolvimento turístico, composto de programas e projetos.

Desta forma, as expectativas e anseios para os próximos anos, nas mais diversas áreas foram contemplados. Para que, desta mesma forma, com colaboração e comprometimento, possamos colher frutos do trabalho que será desenvolvido a partir das ações previstas no Plano Diretor de Turismo 2023-2030.

Para que as ações sejam direcionadas e bons resultados sejam obtidos, faz-se necessário ir além da elaboração do Plano Diretor de Turismo e planejar sua implementação e monitoramento, estando atento às metas e às estratégias

estabelecidas, através de trabalho integrado, de parceria e de esforços conjuntos e prioritários das partes envolvidas.

Petrópolis é um destino com uma segmentação turística expressiva e Categoria A pelo Ministério do Turismo. Com um Plano Diretor de Turismo ativo, estamos aptos a receber incentivos, captar novos investidores, além de participar de editais, também de suma importância para o desenvolvimento do setor.

Este documento, produzido a partir do esforço coletivo, representa a vontade de todos oferecerem, cada vez mais, experiências de qualidade para o turista que nos visita, investindo, ao máximo, nos diferenciais do município e em seus vários segmentos, com foco na qualificação, na inovação e na tecnologia, ampliando ainda mais a capacidade da atividade turística, na geração de negócios, trabalho, renda e bem-estar da população local. A partir dele, um guia norteador para as ações dos próximos anos, colheremos frutos importantes e decisivos para o desenvolvimento da nossa Petrópolis.

# SUMÁRIO


**SUMÁRIO EXECUTIVO ..... 23**

**1. INVENTÁRIO DA OFERTA TURÍSTICA PETROPOLITANA ..... 42**

**1.1. Caracterização geral do município ..... 42**

*1.1.1. Informações básicas do município ..... 42*

*1.1.2. Meios de acesso ao município ..... 48*

*1.1.3. Sistema de comunicação ..... 54*

*1.1.4. Sistema de Segurança ..... 56*

*1.1.5. Sistema médico-hospitalar ..... 59*

*1.1.6. Sistema educacional ..... 64*

*1.1.7. Outros serviços e equipamentos de apoio ..... 70*

**1.2. Caracterização da infraestrutura de apoio aos serviços turísticos ..... 79**

*1.2.1. Serviços e equipamentos de hospedagem ..... 79*

*1.2.2. Serviços e equipamentos para gastronomia ..... 115*

*1.2.3. Serviços e equipamentos de agenciamento ..... 126*

1.2.4. Serviços e equipamentos para eventos ..... 135

1.2.5. Serviços e equipamentos para transporte ..... 147

1.2.6. Serviços e equipamentos de lazer e entretenimento ..... 157

1.2.7. Outros serviços e equipamentos turísticos ..... 164

1.2.8. Pedras, cerâmicas e acessórios ..... 181

1.2.9. Outros artefatos ..... 182

**1.3. Atrativos turísticos ..... 184**

1.3.1. Atrativos turísticos culturais ..... 184

1.3.2. Atrativos turísticos naturais ..... 190

1.3.3. Atrativos econômicos ..... 192

1.3.4. Atrativos técnicos, científicos e artísticos ..... 199

1.3.5. Eventos permanentes ..... 204

**2. UMA ANÁLISE DA DEMANDA TURÍSTICA PETROPOLITANA ..... 210**

**2.1. Uma breve acepção conceitual. ..... 210**

**2.2. Quantitativo da Demanda Efetiva do Sistema de Turismo Petropolitano ..... 213**

**2.3. Perfil da Demanda Efetiva do Sistema de Turismo Petropolitano ..... 215**

**2.4. Perfil da Demanda Desejada pelo Sistema de Turismo Petropolitano ... 228**

**2.5. Demanda Turística Potencial ..... 232**

**3. ESTIMATIVA DO VALOR ADICIONADO DO SISTEMA PRODUTIVO DE TURISMO PETROPOLITANO ..... 234**

**4. MULTIPLICADOR DO EMPREGO DO ECOSSISTEMA PRODUTIVO DE TURISMO DE PETRÓPOLIS ..... 238**

**5. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL – PROSPECÇÃO DA MATRIZ SWOT DO SISTEMA TURÍSTICO PETROPOLITANO ..... 243**

**6. PLANO DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO PETROPOLITANO 2023-2030** 263

**6.1. Objetivo Geral ..... 264**

*6.1.1. Objetivos Específicos* ..... 264

**6.2. Metas para 2023-2030 ..... 267**

**6.3. Programas e projetos para o desenvolvimento turístico petropolitano 2023-2030 ..... 269**

*6.3.1. Programa para qualificação da oferta turística* ..... 270

*6.3.2. Programa para Comunicação e Marketing do Destino Turístico* ..... 273

*6.3.3. Programa para aprimoramento da infraestrutura turística petropolitana* ..... 277

6.3.4. Programa para diversificação e inovação dos produtos turísticos ..... 282

*6.3.5. Programa para a acessibilidade turística* ..... 287

*6.3.6. Programa para o aprimoramento das informações turísticas* ..... 298

*6.3.7. Programa para a Governança Turística* ..... 299

*6.3.8. Programa para o desenvolvimento turístico sustentável* ..... 301

**6.4. Estratégias para o desenvolvimento turístico petropolitano ..... 305**

**REFERÊNCIAS ..... 310**

**APÊNDICES ..... 329**

**Apêndice A – Formulários de inventariação – categoria A: informações básicas do município ..... 329**

**Apêndice B – Formulários de inventariação – categoria A: meios de acesso ao município ..... 329**

**Apêndice C – Formulários de inventariação – categoria A: sistema de comunicações ..... 329**

**Apêndice D – Formulários de inventariação – categoria A: sistema de segurança ..... 329**

**Apêndice E – Formulários de inventariação – categoria A: sistema médico-hospitalar ..... 329**

**Apêndice F – Formulários de inventariação – categoria A: sistema educacional ..... 329**

**Apêndice G – Formulários de inventariação – categoria A: outros serviços de apoio ..... 329**
**Apêndice H – Formulários de inventariação – categoria B: serviços e equipamentos de hospedagem ..... 329**
**Apêndice I – Formulários de inventariação – categoria B: serviços e equipamentos para gastronomia ..... 329**
**Apêndice J – Formulários de inventariação – categoria B: serviços e equipamentos de agenciamento ..... 329**
**Apêndice K – Formulários de inventariação – categoria B: serviços e equipamentos para transporte ..... 329**
**Apêndice L – Formulários de inventariação – categoria B: serviços e equipamentos para eventos ..... 329**
**Apêndice M – Formulários de inventariação – categoria B: serviços e equipamentos de lazer e entretenimento ..... 329**
**Apêndice N – Formulários de inventariação – categoria B: outros serviços e equipamentos turísticos ..... 329**
**Apêndice O – Formulários de inventariação – categoria C: atrativos naturais ..... 329**
**Apêndice P – Formulários de inventariação – categoria C: atrativos culturais ..... 329**
**Apêndice Q – Formulários de inventariação – categoria C: atrativos econômicos ..... 330**
**Apêndice R – Formulários de inventariação – categoria C: atrações técnicas, científicas e artísticas ..... 330**
**Apêndice S – Formulários de inventariação – categoria C: eventos permanentes ..... 330**
**Apêndice T - Questionário de análise do perfil da demanda efetiva ..... 331**
**Apêndice U - Dinâmica aplicada para a construção da Matriz SWOT do sistema turístico petropolitano ..... 336**

# LISTA DE EQUAÇÕES

EQUAÇÃO 1: CÁLCULO DA DEMANDA EFETIVA ..... 214
EQUAÇÃO 2: CÁLCULO DA AMOSTRA REPRESENTATIVA DA DEMANDA EFETIVA .. 215
EQUAÇÃO 3 – CÁLCULO DO VALOR ADICIONAL BRUTO DO SISTEMA DE TURISMO DE PETROPÓLIS ..... 235
EQUAÇÃO 4 - CÁLCULO DA PARTICIPAÇÃO PERCENTUAL DO TURISMO NO PIB DE PETRÓPOLIS ..... 235
EQUAÇÃO 5 - DECOMPOSIÇÃO DO EMPREGO TOTAL ..... 239
EQUAÇÃO 6 – CÁLCULO DA RAZÃO DE EMPREGO ..... 240
EQUAÇÃO 7 – REESCREVENDO O EMPREGO DE SUPORTE ..... 240
EQUAÇÃO 8 - MULTIPLICADOR DO EMPREGO ..... 240

# LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – MAPA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO COM O MUNICÍPIO DE PETRÓPOLIS EM DESTAQUE. ....43
FIGURA 2 – DIVISÃO TERRITORIAL DO MUNICÍPIO DE PETROPÓLIS EM DISTRITOS .44
FIGURA 3 - DISTÂNCIA DE PETRÓPOLIS AOS MUNICÍPIOS MINEIROS....52
FIGURA 4 - DISTÂNCIA DE PETRÓPOLIS AOS AEROPORTOS E RODOVIÁRIA DO RIO DE JANEIRO....53
FIGURA 5 - DISTÂNCIA DE PETRÓPOLIS AO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO E À REGIÃO ABC PAULISTA....53
FIGURA 6 – RELAÇÃO TIPOLOGIA VS. CLASSIFICAÇÃO DOS EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM....82
FIGURA 7 – EXEMPLO DE CLASSIFICAÇÃO DE UM EQUIPAMENTO DE HOSPEDAGEM ....83
FIGURA 8 – ORDENAMENTO TERRITORIAL DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM EM PETRÓPOLIS....95
FIGURA 9 – DISTRIBUIÇÃO TERRITORIAL DOS EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM NO DISTRITO DE CASCATINHA....96
FIGURA 10 – DISTRIBUIÇÃO TERRITORIAL DOS EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM NO DISTRITO DE ITAIPAVA....96
FIGURA 11 – DISTRIBUIÇÃO TERRITORIAL DOS EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM NO DISTRITO DE PEDRO DO RIO....97
FIGURA 12 – DISTRIBUIÇÃO TERRITORIAL DOS EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM NO DISTRITO DE PETRÓPOLIS....97
FIGURA 13 – DISTRIBUIÇÃO TERRITORIAL DOS EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM NO DISTRITO DE POSSE....97
FIGURA 14 – METODOLOGIA DESENVOLVIDA PARA ANÁLISE DE RESULTADOS E ÍNDICES DOS EQUIPAMENTOS HOTELEIROS PETROPOLITANOS. ....107
FIGURA 15 - ORDENAMENTO TERRITORIAL DOS EQUIPAMENTOS PARA A GASTRONOMIA E PREPARAÇÃO DE ALIMENTOS ....118
FIGURA 16 - DISTRIBUIÇÃO TERRITORIAL DOS EQUIPAMENTOS PARA A GASTRONOMIA E PREPARAÇÃO DE ALIMENTOS NO DISTRITO DE POSSE....119
FIGURA 17 - DISTRIBUIÇÃO TERRITORIAL DOS EQUIPAMENTOS PARA A GASTRONOMIA E PREPARAÇÃO DE ALIMENTOSNO DISTRITO DE PETRÓPOLIS ....119
FIGURA 18 - DISTRIBUIÇÃO TERRITORIAL DOS EQUIPAMENTOS PARA A GASTRONOMIA E PREPARAÇÃO DE ALIMENTOS NO DISTRITO DE PEDRO DO RIO ....120

FIGURA 19 - DISTRIBUIÇÃO TERRITORIAL DOS EQUIPAMENTOS PARA A GASTRONOMIA E PREPARAÇÃO DE ALIMENTOS NO DISTRITO DE ITAIPAVA ..... 120
FIGURA 20 - DISTRIBUIÇÃO TERRITORIAL DOS EQUIPAMENTOS PARA A GASTRONOMIA E PREPARAÇÃO DE ALIMENTOS NO DISTRITO DE CASCATINHA .. 121
FIGURA 21 - DISTRIBUIÇÃO ESPACIAL DOS CNPJS ATIVOS DO QUESTIONÁRIO ..... 132
FIGURA 22 - DISTRIBUIÇÃO ESPACIAL DOS CNPJS ATIVOS NO DISTRITO DE ITAIPAVA ..... 133
FIGURA 23 - DISTRIBUIÇÃO ESPACIAL DOS CNPJS ATIVOS NO DISTRITO DE PETRÓPOLIS ..... 133
FIGURA 24: DISTRIBUIÇÃO DOS CNPJ ATIVOS DOS SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS PARA EVENTOS ..... 143
FIGURA 25: DISTRIBUIÇÃO ESPACIAL DOS CNPJ DO SUBTIPO OUTROS SERVIÇOS/EQUIPAMENTOS ESPECIALIZADOS ..... 143
FIGURA 26: DISTRIBUIÇÃO ESPACIAL DO SUBTIPO LOCAL PARA EVENTOS E OUTROS SERVIÇOS/EQUIPAMENTOS ESPECIALIZADOS ..... 144
FIGURA 27 – ORDENAMENTO TERRITORIAL DOS EQUIPAMENTOS PARA TRANSPORTE EM PETRÓPOLIS ..... 151
FIGURA 28 – DISTRIBUIÇÃO TERRITORIAL DOS EQUIPAMENTOS PARA TRANSPORTE NO DISTRITO DE CASCATINHA ..... 151
FIGURA 29 – DISTRIBUIÇÃO TERRITORIAL DOS EQUIPAMENTOS PARA TRANSPORTE NO DISTRITO DE ITAIPAVA ..... 152
FIGURA 30 – DISTRIBUIÇÃO TERRITORIAL DOS EQUIPAMENTOS PARA TRANSPORTE NO DISTRITO DE PEDRO DO RIO ..... 152
FIGURA 31 – DISTRIBUIÇÃO TERRITORIAL DOS EQUIPAMENTOS PARA TRANSPORTE NO DISTRITO DE PETRÓPOLIS ..... 152
FIGURA 32 - ORDENAMENTO TERRITORIAL DOS SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE LAZER E ENTRETENIMENTO EM PETRÓPOLIS ..... 161
FIGURA 33 - ORDENAMENTO TERRITORIAL DOS SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE LAZER E ENTRETENIMENTO NO DISTRITO DE ITAIPAVA ..... 162
FIGURA 34 - ORDENAMENTO TERRITORIAL DOS SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE LAZER E ENTRETENIMENTO NO DISTRITO DE CASCATINHA ..... 163
FIGURA 35 - ORDENAMENTO TERRITORIAL DOS SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE LAZER E ENTRETENIMENTO NO DISTRITO DE PEDRO DO RIO ..... 163
FIGURA 36 - ORDENAMENTO TERRITORIAL DOS SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE LAZER E ENTRETENIMENTO NO DISTRITO DE PETRÓPOLIS ..... 164
FIGURA 37 - ORDENAMENTO TERRITORIAL DOS CENTROS DE INFORMAÇÕES TURÍSTICAS INVENTARIADOS ..... 172
FIGURA 38 - DISTRIBUIÇÃO DOS CITS NO DISTRITO DE PETRÓPOLIS ..... 173

FIGURA 39 - DISTRIBUIÇÃO DOS CITS NO DISTRITO DE ITAIPAVA..... 173
FIGURA 40 – ORDENAMENTO TERRITORIAL DO SINDICATO E DAS ASSOCIAÇÕES INVENTARIADAS ..... 179
FIGURA 41– DISTRIBUIÇÃO DAS ENTIDADES NO DISTRITO DE PETRÓPOLIS ..... 179
FIGURA 42 – DISTRIBUIÇÃO DAS ENTIDADES NO DISTRITO DE ITAIPAVA ..... 180
FIGURA 43 - ORDENAMENTO TERRITORIAL DOS SERVIÇOS PEDRAS, CERÂMICAS E ACESSÓRIOS EM PETRÓPOLIS ..... 182
FIGURA 44 - ORDENAMENTO TERRITORIAL DE OUTROS ARTEFATOS EM PETRÓPOLIS ..... 183
FIGURA 45 - ORDENAMENTO TERRITORIAL DOS ATRATIVOS CULTURAIS PETROPOLITANOS ..... 189
FIGURA 46 - DISTRIBUIÇÃO TERRITORIAL DOS ATRATIVOS NATURAIS..... 191
FIGURA 47 - DISTRIBUIÇÃO ESPACIAL DOS ATRATIVOS CULTURAIS COM OS ATRATIVOS NATURAIS..... 192
FIGURA 48 - DISTRIBUIÇÃO TERRITORIAL DOS ATRATIVOS ECONÔMICOS EM PETRÓPOLIS ..... 198
FIGURA 49 - DISTRIBUIÇÃO TERRITORIAL DOS ATRATIVOS TÉCNICOS, CIENTÍFICOS E ARTÍSTICOS ..... 203
FIGURA 50 – IMPORTÂNCIA DE CONHECER QUALITATIVA E QUANTITATIVAMENTE A DEMANDA TURÍSTICA..... 211
FIGURA 51 – RESUMO DO PERFIL DO TURISTA EFETIVO PETROPOLITANO. ..... 218
FIGURA 52 – MOTIVOS QUE LEVARAM O TURISTA ESCOLHER PETRÓPOLIS. ..... 222
FIGURA 53 – AVALIAÇÃO DOS EQUIPAMENTOS TURISTICOS OU NÃO PELO TURISTA. ..... 224
FIGURA 54 – RESUMO ESQUEMÁTICO DA APLICAÇÃO DA TÉCNICA DELPHI..... 229
FIGURA 55 – PARTICIPAÇÃO DO VALOR ADICIONADO BRUTO DO SISTEMA DE TURISMO PETROPOLITANO ENTRE OS ANOS DE 2010 A 2019. ..... 236
FIGURA 56 - ELEMENTOS QUE COMPÕEM A ANÁLISE SWOT ..... 244
FIGURA 57 - CARDS PARA ELABORAÇÃO DA MATRIZ SWOT ..... 246
FIGURA 58 - PROGRAMAS PARA O DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO PETROPOLITANO 2023-2030..... 270
FIGURA 59 - EXEMPLO DE COMPATIBILIZAÇÃO - PLACAS TURÍSTICAS E LOCAIS ... 278
FIGURA 60 - DIMENSÃO DE UMA UNIDADE HABITACIONAL ACESSÍVEL..... 290
FIGURA 61 - BARRAS DE APOIO..... 291
FIGURA 62 - MEDIDAS E ÁREAS DE APROXIMAÇÃO DAS MESAS ..... 292
FIGURA 63 - SINALIZAÇÃO DE ESTACIONAMENTO PARA PCD'S ..... 292
FIGURA 64 - DIMENSÕES PARA ACESSO E A CIRCULAÇÃO DA CADEIRA DE RODAS EM BANHEIROS. ..... 293

FIGURA 65 - TRANSFERÊNCIA FRONTAL, VISÃO SUPERIOR DA BACIA (EM METROS). ..... 293
FIGURA 66 - BACIA SANITÁRIA E BARRAS DE APOIO (EM METROS). ..... 294
FIGURA 67 - ADEQUAÇÃO DA ALTURA DA BACIA SANITÁRIA (EM METROS). ..... 294
FIGURA 68 - DIMENSÃO E IDENTIFICAÇÃO DOS BOTÕES DOS ELEVADORES EM BRAILE. ..... 295
FIGURA 69 - COMPOSIÇÃO DA CABINA DOS ELEVADORES ACESSÍVEIS ..... 295
FIGURA 70 - EXEMPLOS DE SÍMBOLOS INTERNACIONAIS DE ACESSO (SIA) ..... 296
FIGURA 71 - MEDIDAS E ESPAÇOS PARA OS BALCÕES DE A&B ..... 296
FIGURA 72 - CARACTERÍSTICAS DAS PORTAS DE ACESSO ..... 297

# LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 - DISTRIBUIÇÃO DE EMPRESAS POR DISTRITOS ..... 55
GRÁFICO 2 - SISTEMA MÉDICO-HOSPITALAR PETROPOLITANO ..... 61
GRÁFICO 3 - DISTRIBUIÇÃO POR COMÉRCIO VAREJISTA DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS, SEM MANIPULAÇÃO DE FÓRMULAS POR DISTRITO ..... 61
GRÁFICO 4 - DISTRIBUIÇÃO DAS CLÍNICAS ODONTOLÓGICAS POR DISTRITOS PETROPOLITANOS ..... 62
GRÁFICO 5 - DISTRIBUIÇÃO POR AMBULATÓRIOS POR DISTRITO ..... 62
GRÁFICO 6 - DISTRIBUIÇÃO DOS HOSPITAIS POR DISTRITO ..... 63
GRÁFICO 7 - DISTRIBUIÇÃO DOS POSTOS, UBS, CAPS, CENTRO, PS E UNIDADES DE SAÚDE POR DISTRITO ..... 63
GRÁFICO 8 - RESULTADOS E METAS PROJETADAS PARA O IDEB DE PETRÓPOLIS ..... 66
GRÁFICO 9 – DISPOSIÇÃO DOS EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM, DE SUAS UHS E LEITOS ENTRE OS ANOS DE 2012 A 2019 ..... 85
GRÁFICO 10 – DISPOSIÇÃO DOS EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM, DE SUAS UHS E LEITOS ENTRE OS ANOS DE 2015 A 2019 ..... 88
GRÁFICO 11 – TIPOLOGIA DAS UNIDADES HOTELEIRAS PETROPOLITANAS ..... 94
GRÁFICO 12 – MEIOS DE HOSPEDAGEM COM NECESSIDADE DE CADASTRO E EM CONFORMIDADE COM O CADASTUR ..... 100
GRÁFICO 13 – ALTA SAZONALIDADE DOS EQUIPAMENTOS HOTELEIROS PETROPOLITANOS. ..... 103
GRÁFICO 14 – BAIXA SAZONALIDADE DOS EQUIPAMENTOS HOTELEIROS PETROPOLITANOS. ..... 104
GRÁFICO 15 – TIPOS DE DIÁRIA DOS EQUIPAMENTOS HOTELEIROS PETROPOLITANOS. ..... 112
GRÁFICO 16 - DISTRIBUIÇÃO DOS CNPJS ATIVOS DOS EQUIPAMENTOS DE AGENCIAMENTO EM MAIO DE 2022 ..... 129
GRÁFICO 17 - PARTICIPAÇÃO RELATIVA DO MEI NOS CNPJS ATIVOS DAS ATIVIDADES DE AGENCIAMENTO ..... 129
GRÁFICO 18 - CONTRATAÇÃO DE PROFISSIONAIS DE CARTEIRA ASSINADA NOS SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE AGENCIAMENTO ..... 130
GRÁFICO 19 - COMPOSIÇÃO DO FATURAMENTO DAS ATIVIDADES DE AGENCIAMENTO ..... 130
GRÁFICO 20 - CNPJS ATIVOS DOS EQUIPAMENTOS DE AGENCIAMENTO POR DISTRITO PETROPOLITANO ..... 134
GRÁFICO 21 - DISTRIBUIÇÃO DOS CNPJ E MEI PELAS CNAE DOS SUBTIPOS DA CATEGORIA B5-EVENTOS ..... 138

GRÁFICO 22 - DISTRIBUIÇÃO DAS CARTEIRAS ASSINADAS NOS CNPJ E MEI PELAS CNAE DOS SUBTIPOS DA CATEGORIA B5-EVENTOS ..... 139
GRÁFICO 23 - DISTRIBUIÇÃO DO FATURAMENTO ESTIMADO NOS CNPJ E MEI PELAS CNAE DOS SUBTIPOS DA CATEGORIA B5-EVENTOS ..... 141
GRÁFICO 24 - DISTRIBUIÇÃO ESPACIAL DOS CNPJS DO SEGMENTO DE VIAGENS E EVENTOS ..... 145
GRÁFICO 25 - DISTRIBUIÇÃO ESPACIAL DOS EMPREGADOS COM CARTEIRA ASSINADA DO SEGMENTO DE VIAGENS E EVENTOS ..... 146
GRÁFICO 26 - DISTRIBUIÇÃO ESPACIAL DO FATURAMENTO ESTIMADO (EM R$ MILHÕES) DO SEGMENTO DE VIAGENS E EVENTOS ..... 147
GRÁFICO 27 – EQUIPAMENTOS PARA TRANSPORTE EM CONFORMIDADE COM O CADASTUR ..... 154
GRÁFICO 28 - DISTRIBUIÇÃO DOS SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE CULTURA, LAZER E ENTRETENIMENTO EM PETRÓPOLIS ..... 159
GRÁFICO 29 - DISTRIBUIÇÃO SUBTIPOS/DISTRITOS DOS EQUIPAMENTOS DE LAZER E ENTRETENIMENTO ..... 161
GRÁFICO 30 - DISTRIBUIÇÃO, POR SUBTIPO, DOS ATRATIVOS CULTURAIS PETROPOLITANOS ..... 184
GRÁFICO 31 - PERFIL DA DEMANDA DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS CULTURAIS ..... 185
GRÁFICO 32 - SINALIZAÇÃO GERAL E TURÍSTICA ..... 186
GRÁFICO 33 - ATRATIVOS ADAPTADOS PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA ..... 187
GRÁFICO 34 - DISTRIBUIÇÃO, POR SUBTIPO, DOS ATRATIVOS NATURAIS PETROPOLITANOS ..... 190
GRÁFICO 35 - DISPOSIÇÃO DOS TIPOS E SUBTIPOS DAS ATIVIDADES NOS DISTRITOS DE PETRÓPOLIS ..... 195
GRÁFICO 36 – DISTRIBUIÇÃO, POR TIPO E DISTRITOS PETROPOLITANOS, DAS ATRAÇÕES TÉCNICAS, CIENTÍFICAS E ARTÍSTICAS ..... 201
GRÁFICO 37 - DISPOSIÇÃO DOS TIPOS E SUBTIPOS DOS EVENTOS PERMANENTES NOS DISTRITOS DE PETRÓPOLIS, RJ ..... 207
GRÁFICO 38 - PRINCÍPIO DE PARETO APLICADO AOS PONTOS FRACOS IDENTIFICADOS PELOS PARTÍCIPES DO SEMINÁRIO ..... 259
GRÁFICO 39 - PRINCÍPIO DE PARETO APLICADO ÀS AMEAÇAS IDENTIFICADAS PELOS PARTÍCIPES DO SEMINÁRIO ..... 261

# LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - VIAS DE ACESSO À PETRÓPOLIS ..... 50
QUADRO 2 - MEIOS DE ACESSO À PETRÓPOLIS ..... 51
QUADRO 3 - RESUMO DAS INFORMAÇÕES ACERCA DO SISTEMA DE SEGURANÇA DE PETRÓPOLIS ..... 59
QUADRO 4 - CURSOS SUPERIORES OFERTADOS EM PETRÓPOLIS ..... 68
QUADRO 5 - COMÉRCIOS PETROPOLITANOS E SUAS LOCALIZAÇÕES ..... 73
QUADRO 6 - IDENTIFICAÇÃO E LOCALIZAÇÃO DAS AGÊNCIAS BANCÁRIAS E CASAS DE CÂMBIO ..... 75
QUADRO 7 - APRESENTAÇÃO DOS SERVIÇOS PRESTADOS NAS OFICINAS MECÂNICAS ..... 76
QUADRO 8 - IDENTIFICAÇÃO DOS POSTOS DE ABASTECIMENTO CONFORME SEUS DISTRITOS ..... 77
QUADRO 9 – AS PRINCIPAIS TIPOLOGIAS DOS EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM 81
QUADRO 10 – TIPO E SUBTIPO DE EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM. ..... 92
QUADRO 11 – SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DAS UNIDADES HOTELEIRAS PETROPOLITANAS ..... 113
QUADRO 12 – SERVIÇOS DE RECREAÇÃO E LAZER NOS EQUIPAMENTOS HOTELEIROS PETROPOLITANOS ..... 114
QUADRO 13 – INSTALAÇÕES PARA EVENTOS NOS EQUIPAMENTOS HOTELEIROS PETROPOLITANOS ..... 114
QUADRO 14 - QUANTITATIVO E ESPECIFICIDADES DOS ESTABELECIMENTOS GASTRONÔMICOS INVENTARIADOS ..... 117
QUADRO 15 - ESTABELECIMENTOS GASTRONÔMICOS INVENTARIADOS PELA SECRETARIA DE TURISMO DE PETRÓPOLIS ..... 118
QUADRO 16 - DISTRIBUIÇÃO DA CULINÁRIA OFERTADA PELOS ESTABELECIMENTOS GASTRONÔMICOS – NACIONALIDADE ..... 122
QUADRO 17 - DISTRIBUIÇÃO DA CULINÁRIA OFERTADA PELOS ESTABELECIMENTOS GASTRONÔMICOS – POR REGIÃO ..... 123
QUADRO 18 - DISTRIBUIÇÃO DA CULINÁRIA OFERTADA PELOS ESTABELECIMENTOS GASTRONÔMICOS – POR SERVIÇO ..... 123
QUADRO 19 - DISTRIBUIÇÃO DE ESPAÇOS E SERVIÇOS OFERECIDOS PELOS ESTABELECIMENTOS GASTRONÔMICOS ..... 124
QUADRO 20 - CNAES CONSTITUINTES DE VIAGENS E EVENTOS E A CATEGORIA B5 DO MINISTÉRIO DO TURISMO ..... 127
QUADRO 21 - CNAE E CATEGORIA B5 DO MINISTÉRIO DO TURISMO ..... 135
QUADRO 22 – TIPO E SUBTIPO DE EQUIPAMENTOS PARA TRANSPORTES ..... 150

QUADRO 23 - MEMBROS DA COMTUR DE PETRÓPOLIS, RJ E SUAS RESPECTIVAS REPRESENTAÇÕES ..... 166
QUADRO 24 - DISTRIBUIÇÃO DOS CITS POR DISTRITO ..... 172
QUADRO 25 – PERÍODO DE FUNCIONAMENTO DOS CITS ..... 174
QUADRO 26 - IDENTIFICAÇÃO E NATUREZA DAS ENTIDADES INVENTARIADAS ..... 175
QUADRO 27 – DISTRIBUIÇÃO DAS CNAES DAS ENTIDADES ..... 177
QUADRO 28 - DISTRIBUIÇÃO DAS ENTIDADES POR DISTRITO ..... 178
QUADRO 29 - DISTRIBUIÇÃO DE TIPOS E SUBTIPOS DA CATEGORIA C3 ..... 193
QUADRO 30 - RELAÇÃO DOS ATRATIVOS ECONÔMICOS DE PETRÓPOLIS ..... 194
QUADRO 31 - DISTRIBUIÇÃO DE TIPOS E SUBTIPOS DA CATEGORIA C4 ..... 199
QUADRO 32 - RELAÇÃO DAS ATRAÇÕES TÉCNICAS, CIENTIFICAS OU ARTÍSTICAS EM PETRÓPOLIS ..... 200
QUADRO 33 - DISTRIBUIÇÃO DE TIPOS E SUBTIPOS DA CATEGORIA C5 ..... 204
QUADRO 34 - RELAÇÃO DE EVENTOS PERMANENTES EM PETRÓPOLIS ..... 205
QUADRO 35 - PERFIL DA DEMANDA TURÍSTICA DESEJADO CONSTRUÍDO A PARTIR DA METODOLOGIA DELPHI. ..... 230
QUADRO 36 - MATRIZ SWOT DO GRUPO 1 ..... 246
QUADRO 37 - MATRIZ SWOT DO GRUPO 2 ..... 247
QUADRO 38 - MATRIZ SWOT DO GRUPO 3 ..... 248
QUADRO 39 - MATRIZ SWOT DO GRUPO 4 ..... 248
QUADRO 40 - MATRIZ SWOT DO GRUPO 5 ..... 250
QUADRO 41 - MATRIZ SWOT DO GRUPO 6 ..... 251
QUADRO 42 - PROPOSIÇÃO FINAL DA ANÁLISE SWOT DO SISTEMA TURÍSTICO PETROPOLITANO ..... 253
QUADRO 43 - CORRELAÇÃO ENTRE OBJETIVOS ESPECÍFICOS E PRIORIDADES (SWOT/PARETO) ..... 267
QUADRO 44 – INDICARES E METAS PARA MONITORAMENTO DO ECOSSITEMA DE TURISMO PETROPOLITANO. ..... 268
QUADRO 45 - FEIRAS DE TURISMO NACIONAIS E INTERNACIONAIS ..... 276
QUADRO 46 - NOTORIEDADES E POTENCIALIDADES DE POSSÍVEIS SEGMENTOS TURÍSTICOS ..... 286
QUADRO 47 - REFERÊNCIAS E NORMAS DE ACESSIBILIDADE PARA AMBIENTES HOTELEIROS - DECRETO 9.296, DE 01 DE MARÇO DE 2018. ..... 289
QUADRO 48 - ESTRATÉGIAS TEMPORAIS DO PLANO DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO PETROPOLITANO (2023-2032) ..... 307

# LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - NÚMERO DE CONTRATOS POR SERVIÇOS.....55
TABELA 2 - RESULTADOS E METAS PROJETADAS PARA O IDEB DE PETRÓPOLIS.....65
TABELA 3 - DISTRIBUIÇÕES DOS IMÓVEIS POR DISTRITO.....71
TABELA 4 - RELAÇÃO DOS IMÓVEIS ENCONTRADOS QUANTO À SEGURANÇA.....71
TABELA 5 - LOCAÇÃO DE VEÍCULOS EM PETRÓPOLIS SOB MARGENS DE 4 ANOS ...72
TABELA 6 – DISPOSIÇÃO DOS EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM, DE SUAS UHS E LEITOS ENTRE OS ANOS DE 2012 A 2019.....84
TABELA 7 – TIPOLOGIA DOS EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM, DE SUAS UHS E LEITOS ENTRE OS ANOS DE 2015 A 2019.....86
TABELA 8 – OCC EM FINAIS DE SEMANA E FERIADOS ENTRE 2015 A 2019. .....89
TABELA 9 – FATURAMENTOS E EMPREGOS DIRETOS DOS EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM NOS DISTRITOS PETROPOLITANOS (2021). .....91
TABELA 10 – DISTRIBUIÇÃO, POR TIPOLOGIA, DOS EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM .....93
TABELA 11 – DISTRIBUIÇÃO DOS EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM NOS DISTRITOS PETROPOLITANOS.....98
TABELA 12 – DISTRIBUIÇÃO, POR TIPOLOGIA, DOS EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM NOS DISTRITOS PETROPOLITANOS.....98
TABELA 13 – COMPOSIÇÃO DOS EMPREGOS NOS EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM INVENTARIADOS (2022). .....100
TABELA 14 – FACILIDADES NAS UHS PETROPOLITANAS .....111
TABELA 15 - REPRESENTAÇÃO POR DISTRITO DOS CNPJS ATIVOS DO SETOR DE GASTRONOMIA E PREPARAÇÃO DE ALIMENTOS (2022) .....116
TABELA 17 - DADOS ECONÔMICOS DAS AGÊNCIAS DE VIAGEM E OPERADORES TURÍSTICOS.....131
TABELA 18 – FATURAMENTOS E EMPREGOS DIRETOS DOS EQUIPAMENTOS PARA TRANSPORTE NOS DISTRITOS PETROPOLITANOS .....150
TABELA 19 – DISTRIBUIÇÃO DOS EQUIPAMENTOS PARA TRANSPORTE NOS DISTRITOS PETROPOLITANOS .....153
TABELA 20 – DISTRIBUIÇÃO, POR TIPOLOGIA, DOS EQUIPAMENTOS PARA TRANSPORTE NOS DISTRITOS PETROPOLITANOS .....153
TABELA 21 – COMPOSIÇÃO DOS EMPREGOS NOS EQUIPAMENTOS PARA TRANSPORTE INVENTARIADOS .....154
TABELA 22 – ABRANGÊNCIA E TIPOLOGIA DOS SERVIÇOS PRESTADOS PELOS EQUIPAMENTOS PARA TRANSPORTE INVENTARIADOS .....156
TABELA 23 – PERFIL DOS VEÍCULOS INVENTARIADOS.....156

TABELA 24 - DISTRIBUIÇÃO DOS SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE CULTURA, LAZER E ENTRETENIMENTO EM PETRÓPOLIS ..... 158
TABELA 25 - DISTRIBUIÇÃO SUBTIPOS/DISTRITOS DOS EQUIPAMENTOS DE LAZER E ENTRETENIMENTO ..... 160
TABELA 26 – DISTRIBUIÇÃO DO NÚMERO DE PARTICIPANTES DE CADA ENTIDADE ..... 176
TABELA 27 - PEDRAS E ACESSÓRIOS: DISTRIBUIÇÃO, POR DISTRITOS, DOS CNPJS ATIVOS, CARTEIRAS ASSINADAS E FATURAMENTO ..... 181
TABELA 28 – OUTROS ARTEFATOS: DISTRIBUIÇÃO, POR DISTRITOS, DOS CNPJS ATIVOS, CARTEIRAS ASSINADAS E FATURAMENTO ..... 183
TABELA 29 - ATRATIVOS MAIS PROCURADOS POR TURISTAS ..... 188
TABELA 30 – DEMANDA EFETIVA PETROPOLITANA ..... 214
TABELA 31 – PERFIL DE GASTO MÉDIO DIÁRIO DO TURISTA PETROPOLITANO. ..... 227
TABELA 32 – PERFIL DE GASTO MÉDIO DIÁRIO ATUAL E DESEJADO DO TURISTA PETROPOLITANO. ..... 231
TABELA 33 - PRINCÍPIO DE PARETO APLICADO AOS PONTOS FRACOS IDENTIFICADOS PELOS PARTÍCIPES DO SEMINÁRIO ..... 257
TABELA 34 - PRINCÍPIO DE PARETO APLICADO ÀS AMEAÇAS IDENTIFICADAS PELOS PARTÍCIPES DO SEMINÁRIO ..... 260

# SUMÁRIO EXECUTIVO

Este trabalho compila uma série de relatórios, construídos em onze etapas ao longo de onze meses, que compõe e articula o Plano Diretor de Turismo de Petrópolis 2023-2030. O Plano descrito a seguir, tem por finalidade orientar a Prefeitura Municipal de Petrópolis, principalmente, a Secretaria Municipal de Turismo (TurisPetro), na formulação de objetivos, programas, projetos e estratégias que contribuam para o desenvolvimento, renovação do destino e, consequentemente, o adensamento do ecossistema de turismo na estrutura produtiva petropolitana.

Por meio de metodologia colaborativa e participativa foi possível: traçar um panorama atual do ecossistema de turismo no município; inventariar os atrativos e produtos turísticos; levantar a quantidade de estabelecimentos e empregos gerados pelo setor; mensurar a importância do turismo para o PIB da cidade; traçar o perfil, bem como, a quantidade de turistas atual; construir, qualitativamente, o perfil da demanda desejada e, quantitativamente, o perfil da demanda potencial; multiplicador do emprego do atividade; realizar um diagnóstico situacional; e propor objetivos, programas, projetos e estratégias a serem executados pelos poderes executivo e legislativo, além do *trade* e sociedade civil.

Diante do exposto, abaixo é realizado um breve resumo de cada capítulo que compõe e estrutura o Plano Diretor de Turismo de Petrópolis 2023-2030. Esperemos que os diferentes leitores - poder executivo e legislativo, *trade* de turismo, entidades de classe, sociedade civil organizada e munícipes - possam tomar suas decisões de forma assertiva, contribuindo para o desenvolvimento do ecossistema de turismo petropolitano.

## PROCESSO DE INVENTARIAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA

Neste capítulo é apresentado o processo de inventariação da oferta turística do ecossistema de petropolitano. Para tanto respeitou-se os conceitos metodológicos

propostos pelo Ministério do Turismo (BRASIL, 2006) realizando a inventariação e caracterização dos seguintes itens: do município; da infraestrutura de apoio ao turismo; e dos atrativos. Desse modo, todas as informações relatadas abaixo buscam esmiuçar cada um desses componentes a partir da lógica territorial do município de Petrópolis, RJ.

***Informações básicas de Petrópolis***

O município de Petrópolis pertence a região administrava da região metropolitana do estado do Rio de Janeiro e está localizado na Região Turística Serra Verde Imperial juntamente com os municípios de Teresópolis, Nova Friburgo, Guapimirim e Cachoeiras de Macacu. O município é subdividido em cinco distritos, a saber: Petrópolis, Cascatinha, Itaipava, Pedro do Rio e Posse. Ademais, tal urbe está inserida no conjunto montanhoso da Serra dos Órgãos que é composto também por Teresópolis, Magé e Guapimirim, integrantes do Parque Nacional da Serra dos Órgãos - ParNaSO.

De acordo com o IBGE (2010), esta cidade é a mais populosa da região serrana fluminense, tendo uma densidade demográfica de, aproximadamente, 384,8 habitantes por km$^2$ e uma população estimada de 307.144 pessoas (IBGE, 2021). O município possui um clima tropical de altitude, com inverno seco e frio, mas com verões úmidos e quentes. Algo que favorece a constância de chuvas durante os meses de dezembro a março e um período mais seco entre os meses de junho a agosto, onde tem-se a marcação da estação do inverno (ICMBio, 2022).

Petrópolis também é conhecida como cidade Imperial, uma vez que sua estrutura cultural e arquitetônica é composta por construções históricas da época do Brasil Imperial. Inclusive, seu nome remete à importância da cidade para o império, tendo como significado cidade/terra de Pedro. Não obstante, possui alguns títulos tais como, capital estadual dos produtos orgânicos; capital estadual do canto coral; capital estadual da cerveja, e capital estadual do casamento.

***Meios de acesso ao município***

Nesta seção foram apresentados os principais meios de acesso à Petrópolis, destacando-se 4 vias: BR 040 Rio de Janeiro a Belo Horizonte (Rodovia Washington Luiz); BR 495 Petrópolis (Itaipava) - Teresópolis (Estrada das Hortênsias); RJ 117 – Petrópolis – Paty de Alferes (Rodovia Bernardo Coutinho); e a RJ 107 (Estrada Velha da Estrela –Magé – Petrópolis).

Por meio desta seção, foi possível concluir que as rodovias BR-040 e RJ-117 apresentam sinalização boa com a presença de placas, marca viária, luz ou qualquer outro elemento gráfico, de acordo com o disposto no Código de Trânsito Brasileiro – CTB. Já as rodovias BR-465 e RJ-107 encontram-se com sinalização deficitária e seus sinais de comunicação não facilitam a circulação dos usuários e apresentam uma baixa segurança de rodagem.

Já em relação a existência de rodoviárias, Petrópolis possui duas estruturas de acesso à ônibus intermunicipal e municipal: o terminal Rodoviário Governador Leonel Brizola (conhecido popularmente por rodoviária do Bingen) e o Terminal Rodoviário Imperatriz Leopoldina (conhecida popularmente por rodoviária do Centro). Além destas rodoviárias ainda há o Terminal Itaipava – Araras, que integra bairros como Areal e Pedro do Rio e o Terminal rodoviário de integração de ônibus de Corrêas, que integra bairros como Corrêas, Nogueiras e Araras.

***Sistema de comunicação***

Na Região Turística Serra Verde Imperial, o número de acessos à Banda Larga Fixa é considerado alto quando comparado a média do Estado do Rio de Janeiro (ANATEL, 2022). Petrópolis conta com 7 empresas prestadoras de serviços de telefonia móvel celular e 5 de serviços de telefonia fixa. O município ainda conta com 5 estações de rádio, 2 emissoras de TV e 10 provedores de acesso às redes de comunicações. Segundo a ANATEL (2022), em julho de 2022, os contratos de telecomunicações como

Banda Larga Fixa, Telefonia Móvel, TV por assinatura e Telefonia fixa, alcançaram um total de 826,1 mil contratos.

***Sistema de Segurança***

O sistema de segurança petropolitano é composto das mais diversas instituições de proteção e amparo ao turista, tais como: Guarda Civil, Defesa Civil, Polícia Rodoviária Federal, Polícia Militar, Polícia Civil, Polícia Federal e Corpo de Bombeiros Militar. A Guarda Civil é formada pelos seguintes grupamentos: Ronda Escolar; Proteção Ambiental; Proteção às Atividades Municipais; Grupamento Ostensivo de Trânsito e Destacamento de Operações com cães; efetivo para proteção dos setores e patrimônio da Prefeitura Municipal de Petrópolis.

A Defesa Civil se destaca por ser uma das mais preparadas do Estado do Rio de Janeiro em buscas e salvamentos por desastres por sedimentos. A Polícia Militar atua no município sob a responsabilidade do 26º Batalhão de Polícia Militar (BPM), possuindo três companhias destacadas, a saber: 3ª Cia – Cascatinha; DPO Posse e PPC de Corrêas. A Polícia Civil conta com 2 delegacias no município.

O Corpo de Bombeiros Militar atua no município de Petrópolis sob a jurisdição do décimo quinto Grupamento de Bombeiros Militar (15º GBM Petrópolis). O 15º GBM possui um Destacamento de Bombeiros Militar no Distrito de Itaipava (3º Distrito). Já a Polícia Rodoviária Federal (PRF) em Petrópolis é responsável pelo patrulhamento da Rodovia Federal BR04, contando com três postos, a saber: Quitandinha; Bingen e Itaipava. Por fim, esta mesma polícia oferece o atendimento para emissão de passaportes.

***Sistema médico-hospitalar***

Segundo os dados oriundos da DATASUS (2022), para o período de agosto de 2022, Petrópolis contava com uma oferta de 693 estabelecimentos de saúde, sendo 94 de administração pública municipal, 329 de administração demais entidades

empresariais, 12 de administração de entidades sem fins lucrativos e 258 de administração por pessoa física. Além disso, cabe ressaltar que alguns hospitais privados possuem parceria para atendimento de grande complexidade com o município.

***Sistema educacional***

Em 2010, a taxa de escolarização dos munícipes petropolitanos entre 6 a 14 anos foi de 97,4%. Comparativamente, tal índice nos permite estabelecer as seguintes relações: entre as cidades brasileiras (5570), tal marco fez com que Petrópolis ocupasse a 82ª colocação; entre as 92 urbes fluminenses, a 9ª posição; e entre os quatro municípios de sua região geográfica imediata – Petrópolis, Teresópolis, São José do Vale do Rio Preto e Areal – o 1º lugar (IBGE CIDADES, s/d).

Em relação ao sistema educacional petropolitano, o município foi inventariado, em julho de 2022, apresentando as seguintes distribuições das modalidades de ensino: Educação Infantil – 126 escolas ofertavam esta modalidade, observando as seguintes distribuições: 31,51% (46) pertencem à esfera particular e 63,49% (80) à pública municipal; Ensino Fundamental – 155 estabelecimentos, sendo 34,84% (54) particulares e 65,16% (101) públicas municipais; Ensino Médio – 37 escolas, sendo 64,86% (24) particulares, 5,41% (2) municipais, 27,03% (10) estaduais e 2,70% (1) federais; Educação para Jovens e Adultos – 18 estabelecimentos, sendo 5,56% (1) particulares, 77,78% (14) municipais e 16,67% (3) estaduais; Educação Profissional – 5 escolas, sendo 20,00% (1) particulares, 60,00% (3) estaduais e 20,00 (1) federais.

Já no tocante ao ensino superior, observa-se a presença de 13 instituições. No que tange suas categorias administrativas, oito delas são instituições particulares e cinco públicas. Quanto às suas modalidades, 11 oferecem cursos em formato presencial e 03 em ensino à distância.

***Outros serviços e equipamentos de apoio***

Nesta seção da inventariação, foram levantados os seguintes equipamentos turísticos: locadoras de imóveis; locadoras de automóveis/embarcações/aeronaves; comércio; agências bancárias/casa de câmbio; serviços mecânicos; postos de abastecimento; locais/templos de manifestação de fé; representações diplomáticas.

No que se refere ao seguimento de locação de imóveis, segundo levantamento na plataforma Airbnb, foram identificados 799 estabelecimentos ativos, incluindo: 557 casas, 70 apartamentos, 54 flats, 51 chalés, 34 lofts e 33 sítios. Observou-se que Itaipava é o distrito que mais oferece aluguel de imóveis com finalidade turística, ocupando 37,80% dos 799 espaços inventariados. Cascatinha apresentou 32,30%, o Centro com 29,41%, Pedro do Rio com 0,37% e Posse, com apenas 0,12%.

Com relação às Locadoras de Automóveis / Embarcações / Aeronaves, com base na CNAE principal e CNPJs ativos em junho de 2022, foram encontradas 19 locadoras de veículos em Petrópolis. Comparando este resultado com o ano de 2018, é possível notar um crescimento de 6 empresas, representando um aumento percentual de 46,16%. Do total de locadoras de veículos levantadas, observou-se que 12 dessas empresas estão situadas no Centro, 6 em Cascatinha, 1 em Itaipava e nenhuma nos distritos Pedro do Rio e Posse.

No tocante ao Comércio, verificou-se que no município de Petrópolis existem 65 estabelecimentos para atendimento da demanda turística. Já agências bancárias e as casas de câmbio, foram encontrados 62 estabelecimentos, onde 83,87% destes estão situados no centro de Petrópolis. Em relação ao Serviços de Mecânico, foram registrados 11 estabelecimentos, sendo que 4 localizados em Cascatinha, 4 no Centro, 1 em Itaipava e 1 em Pedro do Rio.

Já os Postos de Abastecimento foram identificados em um total de 79 empreendimentos. Destes, 38 localizados no Centro, 17 em Cascatinha, 17 em Itaipava, 4 na Posse e 3 em Pedro do Rio. No tocante aos Locais / Templos de Manifestação de Fé, nota-se uma diversidade de espaços religiosos, comportando templos católicos,

templos cristãos, templos luteranos, sinagogas israelitas, mesquitas muçulmanas e outros. No levantamento foram identificados 104 espaços. Destes, 66,35% estão situados no distrito Centro, 26,92% em Cascatinha, 2,88% na Posse, 1,92% em Itaipava e 1,92% em Pedro do Rio.

Das demais observações feitas, pontua-se que Pedro do Rio e Posse só possuem templos evangélicos. Em Itaipava, por sua vez, foram identificadas uma igreja católica e uma igreja evangélica. Por fim, quanto as representações diplomáticas, não foram encontrados registros para esta tipologia.

## CARACTERIZAÇÃO DA INFRAESTRUTURA DE APOIO AOS SERVIÇOS TURÍSTICOS

A partir dos dados do Observatório Regional de Turismo, os equipamentos de hospedagem petropolitanos observaram um crescimento de 22,68% entre 2012 a 2019. Sobre essa oferta turística, durante a inventariação foram constatados 122 equipamentos de hospedagem, onde a principal tipologia foi a pousada.

Com estes esclarecimentos efetuados, salienta-se o impacto que este setor possui sobre a economia petropolitana. Em 2021, detectaram-se 815 empregos diretos, com carteiras assinadas, que representaram 23,3% do total dos trabalhos formais do sistema turístico de Petrópolis. Outro ponto importante é que estes equipamentos de hospedagem geraram, no ano supracitado, um faturamento estimado de R$ 124,69 milhões.

Nota-se que o distrito de Petrópolis concentra a maior parte do faturamento (44,15%) e dos empregos diretos (41,10%) do segmento hoteleiro. Em segundo lugar, temos o distrito de Itaipava, com as seguintes participações percentuais: faturamento (33,15%) e empregos diretos (30,55%). Interessante notar que, em 2021, apenas estes dois distritos são responsáveis por concentrar 77,3% do faturamento e 71,65% dos trabalhos formais inerentes aos equipamentos de hospedagem petropolitanos.

No tocante ao tipo de hospedagem, nota-se que os distritos de Petrópolis e Itaipava são os mais plurais, uma vez que ambos concentram 7 tipologias distintas. No distrito Petrópolis, a seguinte distribuição é percebida: albergue (hostel) – 10,94% (7 unidades); bed & breakfast – 1,56% (1 unidade); camping – 1,56% (1 unidade); hotel – 34,38% (22 unidades); hospedaria – 4,69% (3 unidades); pousada – 45,31% (29 unidades); e pensão – 1,56% (1 unidade). Já no distrito de Itaipava: apart-hotel/flat/Condohotel – 1,56% (1 unidade); bed & breakfast – 1,56% (1 unidade); camping – 1,56% (1 unidade); hotel – 11,54% (3 unidades); hotel de lazer/resort – 11,54% (3 unidades); pousada – 57,69% (15 unidades); e spa – 1,56% (1 unidade). Em contrapartida, o distrito de Posse é o que expõe a menor pluralidade (2 tipologias), sendo esta, estruturada da seguinte forma: pousada – 75,00% (3 unidades); e spa – 25,00% (1 unidade).

A gastronomia se confirma como uma das atividades que mais possui empresas, totalizando 3.306 CNPJs ativos, sendo estas responsáveis por 64% das carteiras assinadas e R$ 608,50 milhões em faturamento (60,3%) no município. Ao ampliar a ótica para a localização destes espaços, percebe-se que 259 estão inseridos em áreas urbanas, enquanto 54 em áreas rururbanas e 11 em áreas rurais.

As agências e operadores turísticos apresentaram 137 e 66 CNPJs ativos, respectivamente, totalizando 203 empreendimentos. Já os Serviços e equipamentos para eventos são formados por 389 CNPJs (denominados como serviços de organização de feiras, congressos, exposições e festas) e 195 CNPJs (atividades de produção de fotografias, exceto aérea e submarina), representando 61,22% dos CNPJ dos equipamentos de serviços e equipamentos para eventos petropolitanos. Um fator que chamou atenção na inventariação desse setor é a sua quantidade de MEIs. Em relação à estimação do faturamento para os MEI, o valor faturado é R$ 15 milhões. Por meio da distribuição espacial, é possível perceber uma grande concentração desses equipamentos nos distritos de Petrópolis e Itaipava.

Quanto aos serviços e equipamentos para transporte, foram encontrados 23 equipamentos de transporte rodoviário, subdivididos em: locadoras – 34,78% (8 unidades); e transportadoras turísticas – 65,22% (15 unidades). Cabe ressaltar que, em 2021, foram registrados 19 empregos diretos, com carteira assinada, que representaram 0,5% do total dos trabalhos formais do ecossistema turístico petropolitano. Outro ponto interessante é que estes equipamentos produziram, no ano supramencionado, uma receita estimada de R$ 10,01 milhões.

Para os serviços e equipamentos de lazer e entretenimento, a categoria que mais se destaca é a de prestadores de serviços, com cerca de 46% dos CNPJ ativos. Ao analisar a distribuição espacial deste setor nos distritos petropolitanos, nota-se uma expressiva concentração no distrito de Petrópolis (134 registros), seguido do distrito de Itaipava com 15 equipamentos.

Já em relação aos outros serviços e equipamentos turísticos, observa-se a existência de 5 Centros de Informações Turísticas (CITs), sendo eles (OBSERVATÓRIO REGIONAL DO TURISMO, 2021): CIT Praça da Liberdade (Centro Histórico); CIT Quitandinha (Portal do Quitandinha); CIT Itaipava (Parque Municipal Prefeito Paulo Rattes); CIT Bingen (Terminal Rodoviário Governador Leonel Brizola); CIT Rua Teresa (Centro de Moda da Rua Teresa).

Aqui cabe apontar que o CIT Bingen tem funcionado com escassez de recepcionistas o que tem causado funcionamento deficitário. Além dos CITs, Petrópolis também possui: a Associação Petrópolis Congressos e Eventos; Petrópolis Convention e Visitors Bureau - PC&VB; Associação dos Guias de Turismo de Petrópolis; Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Petrópolis; Associação Petropolitana de Profissionais de Eventos e Entretenimento; Associação de Cervejeiros Artesanais do Município de Petrópolis; e a Associação dos Grupos Folclóricos Alemães de Petrópolis.

No tocante ao segmento de pedras, cerâmicas e acessórios, foram encontrados 16 CNPJs ativos, representando 1,2% do setor de turismo. O setor emprega 82

profissionais com carteira assinada e possui um faturamento estimado de R$ 14,35 milhões. Os distritos de Petrópolis e Itaipava concentram 6 CNPJs ativos cada um. O distrito de Cascatinha possui 3 CNPJs ativos, com 2 profissionais empregados com carteira assinada e contabiliza um faturamento de R$ 0,77 milhões, o que significa 1,1% do faturamento total do distrito. Já o distrito Pedro do Rio possui apenas 1 CNPJ ativo, empregando 5 profissionais e com um faturamento de R$ 0,35 milhões. No distrito da Posse não há nenhum registro de CNPJ ativo.

Já relação ao segmento de outros artefatos, levantaram-se 8 CNPJs ativos que empregavam 5 funcionários com carteira assinada e apresentaram um faturamento estimado na ordem de R$ 2,17 milhões.

## ATRATIVOS TURÍSTICOS

Esta inventariação considerou os atrativos turísticos divididos em: culturais; naturais; econômicos; técnicos, científicos e artísticos; e eventos permanentes.

O município de Petrópolis é composto por 67 atrativos culturais que observam uma expressiva concentração dos subtipos arquitetura religiosa, bebidas e museu/memorial. Além disso, os atrativos turísticos são um fator de grande importância na decisão de visitar Petrópolis segundo 52,6% dos turistas. Já no tocante aos atrativos turísticos naturais, foram levantados 16. Ao analisar suas distribuições espaciais, nota-se uma concentração em áreas protegidas.

Em relação os atrativos econômicos, existem 28 empresas que poderiam ser trabalhadas neste escopo. O distrito de Petrópolis possui a maior concentração de empreendimentos, com 11 do total (sendo 7 na área urbana e o restante na parte rural do distrito), seguida por Pedro do Rio e Posse. No segmento da Indústria, o distrito de Petrópolis permanece com a liderança (10 empresas), seguida por Itaipava (4 estabelecimentos). No que tange à agropecuária, o distrito da Posse fica na liderança (3 registros), seguido por Pedro do Rio (2 registros).

Para os atrativos técnicos, científicos e artísticos foram encontradas 11 indicações. O distrito Petrópolis possui 5 atrativos, a saber: Laboratório Nacional de Computação Científica, Casa de Petrópolis, Museu Imperial, Casa da Princesa Isabel e SERRATEC - Parque Tecnológico Região Serrana. Já o distrito de Cascatinha possui uma maior diversidade neste escopo de atrativo, através de cinco representações: ILS Ateliê; Angá Ateliê Culinário; Exposição Anthropo Arte; Jardim Botânico de Nogueira; e Viveiro Muda Tudo. Por fim, em Itaipava, a única atração encontrada foi o Viveiro Caioaba.

No que se refere aos eventos permanentes, os distritos que realizam esse tipo de atividade são Petrópolis e Itaipava, com 6 feiras e exposições cada, sendo: duas feiras promocionais, uma cultural e duas outro tipo de feira (adoção de animais).

## ANÁLISE DA DEMANDA TURÍSTICA PETROPOLITANA

O número de turistas que pernoitaram, pelo menos, um dia em Petrópolis foi da ordem 441.372 turistas em 2019, 246.572 em 2020 e 407.844 em 2021. Por meio destes resultados, estimou-se uma média de 36.781, 20.547 e 33.987 turistas por mês nos anos de 2019, 2020 e 2021, respectivamente. Apesar dos resultados apresentados serem apenas uma estimativa do número de turistas que pernoitaram, pelo menos, um dia em Petrópolis e não o quantitativo real, a metodologia proposta é importante para o Observatório Regional do Turismo fazer um acompanhamento da atividade turística petropolitana.

Quando verificado o impacto da pandemia na demanda turística, foi possível verificar que houve uma queda de 44,14% no número de turistas no ano de 2020 quando comparado ao ano de 2019. Ao analisar o ano de 2021, percebeu-se uma recuperação da atividade turística em Petrópolis com um crescimento de 65,41% comparado com 2020, mas a demanda ainda não retoma os níveis pré-pandemia.

### Perfil da Demanda Efetiva do Sistema de Turismo Petropolitano

Considerando que a demanda efetiva para o ano de 2021 foi da ordem de 407.844 turistas, estima-se que cerca de 1.117 visitaram Petrópolis diariamente. Tomando este quantitativo como o tamanho da população (N), um nível de confiança de 90% e um erro amostral de 10%, o tamanho da amostra representativa da demanda turística efetiva petropolitana é da ordem de 192 questionários. Desta forma, por meio de 211 turistas entrevistados foi verificado a existência de uma grande variedade de cidades emissoras. Mas agrupando estas cidades por região, percebeu-se um grande número de turistas oriundos da região metropolitana do Rio de Janeiro, Zona da Mata Mineira, Belo Horizonte e São Paulo. Estas regiões/municípios representam cerca de 80% da demanda turística petropolitana. É possível apontar que a maioria dos turistas são do sexo masculino (58,8%), 57% dos entrevistados são casados, 32,9% são solteiros e possuem faixa etária entre 25 a 54 anos (74,2%). No que se refere ao nível de escolaridade, chama atenção a demanda turística com nível superior completo (49,3%) e incompleto (15,6%). A ocupação principal em sua maioria é de servidores públicos (23,1%).

Outra característica do turista que cabe destacar é a elevada renda familiar. 51% dos turistas informaram possuir renda familiar superior a R$ 5.225,00. 53,1% dos turistas informaram que estavam acompanhados da família e 21,8% estavam acompanhados pelo cônjuge. A pesquisa ainda encontrou que os turistas que estavam acompanhados, possuíam de 2 a 4 acompanhantes.

O meio de transporte majoritariamente utilizado foi o automóvel próprio. 68,6% dos visitantes ficaram hospedados pelo menos um dia em Petrópolis. Destes, 50% ficaram hospedados em hotel/pousada, 21,3% em casa alugada e 16,5% em casa de amigos/parentes. Dos que ficaram hospedados em casa alugada, 31,7% relataram que utilizaram a plataforma Booking e 23,6% utilizaram o AIRBNB. 79,54% dos turistas informaram que permaneceriam no destino de 1 a 3 dias.

Cabe ressaltar que os principais motivadores da viagem à Petrópolis foram os atrativos históricos, culturais e naturais; natureza e clima; descanso/repouso; passeios

e compras. Quando perguntado qual o motivo de ter escolhido Petrópolis comparado aos outros destinos existentes no estado do Rio de Janeiro, as principais respostas foram atrativos históricos e culturais; natureza/clima; distância e indicação/recomendação.

Uma resposta que chamou atenção foi que 55,6% dos turistas não sabem responder acerca de festas e eventos e 46,1% dos turistas não saberem responder sobre o artesanato da cidade. Outro ponto importante notado, foi o fato que o turista petropolitano possui um gasto médio diário da ordem de R$ R$ 1.356,00. Onde 27,29% e 16,37% dos desembolsos são para custear hospedagem e alimentação, respectivamente.

Por fim, os turistas puderam opinar no que a cidade poderia melhorar, as principais respostas apontaram para a sinalização de trânsito e dos atrativos; congestionamento e estacionamento; e infraestrutura básica.

**Perfil da Demanda Desejada pelo Sistema de Turismo Petropolitano**

O perfil da demanda desejada foi construído a partir da aplicação da técnica Delphi de duas rodadas em reunião realizada com o trade de turismo de Petrópolis. A partir deste foi possível perceber que o perfil do turista esperado em 2030 é similar ao do turista atual no que tange a faixa etária, nível de escolaridade, renda familiar, tempo de permanência, número de acompanhantes, tipologia de hospedagem entre outros.

Apesar de alguns valores do perfil de gasto médio diário esperado aparecerem menores do que na demanda efetiva, o total médio gasto atualmente pelo turista é R$ 1.075,00 menor do que o gasto esperado em 2030. Além disso, o trade entende que as maiores alterações do perfil dos gastos médios devem ocorrer no Artesanato, nos Passeios, Guias e City tour.

**Demanda Turística Potencial**

Para caracterização da demanda turística potencial considerou-se que as principais regiões emissoras são: Região Metropolitana do Rio de Janeiro (população de cerca de 12 milhões), Belo Horizonte (população de cerca de 2,5 milhões), Zona da Mata Mineira (população de cerca de 2,5 milhões) e São Paulo (população de cerca de 12 milhões) e considerando que estas regiões somadas concentram cerca de 29 milhões de habitantes, a demanda potencial petropolitana supera a capacidade da oferta hoteleira que a equipe estima que atualmente seja de 659.256 turistas. Considerando o número de turistas atual (2021), estima-se que o sistema de turismo petropolitano tenha uma demanda reprimida de cerca de 250 mil turistas.

## VALOR ADICIONADO DO SISTEMA PRODUTIVO DE TURISMO PETROPOLITANO

### Estimativa do Valor Adicionado do Sistema Produtivo de Turismo Petropolitano

A estimativa do valor adicionado do ecossistema produtivo do turismo petropolitano permitirá a criação políticas ativas de adensamento e desenvolvimento das atividades produtivas do município devem ter como ponto de partida o planejamento, diretrizes e ações bem definidas. Uma vez que com base na metodologia desenvolvida foi possível apontar para uma estagnação do ponto de vista econômico e do ciclo de vida do sistema de turismo petropolitano, visto que em 10 anos de análise quando comparado 2019 em relação a 2010, a participação do turismo na economia de Petrópolis permanece praticamente constante no patamar de 2,58%.

## MULTIPLICADOR DO EMPREGO DO ECOSSISTEMA DE TURISMO DE PETRÓPOLIS

De modo a auxiliar a TURISPETRO, o COMTUR e o trade turístico, aplicou-se o multiplicador de base econômica para estimar o multiplicar de emprego do ecossistema de turismo de Petrópolis. O multiplicador do emprego do ecossistema produtivo de turismo petropolitano foi calculado utilizando os dados de empregos formais para o ano de 2021.

Com base nessa metodologia foi encontrado um multiplicador do ecossistema produtivo do turismo de Petrópolis da ordem de 3,06. Este resultado revela que para cada 100 empregos formais diretos criados na estrutura produtiva de turismo, outros 206 empregos formais indiretos adicionais são criados na economia de Petrópolis, totalizando a geração de 306 empregos formais no município.

## DIAGNÓSTICO SITUACIONAL – PROSPECÇÃO DA MATRIZ SWOT DO SISTEMA TURÍSTICO PETROPOLITANO

Através deste diagnóstico houve a oportunidade de se oferecer, através da metodologia SWOT, um minucioso entendimento sobre os pontos fortes e fracos dos produtos/serviços turísticos, assim como as oportunidades e ameaças oriundas do seu mercado. Entendimento este que foi construído a partir da realização de dois seminários que contaram com a participação da Secretaria de Turismo de Petrópolis (TURISPETRO), do Petrópolis *Convention & Visitors Bureau*, além das mais distintas representações do sistema turístico petropolitano.

Desse modo, com relação ao sistema supracitado, foram diagnosticados e validados 21 pontos fortes, 35 pontos fracos, 11 oportunidades e 12 ameaças que balizaram os objetivos, programas, projetos e estratégias expostos no Plano de Desenvolvimento Turístico Petropolitano 2023-2030.

## PLANO DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO PETROPOLITANO 2023-2030

A partir dos resultados obtidos pela matriz SWOT explicitada anteriormente, foram definidas prioridades – por representantes do COMTUR, TURISPETRO, PC&VB, AGP, sociedade civil, iniciativa privada, terceiro setor e demais grupos interessados durante os workshops anteriormente listados – que alicerçaram a construção de objetivos, programas, projetos e estratégias a serem desenvolvidos entre 2023 a 2030.

Em relação aos programas e projetos turísticos, com base nos anseios dispostos pelos stakeholders petropolitanos, foram apresentados 8 programas a serem concretizados entre 2023 a 2030, sendo eles:

i) Programa para qualificação da oferta turística, que conta em seu escopo com os projetos de: Captação, Planejamento e Organização de Eventos, Qualificação da Mão-de-Obra Hoteleira, Hospitalidade e Excelência em Serviços Turísticos, Aprimoramento dos Serviços de Receptivo, Gestão de Bares e Restaurantes e Demais setores turísticos.

ii) Programa de Comunicação e Marketing do Destino Turístico tem em sua composição os projetos de Revitalização do plano de marketing turístico 2023-2030, Comunicação estratégica para o destino turístico petropolitano, Estratégias de marca e marketing digital e Feiras de turismo nacionais e internacionais.

iii) Programa para o aprimoramento da infraestrutura turística petropolitana, este é composto pelos projetos de: Sinalização Turística, Mobilidade urbana e Infraestrutura pública e privada. O programa para diversificação e inovação dos produtos turísticos é composto pelos projetos Petrópolis e o Turismo 4.0 e Diversificação de segmentos e fortalecimento dos produtos turísticos locais.

iv) No tocante a acessibilidade, o plano tem como programa para a acessibilidade turística que está segmentado nos projetos de Adequação da oferta hoteleira, Infraestrutura, equipamentos e atrativos turísticos acessíveis e Capacitações para atendimento do público PcD.

v) Já o programa para o aprimoramento das informações turísticas está alicerçado nos projetos do Observatório Regional do Turismo de Petrópolis e dos Centros de Informação Turística. No tocante a formação de ambientes que permitam uma articulação e um debate democrático entre os players de um determinado sistema turístico foi estruturado Programa para a Governança Turística.

vi) E por fim, mas de grande importância, desenvolveu-se o Programa para o desenvolvimento turístico sustentável com os projetos de Responsabilidade Ambiental, Responsabilidade Social, Responsabilidade Cultural, Responsabilidade Econômica, Responsabilidade Política.

No tocante às estratégias, estas foram definidas por um escopo temporal de curto, médio e longo prazo, sem esquecer seus escopos cíclicos. Assim, como estratégias de curto prazo (ações a serem finalizadas entre o triênio de 2023-2025), o *trade* turístico petropolitano, a Secretaria de Turismo e o Conselho Municipal de Turismo de Petrópolis definiram: Captação, planejamento e organização de eventos; Hospitalidade e excelência em serviços turísticos; Aprimoramento dos serviços de receptivo; Revitalização do plano de marketing turístico 2023-2030; Comunicação estratégica para o destino turístico petropolitano; Estratégias de marca e marketing digital; Feiras de turismo nacionais e internacionais; Sinalização turística; Observatório Regional do Turismo de Petrópolis; Centros de Informação Turística; Formalização cadastral – CADASTUR; e Sensibilização dos munícipes.

Já as estratégias de médio prazo (ações que precisam ser executadas entre 2023-2028), temos: Qualificação da mão-de-obra hoteleira; Gestão de bares e restaurantes; Demais setores turísticos; Petrópolis e o turismo 4.0; Diversificação de segmentos e fortalecimento dos produtos turísticos locais; Adequação da oferta hoteleira; Capacitações para atendimento do público PcD; Ações integradas para a região turística Serra Verde Imperial; Responsabilidade ambiental; Responsabilidade social; Responsabilidade cultural; Responsabilidade económica; Responsabilidade política.

Por fim, as estratégias de longo prazo (2023-2030) foram assim elencadas: Mobilidade urbana; Infraestrutura pública e privada; Infraestrutura, equipamentos e atrativos turísticos acessíveis.

Ademais, o referido plano também explicita um conjunto de metas que busca, por exemplo, a duplicação da demanda turística atual e o aumento PIB do setor em 73,64% em 8 anos. Em relação ao emprego e ao número de empresas, os players esperam um crescimento de 21,75% e 17,50%, respectivamente.

# INVENTÁRIO DA OFERTA TURÍSTICA PETROPOLITANA

# 1. INVENTÁRIO DA OFERTA TURÍSTICA PETROPOLITANA

Respeitando os preceitos metodológicos propostos pelo Ministério do Turismo (BRASIL, 2006), esta inventariação contemplou as seguintes caracterizações: do município; da infraestrutura de apoio ao turismo; e dos atrativos. Desse modo, todas as informações relatadas abaixo buscam esmiuçar cada um desse componentes a partir da lógica territorial do município de Petrópolis, RJ.

## 1.1. Caracterização geral do município

### *1.1.1. Informações básicas do município*

O município de Petrópolis, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2020), está situado no estado do Rio de Janeiro, e ocupa uma área de 795.798 km2 deste mesmo Estado. Além disso, ainda segundo o IBGE (2010), é a cidade mais populosa da região Serrana Fluminense com uma densidade demográfica de, aproximadamente, 384,8 habitantes por km² e uma população estimada de 307.144 pessoas, segundo o IBGE 2021. O município de Petrópolis está na região administrava da região metropolitana do estado do Rio de Janeiro e é subdividido em cinco distritos, a saber: Petrópolis, Cascatinha, Itaipava, Pedro do Rio e Posse. A Figura 1 apresenta o mapa do estado do Rio de Janeiro e a Figura 2 reporta os distritos no território petropolitano.

## FIGURA 1 – MAPA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO COM O MUNICÍPIO DE PETRÓPOLIS EM DESTAQUE.

**Fonte:** Fundação Centro Estadual de Estatísticas, Pesquisas e Formação de Servidores Públicos do Rio de Janeiro (CEPERJ, 2019)

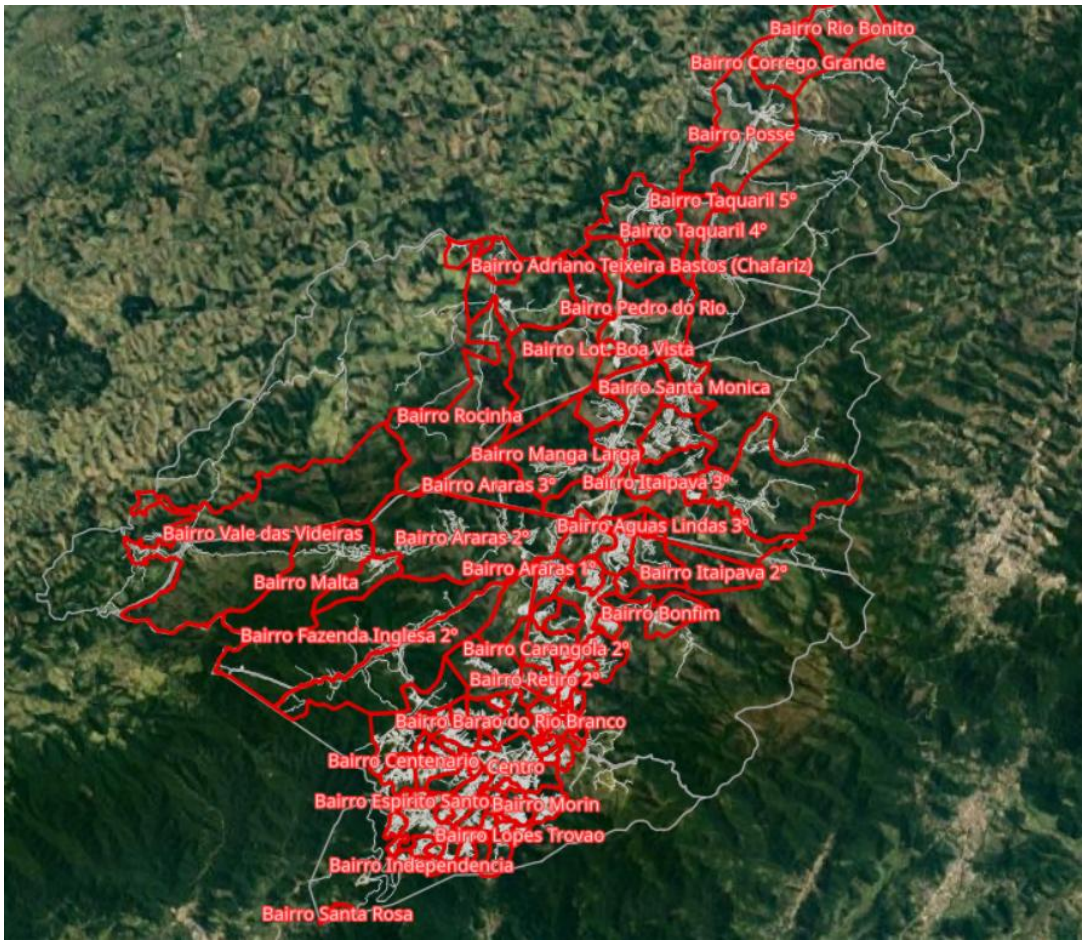
Cabe informar que anteriormente a promulgação da Lei Complementar 184/18, o município de Petrópolis integrava região administrativa da Região Serrana. Após a referida Lei, o município passa a integrar a região metropolitana do estado do Rio de Janeiro. A subdivisão do território petropolitano em distritos, pode ser visualizado abaixo.

**FIGURA 2 – DIVISÃO TERRITORIAL DO MUNICÍPIO DE PETROPÓLIS EM DISTRITOS**

**Fonte:** Relatório de mapeamento de risco (2013).

Embora não exista uma divisão oficial dos bairros por distrito, em 2018, foi aberta uma consulta pública para a "oficialização" dos bairros considerando os "contornos imaginários estabelecidos ao longo do tempo pelos moradores dos bairros" e o "ajuste dos respectivos perímetros de cada bairro incluindo os aspectos naturais, como rios, e aspectos urbanísticos, como vias, pontes e acessos (G1- região serrana, 2018). A proposta para "nova divisão oficial dos bairros", pode ser visualizada na figura a seguir.

**FIGURA 3 – PROPOSTA PARA "NOVA DIVISÃO OFICIAL DOS DISTRITOS"**




**Fonte:** Mapas e cartografia da Prefeitura de Petrópolis

Sabendo que o projeto ainda não foi concretizado, cabe relacionar, também, a divisão dos bairros segundo os "contornos imaginários estabelecidos ao longo do tempo pelos moradores". Desta forma, estes bairros estão distribuídos nos distritos, segundo visite Petrópolis (2022), da seguinte forma:

**No primeiro distrito** – Petrópolis (Centro - Valparaíso - Bingen - Quitandinha - Morin - Alto da serra - Alto independência - Castelânea - Siméria - Retiro - Mosela - São Sebastião - Vila Manzini - Moinho Preto - Duarte da Silveira - Fazenda Inglesa - Rocio - Bataillard - João Xavier entre outros).

**No segundo distrito** – Cascatinha (Itamarati - Corrêas - Nogueira - Quissamã - Bairro da Glória entre outros.

**No Terceiro distrito** – Itaipava (Vale do Cuiabá - Madame Machado - Catubira - Manga Larga - Sumidouro - Bonfim - Benfica - Jardim americano entre outros.

**No quarto distrito** – Pedro do Rio (Retiro das Pedras, Fagundes, Barra Mansa, Secretário, Alto Pegado, Vila Rica, Taquaril etc.).

E por fim, **no quinto distrito** - Posse (Nossa Senhora de Fátima - Ingá - Córrego Grande - Córrego Sujo - Boa Vista - Xingu – Merencia).

Cabe ressaltar que Petrópolis está inserido no conjunto montanhoso da Serra dos Órgãos, junto a outros municípios como Teresópolis, Petrópolis, Magé e Guapimirim que fazem parte do Parque Nacional da Serra dos Órgãos, segundo o Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBIO, 2022). Além disso, de acordo com cidade-brasil (2022), Petrópolis tem como municípios que fazem divisa com seu território: Areal, Duque de Caxias, Guapimirim, Magé, Miguel Pereira, Paraíba do Sul, Paty do Alferes, São José do Vale do Rio Preto e Teresópolis. Além de estar a 53 km do Aeroporto Internacional Antônio Carlos Jobim e a 63 km do Aeroporto Santos Dumont, ambos na cidade do Rio de Janeiro.

Já em relação ao clima de Petrópolis, pode-se destacar um clima tropical de altitude com inverno seco e frio, mas com verões úmidos e quentes. Este perfil favorece a constância de chuvas durante os meses de dezembro a março e um período mais seco entre os meses de junho a agosto, onde tem-se a marcação da estação do inverno, de acordo com ICMBio (2022). Vale notar que o perfil climático se destaca na integração do mesmo com a vegetação existente, que ainda se apresenta traços da Mata Atlântica original.

E este perfil climático e de vegetação que fez o Imperador Dom Pedro I descobrir este local, que segundo Associação Brasileira da Industria de hotéis do Rio de Janeiro – ABIHRJ (2022), ficou encantado com a exuberância e amenidade do clima. E não é por acaso que Petrópolis também é conhecido como cidade Imperial, uma vez em sua estrutura cultural e arquitetônica é composta por construções históricas da

época do Brasil Imperial. Estas construções estão mais presentes no Primeiro distrito, porém os outros 4 distritos contribuem para esta divisão administrativa com outros atrativos e estruturas de outros setores da economia como, por exemplo, o turismo ecológico, de aventura, comercio e indústria (DIÁRIO DE PETRÓPOLIS, 2020). Este cenário e a história de sua construção, física, cultural e populacional, acabaram contribuindo para a fixação da região no imaginário local e internacional através das novelas, filmes, documentários e estudos sobre ou ambientados na cidade, segundo Infográficos Globo (2020).

Essa trajetória, também, trouxe para Petrópolis marcos importantes como o título de: a capital estadual dos produtos orgânicos pela Lei nº 8118 foi publicada no Diário Oficial do Estado de 25 de setembro de 2018; a capital estadual do canto coral pela Lei nº 8.600, de 31 de outubro de 2019; a capital estadual da cerveja, através da Lei 7.650, sancionada no dia 14 de julho de 2017. Este título se justifica, uma vez que, segundo a Associação das Cervejarias Artesanais de Petrópolis (ACAP), a cidade emprega cerca de 1,5 mil pessoas e possui 21 produtoras de cerveja (diário de Petrópolis, 2017). Outro título recente, de a capital estadual do casamento, Lei 9709, de 8 de junho de 2022, segundo o diário de Petrópolis (2022a), são em média 4 uniões por dia na cidade.

Além destes títulos que reconhecem o papel de importância da cidade de Petrópolis tem-se, também, no segmento de eventos, segundo a TURISPETRO (2022), um calendário de festividades, eventos e feiras que vão desde a celebração povos fundadores da cidade a feiras de participação social, ambiental, bem-estar, esportiva e de negócios[1].

[1] Copa Internacional Michelin de Mountain Bike, Copa do Mundo Mercedes Benz de Mountain Bike, Rock the Mountain, Vira Petrópolis, Festa de Portugal, Festival de Vedanta e Autoconhecimento, Samba Itaipava, Serra Wine Week, Deguste – Feira De Cerveja Artesanal, Oktoberfest Petrópolis, Solstício do Som, Festival de Fondue, Racletes, Caldos d Cremes, Roda, Festival Serraforró, Festival Sesc de Inverno, Encontro Petropolitano de Veículos de Coleção, Festival de Inverno de Itaipava, Festival Agroserra da Roça ao Prato, Festa de São Cristóvão, Serra Bugs, Festival de Churros, Bauernfest – Festa do Colono Alemão, Biergarten, Concurso Hípico de Inverno Haras Massangana, Saloon BBQ Itaipava, Dançar por Dançar, Trilhando com Eles, Circuito Imperial de Automobilismo, Inesquecível Casamento, Serra Serata – La Vita è Bella, Exposição Nacional do Cavalo da Raça Pampa, Circuito da Beleza, Imperial Motofest,

Diante deste cenário, além de fatores como o "crescimento no número de empregos formais no setor de hospedagem, do número de estabelecimentos formais de hospedagem e aumento do fluxo turístico doméstico e internacional" colocaram a cidade de Petrópolis na categoria A do ranking do turismo nacional desenvolvido pelo Ministério do Turismo (BRASIL, 2018).

### *1.1.2. Meios de acesso ao município*

Para elaboração da inventariação dos meios de acesso ao município de Petrópolis foi utilizada a proposta metodológica criada pelo Ministério do Turismo que está balizada na observância dos seguintes parâmetros de caracterização: cabeçalho; identificação; características gerais; e descrição (BRASIL, MINISTÉRIO DO TURISMO, 2022). Estes parâmetros foram utilizados, no ambiente de gabinete, conforme acordado com a Secretaria de Turismo de Petrópolis (TURISPETRO) com o intuito de levantar informações a respeito do cenário atual que se encontra o município de Petrópolis, no tocante a sua estrutura de meios de acesso ao município.

Para tanto, tomou-se como fatores norteadores desta busca a designação de distritos, tipos e subtipos dos meios de acesso investigados; quais rodovias e suas características; quais rodoviárias e suas características, Estação Ferroviária e suas características, Metrô e suas características, Aeroporto e suas características e Porto e suas características.

Cabe ressaltar que, por estar seguindo a proposta metodológica criada pelo Ministério do Turismo, há alguns meios de acesso que serão citados, mas estes podem não fazer parte da estrutura do município. Desta forma, quando houver esta situação, estes serão desconsiderados para efeito da inventariação. Sendo assim, com base nesta metodologia, existem 4 rodovias e 2 rodoviárias conectadas e outros terminais

Festa São Pedro de Alcântara, Festival de Cinema por Petrópolis, Petrópolis Gourmet, Imperial *Geek Fest*, Ubuntu - Festa da Cultura Afro-Brasileira, Petrópolis Tech Summit, Petrópolis *Night Run, Oniblues* Convida, Feira de Cerâmica de Petrópolis, *World Trail Race* – Serra do Mar, Natal Imperial, Natal Cervejeiro, Eventos Permanentes Circuito Petrópolis Ecosol, Feira de Artesanato da Praça dos Expedicionários, Feira do Hortomercado Municipal José Carneiro Dias, Feira Cores e Sabores, Feira de Antiguidades, Feira de Adoção de Animais

rodoviários internos. Por outro lado, estações ferroviárias, metrô, aeroporto e porto, não existem no município de Petrópolis.

É importante salientar também que, para a elaboração do presente relatório, foram considerados as categorizações expressas na proposta metodológica criada pelo Ministério do Turismo. Conforme está expresso no Quadro 1 existem 4 rodovias (BR 040 -Rio de Janeiro a Belo Horizonte (Rodovia Washington Luiz), BR 495 – Petrópolis (Itaipava) -Teresópolis (Estrada das Hortênsias), RJ 117 – Petrópolis – Paty de Alferes (Rodovia Bernardo Coutinho) e a RJ 107 (Estrada Velha da Estrela –Magé – Petrópolis, segundo o Programa de Parcerias de Investimentos - PPI (2022).

As rodovias BR-040 e RJ-117 apresentam sinalização boa com a presença de placas, marca viária, luz ou qualquer outro elemento gráfico, de acordo com o disposto no Código de Trânsito Brasileiro – CTB. A BR-040 conta, segundo a sua concessionária (CONCER, 2022) , com o serviço de informação ao usuário (SIU) que tem por objetivo dar orientação e conforto aos usuários com a disposição de "sanitários, fraldário, telefone público, serviço de adesão ou recarga do Sem Parar/Via Fácil, do Auto Expresso, do ConectCar e do MoveMais", localizados nos pontos de pedágio em Duque de Caxias (km 104), Areal (km 45,5) e Simão Pereira (km 816,7) e o Serviço de Assistência ao Usuário (SAU) que disponibiliza socorro de emergências médicas ou mecânicas.

Já as rodovias BR-465 e RJ-107 encontram-se com sinalização deficitária e seus sinais de comunicação não facilitam a circulação dos usuários e apresentam uma baixa segurança de rodagem. Uma vez que se encontram em desacordo com os padrões estabelecidos (Ex.: sinalização encoberta pela vegetação, sinalização que não segue o CTB). No tocante a sinalização turística, apenas a BR-040 apresentou-se convidativa ao usuário. Apresenta uma sinalização adequada com a presença de conjunto de sinais (luminosos, visuais, acústicos) que seguem a padronização internacional, embora este cenário não se apresente nas outras rodovias.

Já em relação a pavimentação da via, tanto da BR-040 como BR-465 apresentam estado de conservação bom e ruim, respectivamente. Sendo que a BR-465 apresenta

pavimentação mista, sendo asfalto e concreto. Nas pistas de jurisdição estadual (RJ 117 e 107), a pavimentação é mesclada de trechos com paralelepípedo e outro de asfalto, tendo estado de conservação regular na RJ-117 e ruim na RJ-107.

No que tange a cobrança de pedágio, apenas a BR-040 possui a cobrança para circulação. Os preços variam no valor de R$6,30 para motocicletas e se estendendo até R$75,70 para caminhões de seis eixos.

## QUADRO 1 - VIAS DE ACESSO À PETRÓPOLIS

| RODOVIAS | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Nome da Rodovia:** | BR 040 | BR 495 | RJ 117 | RJ 107 |
| **Tipo de Rodovia:** | Federal | Federal | Estadual | Estadual |
| **Sinalização Geral:** | Bem sinalizado | Mal sinalizado | Bem sinalizado | Mal sinalizado |
| **Sinalização Turística:** | Bem sinalizado | Mal sinalizado | Mal sinalizado | Mal sinalizado |
| **Pavimentação:** | Asfalto | Asfalto/ Concreto | Asfalto/ Paralelepípedo | Asfalto/ Paralelepípedo |
| **Conservação:** | Boa | Ruim | Regular | Ruim |
| **Pedágio:** | R$ 6,30 (motocicleta) a R$ 75,70 (caminhão 6 eixos) | Não | Não | Não |

**Fonte:** Programa de Parcerias de Investimentos e Mobilidade Fluminense (2022)

Já em relação a existência de rodoviárias, o município possui duas estruturas de acesso a ônibus intermunicipal e municipal: o Terminal Rodoviário Governador Leonel Brizola (conhecido popularmente por rodoviária do Bingen), o Terminal Rodoviário Imperatriz Leopoldina (conhecida popularmente por rodoviária do Centro), segundo *Foursquare* (2022). Além destas rodoviárias ainda temos o Terminal Itaipava – Araras que integra bairros como Areal e Pedro do Rio e o Terminal rodoviário de integração de ônibus de Corrêas que integra bairros como Corrêas, Nogueiras e Araras.

Desta forma, tomando para análise os dois terminais rodoviários, de maior visibilidade na internet, em relação ao seu estado de conservação: O terminal Rodoviário Governador Leonel Brizola foi declarado bom, possui instalações limpas e conservadas. E disponibiliza ao usuário serviços e estruturas com sanitários (gratuitos

e pagos), um pequeno comércio com lanchonete e produtos regionais, terminal de embarque e desembarque cobertos, estacionamento, guarda volumes, estrutura de acessibilidade para pessoas com deficiência física ou mobilidade reduzida, ponto de taxi entre outras facilidades. Ainda no terminal de embarque e desembarque é possível o acesso a ônibus para outros bairros e distritos de Petrópolis, segundo a *rodoviariaonline* (2022).

Já em relação ao Terminal Rodoviário Imperatriz Leopoldina, o estado de conservação foi declarado ruim, possui instalações deficitárias, segundo *Foursquare* (2022). Embora haja a presença de um comércio sortido e a disposição de transporte público para outros bairros e distritos de Petrópolis.

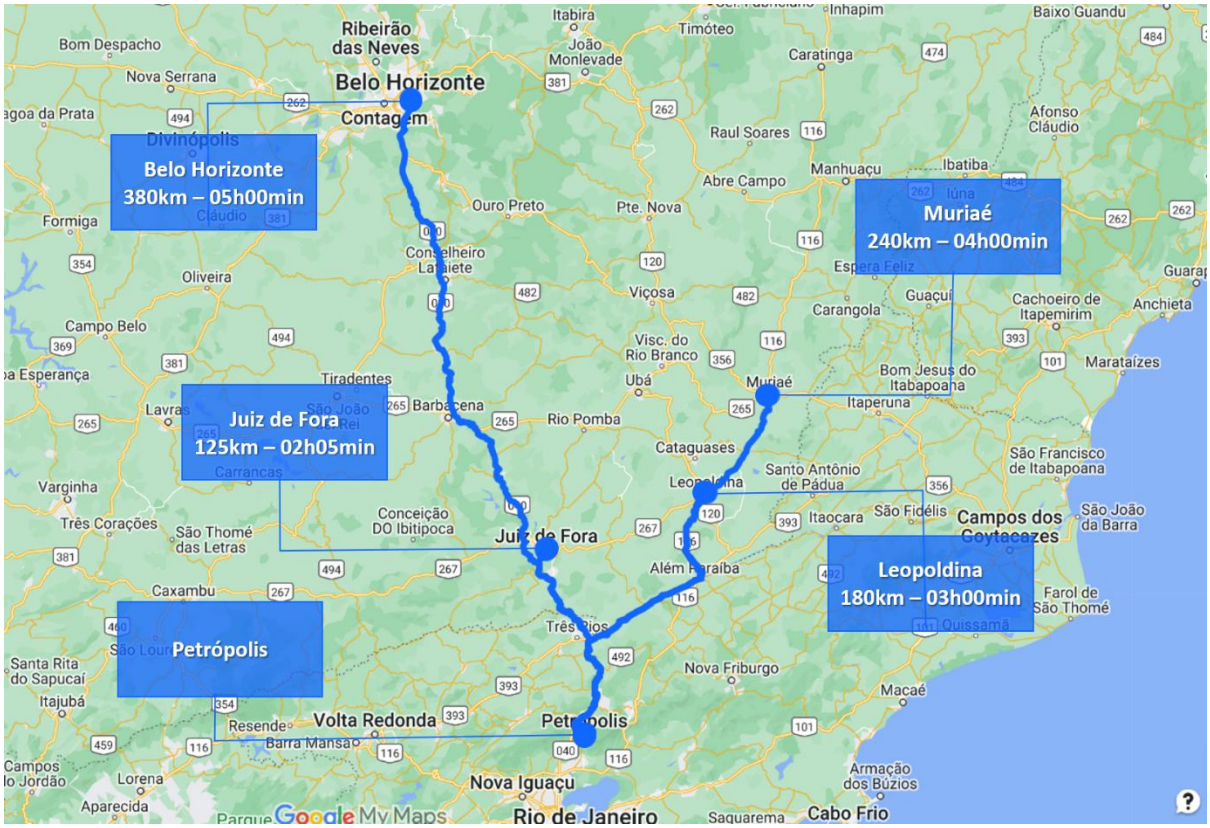
## QUADRO 2 - MEIOS DE ACESSO À PETRÓPOLIS

| **RODOVIÁRIA** | |
|---|---|
| Administração: | Privada |
| Nome | Terminal Governador Leonel Brizola |
| Endereço: | Rodovia Washington Luíz, Km 82,9 - Fazenda Inglesa, CEP 25725630. |
| Site: | https://www.sinartpetro.com.br/ |
| E-Mail: | atendimento@sinartpetro.com.br |
| Telefones: | (24) 22499858 |
| Conservação: | BOA |
| **FERROVIÁRIA** | |
| Nome: | Estrada de Ferro Mauá |
| Em Funcionamento? | NÃO |
| **ESTAÇÃO FERROVIÁRIA** | |
| Nome: | NÃO EXISTE |
| **METRÔ** | |
| Administradora: | NÃO EXISTE |
| **AEROPORTO** | |
| Categoria: | NÃO EXISTE |
| **PORTO** | |
| Utilização: | NÃO EXISTE |

**Fonte:** Elaborado pelos autores

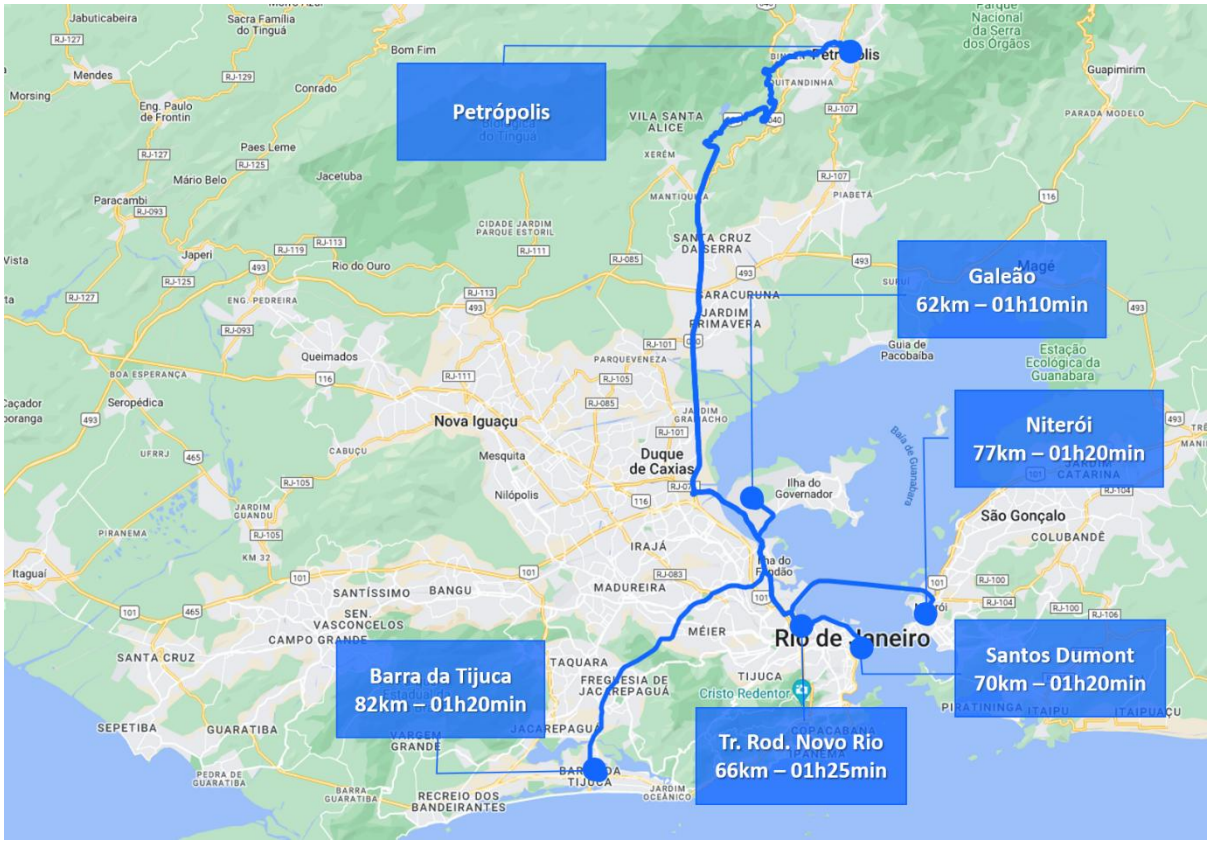
No tocante às estações ferroviárias, metrô, aeroporto e porto, não existem no município de Petrópolis. Embora haja um movimento de retomada do modal férreo na cidade para transporte de passageiros com finalidade turística, segundo o diário de Petrópolis (2018).

## FIGURA 3 - DISTÂNCIA DE PETRÓPOLIS AOS MUNICÍPIOS MINEIROS



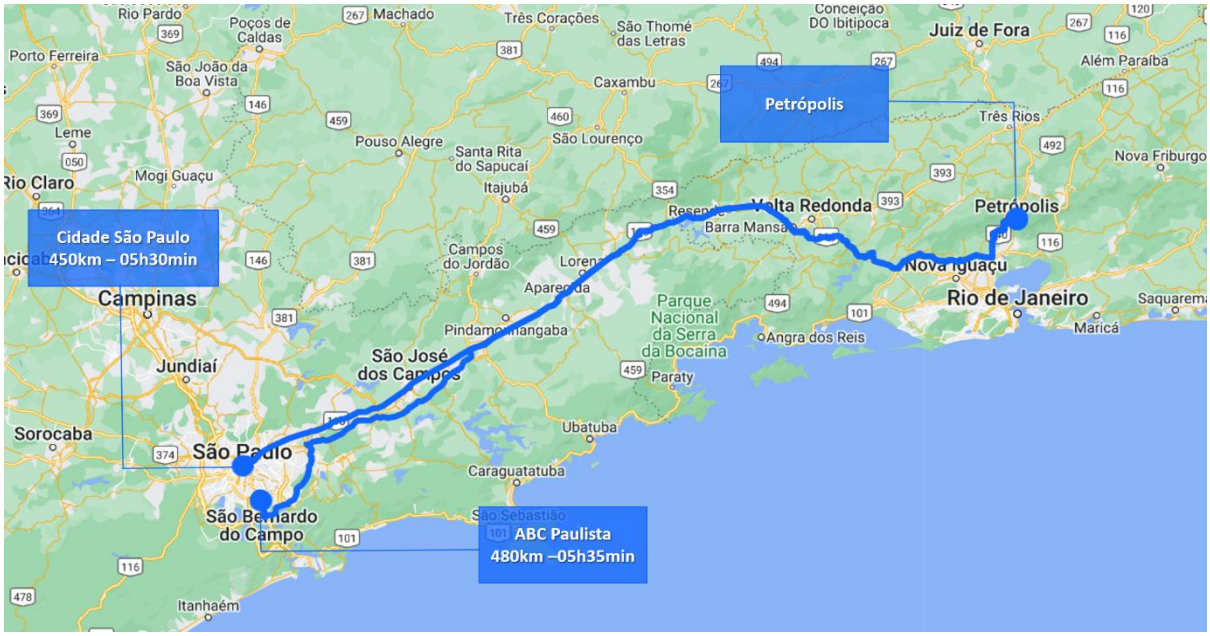

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

## FIGURA 4 - DISTÂNCIA DE PETRÓPOLIS AOS AEROPORTOS E RODOVIÁRIA DO RIO DE JANEIRO




**Fonte:** Elaborado pelos autores.

## FIGURA 5 - DISTÂNCIA DE PETRÓPOLIS AO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO E À REGIÃO ABC PAULISTA




**Fonte:** Elaborado pelos autores.

### *1.1.3. Sistema de comunicação*

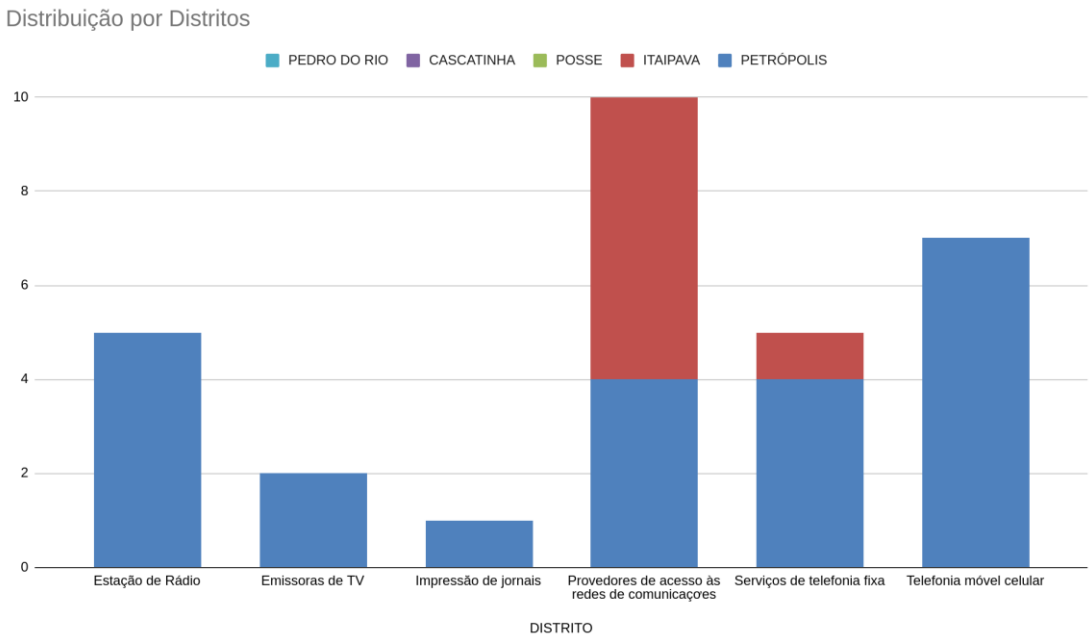
Para este levantamento, utilizamo-nos dos dados disponibilizados no site da Agência Nacional de Telecomunicações, serviço do *Google Maps* e dados da Receita Federal. Foi possível construir um perfil dos serviços de telecomunicações disponibilizados para a população petropolitana no que se refere à oferta de emissores de televisão locais ou regionais, estações de rádios, jornais locais e/ou regionais, provedores de serviço de internet e percentual de atendimento pela cobertura de telefonia móvel 4G.

Na Região Turística Serra Verde Imperial, segundo dados da ANATEL (2022)[2], o número de acessos à Banda Larga Fixa é considerado alto se comparado ao Estado. O município apresenta uma densidade de acessos 46% maior que a do estado do Rio de Janeiro.

Petrópolis conta com 7 empresas prestadoras de serviços de telefonia móvel celular, com CNPJs cadastrados no site da Receita Federal e seus respectivos endereços localizados neste município. Com relação aos serviços de telefonia fixa, 4 estão localizados no distrito de Petrópolis e 1 no distrito de Itaipava. Exclusivamente no primeiro distrito, Petrópolis, estão localizadas as 5 estações de rádio e as 2 Emissoras de TV da região turística Serra Verde. Dos 10 provedores de acesso às redes de comunicações, 6 estão registrados no distrito de Petrópolis e 6 no distrito de Itaipava (Gráfico 1).

[2] Dados extraídos do site da Agência Nacional de Telecomunicações. Disponível em: <https://informacoes.anatel.gov.br/paineis/acessos/panorama>. A acesso em: 19 de setembro de 2022

## GRÁFICO 1 - DISTRIBUIÇÃO DE EMPRESAS POR DISTRITOS




**Fonte:** Desenvolvido pelos autores a partir dos dados públicos da Receita Federal.

Ainda segundo dados da ANATEL, em julho de 2022, os contratos de telecomunicações como Banda Larga Fixa, Telefonia Móvel, TV por assinatura e Telefonia fixa, alcançaram um total de 826,1 mil contratos, conforme demonstrado na Tabela 1.

## TABELA 1 - NÚMERO DE CONTRATOS POR SERVIÇOS

| Serviços | Banda Larga Fixa | Telefonia Móvel | TV por assinatura | Telefonia Fixa |
|---|---|---|---|---|
| **Nº de Contratos** | 95 mil | 631 mil | 29,2 mil | 70,7 mil |
| **Densidade**[3] | 32,0 | 189,1 | 9,5 | 23,0 |

**Fonte:** ANATEL - Agência Nacional de Telecomunicações, *Google Maps*; 2022

3 Número de acessos a cada 100 habitantes

### *1.1.4. Sistema de Segurança*

Segundo Chias (2007) e Beni (2017), o sistema de segurança é um dos componentes que compõem a oferta de infraestrutura de apoio ao turismo. Para o MTur (2006), o sistema de segurança é definido pelo conjunto de serviços e equipamentos que proporcionam à população e ao turista as garantias básicas do cidadão, englobando as delegacias de polícia, postos de polícia rodoviária, marítima, aérea e de fronteiras, corpo de bombeiros, serviços de salvamento e defesa civil etc. Diante do exposto, esta seção tem como objetivo inventariar o sistema de segurança petropolitano visando compor a caracterização do inventário da oferta turística de Petrópolis.

Para alcançar o objetivo proposto, foram utilizados dados de diversas fontes quais sejam: Prefeitura de Petrópolis, Secretaria de Estado de Polícia Civil do Estado do Rio de Janeiro, Secretaria de Estado de Polícia Militar do Estado do Rio de Janeiro, Corregedoria Geral de Polícia Militar, Corpo de Bombeiros Militar do Estado do Rio Janeiro, Instituto de Segurança Pública, Polícia Rodoviária Federal e Polícia Federal. Todas as informações descritas nesta subseção foram realizadas de gabinete.

De modo a facilitar a leitura e o entendimento do leitor, cada órgão que compõe o sistema de segurança petropolitano será apresentado de forma individual, a seguir.

**I. Guarda Civil**

A criação da Guarda Civil de Petrópolis é datada de 12 de julho de 1924. Atualmente, a Guarda Civil é um órgão da Secretaria de Segurança Pública do município de Petrópolis e conta com duas inspetorias sendo uma no distrito centro (1º distrito) e outra no distrito Itaipava (3º distrito). Nesta estrutura são destacados os seguintes Grupamentos, a saber: Ronda Escolar; Proteção Ambiental; Proteção às Atividades Municipais; Grupamento Ostensivo de Trânsito e Destacamento de Operações com cães; efetivo para proteção dos setores e patrimônio da Prefeitura Municipal de Petrópolis. Anteriormente a Guarda Civil contava com o grupamento de

Ronda Turística. Contudo, este grupamento deixou de existir e dado a importância do ecossistema de turismo para a cidade de Petrópolis, apontamos para a necessidade da retomada deste grupamento na estrutura da Guarda Civil petropolitana.

## II. Defesa Civil

Órgão ligado à Secretaria Municipal de Proteção e Defesa Civil do Município de Petrópolis. Em períodos recentes a Defesa Civil de Petrópolis foi bastante acionada devido a catástrofes naturais vivenciadas no município. Em decorrência destas catástrofes a Defesa Civil de Petrópolis se tornou uma das mais preparadas do Estado do Rio de Janeiro em buscas e salvamentos por desastres por sedimentos. Atualmente, a Defesa Civil petropolitana possui uma sede e conta com dezesseis pontos de apoio, a saber: 24 de maio; Alto da Serra; Bingen; Dr. Thouzet; Independência; Itaipava; Quitandinha – Amazonas; Quitandinha – Duques; Quitandinha – Espírito Santo; Quitandinha – Rio de Janeiro; São Sebastião; Sargento Boening; Siméria; Vale do Cuiabá; Vila Felipe e Floresta.

## III. Polícia Civil

Atualmente a estrutura organizacional da Secretaria de Estado de Polícia Civil do Estado do Rio de Janeiro possui duas delegacias de polícia civil no município de Petrópolis. A 105ª DP fica no bairro Retiro (1º Distrito) e a 106ª DP fica no distrito de Itaipava (3º Distrito).

## IV. Polícia Militar

A Secretaria de Estado de Polícia Militar do Estado do Rio de Janeiro possui no município de Petrópolis o 26º Batalhão de Polícia Militar (BPM). Este BPM possui três companhias destacadas, a saber: 3ª Cia – Cascatinha; DPO Posse e PPC de Corrêas. A Secretaria de Estado de Polícia Militar do Estado do Rio de Janeiro ainda conta com uma unidade da Corregedoria Geral de Polícia Militar, a 7ª Delegacia de Polícia Judiciária Militar.

## V. Corpo de Bombeiros Militar

O Corpo de Bombeiros Militar do Estado do Rio Janeiro atua no município de Petrópolis sob a jurisdição do décimo quinto Grupamento de Bombeiros Militar (15º GBM Petrópolis). O 15º GBM possui um Destacamento de Bombeiros Militar no Distrito de Itaipava (3º Distrito). O 15º GBM tem a função de prevenção e combate a incêndios, salvaguardar bens materiais, buscas, salvamentos e socorros públicos além de atender às vítimas de acidentes, procurando dar socorro imediato adequado e condições ideais de transporte aos hospitais; a fim de evitar o agravamento das lesões e melhorar as condições de sobrevivência do acidentado no município de Petrópolis. Cabe apontar que o CBM possui atendimento voltado exclusivamente ao trauma como: acidentes de trânsito, atropelamentos, ferimentos por arma de fogo ou arma branca, queimaduras, soterramentos, acidentes de trabalho, ou ainda problemas clínicos com risco iminente de vida.

## VI. Polícia Rodoviária Federal

A Polícia Rodoviária Federal (PRF) possui como missão a segurança viária e a prevenção e repressão qualificada ao crime em rodovias e estradas federais e nas áreas de interesse da União. Como descrito no relatório em tela, o município de Petrópolis é cortado por importante Rodovia Federal a BR040. No patrulhamento desta Rodovia a PRF conta com três postos, a saber: Quitandinha; Bingen e Itaipava.

## VII. Polícia Federal

Por fim, o sistema de segurança do município de Petrópolis conta um núcleo da Polícia Federal que possui o atendimento para emissão de passaportes. O quadro a seguir apresenta um resuma esquemático das informações descritas anteriormente.

**QUADRO 3 - RESUMO DAS INFORMAÇÕES ACERCA DO SISTEMA DE SEGURANÇA DE PETRÓPOLIS**

| SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS | QUANTIDADE |
|---|---|
| Guarda Civil | 2 inspetorias e 7 Grupamentos |
| Defesa Civil | 1 sede e 16 pontos de apoio |
| Polícia Civil | 2 Delegacias de Polícia (105ª DP e 106ª DP) |
| Polícia Militar | 1 Batalhão (26º BMP) e 3 Companhias Destacadas |
| Corpo de Bombeiros Militar | 1 Batalhão (15º GBM) e 1 Destacamento de Bombeiros Militar. |
| Polícia Rodoviária Federal | 3 Postos de Patrulhamento |
| Polícia Federal | 1 Núcleo da Polícia Federal |

**Fonte:** Elaborado pelos autores

### *1.1.5. Sistema médico-hospitalar*

Segundo os dados do IBGE[4], em 2009 o município de Petrópolis possuía 79 estabelecimentos de saúde distribuídos pelo seu território. O município ocupava o 76º lugar no ranking nacional e o 9º lugar no ranking no estado do Rio de Janeiro, de oferta de estabelecimentos de saúde.

Contudo, tomando por base um cenário mais recente, tem-se que segundo os dados oriundos da DATASUS[5] para o período de agosto de 2022, o município de Petrópolis contava com uma oferta de 693 estabelecimentos de saúde, sendo 94 de administração pública municipal, 329 de administração demais entidades empresarias, 12 de administração de entidades sem fins lucrativos e 258 de administração por pessoa física.

Já em relação ao tipo de estabelecimento de saúde[6], o município contava, no mesmo período, com uma oferta de 8 postos de saúde, 43 centros de saúde/unidade

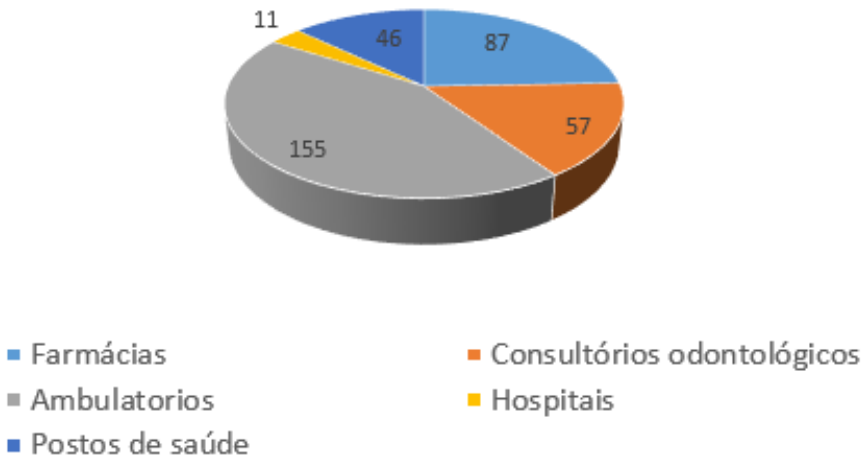
[4] Não foram localizados dados mais atuais nos sites do IBGE.
[5] Ver: http://tabnet.datasus.gov.br/cgi/tabcgi.exe?cnes/cnv/estabrj.def
[6] Centro de saúde/unidade básica de saúde: Unidade para realização de atendimentos de atenção básica e integral a uma população, de forma programada ou não, nas especialidades básicas. Hospital especializado: hospital destinado a prestar assistência sanitária a doentes, em uma especialidade. Hospital geral: hospital destinado a prestar assistência sanitária a doentes, nas quatro especialidades básicas. Hospital dia: modalidade de atendimento médico para pacientes que precisam permanecer sob

básica, 62 policlínicas, 8 hospitais gerais, 4 hospitais especializados, 1 pronto socorro geral, 392 consultórios isolados, 77 clinicas/centros de especialidade, 47 unidades de apoio diagnose e terapia, 3 farmácias, 1 unidade móvel terrestre, 10 unidades móvel de nível pré-hospitalar na área de urgência, 4 unidades de vigilância em saúde, 3 cooperativas ou empresas de cessão de trabalhadores na saúde, 1 hospital/dia-isolado, 2 centrais de gestão em saúde, 2 centros de atenção hemoterapia e/ou hematológica, 4 centros de atenção psicossocial, 4 prontos atendimentos, 4 polos academia da saúde, 1 central de regulação medica das urgências, 9 serviços de atenção domiciliar isolado (*home care*), 2 centrais de regulação de acesso e duas centrais de abastecimento.

O cenário obtido por meio de inventariação, com base na metodologia do Ministério do Turismo, revelou-se diferente dos dados apresentados pelas pesquisas obtidas por estas duas bases. Apresentou-se o seguinte cenário quantitativo dos estabelecimentos médico-hospitalares do município de Petrópolis, com 356 unidades estabelecimentos, conforme Gráfico 2:

cuidados por até 12 horas no máximo. Posto de saúde: unidade de atenção básica onde são realizados exames, consultas e acompanhamento médico. Pronto atendimento: unidade de um hospital que atende pacientes com problemas de saúde agudos. Pronto socorro especializado: Unidade destinada à prestação de assistência em uma ou mais especialidades, a pacientes com ou sem risco de vida, cujos agravos necessitam de atendimento imediato. Pronto socorro geral: Unidade destinada à prestação de assistência a pacientes com ou sem risco de vida, cujos agravos necessitam de atendimento imediato. Unidade móvel pré-hospitalar - urgência/emergência: Veículo terrestre, aéreo ou hidroviário destinado a prestar atendimento de urgência e emergência pré-hospitalar a paciente. Unidade móvel terrestre: Veículo automotor equipado para prestação de atendimento ao paciente

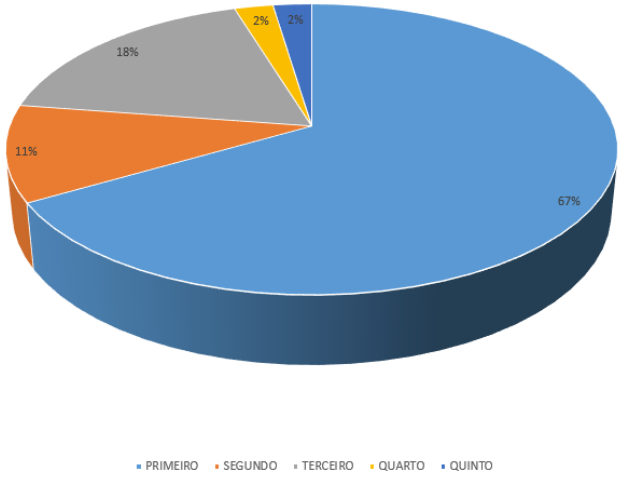
## GRÁFICO 2 - SISTEMA MÉDICO-HOSPITALAR PETROPOLITANO




**Fonte:** Elaborado pelos autores

Em seguida, segue o sistema médico-hospitalar distribuído por distrito:

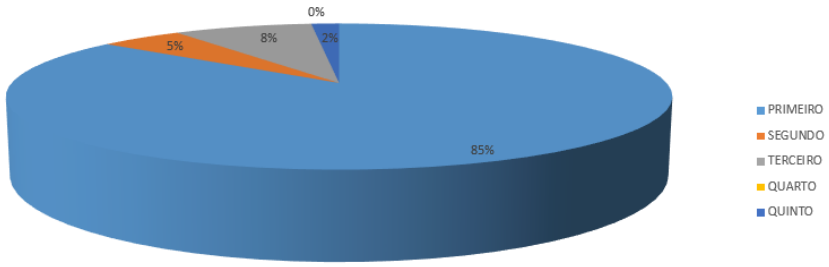
## GRÁFICO 3 - DISTRIBUIÇÃO POR COMÉRCIO VAREJISTA DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS, SEM MANIPULAÇÃO DE FÓRMULAS POR DISTRITO




**Fonte:** Elaborado pelos autores

Diante deste cenário é possível ver uma concentração de clínicas odontológicas no primeiro distrito, terceiro e segundo, respectivamente – ver Gráfico 4.

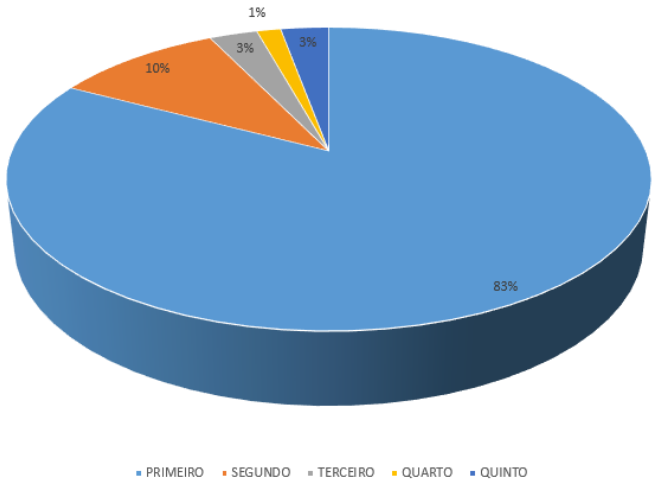
## GRÁFICO 4 - DISTRIBUIÇÃO DAS CLÍNICAS ODONTOLÓGICAS POR DISTRITOS PETROPOLITANOS




**Fonte:** Elaborado pelos autores

Neste levantamento não foram considerados quantitativo por profissionais e sim por clinicas de acordo com o CNAE código 85. Ademais, ainda é possível observar uma concentração de ambulatórios no primeiro distrito e, posteriormente, no terceiro e no segundo – ver Gráfico 5.

## GRÁFICO 5 - DISTRIBUIÇÃO POR AMBULATÓRIOS POR DISTRITO

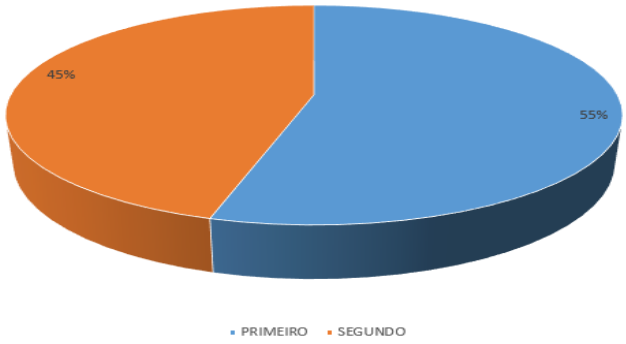



**Fonte:** Elaborado pelos autores

Notou-se 155 estabelecimentos de atividade médica ambulatorial com recursos para realização de exames complementares e estabelecimentos de atividade médica

ambulatorial restrita a consultas. Observa-se uma concentração destes estabelecimentos no primeiro distrito, segundo e terceiro – ver Gráfico 6.

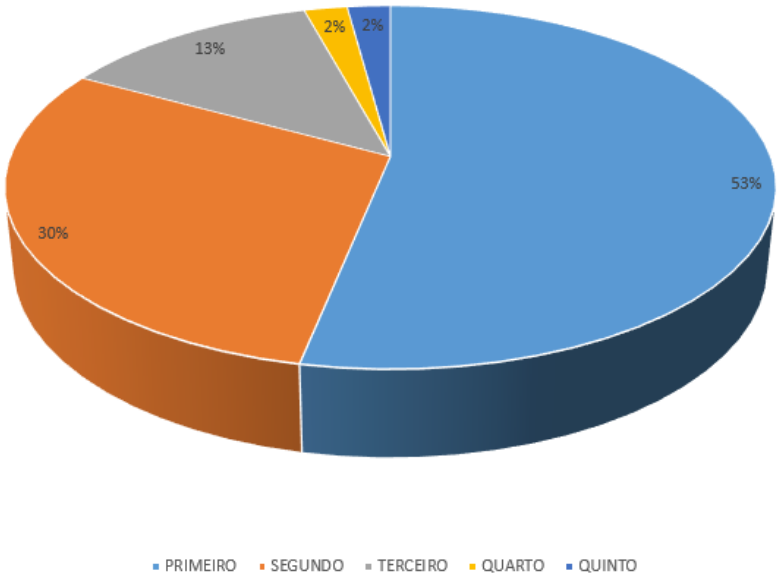
## GRÁFICO 6 - DISTRIBUIÇÃO DOS HOSPITAIS POR DISTRITO




**Fonte:** Elaborado pelos autores

Porém cabe ressaltar que alguns hospitais privados possuem parceria para atendimento de grande complexidade com o município. Não foi possível observar estabelecimentos destes portes no terceiro, quarto e quinto distritos – ver Gráfico 7.

## GRÁFICO 7 - DISTRIBUIÇÃO DOS POSTOS, UBS, CAPS, CENTRO, PS E UNIDADES DE SAÚDE POR DISTRITO




**Fonte:** Elaborado pelos autores

A distribuição dos postos, UBS (unidades básicas de saúde), Centros de saúde, Pronto Socorro e unidades de saúde 11 hospitais entre públicos e particulares. Observa-se uma concentração destes estabelecimentos no primeiro distrito, no segundo e no terceiro.

Cabe ressaltar que a diferença da quantidade de estabelecimento ocorreu em virtude da diferença de nomenclatura utilizada nas bases DATASUS e IBGE em relação a nomenclatura utilizada pelo Ministério do Turismo como base do formulário de inventariação do Turismo. Na qual, no inventario é tomado apenas serviços voltados para o turista e nas outras bases temos a oferta de serviços de um modo geral para toda população.

### *1.1.6. Sistema educacional*

No ano de 2010, a taxa de escolarização dos munícipes petropolitanos entre 6 a 14 anos foi de 97,4%. Comparativamente, tal índice nos permite estabelecer as seguintes relações: entre as cidades brasileiras (5570), tal marco fez com que Petrópolis ocupasse a 82ª colocação; entre as 92 urbes fluminenses, a 9ª posição; e entre os quatro municípios de sua região geográfica imediata – Petrópolis, Teresópolis, São José do Vale do Rio Preto e Areal – o 1º lugar (IBGE CIDADES, s/d).

Quanto ao Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDBE[7]), este indicador retrata uma relação entre resultados e metas estipulada para os ciclos finais das formações dos ensinos fundamental e médio das redes públicas (federal, estadual e municipal). Ou seja, ele evidencia um conceito que varia entre 0 a 10 para a qualidade da educação ofertada aos alunos da 4ª série (quinto ano), 8ª série (nono ano) e 3º série do ensino médio. Isto posto, a tabela abaixo ilustra a situação petropolitana entre os anos de 2005 a 2019 (INEP, 2020):

[7] Criado em 2007, esse índice "reúne, em um só indicador, os resultados de dois conceitos igualmente importantes para a qualidade da educação: o fluxo escolar e as médias de desempenho nas avaliações. (...) O Ideb agrega ao enfoque pedagógico das avaliações em larga escala a possibilidade de resultados sintéticos, facilmente assimiláveis, e que permitem traçar metas de qualidade educacional para os sistemas. O índice varia de 0 a 10" (INEP, s/d, p.1).

## TABELA 2 - RESULTADOS E METAS PROJETADAS PARA O IDEB DE PETRÓPOLIS

| IDEB OBSERVADO | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **4ª Série (5º ano)** | **2005** | **2007** | **2009** | **2011** | **2013** | **2015** | **2017** | **2019** | **Taxa 2005-2019** |
| | 4.1 | 4.4 | 4.6 | 4.9 | 5.1 | 5.5 | 5.6 | 5.4 | **Crescimento 31,71%** |
| **8ª Série (9º ano)** | 3.5 | 3.5 | 3.8 | 4.0 | 4.0 | 4.1 | 4.3 | 4.2 | **Crescimento 20,00%** |
| **3ª Série (EM)** | Sem resultados | | | | | | 3.7 | 4.2 | **Crescimento 13,51%** |

| IDEB - METAS PROJETADAS | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **4ª Série (5º ano)** | **2005** | | **2007** | | **2009** | | **2011** | |
| | Meta | Alcançada | Meta | Alcançada | Meta | Alcançada | Meta | Alcançada |
| | Sem meta | | 4.1 | **Sim** | 4.5 | **Sim** | 4.9 | **Sim** |
| | **2013** | | **2015** | | **2017** | | **2019** | |
| | Meta | Alcançada | Meta | Alcançada | Meta | Alcançada | Meta | Alcançada |
| | 5.2 | **Não** | 5.4 | **Sim** | 5.7 | **Não** | 6.0 | **Não** |
| **8ª Série (9º ano)** | **2005** | | **2007** | | **2009** | | **2011** | |
| | Meta | Alcançada | Meta | Alcançada | Meta | Alcançada | Meta | Alcançada |
| | Sem meta | | 3.5 | **Sim** | 3.6 | **Sim** | 3.9 | **Sim** |
| | **2013** | | **2015** | | **2017** | | **2019** | |
| | Meta | Alcançada | Meta | Alcançada | Meta | Alcançada | Meta | Alcançada |
| | 4.3 | **Não** | 4.7 | **Não** | 4.9 | **Não** | 5.2 | **Não** |

| IDEB - METAS PROJETADAS | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **3ª Série (Ensino Médio)** | **2005** | | **2007** | | **2009** | | **2011** | |
| | Meta | Alcançada | Meta | Alcançada | Meta | Alcançada | Meta | Alcançada |
| | Sem meta | | Sem meta | | Sem meta | | Sem meta | |
| | **2013** | | **2015** | | **2017** | | **2019** | |
| | Meta | Alcançada | Meta | Alcançada | Meta | Alcançada | Meta | Alcançada |
| | Sem meta | | Sem meta | | 3.9 | **Não** | 4.1 | **Sim** |

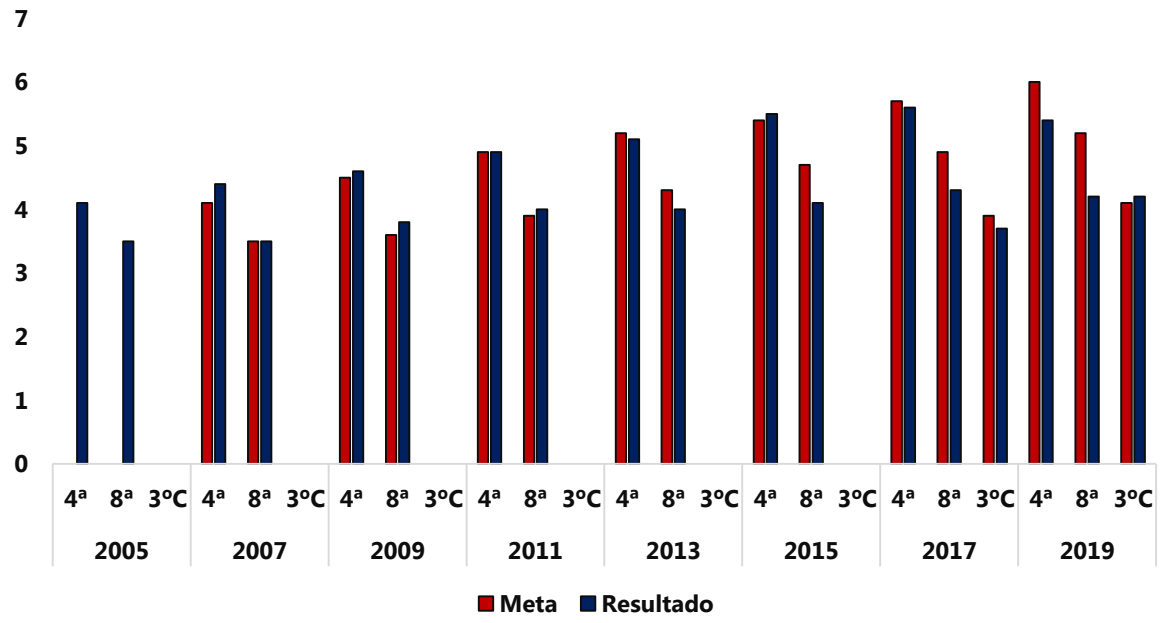
**Fonte:** Elaborado pelos autores com base em INEP (2020).

Com relação à primeira parte da tabela acima, nota-se que o IDEB obteve crescimento de 31,71 % na faixa de alunos matriculados na 4ª série do ensino fundamental, sendo o mais expressivo entre os ciclos educacionais analisados. Todavia, mesmo com os crescimentos observados nas outras duas fases educacionais – 8ª série (20,00%) e 3ª série EM (13,51%) – comparativamente, seus resultados denotam uma queda da qualidade da educação ofertada, conforme a transição do ensino fundamental para o médio e o encerramento deste. Nesse sentido, o resultado dos alunos das séries 3º EM e 8º EF é inferior ao dos estudantes da 4ª série EF.

Já com relação aos resultados da segunda parte da tabela, das 16 metas estabelecidas para o período de 2005 a 2019, apenas 08 lograram êxito. Neste contexto, o ciclo educacional com maior taxa de sucesso vincula-se aos estudantes matriculados na 4ª série. Das sete metas estipuladas, quatro foram concretizadas (57,14%). Já o 3º ano do ensino médio obteve sucesso em 50,00% de suas metas, em detrimento à 8ª série, com uma taxa de triunfo de 42,86%.

Por conseguinte, no tocante a estes três ciclos educacionais, a comparação entre resultado e meta sugere a carência por um planejamento mais assertivo, que privilegie: mitigar os pontos fracos da estrutura educacional – infraestrutura, corpo docente, metodologia de ensino, políticas públicas – petropolitana; estabelecer metas exequíveis à realidade educacional de Petrópolis-RJ. Por fim, de maneira geral, o gráfico a seguir lista um panorama dos dados listados nesta tabela:

## GRÁFICO 8 - RESULTADOS E METAS PROJETADAS PARA O IDEB DE PETRÓPOLIS




**Fonte:** INEP (2020). Elaborado pelos autores.
**Legenda:** 4ª = 4ª Série Ensino Fundamental; 8ª = 8ª Série do Ensino Fundamental; 3º C = 3ª Série do Ensino Médio.

Sobre o ensino médio fundamental petropolitano, algumas informações importantes devem ser destacadas. Em específico, estas retratam a realidade do ano

de 2021, a saber: 36.414 matrículas; 1.640 docentes; e 159 escolas. Já a realidade do ensino médio para o mesmo período foi: 8.701 matrículas; 800 docentes; 41 escolas (IBGE CIDADES, s/d). A partir desses dados, as seguintes médias podem ser estabelecidas:

- No ensino fundamental: cada docente foi responsável, em média, por 22 alunos; cada escola comportou, em média, 229 alunos e 10 professores;
- No ensino médio: cada docente foi responsável, em média, por 11 alunos; cada escola comportou, em média, 212 alunos e 19 professores.

Ainda sobre este ciclo educacional, as distribuições das modalidades de ensino foram percebidas, em julho de 2022, da seguinte forma (INEPDATA, s/d):

- Educação Infantil – 126 escolas ofertavam esta modalidade, observando as seguintes distribuições: 31,51% (46) pertencem à esfera particular e 63,49% (80) à pública municipal;
- Ensino Fundamental – 155 estabelecimentos, sendo 34,84% (54) particulares e 65,16% (101) públicas municipais;
- Ensino Médio – 37 escolas, sendo 64,86% (24) particulares, 5,41% (2) municipais, 27,03% (10) estaduais e 2,70% (1) federais;
- Educação para Jovens e Adultos – 18 estabelecimentos, sendo 5,56% (1) particulares, 77,78% (14) municipais e 16,67% (3) estaduais;
- Educação Profissional – 5 escolas, sendo 20,00% (1) particulares, 60,00% (3) estaduais e 20,00 (1) federais.

No tocante ao ensino superior, observa-se a presença de 13 instituições. No que tange suas categorias administrativas, oito delas são instituições particulares e cinco públicas. Quanto às suas modalidades, 11 oferecem cursos em formato presencial e 03 em ensino à distância. Com relação aos cursos ofertados por estas instituições, o quadro a seguir os explicita:

## QUADRO 4 - CURSOS SUPERIORES OFERTADOS EM PETRÓPOLIS

| IES | CATEGORIA | SUPERIOR DE TECNOLOGIA | GRADUAÇÃO | ESPECIALIZAÇÃO |
|---|---|---|---|---|
| Centro Universitário Arthur Sá Earp Neto Site | Particular | Gestão de RH<br>Gestão Pública<br>Radiologia | Administração<br>Enfermagem<br>Nutrição<br>Odontologia<br>Psicologia | Psicologia clínica com ênfase nas perspectivas breves - Site<br>Nutrição esportiva e estética - Site<br>Odontopediatria - Site<br>Tecnologias digitais, neurociência e prática pedagógica - Site<br>Ortodontia - Site<br>Disfunção Temporomandibular e dor orofacial - Site |
| Faculdade de Medicina de Petrópolis Site | Particular | ---------- | Medicina | Dermatologia - Site<br>Medicina Legal e Perícia Médica - Site<br>Alergia e Imunologia Clínica - Site |
| Faculdade de Educação Tecnológica do Estado do Rio de Janeiro Site | Pública | Tecnologia da Informação e da Comunicação | ---------- | ---------- |
| Universidade Católica de Petrópolis Site | Particular | Ciência de Dados<br>e *Business Intelligence*<br>Marketing | Administração<br>Arquitetura e Urbanismo<br>Biomedicina<br>Ciências Contábeis<br>Ciências Econômicas<br>Comunicação Social: Publicidade e Propaganda<br>Direito<br>Educação Física<br>Engenharia Civil<br>Engenharia de Computação<br>Engenharia de Produção<br>Engenharia Elétrica<br>Engenharia Mecânica<br>Engenharia Mecatrônica<br>Filosofia<br>Fisioterapia<br>História | Gestão da Comunicação Digital - Site<br>Gerontologia - Site<br>Política e Sociedade - Site |

## QUADRO 4 – CURSOS SUPERIORES OFERTADOS EM PETRÓPOLIS, RJ (CONTINUAÇÃO).

| IES | CATEGORIA | SUPERIOR DE TECNOLOGIA | GRADUAÇÃO | ESPECIALIZAÇÃO |
|---|---|---|---|---|
| Universidade Católica de Petrópolis Site | Particular | | Letras<br>Música<br>Pedagogia<br>Psicologia<br>Relações Internacionais<br>Teologia | |
| Instituto Teológico Franciscano Site | Particular | ---------- | Teologia | ---------- |
| Universidade Estácio de Sá Site | Particular | Design de Moda<br>Radiologia | Administração<br>Arquitetura e Urbanismo<br>Ciências Biológicas<br>Direito<br>Educação Física<br>Enfermagem<br>Engenharia Civil<br>Farmácia<br>Fisioterapia<br>Jornalismo – Comunicação Social<br>Letras<br>Pedagogia<br>Psicologia<br>Publicidade e Propaganda – Comunicação Social<br>Sistemas de Informação | ---------- |
| Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca (CEFET) Site | Pública | ---------- - | Engenharia de Computação<br>Física<br>Matemática<br>Turismo | Matemática ocupacional aplicada |
| UERJ Site | Pública | ---------- - | Arquitetura e Urbanismo | ---------- - |
| UFF Site | Pública | ---------- - | Engenharia de Produção | ---------- - |
| Fundação Centro de Ciências e Educação Superior à Distância – CEDERJ Site | Pública – EAD | Segurança Pública | Administração<br>Ciências Biológicas – Lic.<br>Matemática – Lic.<br>Pedagogia – Lic. | ---------- - |

**QUADRO 4 – CURSOS SUPERIORES OFERTADOS EM PETRÓPOLIS, RJ (CONTINUAÇÃO).**

| IES | CATEGORIA | SUPERIOR DE TECNOLOGIA | GRADUAÇÃO | ESPECIALIZAÇÃO |
|---|---|---|---|---|
| UNOPAR Site | Particular – EAD | Relação de Cursos Disponíveis – Clique aqui | | |
| Universidade São Francisco Site | Particular – EAD | Relação de Cursos Disponíveis – Clique aqui | | |

**Fonte:** Elaborado pelos autores com base em Brasil – Ministério da Educação (2022).

### *1.1.7. Outros serviços e equipamentos de apoio*

Sob o intuito de facilitar a compreensão do leitor, tornou-se preferível dividir a subseção em 8 tópicos, padronizando-os de acordo com as subdivisões que o próprio formulário 7 do MTUR propõe. São estes: locadoras de imóveis; locadoras de automóveis/embarcações/aeronaves; comércio; agências bancárias/casa de câmbio; serviços mecânicos; postos de abastecimento; locais/templos de manifestação de fé; representações diplomáticas.

#### *1.1.7.1 Locadoras de Imóveis*

A atividade imobiliária, destinada a atender o fluxo turístico petropolitano, se apresenta como um ativo financeiro para a população de Petrópolis (Diário de Petrópolis, 2022c). De modo a quantificar os imóveis ativos neste município, foi realizado, em junho de 2022 sob auxílio do software Apify[8], um levantamento dos dados encontrados na plataforma Airbnb[9]. Ao todo, foram identificados 799 estabelecimentos ativos, incluindo: 557 casas, 70 apartamentos, 54 flats, 51 chalés, 34 lofts e 33 sítios. Concernente às distribuições desses estabelecimentos por distrito, a Tabela 3 realiza esta exposição.

[8] O Apify é uma web *scrapping* estruturado para realizar varreduras de dados em diferentes websites, como Instagram, *Reddit, Airbnb*, Facebook e outros (APIFY, 2022). Para além, também oferece serviços de varredura em ferramentas Google, como Google Trends, Google Play, Google Maps, Google Places e outros (ibidem).

[9] Conhecido como um dos sites de hospedagem mais visitados no Brasil, o Airbnb se descreve como um serviço online elaborado para atender, comunitariamente, indivíduos que desejam anunciar ou reservar acomodações (AIRBNB, s/d).

**TABELA 3 - DISTRIBUIÇÕES DOS IMÓVEIS POR DISTRITO**

| DISTRITO | QUANTITADE |
|---|---|
| Itaipava | 302 |
| Cascatinha | 258 |
| Centro | 235 |
| Pedro do Rio | 3 |
| Posse | 1 |

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Das observações quanto à tabela acima, observa-se que Itaipava é o distrito que mais oferece aluguel de imóveis com finalidade turística, ocupando 37,80% dos 799 espaços encontrados. Logo em seguida, encontra-se Cascatinha com 32,30%, o Centro com 29,41%, Pedro do Rio com 0,37% e Posse, com apenas 0,12%.

Referente aos serviços ofertados nos 799 imóveis, segue via link de acesso a disponibilização dos dados encontrados. Para facilitar a visualização, optou-se por dividir os imóveis a partir de suas tipologias, isto é, casa, apartamento, *flat*, chalés, *lofts* e sítios. A respeito da segurança destes espaços, vale apontar os dados apresentados na tabela abaixo.

**TABELA 4 - RELAÇÃO DOS IMÓVEIS ENCONTRADOS QUANTO À SEGURANÇA**

| OUTRAS INFORMAÇÕES | | | |
|---|---|---|---|
| ESPECIFICIDADES | POR TIPOLOGIA | POR DISTRITO | TOTAL |
| Câmeras de segurança | 93 Casas; 8 Apartamentos; 6 Chalés; *5 lofts*; 4 Sítios; 4 *Flats* | 50 Itaipava; 37 Cascatinha; 32 Centro; 1 Posse | 120 |
| Alarme de monóxido de carbono | 1 Casa | 1 Cascatinha | 1 |
| Alarme de fumaça | 1 Casa | 1 Cascatinha | 1 |
| Alarme de fumo | 1 Casa | 1 Cascatinha | 1 |
| Extintor de incêndio | 1 Casa | 1 Cascatinha | 1 |
| *Kit* de primeiros socorros | 1 Casa | 1 Cascatinha | 1 |

**Fonte**: Elaborado pelos autores.

Ao todo, somam-se 679 imóveis que não oferecem, em suas descrições, serviços de segurança para o hóspede. Por outro lado, apenas um estabelecimento se

destaca apresentando mais de um serviço: alarme de monóxido de carbono, alarme de fumaça, alarme de fumo, extintor de incêndio e kit de primeiros socorros.

### *1.1.7.2. Locadoras de Automóveis / Embarcações / Aeronaves*

Concernente à oferta de locação de automóveis, embarcações e aeronaves, até o ano de 2014 foram registrados, pelo Portal Brasileiro de Dados Abertos (s/d), 20 locadoras de veículos. Quatro anos depois, em 2018, o mesmo apontou a existência de 13 locadoras de veículos (ibidem), gerando uma diferença de 7 empresas.

Com base na CNAE principal e CNPJs ativos, em junho de 2022 foram encontradas 19 locadoras de veículos em Petrópolis. Comparando este resultado com o ano de 2018, percebesse um crescimento de 6 empresas, representando um aumento percentual de 46,16%. A tabela abaixo apresenta uma evolução histórica das locadoras de veículos na cidade de Petrópolis.

**TABELA 5 - LOCAÇÃO DE VEÍCULOS EM PETRÓPOLIS SOB MARGENS DE 4 ANOS**

| LOCAÇÃO DE VEÍCULOS | | |
|---|---|---|
| ANO | QUANTIDADE | DIFERENÇA (de acordo com o ano anterior) |
| 2014 | 20 | - |
| 2018 | 13 | 7 |
| 2022 | 19 | 6 |

**Fonte**: Elaborado pelos autores.

Do total de locadoras de veículos levantadas, observou-se que 12 dessas empresas estão situadas no Centro, 6 em Cascatinha, 1 em Itaipava e nenhuma nos distritos Pedro do Rio e Posse.

Cabe apontar que não foram encontradas empresas ativas (CNPJs ativos) para locadoras voltadas para embarcações e aeronaves no município de Petrópolis.

### *1.1.7.3. Comércio*

De acordo com uma pesquisa realizada pelo Instituto Fecomércio de Pesquisas e Análises (IFEC RJ), os reflexos causados pela chuva no início de 2022 trouxeram, para Petrópolis, prejuízos significativos aos comerciantes, estimando-se uma perda de R$ 78 milhões (SEBRAE, 2022). Ainda sobre o estudo realizado pelo IFEC RJ, dos 245 comerciantes que participaram da pesquisa, 65,8% sofreram quedas ou perdas totais do faturamento (ibidem).

Apesar destes resultados adversos, cabe apontar que o fluxo turístico no município está se restabelecendo, interferindo positivamente para o desenvolvimento da economia local. De maio a julho de 2022, por exemplo, foram registrados 60 mil turistas na cidade (DIÁRIO DO TURISMO, 2022).

Ao analisar os CNPJs ativos no município de Petrópolis que compõem o comércio para atendimento a demanda turística, foram encontrados 65 estabelecimentos com esta característica. O quadro abaixo realiza um resumo esquemático destes estabelecimentos.

**QUADRO 5 - COMÉRCIOS PETROPOLITANOS E SUAS LOCALIZAÇÕES**

| COMÉRCIOS PETROPOLITANOS | |
|---|---|
| IDENTIFICAÇÃO | DISTRITO |
| 4 Antiquários | 3 Itaipava; 1 Centro |
| 2 Artesanatos | 1 Cascatinha; 1 Centro |
| 1 Associação ou organização | 1 Centro |
| 1 Atacadista | 1 Centro |
| 1 Casa de Leilões | 1 Centro |
| 8 Centros Comerciais | 7 Centro; 1 Cascatinha |
| 3 Centros Culturais | 2 Centro; 1 Cascatinha |
| 1 Compras | 1 Centro |
| 1 Confecção | 1 Centro |
| 1 Empresa de Paisagismo | 1 Itaipava |
| 1 Empresa de Refrigeração Comercial | 1 Centro |
| 1 Escultura | 1 Centro |
| 1 Fabricante | 1 Centro |
| 2 Floriculturas | 1 Cascatinha; 1 Itaipava |
| 3 Imobiliárias | 3 Centro |

**QUADRO 5 - COMÉRCIOS PETROPOLITANOS E SUAS LOCALIZAÇÕES (CONTINUAÇÃO)**

| COMÉRCIOS PETROPOLITANOS | |
|---|---|
| IDENTIFICAÇÃO | DISTRITO |
| 1 Livraria | 1 Centro |
| 1 Loja | 1 Centro |
| 1 Loja de Artigos Domésticos | 1 Centro |
| 1 Loja de Artigos para Festas | 1 Centro |
| 1 Loja de Chocolates | 1 Centro |
| 1 Loja de Departamento | 1 Centro |
| 1 Loja de Informática | 1 Centro |
| 1 Loja de Materiais para Artesanato | 1 Centro |
| 1 Loja de Moda Feminina | 1 Centro |
| 1 Loja de Moda Infantil | 1 Centro |
| 1 Loja de Móveis Rústicos | 1 Cascatinha |
| 1 Loja de Presentes | 1 Centro |
| 2 Lojas de Roupa | 2 Cascatinha; 1 Centro |
| 1 Loja de Tecido | 1 Centro |
| 1 Loja de Variedades | 1 Centro |
| 15 Lojas Artigos Fotográficos Petrópolis | 10 Centro; 2 Cascatinha; 2 Não Encontrados; 1 Posse |
| 1 Móveis de Vime | 1 Itaipava |
| 1 Museu de Arte | 1 Centro |
| 1 Museu de Artesanato | 1 Centro |
| 1 Organização não governamental | 1 Cascatinha |
| 2 Papelarias | 2 Centro |
| 26 *Shopping Centers* | 20 Centro; 4 Itaipava; 2 Cascatinha |

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

A respeito dos dados expostos acima, dois comércios identificados como “Lojas Artigos Fotográficos Petrópolis” não possuem endereço. Dos serviços oferecidos pelos mesmos, o primeiro se enquadra em “atividades de produção de fotografias, exceto aérea e submarina”, enquanto o segundo, “filmagem de festas e eventos; atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente; atividades de produção de fotografias, exceto aérea e submarina”. Relativo aos serviços oferecidos pelos demais comércios identificados na no quadro, segue em apêndice as demais correlações.

### *1.1.7.4. Agências Bancárias / Casas de Câmbio*

Referente às agências bancárias e as casas de câmbio, foram encontrados 62 estabelecimentos. Com o propósito de não só identificá-los como também clarificar os distritos que pertencem, segue abaixo o Quadro 6.

**QUADRO 6 - IDENTIFICAÇÃO E LOCALIZAÇÃO DAS AGÊNCIAS BANCÁRIAS E CASAS DE CÂMBIO**

| AGÊNCIAS BANCÁRIAS E CASAS DE CÂMBIO | |
|---|---|
| IDENTIFICAÇÃO | DISTRITOS |
| 13 Banco Bradesco S.A. | 10 Centro; 2 Itaipava; 1 Cascatinha |
| 6 Banco do Brasil S.A. | 5 Centro; 1 Itaipava |
| 12 Banco Santander | 10 Centro; 1 Itaipava; 1 Pedro do Rio |
| 5 Caixa Econômica Federal | 4 Centro; 1 Itaipava |
| 2 CECM dos Empregados de Furnas e das demais Empresas do Sistema Eletrobrás Ltda. | 1 Itaipava; 1 Centro |
| 1 Confidence Corretora de Câmbio S.A. | 1 Centro |
| 1 Cooperativa de Credito Credirochas - Sicoob Credirochas | 1 Centro |
| 1 Cooperativa de Credito de Livre Admissão da Zona da Mata Ltda. | 1 Centro |
| 1 Cooperativa de Credito Mutuo Serra Mar Ltda. | 1 Centro |
| 1 Cooperativa de Credito | 1 Centro |
| 1 Investimento e Serviços Financeiros Sicoob Uni Sudeste | 1 Centro |
| 1 Cooperativa Sicoob Unimais Metropolitana - Cooperativa de Credito de Livre Admissão | 1 Centro |
| 14 Itaú Unibanco S.A. | 11 Centro; 2 Itaipava; 1 Cascatinha |
| 1 M.B.C. Consultoria em Administração Ltda. | 1 Centro |
| 1 OK Câmbio e Turismo | 1 Centro |
| 1 RF de Oliveira Câmbio e Turismo | 1 Centro |
| 1 Tempus Viagens E Turismo Ltda. | 1 Centro |

**Fonte**: Elaborado pelos autores.

Nota-se, com base no quadro acima, que grande parte dos 62 estabelecimentos citados estão situados no centro de Petrópolis, representando 83,87% do total. Para além, segue em apêndice serviços oferecidos por estes estabelecimentos.

### *1.1.7.5. Serviços de Mecânico*

Dos serviços de mecânico, foram registrados 11 estabelecimentos. Destes, 4 estão localizados em Cascatinha, 4 no Centro, 1 em Itaipava e 1 em Pedro do Rio. Sobre os serviços oferecidos, segue abaixo, no Quadro 7, a relação das atividades de cada oficina mecânica conforme suas localizações.

**QUADRO 7 - APRESENTAÇÃO DOS SERVIÇOS PRESTADOS NAS OFICINAS MECÂNICAS**

| SERVIÇOS MECÂNICO | |
|---|---|
| SERVIÇOS PRESTADOS | DISTRITOS |
| Serviços de Manutenção e Reparação Mecânica de Veículos Automotores | Centro |
| Serviços de Manutenção e Reparação Mecânica de Veículos Automotores | Centro |
| Manutenção e Reparação de Veículos Automóveis | Centro |
| Serviços de Manutenção e Reparação Mecânica de Veículos Automotores | Cascatinha |
| Serviços de Manutenção e Reparação Mecânica de Veículos Automotores | Cascatinha |
| Manutenção e Reparação de Veículos Automóveis | Cascatinha |
| Comércio a Varejo de Peças e Acessórios Novos para Veículos Automotores | Centro |
| Serviços de Manutenção e Reparação Mecânica de Veículos Automotores; Serviços de Lanternagem ou Funilaria e Pintura de Veículos Automotores; Serviços de Manutenção e Reparação Elétrica de Veículos Automotores; Serviços de Alinhamento e Balanceamento de Veículos Automotores | Cascatinha |
| Serviços de Manutenção e Reparação Mecânica de Veículos Automotores | Itaipava |
| Serviços De Manutenção E Reparação Mecânica De Veículos Automotores | Pedro do Rio |

**Fonte**: Elaborado pelos autores.

Observa-se, com base no Quadro 7, que há uma distribuição igualitária entre Cascatinha e o Centro de Petrópolis. No distrito Posse, por outro lado, não houve registros. Dos destaques, aponta-se a oficina de Cascatinha, a qual registra 4 atividades diferentes, enquanto as demais, oscilam entre 1 – majoritariamente –, 2 e 3.

### *1.1.7.6. Postos de Abastecimento*

Concernente aos postos de abastecimento, foram identificados 79 estabelecimentos. Destes, 38 estão localizados no Centro, 17 em Cascatinha, 17 em Itaipava, 4 na Posse e 3 em Pedro do Rio. Sobre a identificação dos postos, segue abaixo o Quadro 8.

**QUADRO 8 - IDENTIFICAÇÃO DOS POSTOS DE ABASTECIMENTO CONFORME SEUS DISTRITOS**

| POSTOS DE ABASTECIMENTO | |
|---|---|
| IDENTIFICAÇÃO | DISTRITOS |
| 7 Shell Brasil Ltda.; 2 Auto Posto Petrobras Ltda.; 1 Alps Auto Posto Ltda.; 1 Auto Posto Cidade Das Hortênsias Ltda.; 1 Auto Posto Gás Tudo Móvel Ltda.; 1 Auto Posto Ipiranga Ltda.; 1 Auto Posto Mecânica Coronel Veiga Ltda.; 1 Auto Posto Montecaseros Ltda.; 1 Auto Posto Napoli Ltda.; 1 Auto Posto Ônix 1243 Ltda.; 1 Auto Posto Quitandinha Ltda.; 1 Auto Posto São Judas Tadeu Ltda.; 1 Auto Posto Toronto Ltda.; 1 Br Coronel Veiga Combustíveis Ltda.; 1 Domínio Lubrificantes Ltda.; 1 Enzo Quitandinha Ltda.; Posto Amarelinho de Petrópolis Ltda.; 1 Posto BR Coronel Veiga Combustíveis Ltda.; 1 Posto de Abastecimento Vitoria 040 Ltda.; 1 Posto de Gasolina Bingen Limitada; 1 Posto de Serviço Nino S Ltda.; 1 Posto do Contorno Ltda.; 1 Posto Imperial da Serra Ltda.; 1 Posto Imperial de Petrópolis Ltda.; 1Posto Regente Ltda.; 1 Posto São Judas Tadeu do Retiro Eireli; 1 Posto Serra Da Estrela Ltda.; 1 Preditiva de Petrópolis Auto Posto Ltda.; 1 Simovan Auto Posto Ltda.; 1 Turi Participações e Comercio Ltda.; 1 Vep Veículos Especiais de Petrópolis Ltda. | Centro |

**QUADRO 8 - IDENTIFICAÇÃO DOS POSTOS DE ABASTECIMENTO CONFORME SEUS DISTRITOS (CONTINUAÇÃO)**

| POSTOS DE ABASTECIMENTO | |
|---|---|
| IDENTIFICAÇÃO | DISTRITOS |
| 2 Posto União de Corrêas Ltda.; 1 Auto Posto Estrada Mineira Ltda.; 1 Auto Posto Ipiranga Ltda.; 1 Auto Posto Nat Ltda.; 1 Auto Posto Ngf Ltda.; 1 Auto Posto Petrobras Ltda.; 1 Auto Posto Pio Monte Ltda.; 1 Auto Posto R L 2018 Ltda.; 1 Auto Posto Vale do Samambaia Ltda.; 1 Ecorodo Br 040 Combustíveis Ltda.; 1 Operadora de Postos de Serviços Ltda.; | Cascatinha |
| 1 Posto de Abastecimento Oliveira e Vogel Ltda.; 1 Posto De Abastecimento Vitoria 040 Ltda.; 1 Posto de Serviço Nino S Ltda.; 1 Posto Maria Cumprida Ltda.; 1 Posto Petrópolis Ltda. | Cascatinha |
| 1 Vale Rio Branco Veículos Ltda.; 1 Mercalub Abastecedora Ltda.; 1 Barenco & Coelho Ltda.; 1 Auto Posto Petrobras Ltda. | Posse |
| 1 Posto de Combustíveis Ponte de Lima; 1 Barenco & Coelho Ltda.; 1 Auto Posto Petrobras Ltda. | Pedro do Rio |

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Com a finalidade de apresentar os serviços oferecidos por cada um destes postos de abastecimento, tornou-se viável disponibilizá-los em Apêndice. Como adenda sobre os dados, acentua-se que não foi possível captar as atividades oferecidas pelo Auto Posto Petrobras Ltda., localizado em Cascatinha.

### *1.1.7.7. Locais / Templos de Manifestação de Fé*

De acordo com a Prefeitura Municipal de Petrópolis (s/d), um fator que contribui consideravelmente para a estabilidade e o aumento do fluxo turístico no município é a diversidade dos espaços religiosos, comportando templos católicos, templos cristãos, templos luteranos, sinagogas israelitas, mesquitas muçulmanas e outros. Dos arquétipos que sustentam esta premissa, basta debruçar-se nas 3.848 avaliações feitas sobre a Catedral de São Pedro de Alcântara na plataforma TripAdvisor (s/d). Ademais, vista como um destino turístico, a mesma está avaliada com 4.5 de 5 estrelas (ibidem).

No que se refere à quantidade de espaços religiosos presentes em Petrópolis, segue em Apêndice as identificações dos espaços e os distritos a elas pertencentes. Dos resultados, bem como evidenciado na planilha compartilhada, foram identificados 104 espaços. Destes, 66,35% estão situados no distrito Centro, 26,92% em Cascatinha, 2,88% na Posse, 1,92% em Itaipava e 1,92% em Pedro do Rio. Das demais observações, feitas, pontua-se que Pedro do Rio e Posse só possuem templos evangélicos. Em Itaipava, por sua vez, foram identificadas uma igreja católica e uma igreja evangélica. Neste sentido, a diversidade citada anteriormente abrande apenas os distritos Cascatinha e Centro.

#### *1.1.7.8. Representações Diplomáticas*

Não foram encontrados registros voltados para esta tipologia.

## 1.2. Caracterização da infraestrutura de apoio aos serviços turísticos

### *1.2.1. Serviços e equipamentos de hospedagem*

Dentre os inúmeros componentes do ciclo de vida do turismo, os que mais se destacam são os equipamentos de hospedagem. Estes, devido as suas mais variadas facilidades de recreação, entretenimento, conferências e reuniões (BUIJTENDIJK; TSCHUNKERT, 2016) acabam aquecendo a economia local e criando uma expectativa de desenvolvimento capaz de promover uma série de impactos socioeconômicos, ambientais e culturais positivos a sua territorialidade (PÉREZ; DEL BOSQUE, 2014).

Em específico ao cenário brasileiro, de 2011 a 2016, esse setor experimentou um crescimento de 15% em suas capitais (IBGE, 2017). Ademais, em 2016, propiciou uma receita de aproximadamente R$ 144 bilhões – valor estimado a partir do número total de unidades habitacionais (UHs) registradas no Brasil (1.011.254) (IBGE, 2017), acompanhado por sua taxa de ocupação (56,5%) e diária média (R$ 252,00) (FOHB, 2017). Apesar deste cenário auspicioso, entre os anos de 2020 a 2021, a pandemia da COVID-19 ocasionou impactos negativos significativos ao mercado turístico.

Ao final de março de 2020, o Fórum dos Operadores Hoteleiros do Brasil indicou que as taxas de ocupação e as receitas por UHs registraram quedas expressivas, atingindo déficits de -34,6% e -36,4%, respectivamente, comparado ao mesmo período do ano anterior. Já os índices de reservas passaram de 100% em janeiro, para menos de 10% na segunda quinzena de março (SANTOS, 2020).

Em vista disso, um dos desafios dos gestores hoteleiros contemporâneos é alcançar a excelência organizacional em um mercado tão competitivo, complexo, heterogêneo, volátil e dinâmico, que é influenciado positiva ou negativamente por uma série de variáveis externas à sua cadeia produtiva (CENTURIÓN, 2014). Prerrogativa essa que obriga seus gestores a possuir um exímio entendimento de seu mercado concorrencial, das tendências, ameaças e oportunidades deste nicho, bem como a desenvolverem estratégias que maximizem os efeitos de seus pontos fortes e minimizem seus pontos fracos. Logo, um minucioso controle da qualidade, dos processos organizacionais, dos recursos materiais, imateriais e da gestão do conhecimento necessitam ser orquestrados para o desenvolvimento de diferenciais competitivos (UBEDA-GARCIA ET AL., 2013; ROBLEDO; CHERAGHALIZADEH; TÜMER, 2017).

Dito isso, ao analisar esse mercado, os gestores hoteleiros se defrontam com uma série de tipologias que conceituam os equipamentos de hospedagem. Todavia,

> independentemente de sua forma de constituição, [estes estabelecimentos estão] destinados a prestar serviços de alojamento temporário, ofertados em unidades de frequência individual e de uso exclusivo do hóspede, bem como outros serviços necessários aos usuários, denominados de serviços de hospedagem, mediante adoção de instrumento contratual, tácito ou expresso, e cobrança de diária (BRASIL, 2008, p. 8).

Neste caso, o quadro abaixo evidencia os escopos conceituais elaborados pelo Ministério do Turismo, no intuito de classificar e clarificar as principais características deste nicho.

**QUADRO 9 – AS PRINCIPAIS TIPOLOGIAS DOS EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM**

| TIPOLOGIA | CONCEITUAÇÃO |
|---|---|
| **Hotel** | Meio de hospedagem com serviços de recepção e alimentação. |
| **Resort** | Hotel com infraestrutura de lazer e entretenimento que oferece serviços de estética, atividades físicas, recreação e convívio com a natureza no próprio empreendimento. |
| **Hotel Fazenda** | Hotel instalado em uma fazenda ou outro tipo de exploração agropecuária e que oferece a vivência do ambiente rural. |
| **Cama & Café** | Meio de hospedagem oferecido em residências, com no máximo três unidades habitacionais para uso turístico, em que o dono more no local, com café da manhã e serviços de limpeza. |
| **Hotel Histórico** | Hotel instalado em edificação com importância histórica. Nota: Entende-se por edificação com importância histórica aquela com características arquitetônicas de interesse histórico ou que tenha sido cenário de fatos histórico-culturais[10] de relevância reconhecida[11]. |
| **Pousada** | Meio de hospedagem de característica arquitetônica predominantemente horizontal, com até três pavimentos, 30 unidades habitacionais e 90 leitos, com serviços de recepção e alimentação. Nota: a pousada pode ser em um prédio único ou com chalés ou bangalôs. |
| **Flat/Apart-hotel** | Meio de hospedagem em edifício, com serviços de recepção, limpeza e arrumação, constituído por unidades habitacionais que dispõem de dormitório, banheiro, sala e cozinha equipada, com administração e comercialização integrada. |

**Fonte:** Brasil (2010a, p. 6-7). Adaptado pelos autores.

A partir dessas contextualizações, pode-se pontuar que este segmento se evidência como um complexo sistema comercial, diferenciado por tipologias, portes e classificações. No tocante ao porte, Castelli (2000) preconiza que estas empresas são qualificadas a partir do número de UHs que possuem: as que têm entre 1 a 50 UHs devem ser vistas como de pequeno porte; entre 51 a 100 UHs, médio porte; e acima de 100 UHs, grande porte.

[10] "Fatos histórico-culturais incluem os considerados relevantes com base na memória popular, independentemente de quando esses ocorreram" (BRASIL, 2010a, p. 7).

[11] "O reconhecimento pode ser formal, como por exemplo, por parte do Estado brasileiro, ou informal, como por exemplo, com base no conhecimento popular ou em estudos acadêmicos" (BRASIL, 2010a, p. 7).

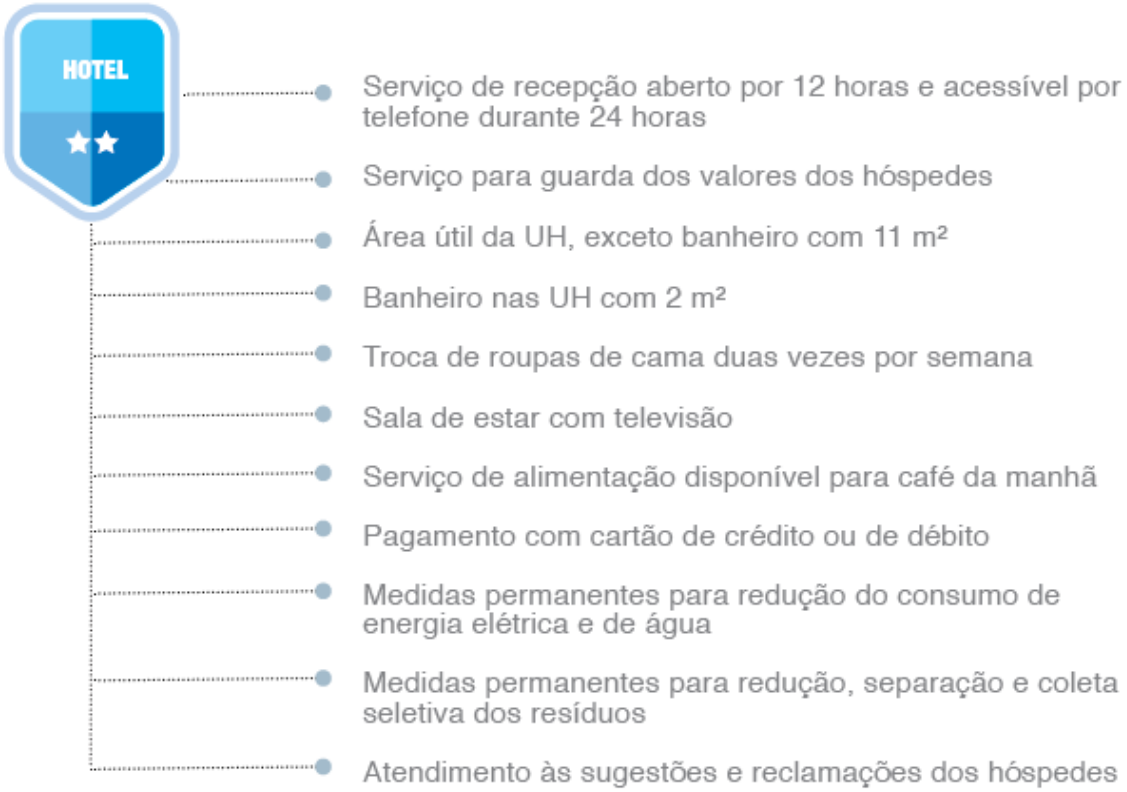
Já sobre suas classificações, o Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBCLASS) apresenta uma metodologia de cunho não obrigatória – Figura 6 – que expõe a relação desta variável com uma métrica intitulada "estrela". A partir dessa relação, existe a intenção de se diferenciar estes empreendimentos observando as seguintes métricas (Figura 7[12]): infraestrutura, serviços e sustentabilidade.

**FIGURA 6 – RELAÇÃO TIPOLOGIA VS. CLASSIFICAÇÃO DOS EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM**

**Fonte:** Brasil (2010a, p. 9)

[12] Ressalta-se que, para cada tipologia do Quadro 1, o Ministério do Turismo desenvolveu uma cartilha de orientação para que seus gestores compreendam quais são os requisitos mínimos de infraestrutura, serviços e sustentabilidade para que esses negócios sejam classificados entre 1 a 5 estrelas.

**FIGURA 7 – EXEMPLO DE CLASSIFICAÇÃO DE UM EQUIPAMENTO DE HOSPEDAGEM**




**Fonte:** Brasil (2010b, p. 9)

Logo, entende-se que estas empresas hoteleiras são constituídas por infraestruturas, portes, equipamentos, produtos, serviços e atendimentos que intentam satisfazer uma pluralidade de necessidades de seus clientes (SANTOS; SILVA, 2015; CASTELLI, 2016). Por conseguinte, a partir desses dinâmicos conjuntos de variáveis que as identificam e as diferenciam, seus gestores devem não apenas atender, mas superar as expectativas de suas demandas, de maneira que estas se tornem *habitués* (HAYES; NINEMEIER, 2005; GREGSON, 2009).

Com as definições descritas acima esclarecidas, o processo de inventariação da oferta hoteleira petropolitana é descrito abaixo.

### *1.2.1.1. Os equipamentos de hospedagem petropolitanos: uma análise prévia de mercado (2012 a 2019)*

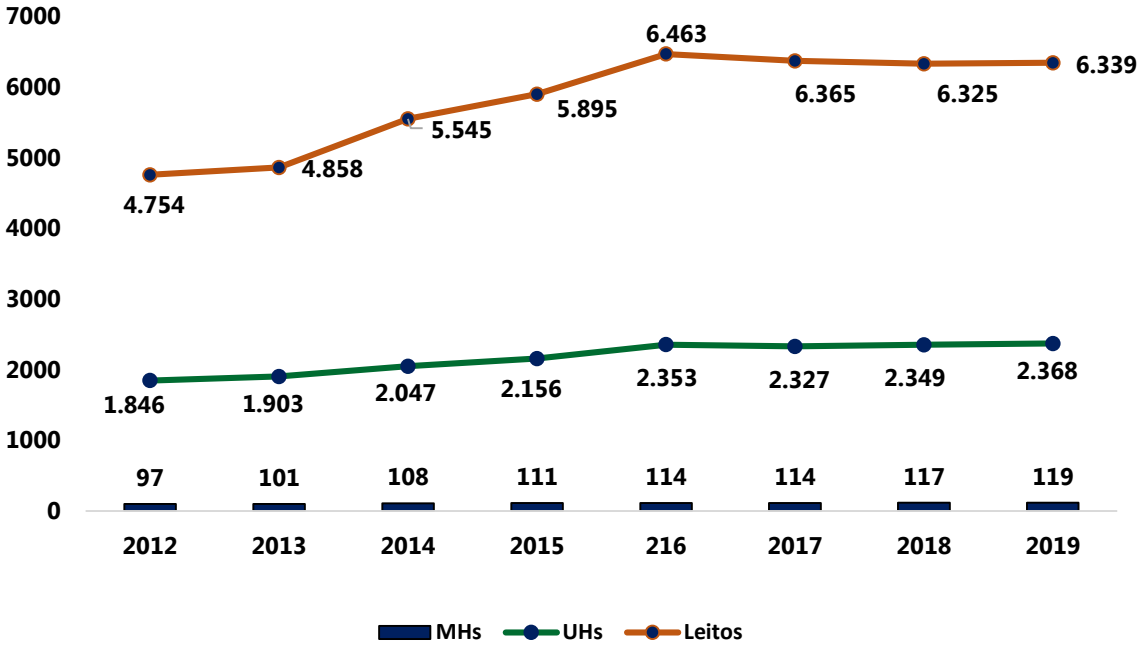
Estudos conduzidos pela Secretaria Municipal de Turismo de Petrópolis (TURISPETRO), juntamente com o Observatório Regional de Turismo (2016, 2017, 2021a, 2021b, 2021c) apontam que, entre 2012 a 2019, tais equipamentos de hospedagem observaram um crescimento de 22,68%. No tocante às UHs e leitos disponíveis, estes também observaram taxas de crescimento significativas, na ordem de 28,28% e 33,34%, respectivamente. Não obstante, a Tabela 6 mostra, quantitativamente, como essa progressão ocorreu entre os anos supracitados. Além disso, o Gráfico 9 abaixo esclarece como esta gradação foi atingida, possibilitando uma melhor percepção temporal desta narrativa.

**TABELA 6 – DISPOSIÇÃO DOS EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM, DE SUAS UHS E LEITOS ENTRE OS ANOS DE 2012 A 2019.**

| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 216 | 2017 | 2018 | 2019 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **MHs** | 97 | 101 | 108 | 111 | 114 | 114 | 117 | 119 |
| **UHs** | 1.846 | 1.903 | 2.047 | 2.156 | 2.353 | 2.327 | 2.349 | 2.368 |
| **Leitos** | 4.754 | 4.858 | 5.545 | 5.895 | 6.463 | 6.365 | 6.325 | 6.339 |

**Fonte:** Observatório Regional de Turismo/Diretoria de Turismo/Fundação de Cultura e Turismo de Petrópolis/PMP (2016, 2017, 2021a, 2021b, 2021c). Elaborado pelos autores.

## GRÁFICO 9 – DISPOSIÇÃO DOS EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM, DE SUAS UHS E LEITOS ENTRE OS ANOS DE 2012 A 2019.




**Fonte:** Observatório Regional de Turismo/Diretoria de Turismo/Fundação de Cultura e Turismo de Petrópolis/PMP (2016, 2017, 2021a, 2021b, 2021c). Elaborado pelos autores.

No tocante à composição deste mercado, o estudo supracitado explicita a seguinte formação (ibidem): hotel, pousada, resort, spa, *hostel*, flat e cama e café. Logo, a Tabela 7 evidencia como tais tipologias se comportaram entre 2015 a 2019, indicando seus números de estabelecimentos, UHs, leitos e, por fim, as percepções de crescimento ou decrescimento ao longo desta linha temporal.

## TABELA 7 – TIPOLOGIA DOS EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM, DE SUAS UHS E LEITOS ENTRE OS ANOS DE 2015 A 2019.

| | 2015 | | | 2016 | | | Taxa C/D (15-16) | | | 2017 | | | Taxa C/D (16-17) | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | MH | UH | Leitos | MH | UH | Leitos | MH | UH | Leitos | MH | UH | Leitos | MH | UH | Leitos |
| **Hotel** | 28 | 1.025 | 2.768 | 28 | 1.135 | 3.088 | 0,00% | **10,73%** | **11,56%** | 27 | 979 | 2.722 | **-3,57%** | **-13,74%** | **-11,85%** |
| **Pousada** | 70 | 859 | 2.321 | 73 | 936 | 2.512 | **4,29%** | **8,96%** | **8,23%** | 73 | 1.044 | 2.743 | 0,00% | **11,54%** | **9,20%** |
| **Resort** | 3 | 102 | 278 | 3 | 102 | 278 | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 4 | 138 | 394 | **33,33%** | **35,29%** | **41,73%** |
| **Spa** | 4 | 76 | 170 | 5 | 91 | 215 | **25,00%** | **19,74%** | **26,47%** | 4 | 79 | 177 | **-20,00%** | **-13,19%** | **-17,67%** |
| **Hostel** | 5 | 54 | 238 | 4 | 49 | 210 | **-20,00%** | **-9,26%** | **-11,76%** | 5 | 47 | 169 | **25,00%** | **-4,08%** | **-19,52%** |
| **Flat** | 1 | 40 | 120 | 1 | 40 | 160 | 0,00% | 0,00% | **33,33%** | 1 | 40 | 160 | 0,00% | 0,00% | 0,00% |
| **MERCADO** | **111** | **2.156** | **5.895** | **114** | **2.353** | **6.463** | | | | **114** | **2.327** | **6.365** | | | |

| | 2018 | | | Taxa C/D (17-18) | | | 2019 | | | Taxa C/D (18-19) | | | Taxa C/D (15-19) | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | MH | UH | Leitos | MH | UH | Leitos | MH | UH | Leitos | MH | UH | Leitos | MH | UH | Leitos |
| **Hotel** | 31 | 994 | 2.683 | **14,81%** | **1,53%** | **-1,43%** | 31 | 1.009 | 2.687 | 0,00% | **1,51%** | **0,15%** | **10,71%** | **-1,56%** | **-2,93%** |
| **Pousada** | 71 | 1.046 | 2.716 | **-2,74%** | **0,19%** | **-0,98%** | 70 | 1.041 | 2.692 | **-1,41%** | **-0,48%** | **-0,88%** | 0,00% | **21,19%** | **15,98%** |
| **Resort** | 4 | 139 | 394 | 0,00% | **0,72%** | 0,00% | 4 | 139 | 394 | 0,00% | 0,00% | 0,00% | **33,33%** | **36,27%** | **41,73%** |
| **Spa** | 3 | 60 | 118 | **-25,00%** | **-24,05%** | **-33,33%** | 3 | 58 | 118 | 0,00% | **-3,33%** | 0,00% | **-25,00%** | **-23,68%** | **-30,59%** |
| **Hostel** | 7 | 70 | 254 | **40,00%** | **48,94%** | **50,30%** | 8 | 71 | 264 | **14,29%** | **1,43%** | **3,94%** | **60,00%** | **31,48%** | **10,92%** |
| **Flat** | 1 | 40 | 160 | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 1 | 40 | 160 | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | **33,33%** |
| **Cama e Café** | | | | | | | 2 | 10 | 24 | | | | | | |
| **MERCADO** | **117** | **2.349** | **6.325** | | | | **119** | **2.368** | **6.339** | | | | | | |

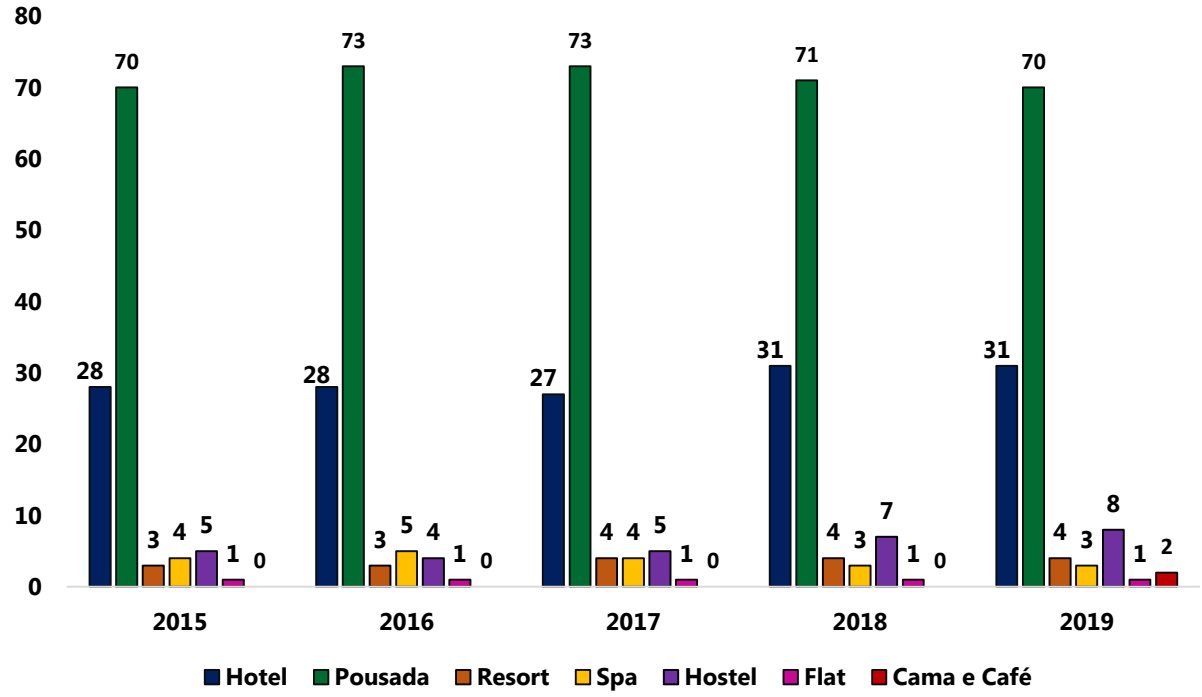
**Fonte:** Observatório Regional de Turismo/Diretoria de Turismo/Fundação de Cultura e Turismo de Petrópolis/PMP (2016, 2017, 2021a, 2021b, 2021c). Elaborado pelos autores.

Quanto aos dados indicados na Tabela 7, cabe destacar: no período investigado, a maior taxa de crescimento foi da tipologia *hostel* (60%). Marco que denota o crescimento de um nicho de consumidor majoritariamente composto pela Geração Z e que não só busca uma hospedagem mais barata, como também privilegia: conhecer novas pessoas; interagir com novas culturas; atividades gratuitas como, por exemplo, oficinas de ioga ou de culinária local; deslocamentos em pequenos intervalos de folga (MARTINS, 2019).

Já as UHs e os leitos tiveram destaque no segmento *Resort*, com 36,27% e 41,73%, respectivamente. Já o nicho *Spa* apresentou uma redução de 25%, em termos de estabelecimentos. Assim como este mesmo núcleo observou um recuo de 23,68% em suas UHs e de 30,59% em seus leitos.

Ainda sobre a composição do mercado retratado pela Tabela 7, o gráfico abaixo ilustra, do ponto de vista dos números de equipamentos hoteleiros distribuídos em Petrópolis, seus comportamentos entre 2015 a 2019. Panorama este que indica que uma composição majoritariamente formada por pousadas. Entre 2015 e 2017, este equipamento de hospedagem era responsável por 63,06% e 64,04% (2016 e 2017), demonstrando um ligeiro crescimento entre 2015 e 2016 na ordem de 1,63%. Todavia, apesar desta tipologia manter sua liderança nos dois anos seguintes, experimentou decrescimentos na ordem de 5,25% (entre 2017 e 2018) e 3,07% (entre 2018 e 2019). Assim, esta tipologia em 2018 e 2019 foi responsável por 60,68% e 58,82% dos equipamentos de hospedagem petropolitanos, respectivamente.

**GRÁFICO 10 – DISPOSIÇÃO DOS EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM, DE SUAS UHS E LEITOS ENTRE OS ANOS DE 2015 A 2019.**




**Fonte:** Observatório Regional de Turismo/Diretoria de Turismo/Fundação de Cultura e Turismo de Petrópolis/PMP (2016, 2017, 2021a, 2021b, 2021c). Elaborado pelos autores.

Por fim, este mesmo estudo (ibidem) expôs a taxa de ocupação (OCC), em finais de semana e feriados, do mercado hoteleiro petropolitano entre os anos de 2015 a 2019. Panorama este indicado na tabela abaixo:

**TABELA 8 – OCC EM FINAIS DE SEMANA E FERIADOS ENTRE 2015 A 2019.**

| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|---|---|---|---|---|---|
| Janeiro | 62,77% | 64,52% | 65,46% | 54,43% | 63,33% |
| Fevereiro | 61,98% | 55,87% | 58,65% | 48,66% | 46,79% |
| Março | 59,93% | 56,76% | 54,29% | 50,14% | 62,49% |
| Abril | 62,68% | 70,42% | 71,06% | 69,30% | 64,67% |
| Maio | 80,87% | 75,81% | 68,95% | 63,95% | 68,18% |
| Junho | 88,00% | 86,54% | 82,15% | 82,89% | 83,15% |
| Julho | 94,15% | 80,25% | 85,24% | 83,88% | 84,00% |
| Agosto | 76,75% | 65,32% | 66,80% | 64,45% | 63,89% |
| Setembro | 73,88% | 62,87% | 60,70% | 73,57% | 62,69% |
| Outubro | 74,92% | 67,26% | 61,59% | 59,57% | 67,14% |
| Novembro | 71,18% | 54,05% | 55,68% | 62,13% | 68,06% |
| Dezembro | 64,99% | 56,03% | 65,14% | 74,13% | 69,05% |
| **MERCADO** | **72,67%** | **66,32%** | **66,31%** | **65,59%** | **66,95%** |

**Fonte:** Observatório Regional de Turismo/Diretoria de Turismo/Fundação de Cultura e Turismo de Petrópolis/PMP (2016, 2017, 2021a, 2021b, 2021c). Elaborado pelos autores.

Realizado este breve panorama histórico do período compreendido entre os anos de 2015 a 2019, período de vigência do Plano Diretor para o Turismo da Cidade de Petrópolis 2010-2019, torna-se possível analisar e descrever a inventariação dos equipamentos de hospedagem que irão compor o Plano Diretor de Turismo de Petrópolis 2023-2030. A descrição é realizada na seção a seguir.

### 1.2.1.2. A inventariação dos equipamentos de hospedagem petropolitanos

O processo de inventariação deste segmento turístico respeitou, integralmente, a metodologia proposta pelo Ministério do Turismo, abarcando os cinco eixos macros – cabeçalho; identificação; características gerais; serviços e equipamentos; e descrição (BRASIL, 2006) – previstos para a parametrização dos equipamentos de hospedagem.

Ao todo, através desses eixos, 22.750 dados foram captados, a partir dos 122 meios de hospedagem inventariados[13].

Isto posto, a operacionalização desta inventariação ocorreu de duas formas. A primeira, por pesquisas de gabinete que colheram dados gerais, como: designação dos distritos, tipos e subtipos dos equipamentos de hospedagem investigados; dados empresariais e jurídicos; localização e ambiência; e cadastro e classificação do meio de hospedagem. Já a segunda ocorreu por meio de pesquisa de campo, conduzidas entre os dias 04 a 06 de outubro de 2022. Esta pesquisa tinha como objetivo registrar as seguintes informações, a saber: geração de emprego e renda; características gerais e facilidades das UHs; tipos de diária; características das áreas sociais, de recreação e lazer e das instalações para eventos. Além disso, foram pontuadas as restrições impostas aos hóspedes, quando aplicáveis, por parte desses estabelecimentos.

Realizados estes esclarecimentos, torna-se possível evidenciar o impacto que este setor possui sobre a economia petropolitana[14]. Em 2021, detectaram-se 815 empregos diretos, com carteiras assinadas, que representaram 23,3% do total dos trabalhos formais do ecossistema de turismo petropolitano. Outro ponto importante é que estes equipamentos de hospedagem geraram, no ano supracitado, um faturamento estimado de R$ 124,69 milhões.

Dessa forma, considerando que o município está dividido em cinco distritos – Petrópolis, Cascatinha, Itaipava, Pedro do Rio e Posse (IBGE, s/d) – a Tabela 9 demonstra os faturamentos e empregos formais diretos gerados, em 2021, em cada uma dessas localidades.

[13] Os formulários de inventariação de cada um dos estabelecimentos estão disponíveis nos Apêndices deste relatório.
[14] As informações sobre os impactos econômicos foram captadas por meio de base de dados públicas disponibilizadas pelo IBGE, RAIS, CAGED e Receita Federal.

**TABELA 9 – FATURAMENTOS E EMPREGOS DIRETOS DOS EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM NOS DISTRITOS PETROPOLITANOS (2021).**

| | Faturamento (R$ em milhões) | FAT (%) | Empregos Diretos | Emp. (%) |
|---|---|---|---|---|
| **Petrópolis** | R$ 55,05 | 44,15% | 335 | 41,10% |
| **Cascatinha** | R$ 16,05 | 12,87% | 117 | 14,36% |
| **Itaipava** | R$ 41,33 | 33,15% | 249 | 30,55% |
| **Pedro do Rio** | R$ 9,28 | 7,44% | 22 | 2,70% |
| **Posse** | R$ 2,98 | 2,39% | 92 | 11,29% |
| **MERCADO** | **R$ 124,69** | | **815** | |

**Fonte:** Elaborado pelos autores a partir das seguintes bases de dados (maio de 2022): Receita Federal, RAIS e CAGED.

A partir deste panorama, nota-se que o distrito de Petrópolis concentra a maior parte do faturamento (44,15%) e dos empregos diretos (41,10%). Em segundo lugar, temos o distrito de Itaipava, com as seguintes participações percentuais: faturamento (33,15%) e empregos diretos (30,55%). Interessante notar que, em 2021, apenas estes dois distritos são responsáveis por concentrar 77,3% do faturamento e 71,65% dos trabalhos formais inerentes aos equipamentos de hospedagem petropolitanos.

Ainda sobre esses distritos, as concentrações destes negócios hoteleiros se deram, conforme dito anteriormente, em 122 estabelecimentos. Entretanto, ao categorizá-los conforme a metodologia do Ministério do Turismo (BRASIL, 2006) – que prevê que os equipamentos de hospedagem sejam descritos por duas terminologias (tipo e subtipo), exatamente como proposto no Quadro 10 – evidenciam-se as seguintes disposições:

**QUADRO 10 – TIPO E SUBTIPO DE EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM.**

| TIPO | SUBTIPO |
|---|---|
| **Meio de hospedagem com necessidade de cadastro** | H – Hotel; HH – Hotel Histórico; HL – Hotel de Lazer/Resort; P – Pousada; Hotel de Selva/Lodge; e Apart-hotel/Flat/Condohotel |
| **Meio de hospedagem sem necessidade de cadastro** | Hospedaria; Pensão; e Motel |
| **Meio de hospedagem extra-hoteleiro** | *Camping;* Colônia de Férias; e Albergues (*Hostel*) |
| **Outros meios de hospedagem** | *Bed & Breakfast;* Hotel Fazenda; e Spa |

**Fonte:** Brasil (2006).

- Na métrica "tipo", observaram-se as seguintes concentrações: meios de hospedagem com necessidade de cadastro – 82,79% (101 unidades); meios de hospedagem extra-hoteleiros – 9,02% (11 unidades); meios de hospedagem sem necessidade de cadastro – 3,28% (4 unidades); e outros meios de hospedagem – 4,29% (6 unidades).
- Na métrica "subtipo", encontraram-se as seguintes participações: albergue (hostel) – 7,38% (9 unidades); apart-hotel/flat/condotel – 0,82% (1 unidade); *bed & breakfast* – 2,46% (3 unidades); *camping* – 1,64% (2 unidades); hospedaria – 2,46% (3 unidades); hotel – 24,59% (30 unidades); hotel de lazer/resort – 3,28% (4 unidades); hotel fazenda – 1,64% (2 unidades); pousada – 53,28% (65 unidades); pensão – 0,82% (1 unidade); e *spa* – 1,64% (2 unidades).

De posse desses resultados, o seguinte panorama é prospectado: entre 2019 a 2022 percebe-se um ligeiro crescimento do número de equipamentos de hospedagem petropolitanos. No último estudo divulgado pela Observatório Regional de Turismo, Diretoria de Turismo e Fundação de Cultura e Turismo de Petrópolis/PMP (2021c), em 2019, existiam 119 meios de hospedagem nessa localidade. A partir desta

inventariação, foram encontrados 122 estabelecimentos. Quantitativo que expressa um crescimento de 2,52%.

A priori, a taxa explicitada não tem destaque significativo. Contudo, se pensarmos que os anos de 2020 e 2021 acarretaram, em virtude da pandemia da Covid-19, impactos danosos ao sistema hoteleiro nacional, a taxa de crescimento alcançada assume uma oportuna representatividade e deve ser celebrada. Afinal, neste contexto pandêmico, o turismo brasileiro registrou uma retração exponencial de suas atividades, logrando um percentual acumulado de queda de 36,70% em 2020 (IBGE, 2021). Outro aspecto oportuno de ser mencionado diz respeito à tipologia das unidades hoteleiras inventariadas. Assim, a tabela a seguir ilustra um panorama interessante:

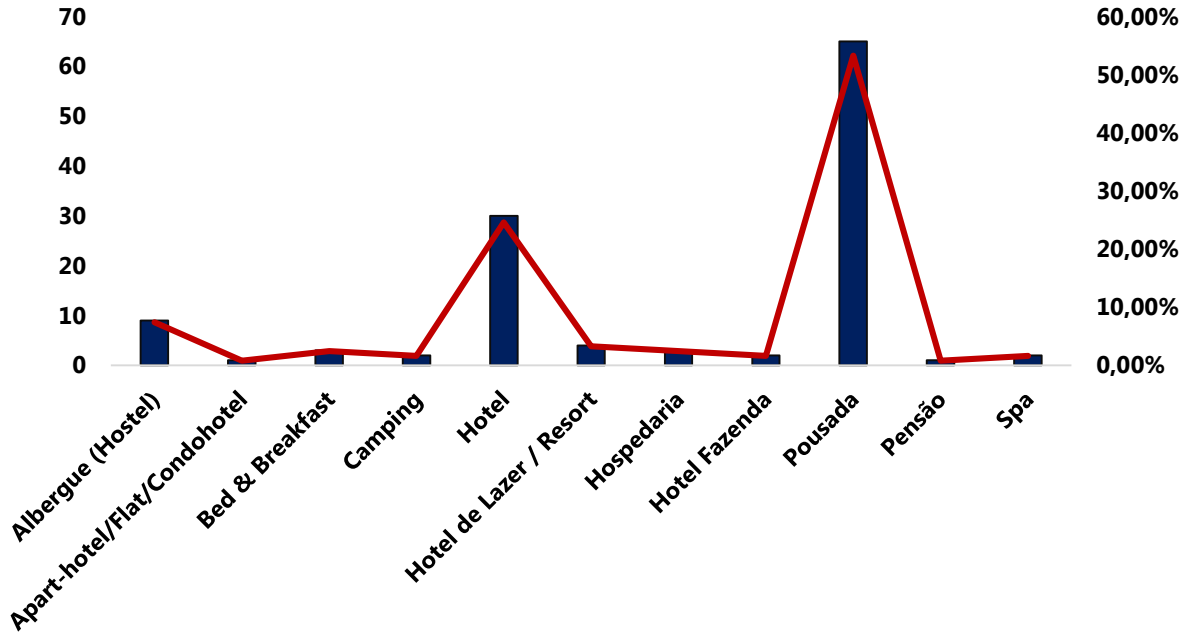
**TABELA 10 – DISTRIBUIÇÃO, POR TIPOLOGIA, DOS EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM**

| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2022 | Taxa C/D (2015-2022) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Albergue (Hostel)** | 5 | 4 | 5 | 7 | 8 | 9 | **80,00%** |
| **Apart-hotel/Flat Condohotel** | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | **0,00%** |
| ***Bed & Breakfast*** | ----- | ----- | ----- | ----- | 2 | 3 | **300,00%** |
| ***Camping*** | ----- | ----- | ----- | ----- | ----- | 2 | **200,00%** |
| **Hospedaria** | ----- | ----- | ----- | ----- | ----- | 3 | **300,00%** |
| **Hotel** | 28 | 28 | 27 | 31 | 31 | 30 | **7,14%** |
| **Hotel de Lazer / Resort** | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | **33,33%** |
| **Hotel Fazenda** | ----- | ----- | ----- | ----- | ----- | 2 | **200,00%** |
| **Pensão** | ----- | ----- | ----- | ----- | ----- | 1 | **100,00%** |
| **Pousada** | 70 | 73 | 73 | 71 | 70 | 65 | **-7,14%** |
| **Spa** | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 2 | **-50,00%** |

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

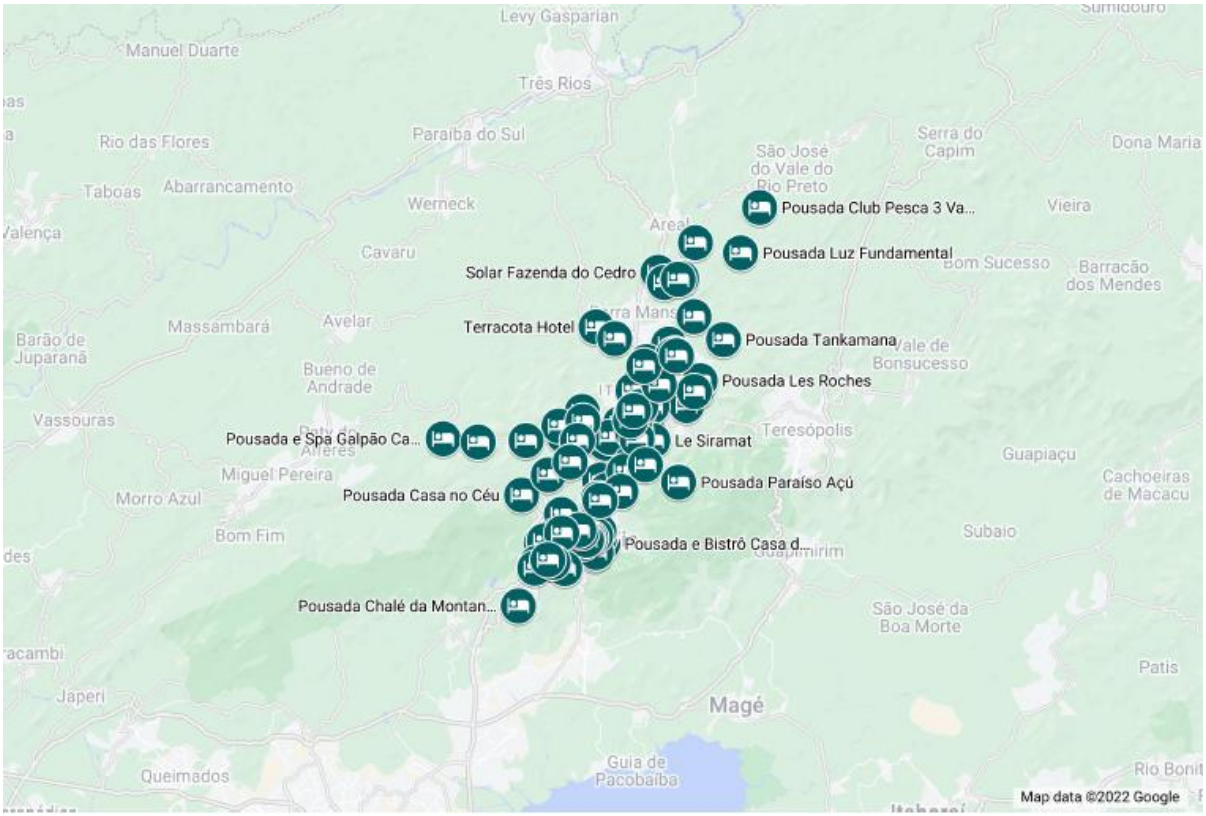
Com estas colocações devidamente regimentadas, o gráfico abaixo ilustra a distribuição quantitativa, por tipologia, de cada equipamento hoteleiro inventariado, ao mesmo tempo em que fornece suas representatividades no mercado petropolitano. Além disso, a figura subsequente aponta o ordenamento territorial destas mesmas unidades hoteleiras:

## GRÁFICO 11 – TIPOLOGIA DAS UNIDADES HOTELEIRAS PETROPOLITANAS




**Fonte:** Elaborado pelos autores.

## FIGURA 8 – ORDENAMENTO TERRITORIAL DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM EM PETRÓPOLIS



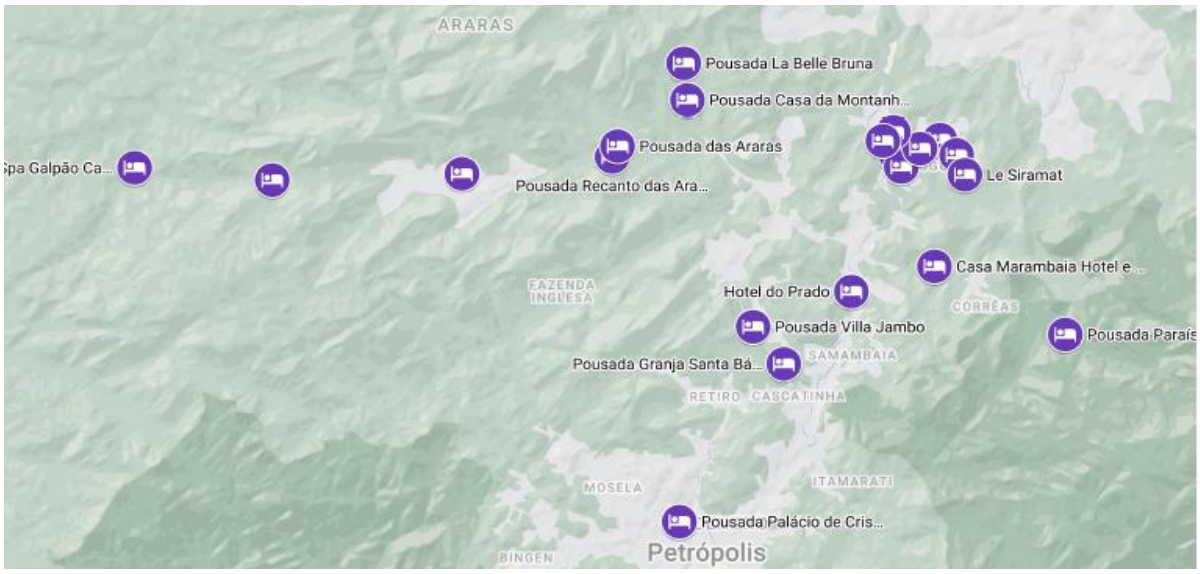

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Em continuidade, assim como a narrativa proposta pelo item 1.2.1.1 deste relatório, esta inventariação também compreendeu a distribuição destes equipamentos pelos distritos petropolitanos[15]. Assim, as figuras subsequentes

[15] O distrito de Cascatinha é composto pelos seguintes bairros: Araras, Vale das Videiras, Bonsucesso, Carangola, Vila Manzini, Castelo São Manoel, Corrêas, Bairro da Glória, Itamarati, Estrada da Saudade, Nogueira, Samambaia, Jardim Salvador, Roseiral, Alcobacinha e Humberto Rovigatti.
Itaipava: Madame Machado, Mangalarga, Vila Rica, Jardim Americano, Vale do Cuiabá, Benfica, Laginha, Gentio, Catubira, Ribeirão, Castelo, Reta, Sumidouro, Santa Mônica, Arranha- Céu, Parque Santa Maria, Parque dos Eucaliptos, Estrada das Arcas e centro de Itaipava
Pedro do Rio: Secretário, Fagundes, Taquaril, Barra Mansa, entre outros.
Petrópolis: Centro, Zona Norte - Quissamã, Retiro, Jardim Salvador, Itamarati (parte), Atílio Marotti, Quarteirão Brasileiro, entre outros - Zona Sul - Valparaíso, Quitandinha, Duques, Taquara, Parque São Vicente, Coronel Veiga, Castelânea, Siméria, Duas Pontes, Ponte Fones, Quarteirão Suíço, Quarteirão Italiano, Independência, São Sebastião, Saldanha Marinho, Alto Independência, Mauá, entres outros - Zona Oeste - Bingen, Mosela, Duarte da Silveira, Capela, Castrioto, Pedras Brancas, Vila Militar, Rocío, Bataillard, Moinho Preto, Fazenda Inglesa, Quarteirão Ingelheim, Quarteirão Nassau, entre outros – e Zona Leste - Morin, Alto da Serra, 24 de Maio, Vila Felipe, Vila Real, Campinho, Chácara Flora, Sargento Boening, Oswero Vilaça, Meio da Serra, entre outros.
Posse: Brejal, Rio Bonito, Tremedeira, Granjas Raposo, Nossa Senhora de Fátima, Jacuba entre outros.

demonstram seus ordenamentos territoriais conforme os roteiros estabelecidos para o processo de inventariação. Por conseguinte, ainda sobre o enfoque distrital, as tabelas abaixo materializam os quantitativos e as taxas de representação destes meios de hospedagem (Tabela 11), assim como suas distribuições por tipologias (Tabela 12).

## FIGURA 9 – DISTRIBUIÇÃO TERRITORIAL DOS EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM NO DISTRITO DE CASCATINHA




**Fonte:** Elaborado pelos autores.

## FIGURA 10 – DISTRIBUIÇÃO TERRITORIAL DOS EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM NO DISTRITO DE ITAIPAVA

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

## FIGURA 11 – DISTRIBUIÇÃO TERRITORIAL DOS EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM NO DISTRITO DE PEDRO DO RIO

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

## FIGURA 12 – DISTRIBUIÇÃO TERRITORIAL DOS EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM NO DISTRITO DE PETRÓPOLIS

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

## FIGURA 13 – DISTRIBUIÇÃO TERRITORIAL DOS EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM NO DISTRITO DE POSSE

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

## TABELA 11 – DISTRIBUIÇÃO DOS EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM NOS DISTRITOS PETROPOLITANOS

| | QUANTIDADE | REPRESENTATIVIDADE |
|---|---|---|
| **Cascatinha** | 21 | 17,21% |
| **Itaipava** | 26 | 21,31% |
| **Pedro do Rio** | 7 | 5,74% |
| **Petrópolis** | 64 | 52,46% |
| **Posse** | 4 | 3,28% |

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

## TABELA 12 – DISTRIBUIÇÃO, POR TIPOLOGIA, DOS EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM NOS DISTRITOS PETROPOLITANOS

| | **Albergue (*Hostel*)** | | **Apart-hotel/ Flat/Condohotel** | | ***Bed & Breakfast*** | | ***Camping*** | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | **Qtde.** | **%** | **Qtde.** | **%** | **Qtde.** | **%** | **Qtde.** | **%** |
| **Cascatinha** | 2 | 9,52% | ---------- | ------ | 1 | 4,76% | ------- | ------ |
| **Itaipava** | ------- | ------- | 1 | 3,85% | 1 | 3,85% | 1 | 3,85% |
| **Pedro do Rio** | ------- | ------- | ---------- | ------ | -------- | ------ | ------- | ------ |
| **Petrópolis** | 7 | 10,94% | ---------- | ------ | 1 | 1,56% | 1 | 1,56% |
| **Posse** | ------- | ------- | ---------- | ------ | -------- | ------ | ------- | ------ |
| | **Hotel** | | **Hotel de Lazer / Resort** | | **Hospedaria** | | **Hotel Fazenda** | |
| | **Qtde.** | **%** | **Qtde.** | **%** | **Qtde.** | **%** | **Qtde.** | **%** |
| **Cascatinha** | 4 | 19,05% | ---------- | ------ | -------- | ------ | ------ | ------- |
| **Itaipava** | 3 | 11,54% | 4 | 15,38% | -------- | ------ | ------ | ------- |
| **Pedro do Rio** | 1 | 14,29% | ---------- | ------ | -------- | ------ | 2 | 28,57% |
| **Petrópolis** | 22 | 34,38% | ---------- | ------ | 3 | 4,69% | ------ | ------- |
| **Posse** | ------- | ------- | ---------- | ------ | -------- | ------ | ------ | ------- |
| | **Pousada** | | **Pensão** | | ***Spa*** | | | |
| | **Qtde.** | **%** | **Qtde.** | **%** | **Qtde.** | **%** | | |
| **Cascatinha** | 14 | 66,67% | ---------- | ------ | --------- | ------- | | |
| **Itaipava** | 15 | 57,69% | ---------- | ------ | 1 | 3,85% | | |
| **Pedro do Rio** | 4 | 57,14% | ---------- | ------ | --------- | ------- | | |
| **Petrópolis** | 29 | 45,31% | 1 | 1,56% | --------- | ------- | | |
| **Posse** | 3 | 75,00% | ---------- | ------ | 1 | 25,00% | | |

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

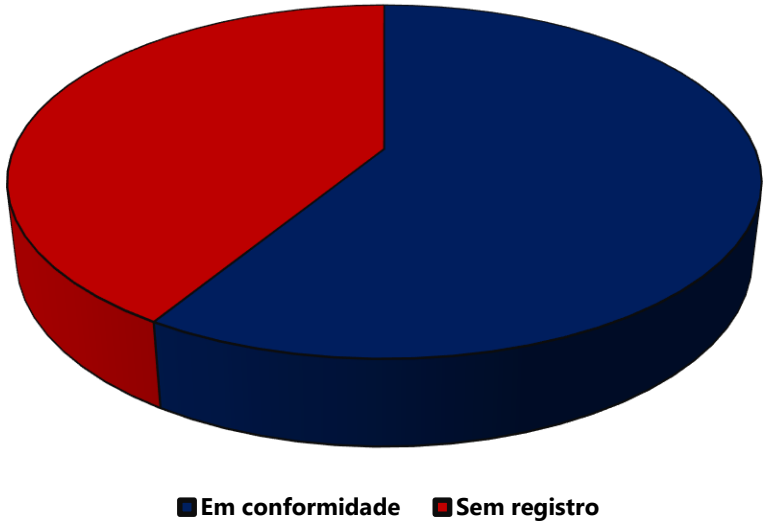
Logo, é possível notar que os distritos de Petrópolis e Itaipava são os mais plurais, uma vez que ambos concentram 7 tipologias distintas. No distrito Petrópolis, a seguinte distribuição é percebida: albergue (hostel) – 10,94% (7 unidades); *bed & breakfast* – 1,56% (1 unidade); *camping* – 1,56% (1 unidade); hotel – 34,38% (22 unidades); hospedaria – 4,69% (3 unidades); pousada – 45,31% (29 unidades); e pensão – 1,56% (1 unidade).

Já no distrito de Itaipava: apart-hotel/flat/Condohotel – 1,56% (1 unidade); *bed & breakfast* – 1,56% (1 unidade); *camping* – 1,56% (1 unidade); hotel – 11,54% (3 unidades); hotel de lazer/resort – 11,54% (3 unidades); pousada – 57,69% (15 unidades); e *spa* – 1,56% (1 unidade). Em contrapartida, o distrito de Posse é o que expõe a menor pluralidade (2 tipologias), sendo esta estruturada da seguinte forma: pousada – 75,00% (3 unidades); e *spa* – 25,00% (1 unidade).

Durante a inventariação desses estabelecimentos, um ponto chamou atenção – ver Gráfico 12 – perante os estabelecimentos que vinculados ao tipo "meio de hospedagem com necessidade de cadastro" (BRASIL, 2006). Conforme expressado anteriormente, 101 equipamentos se centram neste escopo (82,79%). Todavia, apenas 57 possuem registro no CADASTUR. Por conseguinte, 40 unidades hoteleiras (39,60%) não apresentaram o registro em questão[16] e seus dados sequer foram encontrados no site do CADASTUR[17].

[16] Na época da inventariação, quatro estabelecimentos alegaram estar encerrando suas atividades, mesmo estando com seus CNPJs devidamente ativos.
[17] Ver: https://cadastur.turismo.gov.br/hotsite/#!/public/capa/entrar

**GRÁFICO 12 – MEIOS DE HOSPEDAGEM COM NECESSIDADE DE CADASTRO E EM CONFORMIDADE COM O CADASTUR**




**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Outro ponto indagado diz respeito ao número de empregos gerados. Neste contexto, julga-se oportuno ressaltar que dos 122 estabelecimentos inventariados, apenas 74 responderam este questionamento, sendo suas respostas descritas na tabela a seguir:

**TABELA 13 – COMPOSIÇÃO DOS EMPREGOS NOS EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM INVENTARIADOS (2022).**

| Número de Empregados | Permanentes | Temporários | Com Deficiência |
|---|---|---|---|
| 917 | 881 | 28 | 8 |

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Com base nos dados dispostos nesta tabela, duas reflexões se fazem necessárias. A primeira deve-se ao fato de o número de empregados nos empreendimentos inventariados divergir do número de empregados formais levantados na base de dados oficial do ministério da Economia, a saber RAIS/CAGED.

Nos dados oficias segundos as CNAEs levantadas pela equipe, os equipamentos de hospedagem petropolitanos possuíam 815 empregos formais em maio de 2022. Já na inventariação realizada em outubro do mesmo ano, foi levantado a existência de 917 empregos nos equipamentos de hospedagem petropolitano.

Cabe ressaltar que como informado anteriormente, dos 122 estabelecimentos inventariados 74 responderam acerca do quantitativo de empregados. Este achado aponta para duas hipóteses, i) os equipamentos de hospedagem inventariados possuem uma taxa de informalidade e/ou ii) o setor apresentou um crescimento de 102 empregos entre maio e outubro de 2022. A hipótese mais plausível inferida pela equipe é a de que houve uma pequena melhoria na empregabilidade do setor devido ao aquecimento do turismo no município, mas grande parte da discrepância é devida a existência de uma taxa de informalidade nos equipamentos de hospedagem petropolitanos.

A segunda reflexão é suportada pelo número relatado de empregados com deficiência. De acordo com a lei 8.213/91 (art. 93), as organizações que possuírem entre 100 a 200 funcionários devem dispor entre 2% a 5% deste montante para deficientes (BRASIL, 1991)[18]. Isto posto, no caso dos equipamentos inventariados, apenas uma empresa hoteleira se enquadra neste escopo e, quanto a lei indicada, esta atende aos requisitos mínimos legais aqui explicitados.

Quanto ao período de funcionamento das unidades hoteleiras inventariadas, a metodologia do Ministério do Turismo (BRASIL, 2006) prevê esta categorização a partir das seguintes variáveis: permanente; finais de semana / feriados; festas; ou temporário. Em vista disso, das 122 empresas levantadas, 79 (64,75%) informaram estes dados, possibilitando a prospecção da seguinte conjuntura: 1 equipamento hoteleiro atua de maneira temporária (1,26%); 05 unidades operam somente aos finais de semana e em feriados (6,33%); e 73 empresas que funcionam permanentemente (92,41%).

[18] Nenhuma outra organização inventariada possui um quantitativo superior a este e, portanto, não se enquadram nas cotizações previstas por lei.

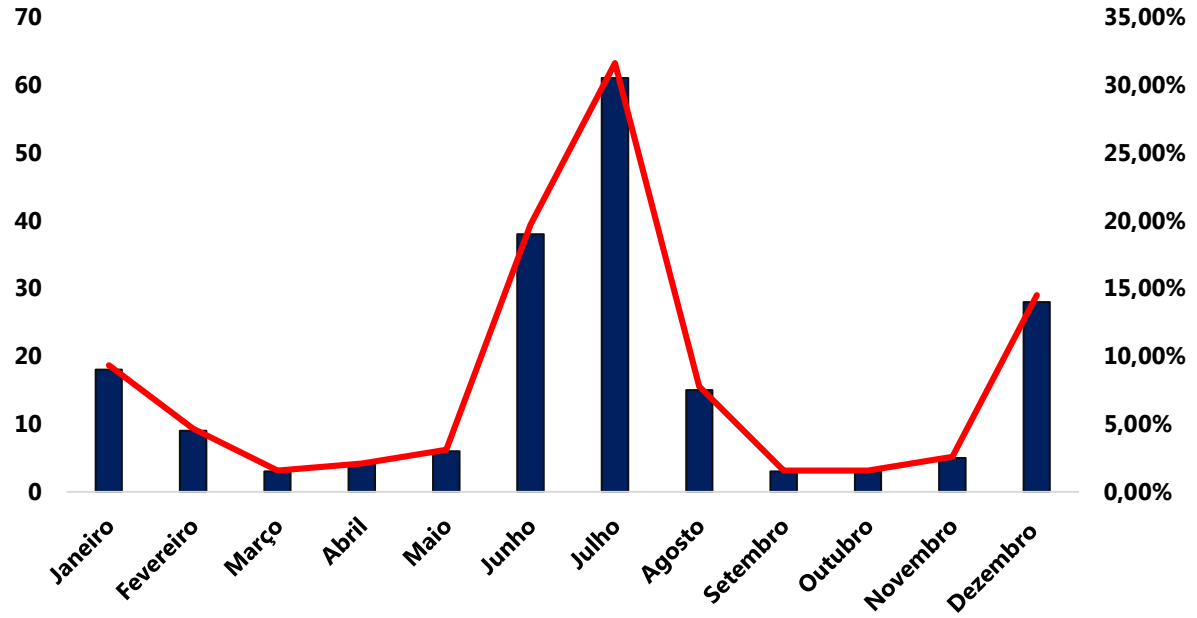
Com referência a taxa de ocupação, essa pergunta foi percebida como demasiadamente sensível aos respondentes. A priori, a ideia era captar esse índice pelos últimos cinco anos (2017 a 2021) para compreender: i) se este mercado estava em processo de declínio, estagnação ou crescimento durante os anos de 2017 a 2019; ii) os reais efeitos da pandemia sobre o índice supracitado nos anos de 2020 e 2021. Tal cenário, juntamente como outras análises desta inventariação, permitiria que a equipe executora desenvolvesse estratégias mais assertivas à realidade do mercado turístico petropolitano. Afinal,

> a Taxa de Ocupação é o principal indicador da porcentagem de ocupações vendidas em relação ao disponível. Os hotéis utilizam dessa taxa para entender como o negócio está caminhando, quantas pessoas entram e saem todos os dias. (...) Conhecendo a Taxa de Ocupação no seu hotel, é possível entender quais são seus períodos de baixa e alta ocupação e como lidar com eles, aplicando melhores tarifas e ações promocionais (ABIH-SC, 2020, p. 1).

Todavia, dos 122 meios de hospedagem inventariados, apenas 8 (6,56%) forneceram estes dados. Com uma taxa de resposta tão baixo, o objetivo supracitado não foi possível de ser alcançado. Com isto esclarecido, observando apenas o ano de 2021, 32 equipamentos hoteleiros (26,23%) informaram suas taxas de ocupação. A partir destas, detectou-se uma taxa de ocupação média de 50,21%. Mas chama-se a atenção para o seguinte ponto: o dado alcançado não possui significância estatística para ser externado/generalizado para todo mercado hoteleiro petropolitano. Para que isso fosse possível, haveria a necessidade de que 93 equipamentos hoteleiros ofertassem essa informação, pois somente através deste número mínimo de participantes garantiríamos um grau de confiança de 95% e uma margem de erro de 5% para este resultado.

No tocante aos períodos de sazonalidade[19], o formulário de inventariação do Ministério do Turismo (BRASIL, 2006) indica sua categorização por duas variáveis: alta e baixa sazonalidade. Com estes aspectos clarificados, ressalta-se que dos 122 estabelecimentos, 74 forneceram estes dados. Em vista disso, ao indaga-los sobre esta temática, a ideia era compreender quais eram seus meses de maior ou menor ocupação. Logo, os gráficos a seguir representam os resultados colhidos por esta investigação:

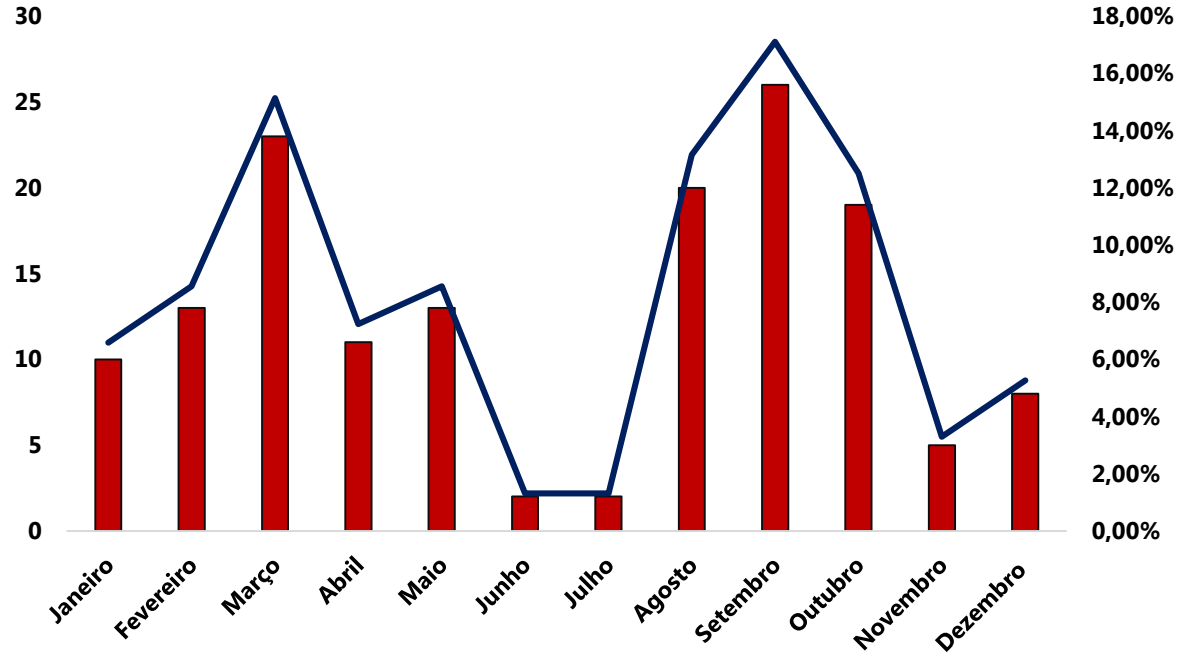
**GRÁFICO 13 – ALTA SAZONALIDADE DOS EQUIPAMENTOS HOTELEIROS PETROPOLITANOS.**




**Fonte:** Elaborado pelos autores.

[19] Os gestores hoteleiros necessitam reconhecer as particularidades deste evento, uma vez que este determina "a flutuação da demanda turística de uma destinação (...), ocasionando altos e baixos períodos de consumo de equipamentos, produtos e serviços turísticos (...). Esses períodos de alta e de baixa sazonalidade devem ser minuciosamente diagnosticados pelos gestores turísticos, para que assim se possa garantir a minimização de seus impactos negativos acerca dos resultados operacionais, da rentabilidade e produtividade destes empreendimentos (SANTOS; SOARES, 2016, p. 66).

**GRÁFICO 14 – BAIXA SAZONALIDADE DOS EQUIPAMENTOS HOTELEIROS PETROPOLITANOS.**




**Fonte:** Elaborado pelos autores.

A partir desses gráficos, constata-se que julho expõe o maior índice de concentração para o período de alta sazonalidade (31,61%), enquanto setembro representa o ápice da baixa sazonalidade (17,11%). Não obstante, os meses de janeiro, junho, julho e dezembro representam as maiores concentrações de alta sazonalidade, compondo 75,14% dos resultados registrados para esta variável. Já do ponto de vista da baixa sazonalidade, os meses de março, agosto, setembro e outubro agrupam suas maiores ocorrências (57,90%).

Com respeito a diária média (ADR[20]), assim como a taxa de ocupação (OCC), esta variável também foi percebida como demasiadamente sensível aos respondentes. A ideia era aplicar aqui os mesmos objetivos explicitados para a OCC. No entanto, isso também não foi possível, uma vez que somente 4 equipamentos de hospedagem nos

[20] Sigla que significa *Average Daily Rate*. Sua proposta é compreender a diária média obtida pelo empreendimento hoteleiro. Para tanto, seu cálculo é obtido através da seguinte conta: receita obtida, dividido pelo número de UHs comercializadas.

informaram o panorama solicitado (2017/2021), representando um escopo de 3,29% deste mercado. Margem esta que não permite nenhuma generalização ao mercado hoteleiro petropolitano[21].

Tal resultado é deverás negativo, uma vez que cada gestor hoteleiro necessita, independentemente da classificação, da tipologia e do porte do seu negócio, compreender como este indicador (ADR) se estrutura: em seu estabelecimento; em seus concorrentes; e em seu mercado. Afinal, "quando operamos com uma diária média abaixo do mercado, ganhamos em ocupação. Por outro lado, quando [nossos] preços sobem, a venda da hospedagem tende a cair" (BARBOSA, 2021, p. 1).

Justamente por isso, o plano desta equipe executora era conhecer, entre 2017 a 2021, os resultados de quatro índices, a saber: número de UHs; taxa de ocupação, diária média; e número de hóspedes atendidos. A partir destas descrições seria possível descrever: UHs disponíveis por ano; UHs vendidas por ano; receita; RevPar[22]; *RevPac*[23]; *Market Share*[24]; *Fair Share*[25]; *Revenue Generation Index*[26]; *Market Penetration*

[21] Assim como explicado na OCC, reitera-se o fato de que para essa generalização ser possível, haveria a necessidade de que 93 equipamentos hoteleiros ofertassem essa informação, pois somente através deste número mínimo de participantes garantiríamos um grau de confiança de 95% e uma margem de erro de 5% para este resultado

[22] Sigla que significa *Revenue per Available Room* (Receita por UH disponível). Seu cálculo é feito a partir da divisão entre receita hoteleira e o número de UHs disponíveis.

[23] Sigla que significa *Revenue per Available Customer* (Receita por hóspede disponível). Seu cálculo é feito a partir da receita hoteleira, sendo esta dividida pelo número total de hóspedes atendidos.

[24] Sua proposta é compreender a participação de um empreendimento no mercado hoteleiro, comparando-a com outros concorrentes. Para tanto, seu cálculo se efetiva de uma divisão entre o total de UHs vendidas pelo estabelecimento e o total de UHs vendidas no mercado. O montante obtido por esta conta deve ser multiplicado por 100. Logo, o resultado final apresentado demarcará a representatividade, em porcentagem, de cada estabelecimento investigado. Portanto, há a possibilidade de se compreender, no mercado investigado, qual é o estabelecimento que possui maior representatividade nas vendas das UHs.

[25] Estabelece uma proporção de disponibilidade de UHs, através de um cálculo de divisão entre empreendimento e mercado hoteleiro. O montante obtido por este cálculo deve ser multiplicado por 100. Logo, o resultado final apresentado demarcará a representatividade, em porcentagem, de cada estabelecimento investigado no tocante as UHs disponíveis nesse mercado.

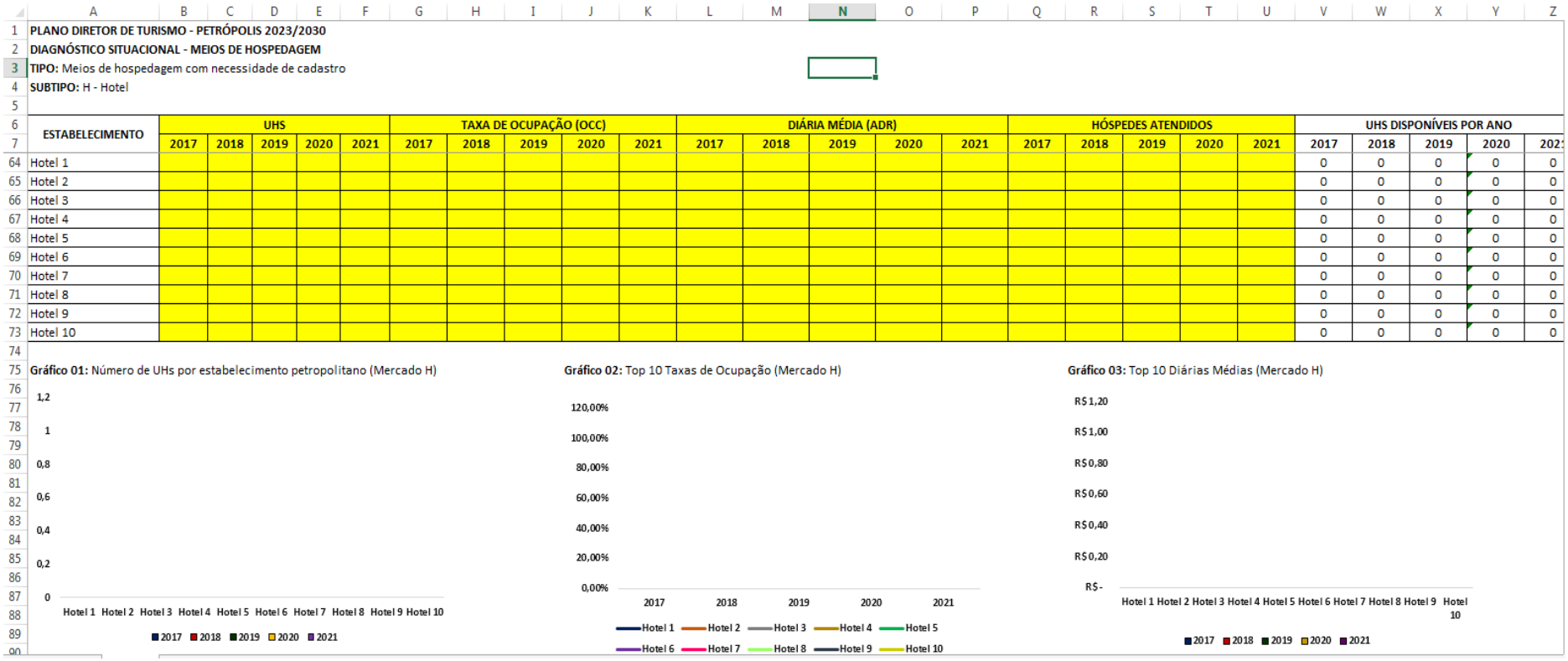
[26] Compara o RevPar do empreendimento com o RevPar médio do mercado. Como se trata de um índice, caso o resultado final obtido esteja acima de 1, significa que o estabelecimento está em um posicionamento melhor que a média do mercado. Porém, caso o índice esteja abaixo de 1, o contrário se faz presente.

*Index*[27]; e o *Average Rate Index*[28] - ver Figura 14.

[27] Auxilia o gestor hoteleiro a compreender/comparar seu desempenho perante seus concorrentes. Dito isso, seu cálculo se efetiva a partir da divisão dos resultados obtidos entre o *Market Share* e o *Fair Share* de sua unidade hoteleira. Como o resultado final é estruturado por um índice, caso este retrate um número acima de 1, significa dizer que o empreendimento está melhor que o concorrente. Caso este dado esteja abaixo, o concorrente está melhor que o empreendimento.

[28] Avalia a performance de sua diária média junto ao mercado. Para tanto, divide-se o valor da ADR do equipamento hoteleiro pela ADR média do mercado. Como o resultado final é estruturado por um índice, caso este retrate um número acima de 1, significa dizer que o empreendimento está melhor que o mercado. Caso este dado esteja abaixo de 1, o mercado está melhor que o empreendimento.

## FIGURA 14 – METODOLOGIA DESENVOLVIDA PARA ANÁLISE DE RESULTADOS E ÍNDICES DOS EQUIPAMENTOS HOTELEIROS PETROPOLITANOS.



PLANO DIRETOR DE TURISMO - PETRÓPOLIS 2023/2030
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL - MEIOS DE HOSPEDAGEM
**TIPO:** Meios de hospedagem com necessidade de cadastro
**SUBTIPO:** H - Hotel

| ESTABELECIMENTO | UHS | | | | | TAXA DE OCUPAÇÃO (OCC) | | | | | DIÁRIA MÉDIA (ADR) | | | | | HÓSPEDES ATENDIDOS | | | | | UHS DISPONÍVEIS POR ANO | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 202 |
| Hotel 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Hotel 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Hotel 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Hotel 4 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Hotel 5 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Hotel 6 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Hotel 7 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Hotel 8 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Hotel 9 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Hotel 10 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

**Gráfico 01:** Número de UHs por estabelecimento petropolitano (Mercado H)



**Gráfico 02:** Top 10 Taxas de Ocupação (Mercado H)

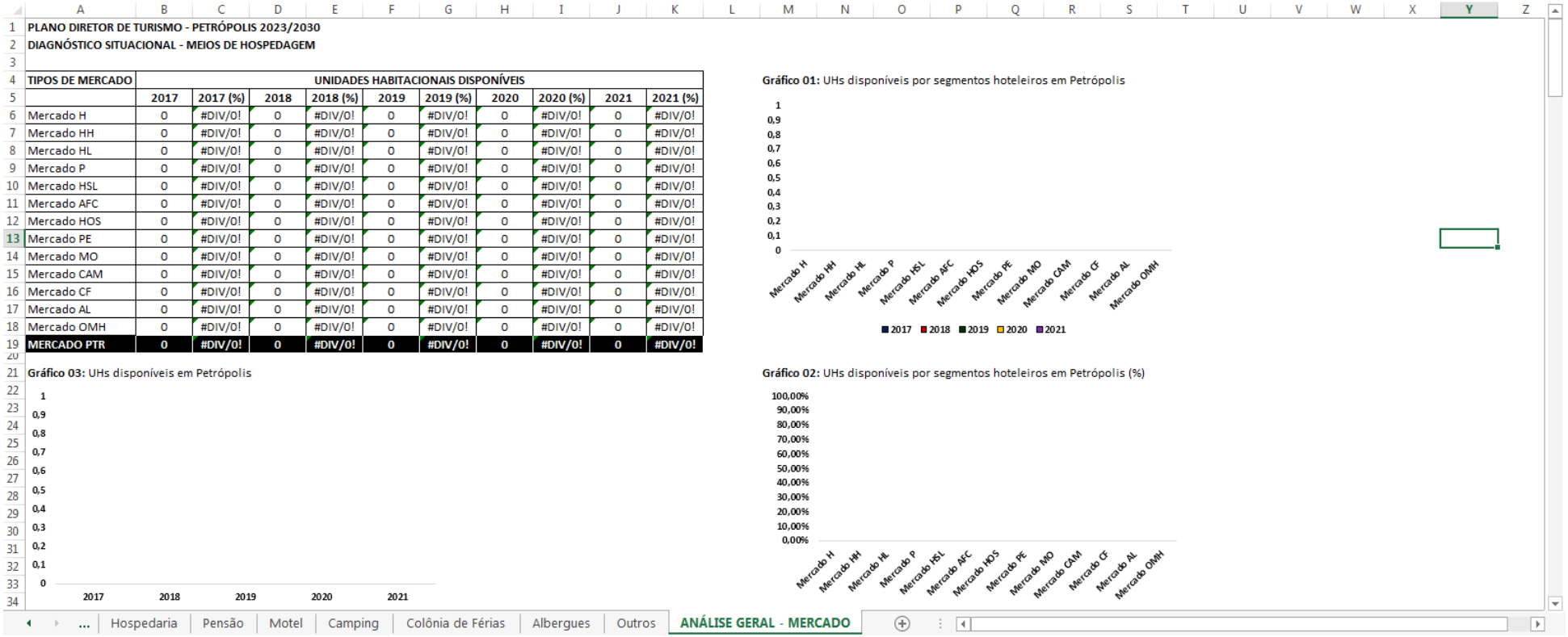


**Gráfico 03:** Top 10 Diárias Médias (Mercado H)



**Fonte:** Elaborado pelos autores.

## FIGURA 14 – METODOLOGIA DESENVOLVIDA PARA ANÁLISE DE RESULTADOS E ÍNDICES DOS EQUIPAMENTOS HOTELEIROS PETROPOLITANOS (CONTINUAÇÃO).



PLANO DIRETOR DE TURISMO - PETRÓPOLIS 2023/2030
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL - MEIOS DE HOSPEDAGEM

| TIPOS DE MERCADO | UNIDADES HABITACIONAIS DISPONÍVEIS | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2017 | 2017 (%) | 2018 | 2018 (%) | 2019 | 2019 (%) | 2020 | 2020 (%) | 2021 | 2021 (%) |
| Mercado H | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! |
| Mercado HH | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! |
| Mercado HL | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! |
| Mercado P | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! |
| Mercado HSL | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! |
| Mercado AFC | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! |
| Mercado HOS | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! |
| Mercado PE | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! |
| Mercado MO | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! |
| Mercado CAM | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! |
| Mercado CF | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! |
| Mercado AL | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! |
| Mercado OMH | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! |
| MERCADO PTR | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! | 0 | #DIV/0! |



**Fonte:** Elaborado pelos autores.

## FIGURA 14 – METODOLOGIA DESENVOLVIDA PARA ANÁLISE DE RESULTADOS E ÍNDICES DOS EQUIPAMENTOS HOTELEIROS PETROPOLITANOS (CONTINUAÇÃO).

| TIPOS DE MERCADO | RECEITAS | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2017 | 2017 (%) | 2018 | 2018 (%) | 2019 | 2019 (%) | 2020 | 2020 (%) | 2021 | 2021 (%) |
| Mercado H | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! |
| Mercado HH | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! |
| Mercado HL | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! |
| Mercado P | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! |
| Mercado HSL | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! |
| Mercado AFC | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! |
| Mercado HOS | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! |
| Mercado PE | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! |
| Mercado MO | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! |
| Mercado CAM | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! |
| Mercado CF | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! |
| Mercado AL | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! |
| Mercado OMH | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! |
| MERCADO PTR | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! | R$ - | #DIV/0! |

**Gráfico 15:** Receitas produzidas pelos segmentos hoteleiros petropolitanos

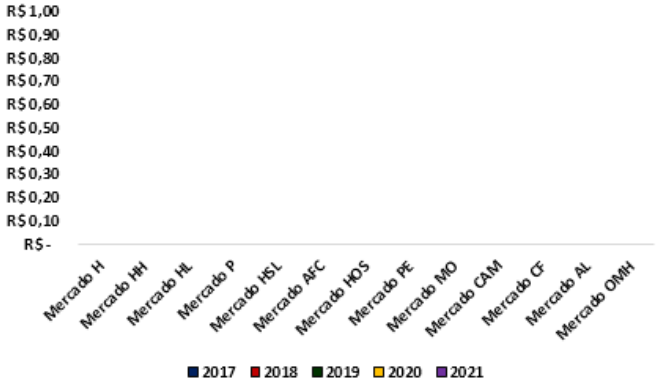



**Gráfico 17:** Receita produzida pelo mercado hoteleiro

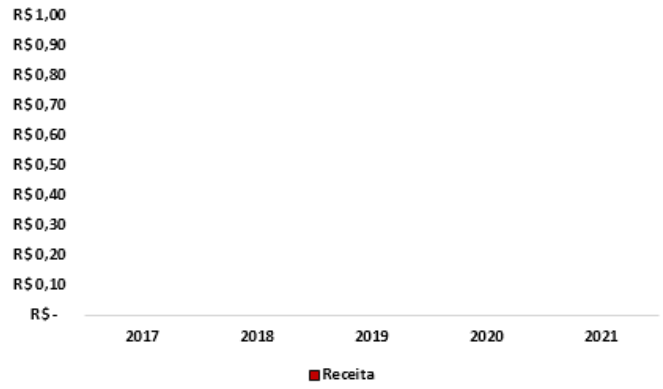
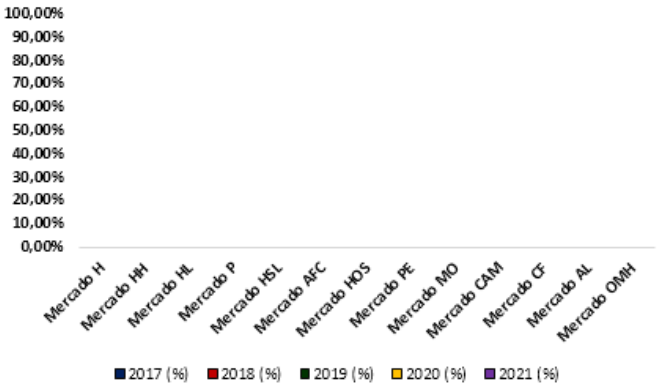



**Gráfico 16:** Receitas produzidas pelos segmentos hoteleiros petropolitanos (%)




**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Sobre as figuras acima, destaca-se a utilização de um sistema de informações e cálculo operacionalizado por uma planilha de Excel para elaboração deste conteúdo. A partir desse mecanismo, haveria a necessidade apenas de inserir os dados destacados em amarelo – número de UHs por equipamento de hospedagem; taxa de ocupação; diária média; e número de hóspedes atendidos por ano – para que esta ferramenta do construída no *Microsoft Excel* pudesse, automaticamente, gerar os resultados e índices explicados acima[29].

Em vista disso, a equipe executora aponta para a urgente necessidade de se prover capacitações junto aos gestores hoteleiros locais para que esse déficit possa ser sanado e, dessa maneira, tanto este núcleo turístico, quanto as instituições públicas competentes compreendam a real extensão dos reais impactos econômicos deste segmento.

Ainda sobre a diária média petropolitana, dos 122 estabelecimentos inventariados, 45 informaram os resultados alcançados, em 2021, para esta variável. Em vista disso, obteve-se a seguinte ADR Média: R$ 406,39. Mais uma vez vale a pena chamar a atenção para o seguinte fato: o dado alcançado não pode ser externado/generalizado para todo mercado hoteleiro petropolitano. Para que isso fosse possível, haveria a necessidade de que 93 equipamentos hoteleiros ofertassem essa informação, pois somente através deste número mínimo de participantes garantiríamos um grau de confiança de 95% e uma margem de erro de 5% para este resultado.

Já com relação ao número de UHs e de leitos, esta inventariação realizou o seguinte levantamento: 1.830 UHs e 2.095 leitos. Sendo que o primeiro dado foi obtido através da resposta de 83 meios de hospedagem e o segundo, por meio do posicionamento de 75 empreendimentos. No tocante às UHs adaptadas para deficientes, observou-se o quantitativo de 77 apartamentos. Sobre este número, Petrópolis ainda possui grande desafio para atender plenamente as exigências previstas na lei nº 13.146/2015, em especial ao decreto 9.296/2018 que determina que:

[29] Estas planilhas foram disponibilizadas para a TURISPETRO para possível mensuração futura.

> os meios de hospedagem devem ser estruturados observando as métricas estipuladas pela ABNT NBR 9050 (BRASIL, 2018). Neste contexto, os estabelecimentos hoteleiros foram divididos em três grupos: (1) aqueles construídos até 29 de junho de 2004 e que terão até quatro anos para ter 10% de suas UHs acessíveis; (2) os construídos entre 29 de junho de 2004 a 02 de janeiro de 2018, que deverão possuir no mínimo 10% de dormitórios acessíveis, sendo 5% totalmente acessíveis e 5% com recursos de acessibilidade; e (3) os construídos a partir de 03 de janeiro de 2018, que deverão ter 5% dos dormitórios totalmente acessíveis e 95% com recursos de acessibilidade. É importante ressaltar que os empreendimentos hoteleiros que se encaixam nos grupos (2) e (3) deverão dispor de todo e qualquer recurso solicitado pela pessoa com deficiência (CORREIA; SANTOS, 2020, p. 138-139)

Além de possuírem leitos e banheiros privativos, essas UHs contam com uma série de equipamentos, utensílios e infraestruturas. Dessa maneira, a tabela abaixo lista essa formação a partir do ponto de vista de 102 estabelecimentos inventariados, explicitando concentrações e percentuais:

**TABELA 14 – FACILIDADES NAS UHS PETROPOLITANAS**

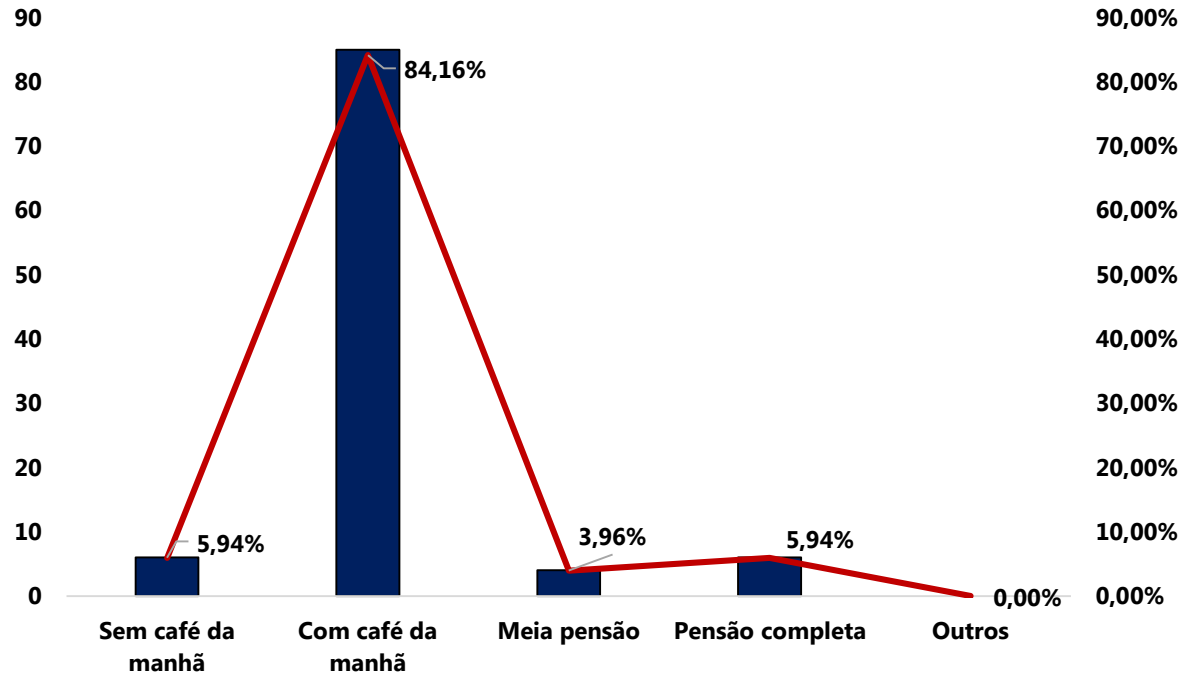
| | Quantidade | Representatividade |
|---|---|---|
| **TV** | 99 | 15,14% |
| **TV por Assinatura** | 80 | 12,23% |
| **Rádio** | 8 | 1,22% |
| **Internet** | 99 | 15,14% |
| **Telefone** | 65 | 9,94% |
| **Frigobar** | 86 | 13,15% |
| **Ar Condicionado** | 73 | 11,16% |
| **Calefação** | 43 | 6,57% |
| **Ventilador** | 44 | 6,73% |
| **Lareira** | 30 | 4,59% |
| **Cofre** | 27 | 4,13% |
| | **100V** | **220V** |
| **Voltagem** | 79 | 23 |

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Com relação ao tipo de diária oferecida, a metodologia de inventariação do Ministério do Turismo (BRASIL, 2006) prevê cinco categorias para a identificação do

tipo de diária, a saber: sem café da manhã; com café da manhã; meia pensão; pensão completa; e outros. Isto posto, o gráfico a seguir apresenta o resultado obtido a partir do posicionamento de 101 equipamentos inventariados:

**GRÁFICO 15 – TIPOS DE DIÁRIA DOS EQUIPAMENTOS HOTELEIROS PETROPOLITANOS.**




**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Com referência aos serviços de restaurante, 89 equipamentos se posicionaram sobre este assunto. Destes, 42 declararam não possuir este tipo de serviço (47,19%). Já os 47 restantes afirmaram ter a capacidade de atender 2.597 clientes, sejam estes turistas ou autóctones. Quanto a este atendimento, ao indaga-los sobre a questão deste ambiente ser adaptado, 20 respondentes se declaram adaptados. Ou seja: 42,55% dos que afirmaram ter este serviço possuem um ambiente adaptado.

Isto posto, os quadros a seguir demonstram os resultados apreendidos para "serviços e equipamentos", "recreação e lazer" e "instalações para eventos":

## QUADRO 11 – SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DAS UNIDADES HOTELEIRAS PETROPOLITANAS

| | MHs QUE POSSUEM |
|---|---|
| Bar/Lanchonete | 93 |
| Churrasqueira | 26 |
| Estacionamento | 74 |
| Manobrista | 17 |
| Garagem | 35 |
| Reservas para Espetáculos | 25 |
| Serviço Bilíngue | 52 |
| Sala de TV/Vídeo | 36 |
| Serviço de Copa | 33 |
| Circuito Interno de TV | 51 |
| Serviços Médicos | 5 |
| Sala de Leitura | 28 |
| Facilidades para Executivos | 35 |
| Música Ambiente | 40 |
| Farmácia (kit) | 6 |
| Música ao Vivo | 13 |
| Salão de Beleza | 4 |
| Boate | 5 |
| Cofre Privativo | 17 |
| Exposição de Artes/Artesanato | 8 |
| Elevador | 19 |
| Elevado Adaptado | 15 |
| Caixa Eletrônico | 1 |
| Calefação | 33 |
| Ar Condicionado | 25 |
| Informações Turísticas | 32 |
| Guarda Bagagem | 59 |
| Agência de Viagens | 45 |
| Câmbio | 6 |
| Loja | 16 |
| Lavanderia | 38 |
| Internet | 86 |

**Fonte:** Adaptado de Brasil (2006). Elaborado pelos autores.

## QUADRO 12 – SERVIÇOS DE RECREAÇÃO E LAZER NOS EQUIPAMENTOS HOTELEIROS PETROPOLITANOS

| | MHs QUE POSSUEM |
|---|---|
| Piscina | 58 |
| Piscina Adaptada | 10 |
| Piscina Aquecida | 17 |
| Piscina Aquecida Adaptada | 3 |
| Sauna Seca | 27 |
| Sauna Seca Adaptada | 4 |
| Sauna a Vapor | 31 |
| Sauna a Vapor Adaptada | 4 |
| Quadra de Esportes | 16 |
| Quadra de Esportes Adaptada | 4 |
| *Playground* | 15 |
| *Playground* Adaptado | 1 |
| Hidromassagem | 31 |
| Sala de Jogos | 31 |
| Animais para Montaria | 3 |
| Campo de Futebol | 15 |
| Serviço de Animação | 4 |
| Pista de Cooper | 2 |
| Golfe ou Mini Golfe | 5 |
| Pingue-Pongue | 16 |
| Jogos Eletrônicos | 6 |

**Fonte:** Adaptado de Brasil (2006). Elaborado pelos autores.

## QUADRO 13 – INSTALAÇÕES PARA EVENTOS NOS EQUIPAMENTOS HOTELEIROS PETROPOLITANOS

| | MHs QUE POSSUEM | Particularidade |
|---|---|---|
| Centro de Convenções | 21 | Comporta 2.557 pessoas |
| Auditório | 14 | 14 auditórios |
| Salas | 24 | 24 salas de eventos |

**Fonte:** Adaptado de Brasil (2006). Elaborado pelos autores.

Por fim, no tocante às restrições aplicadas aos hóspedes, tais relatos podem ser observados integralmente nos formulários de inventariação de cada equipamento hoteleiro que se encontram disponíveis nos Apêndices deste relatório.

### *1.2.2. Serviços e equipamentos para gastronomia*

O ato de alimentar-se ou o prazer em buscar alimentos diferenciados do dia-a-dia, perpassa não só pelos sabores ou apresentação, mas está aliado a atmosfera do local e torna-se um dos fatores que atuam na experiência turística por meio do imaginário do turista, segundo Oliveira (2021). Este fato torna o setor de gastronomia e preparação de alimentos um importante pilar na escolha de um destino turístico, uma vez que segundo a Organização Mundial de Turismo (OMT), em geral, uma das variáveis que o turista toma como fator de escolha de um destino é a questão cultural, sendo a observação da natureza a segundo lugar, outro motivo para a visita e em terceiro lugar a gastronomia (PANROTAS, 2017).

Além disso, este setor representa quase 40% do PIB de turismo nacional, segundo a Associação brasileira de bares e restaurantes (ABRASEL, 2019). Este fato pode ser observado por meio do volume de novas vagas de trabalho formais no setor de Bares e Restaurantes no Brasil, em 2022, quando houve a criação de 11.707 vagas com um acumulado de 150.823 postos de trabalho no setor, segundo o sindicato de bares e restaurantes (SINDRIO, 2022). Ainda segundo o Sindicato, o Rio de Janeiro encontra-se na segunda posição com 9328 vagas de trabalho abertas no setor. Já no tocante a arrecadação de ICMS, houve uma redução em setembro de 2022 (-8,68%), mas de forma geral houve um aumento (26,91%), quando tomado a economia total fluminense, de acordo com o sindicato de bares e restaurantes (SINDRIO, 2022).

Em conformidade, tal achado se alinha à compreensão de Panosso Neto e Lohmann (2012), ao afirmarem que este é um fenômeno comum para quaisquer destinos turísticos, visto que o setor de alimentos e bebidas, junto ao de hospedagem, representam um dos pilares do ecossistema de turismo. Sendo assim, o município de Petrópolis alinha-se a esse pensamento no tocante a suas ações em relação a realização de eventos como Deguste, o Festival de sabores de outono, o Serra *Wine Week*, o Petrópolis Gourmet entre outros.

Logo ressalta-se que a gastronomia se transfigura como uma das atividades que mais gera receita, se tornando um dos ativos mais importantes para a economia

local (SOU PETRÓPOLIS). Uma vez que o setor de gastronomia e o de preparação de alimentos juntos representam 61,6% dos CNPJs ativos (3.306 empresas), são responsáveis por 64% das carteiras assinadas e 608,50 milhões em faturamento (60,3%) no município. Já por distritos este panorama está dividido no seguinte formato, conforme tabela a seguir:

**TABELA 15 - REPRESENTAÇÃO POR DISTRITO DOS CNPJS ATIVOS DO SETOR DE GASTRONOMIA E PREPARAÇÃO DE ALIMENTOS (2022)**

| Distrito | CNPJ ativos | Carteiras assinadas | Faturamento (R$ milhões) |
|---|---|---|---|
| Distrito 1- Petrópolis | 2123 | 1598 | 428,8 |
| Distrito 2- Cascatinha | 454 | 67 | 29,7 |
| Distrito 3- Itaipava | 455 | 458 | 106,19 |
| Distrito 4- Pedro do Rio | 274 | 89 | 50,57 |
| Distrito 5- Posse | 78 | 16 | 4,68 |

**Fonte:** Elaborado pelos autores a partir das seguintes bases de dados (maio de 2022): Receita Federal,

Além disso é possível observar uma concentração destes empreendimentos em localidades mais especificas de alguns distritos como é apresentado na seção a seguir.

### *1.2.2.1. A inventariação dos equipamentos para a gastronomia e preparação de alimentos em Petrópolis*

A inventariação dos equipamentos para gastronomia e preparação de alimentos em Petrópolis foi realizada com base em dois parâmetros preestabelecidos em comum acordo com a Secretaria de Turismo de Petrópolis (TURISPETRO): a utilização da metodologia de inventariação desenvolvida pelo Ministério do Turismo para prospecção das informações dos equipamentos e a coleta destas informações pela modalidade de gabinete. Por meio dos parâmetros anteriores foi possível coletar informações como: localização dos equipamentos, sua constituição, número de

empregados, tipologia, acessibilidade, capacidade de infraestrutura, formas de comercialização de produtos, oferecimento de serviços entre outros.

Referente ao quantitativo de estabelecimentos gastronômicos levantados, foram encontrados 324 estabelecimentos. Destes, destaca-se o distrito de Petrópolis, o qual abarcou mais da metade destes empreendimentos, contabilizando 197 espaços. Para mais, segue abaixo o Quadro 14.

**QUADRO 14 - QUANTITATIVO E ESPECIFICIDADES DOS ESTABELECIMENTOS GASTRONÔMICOS INVENTARIADOS**

| DISTRITO | TIPOLOGIA | QUANTIDADE DE COMÉRCIOS |
|---|---|---|
| Cascatinha | 19 restaurantes; 19 bares/cafés/lanchonetes; 1 casas de chá/confeitarias; 1 cervejarias | 40 estabelecimentos gastronômicos |
| Itaipava | 56 restaurantes; 21 bares/cafés/lanchonetes; 1 casas de chá/confeitarias; 2 cervejarias | 80 estabelecimentos gastronômicos |
| Pedro do Rio | 4 restaurantes; 2 bares/cafés/lanchonetes | 6 estabelecimentos gastronômicos |
| Petrópolis | 87 restaurantes; 103 bares/cafés/lanchonetes; 1 casas de chá/confeitarias; 5 cervejarias; 1 Serviços de Organização de Feiras, Congressos, Exposições e Festas | 197 estabelecimentos gastronômicos |
| Posse | 1 restaurante | 1 estabelecimento gastronômico |

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Das contribuições, vale resgatar a validação das 50 fichas enviadas pela Secretaria de Turismo de Petrópolis sob o objetivo de fomentar a elaboração desta etapa. Concernente às especificidades destes estabelecimentos, segue abaixo o Quadro 15.

## QUADRO 15 - ESTABELECIMENTOS GASTRONÔMICOS INVENTARIADOS PELA SECRETARIA DE TURISMO DE PETRÓPOLIS

| DISTRITO | TIPOLOGIA | QUANTIDADE DE COMÉRCIOS |
|---|---|---|
| Petrópolis | 15 restaurantes; 10 bares/cafés/lanchonetes; 1 casas de chá/confeitarias; 4 cervejarias | 30 estabelecimentos gastronômicos |
| Cascatinha | 6 restaurantes; 3 bares/cafés/lanchonetes; 1 casas de chá/confeitarias; 1 cervejarias | 11 estabelecimentos gastronômicos |
| Itaipava | 7 restaurantes; 2 bares/café/lanchonetes | 9 estabelecimentos gastronômicos |

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Ao ampliar a ótica pautada na localização destes espaços, percebe-se que 259 estão inseridos em áreas urbanas, enquanto 54 em áreas rururbanas e 11 em áreas rurais. Sobre a distância dos mesmos para os principais atrativos mais próximos, segue em Apêndice o detalhamento.

Quanto ao ordenamento territorial destes estabelecimentos gastronômicos no município de Petrópolis e suas distribuições por distritos, segue abaixo, nas figuras subsequentes, mapas estruturados a partir da ferramenta *My Maps* do Google que clarificam estas disposições.

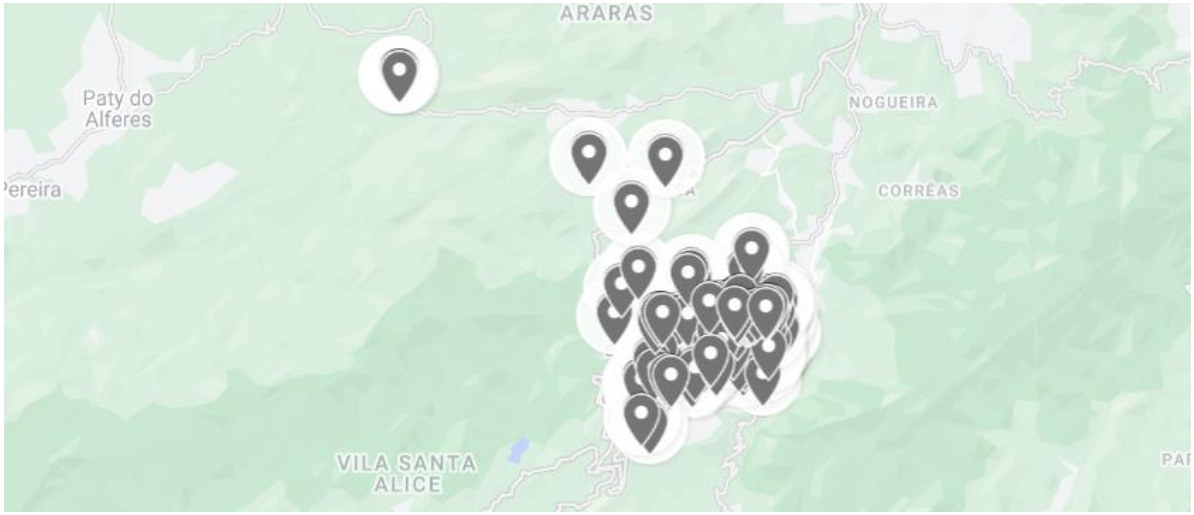
## FIGURA 15 - ORDENAMENTO TERRITORIAL DOS EQUIPAMENTOS PARA A GASTRONOMIA E PREPARAÇÃO DE ALIMENTOS

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

## FIGURA 16 - DISTRIBUIÇÃO TERRITORIAL DOS EQUIPAMENTOS PARA A GASTRONOMIA E PREPARAÇÃO DE ALIMENTOS NO DISTRITO DE POSSE

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

## FIGURA 17 - DISTRIBUIÇÃO TERRITORIAL DOS EQUIPAMENTOS PARA A GASTRONOMIA E PREPARAÇÃO DE ALIMENTOSNO DISTRITO DE PETRÓPOLIS

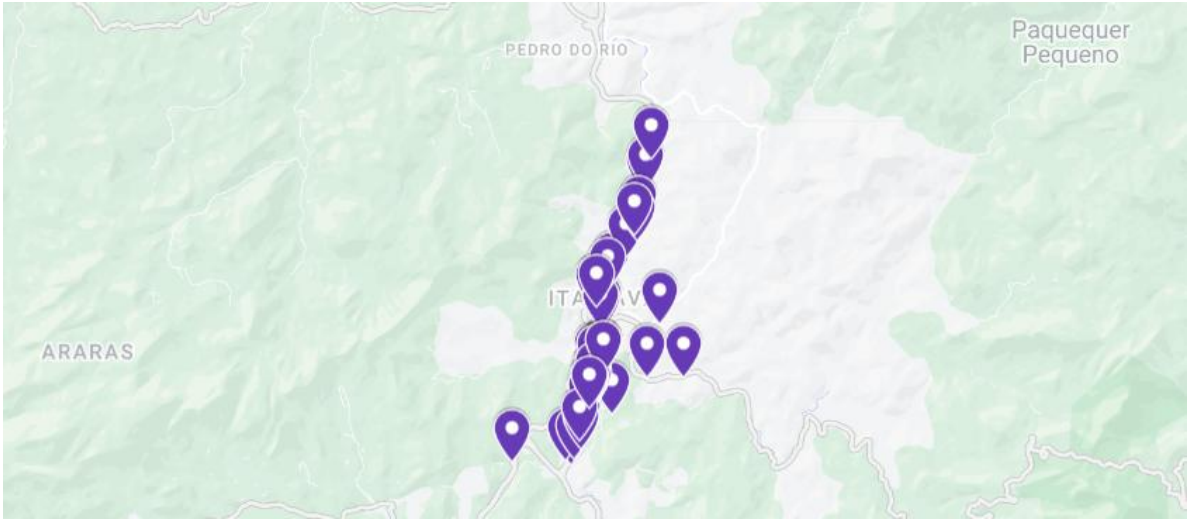



**Fonte:** Elaborado pelos autores.

## FIGURA 18 - DISTRIBUIÇÃO TERRITORIAL DOS EQUIPAMENTOS PARA A GASTRONOMIA E PREPARAÇÃO DE ALIMENTOS NO DISTRITO DE PEDRO DO RIO

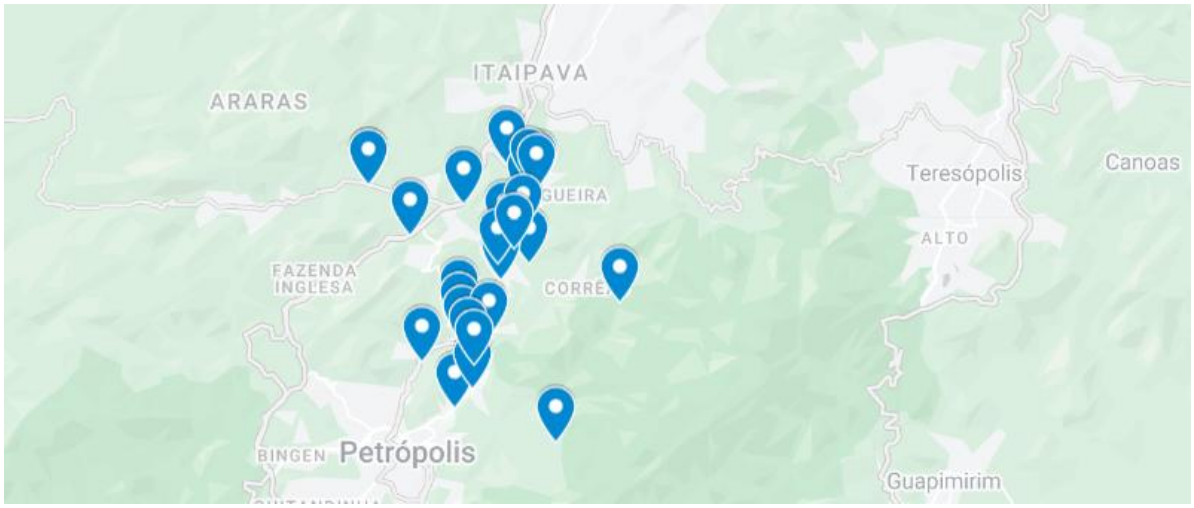
**Fonte:** Elaborado pelos autores.

## FIGURA 19 - DISTRIBUIÇÃO TERRITORIAL DOS EQUIPAMENTOS PARA A GASTRONOMIA E PREPARAÇÃO DE ALIMENTOS NO DISTRITO DE ITAIPAVA




**Fonte:** Elaborado pelos autores.

**FIGURA 20 - DISTRIBUIÇÃO TERRITORIAL DOS EQUIPAMENTOS PARA A GASTRONOMIA E PREPARAÇÃO DE ALIMENTOS NO DISTRITO DE CASCATINHA**




**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Devido à baixa taxa de retorno por parte dos respondentes, não há como ter um parâmetro exato quanto ao número de empregados, infraestrutura e serviços prestados. No entanto, pôde ser observado algumas questões, como o fato de além de grande parte dos estabelecimentos funcionarem de segunda a sexta – ou seja, de forma permanentes –, há uma diversidade quanto à culinária ofertada. Em termos de nacionalidade gastronômica, 115 estabelecimentos não identificaram seus posicionamentos. Dos demais, segue abaixo suas distribuições.

**QUADRO 16 - DISTRIBUIÇÃO DA CULINÁRIA OFERTADA PELOS ESTABELECIMENTOS GASTRONÔMICOS – NACIONALIDADE**

| DISTRITO | TIPOLOGIA CULINÁRIA | QUANTIDADE DE COMÉRCIOS |
|---|---|---|
| Petrópolis | 5 alemãs; 1 variada (alemã, brasileira e americana); 1 variada (alemã e brasileira); 1 variada (alemã, brasileira e americana); 1 variada (alemã, argentina, brasileira, espanhola, francesa, japonesa, árabe e outras); 6 italianas; 3 japonesas; 2 mexicanas; 3 americanas; 1 suíça; 56 outras (não especificadas pelos empreendimentos); 1 variada (árabe e italiana); 1 variada (árabe, brasileira e italiana); 1 variada (asiática, brasileira e japonesa); 1 variada (asiática e japonesa); 29 brasileiras; 3 variadas (brasileira e italiana); 1 variada (brasileira e japonesa); 1 variada (brasileira e coreana); 79 NI | 197 estabelecimentos gastronômicos |
| Pedro do Rio | 5 outras (não especificadas pelos empreendimentos); 1 NI | 6 estabelecimentos gastronômicos |
| Cascatinha | 1 francesa; 1 japonesa; 1 americana; 18 outras (não especificadas pelos empreendimentos); 1 asiática; 9 brasileiras; 9 NI | 40 estabelecimentos gastronômicos |
| Posse | 1 NI | 1 estabelecimento gastronômico |
| Itaipava | 4 italianas; 1 variada (japonesa e italiana); 2 japonesas; 1 variada (brasileira e americana); 31 outras (não especificadas pelos empreendimentos); 1 asiática; 1 variada (asiática e japonesa); 13 brasileiras; 1 variada (brasileira e italiana); 25 NI | 80 estabelecimentos gastronômicos |

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Quanto à oferta culinária destes estabelecimentos por região, 163 não responderam. Dos demais, segue abaixo suas respectivas distribuições por distrito.

**QUADRO 17 - DISTRIBUIÇÃO DA CULINÁRIA OFERTADA PELOS ESTABELECIMENTOS GASTRONÔMICOS – POR REGIÃO**

| DISTRITO | TIPOLOGIA CULINÁRIA | QUANTIDADE DE COMÉRCIOS |
|---|---|---|
| Petrópolis | 6 mineiras; 1 variada (mineira e litorânea); 1 variada (mineira, sertaneja e paraense); 3 litorâneas; 2 caipiras; 4 goianas; 2 sertanejas; 3 paulistas; 1 pantaneira; 69 cariocas; 105 NI | 197 estabelecimentos gastronômicos |
| Pedro do Rio | 3 cariocas; 1 caipira; 2 NI | 6 estabelecimentos gastronômicos |
| Cascatinha | 2 Mineiras; 1 variada (mineira e carioca); 1 litorânea; 1 caipira; 1 sertaneja; 1 baiana; 1 paraense; 18 carioca; 14 NI | 40 estabelecimentos gastronômicos |
| Posse | 1 NI | 1 estabelecimento gastronômico |
| Itaipava | 3 mineiras; 3 litorâneas; 1 caipira; 3 goianas; 1 sertaneja; 3 paulistas; 1 amazônica; 2 pantaneiras; 22 cariocas; 41 cariocas; | 80 estabelecimentos gastronômicos |

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Sobre os diferentes tipos de serviços oferecidos, 202 estabelecimentos responderam. Dos demais, segue abaixo suas distribuições por distrito.

**QUADRO 18 - DISTRIBUIÇÃO DA CULINÁRIA OFERTADA PELOS ESTABELECIMENTOS GASTRONÔMICOS – POR SERVIÇO**

| DISTRITO | TIPOLOGIA CULINÁRIA | QUANTIDADE DE COMÉRCIOS |
|---|---|---|
| Petrópolis | 11 *a la carte*; 4 variadas (*a la carte*, *buffet* e *delivery*); 3 variadas (*a la carte* e fast food); 5 variadas (*a la carte*, fast food e *delivery*); 10 variadas (*a la carte* e *delivery*); 1 variada (*a la carte*, *self service* e *delivery*); 1 variado (*a la carte*, *delivery* e rodízio); 6 *buffet*, 2 variadas (*buffet* e *delivery*); 1 variada (*buffet* e *self service*), 1 por quilo, 1 variada (por quilo e *delivery*); 10 fast food, 7 variadas (fast food e *delivery*); 1 variada (*fast food* e *drive thru*); 11 *delivery*; 2 fornecimentos de alimentos preparados preponderantemente para empresa; 119 NI | 197 estabelecimentos gastronômicos |
| Pedro do Rio | 5 NI; 1 *buffet* | 6 estabelecimentos gastronômicos |

## QUADRO 18 - DISTRIBUIÇÃO DA CULINÁRIA OFERTADA PELOS ESTABELECIMENTOS GASTRONÔMICOS – POR SERVIÇO (CONTINUAÇÃO)

| DISTRITO | TIPOLOGIA CULINÁRIA | QUANTIDADE DE COMÉRCIOS |
|---|---|---|
| Cascatinha | 2 *a la carte*; 2 variadas (*delivery*, *a la carte*, por quilo e *buffet*); 1 variada (*delivery*, *a la carte* e *buffet*); 2 variadas (*a la carte* e *delivery*); 1 variada (*a la carte* e *buffet*); 1 variada (*a la carte* e fast food); 3 *buffets*; 1 variada (*delivery* e por quilo); 1 fast food; 5 *deliveries*; 21 NI | 40 estabelecimentos gastronômicos |
| Posse | 1 NI | 1 estabelecimento gastronômico |
| Itaipava | 1 *a la carte*; 1 variada (*a la carte*, *buffet*, por quilo e *delivery*); 1 variada (*buffet*, *a la carte* e *delivery*); 1 variada (*a la carte*, fast food e *delivery*); 9 variadas (a la carte e *delivery*); 1 *buffet*; 1 fast food; 1 (fast food e *delivery*); 1 variada (fast food e self service); 3 *deliveries*; 56 NI | 80 estabelecimentos gastronômicos |

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Das demais informações coletadas, segue abaixo as seguintes especificidades: música ambiente, música ao vivo, mecânica, estacionamento, ar condicionado, recreação/área de lazer, local isolado para fumantes, sanitários adaptados, cardápio em braile, manobrista e internet.

## QUADRO 19 - DISTRIBUIÇÃO DE ESPAÇOS E SERVIÇOS OFERECIDOS PELOS ESTABELECIMENTOS GASTRONÔMICOS

| MÚSICA AMBIENTE (177 respondentes) | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Petrópolis** (119 respondentes) | **Pedro do Rio** (2 respondentes) | **Cascatinha** (26 respondentes) | **Posse** (1 respondente) | **Itaipava** (29 respondentes) |
| 95 não; 24 sim | 2 não | 19 não; 7 sim | 1 não | 21 não; 8 sim |
| **MÚSICA AO VIVO (172 respondentes)** | | | | |
| **Petrópolis** (114 respondentes) | **Pedro do Rio** (2 respondentes) | **Cascatinha** (26 respondentes) | **Posse** (1 respondente) | **Itaipava** (29 respondentes) |
| 102 não; 12 sim | 2 não | 24 não; 2 sim | 1 não | 23 não; 6 sim |

## QUADRO 19 - DISTRIBUIÇÃO DE ESPAÇOS E SERVIÇOS OFERECIDOS PELOS ESTABELECIMENTOS GASTRONÔMICOS (CONTINUAÇÃO)

| MECÂNICA (160 respondentes) | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Petrópolis** (105 respondentes) | **Pedro do Rio** (2 respondentes) | **Cascatinha** (23 respondentes) | **Posse** (1 respondente) | **Itaipava** (29 respondentes) |
| 105 não | 2 não | 23 não | 1 não | 29 não |
| **ESTACIONAMENTO (173 respondentes)** | | | | |
| **Petrópolis** (115 respondentes) | **Pedro do Rio** (2 respondentes) | **Cascatinha** (26 respondentes) | **Posse** (1 respondente) | **Itaipava** (29 respondentes) |
| 95 não; 20 sim | 2 não | 17 não; 9 sim | 1 não | 17 não; 12 sim |
| **AR CONDICIONADO (174 respondentes)** | | | | |
| **Petrópolis** (116 respondentes) | **Pedro do Rio** (2 respondentes) | **Cascatinha** (26 respondentes) | **Posse** (1 respondente) | **Itaipava** (29 respondentes) |
| 83 não; 33 sim | 2 não | 19 não; 8 sim | 1 não | 21 não; 8 sim |
| **RECREAÇÃO/ÁREA DE LAZER (157 respondentes)** | | | | |
| **Petrópolis** (101 respondentes) | **Pedro do Rio** (2 respondentes) | **Cascatinha** (25 respondentes) | **Posse** (1 respondente) | **Itaipava** (28 respondentes) |
| 92 não; 9 sim | 2 não | 19 não; 7 sim | 1 sim | 26 não; 2 sim |
| **LOCAL ISOLADO PARA FUMANTES (170 respondentes)** | | | | |
| **Petrópolis** (111 respondentes) | **Pedro do Rio** (2 respondentes) | **Cascatinha** (26 respondentes) | **Posse** (1 respondente) | **Itaipava** (30 respondentes) |
| 109 não; 2 sim | 2 não | 24não; 2 sim | 1 não | 26 não; 4 sim |
| **CARDÁPIO EM BRAILE (167 respondentes)** | | | | |
| **Petrópolis** (112 respondentes) | **Pedro do Rio** (2 respondentes) | **Cascatinha** (23 respondentes) | **Posse** (1 respondente) | **Itaipava** (29 respondentes) |
| 112 não | 2 não | 23 não | 1 não | 28 não; 1 sim |
| **MANOBRISTA (172 respondentes)** | | | | |
| **Petrópolis** (115 respondentes) | **Pedro do Rio** (2 respondentes) | **Cascatinha** (24 respondentes) | **Posse** (1 respondente) | **Itaipava** (30 respondentes) |
| 112 não; 3 sim | 2 não | 24 não | 1 não | 29 não; 1 sim |
| **INTERNET (174 respondentes)** | | | | |
| **Petrópolis** (115 respondentes) | **Pedro do Rio** (2 respondentes) | **Cascatinha** (25 respondentes) | **Posse** (1 respondente) | **Itaipava** (31 respondentes) |
| 86 não; 27 sim | 2 não | 18 não; 7 sim | 1 não | 20 não; 11 sim |

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Levando-se em consideração os 324 estabelecimentos gastronômicos inventariados, é oportuno evidenciar que 39 dos 177 (54,69%) respondentes utilizam música ambiente em seus estabelecimentos, 20 dos 172 (53,9%) respondentes proporcionam música ao vivo, nenhum dos 160 (49,38%) respondentes oferecem serviço de mecânica e 41 dos 173 (53,39%) respondentes disponibilizam estacionamentos.

Seguindo, uma das margens mais expressivas foi apontada: 49 dos 174 (50,70%) respondentes afirmaram possuir ar condicionado instalado em seus estabelecimentos. Por outro lado, 19 de 157 (48,46%) respondentes possuem espaços recreativos/áreas de lazer, 8 de 170 (52,47%) respondentes disponibilizam espaços isolados para fumantes, 1 de 167 (51,54%) respondentes afirmaram dispor de cardápios em braile, 4 de 172 (53,9%) respondentes possuem manobristas e 45 de 174 (53,70%) respondentes disponibilizam internet.

Dos demais dados coletados, alicerça-se que estes serão inseridos como Apêndices, em formato de formulários.

### *1.2.3. Serviços e equipamentos de agenciamento*

A inventariação dos Serviços e equipamentos de agenciamento respeitou, integralmente, a proposta metodológica criada pelo Ministério do Turismo e que abarca quatro eixos macros – cabeçalho; identificação; características gerais; e descrição (BRASIL, 2006) – previstos para a parametrização do agenciamento.

Para a realização da inventariação, realizou-se o levantamento, identificação e registro dos serviços e equipamentos de lazer e entretenimento disponíveis no Município de Petrópolis e seus distritos, cujos cadastros apresentam-se ativos na Receita Federal. As CNAEs que contemplam o segmento de Serviços e equipamentos de agenciamento são descritas abaixo.

## QUADRO 20 - CNAES CONSTITUINTES DE VIAGENS E EVENTOS E A CATEGORIA B5 DO MINISTÉRIO DO TURISMO

| CNAE | | |
|---|---|---|
| **Classe** | **Subclasse** | **VIAGENS E EVENTOS** |
| 7911-2 | 7911-2/00 | Agências de viagens |
| 7912-1 | 7912-1/00 | Operadores turísticos |
| **B3: Serviços e Equipamentos de Agenciamento** | | |
| B.3.1 | AGÊNCIAS DE VIAGEM | Prestação de serviços de agenciamento dentro do território nacional |
| B.3.2 | AGÊNCIAS DE VIAGEM E TURISMO | Prestação de serviços no Brasil e exterior, também chamadas de operadoras. |

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Pela Classificação Nacional de Atividades Econômicas 2.0 – CNAE 2.0, o agenciamento do setor turismo se encontra nos códigos 7911-2/00 e 7912-1/00 que seriam Agências de viagens e Operadores turísticos, respectivamente. A partir da segmentação do turismo, o agenciamento é colocado junto à eventos devido à relação entre as atividades econômicas. A segmentação de Viagens e Eventos é composta de 12 atividades econômicas ao todo. Neste relatório, haverá um foco na importância das CNAEs relativas às agências de viagem, porém com comparações constantes ao segmento e o Setor de Turismo como um todo.

Conforme acordado com a Secretaria de Turismo de Petrópolis (TURISPETRO), este ocorreu integralmente em gabinete, buscando compreender os seguintes aspectos: designação de distritos, tipos e subtipos dos equipamentos para o agenciamento; dados empresariais e jurídicos; número de registro em órgão oficial do turismo; localização e ambiência; geração de emprego e renda; abrangência e tipologia dos serviços empregados. Além disso, também foram pontuadas descrições e observações complementares, quando estas fossem indicadas pelos respondentes.

É importante salientar também que, para a elaboração dos gráficos apresentados na presente subseção, foram considerados duas categorizações: a expressa na proposta metodológica criada pelo Ministério do Turismo e pelas CNAE ligadas a essas atividades, conforme está expresso no Quadro 20.

Complementarmente, foram realizadas pesquisas exploratórias das fontes secundárias tais como o motor de buscas Google e demais redes sociais digitais. As demais informações foram obtidas através de contatos por telefones e e-mails, para os quais foram enviados os instrumentos de coleta e complementação dos dados, como os formulários eletrônicos do *Google Forms*, obedecendo o padrão adotado pelo Ministério do Turismo (MTUR).

Dos resultados da inventariação relativos à execução em gabinete, a coleta de dados não foi expressiva no tocante da categoria B3 – Serviços e Equipamentos de Agenciamento. Majoritariamente, os entrevistados não informaram os itens perguntados na oportunidade da pesquisa, a parte restante dos CNPJ cadastrados na atividade relativa não existiam ou participam de outra categoria do manual.

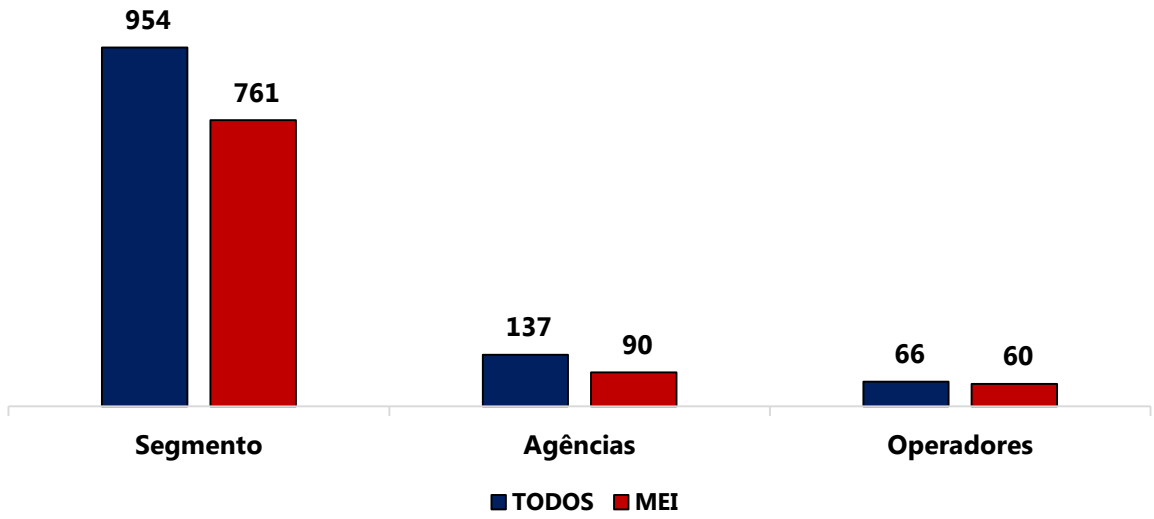
Dessa forma, a análise a seguir corresponderá a dados coletados de bases públicas e abertas, tais como da Receita Federal, RAIS/CAGED e outras. A extração ocorreu em maio de 2022.

#### *1.2.3.1. Dados Econômicos das Agências de Turismo*

Segundo os dados por segmentação, em maio de 2022, o número de CNPJs ativos para agências e operadores turísticos foram 137 e 66, respectivamente, totalizando 203 CNPJs ativos para o segmento de agenciamento.

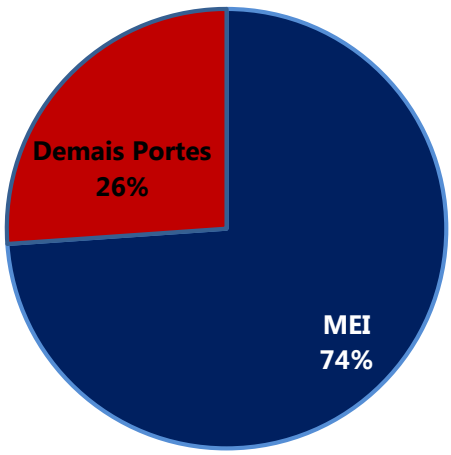
No que tange sua representação relativa, estas atividades representam 21,3% do segmento de Viagens e Eventos e 3,8% do setor de turismo petropolitano. Em ambas atividades, a quantidade de MEIs domina o total dos CNPJs com cerca de 65,7% e 91% para as agências e os operadores turísticos, respectivamente.

## GRÁFICO 16 - DISTRIBUIÇÃO DOS CNPJS ATIVOS DOS EQUIPAMENTOS DE AGENCIAMENTO EM MAIO DE 2022




**Fonte:** Elaborado pelos autores

## GRÁFICO 17 - PARTICIPAÇÃO RELATIVA DO MEI NOS CNPJS ATIVOS DAS ATIVIDADES DE AGENCIAMENTO

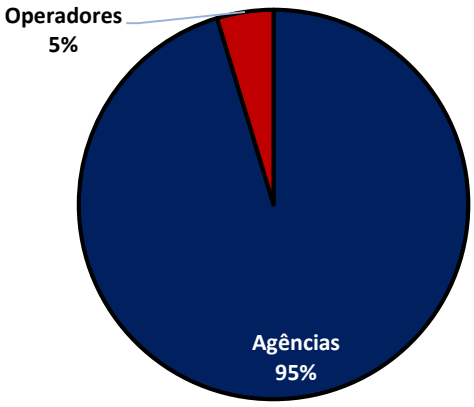



**Fonte:** Elaborado pelos autores

Em relação aos trabalhadores de carteira assinada, ambas as atividades representam cerca de 17,7% do segmento e 1,8% do total, com tal proporção se mantendo entre novembro de 2021 e maio de 2022. Quanto ao faturamento estimado, ambas as atividades de agências de viagens e operadores turísticos representam cerca de 27% do segmento de Viagens e Eventos e 3,7% do setor de turismo em novembro

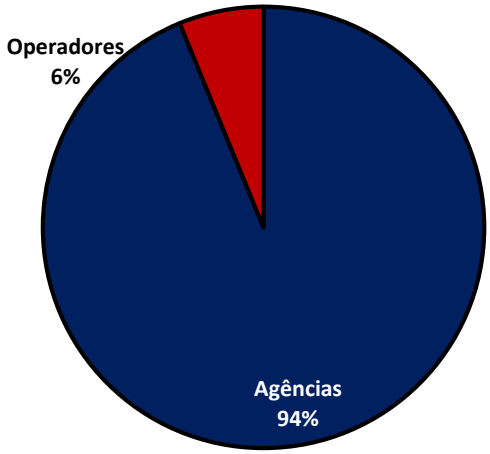
de 2021. Entretanto, em maio de 2022, elas perdem participação no segmento indo para 25,2%.

## GRÁFICO 18 - CONTRATAÇÃO DE PROFISSIONAIS DE CARTEIRA ASSINADA NOS SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE AGENCIAMENTO




**Fonte:** Elaborado pelos autores

## GRÁFICO 19 - COMPOSIÇÃO DO FATURAMENTO DAS ATIVIDADES DE AGENCIAMENTO




**Fonte:** Elaborado pelos autores

Com base nos gráficos acima, podemos inferir que mesmo sendo apenas duas atividades econômicas dentre doze que compõem o ecossistema de turismo, ambas

juntas apresentam uma participação relativamente importante, compondo um pouco mais de 1/5 dos CNPJs ativos e 1/4 do faturamento do segmento.

**TABELA 16 - DADOS ECONÔMICOS DAS AGÊNCIAS DE VIAGEM E OPERADORES TURÍSTICOS**

| | Nov/2021 | | | Mai/2022 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Valor | % do Segmento | % do Total | Valor | % do Segmento | % do Total |
| **CNPJs Ativos** | 196 | 20,5% | 3,7% | 203 | 21,3% | 3,8% |
| **Prof. Carteira Assinada** | 62 | 17,6% | 1,8% | 64 | 17,7% | 1,8% |
| **Faturamento Estimado (R$ Milhões)** | 37,24 | 26,8% | 3,7% | 36,97 | 25,2% | 3,7% |

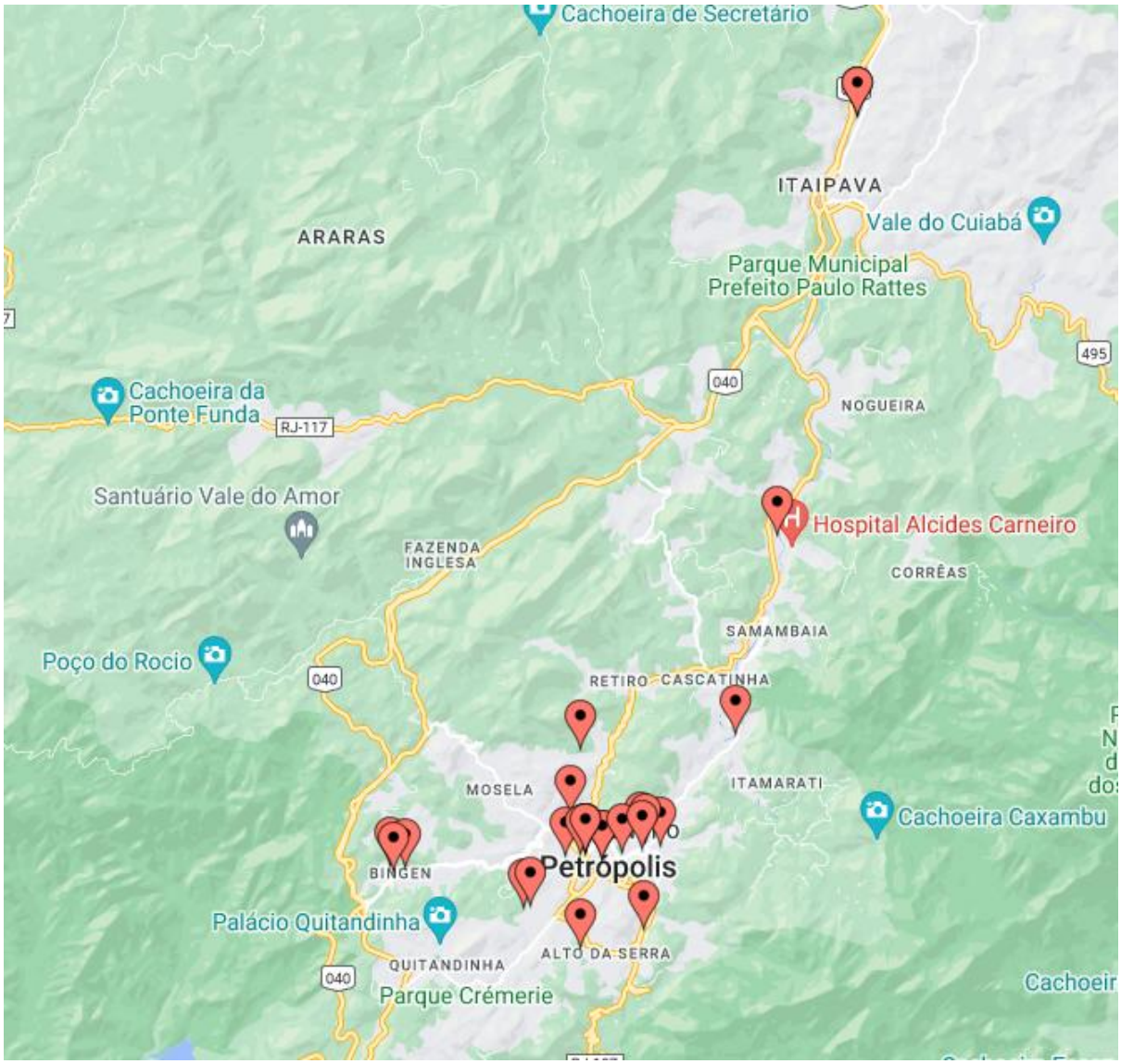
**Fonte:** Elaborado pelos autores a partir das seguintes bases de: Receita Federal, RAIS e CAGED.

### *1.2.3.2. Resultados da Pesquisa de Gabinete*

A partir da aplicação do questionário seguindo os critérios do Projeto Inventário da Oferta Turística (BRASIL, 2006), a pesquisa de Gabinete procurou 11 estabelecimentos para o questionário destinado ao agenciamento. Entretanto, a amostra aqui não é completa tendo em vista que houve 25 estabelecimentos classificados como agências e operadores no questionário de Eventos. Tal discrepância pode ser explicada devido a afinidade de ambas atividades que acabam por se mesclar em seu processo produtivo. Portanto, foram 36 respostas aos questionários de agências e operadores turísticos.

A análise dos dados se deu inicialmente pela verificação dos CNPJs ao site da Receita Federal, de modo que filtrássemos apenas os CNPJs ativos e que possuíam pelo menos uma das CNAEs aqui analisadas - 7911-2/00 e/ou 7912-1/00 – em sua caracterização de atividade econômica principal e/ou secundária. A partir desse filtro, 2 CNPJs foram descartados por estarem inaptos em sua situação cadastral; 1 foi descartado por ser um CNPJ inválido; 1 por encontrar-se “baixado” em sua situação cadastral; e 3 por não haver nenhuma CNAE que os caracterize com a atividade de agenciamento. Abaixo há a distribuição espacial dos 30 CNPJs ativos classificados pela equipe:

## FIGURA 21 - DISTRIBUIÇÃO ESPACIAL DOS CNPJS ATIVOS DO QUESTIONÁRIO

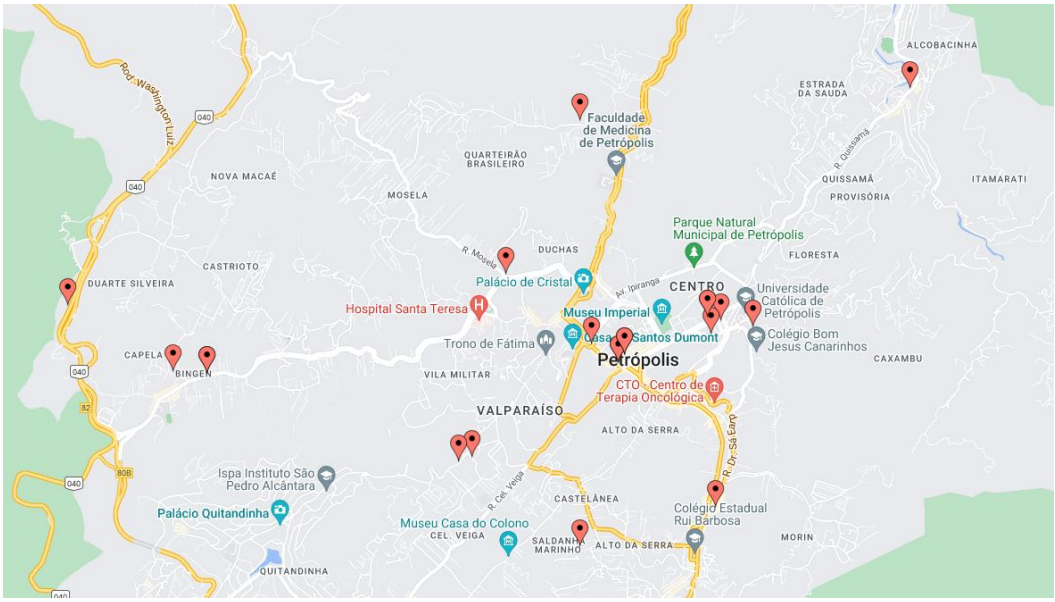



**Fonte:** Elaborado pelos autores.

## FIGURA 22 - DISTRIBUIÇÃO ESPACIAL DOS CNPJS ATIVOS NO DISTRITO DE ITAIPAVA

**Fonte:** Elaborado pelos autores

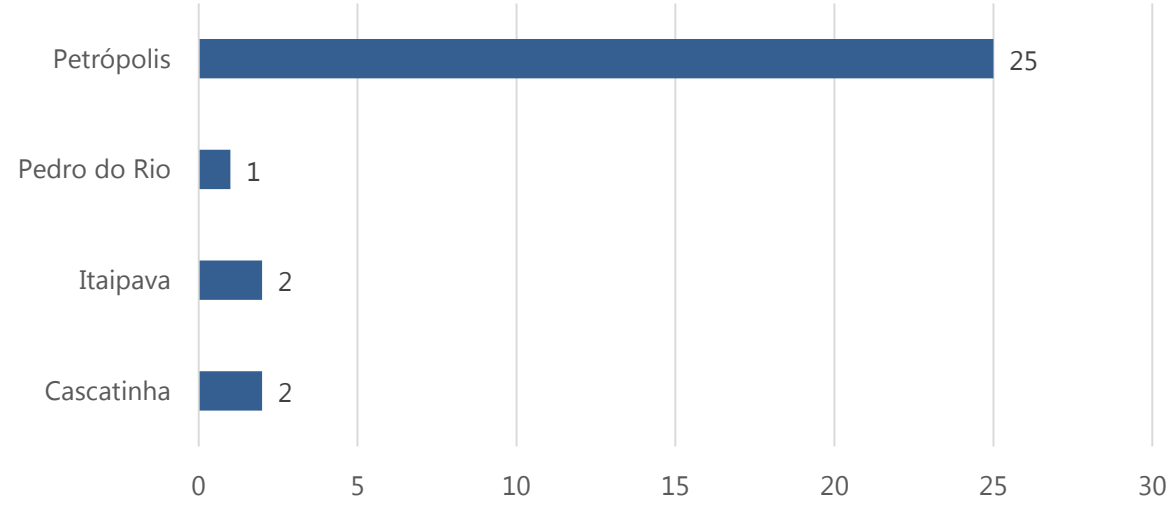
## FIGURA 23 - DISTRIBUIÇÃO ESPACIAL DOS CNPJS ATIVOS NO DISTRITO DE PETRÓPOLIS




**Fonte:** Elaborado pelos autores

Dos CNPJs ativos, 6 correspondem ao questionário de agenciamento e 19 ao questionário de Eventos. Cerca de 83% deles se encontram no Distrito de Petrópolis, enquanto que os outros distritos possuem proporções parecidas como é visto no gráfico abaixo. 90% dos CNPJs encontram-se em áreas urbanas enquanto que 10% em áreas rururbanas.

**GRÁFICO 20 - CNPJS ATIVOS DOS EQUIPAMENTOS DE AGENCIAMENTO POR DISTRITO PETROPOLITANO**




**Fonte:** Elaborado pelos autores

Das respostas ao questionário de agenciamento, apenas uma empresa respondeu quase a totalidade das respostas, com exceção da renda média dos clientes. Esta empresa reportou 2 funcionários e as faixas etárias de 26 A 38 e 39 A 52 como seus principais clientes. Além disso, a empresa também apontou as vendas de pacote para turismo interno (receptivo) e externo (emissivo) são de 50% para cada. Das respostas ao questionário de Eventos, uma empresa reportou 3 funcionários permanentes. Em relação aos outros tópicos perguntados, não é possível fazer uma avaliação devido à todas as outras empresas não responderem com as informações pedidas, sendo, portanto, classificadas como NI (não informadas).

### 1.2.4. Serviços e equipamentos para eventos

Assim como as demais subseções, ressalta-se que a inventariação desta atividade respeitou, integralmente, a proposta metodológica criada pelo Ministério do Turismo e que abarca quatro eixos macros – cabeçalho; identificação; características gerais; e descrição (BRASIL, 2006) – previstos para a parametrização dos equipamentos para eventos.

Os serviços e equipamentos para eventos aqui serão compostos pelos serviços e equipamentos de lazer e entretenimento. A inventariação destes equipamentos, como parte do processo de inventariação da oferta turística do município de Petrópolis, foi realizada em gabinete utilizando como método de levantamento a busca dos CNPJ ativos no cadastro da Receita Federal para estas atividades. O Quadro abaixo apresenta as atividades e suas respectivas CNAE que compõem os Serviços e equipamentos para eventos.

**QUADRO 21 - CNAE E CATEGORIA B5 DO MINISTÉRIO DO TURISMO**

| CNAE | | |
|---|---|---|
| Classe | Subclasse | VIAGENS E EVENTOS |
| 7319-0 | 7319-0/01 | Criação de estandes para feiras e exposições |
| 7420-0 | 7420-0/01 | Atividades de produção de fotografias, exceto aérea e submarina |
| 7420-0 | 7420-0/02 | Atividades de produção de fotografias aéreas e submarinas |
| 7420-0 | 7420-0/04 | Filmagem de festas e eventos |
| 7739-0 | 7739-0/03 | Aluguel de palcos, coberturas e outras estruturas de uso temporário, exceto andaimes |
| 7990-2 | 7990-2/00 | Serviços de reservas e outros serviços de turismo não especificados anteriormente |
| 8230-0 | 8230-0/01 | Serviços de organização de feiras, congressos, exposições e festas |
| 8230-0 | 8230-0/02 | Casas de festas e eventos |
| 9312-3 | 9312-3/00 | Clubes sociais, esportivos e similares |
| 9319-1 | 9319-1/01 | Produção e promoção de eventos esportivos |
| **B5: Serviços e Equipamentos para Eventos** | | |
| B.5.1 | CENTROS DE CONVENÇÕES/ CONGRESSOS | Equipamentos que têm infraestrutura específica para a realização de congressos, convenções, exposições, feiras e outros |
| B.5.2 | PARQUES/ PAVILHÕES DE EXPOSIÇÕES | Áreas permanentes, com instalações próprias, para a realização de exposições agrícolas, industriais, comerciais etc. |

**QUADRO 21 - CNAE E CATEGORIA B5 DO MINISTÉRIO DO TURISMO (CONTINUAÇÃO)**

| B5: Serviços e Equipamentos para Eventos | | |
|---|---|---|
| B.5.3 | AUDITÓRIOS SALÕES DE CONVENÇÕES | Salas e/ou conjuntos de salas acusticamente preparadas para a realização de palestras, conferências, cursos etc., normalmente integradas a meios de hospedagem |
| **B5: Serviços e Equipamentos para Eventos** | | |
| B.5.4 | EMPRESAS ORGANIZADORAS/ PROMOTORAS DE EVENTOS | Empresas que prestam serviços para a organização de congressos, convenções, seminários ou eventos congêneres. |
| B.5.5 | OUTROS SERVIÇOS/EQUIPAMENTOS ESPECIALIZADOS | Outros tipos de serviços e equipamentos utilizados em eventos que, por suas características e/ou peculiaridades, atendam à demanda turística |

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Conforme acordado com a Secretaria de Turismo de Petrópolis (TURISPETRO) e metodologia do MTur, o objetivo da inventariação destes equipamentos consiste em compreender seguintes aspectos: designação de distritos, tipos e subtipos dos equipamentos para eventos investigados; dados empresariais e jurídicos; número de registro em órgão oficial do turismo; localização e ambiência; geração de emprego e renda; abrangência e tipologia dos serviços empregados. Além disso, também foram pontuadas descrições e observações complementares, quando estas fossem disponibilizadas pelos respondentes.

É importante salientar também que, para a elaboração dos gráficos apresentados nesta subseção, foram considerados duas categorizações: a expressa na proposta metodológica criada pelo Ministério do Turismo e pelas CNAE ligadas a essas atividades, conforme está expresso no Quadro 20.

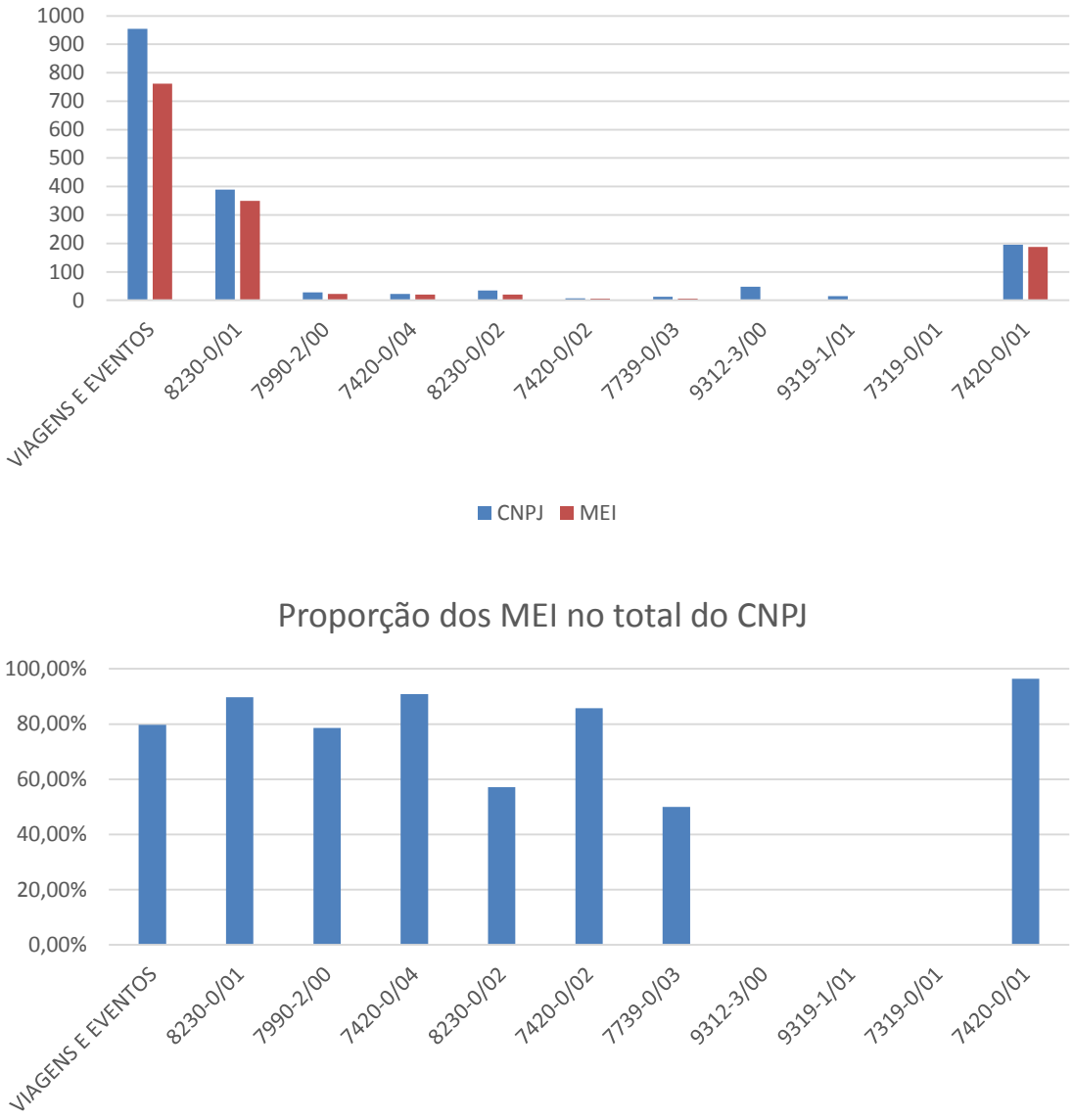
De modo a complementar o processo de inventariação, foram realizadas pesquisas exploratórias das fontes secundárias tais como o motor de buscas Google e demais redes sociais digitais. As demais informações necessárias pela contemplar a metodologia, foram buscadas por meio de contatos telefónicos e e-mails. Nestes contatos foram enviados os instrumentos de coleta e complementação dos dados,

como os formulários eletrônicos do *Google Forms*, obedecendo a metodologia sugerida pelo Ministério do Turismo (MTUR).

Dos resultados da inventariação relativos à execução em gabinete, a coleta de dados não foi expressiva no tocante da categoria B5 – Serviços e Equipamentos para Eventos. Diante do exposto, o processo de inventariação consistiu no levantamento dos dados coletados de bases públicas e abertas, tais como da Receita Federal, RAIS, CAGED e outras. Considerando todo o município de Petrópolis, a distribuição dos 954 CNPJ castrados se dá de forma muito concentrada nas atividades referentes as CNAE Serviços de organização de feiras, congressos, exposições e festas (8230-0/01) e Atividades de produção de fotografias, exceto aérea e submarina (7420-0/02) possuem, respectivamente, 389 e 195 CNPJ cadastrados representando 61,22% dos CNPJ dos equipamentos de serviços e equipamentos para eventos petropolitanos (Gráfico 21). Ressalta-se que a atividade de Criação de estandes para feiras e exposições (7319-0/01) não possuí CNPJ cadastrado na cidade se mostrando como uma oportunidade de negócios em Petrópolis.

Outro fator que chamou atenção da equipe na inventariação dos serviços e equipamentos para eventos é o fato dos MEI. Os microempreendedores individuais representam 79,77% dos CNPJ ativos na cidade na categoria de eventos, com 761 MEI cadastrados. Das atividades com maior número de CNPJ, a CNAE 8230-0/01 (Serviços de organização de feiras, congressos, exposições e festas) possuem 349 MEI cadastrados, o que representa 89,72% do total de CNPJ da cidade na atividade, enquanto na CNAE 7420-0/01 (Atividades de produção de fotografias, exceto aérea e submarina) possui 188 cadastros, sendo 96,41% do total de CNPJ, a maior participação de MEI no CNPJ da atividade. Outra atividade que se destaca é Filmagem de festas e eventos (7420-0/04) no qual dos 22 CNPJ cadastrados na cidade, 20 cadastros são MEI, o que representa 90,91% dos cadastros. Apontamos que apesar do número de MEI chamar atenção, a grande maioria das atividades são inerentes a prestadores de serviços de cunho individual.

## GRÁFICO 21 - DISTRIBUIÇÃO DOS CNPJ E MEI PELAS CNAE DOS SUBTIPOS DA CATEGORIA B5-EVENTOS




**Fonte:** Elaborado pelos autores

Em relação ao número de empregados com carteira assinadas, os equipamentos de serviços e equipamentos para eventos possuem 361 postos de trabalho (Gráfico 22). As atividades que se destacam são Clubes sociais, esportivos e similares (9312-3/00) possuindo 149 carteiras assinadas; Casas de festas e eventos (8230-0/02) com 85 carteiras assinadas e Serviços de organização de feiras, congressos, exposições e festas (8230-0/01) tendo 52 carteiras assinadas. Juntas essas

atividades correspondem a 79,22% dos empregos formais nas CNAE ligadas aos serviços e equipamentos para eventos petropolitanos.

Ressalta-se também que as atividades Filmagem de festas e eventos (7420-0/04), Atividades de produção de fotografias aéreas e submarinas (7420-0/02) e Criação de estandes para feiras e exposições (7319-0/01) não possuem registro de carteira assinadas. As duas primeiras atividades eram esperadas não existir empregados, visto que em sua maioria são ocupações de cunho individual prevalecendo os MEI como apontado anteriormente. Mas a atividade de Criação de estandes para feiras e exposições como apontado acima, não possui sequer empresa cadastrada no município com esta CNAE como atividade principal.

**GRÁFICO 22 - DISTRIBUIÇÃO DAS CARTEIRAS ASSINADAS NOS CNPJ E MEI PELAS CNAE DOS SUBTIPOS DA CATEGORIA B5-EVENTOS**

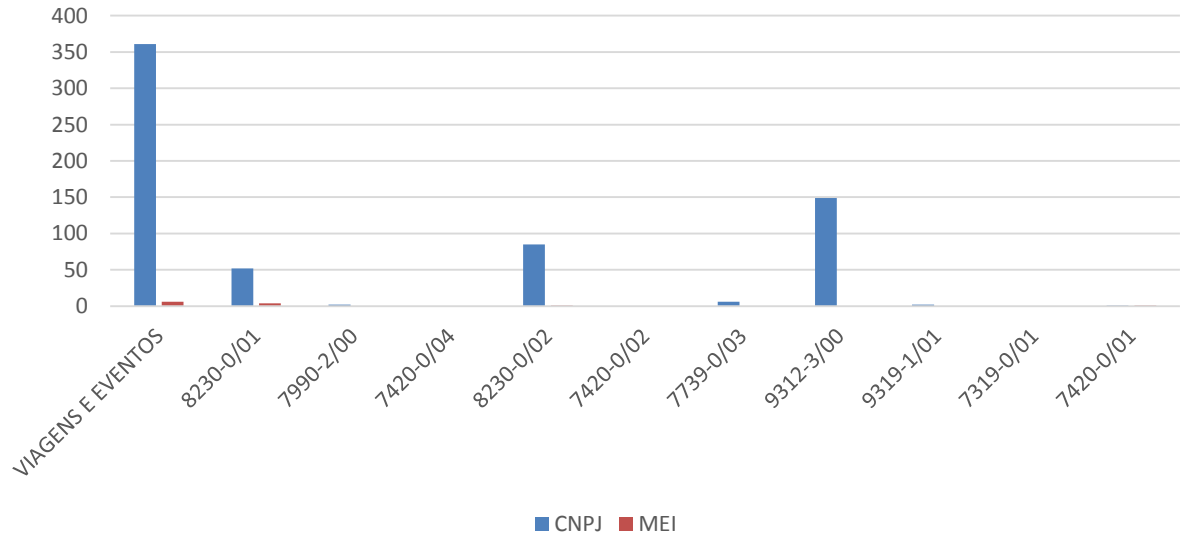
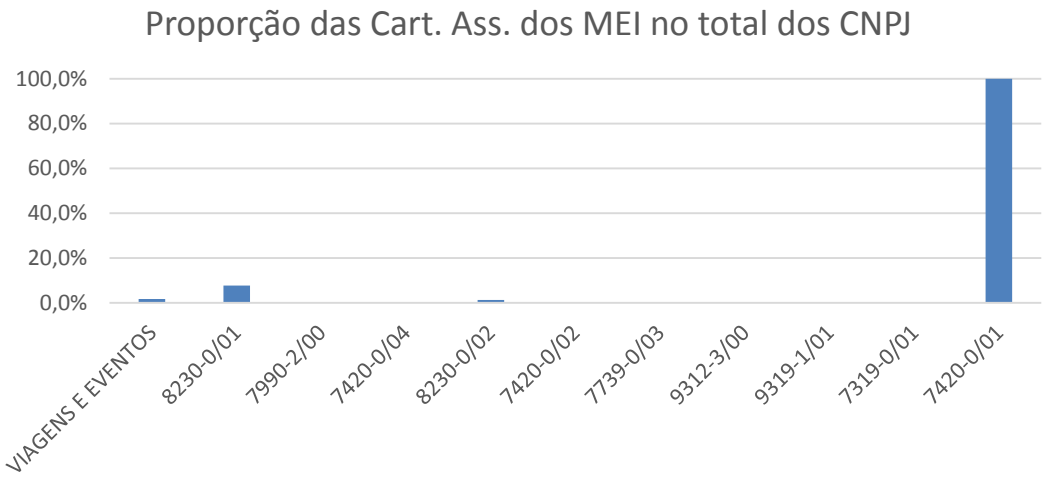


**GRÁFICO 22 - DISTRIBUIÇÃO DAS CARTEIRAS ASSINADAS NOS CNPJ E MEI PELAS CNAE DOS SUBTIPOS DA CATEGORIA B5-EVENTOS (CONTINUAÇÃO)**



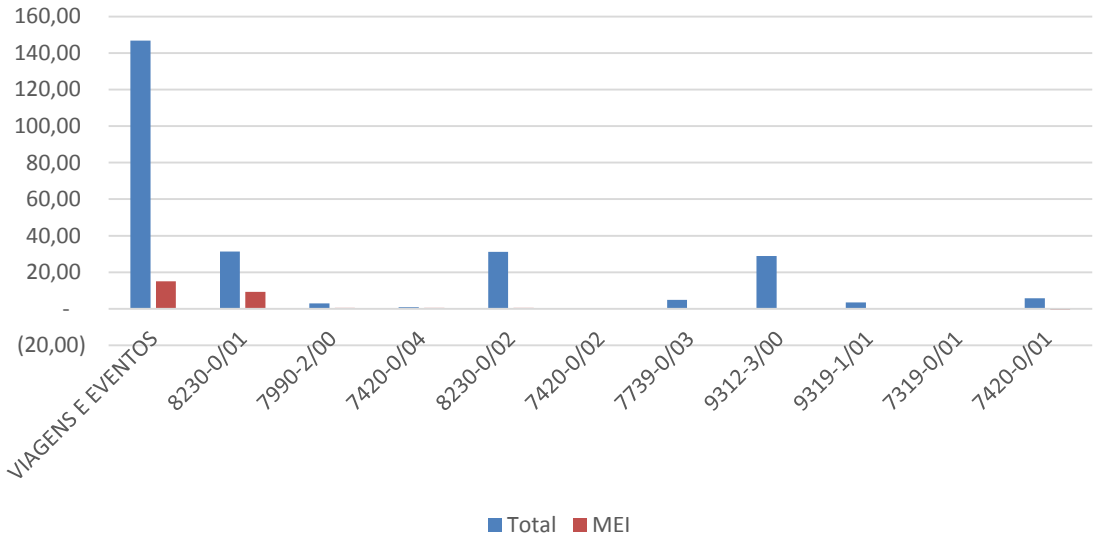

**Fonte:** Elaborado pelos autores

Em relação ao MEI, apenas 6 carteiras assinadas estão listadas em MEI, correspondendo a 1,7% de todos os empregos formais nos equipamentos serviços e equipamentos para eventos na cidade. Essas atividades são 8230-0/01 (Serviços de organização de feiras, congressos, exposições e festas) com 4 empregados formais em MEI (7,7% de todos as carteiras assinadas na atividade), 8230-0/02 (Casas de festas e eventos) com apenas uma carteira assinada em uma MEI, representando 1,2% de todos os empregos formais da atividade, e 7420-0/01 (Atividades de produção de fotografias, exceto aérea e submarina) com uma carteira assinada sendo 100,0% de todas as carteiras assinadas na cidade nessa atividade.

Em relação ao faturamento dos equipamentos de serviços e equipamentos para eventos, o valor alcançado foi de R$ 146,79 mi. As atividades que mais faturaram na estimação foram: Serviços de organização de feiras, congressos, exposições e festas (8230-0/01) com o faturamento de R$ 31,32 mi, Casas de festas e eventos (8230-0/02) faturando R$ 31,21 mi e Clubes sociais, esportivos e similares (9312-3/00), com R$ 28,83 mi. Essas três atividades totalizaram 62,24% do faturamento estimado na categoria de eventos. Ressalta-se que Criação de estandes para feiras e exposições não possui faturamento estimado por não ser presente na cidade.

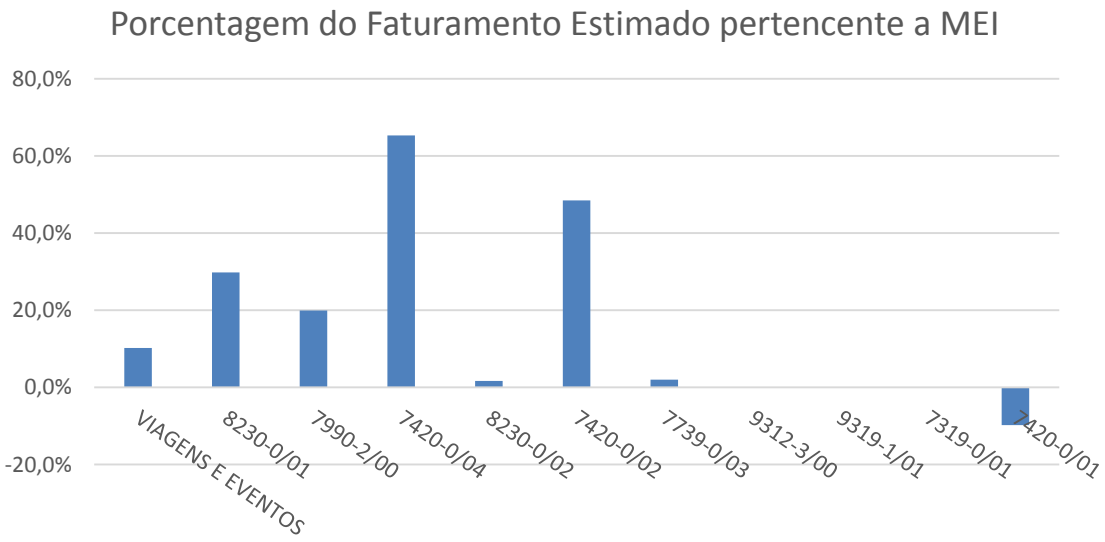
Em relação a estimação do faturamento para os MEI, o valor faturado é R$ 15 mi, sendo 10% do faturamento total dos serviços e equipamentos para eventos petropolitanos. A atividade que mais se destacou foi Serviços de organização de feiras, congressos, exposições e festas (8230-0/01) com R$ 9,33 mi, o faturamento de MEI nessa atividade representa 30%, enquanto no total dos MEI representa 62%. Outra parcela de MEI chama atenção, em Atividades de produção de fotografias, exceto aérea e submarina apresenta faturamento estimado negativo, o prejuízo previsto é de R$ 568 mil, uma retração em relação ao total da atividade de 10%. Novamente, três atividades não apresentam valor por não terem cadastros de MEI, a saber: Clubes sociais, esportivos e similares, Produção e promoção de eventos esportivos e Criação de estandes para feiras e exposições.

## GRÁFICO 23 - DISTRIBUIÇÃO DO FATURAMENTO ESTIMADO[30] NOS CNPJ E MEI PELAS CNAE DOS SUBTIPOS DA CATEGORIA B5-EVENTOS




[30] Faturamento Estimado em Milhões de Reais.

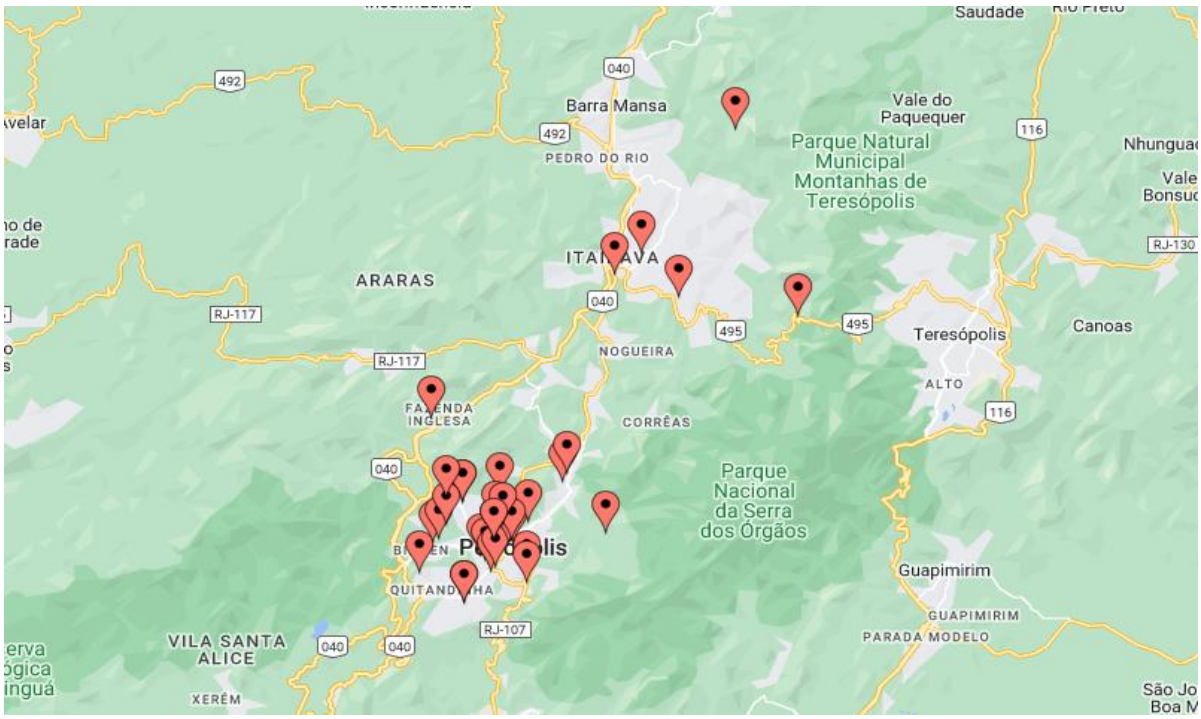
## GRÁFICO 23 - DISTRIBUIÇÃO DO FATURAMENTO ESTIMADO NOS CNPJ E MEI PELAS CNAE DOS SUBTIPOS DA CATEGORIA B5-EVENTOS (CONTINUAÇÃO)




**Fonte:** Elaborado pelos autores.

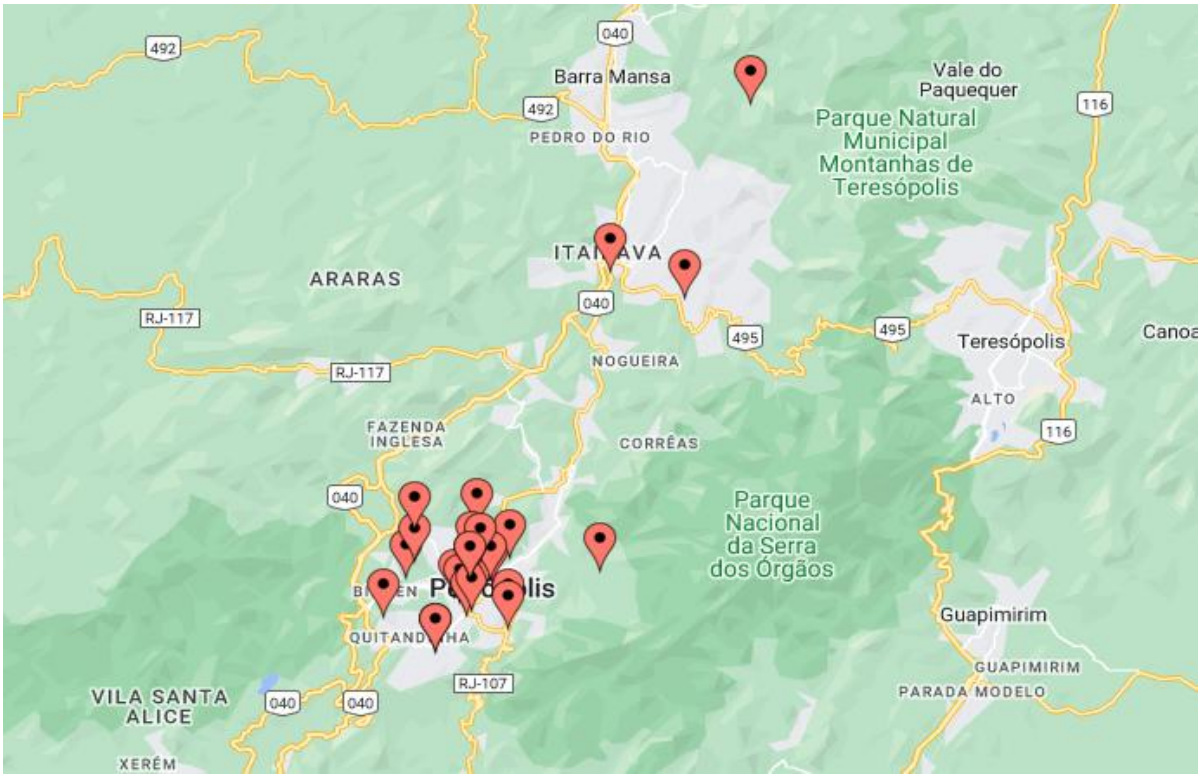
Complementarmente, pode-se analisar a distribuição espacial dos CNPJ ativos levantados pelos distritos do município de Petrópolis. Por meio desta distribuição espacial, é possível perceber uma grande concentração dos equipamentos no distrito de Petrópolis (Figura 24). Cinco empresas estão localizadas no distrito de Itaipava. Sendo três do subtipo "Outros serviços/equipamentos especializados" (Figura 25) e as outras duas de Local para eventos e Outros serviços/equipamentos especializados (Figura 26).

## FIGURA 24: DISTRIBUIÇÃO DOS CNPJ ATIVOS DOS SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS PARA EVENTOS



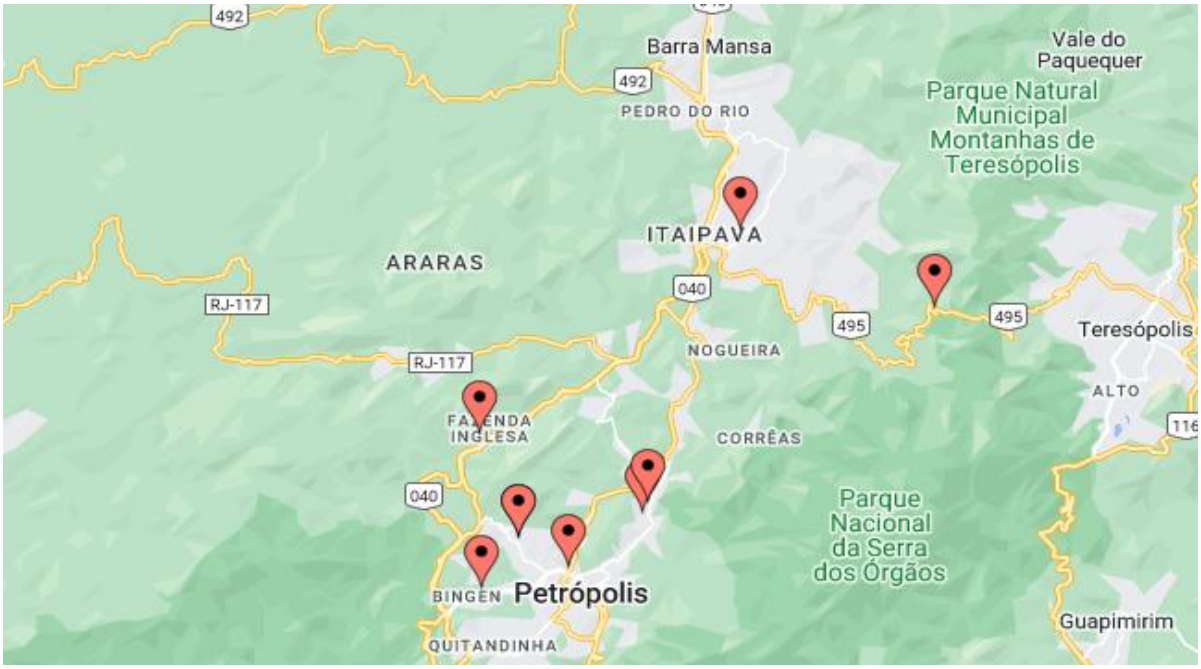

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

## FIGURA 25: DISTRIBUIÇÃO ESPACIAL DOS CNPJ DO SUBTIPO OUTROS SERVIÇOS/EQUIPAMENTOS ESPECIALIZADOS




**Fonte:** Elaborado pelos autores.

**FIGURA 26: DISTRIBUIÇÃO ESPACIAL DO SUBTIPO LOCAL PARA EVENTOS E OUTROS SERVIÇOS/EQUIPAMENTOS ESPECIALIZADOS**




**Fonte:** Elaborado pelos autores.

### *1.2.4.1. Os segmentos de Agências e Eventos nos distritos petropolitanos*

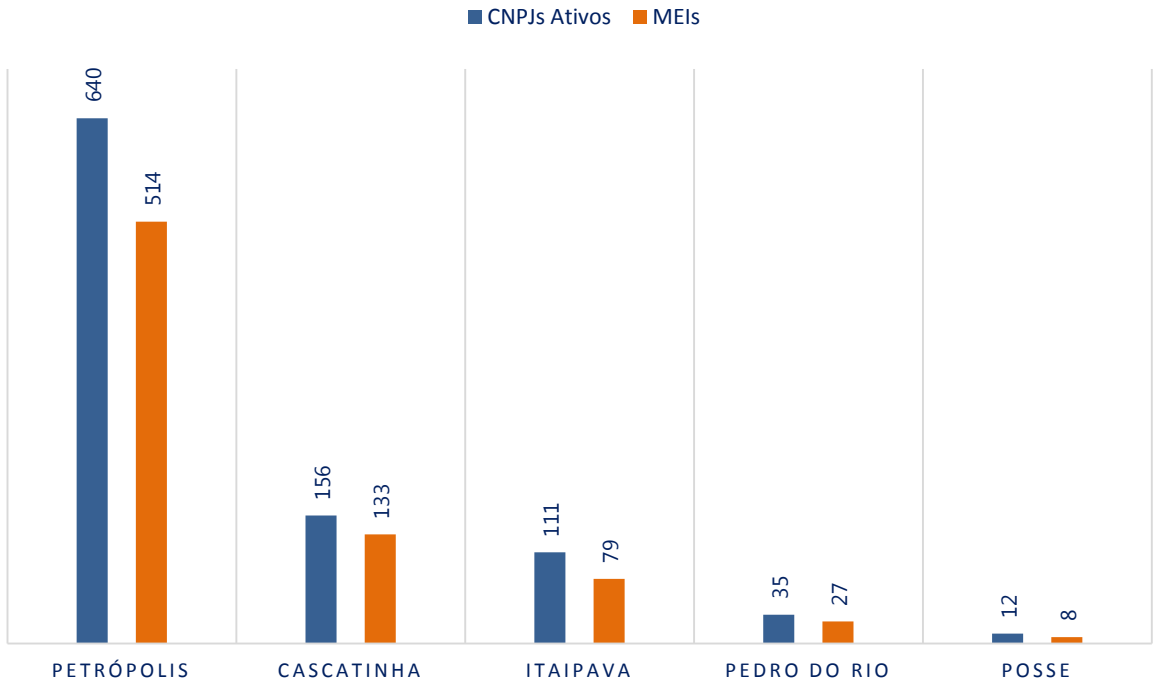
Dando continuidade ao processo de inventariação, nesta subseção são levantadas as atividades de agenciamento do setor turismo se encontra nos códigos 7911-2/00 e 7912-1/00 que seriam Agências de viagens e Operadores turísticos, respectivamente. A partir da segmentação do turismo, o agenciamento é colocado junto à eventos devido à proximidade das atividades econômicas. A segmentação de Viagens e Eventos é composta de 12 atividades econômicas ao todo. Neste relatório, haverá um foco na importância das CNAEs relativas às agências de viagem, porém com comparações constantes ao segmento e o Setor de Turismo como um todo. A análise a seguir corresponderá a dados coletados de bases públicas e abertas, tais como da Receita Federal, RAIS e outras. A extração ocorreu em maio de 2022.

No Setor de Turismo de Petrópolis, cerca de 18% dos CNPJ ativos são pertencentes ao segmento de Viagens e Eventos, constituindo o número de 954 CNPJ ativos. 761 (79,8%) desses são MEIs, representando 19,32% dos MEIs do setor de

Turismo. Assim, infere-se a grande relevância dos Microempreendedores individuais no segmento de Viagens e Eventos.

Segundo a divisão distrital de Petrópolis, o Distrito de Petrópolis acaba concentrando a maior parte das empresas do segmento, com cerca de 67,1% dos CNPJs ativos, seguido de Cascatinha com 16,4% e Itaipava com 11,6%. A proporção de MEIs é parecida, com 67,5% deles localizados em Petrópolis, seguido de Cascatinha com 17,5% e Itaipava com 10,4% - ver gráfico a seguir.

## GRÁFICO 24 - DISTRIBUIÇÃO ESPACIAL DOS CNPJS DO SEGMENTO DE VIAGENS E EVENTOS

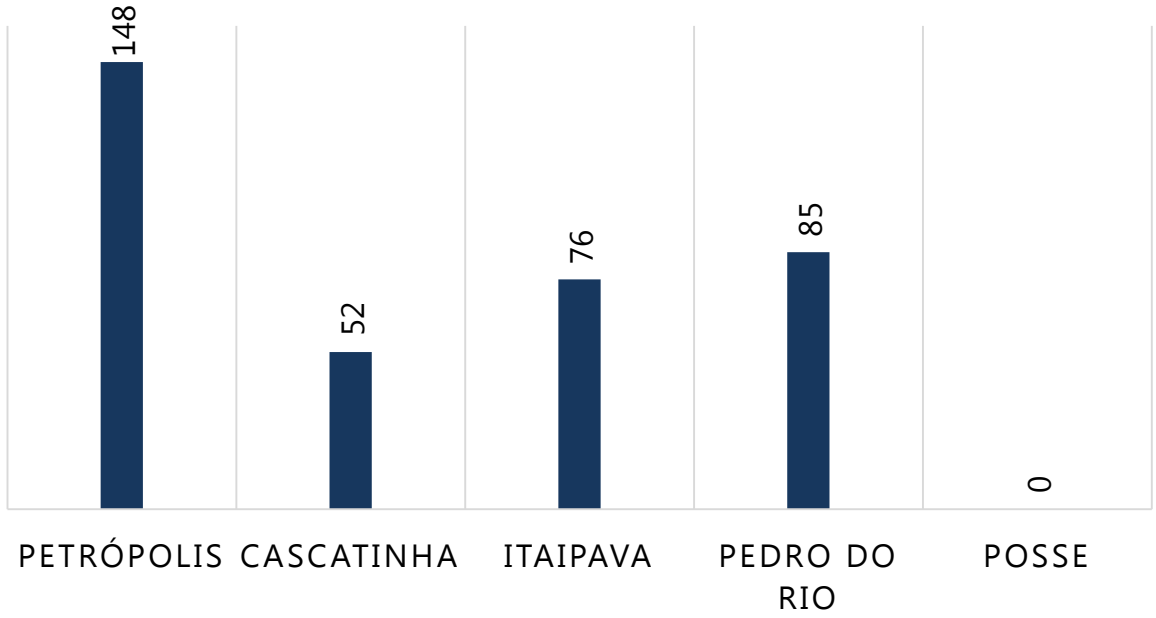



**Fonte:** Elaborado pelos autores a partir das seguintes bases de dados (maio de 2022): Receita Federal, RAIS e CAGED.

Em relação aos empregados com carteira assinada, Petrópolis novamente se destaca tendo o maior número de postos de trabalho do segmento com cerca de 41%, seguido de Pedro do Rio com 23,5% e Itaipava com 21,1%. Convém, portanto, notar a alta participação do distrito de Pedro do Rio sendo que concentra apenas 3,7% dos CNPJs ativos. Além disso, o distrito de Posse não possui nenhum profissional de carteira assinada.

Fazendo uma proporção entre os trabalhadores formais e os CNPJ que não são MEIs, percebe-se que a Pedro do Rio possui uma proporção de 10 para um, isto é, se dividirmos igualmente os trabalhadores para todas as empresas, cada uma empregaria, em média, 10 trabalhadores. Por ser uma proporção altamente discrepante em relação aos outros distritos, podemos inferir a presença de empresas de tamanho maior em comparação com os outros distritos no segmento, visto também que seriam apenas 8 empresas (não sendo MEIs) para 85 profissionais. Em contrapartida, o distrito de Petrópolis possui uma proporção de quase 1 para 1, indicando a maior presença de pequenas empresas – ver gráfico a seguir.

**GRÁFICO 25 - DISTRIBUIÇÃO ESPACIAL DOS EMPREGADOS COM CARTEIRA ASSINADA DO SEGMENTO DE VIAGENS E EVENTOS**



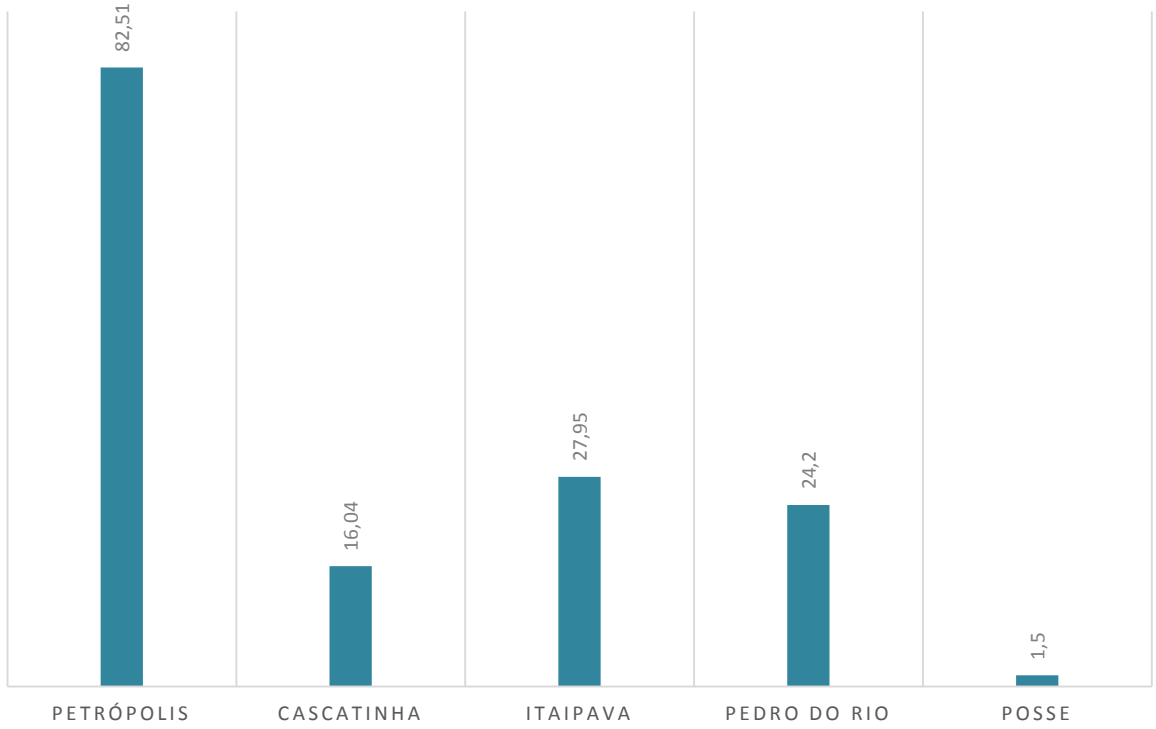

**Fonte:** Elaborado pelos autores a partir das seguintes bases de dados (maio de 2022): Receita Federal, RAIS e CAGED.

A distribuição dos distritos presente nos trabalhadores formais também aparece no faturamento estimado das empresas. O faturamento total do setor foi cerca de R$152 milhões, com mais da metade (54,2%) deste valor concentrado no distrito de Petrópolis. Este fato é esperado tendo em vista o alto número de CNPJ no

distrito. Os segundo e terceiro maiores distritos foram Itaipava e Pedro do Rio com 18,4% e 15,9%, respectivamente.

Neste caso, entende-se que as 35 empresas de Pedro do Rio concentram quase 16% do faturamento total, indicando a presença de empresas do segmento relativamente maiores em relação aos outros distritos – ver gráfico a seguir:

**GRÁFICO 26 - DISTRIBUIÇÃO ESPACIAL DO FATURAMENTO ESTIMADO (EM R$ MILHÕES) DO SEGMENTO DE VIAGENS E EVENTOS**




**Fonte:** Elaborado pelos autores a partir das seguintes bases de dados (maio de 2022): Receita Federal, RAIS e CAGED.

### 1.2.5. Serviços e equipamentos para transporte

Ao contemplar as particularidades do segmento turístico, observa-se que existem alguns pilares essenciais a sua operacionalização. Ao olhar este escopo, não há como não aferir que o desenvolvimento da atividade turística mundial está intrinsecamente ligado ao aprimoramento dos transportes aéreos, terrestres e hidroviários (BENI, 2007). Afinal, desde tempos pretéritos, os turistas necessitam

desses equipamentos para se locomover não apenas de uma localidade para outra, assim como dentro, ou aos arredores, das próprias destinações visitadas.

Logo, de maneira geral, a qualidade e a diversificação desses equipamentos influenciam as escolhas dos turistas contemporâneos, tornando mais ou menos atrativas determinadas localidades (PALHARES, 2002). Desse modo, "uma infraestrutura de acesso e transporte adequada para os mercados potenciais é um dos pré-requisitos mais importantes para o desenvolvimento de qualquer destino turístico" (COOPER; et al., 2007, p. 449).

Com estes aspectos esclarecidos, há também a necessidade de se levar em consideração o impacto econômico deste setor. Por exemplo: perante os empregos formais produzidos em 2013, o segmento de transportes ficou apenas atrás da Atividade Característica do Turismo (ACT) Alimentação, que representou 38,42% dos postos trabalho supracitados. Enquanto a ACT Transporte possuía 28,53% deste volume, que foi composto da seguinte forma: transporte terrestre, 20,12%; transporte marítimo, 0,33%; transporte aéreo, 5,7%; e aluguel de transportes, 2,38% (MINISTÉRIO DO TURISMO; IPEA, 2015). Em vista disso,

> quando uma região recebe melhoria na infraestrutura de transportes, a mudança econômica em diferentes setores da economia da própria região costuma ser facilmente identificada através do fluxo de comércio e de pessoas, sendo que esta modificação no nível de acessibilidade e circulação colabora não somente na escala intrarregional, mas também inter-regional. (LOPES JÚNIOR, 2012, p. 172)

Em virtude disso, se faz necessário compreender como este segmento turístico se estrutura em Petrópolis, RJ. Para tanto, novamente o processo de inventariação se faz fundamental, buscando não só compreender a composição, como também os impactos deste setor na economia petropolitana.

### *1.2.5.1. A inventariação dos equipamentos de transporte em Petrópolis*

Mais uma vez se julga oportuno ressaltar que esta inventariação respeitou, integralmente, a proposta metodológica sugerida pelo Ministério do Turismo e que abarca quatro eixos macros – cabeçalho; identificação; características gerais; e descrição (BRASIL, 2006) – previstos para a parametrização dos equipamentos para transporte. Através desses preceitos, 805 dados foram captados a partir dos 23 estabelecimentos inventariados[31].

Outro aspecto oportuno de ser registrado diz respeito ao formato da execução desta inventariação. Conforme acordado com a Secretaria de Turismo de Petrópolis (TURISPETRO), este processo ocorreu integralmente em gabinete, buscando compreender os seguintes aspectos: designação de distritos, tipos e subtipos dos equipamentos para transporte investigados; dados empresariais e jurídicos; número de registro em órgão oficial do turismo; localização e ambiência; geração de emprego e renda; abrangência e tipologia dos serviços empregados. Além disso, também foram pontuadas descrições e observações complementares, quando estas fossem disponibilizadas pelos respondentes.

Com estes pontos esclarecidos, uma preocupação da equipe executora foi compreender a extensão do impacto econômico deste segmento turístico tem sobre o município de Petrópolis, RJ[32]. Em 2021, foi registrado 19 empregos diretos, com carteiras assinadas, que representaram 0,5% do total dos trabalhos formais do ecossistema turístico petropolitano. Outro ponto interessante é que estes equipamentos produziram, no ano supramencionado, uma receita estimada de R$ 10,01 milhões. Por conseguinte, a Tabela 18 expõe a distribuição espacial dos empregos e receitas ao longo dos cinco distritos petropolitanos.

[31] Os formulários de inventariação de cada um dos estabelecimentos estão disponíveis nos Apêndices deste relatório.

[32] As informações sobre os impactos econômicos foram captadas por meio de base de dados públicas disponibilizadas pelo IBGE, RAIS, CAGED e Receita Federal.

## TABELA 17 – FATURAMENTOS E EMPREGOS DIRETOS DOS EQUIPAMENTOS PARA TRANSPORTE NOS DISTRITOS PETROPOLITANOS

| | Faturamento (R$ em milhões) | FAT (%) | Empregos Diretos | Emp. (%) |
|---|---|---|---|---|
| **Cascatinha** | R$ 0,34 | 3,40% | 0 | 0,00% |
| **Itaipava** | R$ 1,85 | 18,48% | 11 | 57,89% |
| **Pedro do Rio** | R$ 0,15 | 1,50% | 0 | 0,00% |
| **Petrópolis** | R$ 7,67 | 76,62% | 8 | 42,11% |
| **Posse** | R$ 0,00 | 0,00% | 0 | 0,00% |
| **MERCADO** | **R$ 10,01** | | **19** | |

**Fonte:** Elaborado pelos autores a partir das seguintes bases de dados (maio de 2022): Receita Federal, RAIS e CAGED.

Em termos de faturamento, estes resultados denotam que os distritos de Petrópolis e Itaipava concentram 95,10% das receitas geradas em 2021. Apesar do distrito de Petrópolis ser constatada como a maior fonte geradora de receita deste segmento – R$ 7,67 milhões (76,62%) – é o distrito de Itaipava que mais concentra os empregos formais: 57,89%, representando 11 carteiras assinadas.

Ainda sobre esses distritos, conforme indicado anteriormente, essa inventariação constatou a existência de 23 equipamentos para transporte. Todavia, para categorizá-los, houve um exímio respeito à metodologia do Ministério do Turismo (BRASIL, 2006), que prevê suas descrições por duas terminologias (tipo e subtipo), exatamente como proposto no Quadro 22:

## QUADRO 22 – TIPO E SUBTIPO DE EQUIPAMENTOS PARA TRANSPORTES.

| TIPO | SUBTIPO |
|---|---|
| **Terrestre Rodoviário** | Transportadora Turística; Locadoras; ou Táxis |
| **Terrestre Ferroviário** | NA |
| **Aquaviário** | Transportadora Turística; ou Locadoras |
| **Aéreo** | Locadoras |
| **Outros** | NA |

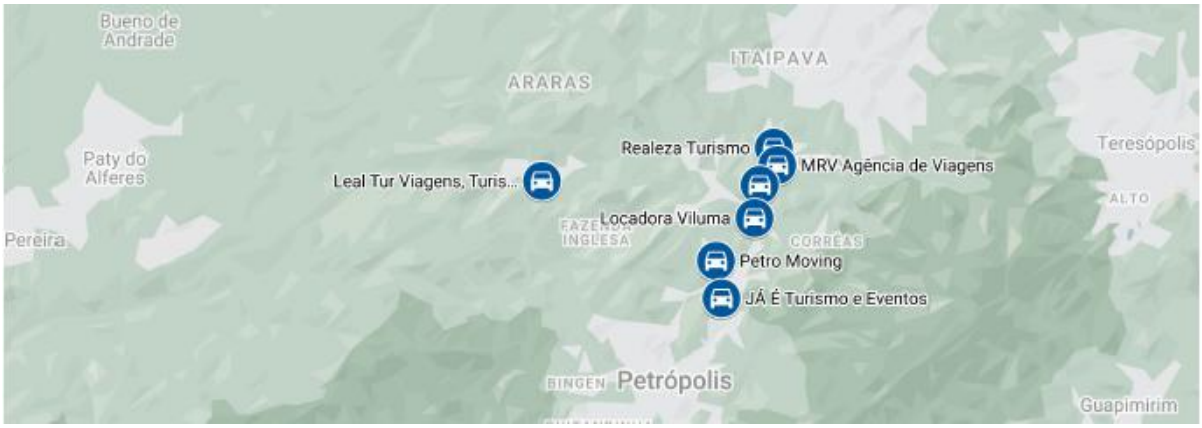
**Fonte:** Brasil (2006). Adaptado pelos autores.

Na métrica "tipo", esses estabelecimentos enquadraram-se, de maneira integral, no "terrestre rodoviário". Já na variável "subtipo", observou-se as seguintes concentrações: locadoras – 34,78% (8 unidades); e transportadoras turísticas – 65,22% (15 unidades). Com estas colocações devidamente regimentadas, a figura subsequente apresenta uma distribuição espacial deste segmento. Por conseguinte, ainda sobre o enfoque distrital, as tabelas abaixo materializam os quantitativos e as taxas de representação destes equipamentos (Tabela 19), assim como suas distribuições por tipologias (Tabela 20).

## FIGURA 27 – ORDENAMENTO TERRITORIAL DOS EQUIPAMENTOS PARA TRANSPORTE EM PETRÓPOLIS

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

## FIGURA 28 – DISTRIBUIÇÃO TERRITORIAL DOS EQUIPAMENTOS PARA TRANSPORTE NO DISTRITO DE CASCATINHA




**Fonte:** Elaborado pelos autores.

## FIGURA 29 – DISTRIBUIÇÃO TERRITORIAL DOS EQUIPAMENTOS PARA TRANSPORTE NO DISTRITO DE ITAIPAVA

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

## FIGURA 30 – DISTRIBUIÇÃO TERRITORIAL DOS EQUIPAMENTOS PARA TRANSPORTE NO DISTRITO DE PEDRO DO RIO

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

## FIGURA 31 – DISTRIBUIÇÃO TERRITORIAL DOS EQUIPAMENTOS PARA TRANSPORTE NO DISTRITO DE PETRÓPOLIS

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

**TABELA 18 – DISTRIBUIÇÃO DOS EQUIPAMENTOS PARA TRANSPORTE NOS DISTRITOS PETROPOLITANOS**

| | QUANTIDADE | REPRESENTATIVIDADE |
|---|---|---|
| **Cascatinha** | 7 | 30,43% |
| **Itaipava** | 2 | 8,70% |
| **Pedro do Rio** | 1 | 4,35% |
| **Petrópolis** | 13 | 56,52% |
| **Posse** | 0 | 0,00% |

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

**TABELA 19 – DISTRIBUIÇÃO, POR TIPOLOGIA, DOS EQUIPAMENTOS PARA TRANSPORTE NOS DISTRITOS PETROPOLITANOS**

| | Locadora | | Transportadora Turística | |
|---|---|---|---|---|
| | Qtde. | % | Qtde. | % |
| **Cascatinha** | 3 | 37,50% | 4 | 26,67% |
| **Itaipava** | 1 | 12,50% | 1 | 6,67% |
| **Pedro do Rio** | 0 | 0,00% | 1 | 6,67% |
| **Petrópolis** | 4 | 50,00% | 9 | 59,99% |
| **Posse** | 0 | 0,00% | 0 | 0,00% |

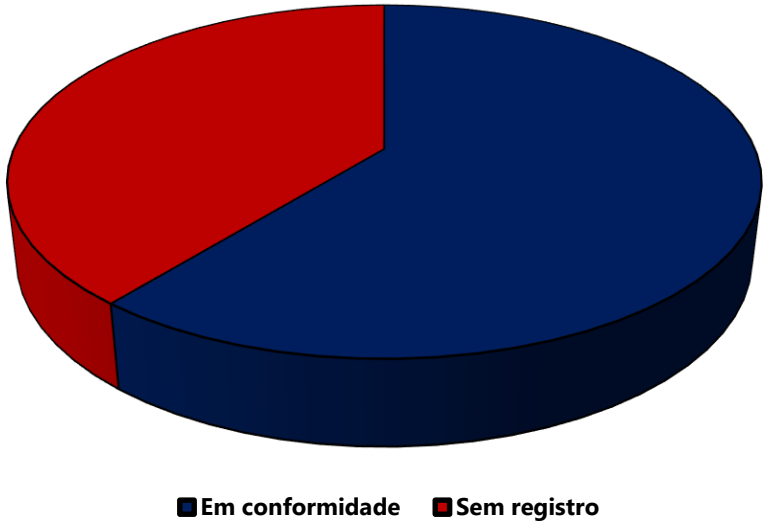
**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Com base na tabela acima, nota-se que os subtipos "locadora" e "transportadora turística" estão concentrados no distrito de Petrópolis, representando 50,00% e 59,99%, respectivamente, nas categorias.

No tocante ao "número de registro em órgão oficial de turismo", o parâmetro utilizado para o preenchimento deste dado foi o Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos (CADASTUR), disponibilizada pelo Ministério do Turismo[33]. Através do banco de dados desta plataforma, notou-se que 09 equipamentos não possuíam este registro (39,13%), exatamente como pode ser visto no Gráfico 27.

[33] Ver: https://cadastur.turismo.gov.br/hotsite/#!/public/capa/entrar

## GRÁFICO 27 – EQUIPAMENTOS PARA TRANSPORTE EM CONFORMIDADE COM O CADASTUR




**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Outro ponto indagado refere-se ao número de empregos gerados. Neste contexto, dos 23 estabelecimentos inventariados, apenas 9 responderam este questionamento, sendo suas respostas externadas na tabela a seguir:

## TABELA 20 – COMPOSIÇÃO DOS EMPREGOS NOS EQUIPAMENTOS PARA TRANSPORTE INVENTARIADOS

| Número de Empregados | Permanentes | Temporários | Com Deficiência |
|---|---|---|---|
| 203 | 96 | 107* | 0** |

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Tais resultados demandam alguns esclarecimentos. Entre estes, o número de empregos temporários possuí uma ressalva, pois dois estabelecimentos indicaram ter este escopo laboral, mas não apresentaram esses números. E o mesmo posicionamento vale para a variável "com deficiência" pois, entre os 9 respondentes, um afirmou que possuía este nicho de trabalhadores, mas que não soube quantificar.

Além disso, mais duas reflexões se fazem importantes. A primeira ligada ao fato de o número de empregados nos empreendimentos inventariados divergir do cômputo levantado a partir da base de dados oficial do Ministério da Economia – RAIS/CAGED. Nos dados oficias, segundo as CNAEs levantadas pela equipe, os equipamentos para transporte petropolitanos possuíam 19 empregos formais em maio de 2022. Já na inventariação deste segmento, foi constatada a existência de 96 postos formais.

Logo, este achado aponta para duas hipóteses, a saber: i) os equipamentos possuem uma taxa de informalidade e/ou ii) o setor apresentou um crescimento de 77 empregos entre maio e outubro de 2022. A hipótese mais plausível depreendida pela equipe é a de que houve uma melhoria na empregabilidade do setor, sendo esta ocasionada pelo aquecimento do turismo na cidade.

A segunda reflexão diz respeito ao número de empregados com deficiência. Pelo fato desses equipamentos possuírem um quantitativo de trabalhadores inferior a 100, estes não se enquadram nos meandros legais dispostos pela lei 8.213/91 (art. 93), que explicita que as organizações que possuírem entre 100 a 200 funcionários devem dispor entre 2% a 5% de suas vagas ocupacionais para deficientes (BRASIL, 1991).

Quanto ao período de funcionamento, 10 equipamentos inventariados registraram que atuam de forma permanente. No tocante às características dos serviços prestados, a Tabela 22 evidencia suas abrangências[34] e tipologias[35]:

[34] Com respostas padronizadas, o posicionamento dos respondentes poderia abarcar mais de uma resposta, a saber: municipal, intermunicipal metropolitano; interestadual; internacional continental; e internacional intercontinental (BRASIL, 2006).

[35] Com respostas padronizadas, o posicionamento dos respondentes poderia abarcar mais de uma resposta, a saber: excursão; passeio local; especial; e traslado (BRASIL, 2006).

## TABELA 21 – ABRANGÊNCIA E TIPOLOGIA DOS SERVIÇOS PRESTADOS PELOS EQUIPAMENTOS PARA TRANSPORTE INVENTARIADOS

| Abrangência dos Serviços | Frequência Respostas | % |
|---|---|---|
| **Municipal** | 6 | 20,69% |
| **Intermunicipal** | 10 | 34,48% |
| **Interestadual** | 10 | 34,48% |
| **Internacional Continental** | 3 | 10,35% |
| **Internacional Intercontinental** | 0 | 0,00% |
| | 29 | 100,00% |
| **Tipologia dos Serviços** | **Frequência Respostas** | **%** |
| **Excursão** | 9 | 34,62% |
| **Passeio Local** | 4 | 15,38% |
| **Especial**[36] | 4 | 15,38% |
| **Traslado** | 9 | 34,62% |
| | 26 | 100,00% |

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Sobre o perfil dos veículos, a Tabela 23 evidencia os resultados encontrados a partir do posicionamento de 8 respondentes – quantitativo este que representa 34,78% do total de equipamentos inventariados:

## TABELA 22 – PERFIL DOS VEÍCULOS INVENTARIADOS

| | |
|---|---|
| **Quantidade de Veículos** | 144 |
| **Idade Média da Frota** | 8,13 anos |
| **Quantidade de Veículos Adaptados** | 10 |
| **Oferta Total de Lugares Sentados** | 5.446 |
| **Categoria dos Veículos** | Ônibus, Micro-ônibus e Van |

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Quanto aos principais serviços oferecidos, do ponto de vista estadual destacam-se: passeios destinados às praias cariocas, bem como traslados para os aeroportos do município do Rio de Janeiro. Internamente, os serviços mais executados em Petrópolis vinculam-se à tipologia "especial", em específico aos serviços de

[36] "É um passeio exclusivo para determinado indivíduo ou grupo; privativo, reservado" (BRASIL, 2006, p.34)

demandados pelos eventos de casamento. Com relação aos destinos, os estados que mais requeridos são Minas Gerais e São Paulo. Não obstante, observa-se uma maior predileção aos deslocamentos para as cidades de Aparecida do Norte (SP), Poços de Caldas (MG) e Rio de Janeiro (RJ).

Por fim, as informações descritas no campo "observação" podem ser encontradas nos formulários de inventariação, listados no Apêndice deste relatório.

### 1.2.6. Serviços e equipamentos de lazer e entretenimento

Dando continuidade ao processo de inventariação, esta subseção tem como objetivo, realizar um levantamento dos registros dos serviços e equipamentos de lazer e entretenimento disponíveis no Município de Petrópolis e seus distritos.

É importante salientar também que, para a elaboração dos gráficos apresentados, foram considerados os serviços e equipamentos do tipo B6-Lazer e Entretenimento[37] classificados nas seguintes categorias ou subtipos: Parques De Diversões/Temáticos, Parques/Jardins/Praças, Clubes, Pistas de Patinação/Motocross/Bicicross, Estádios/Ginásios/Quadras, Hipódromos/Autódromos/Kartódromos, Marinas/Atracadouros, Mirantes/Belvederes, Prestadores de Serviços De Lazer e Entretenimento, Boates/Discotecas, Casas de Espetáculos, Casas de Danças, Cinemas, Pistas de Boliche/Campos de Golfe, Parques Agropecuários/de Vaquejadas e Outros Locais.

A metodologia de inventariação utilizada respeitou, integralmente, a proposta metodológica sugerida pelo Ministério do Turismo e que abarca quatro eixos macros – cabeçalho; identificação; características gerais; e descrição (BRASIL, 2006) – previstos para a parametrização dos equipamentos para transporte. Posto isso, foram realizadas pesquisas exploratórias das fontes secundárias tais como o motor de buscas Google e

37 Classificação extraída do Manual do Pesquisador. Fonte: Brasil. Ministério do Turismo. Manual do Pesquisador - Inventário da Oferta Turística: instrumento de pesquisa/ Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Brasília: Ministério do Turismo, dezembro de 2006.

demais redes sociais digitais. As demais informações foram obtidas através de contatos por telefones e e-mails, para os quais foram enviados os instrumentos de coleta e complementação dos dados, como os formulários eletrônicos do Google Forms de modo a completar a metodologia sugerida pela o MTur.

Na Tabela 24 é possível observar que a categoria que mais se destaca é a de Prestadores Serviços de Lazer e Entretenimento, com cerca de 46% dos CNPJ ativos. Esta categoria é formada por empresas e profissionais especializados na organização e promoção de eventos programados (Brasil, 2006). Em seguida, temos a categoria Parques/Jardins/Praças com 12,26%, composta por áreas destinadas ao lazer, com tratamento paisagístico e com ou sem instalações desportivas. Em terceiro e quarto lugar aparecem os Clubes e Casas de espetáculos, com 11,61% e 9,03%, respectivamente. Para a categoria Clube, foi considerado as associações, grêmios esportivos, culturais, recreativos seguindo o sugerido no manual do pesquisador (BRASIL, 2006). Esta categoria possui instalações para a prática esportiva, recreação, reuniões, etc., franqueadas somente aos seus associados. Alguns podem ser utilizados também pelo turista (BRASIL, 2006).

**TABELA 23 - DISTRIBUIÇÃO DOS SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE CULTURA, LAZER E ENTRETENIMENTO EM PETRÓPOLIS**

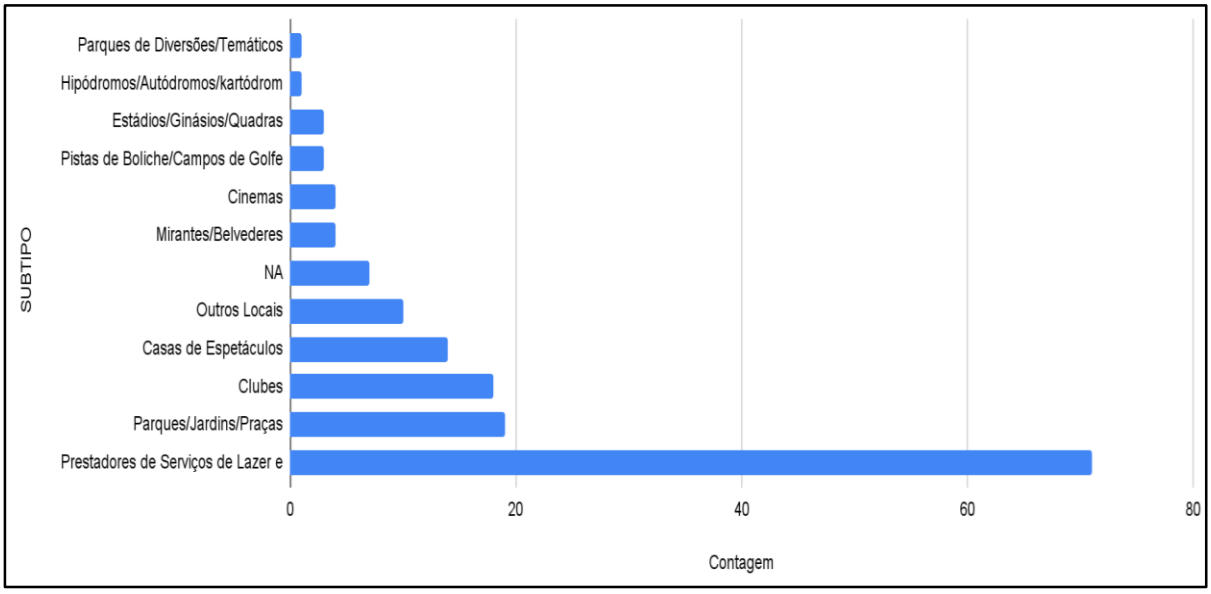
| SUBTIPO | Contagem | Percentual |
|---|---|---|
| Parques de Diversões/Temáticos | 1 | 0,65% |
| Hipódromos/Autódromos/kartódromos | 1 | 0,65% |
| Estádios/Ginásios/Quadras | 3 | 1,94% |
| Pistas de Boliche/Campos de Golfe | 3 | 1,94% |
| Cinemas | 4 | 2,58% |
| Mirantes/Belvederes | 4 | 2,58% |
| NA | 7 | 4,52% |
| Outros Locais | 10 | 6,45% |
| Casas de Espetáculos | 14 | 9,03% |
| Clubes | 18 | 11,61% |

## TABELA 24 - DISTRIBUIÇÃO DOS SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE CULTURA, LAZER E ENTRETENIMENTO EM PETRÓPOLIS (CONTINUAÇÃO)

| SUBTIPO | Contagem | Percentual |
|---|---|---|
| Parques/Jardins/Praças | 19 | 12,26% |
| Prestadores de Serviços de Lazer e Entretenimento | 71 | 45,81% |
| **Total Resultado** | **155** | **100,00%** |

**Fonte:** Elaborado pelos autores

## GRÁFICO 28 - DISTRIBUIÇÃO DOS SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE CULTURA, LAZER E ENTRETENIMENTO EM PETRÓPOLIS




**Fonte:** Elaborado pelos autores

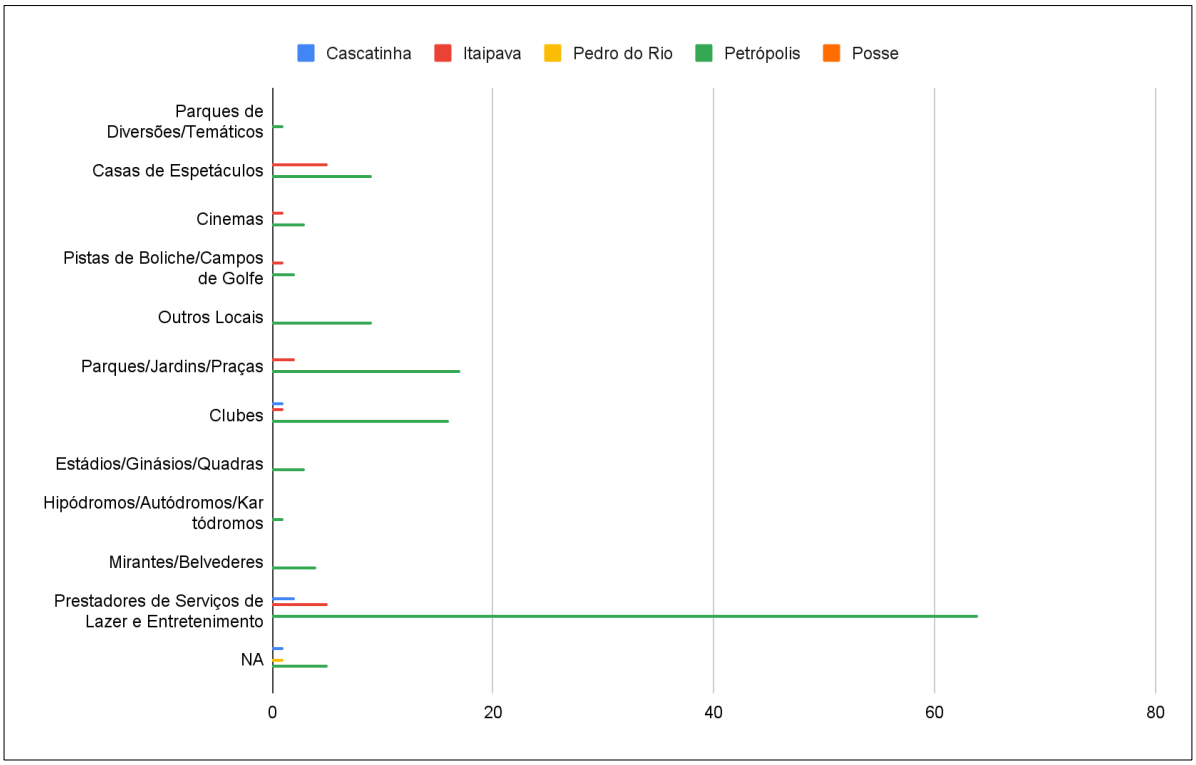
Ao analisar a distribuição espacial dos Serviços e Equipamentos de Lazer e Entretenimento nos distritos petropolitanos, nota-se uma expressiva concentração destes equipamentos no distrito de Petrópolis (134 registros), seguido do distrito de Itaipava com 15 equipamentos. Um resumo esquemático é apresentado abaixo.

## TABELA 24 - DISTRIBUIÇÃO SUBTIPOS/DISTRITOS DOS EQUIPAMENTOS DE LAZER E ENTRETENIMENTO

| | Cascatinha | Itaipava | Pedro do Rio | Petrópolis | Posse | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Parques de Diversões/Temáticos | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| Casas de Espetáculos | 0 | 5 | 0 | 9 | 0 | 14 |
| Cinemas | 0 | 1 | 0 | 3 | 0 | 4 |
| Pistas de Boliche/Campos de Golfe | 0 | 1 | 0 | 2 | 0 | 3 |
| Outros Locais | 0 | 0 | 0 | 9 | 0 | 10 |
| Parques/Jardins/Praças | 0 | 2 | 0 | 17 | 0 | 19 |
| Clubes | 1 | 1 | 0 | 16 | 0 | 18 |
| Estádios/Ginásios/Quadras | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 3 |
| Hipódromos/Autódromos/Kartódromos | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| Mirantes/Belvederes | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 4 |
| Prestadores de Serviços de Lazer e Entretenimento | 2 | 5 | 0 | 64 | 0 | 71 |
| NA | 1 | | 1 | 5 | 0 | 7 |
| Total Resultado | 5 | 15 | 1 | 134 | 0 | 155 |

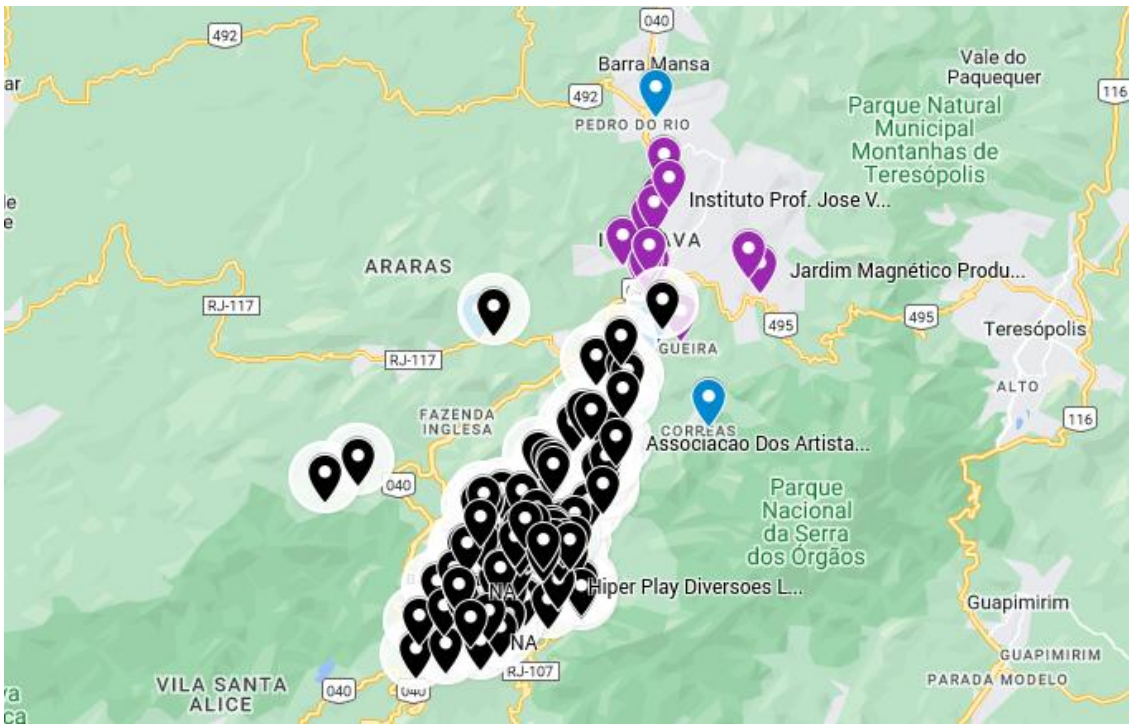
**Fonte:** Elaborado pelos autores

## GRÁFICO 29 - DISTRIBUIÇÃO SUBTIPOS/DISTRITOS DOS EQUIPAMENTOS DE LAZER E ENTRETENIMENTO




**Fonte:** Elaborado pelos autores

## FIGURA 32 - ORDENAMENTO TERRITORIAL DOS SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE LAZER E ENTRETENIMENTO EM PETRÓPOLIS

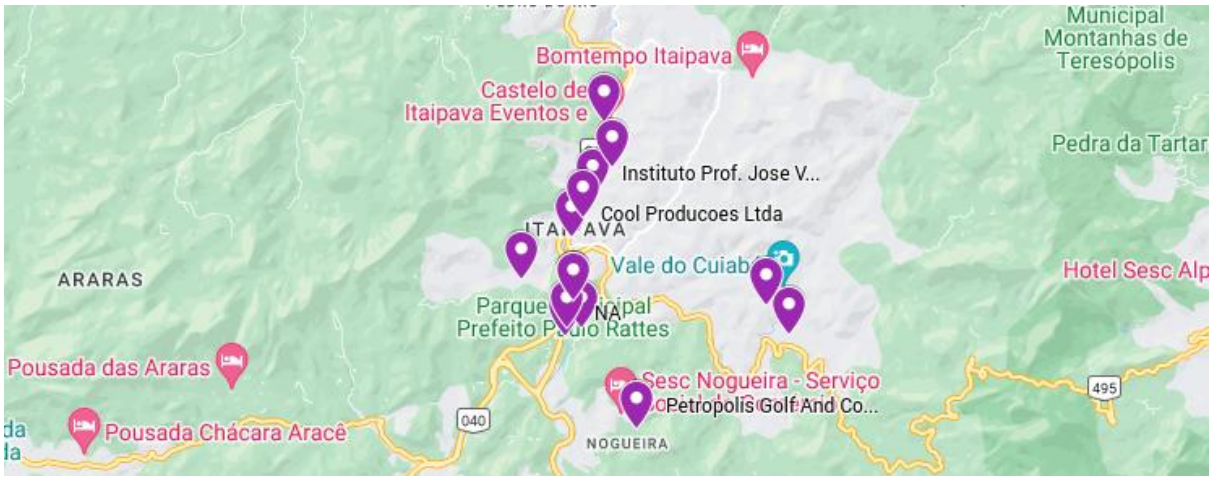



**Fonte:** Elaborado pelos autores

Na Figura 32 é possível verificar os marcadores de todos os equipamentos de lazer e entretenimento localizados no município de Petrópolis. Para o entendimento do leitor em relação a figura acima, os distritos foram diferenciados por cor da seguinte maneira: Petrópolis (cor preta), Itaipava (roxo), Pedro do Rio e Cascatinha (azul).

As Figuras 33 a 36 apresentam a distribuição espacial dos equipamentos de Serviços e Equipamentos de Lazer e Entretenimento, de forma pormenorizada, por distritos. Cabe apontar que na pesquisa não foram localizados equipamentos de Serviços e Equipamentos de Lazer e Entretenimento no distrito da Posse.

## FIGURA 33 - ORDENAMENTO TERRITORIAL DOS SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE LAZER E ENTRETENIMENTO NO DISTRITO DE ITAIPAVA




**Fonte:** Elaborado pelos autores

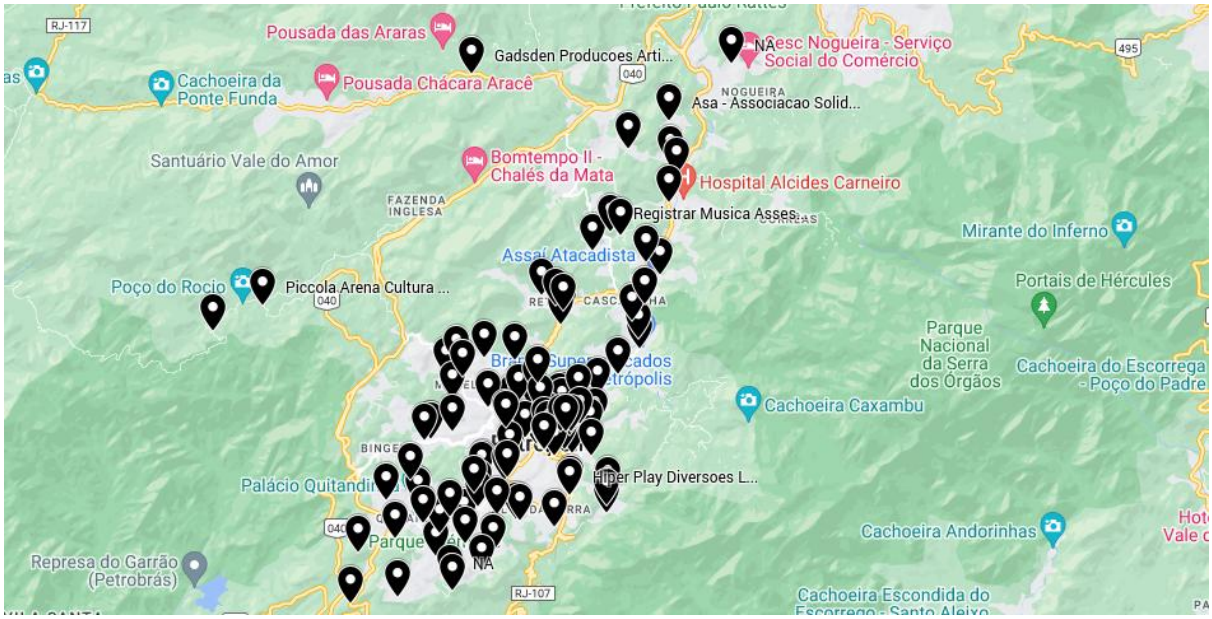
## FIGURA 34 - ORDENAMENTO TERRITORIAL DOS SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE LAZER E ENTRETENIMENTO NO DISTRITO DE CASCATINHA

**Fonte:** Elaborado pelos autores

## FIGURA 35 - ORDENAMENTO TERRITORIAL DOS SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE LAZER E ENTRETENIMENTO NO DISTRITO DE PEDRO DO RIO

**Fonte:** Elaborado pelos autores

**FIGURA 36 - ORDENAMENTO TERRITORIAL DOS SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE LAZER E ENTRETENIMENTO NO DISTRITO DE PETRÓPOLIS**




**Fonte:** Elaborado pelos autores

Cabe apontar que os dados quantitativos que deram origem às tabelas, gráficos e mapas constantes nesta subseção, podem ser observados nos formulários de inventariação de cada equipamento, os quais encontram-se disponíveis nos Apêndices deste relatório.

### 1.2.7. Outros serviços e equipamentos turísticos

Dos serviços e equipamentos turísticos não contemplados anteriormente, vale apresentar, neste tópico, os Centros de Informações Turísticas (CITs), os sindicatos e as associações que contemplam o Conselho Municipal de Turismo (COMTUR) de Petrópolis. Para Perdue (1995), estes centros de informações podem estar voltados para diferentes áreas, dependendo somente dos atrativos turísticos locais. Tratados como componentes essenciais para a experiência do viajante, o CIT tem como objetivo fornecer auxílio sobre mapas, acomodações, turismo, conduções e outros tipos de orientações (ibidem).

No que se refere o município de Petrópolis, observa-se que segundo o Observatório Regional do Turismo (2021), existe no município 5 CITs. São eles: CIT

Praça da Liberdade (Centro Histórico); CIT Quitandinha (Portal do Quitandinha); CIT Itaipava (Parque Municipal Prefeito Paulo Rattes); CIT Bingen (Terminal Rodoviário Governador Leonel Brizola); CIT Rua Teresa (Centro de Moda da Rua Teresa). Aqui cabe apontar que o CIT Bingen encontrasse com funcionamento deficitário.

Ciente de que as associações e os sindicatos aqui citados estão inteiramente relacionados aos desdobramentos do COMTUR, vale acentuar, neste primeiro momento, que este é, de acordo com a Cartilha de Orientação para Criação e Funcionamento de Conselhos Municipais de Turismo (SETUR-ES, 2016), uma instância criada por Lei que se insere na estrutura das secretarias municipais de turismo. Essencial para a promoção e estruturação das atividades turísticas, a mesma se caracteriza, por esta cartilha, como um "espaço de discussões e de desenvolvimento de propostas condizentes com a realidade local" (SETUR-ES, 2016, p.5).

Debruçando-se no COMTUR do município de Petrópolis, o mesmo é composto pelos seguintes membros como conselheiros (PREFEITURA DE PETRÓPOLIS, 2022):

## QUADRO 23 - MEMBROS DO COMTUR DE PETRÓPOLIS, RJ E SUAS RESPECTIVAS REPRESENTAÇÕES

| PODER PÚBLICO MUNICIPAL |
|---|
| Representantes do Gabinete do Prefeito; Representantes da Companhia Municipal de Desenvolvimento de Petrópolis(COMDEP); Representantes da Companhia Petropolitana de Trânsito e Transportes(CPTRANS); Representantes da Secretaria de Turismo; Representantes do Instituto Municipal de Cultura; Representantes da Secretaria de Serviços, Segurança e Ordem Pública; Representantes da Secretaria de Educação; Representante da Secretaria de Desenvolvimento Econômico; Representante da Secretaria de Assistência Social, Habitação e Regulamentação Fundiária; Representantes da Secretaria de Fazenda; Representantes da Secretaria de Meio Ambiente; Representantes do Poder Legislativo |
| **ESTADO E UNIÃO** |
| Representantes do Centro Federal de Educação Tecnológica – CEFET; Representantes do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Cultural – IPHAN; Representantes do Museu Imperial; Representantes da Fundação de Apoio à Escola Técnica do Estado do Rio de Janeiro – FAETEC/RJ; Representantes indicados do Sistema S: Fundação de Apoio às Micro e Pequenas Empresas SEBRAE; Representantes do Serviço Nacional de Aprendizagem de Comércio –SENAC; Representantes do Serviço Social do Comércio (SESC) |
| **SOCIEDADE CIVIL** |
| Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro – FIRJAN; Representantes do Instituto Histórico de Petrópolis – IHP; Representantes do Petrópolis Convention & Visitors Bureau |
| **INSTITUIÇÕES RELIGIOSAS** |
| Representantes da Mitra Diocesana de Petrópolis; Representantes da Comunidade Evangélica de Confissão Luterana em Petrópolis |
| **INSTITUIÇÕES REPRESENTANDO O ENVOLVIMENTO DA CULTURA DOS COLONOS E IMIGRANTES** |
| Representantes do Clube 29 de Junho; Representantes da Associação Nikkei de Petrópolis |
| **INSTITUIÇÃO PRIVADA DO ENSINO SUPERIOR** |
| Universidade Estácio de Sá Campos Petrópolis (UNESA) |
| **ARTESÃOS DE PETRÓPOLIS** |
| ONG Raízes do Ofício - Associação dos Produtores Artesanais e Artistas Populares de Petrópolis |
| **INSTITUIÇÕES ATUANTES ESPECIFICAMENTE EM SETORES DA ATIVIDADE TURÍSTICA** |
| Associação de Guias de Turismo de Petrópolis; Associação de Cervejeiros Artesanais do Município de Petrópolis; Comissão de Turismo da OAB Petrópolis – OAB |

**QUADRO 23 - MEMBROS DO COMTUR DE PETRÓPOLIS, RJ E SUAS RESPECTIVAS REPRESENTAÇÕES (CONTINUAÇÃO)**

| |
|---|
| **INSTITUIÇÕES DO SETOR DO COMÉRICO** |
| Representantes da Associação Comercial e Empresarial de Petrópolis – ACEP; Representantes do Sindicato do Comércio Varejista de Petrópolis (SICOMERCIO) |
| **INSTITUIÇÕES REPRESENTANDO OS SETORES DA HOTELARIA E DA GASTRONOMIA** |
| Associação Brasileira da Industria de Hotéis do Estado do Rio de Janeiro – ABIH; Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Petrópolis; Empregados em Turismo e Hospitalidade de Petrópolis |
| **INSTITUIÇÕES DO SEGMENTO DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO CULTURAL E NATURAL** |
| Associação dos Grupos Folclóricos Alemães de Petrópolis – AGFAP |
| **REPRESENTANTE DAS ASSOCIAÇÕES DE MORADORES** |
| União Distrital das Associações de Moradores – UDAM |

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Das representações petropolitanas que possuem vínculo direto com o turismo, apontam-se as seis seguintes:

**Associação Petrópolis Congressos e Eventos - Petrópolis Convention e Visitors Bureau - PC&VB**

Fundado em 1996, esta é uma entidade apolítica que atua em parceria com o poder público e privado de Petrópolis com o objetivo de contribuir para a estruturação da atividade turística do município, incentivando promovendo, captando e apoiando os diferentes tipos de eventos locais, bem como divulgando os destinos da região e seus negócios turísticos (VISITE PETRÓPOLIS, s/d).

**Associação dos Guias de Turismo de Petrópolis**

Fundada em 1984, esta associação tem como objetivo organizar o trabalho dos guias de turismo – profissionais associados, não associados e outras entidades – e fornecer informações turísticas aos visitantes (GUIAS DE TURISMO DE PETRÓPOLIS, s/d).

**Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Petrópolis**

Fundado em 1971, trata-se de um sindicato voltado para os setores de hospedagem e alimentação, cujo o objetivo é empreender, junto aos Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, ações legais em prol dos empresários que compõe estas duas categorias na região (SIND PETRÓPOLIS, s/d).

**Associação Petropolitana de Profissionais de Eventos e Entretenimento**

Fundada em 2020, esta é, assim como as demais associações acima citadas, uma iniciativa sem fins lucrativos e sem viés político-partidários. Atuando em diversas áreas voltadas para eventos sociais, culturais, esportivos e de entretenimento, a mesma tem como objetivo reunir diferentes entidades da área para estimular trocas de informações e experiências, buscando maior eficiência, qualificação e capacitação entre os interessados (PORTAL GIRO, 2020). Para mais, ressaltam o intuito de não só promover e estimular a realização de convênios como também de eventos como encontros, congressos, conferências e simpósios, visando o compartilhamento de ideias e a divulgação do trabalho das associadas (ibidem).

**Associação de Cervejeiros Artesanais do Município de Petrópolis**

Fundada em 2011, a cognominada ACERVA Petrópolis tem como objetivo difundir a cultura cervejeira no município petropolitano, divulgando informações em suas redes sociais e realizando eventos como festivais, cursos e concursos para captar e fidelizar turistas que apreciam cervejas artesanais (ACERVA, s/d).

**Associação das Cervejarias Artesanais do Município de Petrópolis**

Em 2017 foi fundada a Associação das Cervejarias Artesanais do Município de Petrópolis – AMP, tendo como objetivos, incentivar a produção de cervejas artesanais de qualidade, privilegiando o princípio da pluralidade de estilos e sabores, fomentar o turismo local ou estadual associado ao setor cervejeiro, dentre outros.

**Associação dos Grupos Folclóricos Alemães de Petrópolis**

Fundada no ano 2000, esta associação tem como objetivo propagar a cultura folclórica alemã, promovendo espetáculos de dança e compartilhando curiosidades

sobre música, dança, culinária e religião em suas redes sociais (ALEMANHA E MÚSICA, 2022a). Das demais informações, vale apontar que esta associação está dividida em 7 grupos folclóricos filiados (ALEMANHA E MÚSICA, 2022b). São eles:

- Grupo Folclórico Germânico Bergstadt: primeiro grupo criado após o início da Bauernfest, marcando o ano de 1990. Das demais curiosidades, aponta-se que o traje usado pelos participantes dos integrantes é inspirado na região da Böhmerwal (Floresta da Bohemia), a qual pertence, atualmente, à República Tcheka;
- Bauerngruppe Danças Folclóricas Alemãs De Petrópolis: fundado em 1991, este foi o segundo grupo criado. Quanto ao traje usado, o site Alemanha e Música (2022b) aponta a existência de 4 tipos de vestimentas alemães: Marktbürger Tracht; Gutachtaler Schwartzwäldertracht; Kaschuben Tracht; Pongauer Sonntagstracht;
- Mosel Folkstänze De Petrópolis: criado em 1991, este grupo se destaca com um diferencial: seu traje é um dos mais conhecidos. Marcados por detalhes como chapéus com friso de ouro para os trajes femininos e calças de couro para trajes masculinos, tais vestimentas são provenientes de Miessbach, do estado de Baviera;
- Grupo De Danças Folclóricas Rheinland-Pfalz: fundado em 1994, este foi o quarto grupo de dança criado. Embora também utilize trajes típicos da cultura alemã, não foram identificadas as referências regionais utilizadas;
- Petrópolis Danças Folclóricas: fundado em 1996, este grupo possui três núcleos: alemão, italiano e o internacional. Quanto aos trajes utilizados, vale ressaltar que os mesmos são inspirados nas vestimentas austríacas;
- Kaiserstadt Kulturkreis: criada em 1997, o traje oficial deste grupo é inspirado na região do Hunsrück, a qual se localiza entre os rios Reno e seu afluente Mosel.

- Blumenberg Volkstanz: criado em 2001, este se tornou um dos maiores grupos filiados, somando mais de 60 integrantes. Dos trajes típicos, o site Alemanha e Música (2022b) salienta que são de origem vienense, tirolesa e pomerana.

#### *1.2.7.1. A Inventariação dos serviços e equipamentos encontrados em Petrópolis*

Esta inventariação foi realizada sob a proposta metodológica estruturada pelo Ministério do Turismo (BRASIL, 2006), contando com inserções como identificação – tipo, subtipo, nome fantasia, razão social e outras especificidades como endereço, CNPJ, e-mail e número de telefone –, número de participantes, atividades prestadas, endereço e descrição dos pontos turísticos.

Para melhor compreensão das distribuições destes dados, o presente tópico será dividido em duas subseções: a primeira terá como foco os CITs do município petropolitano, enquanto na segunda, as entidades do COMTUR de Petrópolis que possuem relação direta com o turismo local.

#### *1.2.7.2. Inventariação dos Centros de Informação Turística de Petrópolis*

Debruçando-se nos dados inventariados destes equipamentos, vale evidenciar que o CIT Praça da Liberdade está localizado no Centro Histórico de Petrópolis, próximo ao Parque Crémerie e Palácio Quitandinha, sob uma distância de cerca de 7km (quilômetros) para ambos. O CIT Bingen, por sua vez, está situado no Terminal Rodoviário Governador Leonel Brizola, sob uma distância de 500m (metros) do Portal do Bingen.

Concernente ao CIT Quitandinha, o mesmo se situa na Rua Ayrton Senna, assumindo apenas 1,9km da Mansão Portugal (salão para eventos). Com um pouco mais de 900m de distância do CIT Praça da Liberdade, o CIT Rua Teresa está localizado em um dos espaços mais movimentados de Petrópolis: o Centro de Moda da Rua Teresa, que está classificado com 4 de 5 estrelas pelo TripAdvisor (2022b). O CIT Itaipava, é oportuno ressaltar que o mesmo está situado no Parque Municipal Prefeito

Paulo Rattes, cujo classificado com 4 de 5 estrelas no TripAdvisor (2022a), se garante no site como a quinta melhor atividade turística em Itaipava (ibidem).

Quanto às distribuições destes CITs por distrito, segue abaixo um quadro com as devidas representações.

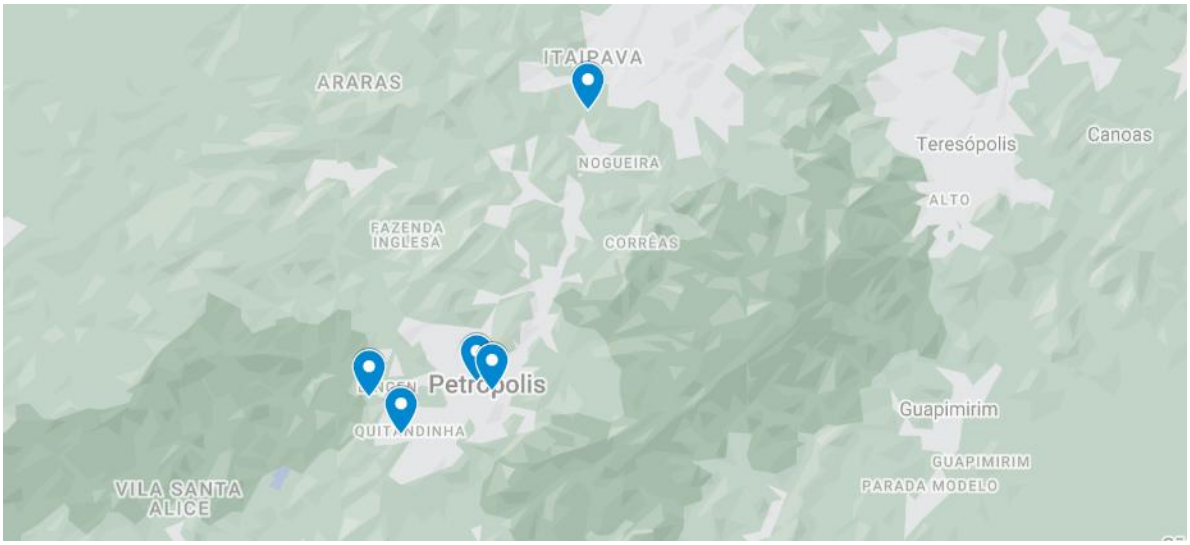
## QUADRO 24 - DISTRIBUIÇÃO DOS CITS POR DISTRITO

| IDENTIFICAÇÃO | DISTRITOS |
|---|---|
| CIT Praça da Liberdade (Centro Histórico); CIT Quitandinha (Portal do Quitandinha); CIT Bingen (Terminal Rodoviário); CIT Rua Teresa (Centro de Moda da Rua Teresa) | Petrópolis |
| CIT Itaipava (Parque Municipal Prefeito Paulo Rattes) | Itaipava |

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

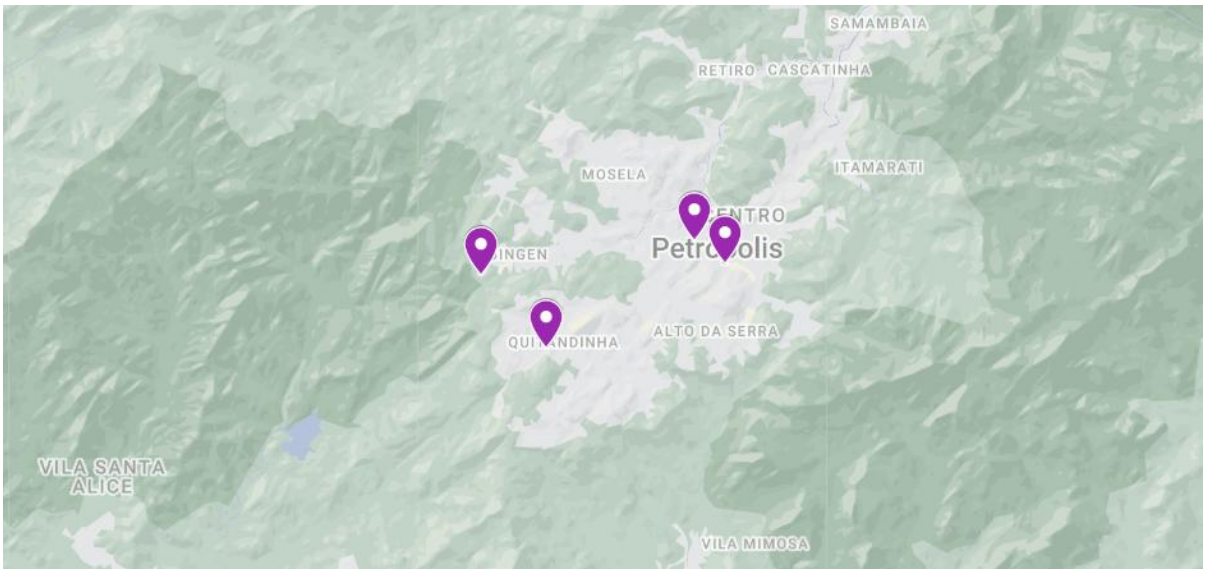
Das relações expostas acima, é possível acrescentar que enquanto o CIT Itaipava está localizado em uma área rural, os demais se inserem em um espaço urbano. Como complemento do quadro exposto acima, segue abaixo o ordenamento territorial destes centros. Para a primeira figura, o mapa terá uma perspectiva ampla, apresentando as devidas distribuições a partir de uma holística pautada no município de Petrópolis como um todo. Das figuras subsequentes, salienta-se que estas estarão divididas com base nos distritos petropolitanos.

## FIGURA 37 - ORDENAMENTO TERRITORIAL DOS CENTROS DE INFORMAÇÕES TURÍSTICAS INVENTARIADOS



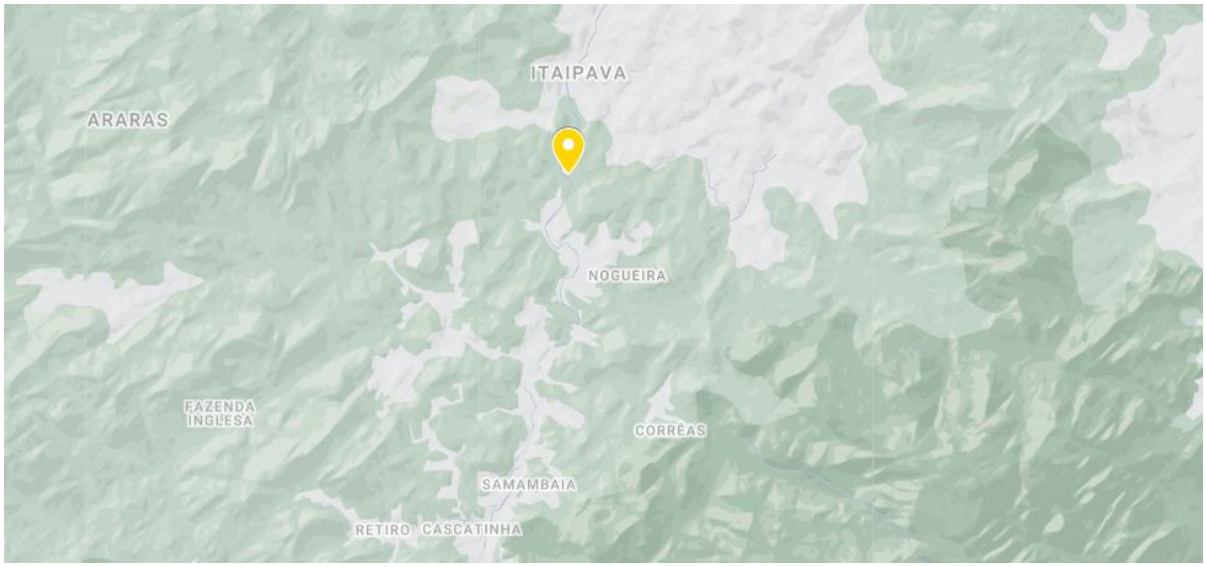

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

## FIGURA 38 - DISTRIBUIÇÃO DOS CITS NO DISTRITO DE PETRÓPOLIS




**Fonte:** Elaborado pelos autores.

## FIGURA 39 - DISTRIBUIÇÃO DOS CITS NO DISTRITO DE ITAIPAVA




**Fonte:** Elaborado pelos autores.

No que se refere aos demais dados coletados, foi observado que a natureza das entidades que se encaixam na tipologia "pública", as principais atividades, recebem o mesmo CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas): 7990200 - Serviços de reservas e outros serviços de turismo não especificados anteriormente. Em relação

ao período de funcionamento destes equipamentos, abaixo seguem as informações coletadas junto às suas respectivas identificações.

**QUADRO 25 – PERÍODO DE FUNCIONAMENTO DOS CITS**

| IDENTIFICAÇÃO | PERÍODO DE FUNCIONAMENTO |
|---|---|
| CIT Praça da Liberdade (Centro Histórico) | Permanente: 9h às 18h |
| CIT Quitandinha (Portal do Quitandinha) | Terça a Domingo: 8h30 às 17h30 |
| CIT Itaipava (Parque Municipal Prefeito Paulo Rattes) | Está com funcionamento irregular devido à falta de recepcionistas |
| CIT Bingen (Terminal Rodoviário Governador Leonel Brizola) | Funcionando de maneira irregular devido à escassez de recepcionistas |
| CIT Rua Teresa (Centro de Moda da Rua Teresa) | Fechado, sem previsão de reabertura |

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Das análises feitas, ressalta-se o fato de estes centros de informação não atuarem no período da noite, podendo interferir negativamente na satisfação do turista. Para mais, vale reiterar também que embora os dados concernentes ao CIT Bingen estejam inseridos junto aos demais, cabe apontar que o mesmo encontrasse funcionando de forma deficitária. Relativo aos demais dados coletados durante esta inventariação, alicerça-se que estes estarão disponíveis nos Apêndices deste relatório.

### *1.2.7.3 Inventariação dos Sindicatos e das Associações de Petrópolis*

Dos dados dos Sindicatos e das Associações de Petrópolis inventariados, dos seis levantados, cinco são classificados como entidades privadas e 1 como entidade sindical. Sob o intuito de explicitar estas divisões, segue sua representação no quadro abaixo:

**QUADRO 26 - IDENTIFICAÇÃO E NATUREZA DAS ENTIDADES INVENTARIADAS**

| IDENTIFICAÇÃO | NATUREZA DA ENTIDADE |
|---|---|
| Associação Petrópolis Congressos e Eventos - Petrópolis Convention e Visitors Bureau; Associação Petropolitana de Profissionais de Eventos e Entretenimento; Associação dos Guias de Turismo de Petrópolis; Associação dos Grupos Folclóricos Alemães de Petrópolis; Associação de Cervejeiros Artesanais do Município de Petrópolis | 5 associações privadas |
| Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Petrópolis | 1 entidade sindical |

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Destes, constatou-se que todos estavam classificados nas seguintes nomenclaturas: tipo B7 Outros Serviços e Equipamentos Turísticos; subtipo B.7.2 Entidades/Associações/Prestadores de Serviços Turísticos. Concernente às atividades realizadas, é oportuno salientar que de acordo com os respondentes, tratam-se de instituições sem fins lucrativos. Neste sentido, não existem, na maior parte dos casos, a presença de funcionários, mas profissionais voluntários. Seguindo tais perspectivas, segue abaixo o número de trabalhadores/voluntários atuantes nestas entidades.

**TABELA 25 – DISTRIBUIÇÃO DO NÚMERO DE PARTICIPANTES DE CADA ENTIDADE**

| | PARTICIPANTES | | | |
|---|---|---|---|---|
| | Qtde. | Permanentes | Temporários | Com Deficiência |
| Associação Petrópolis Congressos e Eventos - Petrópolis Convention e Visitors Bureau | 3 | 3 | 0 | 0 |
| Associação Petropolitana de Profissionais de Eventos e Entretenimento | 4 | 0 | 4 | 0 |
| Associação dos Guias de Turismo de Petrópolis | 39 | 0 | 0 | 0 |
| Associação dos Grupos Folclóricos Alemães de Petrópolis | +/- 400 | +/- 400 | 0 | 1 |
| Associação de Cervejeiros Artesanais do Município de Petrópolis | NI | NI | NI | NI |
| Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Petrópolis | 6 | 0 | 0 | 0 |

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Para a realização da tabulação acima, fez-se necessário entrar em contato com os representantes das respectivas entidades. No entanto, no que se refere à Associação de Cervejeiros Artesanais do Município de Petrópolis, embora o representante tenha afirmado que são, ao todo, 19 cervejarias associadas, o mesmo não apresentou o quantitativo inerente a cada cervejaria associada.

Sobre a Associação dos Grupos Folclóricos Alemães de Petrópolis, a representante acentuou que por se tratar de uma associação que abarca 7 grupos afiliados, não poderia apresentar um quantitativo exato de participantes, visto que grande parte deles seriam de dançarinos. Diante disto, forneceu uma margem calculada por ela mesma, reiterando a possibilidade de pareceres mais exatos estarem disponíveis nas plataformas destes grupos. Para tanto, nada foi encontrado.

Seguindo, a fim de especificar as atividades realizadas por estas entidades, segue abaixo a Classificação Nacional de Atividades Econômicas - CNAEs de cada uma delas.

## QUADRO 27 – DISTRIBUIÇÃO DAS CNAES DAS ENTIDADES

| | Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAEs) |
|---|---|
| Associação Petrópolis Congressos e Eventos - Petrópolis Convention e Visitors Bureau | 9430800 - Atividades de associações de defesa de direitos sociais; 9493600 - Atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte; 9499500 - Atividades associativas não especificadas anteriormente |
| Associação Petropolitana de Profissionais de Eventos e Entretenimento | 9499500 - Atividades associativas não especificadas anteriormente |
| Associação dos Guias de Turismo de Petrópolis | 9493600 - Atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte |
| Associação dos Grupos Folclóricos Alemães de Petrópolis | 9001902 - Produção musical; 9001903 - Produção de espetáculos de dança |
| Associação de Cervejeiros Artesanais do Município de Petrópolis | 9411100 - Atividades de organizações associativas patronais e empresariais |
| Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Petrópolis | 9420100 - Atividades de organizações sindicais |

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Para o levantamento dados supracitados, bem como a inventariação feita para identificar a natureza das entidades, foram realizadas buscas na plataforma da Receita Federal (2018), sob a ferramenta de consulta de CNPJ.

No tocante a localização destas entidades, é preciso ressaltar que com exceção de uma associação, os demais pontuaram não atuarem em espaços físicos. Em contrapartida, ao pesquisar por suas identificações no Google, endereços são apresentados. Isto posto, entende-se que as informações disponíveis via internet sejam fictícias, visto que os próprios representantes asseguraram a não utilização de espaços físicos voltados para tais fins.

Segundo os levantamentos realizados em gabinete, o Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Petrópolis e a Associação Petrópolis Congressos e Eventos - Petrópolis Convention e Visitors Bureau estão situadas no distrito de

Itaipava, enquanto as demais, no distrito de Petrópolis – centro –. Para mais, segue abaixo um quadro que apresenta estas informações de forma pormenorizada.

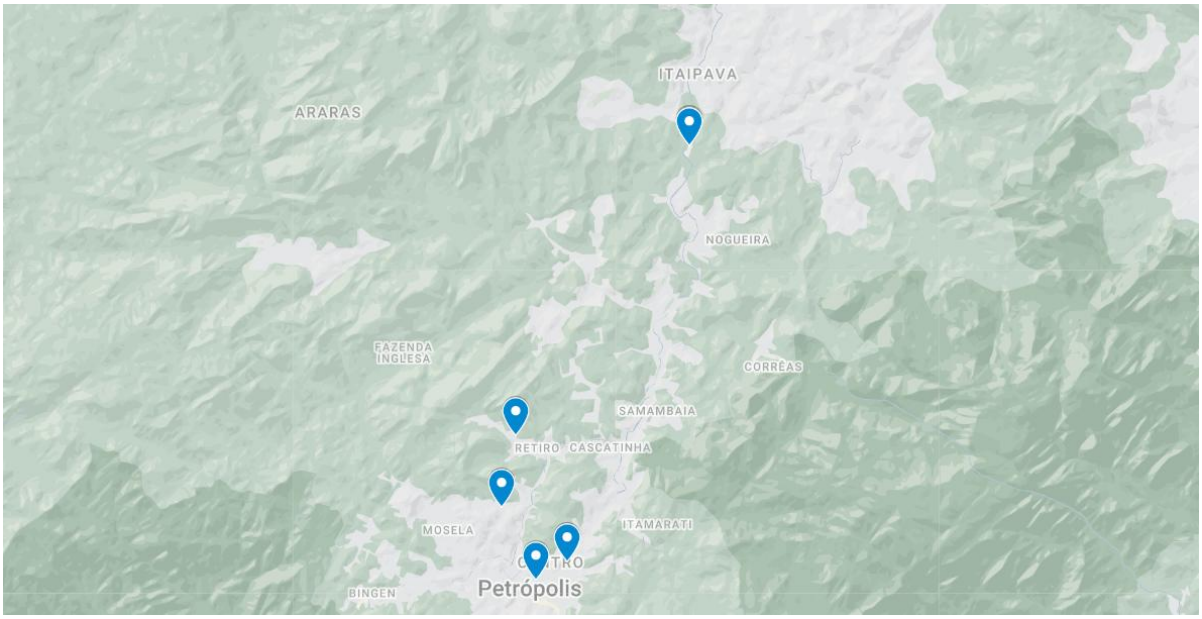
## QUADRO 28 - DISTRIBUIÇÃO DAS ENTIDADES POR DISTRITO

| IDENTIFICAÇÃO | DISTRITOS |
|---|---|
| Associação Petropolitana de Profissionais de Eventos e Entretenimento; Associação dos Guias de Turismo de Petrópolis; Associação dos Grupos Folclóricos Alemães de Petrópolis; Associação de Cervejeiros Artesanais do Município de Petrópolis | Petrópolis |
| Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Petrópolis; Associação Petrópolis Congressos e Eventos - Petrópolis Convention e Visitors Bureau | Itaipava |

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

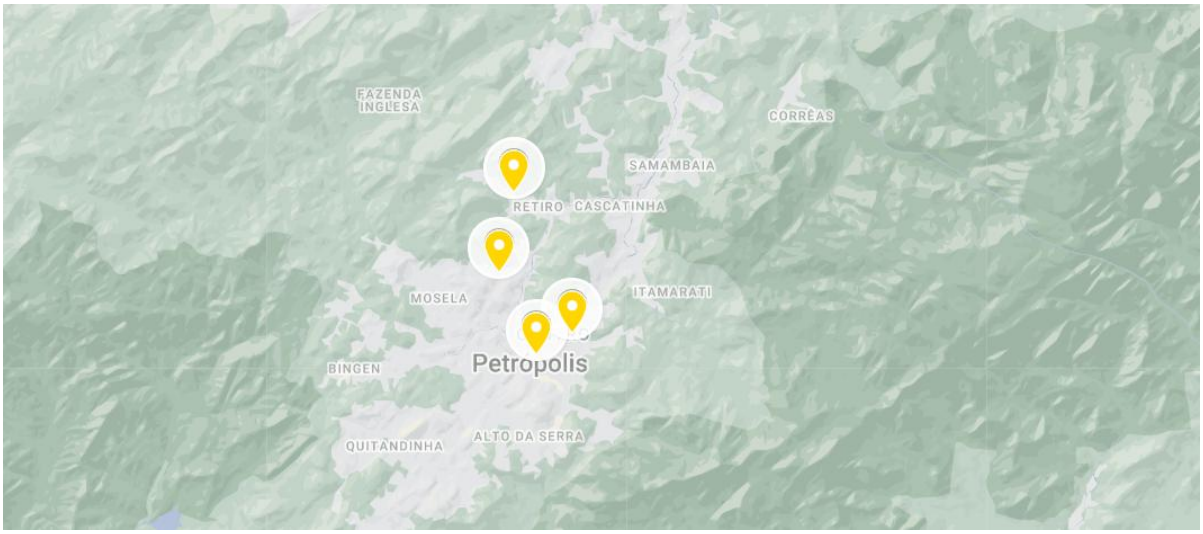
Por vias de esclarecimentos, é oportuno acentuar que as entidades que possuem endereço no distrito de Itaipava foram as únicas cujos representantes de fato afirmaram atuar em espaços físicos. Sob o intuito de fornecer um parâmetro macro destes endereços coletados, segue, como fomento do quadro exposto anteriormente, o ordenamento territorial destas entidades, debruçando-se na perspectiva pautada no município e, nas duas figuras subsequentes, nos distritos.

## FIGURA 40 – ORDENAMENTO TERRITORIAL DO SINDICATO E DAS ASSOCIAÇÕES INVENTARIADAS



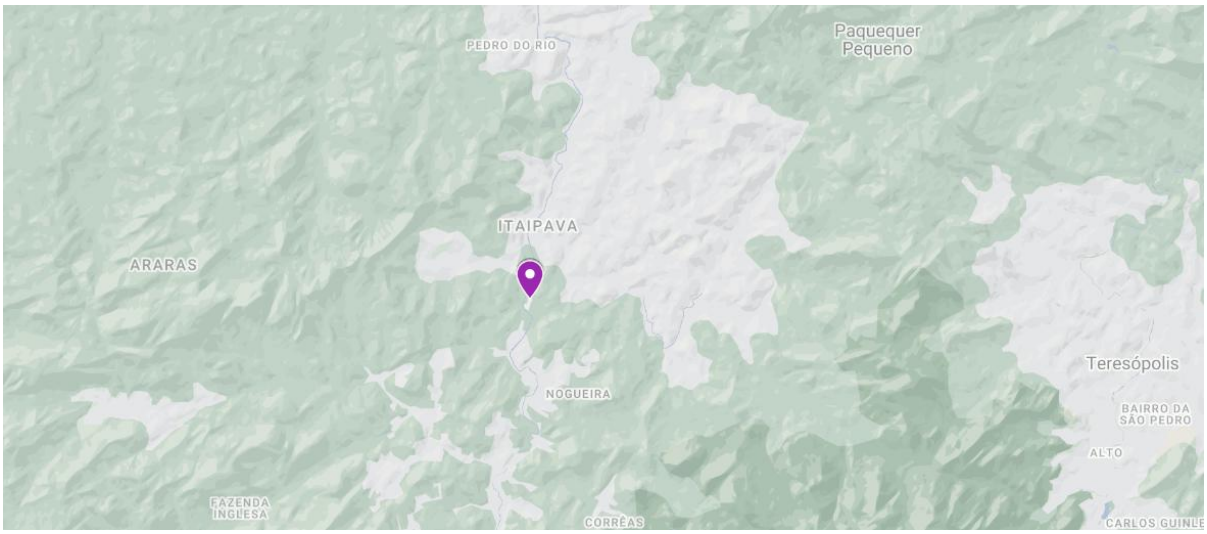

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

## FIGURA 41– DISTRIBUIÇÃO DAS ENTIDADES NO DISTRITO DE PETRÓPOLIS




**Fonte:** Elaborado pelos autores.

## FIGURA 42 – DISTRIBUIÇÃO DAS ENTIDADES NO DISTRITO DE ITAIPAVA




**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Das entidades que alegaram não atuarem em espaços físicos, destaca-se aqui a fala da representante da Associação dos Grupos Folclóricos Alemães de Petrópolis. Segundo ela, a ausência de um espaço próprio para ensaios interfere diretamente no rendimento dos grupos filiados. Dependentes da colaboração de escolas e igrejas para a realização dos ensaios em suas áreas livres e seus salões, a participante acrescenta que já houve casos em que os dançarinos foram prejudicados por não conseguirem encontrar um local adequado para o ensaio.

Ao questionar os respectivos representantes sobre a existência de registros ou filiações, não houve, com exceção de duas entidades, compreensão clara sobre a resposta. Neste sentido, não há como ter um parecer exato sobre esta indagação. Das entidades respondentes, a primeira se refere à Associação Petropolitana de Profissionais de Eventos e Entretenimento, a qual negou a existência de quaisquer registros ou filiações. Quanto à segunda entidade, esta se referiu à Associação de Cervejeiros Artesanais do Município de Petrópolis, que por seu turno, afirmou a existência de 19 cervejarias associadas. Do quantitativo, nenhuma informação foi compartilhada.

Dos demais dados inventariados, pontua-se que estes poderão ser analisados nos Apêndices deste relatório.

### 1.2.8. Pedras, cerâmicas e acessórios

Pedras, cerâmicas e acessórios possuem 16 CNPJs ativos no município de Petrópolis, representando 1,2% do setor de turismo como um todo. O setor emprega 82 profissionais com carteira assinada e possui um faturamento estimado de R$14,35 milhões. Os distritos de Petrópolis e Itaipava concentram 6 CNPJs ativos cada um, que representam respectivamente 0,7% e 2,4% de todos os CNPJs ativos do setor de turismo de cada distrito.

No distrito de Petrópolis o setor emprega 7 profissionais com carteira assinada e fatura R$4,67 milhões. Já em Itaipava o faturamento estimado por este segmento é de R$3,60 milhões e, apesar do menor faturamento em relação ao distrito de Petrópolis, é em Itaipava onde se concentra o maior número de empregos com 68 postos de trabalho. Este quantitativo, representa 8,4% dos profissionais com carteira assinada, do setor de turismo, no distrito.

O distrito de Cascatinha possui 3 CNPJs ativos com 2 profissionais empregados com carteira assinada e contabiliza um faturamento de R$0,77 milhões, o que significa 1,1% do faturamento total do distrito. Já o distrito Pedro do Rio possui apenas 1 CNPJ ativo, empregando 5 profissionais e com um faturamento de R$0,35 milhões. No distrito da Posse não há nenhum registro de CNPJ ativo.

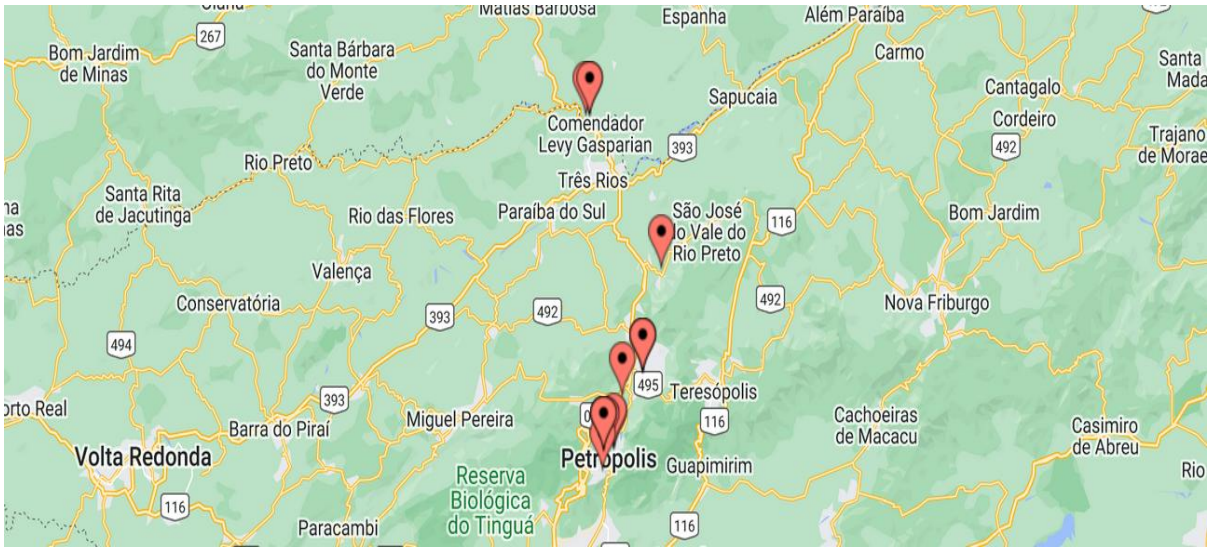
**TABELA 26 - PEDRAS E ACESSÓRIOS: DISTRIBUIÇÃO, POR DISTRITOS, DOS CNPJS ATIVOS, CARTEIRAS ASSINADAS E FATURAMENTO**

| | DISTRITOS | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | Petrópolis | Cascatinha | Itaipava | Pedro do Rio | Posse |
| **CNPJs ativos** | 6 | 3 | 6 | 1 | 0 |
| **Carteiras assinadas** | 7 | 2 | 68 | 5 | 0 |
| **FAT (R$ em milhões)** | 4,67 | 0,77 | 3,60 | 0,35 | 0 |

**Fonte:** Elaborado pelos autores a partir das seguintes bases de dados (maio de 2022): Receita Federal, RAIS e CAGED.

A figura a seguir apresenta a distribuição espacial do segmento de Pedras, cerâmicas e acessórios petropolitanos.

**FIGURA 43 - ORDENAMENTO TERRITORIAL DOS SERVIÇOS PEDRAS, CERÂMICAS E ACESSÓRIOS EM PETRÓPOLIS**




**Fonte:** Elaborado pelos autores

### 1.2.9. Outros artefatos

Com relação ao segmento de outros artefatos, o processo de inventariação levantou 8 CNPJs ativos, no qual empregavam 5 funcionários com carteira assinada e apresentado um faturamento estimado na ordem de R$2,17 milhões. Estes quantitativos do segmento representam respectivamente 0,6%, 0,1% e 0,2% do total do ecossistema de turismo petropolitano.

Assim como os demais segmentos, o distrito de Petrópolis é o que possui mais equipamentos concentrando metade das empresas do segmento (4 CNPJs ativos) e emprega 4 profissionais com carteira assinada, com um faturamento no valor de R$1,52 milhões, que representa 0,4% do faturamento total do setor turismo no distrito. Nos distritos de Cascatinha e Posse foram encontrados 1 CNPJ ativo em cada, que resultam em um faturamento de R$0,15 milhões para cada distrito, a única diferença

é que o distrito Posse possui 1 profissional empregado com carteira assinada enquanto o da Cascatinha não possui nenhum.

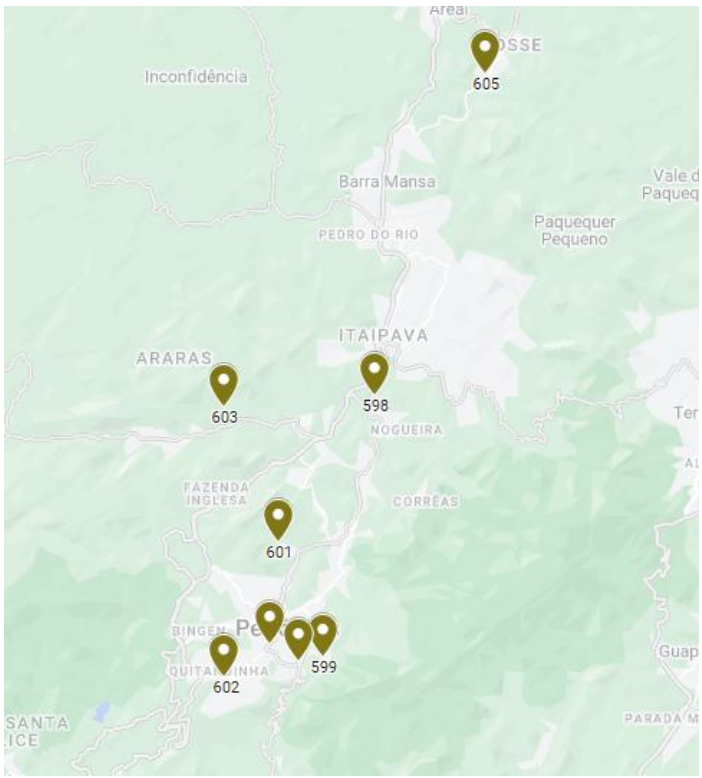
O distrito de Itaipava também não emprega nenhum profissional com carteira assinada, mas possui 2 CNPJs ativos, que representam com faturamento de R$0,30 milhões. No distrito de Pedro do Rio não há registro de CNPJ ativo.

## TABELA 27 – OUTROS ARTEFATOS: DISTRIBUIÇÃO, POR DISTRITOS, DOS CNPJS ATIVOS, CARTEIRAS ASSINADAS E FATURAMENTO

| | DISTRITOS | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | Petrópolis | Cascatinha | Itaipava | Pedro do Rio | Posse |
| **CNPJs ativos** | 4 | 1 | 2 | 0 | 1 |
| **Carteiras assinadas** | 4 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| **FAT (R$ em milhões)** | 1,52 | 0,15 | 0,30 | 0 | 0,15 |

**Fonte:** Elaborado pelos autores a partir das seguintes bases de dados (maio de 2022): Receita Federal, RAIS e CAGED.

## FIGURA 44 - ORDENAMENTO TERRITORIAL DE OUTROS ARTEFATOS EM PETRÓPOLIS



**Fonte:** Elaborado pelos autores

## 1.3. Atrativos turísticos

### 1.3.1. Atrativos turísticos culturais

Como descrito anteriormente, todo o processo de inventariação realizado pela equipe seguiu integralmente a proposta metodológica criada pelo Ministério do Turismo e que abarca quatro eixos macros – cabeçalho; identificação; características gerais; e descrição (BRASIL, 2006) – previstos para a parametrização dos atrativos culturais. Ademais, como acordado com a TURISPETRO, o levantamento das informações foi realizado em gabinete sendo as informações adicionais complementadas em contatos telefónicos e de e-mail.

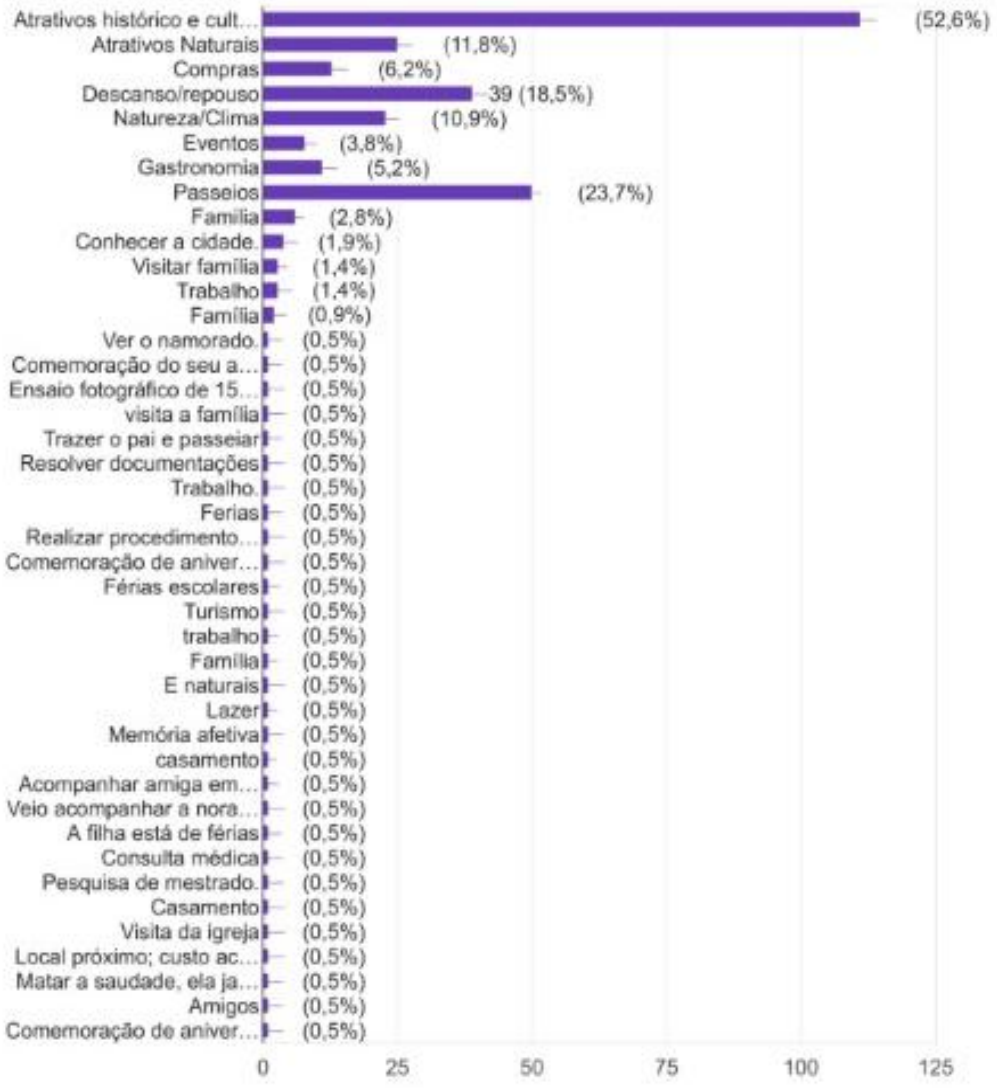
Foram considerados atrativos turísticos do tipo C2 – Atrativos Culturais classificados nas seguintes categorias e segmentos: sítios históricos, edificações, obras de arte, instituições culturais, festas e celebrações, gastronomia típica, artesanatos, feiras e mercados, saberes e fazeres (BRASIL, 2006). O segmento é composto por 67 atrativos culturais, conforme demostrado no Gráfico 30.

**GRÁFICO 30 - DISTRIBUIÇÃO, POR SUBTIPO, DOS ATRATIVOS CULTURAIS PETROPOLITANOS**

**Fonte:** Elaborado pelos autores

Ao analisar a distribuição dos atrativos em relação aos distritos, nota-se uma expressiva concentração do subtipo arquitetura religiosa, seguido de bebidas e Museu/Memorial. No Gráfico 31, é possível observar que ao questionar os turistas sobre o que os levava a visitar Petrópolis, 52,6% responderam que era por causa dos atrativos históricos e culturais.

## GRÁFICO 31 - PERFIL DA DEMANDA DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS CULTURAIS

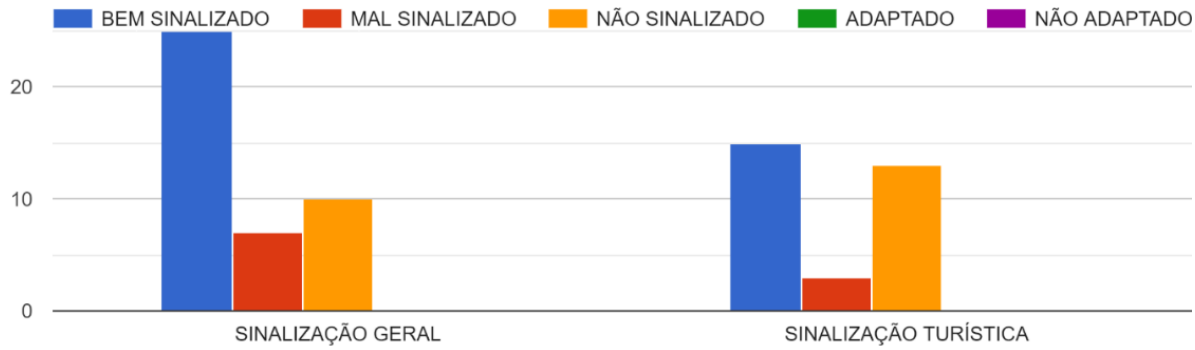



**Fonte:** Elaborado pelos autores

Os gastos dos viajantes aos atrativos culturais têm consequências muito positivas, tanto a nível monetário, pois impacta positivamente na economia, e como na criação de postos de trabalho em setores como a hotelaria, comercial e cultural.

Dos resultados da inventariação relativos à execução in loco, a coleta de dados foi expressiva no tocante da categoria C2. Majoritariamente, os entrevistados informaram os itens questionados na oportunidade da pesquisa, como a sinalização turística em destaque no Gráfico 33. Nota-se que em relação a sinalização turística, existe um número considerável de atrativos que não são sinalizados.

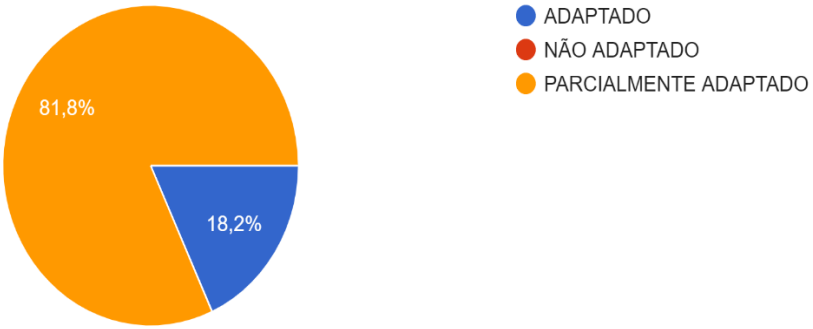
## GRÁFICO 32 - SINALIZAÇÃO GERAL E TURÍSTICA




**Fonte:** Elaborado pelos autores

A acessibilidade dos atrativos para a pessoas com deficiência também foi um dos itens em destaque. Observa-se que 81,8% afirmam que os atrativos culturais são parcialmente adaptados, o que acaba gerando dificuldades para o turista PCD – ver Gráfico 34.

## GRÁFICO 33 - ATRATIVOS ADAPTADOS PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA




**Fonte:** Elaborado pelos autores

Com base nos indicadores de desempenho do turismo de Petrópolis, é possível notar os atrativos mais procurados por turistas e a média de visitantes no ano de 2021, ressaltando que o período é de recuperação pós pandemia – ver Tabela 29.

## TABELA 28 - ATRATIVOS MAIS PROCURADOS POR TURISTAS

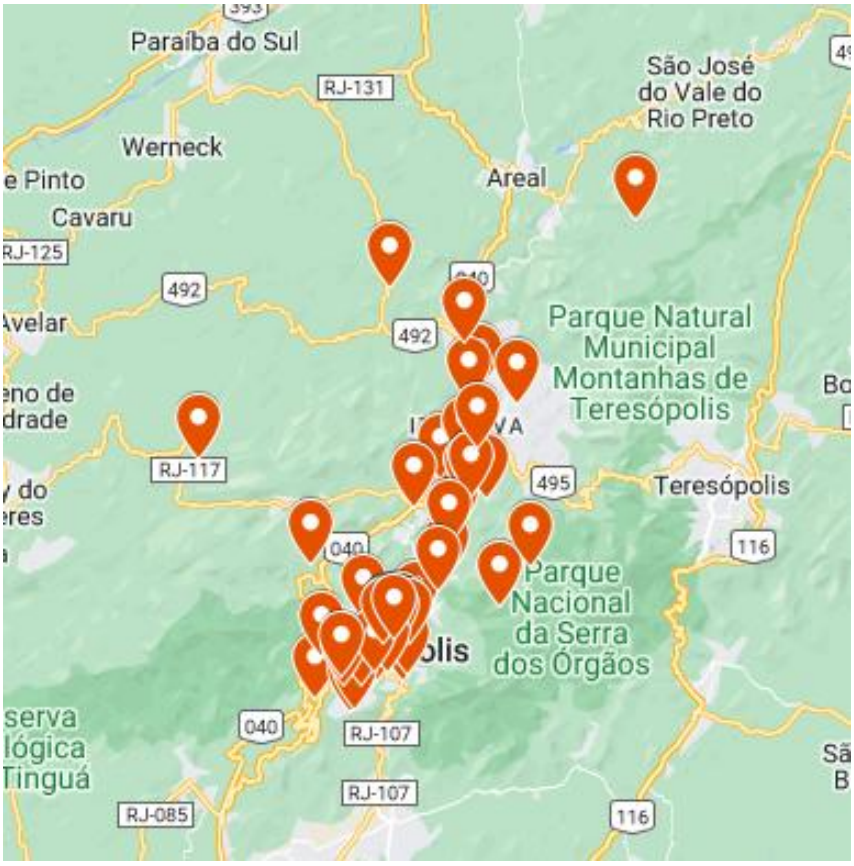
| INDICADORES DE TURISMO DE PETRÓPOLIS DE 2021 – ATRATIVOS HISTÓRICO/CULTURAIS | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | **Jan** | **Fev** | **Mar** | **Abr** | **Mai** | **Jun** | **Jul** | **Ago** | **Set** | **Out** | **Nov** | **Dez** | **Total** | **Média Mensal** |
| Museu Imperial | - | 8.514 | 6.404 | 2.154 | 9.213 | 16.085 | 34.692 | 19.429 | 18.209 | 14.378 | 12.790 | 18.618 | 160.486 | 14.590 |
| Museu Casa de Santos Dumont | 6.339 | 5.237 | 2.264 | - | 3.279 | 7.429 | 15.490 | 7.012 | 9.443 | 11.175 | 8.656 | 11.090 | 87.414 | 7.947 |
| Centro de Exp. Cervejeiro Bohemia | 4.906 | 2.735 | 1.640 | 659 | 3.592 | 6.439 | 10.216 | 5.598 | 4.916 | 6.389 | 4.796 | 4.229 | 56.115 | 4.676 |
| Casa de Petrópolis Inst. De Cultura | 1.237 | 1.072 | 674 | 245 | 1.172 | 1.965 | 3.504 | 1.823 | 1.837 | 2.474 | 1.731 | 1.607 | 19.341 | 1.612 |
| Museu Casa do Colono | 602 | 255 | 255 | - | 234 | 470 | 1.403 | 1.013 | 1.008 | 801 | 666 | 1.365 | 8.072 | 734 |
| Casa Stefan Zweig | - | - | - | - | 200 | 525 | 1.097 | 452 | 330 | 458 | 342 | - | 3.404 | 486 |
| Centro Cultural Estação Nogueira | 137 | 56 | 121 | - | 207 | 293 | 477 | 302 | 291 | 273 | 251 | 190 | 2.598 | 236 |
| Igreja de Confissão Luterana | 31 | 0 | 20 | - | 4 | 11 | 31 | 19 | 68 | 28 | 34 | 168 | 414 | 38 |
| Palácio Amarelo (CMP) | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Palácio Rio Negro | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |

**Fonte:** MI/IBRAM/Secretaria Especial de Cultura – Ministério do Turismo; Observatório Regional de Turismo/ Diretoria de Turismo e Eventos/Secretaria de Turismo de Petrópolis – TurisPetro/PMP.

Na Tabela 28, é possível observar os atrativos culturais mais procurados pelos turistas e excursionistas. Logo, pode-se considerar que os meses de janeiro, fevereiro, abril e maio são épocas do ano de baixa temporada. Já os meses de março, junho, julho e dezembro são de alta temporada, com maior demanda de turistas. Apesar do mês de janeiro aparecer na Tabela 28 como de baixa procura, segundo conversa com o trade, este resultado está subdimensionado. O trade informou que em janeiro de 2021 muitos dos atrativos pesquisados encontravam-se fechados devido a nova variante do COVID-19, OMICRON. Dessa forma, o mês de janeiro é considerado pelos entrevistados como um mês de alta temporada também.

No tocante à distribuição espacial dos atrativos culturais – ver Figura 45 – evidencia-se uma oferta descentralizada entre os distritos petropolitanos e uma característica interessante recai no fato, destes, possuírem proximidade entre si.

## FIGURA 45 - ORDENAMENTO TERRITORIAL DOS ATRATIVOS CULTURAIS PETROPOLITANOS




**Fonte:** Elaborado pelos autores

### 1.3.2. Atrativos turísticos naturais

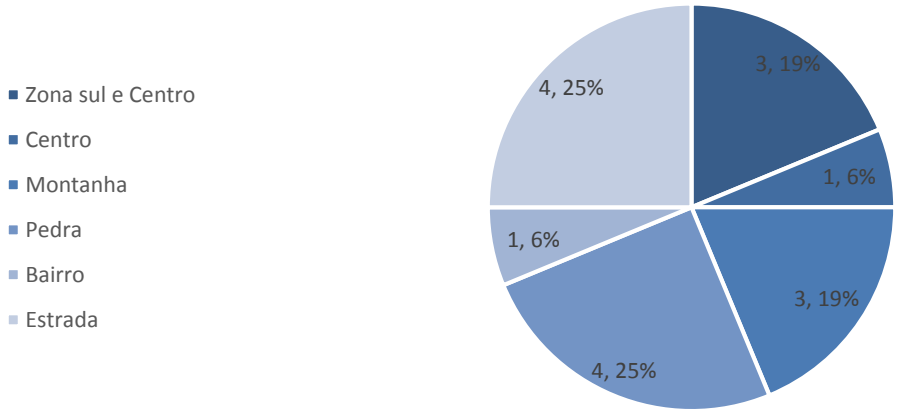
Ressalta-se que esta inventariação respeitou, integralmente, a proposta metodológica criada pelo Ministério do Turismo e que abarca quatro eixos macros – cabeçalho; identificação; características gerais; e descrição (BRASIL, 2006) – previstos para a parametrização dos atrativos naturais.

É importante salientar também que, para a elaboração dos gráficos apresentados nesta subseção, foram considerados atrativos turísticos do tipo C1– Atrativos Naturais classificados nas seguintes categorias e segmentos: rio, avenida, parque, pico, circuito, trilha, orquidário, praça, parque, estrada, pedra, mirante e vale.

No processo de inventariação, foram levantados 16 atrativos naturais no município de Petrópolis. Nesta seção, haverá um foco na demanda de visitantes nos atrativos e seu estado de conservação, porém com comparações constantes ao Setor de Turismo como um todo.

Ao analisar a distribuição dos atrativos em relação aos Distritos, nota-se que a oferta é diversificada entre os mesmos conforme pode ser observado no Gráfico 35.

**GRÁFICO 34 - DISTRIBUIÇÃO, POR SUBTIPO, DOS ATRATIVOS NATURAIS PETROPOLITANOS**



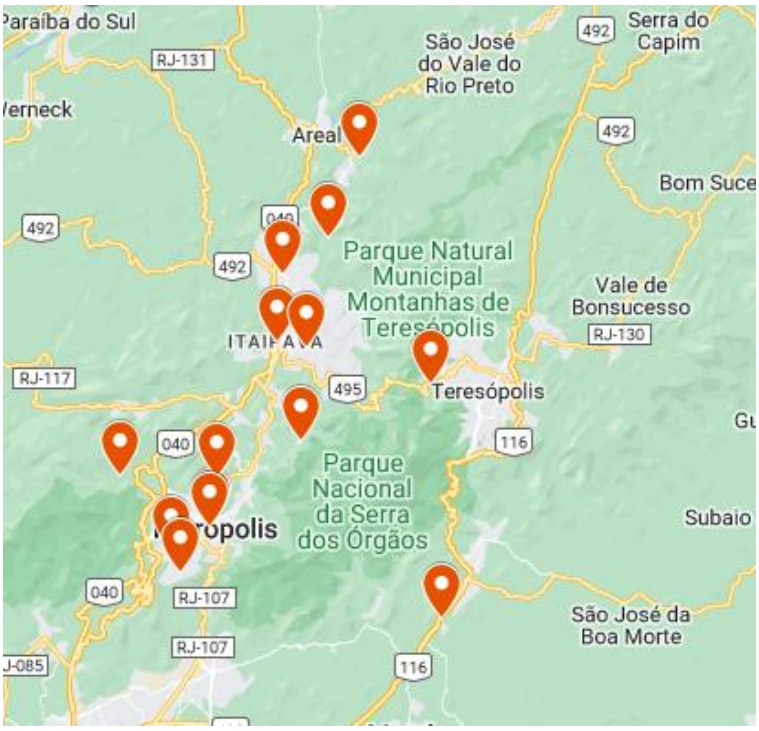

**Fonte:** Elaborado pelos autores

Dos resultados da inventariação relativos à execução em gabinete, nota-se que a maior parte dos atrativos naturais são áreas protegidas. Nos últimos anos as áreas protegidas vêm ganhando destaque na política de estruturação, planejamento e fomento ao desenvolvimento turístico.

Os atrativos naturais têm grande destaque e importância por serem um dos que mais provocam o aumento de concentração de turistas ou de serviços turísticos locais em seu entorno, o que acaba estimulando a economia local. Eles requerem qualidade do meio ambiente, zelo pelos recursos naturais e pelas comunidades receptoras. Nessa perspectiva "[...] o turismo pode ser estimulado não só como um meio de conhecimento, mas, também, como um modo de transmitir uma imagem favorável ao visitante [...]" (IGNARRA, 2013, p. 192).

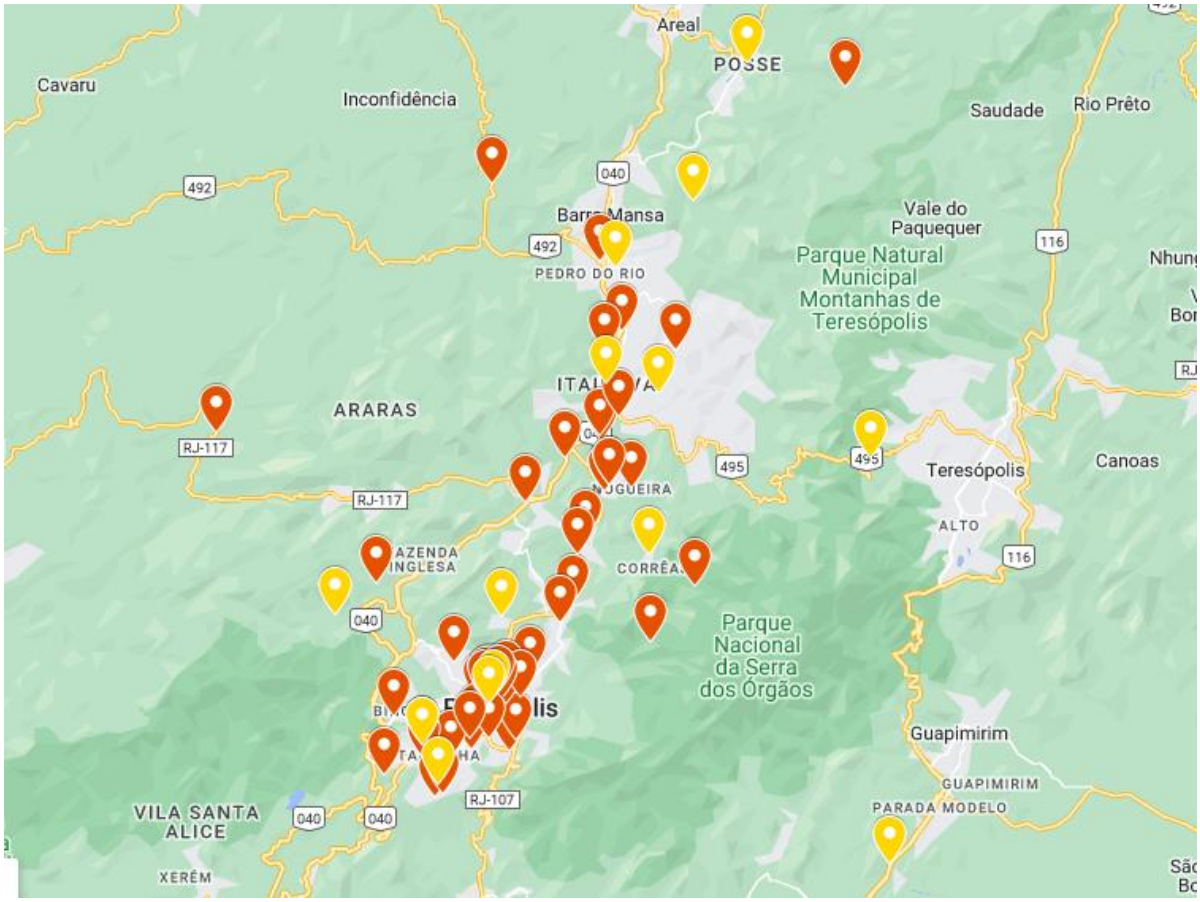
Complementarmente, foram realizadas pesquisas exploratórias das fontes secundárias tais como o motor de buscas Google e demais redes sociais digitais. As demais informações foram obtidas através da inventariação em gabinete, obedecendo o padrão adotado pelo Ministério do Turismo (MTUR).

## FIGURA 46 - DISTRIBUIÇÃO TERRITORIAL DOS ATRATIVOS NATURAIS




**Fonte:** Elaborado pelos autores

**FIGURA 47 - DISTRIBUIÇÃO ESPACIAL DOS ATRATIVOS CULTURAIS COM OS ATRATIVOS NATURAIS**




**Fonte:** Elaborado pelos autores

**Legenda:**

Atrativos naturais

Atrativos culturais

A Figura 47 apresenta um resumo esquemático dos atrativos naturais e culturais petropolitanos. Por meio desta figura, é possível perceber que o município de Petrópolis apresenta uma vasta diversificação destes atrativos no município.

### 1.3.3. Atrativos econômicos

Para a realização desta pesquisa, como parte do processo de inventariação da oferta turística do município de Petrópolis, realizou-se o levantamento, identificação e registro dos Atividades Econômicas disponíveis no município e seus distritos, cujos cadastros na receita federal permanecem ativos.

Ressalta-se que esta inventariação respeitou, integralmente, a proposta metodológica criada pelo Ministério do Turismo e que abarca quatro eixos macros – cabeçalho; identificação; características gerais; e descrição (BRASIL, 2006) – previstos para a parametrização das Atividades Econômicas, na categoria C3 (ver Quadro 29).

**QUADRO 29 - DISTRIBUIÇÃO DE TIPOS E SUBTIPOS DA CATEGORIA C3**

| C3 ATIVIDADES ECONÔMICAS | |
|---|---|
| C.3.1 Extrativismo e Exploração | 3.1.1 Mineral<br>3.1.2 Vegetal |
| C.3.2 Agropecuária | 3.2.1 Agricultura<br>3.2.2 Pecuária<br>3.2.3 Aquicultura<br>3.2.4 Criação de animais silvestres<br>3.2.5 Agroindústria<br>3.2.6 Outras culturas |
| C.3.3 Indústrias | 3.3.1 Petrolífera<br>3.3.2 Automobilística<br>3.3.3 Têxtil<br>3.3.4 De laticínios<br>3.3.5 De bebidas<br>3.3.6 De couro<br>3.3.7 Joalheira<br>3.3.8 Moveleira<br>3.3.9 Outras |

**Fonte:** Brasil (2006)

Conforme acordado com a Secretaria de Turismo de Petrópolis (TURISPETRO), o processo de inventariação deste segmento ocorreu integralmente em gabinete, buscando compreender os seguintes aspectos: identificação de distritos, tipos e subtipos dos Eventos Permanentes investigados; localização e ambiência; geração de emprego e renda; abrangência e tipologia dos serviços empregados. Além disso, também foram pontuadas descrições e observações complementares, quando estas fossem indicadas pelos respondentes.

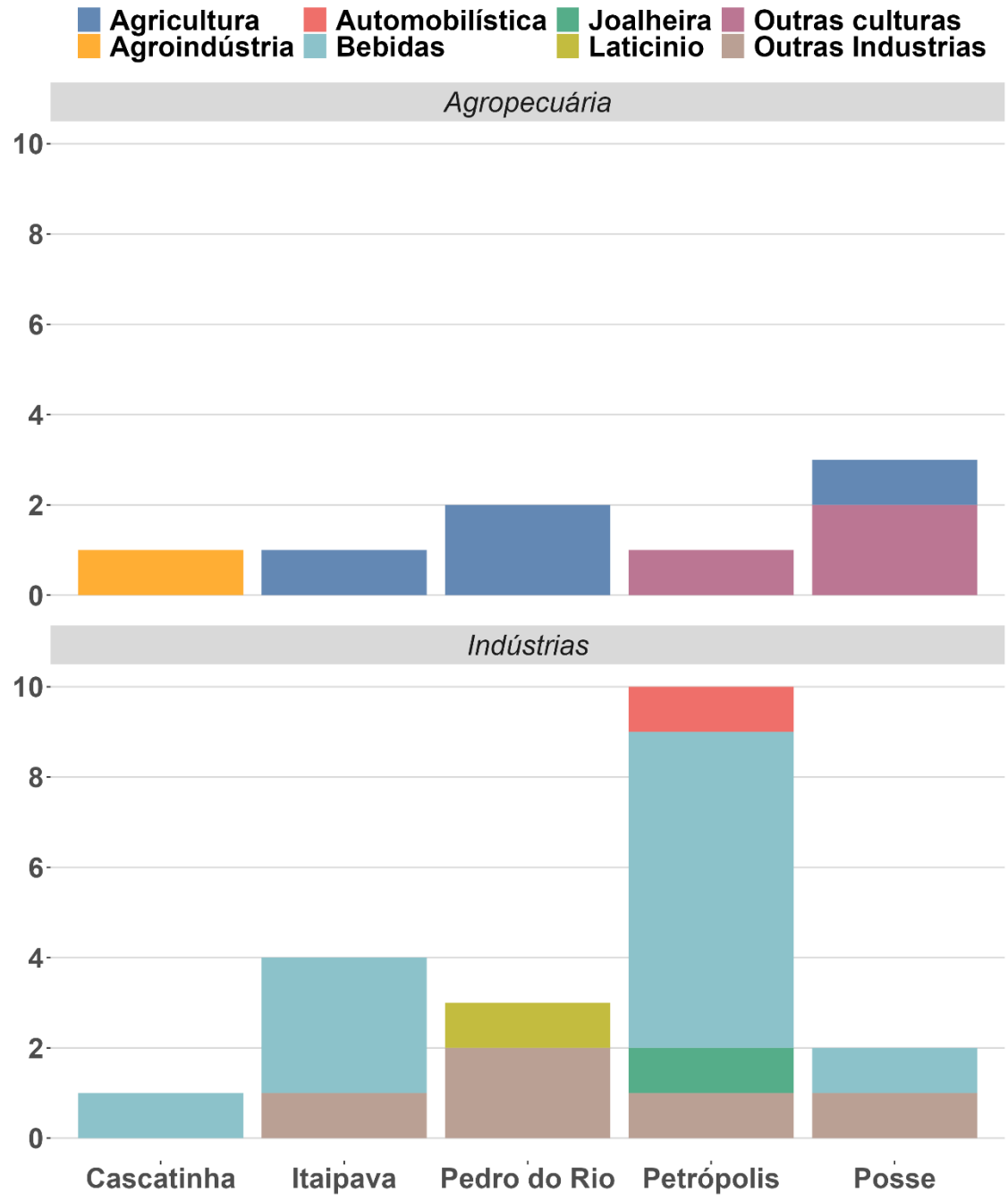
## QUADRO 30 - RELAÇÃO DOS ATRATIVOS ECONÔMICOS DE PETRÓPOLIS

| NOME POPULAR | DISTRITO | TIPO | SUBTIPO |
|---|---|---|---|
| Circuito do Vale do Bonfim | Cascatinha | Agropecuária | Agroindústria |
| Alambique Du Vale | Cascatinha | Indústrias | Bebidas |
| Arte em Conservas | Cascatinha | Indústrias | Outras Industrias |
| Sitio do Moinho | Itaipava | Agropecuária | Agricultura |
| Sítio do Moinho Produtos Orgânicos | Itaipava | Indústrias | Outras Industrias |
| Cervejaria Odin | Itaipava | Indústrias | Bebidas |
| Cervejaria Alter | Itaipava | Indústrias | Bebidas |
| Fábrica de Kombucha - Experiências do chá | Itaipava | Indústrias | Bebidas |
| Circuito Pedras do Taquaril | Pedro do Rio | Agropecuária | Agricultura |
| Meu Querido Quintal | Pedro do Rio | Agropecuária | Agricultura |
| Leite Puro Queijaria Artesanal | Pedro do Rio | Indústrias | Laticínio |
| Sítio Humaytá | Pedro do Rio | Indústrias | Outras Industrias |
| Doces e Queijos Nika | Pedro do Rio | Indústrias | Outras Industrias |
| Ewiglich Joias | Petrópolis | Indústrias | Joalheira |
| Cervejaria Bohemia | Petrópolis | Indústrias | Bebidas |
| Cervejaria BrewPoint | Petrópolis | Indústrias | Bebidas |
| Cervejaria Colonus | Petrópolis | Indústrias | Bebidas |
| Cervejaria Sampler | Petrópolis | Indústrias | Bebidas |
| Cervejaria Duas Torres | Petrópolis | Indústrias | Bebidas |
| Cervejaria Doutor Duranz | Petrópolis | Indústrias | Bebidas |
| Vinhos e Licores Maiworm | Petrópolis | Indústrias | Outras Industrias |
| Orgânicos Pedras Altas | Posse | Agropecuária | Agricultura |
| Provence Ervas Finas | Posse | Agropecuária | Outras culturas |
| Sítio do Canto | Posse | Agropecuária | Outras culturas |
| Armazém Sustentável | Posse | Indústrias | Outras Industrias |
| Cervejaria da Corte | Posse | Indústrias | Bebidas |

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Conforme explícito no Quadro 30, existem 26 firmas neste segmento estabelecidas em Petrópolis, divididas entre Agropecuária e Indústria. O distrito de Petrópolis possui a maior concentração de empreendimentos, com 08 do total, seguida por Pedro do Rio e Posse. No segmento de Indústria, o distrito de Petrópolis permanece com a liderança, com 08 empresas, seguida por Itaipava com 4 estabelecimentos. No que tange à agropecuária, o distrito da Posse fica na liderança com 3 registros, seguida por Pedro do Rio com 2 registros (Gráfico 36).

**GRÁFICO 35 - DISPOSIÇÃO DOS TIPOS E SUBTIPOS DAS ATIVIDADES NOS DISTRITOS DE PETRÓPOLIS**




**Fonte:** Elaborado pelos autores.

O distrito de Petrópolis possui 11 registros listados, sendo: 7 na área urbana e o restante na parte rural do distrito. As vias de acesso rodoviário para os estabelecimentos listados, na área urbana, possuem boa sinalização tanto de forma

geral quanto voltada para o turismo, enquanto que, na parte rural, não há sinalização nas vias.

Em relação a conservação das rotas das áreas urbanas, majoritariamente vias de rolamento são pavimentadas de asfalto ou paralelepípedo e estão em um estado de conservação satisfatório. Por outro lado, na área rural, a conservação das rotas é precária, sendo boa parte não pavimentada e em estado de má conservação.

Em relação a distâncias partindo de localidades conhecidas as firmas em área urbana, partindo do Terminal Rodoviário Governador Leonel Brizola, encontram-se perto, na faixa dos 3 aos 11 km. Porém, na parte rural, não há ponto reconhecido que possa estabelecer um marco zero para estabelecer referência.

Em relação à visitação, as únicas empresas que tem informação disponível, a saber: Cervejaria Bohemia, Cervejaria BrewPoint, Cervejaria Colonus, Cervejaria Sampler e Cervejaria Duas Torres, estão abertas o ano todo para tal finalidade. As visitas acontecem de terça a domingo na Cervejaria Bohemia, Cervejaria Sampler e Cervejaria Duas Torres, na Cervejaria Colonus apenas aos sábados. O horário de funcionamento é majoritariamente das 10h às 17h. A "Arte em Conservas e Vinhos" e "Licores Maiworm" possuem visitas todos os dias, mas em horários diferenciados. Enquanto a primeira aceita visitação das 09h:00min às 18h:00min em dias úteis (e das 13h:00min às 18h:00min nos finais de semana), a segunda possui um horário estabelecido somente para os finais de semana, das 09h:00min às 20h:00min.

As Cervejaria Bohemia e Cervejaria BrewPoint cobram entrada. O tour da Cervejaria Bohemia ocorre de terça a domingo em horários variados e o preço do ingresso não é mencionado no sítio do estabelecimento. Já o Beer Tour da Cervejaria BrewPoint acontece aos sábados, das 10:00h às 15:00h e o valor do ingresso também não é mencionado em seu sítio. Ambas as cervejarias comportam tour de, no máximo, vinte pessoas. Em todas as cervejarias, é necessário comprovar ser maior de 18 anos. Na Vinhos e Licores Maiworm, a visita pode acontecer num grupo de até no máximo 20 pessoas.

No distrito de Pedro do Rio, há uma estrutura mais diversificada: dos 5 registros, apenas 3 são indústrias, os outros registros são do ramo agropecuário; todos estabelecidos no meio rural. Partindo do Terminal Rodoviário Governador Leonel Brizola, os empreendimentos se localizam na faixa dos 40 a 48 km de distância da referência. Apenas as rotas para Leite Puro Queijaria Artesanal e Sítio Humaitá possuem boa sinalização tanto geral quanto voltada para a recepção dos turistas, para atrativos a sinalização é considerada ruim e inexistente.

As vias de acesso, em relação ao seu estado de conservação, estão em condições regulares, sendo pavimentadas com asfalto ou paralelepípedo. Apenas Meu Querido Quintal e Leite Puro Queijaria Artesanal informam seus horários de funcionamento, sendo todos os dias para Meu Querido Quintal das 08h às 17h e para Leite Puro Queijaria Artesanal das 10:30h às 14:30h. Na Leite Puro Queijaria Artesanal, a visita é guiada e agendada previamente, tendo em média duração de 90 min, sendo cobrada uma taxa de R$20,00, com um grupo de no máximo 6 pessoas.

No distrito de Itaipava, as atividades abertas ao turismo são mais concentradas na indústria, tendo apenas uma das cinco registradas na agropecuária. A predominância está no âmbito rural, numa distância média de 26 a 32km do Terminal Rodoviário Governador Leonel Brizola. As vias de acesso não são bem sinalizadas no âmbito rural e, na única firma em solo urbano, possui sinalização adequada. Em relação a conservação das vias, a pavimentação de asfalto e paralelepípedo foi considerada predominantemente boa.

Sobre a visitação, apenas as Cervejaria Odin e Cervejaria Alter informam sobre o tour. As visitações ocorrem apenas no final de semana. Na Cervejaria Odin, a visita tem dois horários, 10h e 14h, sendo guiada e num valor de R$30,00 a entrada. A Cervejaria Alter apenas informa que a visita é guiada, sendo nos horários: sábado das 12:00 às 18:00 e domingo das 12:00 às 17:00. Em ambas, deve-se comprovar ser maior de 18 anos.

No distrito de Posse, a concentração maior fica no setor agropecuário: 3 dos 5 registros estão voltados para o plantio. Apenas o Armazém Sustentável possui um

ponto de referência próximo, sendo o Terminal Rodoviário Governador Leonel Brizola, há 53 km de distância. Em relação as vias até os empreendimentos, não há sinalização turística. Os meios de acesso estão em mau estado de conservação. Observa-se que uma das empresas, Provence Ervas Finas, está atualmente com a situação cadastral "baixada".

Na Cervejaria da Corte, a recepção dos visitantes acontece de segunda a sexta-feira das 08h às 18h, quando comprovada a maioridade.

Por fim, no distrito de Cascatinha foram encontrados três registros: um no setor agropecuário e um no industrial na área rural do distrito, e outro no industrial, na região urbana. As rotas para as duas localizações não possuem sinalização e as vias estão em estado ruim de conservação, sendo a principal pavimentação em paralelepípedo.

Apenas o Circuito do Vale do Bonfim informou sobre a visitação. As visitas ocorrem todos os dias das 07h às 16h, com entrada franca.

**FIGURA 48 - DISTRIBUIÇÃO TERRITORIAL DOS ATRATIVOS ECONÔMICOS EM PETRÓPOLIS**

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

### 1.3.4. Atrativos técnicos, científicos e artísticos

Para a realização desta pesquisa, como parte do processo de inventariação da oferta turística do município de Petrópolis, realizou-se o levantamento, identificação e registro dos Atrações Técnicas, Científicas ou Artísticas disponíveis na cidade e em seus distritos, cujos cadastros apresentam-se como ativos na Receita Federal.

Ressalta-se que esta inventariação respeitou, integralmente, a proposta metodológica criada pelo Ministério do Turismo e que abarca quatro eixos macros – cabeçalho; identificação; características gerais; e descrição (BRASIL, 2006) – previstos para a parametrização dos Atrações Técnicas, Científicas ou Artísticas, na categoria C4, conforme o Quadro 31.

**QUADRO 31 - DISTRIBUIÇÃO DE TIPOS E SUBTIPOS DA CATEGORIA C4**

| C4: ATRAÇÕES TÉCNICAS, CIENTÍFICAS OU ARTÍSTICAS | |
|---|---|
| C.4.1. Parque Tecnológico | C.4.8. Viveiro |
| C.4.2. Parque Industrial | C.4.9. Exposição Técnica |
| C.4.3. Museu Tecnológico | C.4.10. Exposição Artística |
| C.4.4. Centro de Pesquisa | C.4.11. Ateliê |
| C.4.5. Usina Hidrelétrica/Barragem/Eclusa/Açude | C.4.12. Zoológico |
| C.4.6. Planetário | C.4.13. Jardim Botânico |
| C.4.7. Aquário | C.4.14. Outras |

**Fonte:** Brasil (2006)

Conforme acordado com a Secretaria de Turismo de Petrópolis (TURISPETRO), o processo de inventariação deste segmento ocorreu integralmente em gabinete, buscando compreender os seguintes aspectos: identificação de distritos, tipos e subtipos dos atrativos investigados; localização e ambiência; geração de emprego e renda; abrangência e tipologia dos serviços empregados. Além disso, também foram pontuadas descrições e observações complementares, quando estas fossem indicadas pelos respondentes.

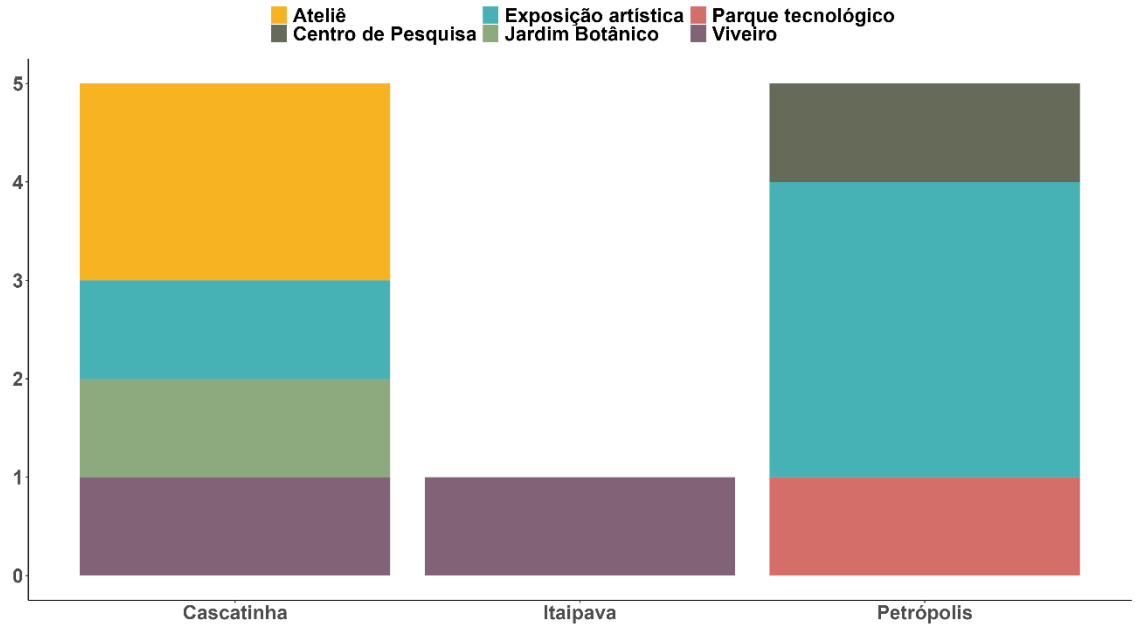
## QUADRO 32 - RELAÇÃO DAS ATRAÇÕES TÉCNICAS, CIENTIFICAS OU ARTÍSTICAS EM PETRÓPOLIS

| NOME POPULAR | DISTRITO | TIPO |
|---|---|---|
| ILS Ateliê | Cascatinha | Ateliê |
| Anga Ateliê Culinário | Cascatinha | Ateliê |
| Exposição ANTHROPO ARTE | Cascatinha | Exposição Artística |
| Jardim Botânico de Nogueira | Cascatinha | Jardim Botânico |
| Viveiro Muda Tudo | Cascatinha | Viveiro |
| Viveiro Caioaba | Itaipava | Viveiro |
| Laboratório Nacional de Computação Científica | Petrópolis | Centro de Pesquisa |
| Casa de Petrópolis | Petrópolis | Exposição artística |
| Museu Imperial | Petrópolis | Exposição artística |
| Casa da Princesa Isabel | Petrópolis | Exposição artística |
| SERRATEC - Parque Tecnológico Região Serrana | Petrópolis | Parque tecnológico |

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Conforme explicitado no Quadro 32, foram encontradas 11 atrações técnicas, científicas ou artísticas. Sobre essas atrações, julga-se oportuno ressaltar que suas constatações foram auxiliadas pela Secretaria de Turismo e pela Associação de Guias de Petrópolis. Com isto esclarecido, a maior concentração se dá nos distritos de Petrópolis e Cascatinha, apenas uma atração encontrada no distrito de Itaipava. O tipo mais frequente na cidade de Petrópolis é exposição artística, com 4 atrações, seguido por Ateliê e viveiros, com 2 atrações cada (Gráfico 37).

## GRÁFICO 36 – DISTRIBUIÇÃO, POR TIPO E DISTRITOS PETROPOLITANOS, DAS ATRAÇÕES TÉCNICAS, CIENTÍFICAS E ARTÍSTICAS




**Fonte:** Elaborado pelos autores.

O distrito Petrópolis possui, dos 5 atrativos, a saber: Laboratório Nacional de Computação Científica, Casa de Petrópolis, Museu Imperial, Casa da Princesa Isabel e SERRATEC - Parque Tecnológico Região Serrana. Todos localizados na região urbana, tendo o acesso a todas as atrações majoritariamente bem sinalizadas, tanto de forma geral quanto especificamente para turismo, com a exceção do parque tecnológico SERRATEC cuja sinalização geral foi considerada ruim.

O acesso às atrações é bom tanto de rodoviário quanto a pé. A pavimentação da pista é majoritariamente de paralelepípedo. O tempo de viagem até o local das atrações é rápido, tendo a referência como a Rodoviária de Petrópolis, sendo os mais próximos o Museu Imperial e a Casa da Princesa Isabel que estão à 5 minutos de viagem e o mais distante, com 25 minutos de viagem, o Laboratório Nacional de Computação Científica.

Todas as atrações do distrito de Petrópolis estão abertas o ano inteiro, recebendo os visitantes todos os dias da semana, exceto a Casa de Petrópolis e o

Museu Imperial que recebem visitação de terça a domingo. O horário de visitação se das 10h às 17h.

A visitação é gratuita é franca na Casa da Princesa Isabel e no Laboratório Nacional de Computação Científica. O Museu Imperial possui a política de ter gratuidade nas quartas, mas a entrada normal é R$10,00 (meia: R$5,00). A Casa de Petrópolis também possui preço de entrada, sendo R$12,00 a inteira, a meia custa R$6,00. A visita é guiada apenas no Laboratório Nacional de Computação Científica e na Casa de Petrópolis sendo necessário agendamento para tal; nas outras atrações não há visitas guiadas nem necessidade de agendamento. Atenta-se que a SERRATEC - Parque Tecnológico Região Serrana não disponibiliza informações sobre visitação em suas instalações.

Por sua vez, o distrito de Cascatinha possui mais diversidade nas atividades inventariadas. Os cinco atrativos são: ILS Ateliê, Angá Ateliê Culinário, Exposição Anthropo Arte, Jardim Botânico de Nogueira e Viveiro Muda Tudo. Todas em área urbana. A principal forma de acesso aos atrativos se dá de forma rodoviária, cuja conservação foi considerada boa, com exceção do Viveiro Muda Tudo.

Aliado a isso, a sinalização geral e turística até os atrativos foi considerada deficitária. Apenas na rota para Exposição ANTHROPO ARTE foi considerada boa, para os outros empreendimentos foram consideradas ruins e até inexistente no caso do Angá Ateliê Culinário. O tempo de viagem, tendo como ponto de referência a Rodoviária de Petrópolis, a viagem pode demorar entre 25 minutos, com chegada no ILS Ateliê, até 01h e 10min no caso da rota ser para Viveiro Muda Tudo.

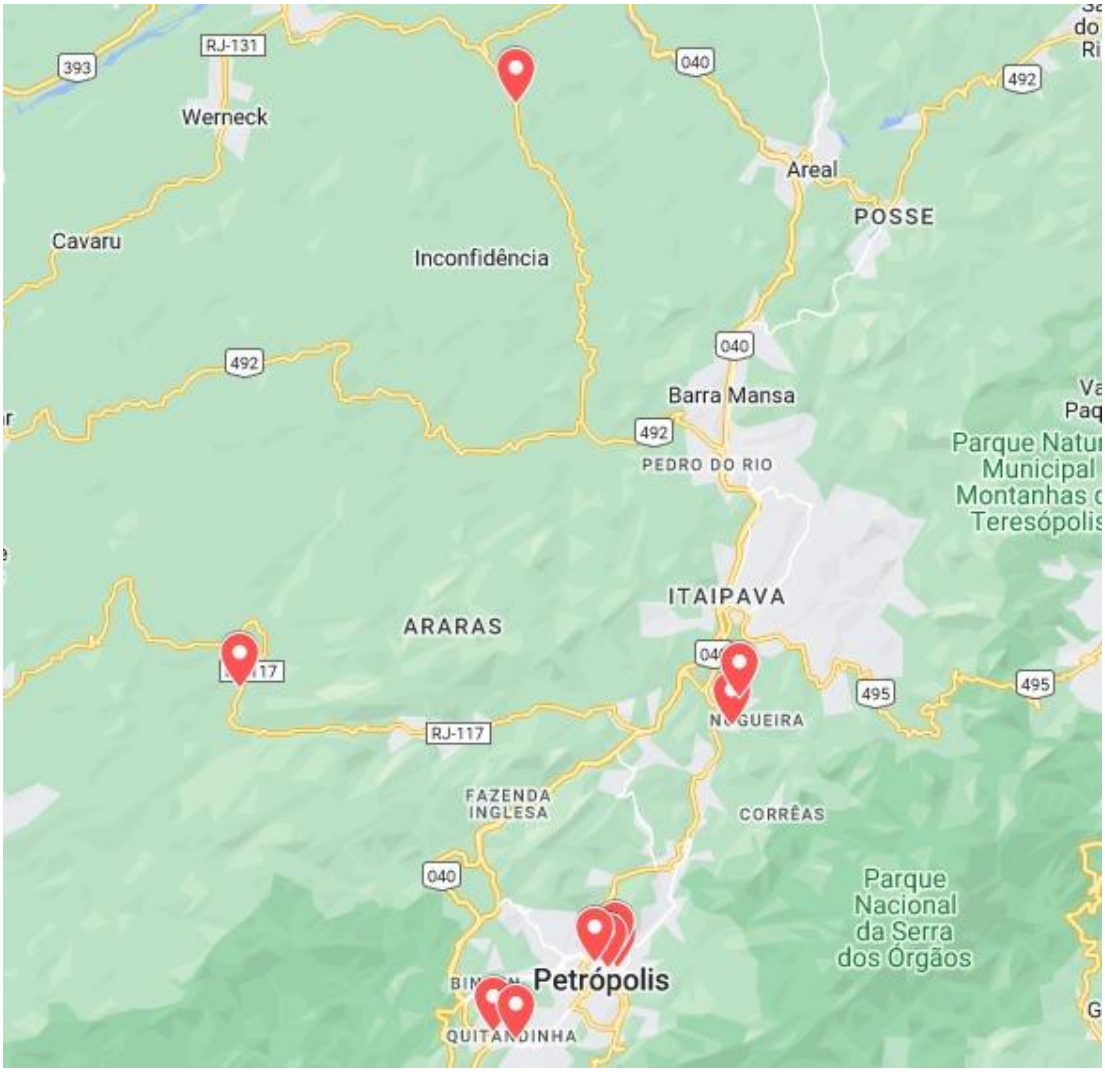
As atrações estão abertas o ano inteiro. Apenas o ILS Ateliê e o Viveiro Muda Tudo informam o período de visitação, sendo em turno integral. Em relação ao estilo da visita, apenas a Exposição ANTHROPO ARTE informou que a visitação não é guiada tendo a entrada gratuita. Em relação a agendamento, apenas Angá Ateliê Culinário informou ser necessário efetuar reserva.

Atenta-se que o Jardim Botânico de Nogueira se encontrava em construção no momento em que o inventário estava sendo executado.

Por fim, Itaipava, a única atração encontrada foi o Viveiro Caioaba. Localizado em área urbana, porém tendo acesso mau sinalizado de forma geral e não havendo sinalização turística. As vias de acesso são rodoviárias, porém estão em estado ruim de conservação da pavimentação de paralelepípedo. Partindo da Rodoviária de Petrópolis, demora-se em média 01h e 20 min para chegar até o viveiro.

A atração está aberta o ano inteiro, recebendo visitantes em dias úteis durante o turno integral. O valor da visita não foi informado, nem a modalidade da visitação nem se é necessário agendar visitas.

**FIGURA 49 - DISTRIBUIÇÃO TERRITORIAL DOS ATRATIVOS TÉCNICOS, CIENTÍFICOS E ARTÍSTICOS**




**Fonte:** Elaborado pelos autores.

### 1.3.5. Eventos permanentes

Seguindo o processo de inventariação da oferta turística petropolitana, realizou-se o levantamento, identificação e registro dos Eventos Permanentes disponíveis na cidade e seus respectivos distritos, cujos cadastros encontram-se ativos na Receita Federal.

Assim como todo o processo de inventariação, esta subseção respeitou, integralmente, a proposta metodológica criada pelo Ministério do Turismo e que abarca quatro eixos macros – cabeçalho; identificação; características gerais; e descrição (BRASIL, 2006) – previstos para a parametrização dos Eventos Permanentes, na categoria C5. De acordo com a proposta, configura-se Evento aquele realizado apenas na localidade e esteja pelo menos com a sua 3ª edição agendada, conforme o Quadro 33.

**QUADRO 33 - DISTRIBUIÇÃO DE TIPOS E SUBTIPOS DA CATEGORIA C5**

| C5 EVENTOS PERMANENTES | |
|---|---|
| C.5.1 Congressos e Convenções | — |
| C.5.2 Feiras e Exposições | 5.2.1 Feira de Negócios<br>5.2.2 Feira Temática<br>5.2.3 Feira Promocional<br>5.2.4 Feira Cultural<br>5.2.5 Feira de Gastronomia<br>5.2.6 Outras Feiras<br>5.2.7 Exposição Técnica<br>5.2.8 Exposição Científica |
| C.5.3 Realizações Diversas | 5.3.1 Desportivas<br>5.3.2 Artísticas/culturais<br>5.3.3 Sociais/assistenciais<br>5.3.4 Gastronômicas/de produtos |

**Fonte:** Brasil (2006)

Conforme acordado com a Secretaria de Turismo de Petrópolis (TURISPETRO), o processo de inventariação deste segmento ocorreu integralmente em gabinete, buscando compreender os seguintes aspectos: identificação de distritos, tipos e subtipos dos Eventos Permanentes investigados; localização e ambiência; geração de emprego e renda; abrangência e tipologia dos serviços empregados. Além disso, também foram pontuadas descrições e observações complementares, quando estas fossem indicadas pelos respondentes.

**QUADRO 34 - RELAÇÃO DE EVENTOS PERMANENTES EM PETRÓPOLIS**

| NOME POPULAR: | DISTRITO | TIPO | SUBTIPO |
|---|---|---|---|
| Feira Cores e Sabores | Cascatinha | Realizações Diversas | Gastronômicas /de produtos |
| Feira do Hortomercado Municipal José Carneiro Dias (Artesanato) | Itaipava | Feiras e exposições | Feira Promocional |
| Feira de Adoção de Animais | Itaipava | Feiras e exposições | Outras Feiras |
| Campanha de Adoção de Cães | Itaipava | Feiras e exposições | Outras Feiras |
| Circuito Petrópolis Ecosol | Petrópolis | Feiras e exposições | Feira de Negócios |
| Feira de Artesanato da Praça dos Expedicionários | Petrópolis | Feiras e exposições | Feira Promocional |
| Feira de Antiguidades | Petrópolis | Feiras e exposições | Feira Cultural |
| Serra Wine Week | Itaipava | Feiras e exposições | Feira Promocional |
| Oktoberfest Petrópolis | Itaipava | Realizações Diversas | Artísticas/culturais |
| Festival SESC de Inverno | Petrópolis | Feiras e exposições | Feira Cultural |
| Encontro Petropolitano de Veículos de Coleção | Petrópolis | Feiras e exposições | Feira Temática |
| Festival *Rock the Mountain* | Itaipava | Feiras e exposições | Feira Cultural |
| Festival Agrossera da Roça ao Prato | Pedro do Rio | Feiras e exposições | Feira Cultural |
| Festa de São Cristóvão | Cascatinha | Realizações Diversas | Artísticas/culturais |
| Serra Bugs | Itaipava | Realizações Diversas | Artísticas/culturais |
| Bauernfest – Festa do Colono Alemão | Petrópolis | Realizações Diversas | Artísticas/culturais |
| Concurso Hípico de Inverno Haras Massangana | Posse | Realizações Diversas | Desportivas |
| Imperial Motofest | Itaipava | Realizações Diversas | Artísticas/culturais |
| Bunka-Sai Festival da Cultura do Japão | Petrópolis | Realizações Diversas | Artísticas/culturais |

**QUADRO 34 - RELAÇÃO DE EVENTOS PERMANENTES EM PETRÓPOLIS (CONTINUAÇÃO)**

| NOME POPULAR: | DISTRITO | TIPO | SUBTIPO |
|---|---|---|---|
| Festival Cinema por Petrópolis | Itaipava | Realizações Diversas | Artísticas/culturais |
| Festa de São Pedro de Alcântara | Petrópolis | Realizações Diversas | Artísticas/culturais |
| UBUNTU – Festa da Cultura Afro-Brasileira | Petrópolis | Realizações Diversas | Artísticas/culturais |
| Feira de Cerâmica de Petrópolis | Itaipava | Feiras e exposições | Feira Cultural |
| Petrópolis *Night Run* | Petrópolis | Realizações Diversas | Desportivas |

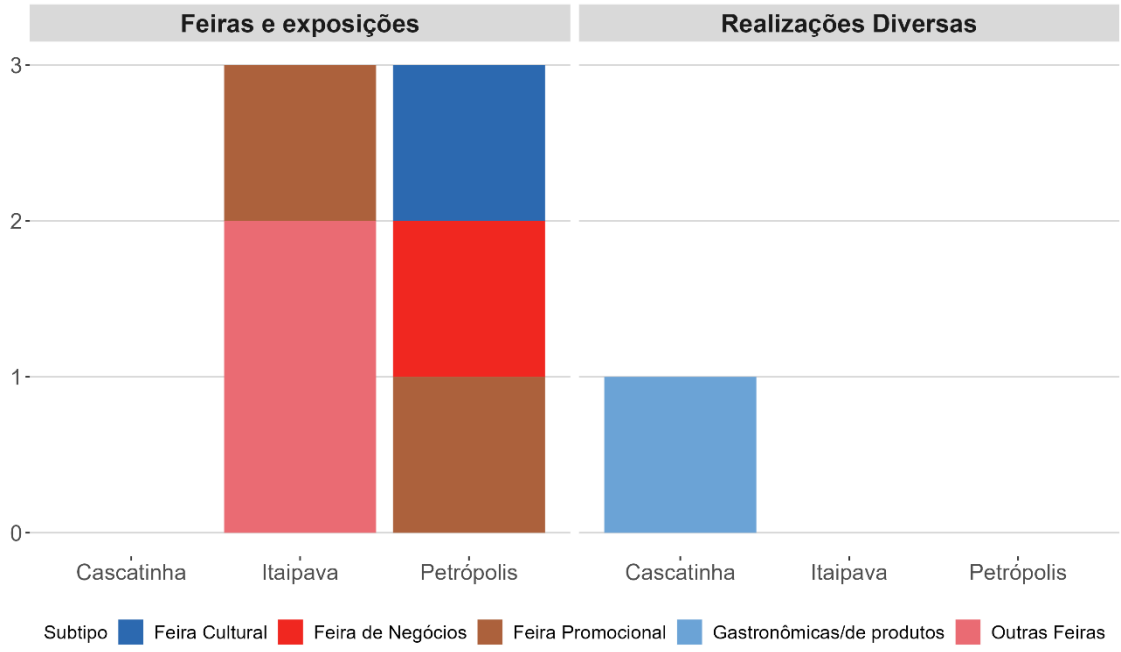
**Fonte:** Elaborado pelos autores

De acordo com o Quadro 34, dentre os eventos sediados na cidade petropolitana, apenas 7 atendem a proposta metodológica do Ministério do Turismo (BRASIL, 2006) e, portanto, foram categorizados como Eventos Permanentes[38]. Todos localizados na parte urbana da cidade.

Conforme explícito no Gráfico 38, os distritos que realizam mais eventos desse porte são os distritos de Petrópolis e de Itaipava que contemplaram 6 feiras e exposições. Por outro lado, Cascatinha sediou um evento tipificado como Realização Diversa do subtipo de gastronomia/produtos. Em relação a Petrópolis e Itaipava, das 6 feiras e exposições que aconteceram nesses distritos, duas delas foram promocionais, uma cultural e duas outro tipo de feira, a saber: adoção de animais.

[38] Evento que é realizado apenas na localidade e esteja pelo menos com a sua 3a edição agendada (BRASIL, 2006, p. 70).

## GRÁFICO 37 - DISPOSIÇÃO DOS TIPOS E SUBTIPOS DOS EVENTOS PERMANENTES NOS DISTRITOS DE PETRÓPOLIS, RJ




**Fonte:** Elaborado pelos autores

Para chegar aos eventos tendo como ponto de partida a rodoviária de Petrópolis, demora-se, me média, 35 minutos para chegar nas feiras de Itaipava. Para chegar nas feiras no distrito de Petrópolis, demora-se 5 minutos em média, a exceção é a Feira de Artesanato da Praça dos Expedicionários que se estima uma média de 35 minutos da rodoviária. A feira Cores e Sabores, localizada no distrito de Cascatinha, é a mais afastada da rodoviária, estando a 01h e 10 minutos em média do ponto de partida.

As vias até os locais são todas pavimentadas em bom estado de conservação, sendo a maioria asfaltada e algumas vias em paralelepípedo. Como o acesso até as feiras são por via rodoviária, a sinalização também exerce grande influência na locomoção. As vias em sua maioria possuem boa sinalização de trânsito, a exceção é via até a feira Cores e Sabores, na qual possui trechos com sinalização deficitária, que apesar de apresentar sinalização de trânsito, não proporciona facilidade e segurança à circulação de visitantes.

Outra sinalização levantada na pesquisa, é sobre a sinalização turística, com o papel de informar os usuários sobre a existência dos atrativos turísticos e de outros referenciais, sobre os melhores percursos de acesso e, ao longo destes, a distância a ser percorrida para se chegar ao equipamento. E, em maioria, as vias não estão bem sinalizadas em relação aos locais do evento, especialmente no Cascatinha, na qual não há sinalização sobre o local do evento.

Em relação ao período de visitação, todas as feiras estão abertas o ano inteiro. As atividades acontecem durante os finais de semana e feriados, tendo como horário de funcionamento das 10h às 13h. Todos possuem entrada franca e livre visitação. As feiras de adoção de animais, entretanto, acontecem quinzenalmente nos 2º e 4º sábado de cada mês.

# DEMANDA EFETIVA, PERFIL DA DEMANDA EFETIVA, PERFIL DA DEMANDA DESEJADA E DEMANDA TURÍSTICA POTENCIAL

# 2. UMA ANÁLISE DA DEMANDA TURÍSTICA PETROPOLITANA

## 2.1. Uma breve acepção conceitual.

Considerando que o turismo é uma atividade espaço específico e transformadora da região além de ser um fenômeno social-econômico, pode gerar tanto externalidades positivas quanto negativas sendo o turista o elemento central deste fenômeno. Para Hirata e Braga (2017), o turista é condição *sine qua non* para o turismo.

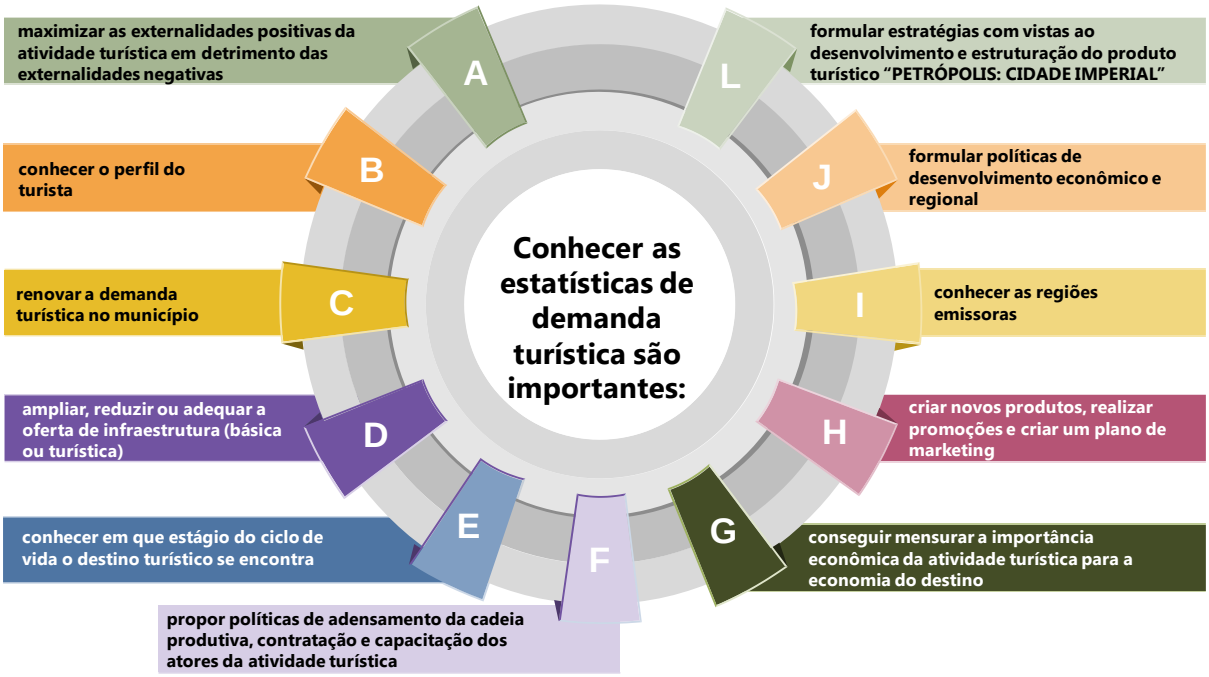
Entre as externalidades positivas da atividade turística pode-se apontar o aumento dos investimentos, geração de novos mercados, aumento das receitas, diversificação da estrutura produtiva da região, melhoria das condições econômicas da população, entrada de divisas, geração de empregos, redução da desigualdade e, consequentemente, desenvolvimento local (ROS, 1967; MELIANI e GOMES, 2010; TADINI e MELQUÍADES, 2011).

Já como externalidades negativas, é possível destacar, aumentos das taxas de inflação e no custo de vida, o aumento da importação de produtos "improdutivos" para atender as necessidades dos turistas e aumento da informalidade da força de trabalho (COOPER et al. 2007), degradação do patrimônio histórico e cultura local; poluição ambiental, sonora e visual; enobrecimento urbano, exploração sexual; problemas de trânsito; violência dentre tantas outras.

De modo a mitigar as externalidades negativas e maximizar as externalidades positivas, é necessário que o destino possua estatísticas de volume, valor e perfil dos turistas. Estas estatísticas são fundamentais para o adequado planejamento e no processo de tomada de decisão, tanto por agentes públicos quanto privados, principalmente, em um ambiente de acirrada competição entre os destinos turísticos. Desta forma, conhecer as características qualitativas e quantitativas da demanda turística de um destino é um instrumento essencial para adequar a oferta e os produtos turísticos as necessidades dos turistas efetivos e potenciais de forma sustentável e atendendo às diretrizes estabelecidas pela Organização Mundial do

Turismo (OMT). De forma mais específica, a **FIGURA 50** apresenta um resumo da importância de conhecer qualitativa e quantitativamente a demanda turística.

**FIGURA 50 – IMPORTÂNCIA DE CONHECER QUALITATIVA E QUANTITATIVAMENTE A DEMANDA TURÍSTICA.**




**Fonte:** Elaborado pelos autores

Apesar da importância da demanda turística para o sistema de turismo, as definições de demanda variam de acordo com cada área do conhecimento, por exemplo economistas, psicólogos e geógrafos. Para os economistas a demanda é a relação da quantidade de qualquer produto ou serviço que as pessoas desejam e têm condições de comprar por determinado preço, em um conjunto de preços possíveis, durante um determinado período de tempo. Os psicólogos definem a demanda a partir da perspectiva da motivação da viagem e do comportamento do turista. Por fim, os geógrafos entendem a demanda turística como o número total de pessoas que viajam, ou gostariam de viajar, para utilizar instalações e serviços em lugares afastados de seus locais de trabalho e de residência (MATHIESON e WALL, 1982; PETROCCHI e BONA, 2003; BENI, 2017).

Compreendida a importância do escopo econômico, psicológico ou geográfico, a demanda turística também será o resultado de atividades e/ou decisões ocorridas na região emissora. Afinal de contas, tal resultado é o responsável por criar os fluxos turísticos, trazendo com estes uma série de necessidades, desejos, gostos, preferências que precisam ser atendidas pela destinação receptora[39] (COOPER; et al., 2007; BENI, 2017).

Por causa disso, as características deste grupo de consumidores precisam ser minuciosamente compreendidas para que os gestores turísticos logrem êxito em prover não só o suporte de seus anseios, como também a superação de suas expectativas (COOPER et al.; 2007). E para que isso ocorra, entre as inúmeras variáveis que influenciam esse processo, destacam-se os fatores de impulso[40] e de propensão[41]. A partir das definições apresentadas, torna-se possível decompor a demanda total do setor de turismo em três componentes a saber: i) demanda real ou efetiva: são os turistas de fato, ou seja, o número de pessoas que praticaram turismo em determinado período de tempo; ii) demanda reprimida ou demanda potencial é composta por aqueles que não viajam, mas o fariam caso ocorresse alguma mudança em suas condições socioeconômicas, atração de novas regiões emissoras além de incrementos da demanda futura como consequência das melhorias do próprio destino turístico em termos de serviços, capacidade de hospedagem ou publicidade (BOULLÓN, 2002). Cabe apontar que outro fator da demanda reprimida é a demanda adiada em função de algum problema ocorrido no âmbito da oferta turística, como por exemplo, falta de capacidade da hotelaria ou condições meteorológicas adversas; iii) não-demanda ou aqueles que simplesmente não desejam viajar ou não tem condições de viajar.

[39] Assim, em termos bem gerais, tem-se que a demanda em turismo é uma composta de bens e serviços, e não demanda de simples elementos ou de serviços específicos isoladamente considerados; em suma, são demandados bens e serviços que se complementam entre si (BENI, 2017, p. 211)

[40] Entendidos a partir das noções de contraste entre regiões receptoras e emissoras e das estratégias de promoção adotadas pelas destinações turísticas (COOPER; et al., 2007).

[41] Compreendidos a partir das seguintes variáveis: preço, renda, gostos e hábitos sociais (COOPER; et al., 2007).

Diante da importância da demanda turística para o sistema produtivo do turismo, esta seção tem como objetivos: i) mensurar a demanda turística efetiva; ii) descrever o perfil da demanda turística efetiva petropolitana e iii) apontar as principais regiões emissoras de modo a construir demanda potencial.

## 2.2. Quantitativo da Demanda Efetiva do Sistema de Turismo Petropolitano[42]

A demanda efetiva também chamada de demanda real é uma parcela da demanda total do sistema turístico. Conhecer o quantitativo da demanda efetiva permite aos *policy makers* maximizar os impactos positivos e mitigar os impactos negativos da atividade turística sobre os munícipes, sistemas de segurança, limpeza urbana, saúde, oferta de água e eletricidade além de ser ferramenta para o dimensionamento da capacidade da oferta hoteleira.

Por opção metodológica e de disponibilidade de dados, o quantitativo estimado nesta seção considerou apenas os turistas que pernoitaram, pelo menos, uma noite em Petrópolis. Desta forma, o quantitativo estimado aqui exclui da análise os excursionistas e os visitantes, apesar de importantes e transformadores do destino.

O Observatório Regional do Turismo de Petrópolis divulga anualmente estatísticas referentes ao sistema de turismo petropolitano[43]. Entre estas estatísticas, são disponibilizadas a taxa média de ocupação hoteleira finais de semana e feriados e variáveis da capacidade de hospedagem, como por exemplo, o número de leitos. A partir das estatísticas disponibilizadas pelo Observatório Regional do Turismo, torna-se possível estimar a demanda efetiva do sistema de turismo de Petrópolis da seguinte forma:

[42] Apesar desta seção não está contemplada no projeto contratado, a equipe executora entendeu que esta estimativa é essencial para o planejamento do sistema de turismo de Petrópolis.
[43] Estatísticas disponíveis em: https://www.petropolis.rj.gov.br/turispetro/observatorio

## EQUAÇÃO 1: CÁLCULO DA DEMANDA EFETIVA

$$Demanda\ efetiva_t = número\ de\ leitos_t * taxa\ de\ ocupação_t * 104$$

**Onde:** $Demanda\ efetiva_t$ é a variável de interesse para o ano $t$; $número\ de\ leitos_t$ é o quantitativo de leitos para o ano $t$; $taxa\ de\ ocupação_t$ é a taxa média anual de ocupação hoteleira nos finais de semana e feriados para o ano $t$ e $104$ é o número de dias existentes no fim de semana ao longo do ano.

Por meio da equação acima, foi possível estimar que o número de turistas que pernoitaram, pelo menos, um dia em Petrópolis foi da ordem 441.372 turistas em 2019, 246.572 em 2020 e 407.844 em 2021. Por meio destes resultados, estima-se uma média de 36.781, 20.547 e 33.987 turistas por mês nos anos de 2019, 2020 e 2021, respectivamente. Apesar dos resultados apresentados serem apenas uma estimativa do número de turistas que pernoitaram, pelo menos, um dia em Petrópolis e não o quantitativo real, a metodologia proposta é importante para o Observatório Regional do Turismo fazer um acompanhamento da atividade turística petropolitana.

Ressaltamos aqui para o maior engajamento do setor hoteleiro petropolitano em coletar e divulgar suas taxas de ocupação anual. O preenchimento e divulgação sistemática das fichas do MTur pelos meios de hospedagem pode aprimorar os resultados encontrados. A **TABELA 30** resume os resultados estimados.

### TABELA 29 – DEMANDA EFETIVA PETROPOLITANA

| Ano | Demanda efetiva | Variação % |
|---|---|---|
| 2019 | 441.372 | - |
| 2020 | 246.572 | -44,14% |
| 2021 | 407.844 | 65,41% |

**Fonte:** Elaborado pelos autores

Por meio dos resultados acima, é possível verificar uma queda de 44,14% no número de turistas no ano de 2020 quando comparado ao ano de 2019. Este

resultado evidencia, de certa forma, o impacto da pandemia no sistema de turismo de Petrópolis. Quando se analisa o ano de 2021, percebe-se uma recuperação da atividade turística em Petrópolis com um crescimento de 65,41% comparado com 2020, mas a demanda ainda não retoma os níveis pré-pandemia.

Cabe apontar que estas estimativas foram apresentadas e discutidas em seminário com o *trade* de turismo de Petrópolis no dia 26 de novembro de 2022 no auditório da Bohemia e os participantes acharam as estimativas factíveis. Diante disso, apontamos que uso desta metodologia pode ser utilizada para realizar o acompanhamento anual da demanda efetiva petropolitana.

## 2.3. Perfil da Demanda Efetiva do Sistema de Turismo Petropolitano

Como descrito anteriormente, conhecer o perfil do turista atual do destino é fundamental para o planejamento do sistema de turismo desenvolver o produto atual para a demanda atual e/ou construir um produto novo para o segmento da demanda atual e/ou planejar o produto atual para um novo segmento de demanda sempre buscando atender as necessidades e expectativas do turista.

A identificação do perfil da demanda efetiva do sistema de turismo petropolitano foi realizada por meio do método qualitativo e exploratório de aplicação de questionários. De modo a mensurar o número de questionários que deveriam ser aplicados e, consequentemente, os resultados da pesquisa possuírem significância estatística, foi calculado o tamanho da amostra representativa de turistas no município como segue:

### EQUAÇÃO 2: CÁLCULO DA AMOSTRA REPRESENTATIVA DA DEMANDA EFETIVA

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{E^2(N-1) + Z^2 * P * Q}$$

A Equação acima é conhecida como cálculo da amostra para universo finito[44]. **Onde:** $n$ é o número de questionário que devem ser aplicados (tamanho da amostra); $Z$ é o nível de confiança da amostra; $P$ é a proporção de um resultado de uma característica importante do perfil da população; $Q = 1 - P$; $N$ é o tamanho da população e por fim, $E$ é o erro amostral.

Considerando que a demanda efetiva para o ano de 2021 foi da ordem de 407.844 turistas, estima-se que cerca de 1.117 visitaram Petrópolis diariamente. Tomando este quantitativo como o tamanho da população ($N$), um nível de confiança de 90% e um erro amostral de 10%, o tamanho da amostra representativa da demanda turística efetiva petropolitana é da ordem de 192 questionários.

Com base nesta amostra, 211 turistas foram entrevistados entre os dias 14 e 15 de julho. Ressalta-se que este mês foi escolhido para a aplicação dos questionários, visto ser o mês de maior fluxo turístico no município. Sabendo que destino turístico de Petrópolis possui atrativos em todos os distritos da cidade, a aplicação dos questionários aconteceu nos diferentes atrativos turísticos dos cinco distritos do município. Cabe apontar que os atrativos onde os questionários foram aplicados foram sugeridos pela equipe da TURISPETRO e por membros do Grupo de Trabalho com conselheiros do COMTUR. A equipe de recenseadores foi composta por 22 entrevistadores. Cabe apontar que na aplicação do instrumento, o turismo pedagógico e menores de 16 anos de idade não participaram da amostra.

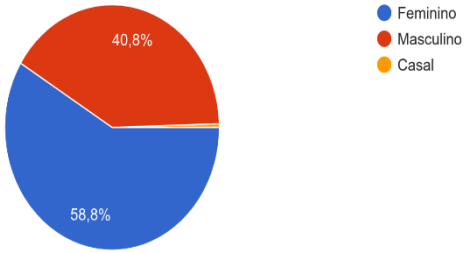
O instrumento contou com 22 perguntas subdivididas em três grandes grupos, a saber: perfil do turista, avaliação do destino pelo turista e informações sobre a viagem[45]. Os instrumentos foram aplicados utilizando a metodologia de amostragem aleatória. Os resultados encontrados são descritos a seguir. Por meio do questionário, foi possível verificar que uma grande variedade de cidades emissoras. Mas agrupando estas cidades por região, percebeu-se um grande número de turistas oriundos da região metropolitana do Rio de Janeiro, Zona da Mata Mineira, Belo Horizonte e São

[44] Amostra finita é considerada aquela que a população é inferior a 100 mil.
[45] O questionário aplicado está disponível no Apêndice T.

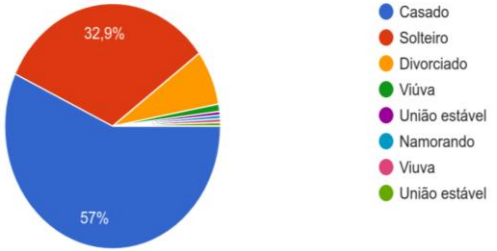
Paulo. Estas regiões/municípios representam cerca de 80% da demanda turística petropolitana. Cabe apontar que resultado similar também foi encontrado pelos Centros de Informações Turísticas (CITs) para o ano de 2022. A **FIGURA 51** apresenta o perfil do turista petropolitano.

## FIGURA 51 – RESUMO DO PERFIL DO TURISTA EFETIVO PETROPOLITANO.

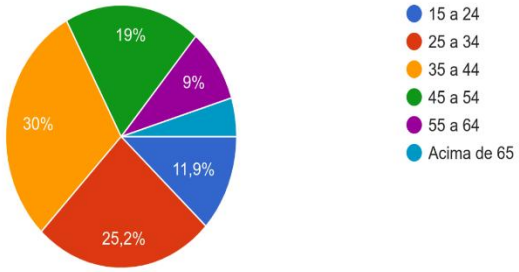
Gênero do entrevistado:



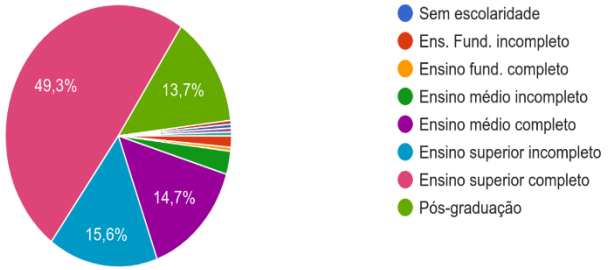

Qual é o seu Estado Civil?




Qual é a sua faixa etária?



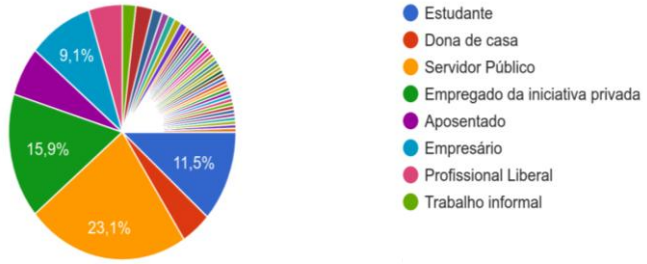

Qual é o seu grau de escolaridade?



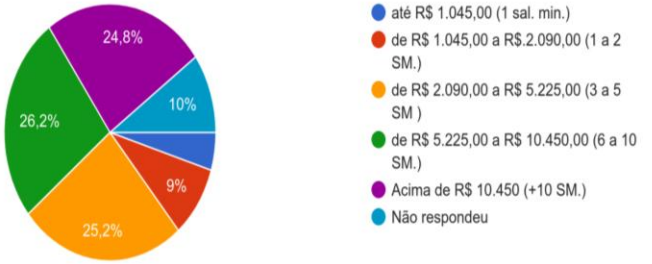

(continua)

**FIGURA 51 – RESUMO DO PERFIL DO TURISTA EFETIVO PETROPOLITANO.** (continuação)

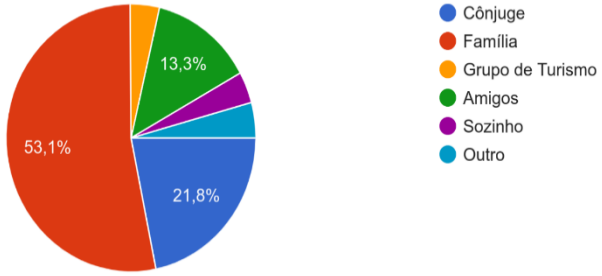
Qual é a sua principal ocupação?



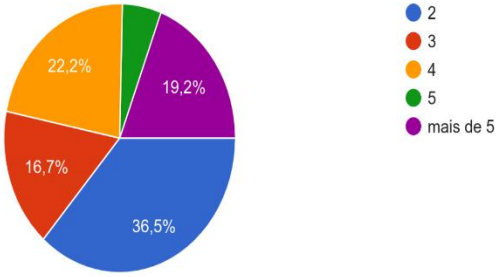

Qual é aproximadamente a sua renda familiar?




Você veio acompanhado (a) :

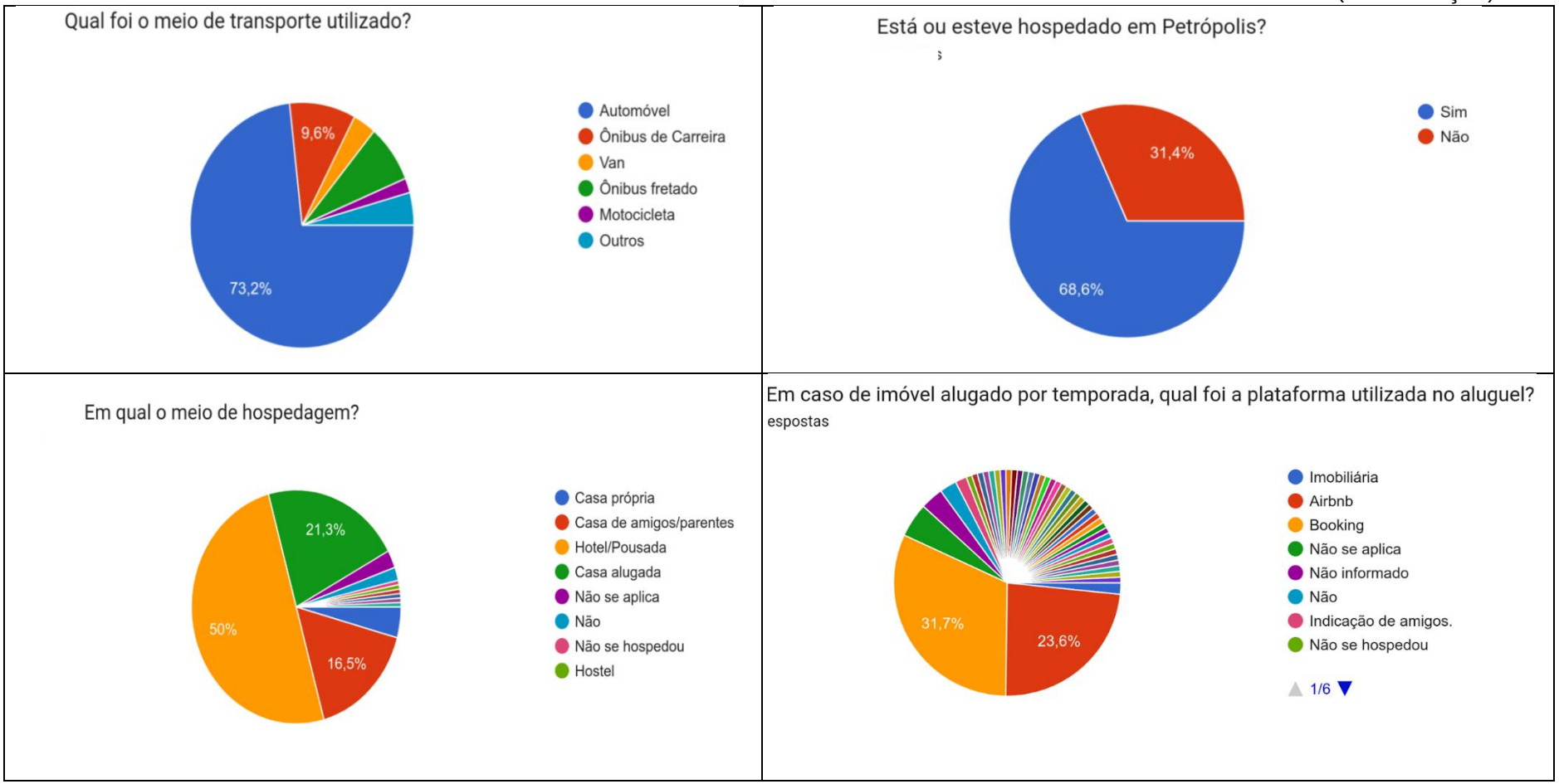



Caso tenha vindo acompanhado, quantas pessoas vieram com você?




(continua)

**FIGURA 51 – RESUMO DO PERFIL DO TURISTA EFETIVO PETROPOLITANO.** (continuação)




**Fonte:** Elaborado pelos autores.

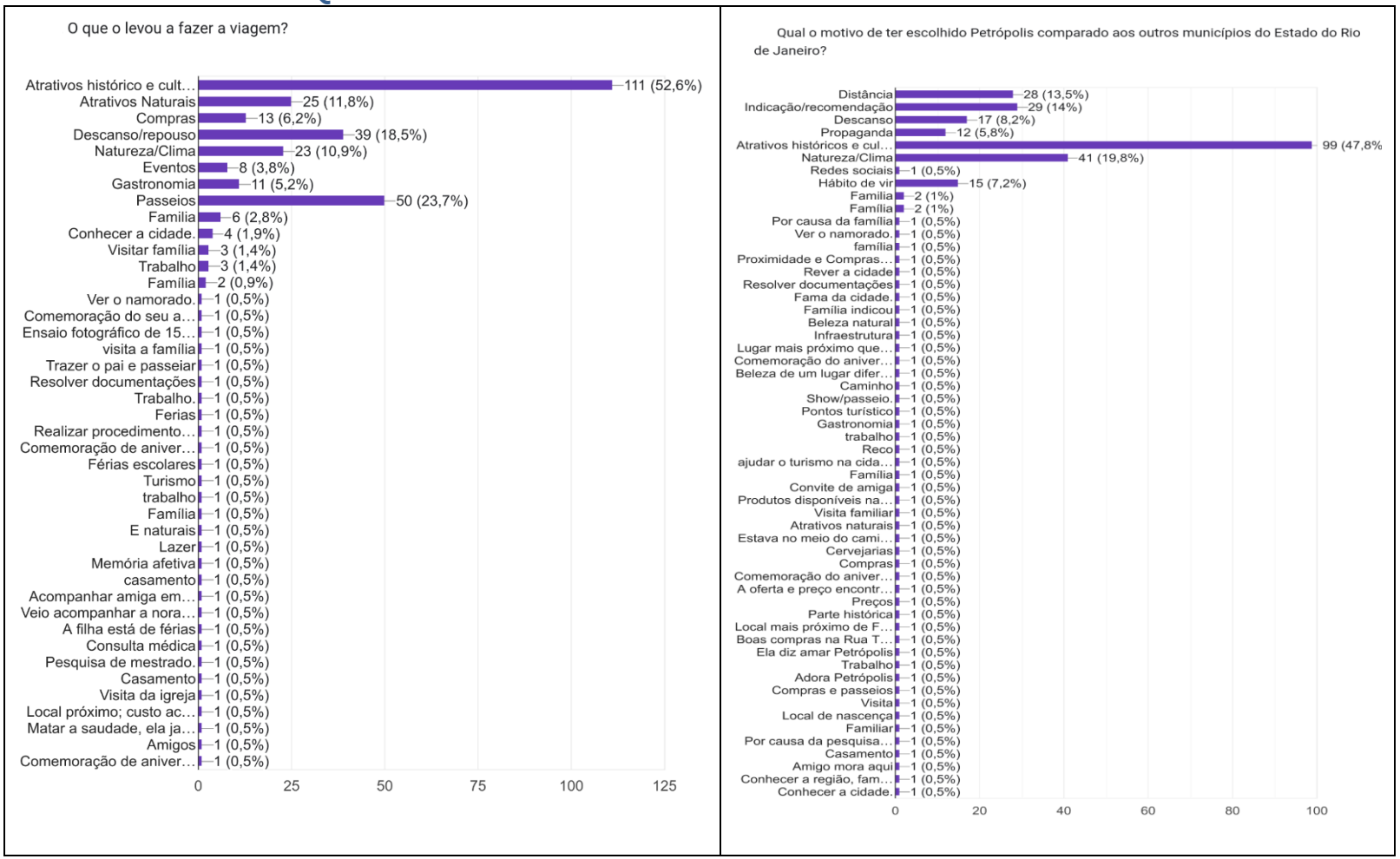
Por meio da **FIGURA 51**, é possível apontar que a maioria dos turistas são do sexo masculino (58,8%), 57% dos entrevistados são casados, 32,9% são solteiros e possuem faixa etária entre 25 a 54 anos (74,2%). No que se refere ao nível de escolaridade, chama atenção a demanda turística com nível superior completo (49,3%) e incompleto (15,6%). A ocupação principal em sua maioria é de servidores públicos (23,1%).

Outra característica do turista que cabe destacar é a elevada renda familiar. 51% dos turistas informaram possuir renda familiar superior a R$ 5.225,00. 53,1% dos turistas informaram que estavam acompanhados da família e 21,8% estavam acompanhados pelo cônjuge. A pesquisa ainda encontrou que os turistas que estavam acompanhados, possuíam de 2 a 4 acompanhantes.

O meio de transporte majoritariamente utilizado foi o automóvel próprio. 68,6% dos visitantes ficaram hospedados pelo menos um dia em Petrópolis. Destes, 50% ficaram hospedados em hotel/pousada, 21,3% em casa alugada e 16,5% em casa de amigos/parentes. Dos que ficaram hospedados em casa alugada, 31,7% relataram que utilizaram a plataforma Booking e 23,6% utilizaram o AIRBNB. 79,54% dos turistas informaram que permaneceriam no destino de 1 a 3 dias.

Também foi perguntado ao turista o que o levou a fazer a viagem? Esta pergunta auxiliará a entender o principal segmento da atividade de turismo petropolitano. Ainda foi perguntado qual o motivo de ter escolhido Petrópolis comparado aos outros destinos existentes no estado do Rio de Janeiro? Esta pergunta auxilia na verificação da competitividade do destino em relação aos destinos concorrentes no estado. As respostas são apresentadas na **FIGURA 52**.

## FIGURA 52 – MOTIVOS QUE LEVARAM O TURISTA ESCOLHER PETRÓPOLIS.

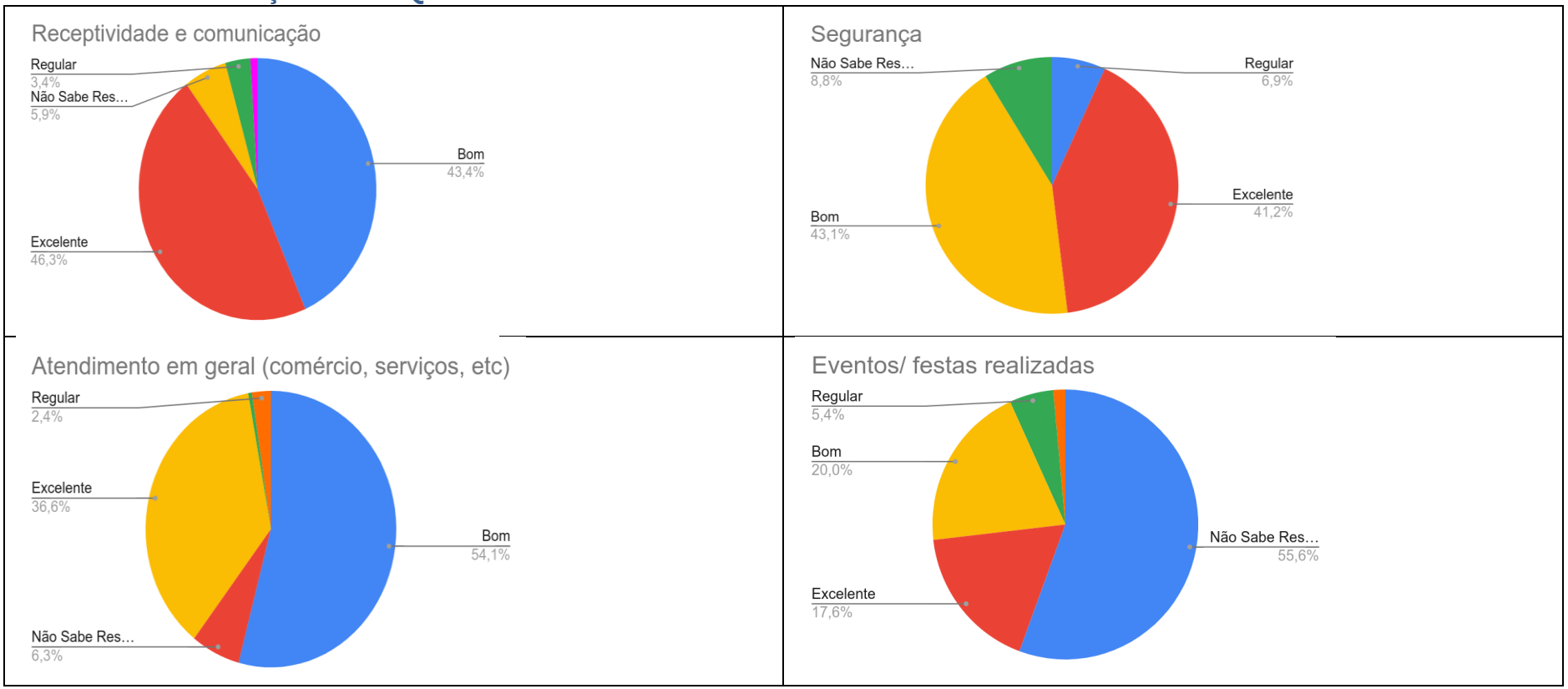



**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Por meio da figura acima, pode concluir que os principais motivadores da viagem à Petrópolis foram os atrativos históricos, culturais e naturais; natureza e clima; descanso/repouso; passeios e compras. Quando perguntado qual o motivo de ter escolhido Petrópolis comparado aos outros destinos existentes no estado do Rio de Janeiro, as principais respostas foram atrativos históricos e culturais; natureza/clima; distância e indicação/recomendação.

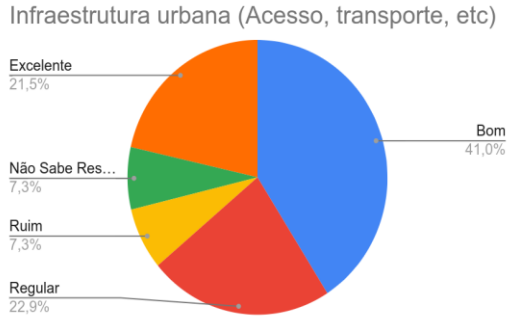
As avaliações dos turistas para os diferentes equipamentos turísticos/ou serviços turísticos, se concentrou em sua maioria entre bom e excelente. A **FIGURA 53**, apresenta estes resultados.

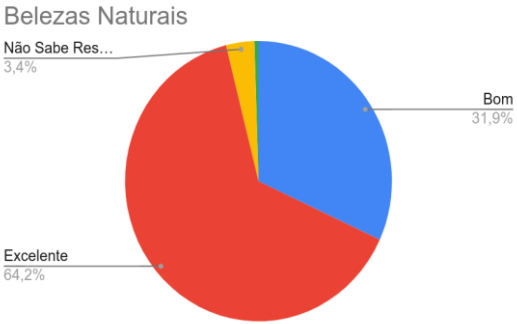
## FIGURA 53 – AVALIAÇÃO DOS EQUIPAMENTOS TURISTICOS OU NÃO PELO TURISTA.

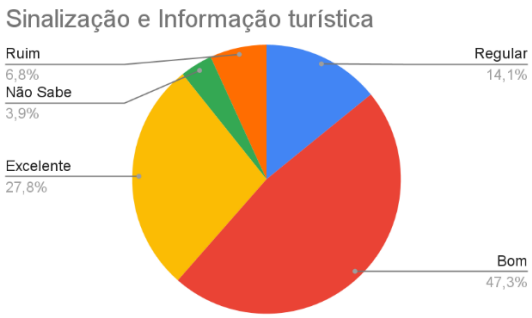



(continua)

**FIGURA 53 – AVALIAÇÃO DOS EQUIPAMENTOS TURISTICOS OU NÃO PELO TURISTA.** (continuação)

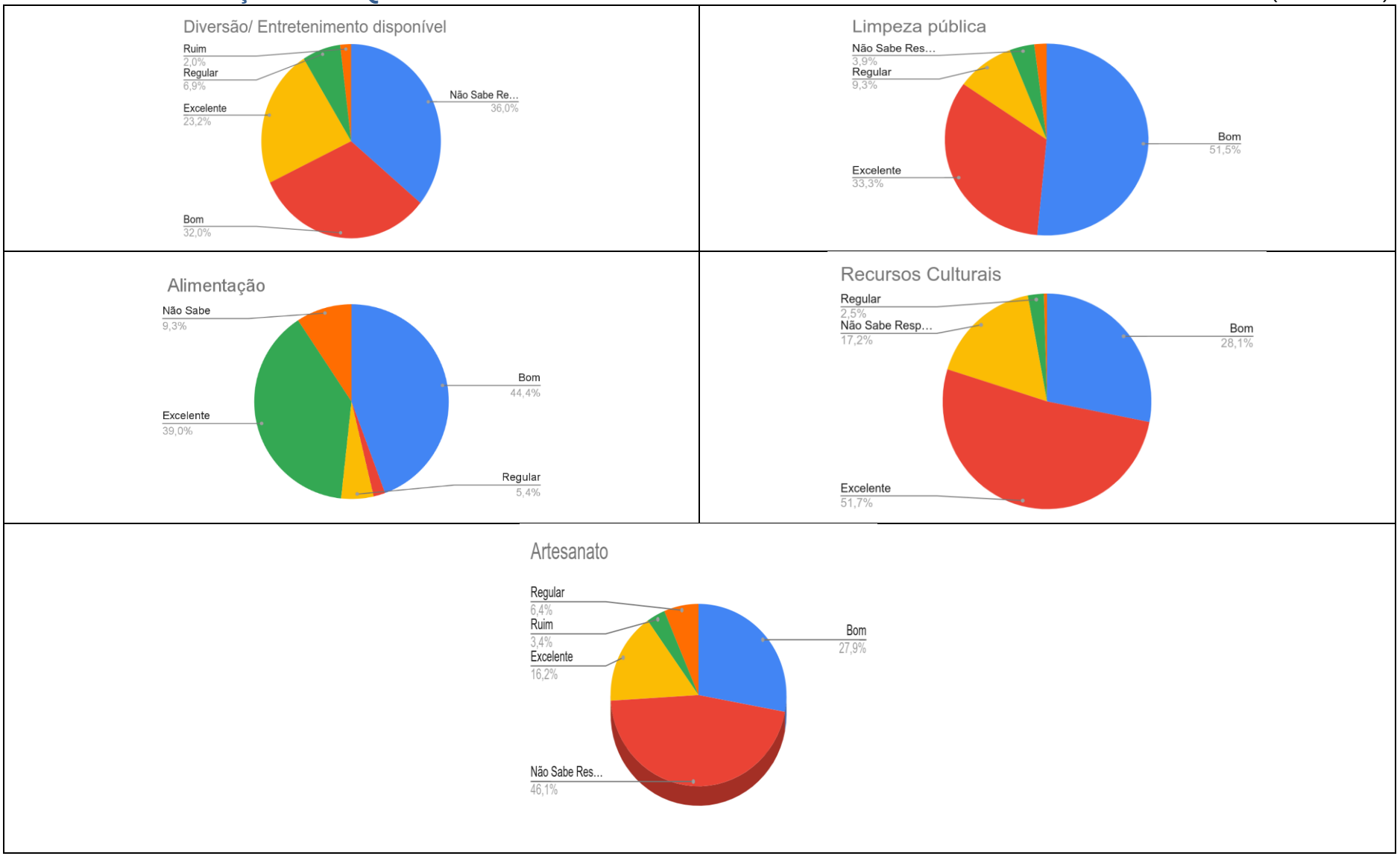



(continua)

**FIGURA 53 – AVALIAÇÃO DOS EQUIPAMENTOS TURISTICOS OU NÃO PELO TURISTA.** (conclusão)




**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Dos resultados apresentados acima, chama atenção o fato de 55,6% dos turistas não saberem responder acerca de festas e eventos e 46,1% dos turistas não saberem responder sobre o artesanato da cidade.

Também foi perguntado o gasto médio para entender o perfil de consumo atual do turista petropolitano. A **TABELA 31** apresenta uma média dos gastos dos entrevistados.

**TABELA 30 – PERFIL DE GASTO MÉDIO DIÁRIO DO TURISTA PETROPOLITANO.**

| Item | Gasto médio diário (R$) |
|---|---|
| Hospedagem | R$ 370,00 |
| Alimentação | R$ 222,00 |
| Bares | R$ 166,00 |
| Supermercado | R$ 145,00 |
| Farmácia | R$ 13,00 |
| Hospital | R$ 0,00 |
| Artesanato | R$ 37,00 |
| Passeios | R$ 68,00 |
| Guias | R$ 60,00 |
| City tour | R$ 82,00 |
| Museus e Parques | R$ 73,00 |
| Outros | R$ 120,00 |

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Por meio da tabela acima, estima-se que o turista tenha um gasto médio diário da ordem de R$ R$ 1.356,00. Onde 27,29% e 16,37% dos desembolsos são para custear hospedagem e alimentação, respectivamente.

Dando continuidade à análise, o turista ainda foi questionado se retornaria e se indicaria Petrópolis como destino turístico. Percentual expressivo informou “sim” em ambas as preguntas. Outra pergunta respondida foi em relação a expectativa do turista em relação ao destino. Grande parcela das respostas foi de que as expectativas foram atendidas e/ou superadas.

Por fim, os turistas puderam opinar no que a cidade poderia melhorar, as principais respostas apontaram para a sinalização de trânsito e dos atrativos; congestionamento e estacionamento; e infraestrutura básica.

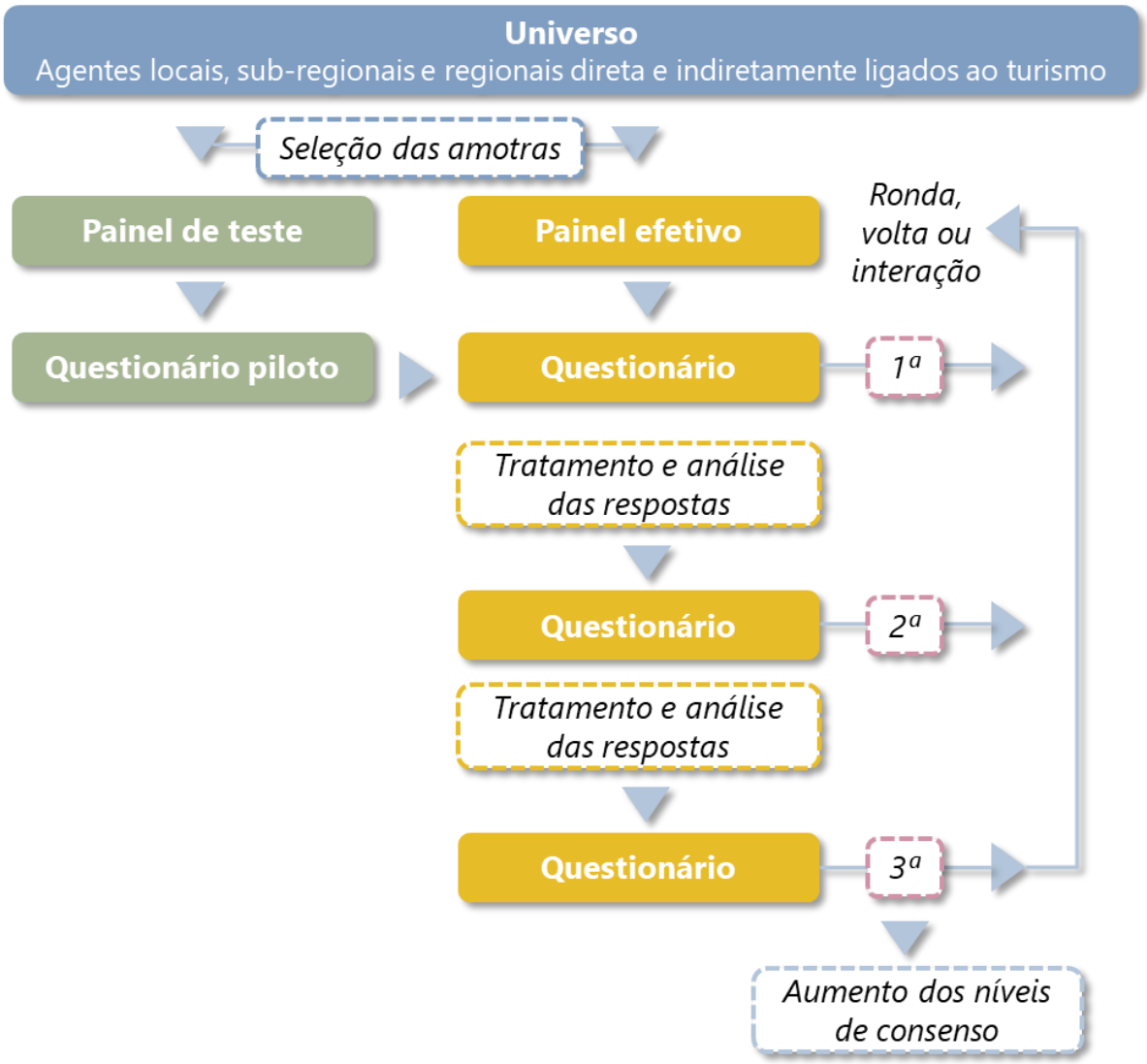
## 2.4. Perfil da Demanda Desejada pelo Sistema de Turismo Petropolitano

Esta seção tem como objetivo descrever o perfil da demanda turista desejada pelo sistema de turismo petropolitano após implementação das ações estabelecidas no Plano Diretor de Turismo 2023-2030. O perfil da demanda turista desejada foi construído a partir da aplicação da técnica Delphi de duas rodadas em reunião realizada com o *trade* de turismo de Petrópolis no auditório da cervejaria Bohemia no dia 29 de novembro de 2022. Nesta reunião tiveram presentes atores do poder executivo e legislativo municipal, bem como, da iniciativa privada, tais como hoteleiros, guias de turismo, donos de restaurantes, do receptivo entre outros.

Antes de apresentar os resultados, cabe explicar a técnica Delphi. Esta metodologia consiste em uma técnica de investigação qualitativa com aplicação estruturada e um componente exploratório. A aplicação da técnica prescinde que a equipe da FAPUR identificasse os especialistas e o seu respectivo engajamento na construção do Plano Diretor de Turismo de Petrópolis 2023 – 2030, de modo a gerarem informações e opiniões qualificadas e a participarem de forma interativa nas duas rodadas, buscando explorar a informação obtida, gerar consensos ou orientações em relação a demanda desejada.

A equipe executora deste Plano contou com o auxílio da equipe da TURISPETRO para identificar e subdividir os grupos nesta etapa. Identificados os atores, os cerca de 35 participantes presentes foram divididos em 6 grupos. Os grupos foram compostos pelos mais variados atores do *trade* de turismo petropolitano com base em sua afiliação institucional atual, seu conhecimento técnico e experiência acumulada de modo a conseguir construir de forma assertiva e consensual o perfil do turista desejado pelo *trade* turístico da cidade. A **FIGURA 54** apresenta um resumo esquemático da aplicação da técnica Delphi.

**FIGURA 54 – RESUMO ESQUEMÁTICO DA APLICAÇÃO DA TÉCNICA DELPHI**




**Fonte:** Adaptado de Moreira (2012).

Após a aplicação do instrumento na primeira rodada, a segunda rodada consistiu na troca dos formulários entre os grupos com o objetivo de os atores fazerem adequações em suas respostas considerando as respostas do grupo anterior. Após esta etapa, os resultados foram consolidados e apresentados em reunião no auditório da Cervejaria Bohemia no dia 07 de dezembro de 2022. Nesta reunião os resultados foram apresentados e convergiram para resposta consensual. Os resultados são descritos no **QUADRO 35**.

## QUADRO 35 - PERFIL DA DEMANDA TURÍSTICA DESEJADO CONSTRUÍDO A PARTIR DA METODOLOGIA DELPHI.

| Perguntas | Resposta de maior frequência | |
|---|---|---|
| Estado Civil? | Indiferente | |
| Faixa Etária? | 25 a 64 anos | |
| Nível de Escolaridade? | Ensino médio incompleto, Ensino médio completo, Ensino superior incompleto, Ensino superior completo | |
| Ocupação principal? | Funcionário Público, Aposentado, Empresário, Profissional Liberal | |
| Renda familiar aproximada? | R$ 6.060,00 a acima de R$12.120,00 | |
| Acompanhado? | Indiferente | |
| Caso esteja acompanhado, quantas pessoas são esperadas? | 4 a mais de 5 pessoas | |
| Qual será seu tempo de permanência? | 3 a 5 dias | |
| O que o *trade* espera que leve o turista a fazer viagem? | Atrativos Históricos e culturais; Atrativos Naturais; Eventos; Natureza/Clima; Gastronomia; Compras e Casamentos | |
| Qual o motivo de escolher Petrópolis comparado a outros destinos? | Natureza e Paisagem; Distância; Segurança; Redes Sociais; Atrativos históricos e culturais e Indicação/recomendação | |
| Qual o meio de transporte esperado? | Automóvel; Ônibus fretado; Van | |
| Qual tipologia de hospedagem esperada? | Hotel/Pousada e Casa alugada | |
| Quanto espera que o turista gaste em média por dia nos itens abaixo: | | |
| Hospedagem | R$ | 375,00 |
| Alimentação | R$ | 263,00 |
| Bares | R$ | 165,00 |
| Supermercado | R$ | 97,00 |
| Farmácia | R$ | 62,00 |
| Hospital | R$ | 500,00 |
| Artesanato | R$ | 115,00 |
| Passeios | R$ | 210,00 |
| Guias | R$ | 250,00 |
| City tour | R$ | 214,00 |
| Museus e Parques | R$ | 80,00 |
| Outros | R$ | 100,00 |

**Fonte:** Elaboração própria com base nos resultados da dinâmica de grupo do método Delphi.

A partir dos resultados constantes no quadro acima e dos discutidos na seção que descreveu o perfil da demanda efetiva, é possível perceber que o perfil do turista esperado em 2030 é similar ao do turista atual no que tange a faixa etária, nível de escolaridade, renda familiar, tempo de permanência, número de acompanhantes, tipologia de hospedagem entre outros. As mudanças mais significativas ocorrem no perfil do gasto médio diário atual e desejado. A **TABELA 32** apresenta um comparativo dos valores.

**TABELA 31 – PERFIL DE GASTO MÉDIO DIÁRIO ATUAL E DESEJADO DO TURISTA PETROPOLITANO.**

| Item | Gasto médio diário atual (R$) | Gasto médio diário desejado (R$)* | Diferença entre o desejado e atual |
|---|---|---|---|
| Hospedagem | R$ 370,00 | R$ 375,00 | R$ 5,00 |
| Alimentação | R$ 222,00 | R$ 263,00 | R$ 41,00 |
| Bares | R$ 166,00 | R$ 165,00 | -R$ 1,00 |
| Supermercado | R$ 145,00 | R$ 97,00 | -R$ 48,00 |
| Farmácia | R$ 13,00 | R$ 62,00 | R$ 49,00 |
| Hospital | R$ 0,00 | R$ 500,00 | R$ 500,00 |
| Artesanato | R$ 37,00 | R$ 115,00 | R$ 78,00 |
| Passeios | R$ 68,0 | R$ 210,00 | R$ 142,00 |
| Guias | R$ 60,00 | R$ 250,00 | R$ 190,00 |
| City tour | R$ 82,00 | R$ 214,00 | R$ 132,00 |
| Museus e Parques | R$ 73,00 | R$ 80,00 | R$ 7,00 |
| Outros | R$ 120,00 | R$ 100,00 | -R$ 20,00 |

**Fonte:** Elaborado pelos autores.
**Nota:** * Gasto médio em 2030 considerando o Real (R$) de 2022.

Apesar de alguns valores do perfil de gasto médio diário esperado aparecerem menores do que na demanda efetiva, o total médio gasto atualmente pelo turista é R$ 1.075,00 menor do que o gasto esperado em 2030. Tirando o gasto hospitalar que é um segmento possível de ser explorado no futuro, o *trade* entende que as maiores alterações do perfil dos gastos médios devem ocorrer no Artesanato, nos Passeios, Guias e City tour. A estrutura de gasto dos demais itens permanece muito similar ao do turista atual.

## 2.5. Demanda Turística Potencial

Incialmente a metodologia proposta pela equipe para computar de demanda potencial buscava integrar o método qualitativo e quantitativo. Contudo, por falta de disponibilidade de dados, principalmente, de uma série histórica longa das principais regiões emissoras, a equipe achou pertinente não realizar nenhuma análise quantitativa, por exemplo, do tipo econométrica. A alternativa encontrada foi realizar uma análise qualitativa para inferir acerca da demanda potencial de sistema de turismo petropolitano considerando as principais regiões emissoras encontradas por meio da pesquisa do perfil da demanda efetiva.

Considerando que as principais regiões emissoras são: Região Metropolitana do Rio de Janeiro (população de cerca de 12 milhões), Belo Horizonte (população de cerca de 2,5 milhões), Zona da Mata Mineira (população de cerca de 2,5 milhões) e São Paulo (população de cerca de 12 milhões) e considerando que estas regiões somadas concentram cerca de 29 milhões de habitantes, a demanda potencial petropolitana supera a capacidade da oferta hoteleira que a equipe estima que atualmente seja de 659.256 turistas. Considerando o número de turistas atual (2021), estima-se que o sistema de turismo petropolitano tenha uma demanda reprimida de cerca de 250 mil turistas.

# VALOR ADICIONADO DO SISTEMA PRODUTIVO DE TURISMO PETROPOLITANO

# 3. ESTIMATIVA DO VALOR ADICIONADO DO SISTEMA PRODUTIVO DE TURISMO PETROPOLITANO

O ciclo de políticas requer a formação da agenda, a formulação da política, o processo de tomada de decisão, a implementação e a avaliação da política. Neste sentido, políticas ativas de adensamento e desenvolvimento das atividades produtivas do município devem ter como ponto de partida o planejamento, diretrizes e ações bem definidas. Para uma política pública especifica ao setor de turismo isto não é diferente.

Esta seção não estava contemplada a priori na metodologia proposta pela equipe da FAPUR para a construção do Plano Diretor de Turismo de Petrópolis 2023-2030. Contudo, em entrevista com os funcionários da TURISPETRO e em reunião do COMTUR, foi informado para a equipe da FAPUR que o *trade* de turismo carece de um agregado econômico capaz de mensurar o tamanho e a importância do sistema de turismo para a economia de Petrópolis. Diante do exposto, a frase adaptada de William Edwards Deming cabe muito bem para mostrar a importância desta seção "Não se gerencia o que não se mede, não se mede o que não se define, não se define o que não se entende, e não há sucesso no que não se planeja e gerencia" (Adaptação nossa). Assim, esta seção busca mensurar a importância do ecossistema de turismo para a economia petropolitana.

O resultado encontrado aqui será de grande importância para o *trade* de turismo petropolitano, para a TURISPETRO, para o COMTUR além de outros atores da esfera pública e privada além de permitir entender em qual fase do ciclo de vida o destino se encontra. Ressaltamos, que a metodologia proposta, apesar de bastante difundida na literatura, é apenas uma estimativa do Valor Adicionado (VA) do sistema produtivo de turismo de Petrópolis. A metodologia é formalizada a seguir:

## EQUAÇÃO 3 – CÁLCULO DO VALOR ADICIONAL BRUTO DO SISTEMA DE TURISMO DE PETROPÓLIS

$$VA_{ACT_Petr\,ópolis} = VA_{ACT_Brasil} * \left(\frac{Emprego_{ACT_{Petr\,ópolis}}}{Emprego_{ACT_{Brasil}}}\right)$$

**Onde:** $VA_{ACT_Brasil}$ é a soma do valor adicionado das atividades Alojamento; Alimentação; Transporte Terrestre; Transporte Aquaviário; Transporte Aéreo; Aluguel de Transportes; Agência de Viagem; Cultura e Lazer para o Brasil, extraídos da Pesquisa Anual de Serviços do IBGE. $Emprego_{ACT_\text{Petrópolis}}$ e $Emprego_{ACT_Brasil}$ são estatísticas do emprego formal das mesmas atividades descritas anteriormente para município de Petrópolis e Brasil, respectivamente, disponibilizadas pela Relação Anual de Informações Sociais do Ministério da Economia. De posse do agregado econômico $VA_{ACT_Petrópolis}$ torna-se possível mensurar a participação percentual do turismo no total da economia como segue:

## EQUAÇÃO 4 - CÁLCULO DA PARTICIPAÇÃO PERCENTUAL DO TURISMO NO PIB DE PETRÓPOLIS

$$\%\, VA_{ACT_Petr\,ópolis} = \frac{VA_{ACT_Petr\,ópolis}}{VA_{Total_Petr\,ópolis}}$$

Por meio da metodologia descrita, é possível estimar o $\%\, VA_{ACT_Petrópolis}$ para a economia de Petrópolis e os resultados estão descritos na **FIGURA 55**, a seguir.

**FIGURA 55 – PARTICIPAÇÃO DO VALOR ADICIONADO BRUTO DO SISTEMA DE TURISMO PETROPOLITANO ENTRE OS ANOS DE 2010 A 2019.**

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Por meio da figura acima é possível apontar para uma estagnação do ponto de vista econômico e do ciclo de vida do sistema de turismo petropolitano, visto que em 10 anos de análise quando comparado 2019 em relação a 2010, a participação do turismo na economia de Petrópolis permanece praticamente constante no patamar de 2,58%. Cabe apontar que este resultado contrastado com Modelo de Ciclo de Vida dos Destinos Turísticos proposto por Butler (1980), pode levar a um declínio do sistema de turismo de Petrópolis caso não haja uma política de renovação do destino.

# MULTIPLICADOR DO EMPREGO DO ECOSSISTEMA DE TURISMO DE PETRÓPOLIS

# 4. MULTIPLICADOR DO EMPREGO DO ECOSSISTEMA PRODUTIVO DE TURISMO DE PETRÓPOLIS

O sistema produtivo de turismo pode ser definido como uma atividade indutora na perspectiva de North (1956). Neste sentido, a atividade indutora (sistema produtivo do turismo) é definida como a atividade capaz de gerar renda nova e estimular o emprego local, via efeito multiplicador, catalisando o processo de desenvolvimento econômico. Para North (ibid), é preciso estimular estas atividades, pois estes setores são capazes de gerar um círculo virtuoso de crescimento do emprego e da renda.

De modo a auxiliar a TURISPETRO, o COMTUR e o *trade* turístico, aplicamos o multiplicador de base econômica para estimar o multiplicar de emprego do ecossistema de turismo de Petrópolis. De posse desse multiplicador os atores públicos e privados poderão estimar o impacto de uma política de desenvolvimento e adensamento do ecossistema de turismo na economia de Petrópolis. De forma mais específica, o multiplicador de base econômica é capaz de estimar o impacto sobre o emprego de novos investimentos no ecossistema de turismo petropolitano.

O multiplicador de base econômica é bastante difundido e aplicado pelos economistas regionais para explicar a diferença de crescimento entre as regiões diante da falta de uma estrutura de dados complexa, como é o caso de uma matriz de insumo-produto. A teoria da base econômica foi desenvolvida inicialmente, inspirada no modelo do multiplicador keynesiano, como um instrumento de análise dos efeitos de um acréscimo exógeno e autônomo de demanda sobre o nível de atividade econômica de uma região. A ideia básica do modelo é que algumas atividades instaladas ou vindouras para o município de Petrópolis são capazes de gerar emprego e renda induzindo o desenvolvimento local/regional.

No que se refere as atividades do ecossistema produtivo de turismo, por meio de sua estrutura de interdependência produtiva e de consumo, além de endogenizar o emprego na região, catalisam o crescimento do emprego e da renda das atividades a montante e a jusante de sua cadeia produtiva. Posto de outra forma, o aumento da demanda pelos bens e serviços turísticos, via multiplicador de comércio, cria um efeito

multiplicador local tornando este ecossistema produtivo estratégico para induzir o desenvolvimento local. Segundo Aulicino (2011), atividade turística pode ser definida como atividade econômica básica capaz de estimular atividades econômicas não-básicas.

O multiplicador do emprego do ecossistema produtivo de turismo petropolitano foi calculado utilizando os dados de empregos formais para o ano de 2021. Estes dados estão disponíveis na Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) do Ministério da Economia. O modelo é formalizado como segue:

## EQUAÇÃO 5 - DECOMPOSIÇÃO DO EMPREGO TOTAL

$$E_{total} = E_{indutor} + E_{suporte}$$

**Onde:** $E_{total}$ é o número total de empregos em Petrópolis); $E_{indutor}$ é a quantidade de empregos nos setores básicos e, por fim, $E_{suporte}$ é o número de empregos no setor de suporte.

O setor de suporte é aquele considerado endógeno e compreende as atividades produtoras de bens e serviços destinados a satisfazer a demanda interna de Petrópolis, ou seja, dos munícipes e das atividades complementares ao setor indutor.

Já as atividades indutoras (básicas) são aquelas que compreendem as atividades que produzem bens e serviços capazes de atender tanto a demanda local quanto não local. Segundo esta modelagem, o setor de turismo é considerado como indutor e expansões ocorridas nesta atividade, por meio de sua interdependência produtiva, puxam o crescimento do setor de suporte potencializando o aumento do emprego e da renda na economia petropolitana.

De modo a estimar as atividades que serão classificadas como indutoras e de suporte, o método indireto de determinação da estrutura de emprego da base econômica por meio do Quociente Locacional ($QL$) foi utilizado. Com base neste procedimento, os setores que apresentarem $QL$ superiores à unidade serão definidos

como de $E_{indutor}(E_{indutor} = Setor_i = QL > 1)$. Já os demais serão definidos como de $E_{suporte}(E_{suporte} = Setor_i = QL < 1)$. Segundo os dados da RAIS, a economia petropolitana possuía 66.953 empregos formais em 2021. Utilizando o $QL$ para decompor o $E_{total}$, estimou que 21.850 são $E_{indutor}$ e 45.103 são $E_{suporte}$.

De posse dos setores classificados como indutores e de suporte, define-se $\alpha$ como a razão entre $E_{suporte}$ e $E_{total}$. Assim, temos:

### EQUAÇÃO 6 – CÁLCULO DA RAZÃO DE EMPREGO

$$\alpha = \frac{E_{suporte}}{E_{total}}$$

**Onde:** $\alpha$ é chamado de razão de emprego e $0 \leq \alpha \leq 1$. Para a economia petropolitana $\alpha = {}^{45.103}/_{66.953} = 0{,}6736$. Com $\alpha$ conhecido, é possível reescrever $E_{suporte}$ em função do $E_{total}$ da seguinte forma:

### EQUAÇÃO 7 – REESCREVENDO O EMPREGO DE SUPORTE

$$E_{suporte} = \alpha E_{total}$$

Substituindo a EQUAÇÃO 7 na EQUAÇÃO 5 e, rearranjando os termos, tem-se:

### EQUAÇÃO 8 - MULTIPLICADOR DO EMPREGO

$$E_{total} = \frac{1}{1-\alpha} E_{indutor}$$

$\frac{1}{1-\alpha} = k$ pode ser considerado o multiplicador de emprego do ecossistema produtivo do setor de turismo de Petrópolis. A interpretação do multiplicador $k$ é realizada da seguinte forma, o emprego total gerado na economia de Petrópolis é igual ao emprego no ecossistema produtivo de turismo multiplicado pelo multiplicador de

emprego ($k$). Como $\alpha$ é menor do que 1, o multiplicador do $k$ será maior do que 1, evidenciando que o setor de turismo possui a capacidade de gerar emprego adicional para o município de Petrópolis.

Com base na metodologia descrita acima, foi encontrado um multiplicador do ecossistema produtivo do turismo de Petrópolis da ordem de 3,06. Este resultado revela que para cada 100 empregos formais diretos criados na estrutura produtiva de turismo, outros 206 empregos formais indiretos adicionais são criados na economia de Petrópolis, totalizando a geração de 306 empregos formais no município.

# DIAGNÓSTICO SITUACIONAL – PROSPECÇÃO DA MATRIZ SWOT DO ECOSSISTEMA DE TURISMO DE PETRÓPOLIS

# 5. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL – PROSPECÇÃO DA MATRIZ SWOT DO SISTEMA TURÍSTICO PETROPOLITANO

O Ministério do Turismo especifica que o diagnóstico situacional deve ser visto como uma fase subsequente da inventariação da oferta turística e da análise de sua demanda (BRASIL, 2007) – sendo que ambos foram rigorosamente delimitados pelos relatórios predecessores a este. A partir deste escopo analítico, a proposição de um diagnóstico situacional se mostra fundamental para a prospecção de quaisquer estratégias – sejam estas de desenvolvimento, sobrevivência, restrição ou risco (CHIAVENATO, 2005) – que objetivem o aprimoramento e crescimento da cadeia turística, privilegiando seu desenvolvimento sustentável.

Afinal, através deste diagnóstico há a oportunidade de se oferecer um minucioso entendimento sobre os pontos fortes e fracos dos produtos/serviços turísticos, assim como as oportunidades e ameaças oriundas do seu mercado, permitindo o reconhecimento dos ativos, fraquezas, vulnerabilidades e potencialidades desse sistema turístico. Consequentemente, tal preâmbulo permite elaborações mais assertivas sobre os tipos de estratégia que balizarão os planos em prol do desenvolvimento turístico local, maximizando seus efeitos positivos sobre seus *stakeholders*.

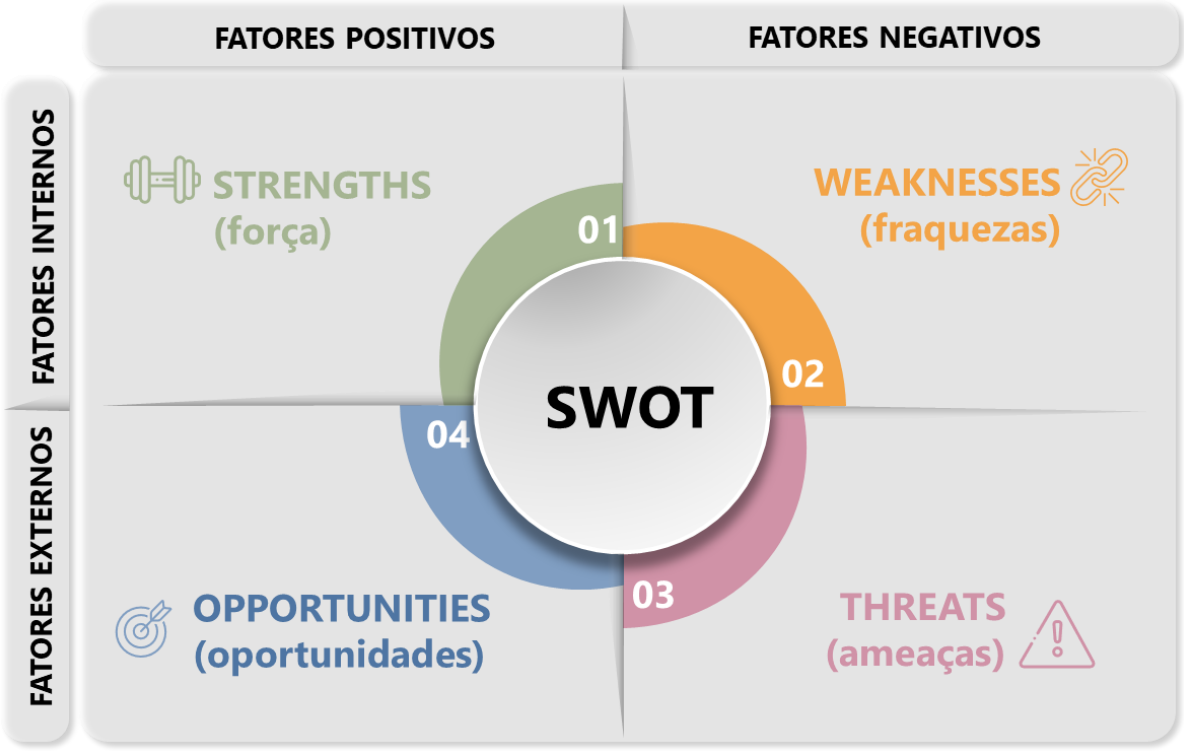
Desse modo, é a partir deste diagnóstico que o *trade* turístico, seus gestores públicos e comunidade podem compreender, por exemplo: as interrelações positivas/negativas entre território e sistema turístico; o engajamento ou inatividade de seus *players*; a existência de diferenciais competitivos na destinação turística; as prioridades a serem resolvidas a partir dos principais pontos fracos e ameaças detectados.

Nesse sentido, Barreto (2005, p. 73) esclarece que o diagnóstico turístico tem como objetivo "definir áreas críticas de necessidade, o que significa verificar onde a intervenção se torna imperativa; buscar elementos para justificar a ação (...) e estabelecer prioridades". Dessa maneira, esta ação permite que os componentes do sistema turístico reconheçam, detalhadamente, suas principais características – sejam

essas positivas e/ou negativas – para que, a partir disso, consigam assumir uma posição mercadológica mais assertiva (MOLINA; RODRÍGUEZ, 2001; IGNARRA, 2002; ACERENZA, 2003).

Isto posto, para reconhecer as particularidades do macroambiente petropolitano, a equipe executora elaborou duas metodologias de ação[46], pautadas nos preceitos das análises SWOT e de Pareto. Através da primeira análise, intencionou-se compreender oportunidades e ameaças do ambiente externo, assim como pontos fortes e fracos do ambiente interno (SANTOS; MATSCHUCK, 2015) – ver Figura 56, objetivando, a partir dessa mensuração, a prospecção das estratégias supracitadas.

**FIGURA 56 - ELEMENTOS QUE COMPÕEM A ANÁLISE SWOT**




**Fonte:** Adaptado Casarotto (2019, p.16)

Já a segunda análise – de Pareto – foca na ordem com que determinados problemas devem ser resolvidos (MARIANI, 2005). Basicamente, este princípio explicita

[46] Conforme aprovado no segundo relatório que evidencia as propostas metodológicas para a construção do plano diretor de turismo petropolitano, estas duas ações foram executadas em gabinete.

que a maior parte das adversidades são ocasionadas por um número restrito de condicionantes. Por exemplo: 80% dos principais problemas organizacionais poderiam ser resolvidos focando em 20% das queixas; ou então que 80% do lucro de uma empresa proveriam dos 20% dos seus principais produtos/clientes.

Dessa maneira, aplicando o Princípio de Pareto sobre os pontos fracos e as ameaças detectadas, os gestores da cadeia produtiva do turismo petropolitano terão um panorama sobre os principais problemas enfrentados por esta destinação. A partir disso, estes profissionais podem tomar decisões mais assertivas, focando em questões que de fato tragam maiores e melhores resultados, mitigando estas adversidades no sistema turístico petropolitano.

Com estes esclarecimentos efetuados, nos dias 29 de novembro e 07 de dezembro de 2022, nos auditórios da Cervejaria Bohemia, a equipe executora deste plano diretor realizou dois seminários que contaram com a participação da Secretaria de Turismo de Petrópolis (TURISPETRO), do Petrópolis *Convention & Visitors Bureau*, além das mais distintas representações do sistema turístico petropolitano.

Isto posto, o objetivo destes encontros foi estruturar, junto aos participantes, uma matriz SWOT deste sistema turístico, que serviu de base para a prospecção do plano de desenvolvimento turístico, que será apresentado no próximo capítulo. Para tanto, os membros presentes nestes seminários foram divididos em 6 grupos, constituídos a partir do seguinte padrão normativo: a necessidade de cada membro pertencer a um segmento turístico distinto, de maneira que cada agrupamento analisasse esta cadeia produtiva de forma macro.

Durante o momento de trabalho, cada grupo teve um período pré-determinado de tempo (40 minutos) para discussão e elaboração de suas respectivas matrizes SWOT. Para tanto, contaram com material ilustrativo disponibilizado pela equipe executora, exatamente como disposto na figura a seguir[47]:

[47] Vide apêndice U para visualizar o material da construção da SWOT.

**FIGURA 57 - CARDS PARA ELABORAÇÃO DA MATRIZ SWOT**

**Fonte**: Elaborado pelos autores.

Sobre estes *cards*, existem alguns pontos importantes a serem destacados: (1) através destes, os grupos deveriam externar seus posicionamentos sobre os atuais pontos fortes e fracos, as oportunidades e ameaças do sistema turístico petropolitano; (2) a partir da régua de prioridades – estrelas destacadas no canto superior direito de cada retângulo – os grupos identificaram o grau de prioridade de seus apontamentos. Desse modo, os Quadros 36 ao 41 expõem os resultados dispostos pelos grupos que participaram dessa dinâmica:

**QUADRO 36 - MATRIZ SWOT DO GRUPO 1**

| | PONTOS FORTES | PONTOS FRACOS |
|---|---|---|
| Fatores Internos | Belezas naturais<br>Clima<br>Segurança<br>História e Cultura<br>Gastronomia<br>Calendário de eventos<br>Montanhismo | Comunicação<br>Sinalização turística<br>Mobilidade urbana<br>Capacitação de pessoal<br>Estacionamento (flanelinhas)<br>Acesso<br>Chuvas<br>Banheiros Públicos<br>Lixo<br>Ocupação desordenada |

## QUADRO 36 - MATRIZ SWOT DO GRUPO 1 (CONTINUAÇÃO)

| | OPORTUNIDADES | AMEAÇAS |
|---|---|---|
| Fatores Externos | Interesse pelo turismo de aventura<br>Promoção de eventos variados no parque de exposições<br>Turismo de bem-estar em ascensão<br>Participação em feiras de turismo<br>Retomada econômica<br>Petrópolis em evidência no cenário estadual<br>Cidade com títulos temáticos: cervejarias, casamentos, orgânicos<br>Pluralidade nos segmentos de turismo | Chuvas<br>Turismo em massa<br>Limpeza urbana ineficiente<br>Promoção de eventos sem organização antecipada de infraestrutura (problemas para a população local)<br>Aumento da criminalidade<br>Trânsito, mobilidade urbana<br>Acesso rodoviário (imprevisibilidade)<br>Ocupação desordenada.<br>Especulação imobiliária (especialmente no centro histórico) |

**Fonte:** Elaborado pelos autores

## QUADRO 37 - MATRIZ SWOT DO GRUPO 2

| | PONTOS FORTES | PONTOS FRACOS |
|---|---|---|
| Fatores Internos | Patrimônio e atrativos histórico culturais<br>Paisagem exuberante e atrativos naturais<br>Segurança<br>Gastronomia<br>Polo cervejeiro (capital estadual da cerveja)<br>Capital estadual do casamento<br>Processo de expansão da segmentação do turismo. Ex: ecorrural, ecoturismo e eventos | Mobilidade urbana<br>Mão de obra qualificada nos segmentos do turismo<br>Falta de banheiros públicos<br>Sinalização turística nos distritos<br>Flanelinhas e pedintes<br>Coleta de lixo e lixeiras publicas<br>Envolvimento e comprometimento do *Trade* na integração da cadeia produtiva e na construção do planejamento do destino.<br>Depredação de vandalismo do patrimônio público<br>Divulgação e conexão em áreas públicas.<br>Falta de receptivos na cidade |
| | **OPORTUNIDADES** | **AMEAÇAS** |
| Fatores Externos | Imagem do turismo e dos produtos de Petrópolis<br>Localização estratégica<br>APA'S<br>Categoria "A" no mapa do turismo | Obras paralisadas e estado atual da BR 040<br>Eventos climáticos<br>Ocupação desordenada |

**Fonte:** Elaborado pelos autores

## QUADRO 38 - MATRIZ SWOT DO GRUPO 3

| | PONTOS FORTES | PONTOS FRACOS |
|---|---|---|
| Fatores Internos | Gastronomia<br>Nossa História<br>Segurança<br>Aspectos Naturais, Clima<br>Arquitetura Imperial<br>Sistema de Saúde<br>Circuito a pé<br>Cultura a pé | Ausência: Fundação de Cultura<br>Sinalização Turística<br>Qualidade da mão de obra<br>Falta de Informações<br>Mobilidade Urbana<br>Secretaria de Eventos<br>CITs – folheteria, internet, atendimento bilíngue, banheiros, mapas da cidade, circuitos turísticos delineados, sistema de ônibus – hop on hop off<br>Alagamentos, deslizamentos, inundações |
| | **OPORTUNIDADES** | **AMEAÇAS** |
| Fatores Externos | Prevenção<br>Capacitação, Comércio<br>Capacitação/turis/restaurantes<br>Revisão de Protocolos<br>Turismo de Convenções | Falta de tecnologia, atendimento de qualidade<br>Renovação dos atrativos turísticos<br>Cultura da rivalidade. Falta de integração em prol do turismo (sinergia) |

**Fonte:** Elaborado pelos autores

## QUADRO 39 - MATRIZ SWOT DO GRUPO 4

| | PONTOS FORTES | PONTOS FRACOS |
|---|---|---|
| Fatores Internos | Inovação<br>Bom atendimento ao público<br>Segurança<br>Atrativos históricos<br>Belezas naturais<br>Gastronomia<br>Eventos | Falta de divulgação<br>Conectividade em certos locais<br>Melhor ordenamento na recepção do turista<br>Ausência de fiscalização<br>Antecipação de tarifários para eventos do ano seguinte |
| | **OPORTUNIDADES** | **AMEAÇAS** |
| Fatores Externos | Melhorias substanciais na fiscalização<br>Divulgação dos atrativos nos municípios circunvizinhos<br>Internet pública em áreas turísticas<br>Acesso regular (melhorias) sem engarrafamentos.<br>Melhora da mobilidade urbana | Reação lenta às intempéries climáticas<br>Ocupação irregular do solo urbano<br>Estacionamento irregular em áreas centrais<br>Limpeza regular para evitar assoreamento dos rios<br>Conscientização da população sobre a importância do turismo (renda e emprego) |

## QUADRO 39 - MATRIZ SWOT DO GRUPO 4 (CONTINUAÇÃO)

| | OPORTUNIDADES | AMEAÇAS |
|---|---|---|
| Fatores Externos | | Ausência telas metálicas para retirar sujeira dos bueiros regularmente<br>Tarifação diferenciada do transporte público em grandes eventos turísticos (Bauernfest)<br>Melhoria da qualidade dos transportes públicos |

**Fonte:** Elaborado pelos autores

## QUADRO 40 - MATRIZ SWOT DO GRUPO 5

| | PONTOS FORTES | PONTOS FRACOS |
|---|---|---|
| Fatores Internos | Clima ameno (inverno)<br>Segurança<br>Polo cervejeiro do país<br>Turismo ecorrural a ser melhor desenvolvido<br>Turismo de eventos está se consolidando<br>Natureza exuberante<br>Oferecemos segmentação no turismo em geral: educacional, gastronômico, casamentos, formaturas<br>Gastronomia<br>Atrativos histórico culturais | Falta capacitação nos prestadores de serviços nos equipamentos e atrativos<br>Falta sensibilização do morador em todas as faixa etárias<br>Falta de divulgação geral<br>Mobilidade é ruim (tanto dentro da cidade como na serra). Faltam vários modais, faixas exclusivas, ciclovias, sinalização.<br>Falta de parceria entre os empreendimentos e engajamento do *Trade*<br>Percepção do turista frente aos riscos dos eventos climáticos extremos.<br>Falta de receptivo (2 ou 3, apenas).<br>Mais emissivo<br>Falta acessibilidade aos atrativos e empreendimentos como também bebedouros e banheiros |
| | **OPORTUNIDADES** | **AMEAÇAS** |
| Fatores Externos | Usar a mão de obra estudantil universitária na prestação de serviços (estágios)<br>Investir em divulgação dos diversos circuitos integrados (existentes e a serem criados)<br>Disponibilizar/adequar o material informativo (Internamente – aplicativos, mapas, folhetos, etc.)<br>Adequar infraestrutura de acesso aos parques nacionais e municipal | Reconhecimento baixo dos players que se dedicam ao turismo<br>Falta de revitalização urbana periódica (ruas, rios, jardins, praças, árvores, não só no centro histórico)<br>Pouco interesse da população e do empresariado em reinvestir no turismo: equipamentos, valorização, informação, capacitação<br>Falta recuperação rápida das áreas atingidas por eventos climáticos |

## QUADRO 40 - MATRIZ SWOT DO GRUPO 5 (CONTINUAÇÃO)

| | OPORTUNIDADES | AMEAÇAS |
|---|---|---|
| Fatores Externos | Aumentar o acesso PcDs (rampas, braile, informação em libras, etc.). Linguagem dos sinais. Produto a ser trabalhado. | Uma cultura (em relação ao horário de funcionamento) diferente do que o turista precisa (taxi, Uber, bares, restaurantes e lojas até tarde<br>Estudo de atualização da semana inglesa.<br>Organização do *Trade*, com mais entrosamento e diálogo de problemas comuns.<br>Proximidade com cidades de baixo IDH: insegurança, mendicância, depredação, flanelinhas, camelôs<br>Individualismo: cada um faz o seu e não pratica o coletivo |

**Fonte:** Elaborado pelos autores

## QUADRO 41 - MATRIZ SWOT DO GRUPO 6

| | PONTOS FORTES | PONTOS FRACOS |
|---|---|---|
| Fatores Internos | Turismo histórico cultural<br>Diversidade da oferta na segmentação turística (Ex: casamentos, cervejeiros, esportivos, etc.)<br>Segurança<br>Turismo de natureza<br>Petrópolis presente no imaginário e desejo de conhecê-la | Roteiro turístico histórico-cultural restritos aos atrativos tradicionais e consolidados<br>Inovação necessária nos equipamentos existentes<br>Poucos espaços com acessibilidade ou inadequadas, assim como nas calçadas<br>Falta de capacitação para o atendimento ao turista<br>Pessoas em situação de rua, comércio ilegal e flanelinhas<br>Falta de campanhas para a valorização e importância do setor para os moradores e seus benefícios<br>Calendário turístico com eventos concentrados no 2º semestre<br>Fraca sinalização turística com informações dos atrativos com acessos.<br>DTI |
| | **OPORTUNIDADES** | **AMEAÇAS** |
| Fatores Externos | Turismo por proximidade (no máximo até 200m)<br>Mídia espontânea e positiva (com novas mídias)<br>Turismo cinematográfico (cenário do destino) | Acesso pela BR-040: má conservação, pedágio, acidentes<br>Destino com tarifas altas (hospedagem, alimentação, combustível, etc.) |

**QUADRO 41 - MATRIZ SWOT DO GRUPO 6 (CONTINUAÇÃO)**

| | OPORTUNIDADES | AMEAÇAS |
|---|---|---|
| Fatores Externos | Argumento de destino seguro<br>Turismo de natureza e lazer<br>Eventos esportivos, recursos, patrocinadores e divulgação do destino | Avanço acelerado de outros destinos próximos, criando novos atrativos e organização<br>Airbnb desregulamentado e demais hospedagens informais<br>Desconhecimento da diversidade de atrativos, desmotivando permanência<br>Carência de lazer noturno, principalmente no 1º Distrito |

**Fonte:** Elaborado pelos autores

De todos os pontos listados pelos seis grupos, um não pôde ser alocado nos quadrantes internos (pontos fortes e fracos) e externos (oportunidades e ameaças), sendo este: utilizar espaços/eventos públicos e privados para divulgação dos próximos eventos e atrativos turísticos de Petrópolis oferece. Sua não inserção é justificada pelo fato de sua caracterização não se alinhar às proposições conceituais de uma matriz SWOT.

Com este aspecto esclarecido, a equipe executora realizou as categorizações das respostas dadas pelos seis grupos, respeitando os preceitos conceituais de cada quadrante – ver Quadro 42. Prerrogativa essa que demandou a reordenação de algumas respostas, migrando-as, por exemplo, do escopo de "ameaça" para "ponto fraco", ou de "oportunidade" para "ponto forte".

## QUADRO 42 - PROPOSIÇÃO FINAL DA ANÁLISE SWOT DO SISTEMA TURÍSTICO PETROPOLITANO

| | PONTOS FORTES | PONTOS FRACOS |
|---|---|---|
| Fatores Internos | **I.** Patrimônios e atrativos culturais (7)<br>**II.** Segurança (7)<br>**III.** Atrativos naturais e turismo em áreas de conservação (*bird watching, mountain bike,* motocross, caminhada, *trekking,* etc.) (7)<br>**IV.** Gastronomia (5)<br>**V.** Eventos (Calendário) (4)<br>**VI.** Diversidade da oferta turística (4)<br>**VII.** Polo cervejeiro (capital estadual da cerveja[48]) (3)<br>**VIII.** Proximidade entre os atrativos do centro histórico (deslocamento a pé) (3)<br>**IX.** Capital estadual do casamento[49] (2)<br>**X.** Infraestrutura, equipamentos e mão-de obra especializada para eventos (2)<br>**XI.** Atrativos com potencial de crescimento (ecorrural e ecoturismo) (2)<br>**XII.** Imagem/imaginário da cidade Imperial (2)<br>**XIII.** Capital estadual dos produtos orgânicos[50] (1)<br>**XIV.** Capital estadual do canto coral[51] (1)<br>**XV.** Bom atendimento ao público (1)<br>**XVI.** Turismo pedagógico (1)<br>**XVII.** Montanhismo (1)<br>**XVIII.** Versatilidade do parque municipal Prefeito Paulo Rattes (1)<br>**XIX.** Comércio em polos de compra (rua Teresa) (1)<br>**XX.** Movimento de inovação – GE Celma, SERRATEC e LNCC (1)<br>**XXI.** Sistema de saúde (1) | **I.** Ocupação desordenada e obras para prevenir alagamentos, deslizamentos e inundações (10)<br>**II** Comunicação e divulgação (Comunicação e divulgação (criação de um plano de marketing de destino e uma divulgação antecipada dos eventos) (8)<br>**III.** Mobilidade urbana (8)<br>**IV.** Baixa cooperação e engajamento do *trade* nos processos de planejamento e operacionalização do destino (8)<br>**V.** Capacitação de pessoal (7)<br>**VI.** Infraestrutura de acesso aos atrativos (6)<br>**VII.** Sinalização turística (revisão no 1º Distrito e estruturação do 2º ao 5º distritos) (5)<br>**VIII.** Estacionamento (flanelinhas) (5)<br>**IX.** Infraestrutura pública e privada (banheiros, bebedouros e lixeiras) (5)<br>**X.** Horário de funcionamento da oferta e dos serviços turísticos diferentes das necessidades das demandas (1º Distrito) (5)<br>**XI.** Baixa taxa de ocupação hoteleira durante a semana (4)<br>**XII.** Poucos atrativos no distrito de Itaipava e arredores (4)<br>**XIII.** Excesso de operacionalização de eventos por parte da TURISPETRO (4)<br>**XIV.** Conexão de internet em áreas públicas (4)<br>**XV.** Baixo engajamento do munícipe no sistema turístico (4)<br>**XVI.** Ordem urbana deficitária (pessoas em situação de rua e comércio ilegal) (4) |

[48] Lei nº 7650 de 13 de julho de 2017. Confere ao município de Petrópolis o título de "Capital Estadual da Cerveja".

[49] Lei nº. 5841/2022 de 8 de junho de 2022.

[50] Capital Estadual dos Produtos Orgânicos após a sanção da lei 8.118 de 25 de setembro de 2018.

[51] Capital Estadual do Canto Coral após a sanção da Lei nº 8600, de 31 de outubro de 2019.

## QUADRO 42 - PROPOSIÇÃO FINAL DA ANÁLISE SWOT DO SISTEMA TURÍSTICO PETROPOLITANO (CONTINUAÇÃO)

| | PONTOS FORTES | PONTOS FRACOS |
|---|---|---|
| Fatores Internos | | **XVII.** Identificação do perfil do turista (medição e monitoramento) (4)<br>**XVIII.** Lançamento tardio do edital de eventos (gerando incerteza, para o *trade*, sobre a realização do evento) (4)<br>**XIX.** Conservação do patrimônio público (vandalismo e limpeza urbana) (3)<br>**XX.** Funcionamento deficitário dos Centros de Informação Turística (falta de funcionários e infraestrutura) (3)<br>**XXI.** Deficiência na regulamentação dos transportes turísticos (3)<br>**XXII.** Acessibilidade turística (infraestrutura pública e privada, serviços, atendimento etc.) (2)<br>**XXIII.** Reestruturação dos produtos e atrativos turísticos (geração de novos valores e unidades de negócio) (2)<br>**XXIV.** Ausência de parque temático e de entretenimento (2)<br>**XXV.** Falta de autonomia da TURISPETRO por ser administração direta (morosidade nos processos) (1)<br>**XXVI.** Circuitos turísticos delineados (1)<br>**XXVII.** Antecipação de tarifários para eventos do ano seguinte (1)<br>**XXVIII.** Baixo quantitativo de agências atuando no receptivo, priorizando o emissivo (1)<br>**XXIX.** Baixo poder de criação de novos produtos (ênfase nos históricos/culturais tradicionais e já consolidados) (1)<br>**XXX.** Planejamento deficitário para os eventos locais (infraestrutura e população local) (1)<br>**XXXI.** Elevado ticket médio (hospedagem, alimentação, combustível, etc.) (1)<br>**XXXII.** Descumprimento de leis de gratuidade e meia entrada para públicos específicos em alguns atrativos (1)<br>**XXXIII.** Ausência de políticas públicas para o resgate do transporte ferroviário com finalidade turística (1) |

## QUADRO 42 - PROPOSIÇÃO FINAL DA ANÁLISE SWOT DO SISTEMA TURÍSTICO PETROPOLITANO (CONTINUAÇÃO)

| Fatores Internos | PONTOS FRACOS | |
|---|---|---|
| | **XXXIV.** Desestruturação do Observatório Regional do Turismo (1)<br>**XXXV.** Artesanato (fortalecimento de sua cultura) (1) | |
| Fatores Externos | **OPORTUNIDADES** | **AMEAÇAS** |
| | **I.** Criação e fortalecimento dos produtos turísticos (aventura, bem-estar, 60+, convenções, negócios, cinematográfico, teatro, coral, natureza, lazer e eventos esportivos, LGBTQIA+, PcD, festivais de música e dança, turismo científico e turismo de compras) (15)<br>**II.** Aumentar o engajamento nas redes sociais (5)<br>**III.** Clima ameno e frio (3)<br>**IV.** Feiras de turismo (divulgação) (3)<br>**V.** Categoria "A" no mapa do turismo brasileiro (3)<br>**VI.** Fortalecimento de roteiros integrados da Serra Verde Imperial (2)<br>**VII.** Fortalecimento de parcerias para divulgação dos atrativos petropolitanos nos municípios circunvizinhos (2)<br>**VIII.** Retomada econômica (1)<br>**IX.** Petrópolis em evidência no cenário estadual (aprovação de leis de incentivo ao turismo) (1)<br>**X.** Proximidade de grandes centros emissores (1)<br>**XI.** Integração do poder executivo municipal com IES locais (estágios) (1) | **I.** Clima (Chuva) (5)<br>**II.** Condição de trafegabilidade e acidentes no principal meio de acesso – BR 040 (5)<br>**III.** Desconhecimento, pelo turista, da diversidade de atrativos, desmotivando sua permanência (4)<br>**IV.** Aumento da concorrência - destinos com produtos similares (3)<br>**V.** Aumento da criminalidade no acesso e nos municípios circunvizinhos (2)<br>**VI.** Baixa articulação entre os poderes executivos – municipal, estadual e federal – nas intempéries climáticas (2)<br>**VII.** Turismo em massa (1)<br>**VIII.** Valor praticado nos pedágios (1)<br>**IX.** Especulação imobiliária, dificultando novos empreendimentos turísticos (especialmente no centro histórico) (1)<br>**X.** Airbnb e demais hospedagens informais (1)<br>**XI.** Fiscalização e organização deficitárias na recepção do turista (veículos de turismo) (1)<br>**XII.** Descumprimento da Lei Federal 8.623/1993 e Lei Estadual 4.315/2004 que regulamentam a profissão de Guia de Turismo e falam da obrigatoriedade desse profissional nas excursões (1) |

**Fonte:** Elaborado pelos autores

Aspecto oportuno a ser ressaltar diz respeito ao fato de os resultados externados pelo quadro acima terem sido debatidos e validados em dois momentos distintos: pelos partícipes do seminário desenvolvido no dia 07 de dezembro de 2022; pelo grupo de trabalho realizado com membros do *trade* turístico petropolitano no dia 19 de dezembro de 2022. Além disso, ainda sobre o conteúdo deste quadro, duas explicações se fazem oportunas, estando estas conectadas.

A primeira, diz respeito à ordenação das variáveis em cada quadrante. Esta disposição sempre obedece a métrica do grau de importância, indo da mais a menos representativa. Logo, os algarismos romanos determinam este grau de importância. O segundo esclarecimento vincula-se aos números apresentados entre parênteses, que significam as frequências com que cada variável foi apontada.

Assim, por exemplo, "patrimônios e atrativos culturais" se destacam como o principal ponto forte petropolitano, acumulando 7 indicações. Logo, observando essas frequências, em especial aos resultados positivos alcançados, nota-se que:

- Pontos fortes: sua maior concentração – 80,70% - se dá entre as variáveis de 1 a 11;
- Oportunidades: sua maior concentração – 83,78% - se dá entre as variáveis de 1 a 6.

Já com relação aos pontos fracos e às ameaças, por causa das distribuições das respostas, é cabível a prospecção da análise de Pareto, permitindo indicar as prioridades a serem consideradas para se minimizar os efeitos destes escopos negativos sobre os resultados do sistema turístico petropolitano. Em vista disso, as tabelas e os gráficos a seguir externam esta análise de concentração:

## TABELA 32 - PRINCÍPIO DE PARETO APLICADO AOS PONTOS FRACOS IDENTIFICADOS PELOS PARTÍCIPES DO SEMINÁRIO

| Motivo | | Quantidade | Frequência | Freq. Acum. |
|---|---|---|---|---|
| PF1 | Ocupação desordenada e obras para prevenir alagamentos, deslizamentos e inundações | 10 | 8,00% | 8,00% |
| PF2 | Comunicação e divulgação (Comunicação e divulgação (criação de um plano de marketing de destino e uma divulgação antecipada dos eventos) | 8 | 6,40% | 14,40% |
| PF3 | Mobilidade urbana | 8 | 6,40% | 20,80% |
| PF4 | Baixa cooperação e engajamento do *trade* nos processos de planejamento e operacionalização do destino | 8 | 6,40% | 27,20% |
| PF5 | Capacitação de pessoal | 7 | 5,60% | 32,80% |
| PF6 | Infraestrutura de acesso aos atrativos | 6 | 4,80% | 37,60% |
| PF7 | Sinalização turística (revisão no 1º Distrito e estruturação do 2º ao 5º distritos) | 5 | 4,00% | 41,60% |
| PF8 | Estacionamento (flanelinhas) | 5 | 4,00% | 45,60% |
| PF9 | Infraestrutura pública e privada (banheiros, bebedouros e lixeiras) | 5 | 4,00% | 49,60% |
| PF10 | Horário de funcionamento da oferta e dos serviços turísticos diferentes das necessidades das demandas (1º Distrito) | 5 | 4,00% | 53,60% |
| PF11 | Baixa taxa de ocupação hoteleira durante a semana | 4 | 3,20% | 56,80% |
| PF12 | Poucos atrativos no distrito de Itaipava e arredores | 4 | 3,20% | 60,00% |
| PF13 | Excesso de operacionalização de eventos por parte da TURISPETRO | 4 | 3,20% | 63,20% |
| PF14 | Conexão de internet em áreas públicas | 4 | 3,20% | 66,40% |
| PF15 | Baixo engajamento do munícipe no sistema turístico | 4 | 3,20% | 69,60% |
| PF16 | Ordem urbana deficitária (pessoas em situação de rua e comércio ilegal) | 4 | 3,20% | 72,80% |

## TABELA 33 - PRINCÍPIO DE PARETO APLICADO AOS PONTOS FRACOS IDENTIFICADOS PELOS PARTÍCIPES DO SEMINÁRIO (CONTINUAÇÃO)

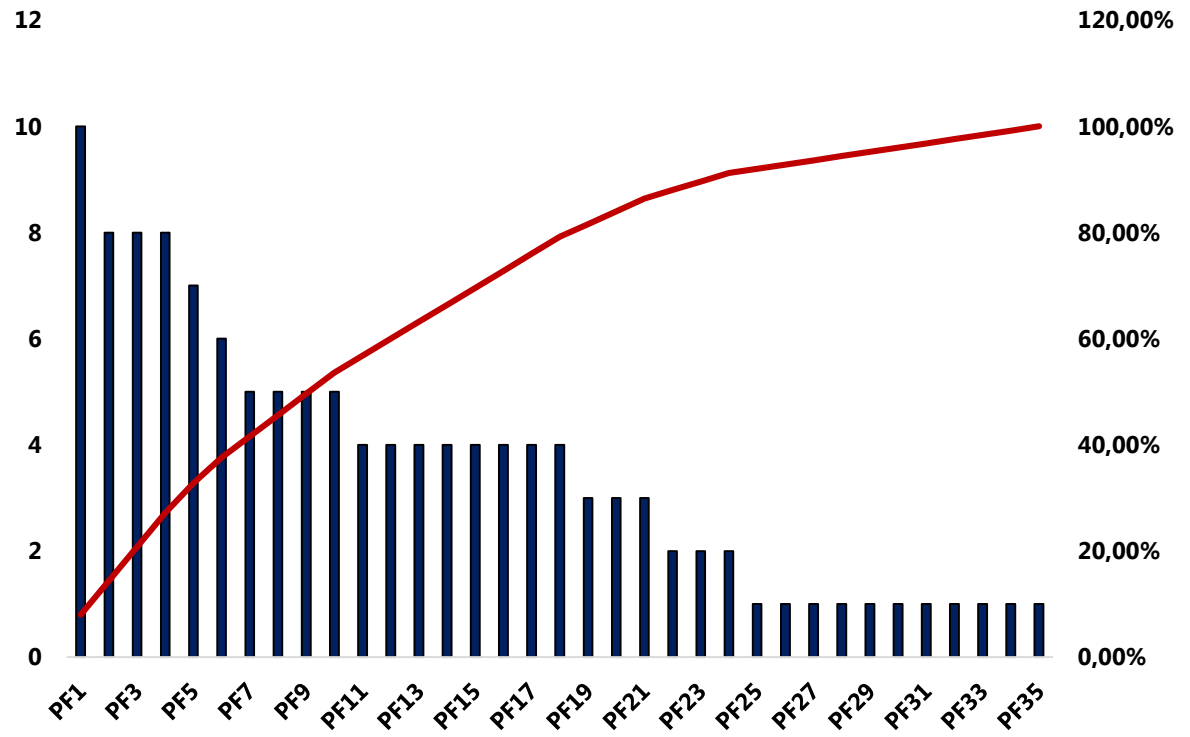
| Motivo | | Quantidade | Frequência | Freq. Acum. |
|---|---|---|---|---|
| PF17 | Identificação do perfil do turista (medição e monitoramento) | 4 | 3,20% | 76,00% |
| PF18 | Lançamento tardio do edital de eventos (gerando incerteza, para o *trade*, sobre a realização do evento) | 4 | 3,20% | 79,20% |
| **PF19** | **Conservação do patrimônio público (vandalismo e limpeza urbana)** | **3** | **2,40%** | **81,60%** |
| PF20 | Funcionamento deficitário dos Centros de Informação Turística (falta de funcionários e infraestrutura) | 3 | 2,40% | 84,00% |
| PF21 | Deficiência na regulamentação dos transportes turísticos | 3 | 2,40% | 86,40% |
| PF22 | Acessibilidade turística (infraestrutura pública e privada, serviços, atendimento etc.) | 2 | 1,60% | 88,00% |
| PF23 | Reestruturação dos produtos e atrativos turísticos (geração de novos valores e unidades de negócio) | 2 | 1,60% | 89,60% |
| PF24 | Ausência de parque temático e de entretenimento | 2 | 1,60% | 91,20% |
| PF25 | Falta de autonomia da TURISPETRO por ser administração direta (morosidade nos processos) | 1 | 0,80% | 92,00% |
| PF26 | Circuitos turísticos delineados | 1 | 0,80% | 92,80% |
| PF27 | Antecipação de tarifários para eventos do ano seguinte | 1 | 0,80% | 93,60% |
| PF28 | Baixo quantitativo de agências atuando no receptivo, priorizando o emissivo | 1 | 0,80% | 94,40% |
| PF29 | Baixo poder de criação de novos produtos (ênfase nos históricos/culturais tradicionais e já consolidados) | 1 | 0,80% | 95,20% |
| PF30 | Planejamento deficitário para os eventos locais (infraestrutura e população local) | 1 | 0,80% | 96,00% |
| PF31 | Elevado ticket médio (hospedagem, alimentação, combustível, etc.) | 1 | 0,80% | 96,80% |

## TABELA 33 - PRINCÍPIO DE PARETO APLICADO AOS PONTOS FRACOS IDENTIFICADOS PELOS PARTÍCIPES DO SEMINÁRIO (CONTINUAÇÃO)

| Motivo | | Quantidade | Frequência | Freq. Acum. |
|---|---|---|---|---|
| PF32 | Descumprimento de leis de gratuidade e meia entrada para públicos específicos em alguns atrativos | 1 | 0,80% | 97,60% |
| PF33 | Ausência de políticas públicas para o resgate do transporte ferroviário com finalidade turística | 1 | 0,80% | 98,40% |
| PF34 | Desestruturação do Observatório Regional do Turismo | 1 | 0,80% | 99,20% |
| PF35 | Artesanato (fortalecimento de sua cultura) | 1 | 0,80% | 100,00% |

**Fonte:** Elaborado pelos autores

## GRÁFICO 38 - PRINCÍPIO DE PARETO APLICADO AOS PONTOS FRACOS IDENTIFICADOS PELOS PARTÍCIPES DO SEMINÁRIO



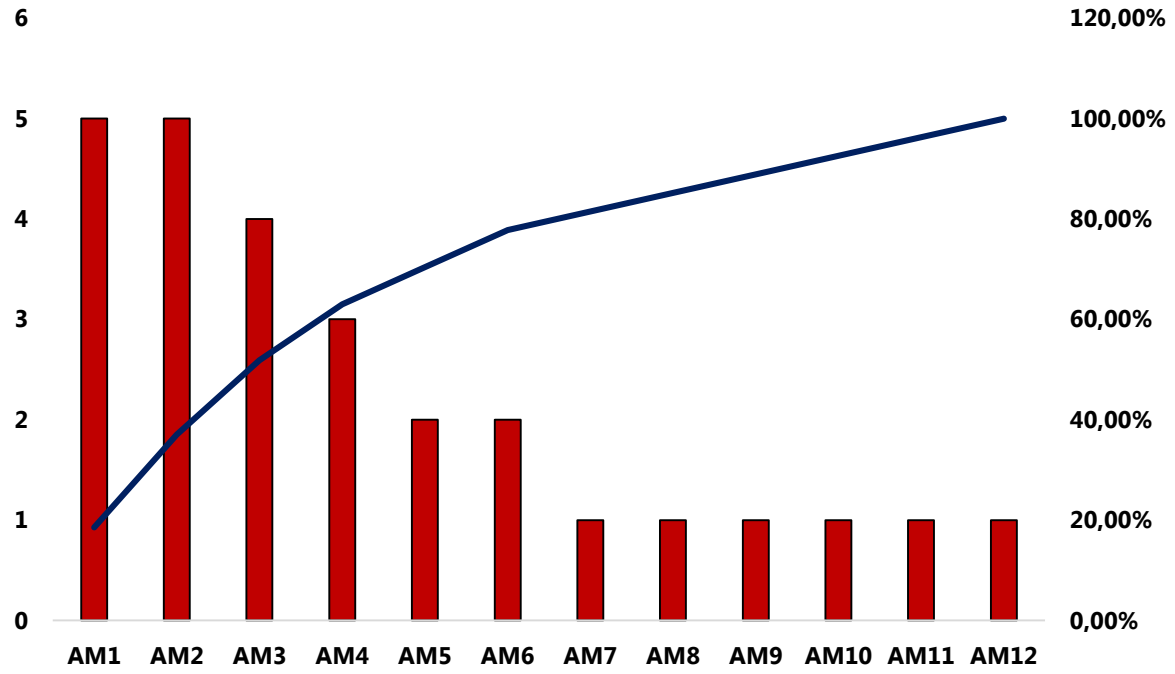

**Fonte:** Elaborado pelos autores

## TABELA 33 - PRINCÍPIO DE PARETO APLICADO ÀS AMEAÇAS IDENTIFICADAS PELOS PARTÍCIPES DO SEMINÁRIO

| Motivo | | Quantidade | Frequência | Freq. Acum. |
|---|---|---|---|---|
| AM1 | Clima (Chuva) | 5 | 18,52% | 18,52% |
| AM2 | Condição de trafegabilidade e acidentes no principal meio de acesso - BR 040 | 5 | 18,52% | 37,04% |
| AM3 | Desconhecimento, pelo turista, da diversidade de atrativos, desmotivando sua permanência | 4 | 14,81% | 51,85% |
| AM4 | Aumento da concorrência - destinos com produtos similares | 3 | 11,11% | 62,96% |
| AM5 | Aumento da criminalidade no acesso e nos municípios circunvizinhos | 2 | 7,41% | 70,37% |
| AM6 | Baixa articulação entre os poderes executivos - municipal, estadual e federal - nas intempéries climáticas | 2 | 7,41% | 77,78% |
| **AM7** | **Turismo em massa** | **1** | **3,70%** | **81,48%** |
| AM8 | Valor praticado nos pedágios | 1 | 3,70% | 85,19% |
| AM9 | Especulação imobiliária, dificultando novos empreendimentos turísticos (especialmente no centro histórico) | 1 | 3,70% | 88,89% |
| AM10 | Airbnb e demais hospedagens informais | 1 | 3,70% | 92,59% |
| AM11 | Fiscalização e organização deficitárias na recepção do turista (veículos de turismo) | 1 | 3,70% | 96,30% |
| AM12 | Descumprimento da Lei Federal 8.623/1993 e Lei Estadual 4.315/2004 que regulamentam a profissão de Guia de Turismo e falam da obrigatoriedade desse profissional nas excursões | 1 | 3,70% | 100,00% |

**Fonte:** Elaborado pelos autores

## GRÁFICO 39 - PRINCÍPIO DE PARETO APLICADO ÀS AMEAÇAS IDENTIFICADAS PELOS PARTÍCIPES DO SEMINÁRIO




**Fonte:** Elaborado pelos autores

Isto posto, a apresentação dos resultados oriundas da matriz SWOT permitirá a prospecção das estratégias em prol do desenvolvimento/aprimoramento do ecossistema de turismo petropolitano.

# PLANO DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO PETROPOLITANO 2023-2030

# 6. PLANO DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO PETROPOLITANO 2023-2030

Sua prospecção seguiu os preceitos estipulados pelo Ministério do Turismo (BRASIL, 2007a), uma vez que esta instituição explicita uma série de variáveis para a concepção deste plano. Dentre essas, a equipe executora contemplou: objetivo geral; objetivos específicos; metas; programas e projetos específicos (BRASIL, 2007a; BORBA; et al., 2015; VORTOLIN, 2015; PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINAS, 2020).

Um ponto importante a ser destacado diz respeito ao processo de construção e validação dessas variáveis. Este ocorreu através de duas oficinas, obedecendo os preceitos da gestão participativa até aqui ilustrados. Desse modo, a primeira oficina intencionou expor os resultados apreendidos, em 29 de novembro de 2022, para a elaboração da matriz SWOT do sistema turístico petropolitano e, em sequência, validá-la perante os *players* turísticos presentes. A partir desse escopo analítico, em específico às prioridades listadas pelos agentes turísticos locais, a equipe executora elaborou os objetivos geral e específicos deste plano de desenvolvimento turístico – ver Quadro 43.

Já o segundo *workshop* tencionou a construção de propostas para os programas e projetos que serão executados entre 2023 a 2030, levando mais uma vez em consideração as prioridades elencadas pelos seguintes atores: COMTUR, TURISPETRO, PC&VB, AGP, sociedade civil, iniciativa privada, terceiro setor e demais grupos interessados. Ressalta-se o fato de que estes membros estiveram presentes na atividade do dia 07 de dezembro de 2022, onde debatemos: validação da matriz SWOT; perfil da demanda desejada; proposição de metas para 2023-2030; e eixos temáticos para os projetos turísticos.

Com estes pontos esclarecidos, a seguir, serão dispostos os elementos base deste plano de desenvolvimento turístico petropolitano:

## 6.1. Objetivo Geral

Propor ações que estimulem e oportunizem o desenvolvimento turístico sustentável, integrado e participativo do município de Petrópolis – RJ para 2023 a 2030.

### *6.1.1. Objetivos Específicos*

I. Promover uma melhor articulação e engajamento dos *players* turísticos e dos munícipes petropolitanos nos processos de planificação e operacionalização de seu sistema turístico, independentemente de suas distribuições distritais;

II. Desenvolver novos valores agregados aos produtos e atrativos turísticos já consolidados, prospectando-lhes novos diferenciais competitivos;

III. Fortalecer ou criar produtos, serviços ou roteiros turísticos que permitam, de maneira responsável, que os empreendedores locais se beneficiem dos títulos de capital estadual da cerveja, do casamento, dos produtos orgânicos e do canto coral, além de contemplar os seguintes segmentos: aventura; bem-estar; 60+; convenções e negócios; cinematográfico e festivais de música e dança; teatro; natureza, lazer e eventos esportivos; LGBTQIA+; PcDs; turismo científico e turismo de compras;

IV. Criar um plano estratégico de comunicação que dissemine, de maneira abrangente e antecipada, informações sobre o calendário de eventos local, de modo que os gestores turísticos petropolitanos tenham tempo hábil para atender às necessidades de seus participantes;

V. Estabelecer um plano de marketing que valorize e dissemine a diversidade da oferta, dos equipamentos e dos atrativos turísticos locais, assim como a qualidade de vida e de segurança de Petrópolis, buscando atrair um maior fluxo de turistas através de ações promocionais desenvolvidas em escalas regionais, interestaduais e internacionais;

VI. Constituir programas de qualificação turística que busquem não só o aprimoramento das competências, habilidades, técnicas e conhecimentos dos profissionais locais, como também contemplem propostas de capacitação para a futura mão-de-obra turística petropolitana;

VII. Revisar o sistema de sinalização turística do 1º Distrito, assim como estrutura-lo nos demais distritos petropolitanos, respeitando os preceitos estabelecidos pelo Guia Brasileiro de Sinalização Turística;

VIII. Discutir, junto aos gestores turísticos e dos demais estabelecimentos comerciais do 1º Distrito, seus horários de funcionamento e, na medida do possível, adequá-los às necessidades dos turistas petropolitanos;

IX. Sensibilizar os gestores públicos e privados acerca da importância da acessibilidade e da inclusão social, de maneira que suas infraestruturas, equipamentos, serviços e atendimentos estejam adequados às reais necessidades do segmento PcD;

X. Reestruturar o Observatório Regional do Turismo de Petrópolis e os Centros de Informação Turística, provendo-lhes recursos humanos, infraestruturas, tecnologias e suporte financeiro para que possam conduzir suas ações e responsabilidades em nível de excelência;

XI. Desenvolver roteiros gastronômicos que explorem as riquezas e diversidades culturais petropolitanas, propiciando experiências memoráveis e encantadoras aos turistas contemporâneos;

XII. Monitorar atrativos, produtos e ofertas dos destinos turísticos concorrentes para se compreender quais são os diferenciais competitivos petropolitanos, explorando essas variáveis como coeficientes de atração;

XIII. Conceber, junto aos *players* interessados, roteiros que permitam que os turistas reconheçam a diversidade de atrativos histórico-culturais existentes no município de Petrópolis;

XIV. Atuar como uma das instâncias públicas incentivadoras da governança turística da região Serra Verde Imperial, buscando não só a fortificação de

roteiros regionais, como também a proposição de espaços que articulem seus *stakeholders,* planifiquem e monitorem esse sistema turístico regional;

XV. Evitar a massificação do produto turístico petropolitano e, com o apoio das instâncias competentes, minimizar os efeitos da especulação imobiliária perante o surgimento de novos negócios, em especial aos que serão situados no centro histórico;

XVI. Discutir, junto às instâncias públicas e privadas competentes, a necessidade de aprimoramento das seguintes infraestruturas: acesso aos atrativos; mobilidade urbana; coleta seletiva de lixo; banheiros e bebedouros; e de conexão da internet em áreas públicas, e em especial nos atrativos;

XVII. Articular, juntamente com as esferas públicas e privadas competentes, a criação de grupos de trabalho que serão responsáveis por monitorar e apresentar soluções para os seguintes problemas: atuação dos flanelinhas; ocupações desordenadas; alagamentos, deslizamentos e inundações; ordem urbana deficitária; conservação dos patrimônios públicos; segurança e criminalidade; trafegabilidade e preços dos pedágios da BR 040;

XVIII. Promover a sensibilização da comunidade petropolitana para os impactos positivos do turismo, elevando sua autoestima e seu sentimento de pertencimento;

XIX. Sensibilizar os gestores da cadeia produtiva do turismo acerca da importância e dos benefícios que a sustentabilidade pode, a curto, médio e longo prazos, acarretar sobre os resultados ambientais, sociais, culturais e econômicos de seus estabelecimentos, instigando-os a prospectar produtos mais sustentáveis.

**QUADRO 43 - CORRELAÇÃO ENTRE OBJETIVOS ESPECÍFICOS E PRIORIDADES (SWOT/PARETO)**

| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | PRIORIDADES ELENCADAS A PARTIR DA MATRIZ SWOT E DA ANÁLISE DE PARETO |
|---|---|
| Obj. Esp. I | PFR IV – PRF XV |
| Obj. Esp. II | PFO I – PFO III – PFR XI – PFR XXIII |
| Obj. Esp. III | PFO VI – PFO IX – PFO XI – PFO XIII – PFO XIV – PFO XX - OP I |
| Obj. Esp. IV | PFO V – PFR II - PFXVIII |
| Obj. Esp. V | PFO II – PFO VII – PFO X – PFO XII – PFR II – OP II – OP III – OP IV – OP VII – AM III |
| Obj. Esp. VI | PFR V |
| Obj. Esp. VII | PFR VII |
| Obj. Esp. VIII | PFR X |
| Obj. Esp. IX | PFR XXII – OP I |
| Obj. Esp. X | PFR XVII - PFR XX |
| Obj. Esp. XI | PFO IV - AM III |
| Obj. Esp. XII | AM IV |
| Obj. Esp. XIII | PFO VIII - AM III |
| Obj. Esp. XIV | OPV – OP VI - AM III |
| Obj. Esp. XV | AM VII – AM IX |
| Obj. Esp. XVI | PFR III – PFR VI – PFR IX – PFR XIV |
| Obj. Esp. XVII | PFR I – PFR VIII – PFR XIV – PFR XVI – PFR XIX – AM I – AM II – AM V – AM VI – AM VIII |

**Fonte:** Elaborado pelos autores.
**Legenda:** PFO = Ponto Forte; PFR = Ponto Fraco; OP = Oportunidade; e AM = Ameaça

## 6.2. Metas para 2023-2030

Sabendo que o Plano Diretor de Turismo de Petrópolis 2023-2030 é um instrumento de diagnóstico da oferta, estrutura e conjuntura atual do ecossistema de turismo de Petrópolis e será utilizado no desenvolvimento, planejamento e adensamento da atividade no município, o objetivo desta seção é apresentar indicadores para o monitoramento e verificação em momento de revisão e/ou atualização se as metas construídas foram alcançadas após implementação das ações estabelecidas no Plano.

A metodologia utilizada na construção dos indicadores, foi a aplicação da técnica Delphi de duas rodadas. A dinâmica de grupo foi realizada com diferentes

*stakeholders* do ecossistema de turismo de Petrópolis no auditório da cervejaria Bohemia no dia 07 de dezembro de 2022. Realizada a dinâmica, o resultado foi consolidado pela Equipe redatora deste relatório e levado novamente à discussão pelos players do *trade* do ecossistema de turismo de Petrópolis. Nesta reunião tiveram presentes atores do poder executivo e legislativo municipal, bem como, da iniciativa privada, tais como hoteleiros, guias de turismo, donos de restaurantes, do receptivo entre outros.

Apresentado o diagnóstico atual do quantitativo de empregos formais, do número de estabelecimentos, da taxa de ocupação hoteleira média, da demanda efetiva e do PIB, os participantes por meio de método descrito acima, tiveram que definir as metas para estas variáveis para o horizonte de 2030. Os resultados encontrados, bem como o diagnóstico atual para estas variáveis são apresentados no quadro, a seguir:

**QUADRO 44 – INDICARES E METAS PARA MONITORAMENTO DO ECOSSITEMA DE TURISMO PETROPOLITANO.**

| Indicadores | Período atual | 2030 | Taxa de crescimento |
|---|---|---|---|
| Número de empregos formais | 3.554 | 4.327 | 21,75% |
| Número de estabelecimentos | 5.302 | 6.230 | 17,50% |
| Taxa de ocupação | 50,21% | 73,5% | 46,39% |
| Demanda efetiva | 407.844 | 808.000 | 98,11% |
| VAB (PIB) | 2,58% | 4,48% | 73,64% |

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Como pode ser visto no quadro acima, as metas estabelecidas pelos *stakeholders* do ecossistema de turismo de Petrópolis são bastantes arrojadas. Espera-se quase duplicar a demanda turística atual e aumentar o PIB do setor em 73,64% em 8 anos. Em relação ao emprego e ao número de empresas, os players esperam um crescimento de 21,75% e 17,50%, respectivamente.

Conforme divulgado em Plano recém lançado pela Secretaria Estadual de Turismo – Plano de Turismo RJ 2022-2032 – atualmente o PIB do turismo estadual representa 5,22% do PIB do estado do Rio de Janeiro. Com base neste resultado do estado, apesar da meta do PIB ser arrojada, apresenta-se como factível, visto que os 4,48% ainda são inferiores à média do estado. Visto que a equipe estima que atualmente a oferta hoteleira petropolitana consiga hospedar 659.256 turistas, cabe ressaltar que para atender os 808.000 turistas desejados, deverá ocorrer um investimento no segmento de hospedagem.

Por fim, apontamos que, de pelos dois em dois anos, deve haver um monitoramento do ecossistema de turismo de Petrópolis de modo que correções de rumo e revisões sejam planejadas e executadas para se conseguir alcançar o máximo de metas em 2030.

## 6.3. Programas e projetos para o desenvolvimento turístico petropolitano 2023-2030

A diferença entre programas e projetos turísticos se dá, basicamente, no fato de que os primeiros devem ser vistos como macro princípios que contemplam uma série de ações – projetos – que se debruçam sobre temáticas específicas e que, em seu conjunto, são entendidas como condições cruciais à excelência, sustentabilidade, inovação e produtividade do sistema turístico em voga. Assim, se os programas são escopos macros, os projetos listam micro atuações que dão o tom da qualidade, do comprometimento, da inovação e da seriedade dos programas que comporão um plano de desenvolvimento turístico.

Isto posto, observando os objetivos listados anteriormente, assim como os anseios dispostos pelos *stakeholders* petropolitanos, a equipe executora apresenta um total de 8 programas a serem concretizados entre 2023 a 2030, e que estão listados na figura seguinte:

**FIGURA 58 - PROGRAMAS PARA O DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO PETROPOLITANO 2023-2030**

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Com estas explicações efetuadas, a seguir disporemos uma contextualização conceitual de cada programa, assim como seus respectivos projetos:

### *6.3.1. Programa para qualificação da oferta turística*

A ideia é que o subsistema de oferta turística petropolitana, em conjunto com os representantes da superestrutura, ofereça oficinas estruturadas com o auxílio/parceria de instituições representativas, objetivando o aprimoramento de seus produtos, serviços e atrativos, de maneira que estes contemplem todos os preceitos da excelência organizacional[52].

Desse modo, este programa disseminará a importância de métricas gerenciais/operacionais que permitam: não só atender as necessidades dos turistas, como também superar suas expectativas; gerar um alto grau de satisfação e fidelização

[52] Esta, por sua vez, necessita que os seguintes princípios sejam assimilados – de maneira contínua, permanente, proprietária e progressiva (...) – por gestores e colaboradores: total satisfação do cliente; gerência participativa; gerência de processos; constância de propósitos; delegação; disseminação de informações; garantia da qualidade; não aceitação de erros; desenvolvimento de competências; e aperfeiçoamento contínuo (...). Para que todos esses princípios se concretizem, é imprescindível que os gestores (...)promovam ininterruptas práticas de treinamento que busquem propiciar qualidade, confiabilidade, conformidade e desempenho assertivos (...). (SANTOS; JORGE, 2021, p. 43-44)

desses consumidores; contemplar suas respectivas realidades concorrenciais; prospectar diferenciais competitivos significativos às marcas organizacionais petropolitanas. Para tanto, a partir de todo o processo de construção do Plano Diretor de Turismo Petropolitano 2023 – 2030, tornou-se possível detectar a importância de se desenvolver os seguintes projetos nesse eixo:

**I. Captação, Planejamento e Organização de Eventos:**

Temáticas a serem abordadas nas oficinas: técnicas necessárias para captação de novos clientes; elaboração, execução e avaliação de projetos de eventos; princípios de planejamento – pré-evento, evento e pós-evento; definição da classificação, público alvo, tipologia e estrutura do evento; recorte temático; projeto e logística do evento; composição dos custos e definição de orçamentos; mobilização de recursos – apoios e patrocínios; regras de cerimonial e protocolo; calendário de eventos; estratégias de marketing e fidelização de clientes; editais e licitações para eventos públicos.

**II. Qualificação da Mão-de-Obra Hoteleira:**

Temáticas a serem abordadas nas oficinas: as particularidades operacionais de um sistema hoteleiro – do *front* ao *back office;* sistemas operacionais e rotinas dos setores hoteleiros; princípios estratégicos, táticos e operacionais para pequenos e médios empreendimentos hoteleiros; gestão do conhecimento e desenvolvimento de vantagens competitivas; gestão da qualidade total e excelência nos serviços hoteleiros; tecnologias e suas contribuições à eficácia hoteleira; controles e auditorias; gestão financeira para meios de hospedagem; princípios de *revenue management* – gerenciamento de receitas; precificação de produtos hoteleiros; e novos modelos de hospedagem extra hoteleira.

**III. Hospitalidade e Excelência em Serviços Turísticos:**

Temáticas a serem abordadas nas oficinas: práticas hospitaleiras e atendimento de excelência; interfaces da hospitalidade sobre as características comportamentais

dos colaboradores e equipe; respeito à diversidade cultural; atendimento personalizado – foco no perfil e nas necessidades dos consumidores; clareza e assertividade na comunicação organizacional; momentos da verdade e ciclo de vida do produto turístico; e pressupostos para excelência organizacional.

**IV. Aprimoramento dos Serviços de Receptivo:**

Temáticas a serem abordadas nas oficinas: comunicação básica em um segundo idioma (espanhol e inglês); mapeamento dos principais diferenciais competitivos (coeficientes de atração turística) locais e regionais; elaborar eventos e roteiros locais e regionais; desenvolver estudos de viabilidade para a prospecção de novos produtos/serviços turísticos contemplando o *design* de experiências; capacitação dos guias de turismo e das agências de viagem petropolitanos – o exercício da receptividade.

**V. Gestão de Bares e Restaurantes:**

Temáticas a serem abordadas nas oficinas: segurança dos alimentos; planejamento e operacionalização do complexo cozinha (cozinhas quente, fria, doce, almoxarifado e controle de estoque); técnicas culinárias e gastronômicas; atendimento ao cliente; planejamento e execução de cardápios; tipos de bebidas e harmonizações; gastronomia brasileira e internacional; princípios de enologia; zitogastronomia; formação de baristas, *bartenders* e pizzaiolos; produções *lights, diets,* sem glúten e sem lactose; cozinhas vegana e vegetariana; cardápios de boteco.

**VI. Demais setores turísticos:**

Caberá à TURISPETRO, juntamente com o Conselho Municipal de Turismo Petropolitano e demais *players* turísticos, monitorar as demandas e necessidades dos outros setores que aqui não foram listados e, a partir do entendimento de suas prioridades e contribuições ao sistema turístico local, desenvolver as capacitações necessárias que permitam o aprimoramento de suas competências, habilidades, técnicas e conhecimentos.

### *6.3.2. Programa para Comunicação e Marketing do Destino Turístico*

Este programa contemplará ações que oportunizarão ao destino turístico petropolitano melhores ferramentas comunicacionais, de maneira que seus produtos sejam oferecidos de forma eficaz, satisfazendo e encantando seus mais distintos perfis de turistas (COOPER; et al., 2007). Logo, os projetos que aqui serão listados têm como objetivo não só aprimorar as práticas de promoção deste destino turístico, mas também demonstrar: o quão inovadora é essa cadeia produtiva; o quão personificada e enriquecedora a experiência turística em Petrópolis pode ser, independentemente das motivações de seus turistas.

Assim, este programa tem como responsabilidade garantir notoriedade aos produtos, serviços e atrativos turísticos petropolitanos, exibindo seus diferenciais perante seus ramos de atuação e destinos concorrentes. Para tanto, a partir de todo esse processo de construção do Plano Diretor de Turismo Petropolitano 2023 – 2030, tornou-se possível detectar a importância de se desenvolver os seguintes projetos:

**I. Revitalização do plano de marketing turístico 2023-2030:**

O referido projeto necessitará atualizar as estratégias de *marketing mix,* contemplando as especificidades dos 8 Ps: produto, preço praça, promoção, pessoas, processos, palco e produtividade[53] (KOTLER; KELLER, 2006; COOPER; et al., 2007; CENTURIÓN, 2014). Um ponto importante é que essa revitalização também precisará

[53] Basicamente, ao tratar o marketing mix sob o prisma dos 8 Ps, os gestores públicos e privados devem considerar: (1) Produto – principais características, valores agregados e benefícios, demonstrando o quão inovador, ou significativamente melhorado, esses produtos são, especialmente quando comparados aos dos seus concorrentes; (2) Preço – política de tarifação, de acordo com a sazonalidade do mercado e o perfil de suas distintas demandas turísticas; (3) Praça – canais de venda e distribuição *online* e off-line destes produtos; (4) Promoção – como o *trade* buscará alcançar seus consumidores potenciais e, ao mesmo tempo, fidelizar os já existentes. Ainda sobre a métrica da promoção, o desenvolvimento de *Famtours* deve ser vista como uma ótima oportunidade para captação de novos consumidores; (5) Pessoas – entende suas percepções sobre a qualidade dos serviços, infraestruturas, tecnologias e equipamentos turísticos disponíveis; (6) Processos – observa, do ponto de vista processual, como serviços e produtos são operacionalizados, indagando a existência de algum diferencial, que possua apelo publicitário; (7) Palco – a necessidade de se encantar, a todo e qualquer momento, os turistas; (8) Produtividade – como o destino se posiciona no mercado turístico? Quais são seus principais coeficientes de atração? (KOTLER; KELLER, 2006; COOPER; et al., 2007; CENTURIÓN, 2014).

considerar as tendências de mercado, as particularidades gerenciais e operacionais do sistema turístico petropolitano e as análises dos perfis da demanda que foram prospectadas para a elaboração do Plano Diretor de Turismo de Petrópolis 2023-2030.

**II. Comunicação estratégica para o destino turístico petropolitano**

Há a necessidade de se criar mecanismos que favoreçam uma comunicação mais rápida e assertiva entre os gestores da cadeia produtiva do turismo. Assim, antecipadamente, estes profissionais saberão, por exemplo, sobre períodos de concentração das demandas turísticas e suas particularidades de atendimento. Aspecto este vital para a adequação de seus serviços, equipamentos e infraestruturas às reais necessidades, gostos e preferências destes turistas.

Isto posto, como sugestão de métrica executora, indica-se a criação de fóruns ou painéis de negócio semestrais que permitam que os gestores, ou figuras representativas de cada atividade característica do turismo, apresentem uma relação que exponha as principais atividades e perfis de seus consumidores para o semestre subsequente, dando tempo hábil para que os empreendimentos turísticos se adequem à essas realidades.

Complementarmente, outra ação vital se dá na responsabilização das figuras representativas que possuem cadeira cativa no Conselho Municipal de Turismo. Estas teriam a responsabilidade de, em cada reunião ordinária ou extraordinária, relembrar os participantes/representantes dos setores turísticos sobre a cronologia das atividades destacadas no fórum/painel supracitados, cabendo a estes sujeitos repassar essas informações aos demais *players* de seus segmentos.

Além disso, conforme indicado por representantes do *trade* turístico, talvez fosse oportuna a criação de uma divisão departamental, na própria TURISPETRO, que se responsabilize, a partir dos resultados captados nos fóruns indicados acima, por abastecer um banco de dados que permita que estas informações sejam devidamente registradas e acessadas pelos mais distintos gestores turísticos petropolitanos.

## III. Estratégias de marca e marketing digital

Este projeto definirá os princípios formadores da marca do destino turístico petropolitano para 2023-2030, preocupando-se com identidade, imagem, reputação e inovação de sua cadeia produtiva, ao mesmo tempo em que se observam as implicações destas variáveis sobre as criações de experiências turísticas que geram um forte impacto emocional, propiciando memórias significativas ao turista contemporâneo. Afinal, na sociedade contemporânea, este viajante deseja "deslocar-se para destinos onde possa mais que visitar e contemplar, mas também viver, emocionar-se, ser a personagem da sua própria viagem. Ele anseia envolver-se nas experiências" (GÂNDARA, 2009, p.187).

Assim, com as técnicas certas – *briefing;* objetivos; *storybrand;* diferenciais competitivos; missão, visão e valores; manifesto de marca (propósito); perfil dos consumidores; identidade visual; etc. – é possível revigorar ainda mais a força de atração do destino turístico petropolitano. Para tanto, deve-se contemplar as tendências de consumo e o comportamento dos turistas vinculados aos seguintes segmentos potenciais destacados pela matriz SWOT: aventura, bem-estar, 60+, convenções, negócios, cinematográfico, teatro, natureza, lazer e eventos esportivos, LGBTQIA+, PcD, festivais de música e dança, turismo científico e turismo de compras.

No tocante ao marketing digital, deve-se continuar o trabalho que vem sendo desenvolvido no site institucional[54], realizando apenas alguns destaques, a saber: atualização da oferta turística, de acordo com a inventariação feita para este Plano Diretor; evidenciação dos títulos de capital estadual da cerveja[55], do casamento[56], dos produtos orgânicos[57] e do canto coral[58]; exposição de produtos/atrativos/roteiros para os segmentos turísticos identificados como oportunidade.

[54] Ver: https://www.petropolis.rj.gov.br/turispetro/
[55] Lei nº 7650 de 13 de julho de 2017. Confere ao município de Petrópolis o título de "Capital Estadual da Cerveja".
[56] Lei nº. 5841/2022 de 8 de junho de 2022.
[57] Capital Estadual dos Produtos Orgânicos após a sanção da lei 8.118 de 2018
[58] Lei nº 8600, de 31 de outubro de 2019.

Lembrando que esse tipo de divulgação/atualização também deverá ser pensado para: mídias sociais, mobile, parcerias com *influencers* e impressa especializada, plataformas virtuais (Booking.com, Expedia, Kayak, TripAdvisor, Google, Decolar, Hurb etc.). Em específico a essas últimas, aconselha-se o desenvolvimento de parcerias com OTAS[59] (*Online Travel Agencies),* oportunizando a venda dos produtos turísticos petropolitanos em sistemas de e-commerce nacionais e internacionais.

**IV. Feiras de turismo nacionais e internacionais**

A participação de representantes da TURISPETRO nestes eventos deve ser incentivada, juntamente com entidades representativas da cadeia produtiva do turismo e membros da iniciativa privada. Entre essas feiras, o quadro a seguir cita algumas que se mostram interessantes e que demonstram possuir aderência aos objetivos, diagnósticos e oportunidades até aqui listados[60]:

**QUADRO 45 - FEIRAS DE TURISMO NACIONAIS E INTERNACIONAIS**

| FEIRA | SITE |
|---|---|
| Feira de Turismo da AVIRPP (Associação das Agências de Viagem de Ribeirão Preto e Região) | https://feiraavirrp.com.br/feira/ |
| WTM Latin America | https://www.wtm.com/latin-america/pt-br.html |
| Expo Turismo Paraná | https://www.expoturismoparana.com.br/ |
| Travel Business Networking | https://www.tbn.tur.br/ |
| ABAV Expo | https://abavexpo.com.br/ |
| Festuris Gramado | https://www.festurisgramado.com/ |
| Brasil Travel Market (BTM) | https://braziltm.com.br/ |
| Festival das Cataratas | https://festivaldascataratas.com/ |

[59] Os gestores devem compreender a importância das OTAS na contemporaneidade, entendendo-as não apenas como outro canal de distribuição, mas também como um relevante instrumento de marketing (MOROSAN; BOWEN, 2018)

[60] As indicações feitas no Quadro 3 devem ser vistas apenas como exemplos. Desse modo, caberá à TURISPETRO o desenvolvimento do planejamento adequado, identificando os eventos mais oportunos.

**QUADRO 45 - FEIRAS DE TURISMO NACIONAIS E INTERNACIONAIS (CONTINUAÇÃO)**

| FEIRA | SITE |
|---|---|
| Abeta Summit | https://abetasummit.com.br/ |
| Fórum Panrotas | https://forum.panrotas.com.br/ |
| Fitur de Madrid | https://www.esmadrid.com/pt/agenda/fitur-feria-de-madrid |
| Bolsa de Turismo de Lisboa | https://btl.fil.pt |

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Ademais, é fundamental que haja um continuo monitoramento sobre estes tipos de eventos, analisando seus potenciais para a comercialização dos produtos turísticos petropolitanos. Assim, caberá a TURISPETRO a realização desse mapeamento, assim como sua atualização.

### *6.3.3. Programa para aprimoramento da infraestrutura turística petropolitana*

Este programa listará as ações necessárias para o aprimoramento desse escopo temático, criando benéficas condições para o desenvolvimento turístico local. Assim, levará em consideração "o conjunto de obras de instalações de estrutura física de base (...) tais como sistema de transportes, comunicações e serviços urbanos (redes de abastecimento de água, luz, esgoto, limpeza pública)" (BRASIL, Ministério do Turismo, s/d, p. 03). Não obstante, em vista de sua complexidade estrutural e de boa parte dos itens estruturais fugirem do escopo de responsabilidades de uma Secretaria de Turismo, os projetos aqui idealizados precisarão ser executados e monitorados observando as responsabilidades e competências das instâncias públicas reguladoras destes elementos.

Logo, sistemas de parceria são condições *sine qua non* ao sucesso desta empreitada, uma vez que este conteúdo está, conforme esclarecido anteriormente, para além das responsabilidades e competências de uma Secretaria de Turismo. Assim,

estes projetos deverão ser conduzidos em cooperação das seguintes secretarias: Proteção e Defesa Civil; Obras; Serviços, Segurança e Ordem Pública. Há de se considerar, também, a Coordenadoria de Planejamento e Gestão Estratégica e as Companhias "de Desenvolvimento" e "Trânsito e Transportes". Isto posto, seguem os projetos alocados para este programa:

**I. Sinalização Turística**

O propósito aqui é de rever as sinalizações turísticas dispostas no primeiro distrito, assim como inseri-las nos demais distritos (do segundo ao quinto) petropolitanos. Para tanto, é fundamental que se respeite os preceitos metodológicos[61] indicados pelo Guia Brasileiro de Sinalização Turística, definida pelo IPHAN. Nesse contexto, é fundamental que os responsáveis por este projeto considerem a

> forma que as mensagens fornecidas sejam organizadas coerentemente, sem provocar conflitos ou dificultar o entendimento do usuário de veículo motorizado ou pedestre. É importante, nesta compatibilização, que os dois atendimentos sejam efetivados, ou seja, preservados os deslocamentos da população em geral, como já vinha ocorrendo, e proporcionados os deslocamentos aos turistas (IPHAN, s/d, p.1).

**FIGURA 59 - EXEMPLO DE COMPATIBILIZAÇÃO - PLACAS TURÍSTICAS E LOCAIS**

**Fonte:** IPHAN (s/d, p. 2)

[61] Ver: http://portal.iphan.gov.br/files/Guia_Embratur/conteudo/principal.html

**II. Mobilidade urbana**

Há de se constituir um grupo de trabalho (GT) que será composto por representantes da TURISPETRO, do setor de transportes petropolitano e por membros das instâncias públicas competentes. Basicamente, a função desse grupo será a de atuar como agente fiscalizador, monitorando possíveis avanços ou descumprimentos dos objetivos definidos pelo Plano de Mobilidade 2019-2029 de Petrópolis[62] (PlanMob).

Em específico a este plano, tendo em vista que o mesmo estabelece uma revisão de parâmetros/diretrizes/objetivos a cada 4 anos, este GT também terá a responsabilidade de apresentar as demandas de mobilidade urbana que, direta ou indiretamente, deturpam a qualidade da experiência turística petropolitana e, por causa disso, precisarão ser integradas aos objetivos/estratégias do PlanMob.

Por conseguinte, recomenda-se que a TURISPETRO, juntamente com a Associação de Guias Petropolitanos atualizem os roteiros de *City Tour*, contemplando os levantamentos feitos pelo processo de inventariação dos atrativos turísticos petropolitanos. Além disso, sugere-se a criação de uma proposta de *Sightseeing,* a ser executada por algum representante dos equipamentos de transporte petropolitanos.

**III. Infraestrutura pública e privada:**

Deste ponto de vista, a matriz SWOT demarcou a necessidade de se conservar os patrimônios públicos, minimizando as ações de vandalismo e melhorando as operações de limpeza de ambientes públicos. Outra carência detectada foi a falta de: internet em áreas públicas; coleta seletiva de lixo; e de banheiros e bebedouros.

No tocante à coleta seletiva de lixo, apesar desta já existir em Petrópolis, este processo ocorre majoritariamente em seu centro histórico (PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS, 2021a). Nesse sentido, uma pertinente proposta seria a realização de

[62] Ver página 34 do referido documento: https://web2.petropolis.rj.gov.br/cptrans/index.php/component/phocadownload/category/57-plano-de-mobilidade?download=268:planmob-petropolis-2019-2029

um estudo de viabilidade – conduzido de forma conjunta com a Companhia Municipal de Desenvolvimento de Petrópolis – que proponha a ampliação dos pontos de coleta destes materiais recicláveis, assim como o aprimoramento da infraestrutura, equipamentos e tecnologias necessárias para este ato. Nesse sentido, o governo municipal deve entender esta ação de forma estratégica, uma vez que

> o Brasil deixou de ganhar cerca de US$ 12 bilhões por não reciclar 78% dos resíduos sólidos gerados em solo nacional e desperdiçados no lixo comum por falta de coleta seletiva. (...) apenas 7% dos 5.564 municípios brasileiros têm coleta seletiva (AMARAL, 2016, p. 34)

Ainda sobre essa égide, tendo em vista que os equipamentos hoteleiros seriam responsáveis por produzir 70% do lixo produzido pelo turismo (SEKITO; DOTE; HINDARMAN, 2019), a TURISPETRO precisará desenvolver um projeto de capacitação que permita que estes estabelecimentos apliquem a política dos 3Rs – redução, reuso e reciclagem – adequando-os às exigências previstas pela Lei nº. 12.305/2010, que instituiu a Política Nacional de Resíduos Sólidos. Além disso, outras duas finalidades poderiam ser aplicadas aqui:

**(1)** o estabelecimento de parcerias com associações de catadores locais – como, por exemplo, a cooperativa que atua no Cascatinha (PREFEITURA MUNICIPA DE PETRÓPOLIS, 2017) – dando destino aos resíduos separados;

**(2)** uma capacitação que permita que estes estabelecimentos hoteleiros reutilizem esse material reciclado em atividades de educação ambiental, onde seus hóspedes aprenderiam sobre os impactos negativos e as implicações de um descarte inadequado, assim como confeccionariam artesanatos, por exemplo.

Com relação à internet em áreas públicas, há de se considerar a necessidade de infraestruturas, tecnologias e equipamentos que garantam a regularidade do sinal para as milhares conexões que serão efetuadas simultaneamente. No entanto, a

finalidade dessa ação transcende a responsabilidade de uma Secretaria de Turismo. Justamente por isso, seu escopo deve ser direcionado às instâncias públicas locais competentes. Apesar disso, e entendendo a essencialidade socioeconômica dessa tecnologia para os dias atuais, existem alguns direcionamentos que poderão ser considerados, a saber: Programa Internet para Todos, do Governo Federal, que oferece uma série de empresas credenciadas para levar, por condições financeiras mais acessíveis às praticadas na sociedade, a internet para áreas mais carentes e distantes (BRASIL, MCTIC, s/d).

Outra perspectiva seria se familiarizar com ações similares, executadas em outras localidades, como é o caso de Resende – RJ[63], por exemplo. Compreender erros e acertos destes *cases* possibilitará a construção de um planejamento mais assertivo, que introduza conexões de qualidade, seguras e rápidas. Além disso, durante esse processo, deve-se ter a preocupação com a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), n° 13.709/2018, que disciplina a proteção dos dados pessoais nos mais variados meios digitais (BRASIL, 2018a).

Já sobre os banheiros e bebedouros públicos – escopo que também foge da responsabilidade de uma Secretaria de Turismo – haverá a necessidade do *trade* turístico, de forma organizada e coletiva, solicitar junto à Prefeitura Municipal a proposição de editais de licitação para suprir esse pleito. Outra possibilidade estaria no estabelecimento de mecanismos de incentivo fiscal ou econômico junto da iniciativa privada, com o objetivo de atender esta necessidade. Todavia, seria interessante a idealização de um grupo de trabalho que realizasse um mapeamento que apontasse onde essas instalações são mais emergenciais. Assim, a empresa que ganhasse essa licitação já saberia, de uma forma pormenorizada, o panorama real a ser atendido.

Essa questão dos grupos de trabalho também seria uma alternativa para se encontrar soluções para os seguintes problemas: atuação dos flanelinhas; ocupações desordenadas; alagamentos, deslizamentos e inundações; ordem urbana deficitária;

[63] Ver: https://resende.rj.gov.br/noticias/prefeitura-leva-internet-gratuita-para-espa-os-p-blicos

segurança e criminalidade. Suas constituições devem considerar às instâncias públicas pertinentes, assim como representações do *trade* turístico e da população local que mais sofrem com seus efeitos negativos.

### 6.3.4. Programa para diversificação e inovação dos produtos turísticos

Sem dúvidas, o turismo foi um dos setores econômicos mais impactados pela pandemia da Covid-19 e, por causa disso, precisou reinventar seus processos operacionais para minimizar os impactos negativos oriundos deste evento. Em virtude de todo isolamento enfrentado, os turistas estão, mais do que nunca, buscando destinações que não só ofereçam produtos, serviços e infraestruturas de qualidade, como também integrem estes sujeitos às realidades socioculturais e ambientais do local, provendo-lhes experiências memoráveis.

E é exatamente nesse ponto que a inovação se faz imprescindível. Afinal, essa não só pressupõe o oferecimento de um novo produto, como também trata de: reestruturação de processos operacionais, garantindo novos diferenciais competitivos; novas estratégias de marketing que agreguem valor desejado aos produtos e serviços turísticos existentes; diversificação dos perfis de consumidores, estando sempre atenta às tendências e oportunidades de mercado.

Neste contexto, a capacidade de um reposicionamento adequado, assertivo e contundente às características, processos e valores que moldam as organizações (sejam essas públicas ou privadas) se fazem fundamentais. Assim, a inovação deve a ser vista enquanto um mecanismo facilitador da mudança, da adaptação e da aprendizagem, respondendo as tendências, demandas e expectativas dos *stakeholders* que sustentam determinada cadeia produtiva. Em específico ao universo turístico, a inovação organizacional auxilia a prospecção de diferenciais competitivos, garantindo a oferta do novo, do inusitado, da agregação de valor e atratividade ao destino turístico.

Não obstante, por causa de suas principais características, as empresas turísticas devem ser encaradas como "terrenos férteis" à inovação, uma vez que sua cadeia

produtiva possui estabelecimentos de diferentes tipologias, classificações e portes, que estão suscetíveis às influências da baixa sazonalidade (ALVARES; LOURENÇO, 2011). Justamente por isso, a inovação e a diversificação dos produtos turísticos devem ser vistas como uma oportunidade ímpar ao aprimoramento da imagem, da marca e dos resultados operacionais e financeiros.

Com estes esclarecimentos efetuados, este programa petropolitano oferece projetos que possibilitarão o alcance das seguintes métricas:

**I. Petrópolis e o Turismo 4.0:**

A participação da TURISPETRO na Câmara de Turismo 4.0 – sob coordenação dos Ministérios do Turismo e de Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações – seria fundamental para o sucesso deste projeto, pois este fórum "tem como foco a inovação para o turismo na implementação de políticas públicas voltadas ao desenvolvimento de ações que propiciarão a digitalização e a transformação de destinos turísticos em destinos turísticos inteligentes" (BRASIL, 2021, p. 1)

Durante suas reuniões ordinárias, gestores públicos do turismo trocam experiências no tocante a transformação de suas localidades em destinos inteligentes. Há até a possibilidade de se participar dos seguintes grupos de trabalho: qualificação e desenvolvimento de produtos com foco na jornada do turista 4.0; desenvolvimento de destinos turísticos inteligentes; e soluções e tecnologias digitais para o turismo 4.0[64].

A partir dos aprendizados obtidos pela TURISPETRO, haverá a oportunidade de se realizar *workshops* de capacitação para que os conhecimentos apreendidos sejam repassados aos demais componentes do sistema turístico petropolitano e, assim, estes consigam atualizar seus produtos de acordo com as tendências e oportunidades deste mercado 4.0. Logo, através dessas ações de qualificação, novos valores poderão ser

[64] Ver: https://www.gov.br/mcti/pt-br/acompanhe-o-mcti/transformacaodigital/camara-turismo-repositorio.

agregados aos produtos e atrativos petropolitanos já consolidados, prospectando-lhes inéditos diferenciais competitivos.

Afinal, uma das propostas do Turismo 4.0 é a de tornar as ofertas, os atrativos e serviços turísticos tradicionais mais encantadores, graças ao auxílio de ferramentas tecnológicas que permitam uma maior e melhor interação entre turistas, histórias, personagens, memórias, identidades e territórios. Um bom exemplo a ser seguido, do ponto de vista cultural, reside nos seguintes museus: do futebol, em São Paulo – SP; da gente sergipana, em Aracajú – SE; de ciências e tecnologia da PUCRS, em Porto Alegre – RS; do amanhã, em Rio de Janeiro – RJ.

**II. Diversificação de segmentos e fortalecimento dos produtos turísticos locais:**

Conforme diagnosticado pela matriz SWOT, existe o interesse pelo *trade* em se beneficiar mais dos títulos de capital estadual "da cerveja", "do casamento", "dos produtos orgânicos" e "do canto coral".

Sobre o primeiro escopo, no município de Petrópolis já há um circuito cervejeiro bem delineado, composto por 9 cervejarias locais, a saber: Bohemia, Grupo Petrópolis (Cervejaria Itaipava), BrewPoint, Colonus, Odin, Alter, Doutor Duranz, da Corte e Duas Torres (PREFEITURA DE PETRÓPOLIS, s/d). Além deste circuito, esta cidade sedia a 2ª maior festa germânica no Brasil – a Bauernfest (PREFEITURA DE PETRÓPOLIS, s/d). Isto posto, caberia o desenvolvimento de estratégias de marketing mais agressivas junto ao perfil deste público-alvo, uma vez que este se encontra em ampla extensão em território brasileiro. Prova disso pode ser exposta no número de produtos registrados pelo Anuário da Cerveja 2021. Entre 2017 a 2021, este observou um crescimento de 306,61% (BRASIL, Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, 2021) e no

> volume de cerveja comercializado no Brasil [notou-se um crescimento de] 7,6% em 2021, superando o avanço de 5,3% registrado em 2020 e atingindo o recorde de 14,3 bilhões de litros. Até então, o melhor resultado tinha sido o de 2014, ano que o Brasil sediou a Copa do Mundo (ALVARENGA; SILVEIRA, 2022, p. 3).

Quanto aos casamentos, como Petrópolis é reconhecida e altamente demandada por esta atividade, representantes do setor poderiam fortalecer as estratégias de marketing e até mesmo potencializar a criação de eventos como o "Inesquecível Casamento Week", uma feira para noivas que acontece em meados de setembro, no palácio Quitandinha.

De acordo com os organizadores da IC Casamento (2022), os primeiros 4 meses de 2022 revelaram, em comparação ao mesmo período de 2021, um crescimento de 28,30% deste evento em Petrópolis. Panorama este que transparece um cenário positivo para possíveis investidores do setor. Assim, o aprimoramento da infraestrutura e dos serviços deste tipo particular de evento deve ser incentivado[65] junto aos representantes deste segmento.

Com relação aos produtos orgânicos, uma possibilidade de atuação estaria vinculada a criação de roteiros turísticos que apresentem os principais produtores deste insumo, seguindo uma lógica operacional parecida dos Circuitos Ecorrurais Petropolitanos, situados nos bairros de Araras, Brejal, Taquaril e Vale do Bonfim. Através desses roteiros, os turistas poderiam conhecer as especificidades de uma produção orgânica, ao mesmo tempo em que consomem e compram esses insumos.

Por um escopo similar, poderiam ser criados roteiros gastronômicos que explorassem as riquezas e diversidades culturais petropolitanas, propiciando experiências memoráveis e encantadoras aos turistas contemporâneos. Além, é claro, da potencialização das estratégias de marketing para os seguintes festivais gastronômicos: o Serra *Wine Week*, o Petrópolis Gourmet e o Festival de Fondues, Racletes, Caldos e Cremes, etc.

Nessa proposição de diversificação do produto turístico petropolitano, gestores públicos e privados poderiam: (1) conceber, junto aos *players* interessados, rotas[66]

[65] Afinal, o impacto econômico desta particular atividade em território brasileiro, em 2020, foi de R$ 40 bilhões (PUENTE; CONTO, 2022).

[66] Uma oportunidade estaria na revitalização do Circuito a Pé, no centro histórico de Petrópolis.

que permitam que os turistas reconheçam a diversidade de atrativos histórico-culturais existentes no município de Petrópolis; (2) contemplar a potencialidade de certos segmentos, como, por exemplo: aventura; bem-estar; 60+; convenções e negócios; cinematográfico e festivais de música e dança; natureza, lazer e eventos esportivos; LGBTQI+; e PcDs – ver Quadro 46:

## QUADRO 46 - NOTORIEDADES E POTENCIALIDADES DE POSSÍVEIS SEGMENTOS TURÍSTICOS

| SEGMENTO | POTENCIALIDADE |
|---|---|
| Aventura | "O turismo de aventura deverá registrar um salto de cerca de 200% nos negócios ao redor do mundo até 2023. Com receitas analisadas em R$ 1,4 bilhão em 2016, o nicho deve atingir a marca de R$ 4,2 bilhões daqui a cinco anos" (SILVA, 2018, p. 1) |
| Bem-estar e Saúde | "Cada vez mais popular entre os viajantes, o turismo de bem-estar vem registrando um crescimento considerável. Entre 2015 a 2018, o lucro deste segmento teve um aumento de US$ 563 para US$ 639 bilhões, demonstrando que o objetivo de encontrar o bem-estar físico e emocional faz parte de muitos roteiros de viagem" (CONTELLI, 2021, p. 1) |
| LGBTQI+ | Os gastos desses turistas são "30% maior em relação a outros viajantes, e [esse] público movimenta hoje 10% do turismo mundial" (CASTRO, 2017, p. 1) |
| PcDs | 15% da população mundial, por vota de 1 bilhão de pessoas, apresenta alguma deficiência – física, auditiva, visual, mental, múltipla e mobilidade reduzida. No Brasil, 23,9% de sua população (45 milhões de indivíduos) declararam ter, em 2010, alguma deficiência (CORREIA; SANTOS, 2020). |
| 60+ | "O número de idosos cresceu 55% na última década, de acordo com o Fundo de Populações das Nações Unidas. As projeções indicam que, até 2050, essa deve ser a faixa etária com 2 bilhões de pessoas no planeta. Com o aumento da população mais velha que, muitas vezes, dispõe de tempo e recursos, cresce também o mercado de turismo e entretenimento para a terceira idade. (...) De acordo com o IBGE, só no Brasil a população idosa atual corresponde a 23,5 milhões de habitantes, mais que o dobro do registrado no início da década de 1990" (FECOMERCIOSP, 2017, p. 2). |

**QUADRO 46 - NOTORIEDADES E POTENCIALIDADES DE POSSÍVEIS SEGMENTOS TURÍSTICOS (CONTINUAÇÃO)**

| SEGMENTO | POTENCIALIDADE |
|---|---|
| Convenções e negócios | "Nos últimos anos, o turismo de negócios e eventos vem apresentando um potencial extraordinário para o crescimento de cidades, estados e do Brasil. O setor movimenta a indústria hoteleira, transporte, serviços e muitos outros segmentos, ultrapassando os limites da sazonalidade, além de atuar diretamente na geração de novos negócios que fazem girar a economia, aumentando as taxas de emprego e renda. Afinal, mesmo com objetivos distintos, o viajante a negócios, assim como o de passeio, tem necessidades de um hotel, transporte, almoços e jantares e de passagens de avião. (...) Em cidades com perfil turístico, como o Rio de Janeiro, o turismo de negócios deixa claro essa íntima relação. Dados de mercado mostram que os 112 eventos realizados em 2022 até o mês de outubro, trouxeram R$ 1,1 bilhão para a economia da capital fluminense, R$ 54 milhões no recolhimento de Imposto sobre Serviços (ISS)" (ABEOC, s/d, p. 2). |
| Turismo de Entretenimento e Lazer | "O tamanho do mercado global de viagens de lazer foi avaliado em US$ 4.405,5 bilhões em 2021 e deve chegar a US$ 6.347,8 bilhões até 2027. Prevê-se que o mercado cresça com um CAGR[67] de 5,7% durante o período de previsão 2022-2027" (ABIHRN, 2022, p. 22). |

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Existe ainda, conforme indicado pelo *trade* turístico, a carência de um centro de artesanato. Para tanto, haverá a necessidade de se conduzir um estudo de viabilidade mercadológica e econômico-financeira que justifique o aporte desta infraestrutura. Em vista disso, indica-se a criação de um grupo de trabalho que seja responsável por este assunto, sendo sua presidência delegada à alguma figura representativa deste setor.

### *6.3.5. Programa para a acessibilidade turística*

Este programa chama atenção ao fato de os gestores da cadeia produtiva do turismo petropolitana considerarem as adaptações operacionais, estruturais,

[67] Taxa de crescimento anual composto.

comportamentais e atitudinais que o público PcD (Pessoa com Deficiência) requer sobre as especificidades de seus produtos e serviços. Ao realizarem esses ajustes, torna-se crucial o estabelecimento de um assertivo paralelo com as inaptidões congênitas ou adquiridas, sendo estas físicas, auditivas, visuais ou intelectuais. Também entram neste escopo as pessoas com deficiências múltiplas e de mobilidade reduzida: idosos, obesos e gestantes (BRASIL, 2007c).

Além disso, outra justificativa que consubstancia este programa diz respeito à representatividade populacional desses consumidores. Quanto aos PcDs, entre 2000 a 2010, estes experimentaram um crescimento de 9,4%, englobando 45.606.048 brasileiros (IBGE, 2010). A despeito dos idosos, até 2025, o Brasil será o sexto país com o maior número de longevos, com aproximadamente de 32 milhões de potenciais clientes (BRASIL, 2006). Já com relação aos obesos, "no Brasil, essa doença crônica aumentou 67,8% nos últimos treze anos, saindo de 11,8% em 2006 para 19,8% em 2018" (ABESO, 2020, p. 01).

Em vista desses quantitativos, a acessibilidade turística precisa ser vista como um diferencial competitivo interessante ao sistema turístico petropolitano, uma vez que estes grupos sociais buscam, cada vez mais, a indústria turística em seu tempo livre (BRASIL, 2009). No entanto, estas empresas precisam estar devidamente preparadas para recepcionar essa demanda crescente e peculiar. Perspectiva essa que faz com que a equipe executora apresente os seguintes projetos:

**I. Adequação da oferta hoteleira:**

Em virtude da Lei nº 13.146 de 25 de julho de 2015, o segmento hoteleiro nacional se viu obrigado a adequar – respeitando os preceitos estabelecidos pela ABNT NBR 9050 – a acessibilidade de suas edificações, mobiliários, áreas sociais e unidades habitacionais (UHs). Em específicos a essas UHs, há a necessidade de se contemplar as seguintes especificidades determinadas pelo Decreto nº 9.296 de 01 de março de 2018: características construtivas e recursos de acessibilidade; ajudas

técnicas e recursos de acessibilidade; e ajudas técnicas e recursos de acessibilidade sob demanda – ver Quadro 47.

## QUADRO 47 - REFERÊNCIAS E NORMAS DE ACESSIBILIDADE PARA AMBIENTES HOTELEIROS - DECRETO 9.296, DE 01 DE MARÇO DE 2018.

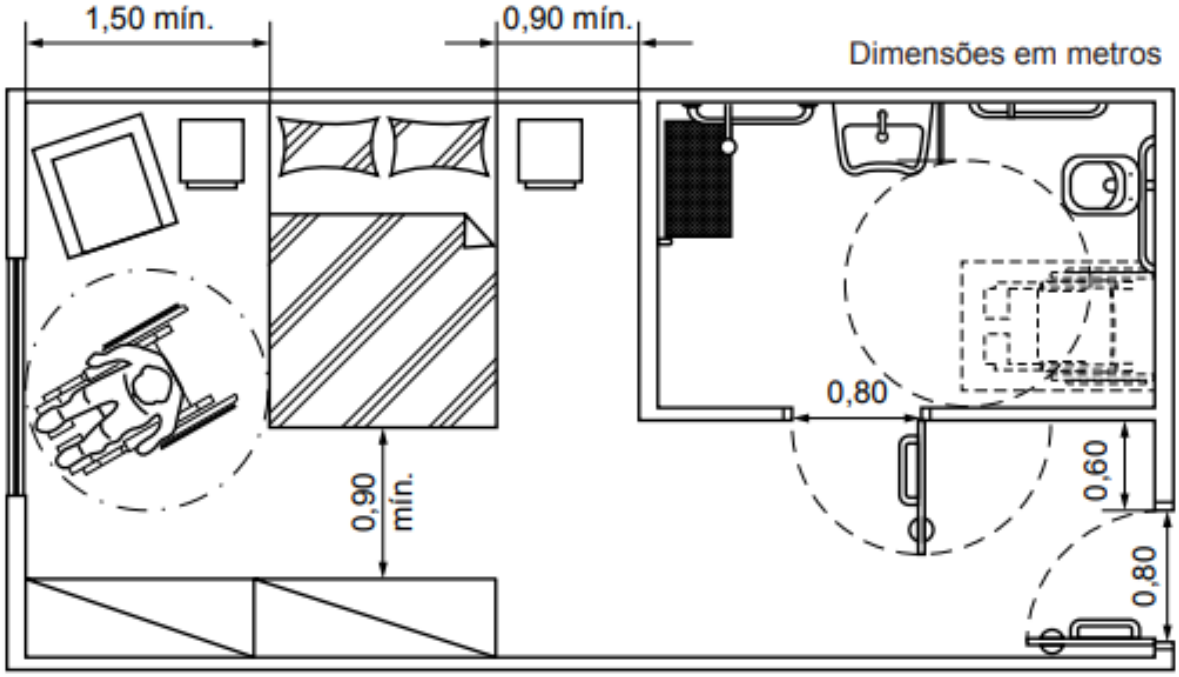
| CARACTERÍSTICAS CONSTRUTIVAS E RECURSOS DE ACESSIBILIDADE | AJUDAS TÉCNICAS E RECURSOS DE ACESSIBILIDADE | AJUDAS TÉCNICAS E RECURSOS DE ACESSIBILIDADE EXIGÍVEIS SOB DEMANDA |
|---|---|---|
| Dimensões de acesso, de circulação, de manobra, de alcance e de mobiliário. | Vão de passagem livre mínimo de oitenta centímetros para a porta da unidade e para a porta do banheiro. | Cadeiras de roda |
| Chuveiro equipado com barra deslizante, desviador para ducha manual e controle de fluxo, o qual deverá estar sempre posicionado na altura mais baixa. | Barra de apoio no box do chuveiro. | Cadeiras adaptadas para banho. |
| Condições de circulação, aproximação e alcance de utensílios e instalações estabelecidas na ABNT, quando houver cozinha ou similar na unidade. | Olhos-mágicos instalados nas portas nas alturas de cento e vinte e cento e sessenta centímetros. | Materiais de higiene identificado em braile e embalagens em formatos diferentes. |
| Sistema magnético de tranca das portas dos dormitórios que permita autonomia ao hóspede com deficiência visual, surdo ou surdo-cego. | Campainha (batidas na porta) sonora e luminosa intermitente (*flash*) na cor amarela. | Materiais impressos disponíveis em formato digital, braile, fonte ampliada com contraste, feitos sob demanda. |
| Aparelho de televisão com dispositivos receptores de legenda oculta e de áudio secundário. | Telefone com tipologia ampliada e com amplificador de sinal, quando o dormitório disponibilizar esse tipo de aparelho. | Cardápio em braile e fonte ampliada com contraste. 6. Relógio despertador/alarme vibratório. |

**Fonte:** Brasil (2018b, p. 02).

Além disso, o decreto supracitado determina que as unidades hoteleiras construídas até 02 de janeiro de 2018 adequem 5% de suas UHs, tornando-as totalmente acessíveis. Ademais, outros 5% de suas UHs terão que possuir recursos de acessibilidade, exatamente como listado no quadro acima. Já os estabelecimentos projetados a partir de 03 de janeiro de 2018 deverão ter 5% de UHs totalmente acessíveis e os 95% restantes, com recursos de acessibilidade (BRASIL, 2018b).

Tendo em vista que estes equipamentos de hospedagem terão 10 anos – contados a partir da homologação deste desígnio – para realizarem essas adequações (BRASIL, 2018b), o projeto aqui indicado precisará constituir um Grupo de Trabalho que terá as seguintes responsabilidades: (1) efetuar uma mapeamento integral e contínuo da relação UHs existentes versus UHs acessíveis e com recursos de acessibilidade; (2) sensibilizar os gestores hoteleiros sobre a importância dessas adequações e os possíveis repercussões negativas que o não cumprimento deste Decreto terá sobre o destino petropolitano.

**FIGURA 60 - DIMENSÃO DE UMA UNIDADE HABITACIONAL ACESSÍVEL.**



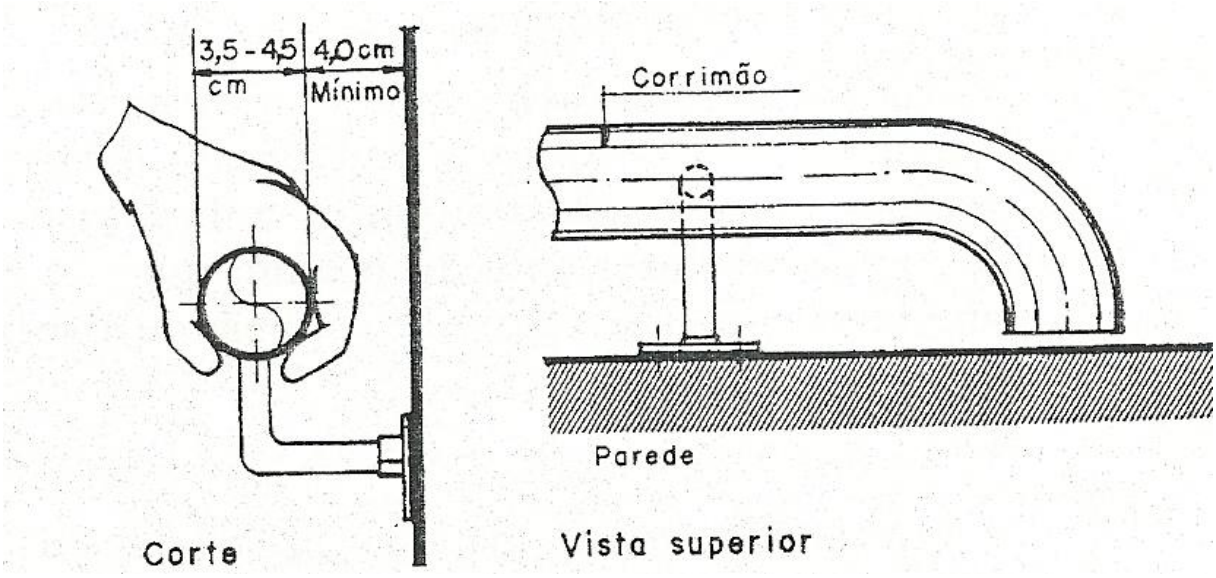

**Fonte:** ABNT (2015, p. 130).

**II. Infraestrutura, equipamentos e atrativos turísticos acessíveis:**

Outra função do Grupo de Trabalho (GT) exposto acima diz respeito a avaliação dos graus de acessibilidade da infraestrutura, equipamentos e atrativos petropolitanos. A ideia é que, a partir dos preceitos estabelecidos pela ABNT NBR 9050, os membros deste GT realizem um diagnóstico situacional que determine o real *status* de acessibilidade turística de Petrópolis. Assim, o escopo analítico deste projeto se limitará: as entradas e ambientes comuns; estacionamentos; banheiros; comunicação; elevadores; bares e restaurantes.

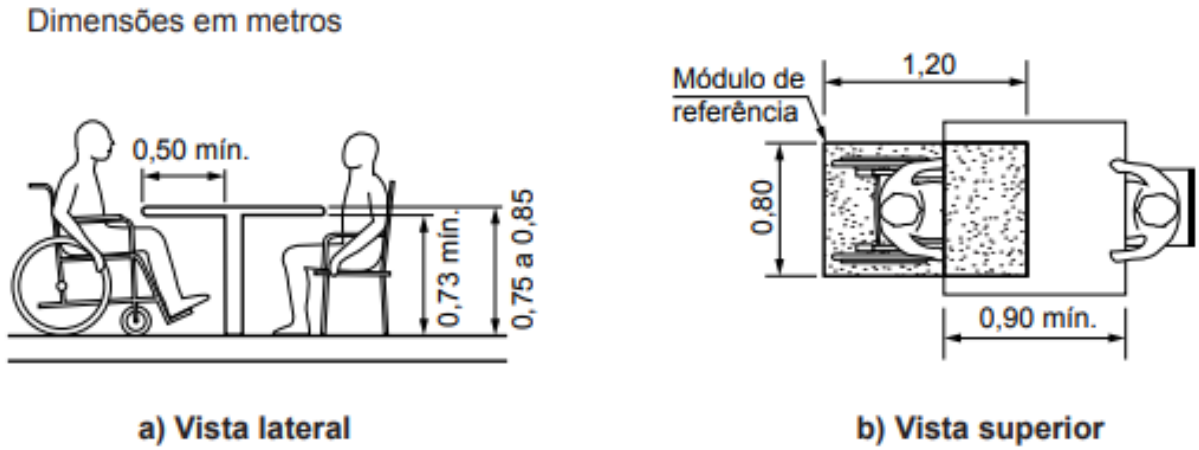
A seguir, dispomos de algumas imagens conceituais, que explicitam certos padrões estruturais determinados pela ABNT supracitada e que deverão ser adaptados à realidade petropolitana:

**FIGURA 61 - BARRAS DE APOIO**




**Fonte:** Isleb e Galvão (2003)

## FIGURA 62 - MEDIDAS E ÁREAS DE APROXIMAÇÃO DAS MESAS

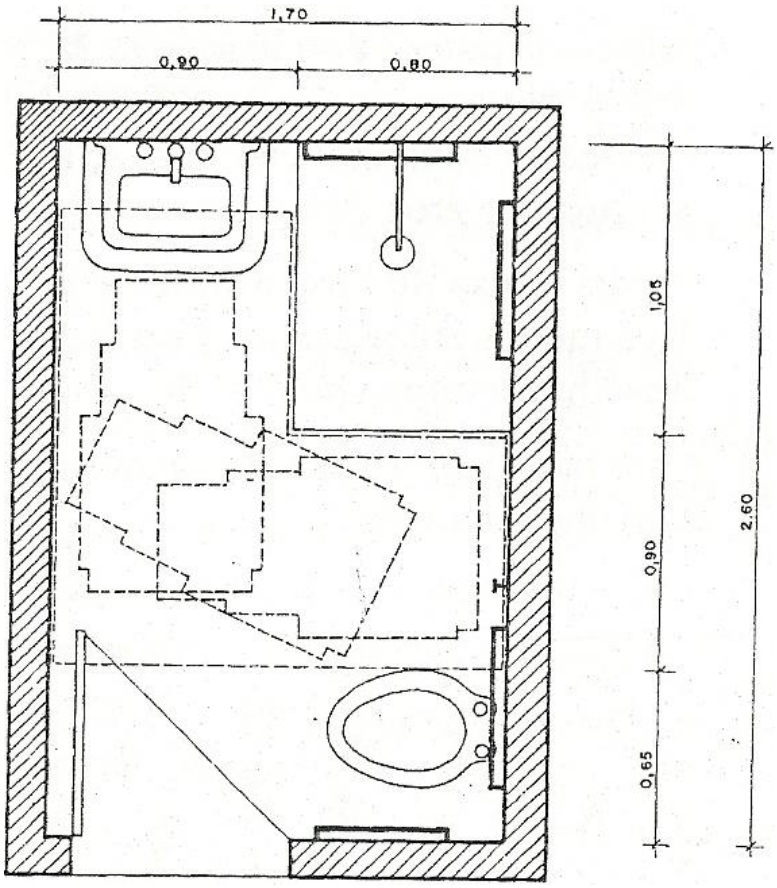



**Fonte:** ABNT (2015, p. 119)

## FIGURA 63 - SINALIZAÇÃO DE ESTACIONAMENTO PARA PCD'S

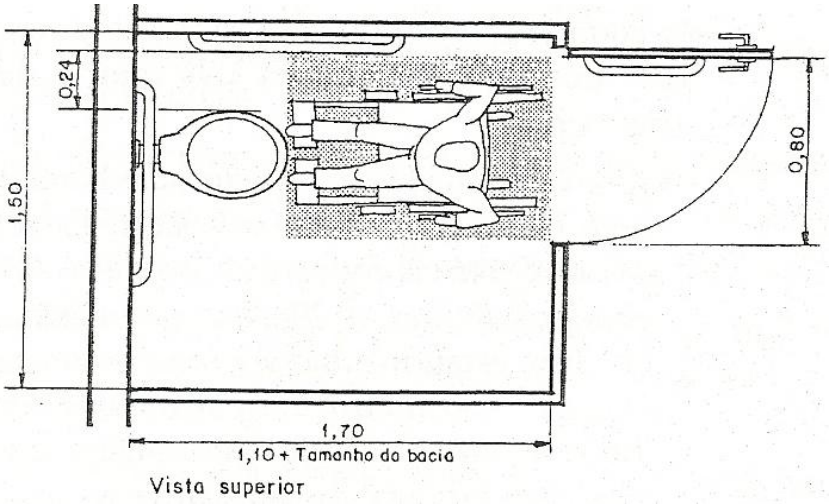
**Fonte:** ABNT (2015, p. 52).

**FIGURA 64 - DIMENSÕES PARA ACESSO E A CIRCULAÇÃO DA CADEIRA DE RODAS EM BANHEIROS.**



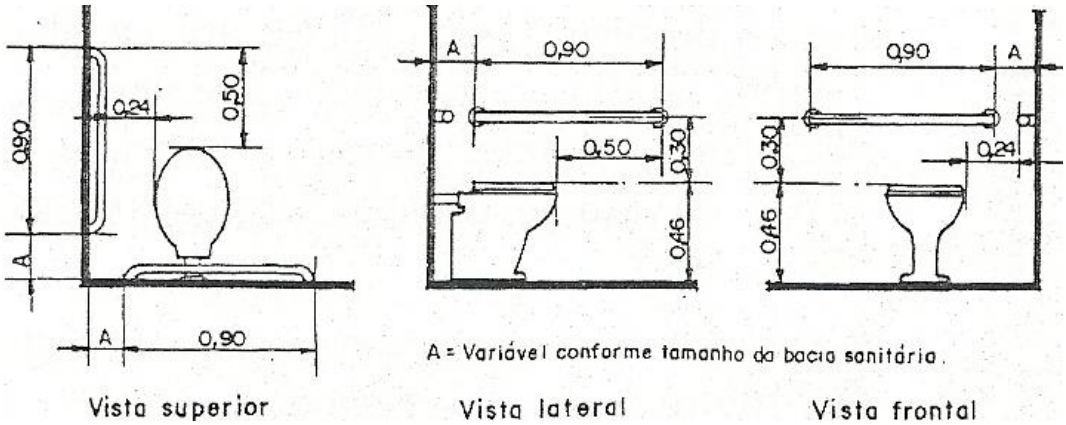

**Fonte:** Isleb e Galvão (2003)

**FIGURA 65 - TRANSFERÊNCIA FRONTAL, VISÃO SUPERIOR DA BACIA (EM METROS).**



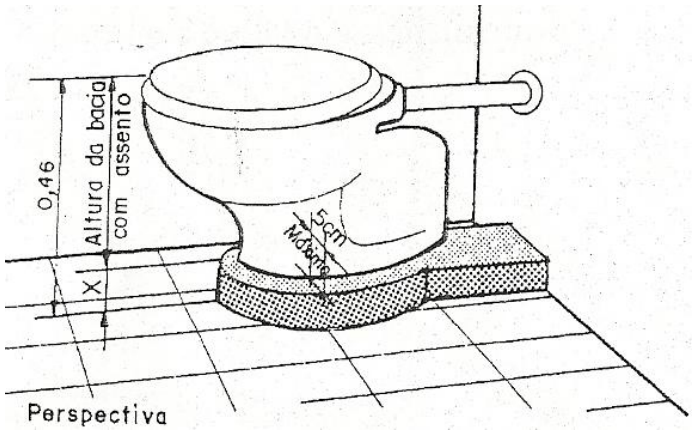

**Fonte:** Isleb e Galvão (2003).

## FIGURA 66 - BACIA SANITÁRIA E BARRAS DE APOIO (EM METROS).



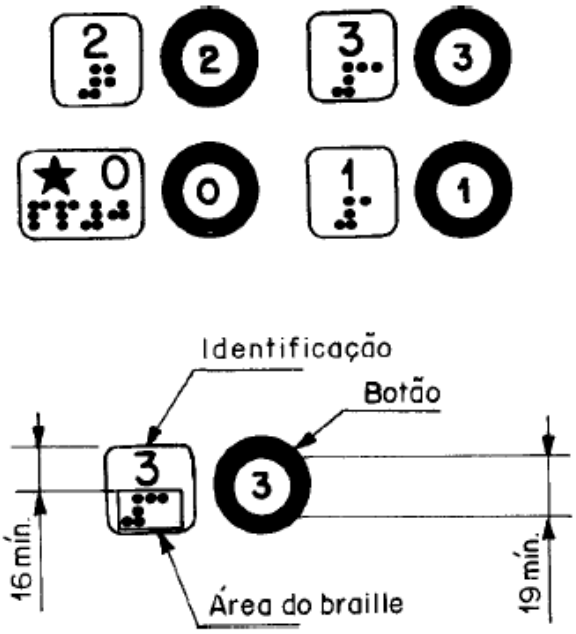

**Fonte:** Isleb e Galvão (2003).

## FIGURA 67 - ADEQUAÇÃO DA ALTURA DA BACIA SANITÁRIA (EM METROS).



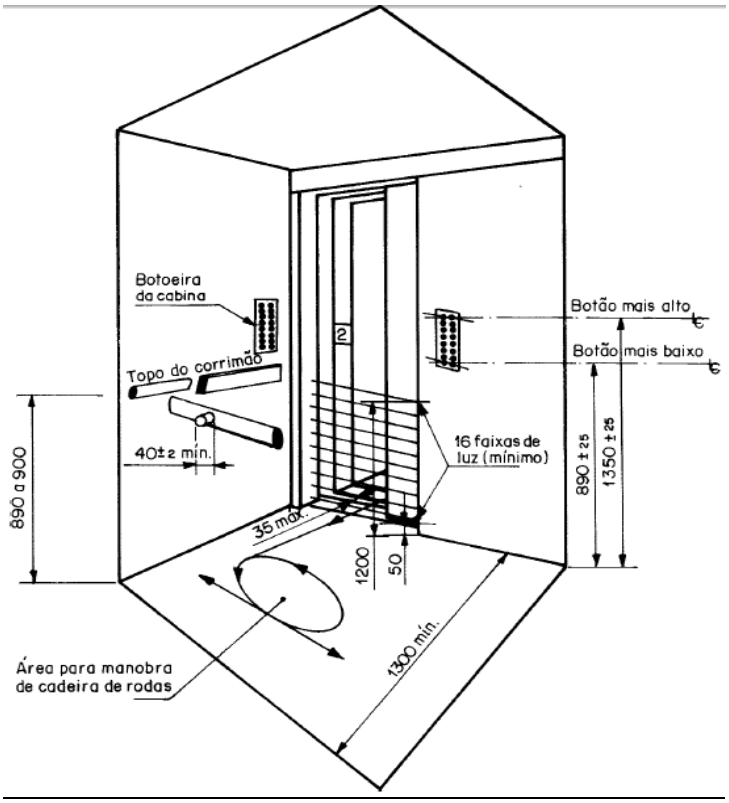

**Fonte:** Isleb e Galvão (2003)

## FIGURA 68 - DIMENSÃO E IDENTIFICAÇÃO DOS BOTÕES DOS ELEVADORES EM BRAILE.



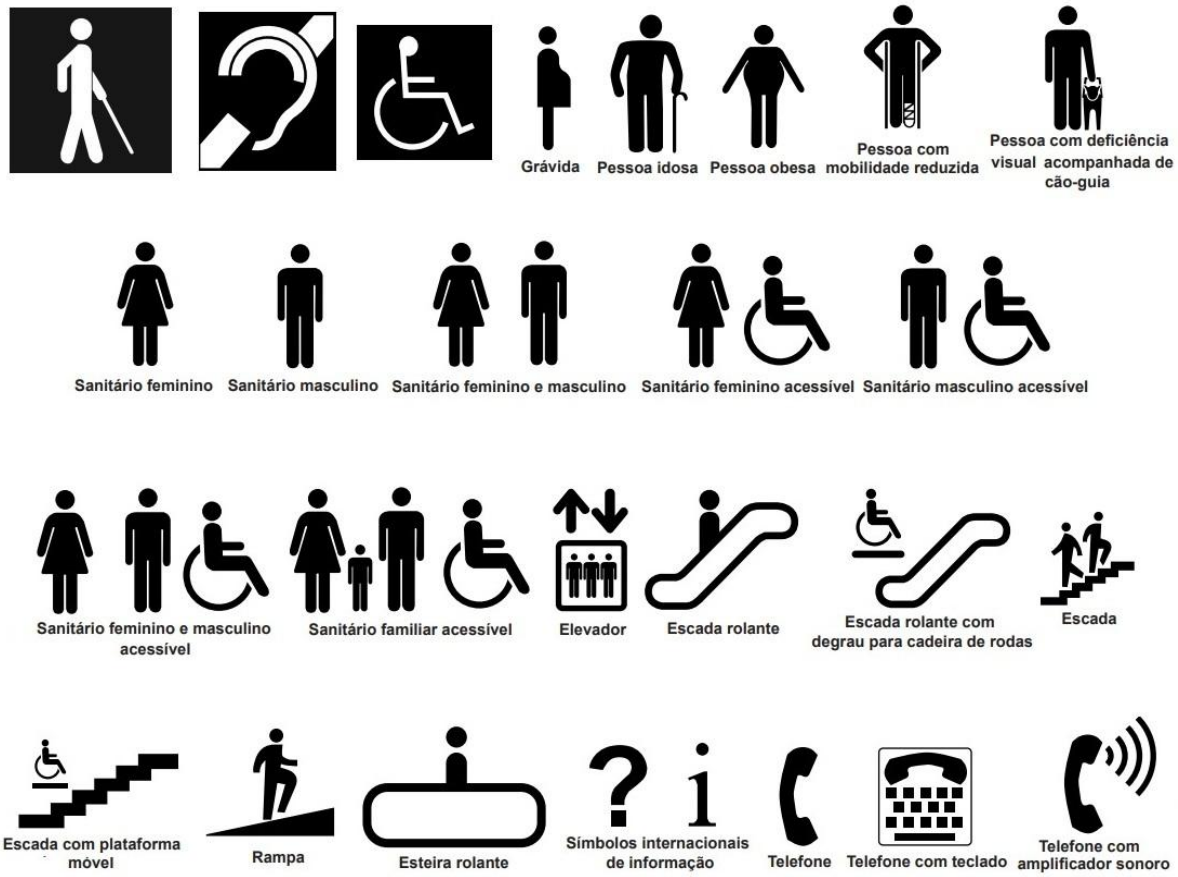

**Fonte:** ABNT NBR 13994, 2000.

## FIGURA 69 - COMPOSIÇÃO DA CABINA DOS ELEVADORES ACESSÍVEIS



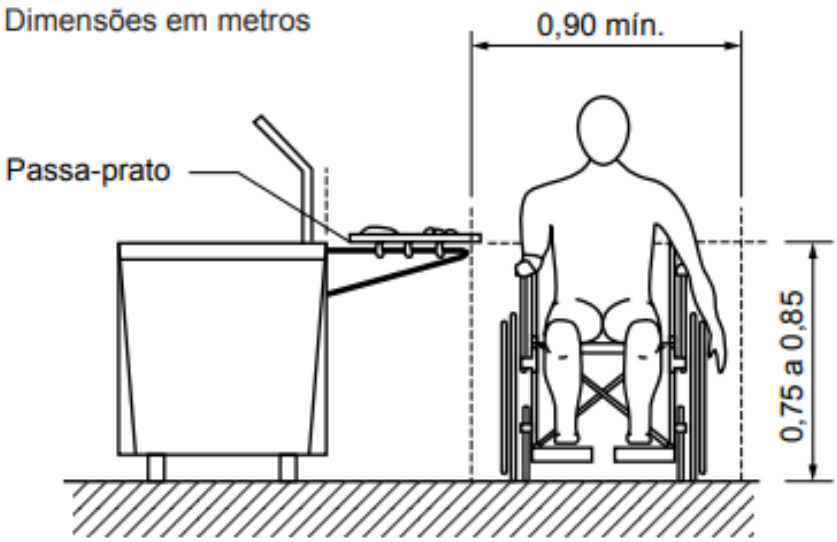

**Fonte:** ABNT NBR 13994, 2000.

## FIGURA 70 - EXEMPLOS DE SÍMBOLOS INTERNACIONAIS DE ACESSO (SIA)



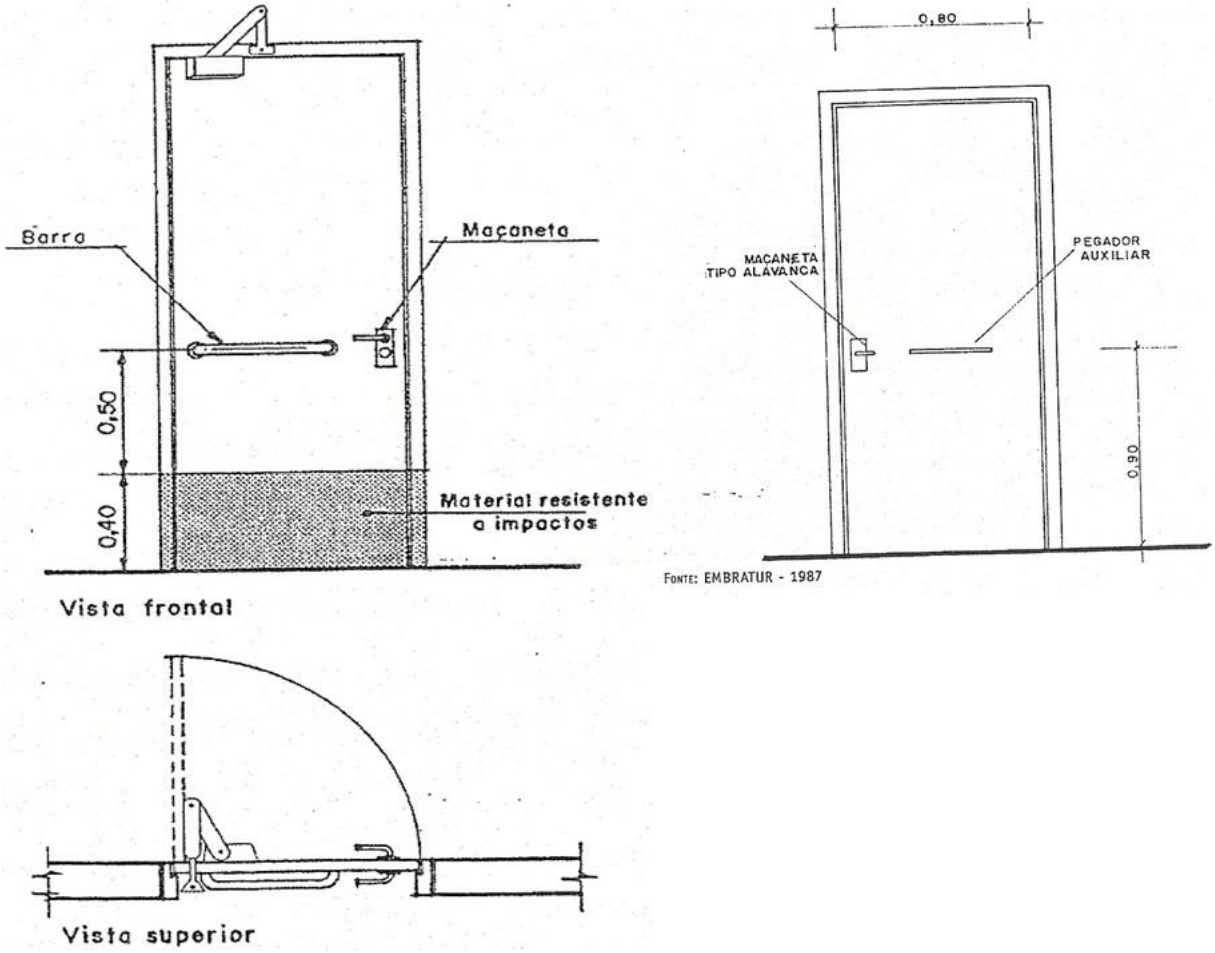

**Fonte:** ABNT (2004) e ABNT (2015, p. 40-43). Adaptado pelos autores.

## FIGURA 71 - MEDIDAS E ESPAÇOS PARA OS BALCÕES DE A&B




**Fonte:** ABNT (2015, p. 120)

**FIGURA 72 - CARACTERÍSTICAS DAS PORTAS DE ACESSO**




**Fonte:** Isleb e Galvão (2003).

**III. Capacitações para atendimento do público PcD:**

Assim, para que este projeto seja cumprido, a TURISPETRO precisará elaborar sistemas de parceria junto às entidades representativas deste público-alvo, de maneira que estas oportunizem a qualificação de um conjunto de competências, habilidades, técnicas e conhecimentos a ser lapidado junto aos profissionais de turismo petropolitanos. Desse modo, estes profissionais aprimorarão *expertises* e *know-how* operacionais sobre (BRASIL, 2009):

- processos de comunicação e sinalização visual, tátil e sonoro que necessitam ser direcionados aos deficientes visuais e auditivos;
- particularidades que envolvem a aplicação do SIA, do Braille, da Língua Brasileira de Sinais (Libras), etc.;

- as adequações de seus procedimentos operacionais padrão (POPs), de forma que contemplem as reais necessidades destes PcDs.

### *6.3.6. Programa para o aprimoramento das informações turísticas*

A captação de informações do sistema turístico se mostra fundamental para o estabelecimento de estratégias mais assertivas, que privilegiem propostas de crescimento pautadas por premissas de desenvolvimento, sobrevivência, restrição ou risco. Assim, quanto maior for o entendimento sobre as particularidades de cada componente dos conjuntos das ações operacionais, da organização estrutural e das relações ambientais (BENI, 2017), maiores serão as chances de sucesso dos planos prospectados pelos gestores turísticos.

Com estes aspectos esclarecidos, o referido programa abarca as seguintes proposições de projetos:

**I. Observatório Regional do Turismo de Petrópolis**

Os participantes deste projeto terão a responsabilidade de conduzir os procedimentos metodológicos dispostos pela equipe executora deste Plano Diretor, preocupando-se em dar continuidade a atualização: da inventariação da oferta turística; da análise da demanda; e do diagnóstico situacional dos equipamentos turísticos petropolitanos. Outrossim, será importante conduzir uma pesquisa de opinião junto ao munícipe, para que os gestores compreendam os efeitos positivos/negativos que esse sistema turístico exerce sobre a qualidade de vida, segurança e bem-estar desta população.

Não obstante, para o pleno exercício deste Observatório, torna-se crucial equipa-lo com os recursos e equipamentos tecnológicos necessários para as verificações anteriormente listadas, assim como o destacamento de profissionais competentes para executar essas avaliações. No tocante a estes profissionais, sugerimos que membros da TURISPETRO, das instituições de ensino superior (em especial às que oferecem cursos de turismo) e membros com cadeira cativa no

Conselho Municipal de Turismo de Petrópolis ocupem este espaço tão estratégico para o desenvolvimento turístico local.

Por fim, julga-se relevante dar continuidade as ações avaliativas que atualmente são executadas, a saber (PREFEITURA DE PETRÓPOLIS, 2021, p. 1):

- Levantamento mensal, em feriados e eventos do calendário da visitação dos atrativos turísticos de Petrópolis e do Parque Nacional da Serra dos Órgãos, bem como monitoramento e comparativos mensais e anuais;
- Levantamento mensal, em feriados e eventos do calendário da quantidade dos atendimentos do Disque Turismo e análise das informações solicitadas, bem como monitoramento e comparativos mensais e anuais;
- Levantamento mensal, em feriados e eventos do calendário da quantidade dos atendimentos dos Centros de Informação Turística – CITs de Petrópolis e procedência dos visitantes nacionais e internacionais, bem como monitoramento e comparativos mensais e anuais.

**II. Centros de Informação Turística**

Atualmente existem 5 CITs distribuídos nas seguintes áreas: Praça da Liberdade (Centro Histórico); Quitandinha; Itaipava; Bingen; e Rua Teresa (Centro de Moda da Rua Teresa), sendo que este último está inativo, devido à falta de funcionários. Por essa disposição, nota-se uma concentração de CITs os distritos de Petrópolis e Itaipava.

Ademais, estre projeto também registra a importância da contratação de profissionais que atuem nos CITs existentes em Petrópolis, qualificando-os para exercerem devidamente suas funções nesses espaços.

### *6.3.7. Programa para a Governança Turística*

Uma das responsabilidades da governança turística é prover ambientes que permitam uma articulação e um debate democrático entre os *players* de um determinado sistema turístico para, a partir disso, apresentarem propostas de análise

e monitoramento dos efeitos oriundos das políticas, programas, projetos e estratégias que buscam o desenvolvimento turístico sustentável e uma maior permanência do turista. Em específico a este último quesito, torna-se imprescindível o oferecimento de um conjunto diversificado de atrativos, serviços, equipamentos e ofertas turísticas.

Para que isso seja possível, o desenvolvimento de ações integradas com municípios pertencentes à região turística da Serra Verde Imperial se evidencia como um importante projeto (I). Logo, esse processo de fortalecimento regional precisará ser discutido em instâncias oportunas. Prerrogativa essa que demanda a idealização de fóruns periódicos que permitam

> construir um ambiente democrático, harmônico e participativo entre poder público, iniciativa privada, terceiro setor e comunidade, [promovendo] (...) a integração e cooperação intersetorial, com vistas à sinergia na atuação conjunta entre todos os envolvidos direta e indiretamente na atividade turística (BRASIL, 2007b, p. 10).

Neste escopo, outro projeto (II) que se faz necessário é uma campanha de sensibilização junto ao *trade* turístico regional para que seus componentes formalizem suas situações cadastrais junto ao CADASTUR, assim como obtenham outros cadastros que transmitam a qualidade dos produtos turísticos petropolitanos, a saber: Selo Turismo Consciente do estado do Rio de Janeiro, SBCLASS, Estrelas Michelin etc.

Há também a possibilidade de se conduzir um projeto (III) de sensibilização dos munícipes em prol do desenvolvimento do sistema turístico regional, permitindo que esses sujeitos compreendam os benefícios dessa atividade, atuando com agentes da hospitalidade, cordialidade, prestatividade junto ao acolhimento dos distintos perfis de turistas. Neste escopo, seria fundamental dar continuidade ao programa de sensibilização turística revisado pela Prefeitura e COMTUR.

Por fim, haverá a necessidade de se criar um grupo de trabalho que monitore os editais federais e estaduais que oferecem recursos para o desenvolvimento da cadeia produtiva do turismo (IV). Assim, torna-se fundamental prover capacitações

para que os profissionais responsáveis por este monitoramento entendam as nuances do processo de captação de recursos públicos.

### *6.3.8. Programa para o desenvolvimento turístico sustentável*

O segmento turístico é um dos setores econômicos mais importantes da contemporaneidade e, em seu escopo, suas atividades se destacam – positiva e/ou negativamente – por seu poder de transformação local graças aos impactos socioculturais, econômicos e ambientais que suas cadeias produtivas exercem sobre suas localidades. Logo, a condução de uma gestão sustentável torna-se vital para maximizar seus efeitos positivos e minimizar os negativos, além de atender os anseios de seus proprietários e de seus *stakeholders*.

Com estes aspectos esclarecidos, este programa busca elucidar o fato de que gestões sustentáveis se debruçam, impreterivelmente, sobre três variáveis: (1) dimensões da sustentabilidade – ambiental, social, cultural, econômica e política; (2) gestão de relacionamento de *stakeholders*; e (3) métricas de uma gestão participativa. Dessa forma, a atividade turística pode atuar como um real agente de transformação positiva de sua localidade[68], propiciando sociedades economicamente rentáveis, socialmente justas, culturalmente compatíveis e ambientalmente eficientes (TYRRELL, et al., 2013; PÉREZ; DEL BOSQUE, 2014; SANTOS, et al., 2017). Dito isso, eis os projetos que contemplarão o escopo de atuação desse programa:

**I. Responsabilidade Ambiental**

Estabelecer, de maneira participativa, um conjunto de critérios que permita que a cadeia produtiva turística petropolitana desenvolva ações ecoeficientes,

[68] Em vista disso, a Organização das Nações Unidas identificou esta cadeia como essencial ao desenvolvimento sustentável contemporâneo. Por causa disso, esta atividade tem destaque em três dos dezessete objetivos do Desenvolvimento Sustentável para 2030, a saber (UNITED NATIONS, 2015): SDG 8: Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todos; SDG 12: Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis; SDG 14: Conservação e uso sustentável dos oceanos, dos mares e dos recursos marinhos para o desenvolvimento sustentável

salvaguardando os recursos naturais locais para as gerações futuras. Como parâmetro, oferecemos alguns exemplos de critérios (SANTOS; et al, 2017; SANTOS, 2018; AMADO DOS SANTOS; et al., 2020; SANTOS; ALMEIDA; MIRANDA, 2021):

- reduzir a emissão de gases, ruídos e odores;
- propor uma política organizacional que dissemine o uso de energias renováveis e a inserção de mecanismos ecoeficientes que permitam uma melhor utilização da água e da energia elétrica;
- Promover manutenções preventivas, impedindo impactos aos ecossistemas.
- Estabelecer e difundir amplamente um código de comportamento ambiental para toda organização, atingindo os *stakeholders* que a apoiam.
- Utilizar produtos biodegradáveis em processos de limpeza.
- Optar por fornecedores conscientes das suas responsabilidades ambientais.
- Definir ações de responsabilidade sobre as emergências ambientais.
- Promover a proteção da flora e fauna local.
- Reduzir, reciclar e/ou minimizar a produção de resíduos sólidos e efluentes líquidos.
- Estabelecer programas de educação ambiental – mínimo de 05 ações anuais – que esclareçam as limitações dos recursos naturais.
- Estabelecer uma política de capacidade de carga sobre o consumo de atrativos naturais.

**II. Responsabilidade Social**

Como parâmetro, oferecemos alguns exemplos de critérios (SANTOS; et al, 2017; SANTOS, 2018; AMADO DOS SANTOS; et al., 2020; SANTOS; ALMEIDA; MIRANDA, 2021):

- Tornar eficazes os mecanismos de protestos e reclamações relacionadas às práticas de trabalho, efetivando essas solicitações.
- Encorajar perante seus funcionários o desenvolvimento e a criação de habilidades complementares aos cargos ocupados.

- Estabelecer uma política de crescimento organizacional que propicie ascensão vertical e horizontal aos seus colaboradores.
- Estruturar políticas de trabalho que favoreçam autóctones, propiciando uma estrutura organizacional igualitária, independentemente de crenças, gêneros, etnias e orientações sexuais.
- Assegurar os direitos e a dignidade dos colaboradores e grupos sociais envolvidos no processo da gestão turística.
- Proporcionar salários que atendam ou excedam as regulações locais.
- Dar prioridade às companhias locais, tornando-as fornecedores e distribuidores de sua cadeia produtiva.
- Constituir grupos de trabalho que disseminem a importância da saúde, segurança, direitos humanos e trabalhistas.
- Atender plenamente as necessidades de pessoas com deficiência.
- Implementar uma cultura organizacional que seja contra a exploração comercial e sexual, especialmente de crianças, adolescentes, mulheres e grupos minoritários.

**III. Responsabilidade Cultural**

Como parâmetro, oferecemos alguns exemplos de critérios (SANTOS; et al, 2017; SANTOS, 2018; AMADO DOS SANTOS; et al., 2020; SANTOS; ALMEIDA; MIRANDA, 2021):

- Valorizar, preservar e promover questões culturais que enalteçam a identidade de uma destinação turística[69].
- Propiciar aos clientes informações sobre a cultura local e seu patrimônio, explicando adequadamente questões ligadas à representatividade, à simbologia e aos seus comportamentos e condutas.

[69] Neste contexto, até o fim deste plano diretor, tem-se a oportunidade de fortalecer projetos em andamento, como é o caso do Museu da Memória Negra.

- Respeitar crenças e tradições, consultando a comunidade sempre que oferecer produtos e serviços baseados em sua cultura, observando a questão da autenticidade e representatividade por detrás da experiência turística.
- A arquitetura do meio de hospedagem deve ser compatível às identidades urbanas e rurais.

**IV. Responsabilidade Econômica**

Como parâmetro, oferecemos alguns exemplos de critérios (SANTOS; et al, 2017; SANTOS, 2018; AMADO DOS SANTOS; et al., 2020; SANTOS; ALMEIDA; MIRANDA, 2021):

- Propor ações que maximize a geração, distribuição e retenção dos valores econômicos.
- Auxiliar o desenvolvimento de projetos que garantam o investimento em infraestrutura e serviços oferecidos na comunidade.
- Orçamentos destinados à compra de insumos provenientes da comunidade local.
- Maximizar a contribuição das empresas turísticas para a prosperidade econômica local, através dos seguintes aspectos: (1) Evitar evasão de capital; (2) Encorajar sistemas de parceria que beneficiam esse segmento; (3) Influenciar a quantidade de gastos feitos pelo turista.
- Assegurar a produtividade organizacional através de processos relacionados à identificação contínua de perigos, avaliação de riscos e implementação de medidas de controle.
- Estabelecer planos de contingência para mitigar os efeitos negativos oriundos das ameaças de seu mercado.
- Assegurar, em longo prazo, a viabilidade econômica e a competitividade organizacional, garantindo benefícios a todos os seus *stakeholders*.
- Planejar produtos e serviços considerando os princípios de excelência e satisfação de seus clientes.

**V. Responsabilidade Política**

Como parâmetro, oferecemos alguns exemplos de critérios (SANTOS; et al, 2017; SANTOS, 2018; AMADO DOS SANTOS; et al., 2020; SANTOS; ALMEIDA; MIRANDA, 2021):

- Promover uma política de transparência, baseada em princípios éticos e morais, com os *stakeholders* que apoiam esta cadeia de produção.
- Efetivar políticas de treinamento que enalteçam o papel cultural, social, econômico e ambiental dessa organização.
- Incluir valores da sustentabilidade na missão, visão e princípios organizacionais nas empresas turísticas.
- Monitorar continuamente os resultados operacionais, administrativos e financeiros.
- Facilitar o engajamento e fortalecimento dos *stakeholders* nos processos de decisão.
- Fortalecer a gestão participativa.

## 6.4. Estratégias para o desenvolvimento turístico petropolitano

Estas estratégias foram construídas com o auxílio do *trade* turístico petropolitano, da Secretaria de Turismo e do Conselho Municipal de Turismo de Petrópolis. A ideia foi apresentar, com o auxílio de uma dinâmica de grupo executada no dia 19 de dezembro de 2022, a temporalidade dos programas e projetos que aqui foram listados. Todavia, antes dessa cronologia ser disposta no quadro a seguir, julga-se oportuno esclarecer que:

- todos os projetos aqui elencados necessitarão ser iniciados em 2023. Todavia, no tocante aos seus primeiros resultados, tem-se a expectativa que os que forem listados no escopo de curto prazo apresentem seus primeiros resultados até o final de 2025. Já àqueles que forem elencados como estratégias de médio prazo terão que mostrar seus primeiros resultados até o final de 2028. E, por

fim, os projetos que forem rotulados como “longo prazo” precisarão expor seus primeiros resultados em 2030.

- a temporalidade demarcada não significa o fim de um determinado projeto, mas sim que, seus primeiros resultados devem aparecer no arco temporal indicado. Desse modo, é necessário entender que todos os projetos precisam ser encarados como permanentes e contínuos. Ou seja: deverão ser realizados sempre, adaptando-se às exigências, tendências, oportunidades e ameaças do mercado turístico petropolitano.

## QUADRO 48 - ESTRATÉGIAS TEMPORAIS DO PLANO DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO PETROPOLITANO (2023-2032)

| PROGRAMA | PROJETOS | ESCOPO TEMPORAL | | |
|---|---|---|---|---|
| | | CP (2023-2025) | MP (2023-2028) | LP (2023-2030) |
| QUALIFICAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA | Captação, planejamento e organização de eventos | X | | |
| | Qualificação da mão-de-obra hoteleira | | X | |
| | Hospitalidade e excelência em serviços turísticos | X | | |
| | Aprimoramento dos serviços de receptivo | X | | |
| | Gestão de bares e restaurantes | | X | |
| | Demais setores turísticos | | X | |
| COMUNICAÇÃO E MARKETING DO DESTINO TURÍSTICO | Revitalização do plano de marketing turístico 2023-2030 | X | | |
| | Comunicação estratégica para o destino turístico petropolitano | X | | |
| | Estratégias de marca e marketing digital | X | | |
| | Feiras de turismo nacionais e internacionais | X | | |
| INFRAESTRUTURA TURÍSTICA | Sinalização turística | X | | |
| | Mobilidade urbana | | | X |
| | Infraestrutura pública e privada | | | X |
| DIVERSIFICAÇÃO E INOVAÇÃO DOS PRODUTOS TURÍSTICOS | Petrópolis e o turismo 4.0 | | X | |
| | Diversificação de segmentos e fortalecimento dos produtos turísticos locais | | X | |
| ACESSIBILIDADE TURÍSTICA | Adequação da oferta hoteleira | | X | |
| | Infraestrutura, equipamentos e atrativos turísticos acessíveis | | | X |
| | Capacitações para atendimento do público PcD | | X | |
| INFORMAÇÕES TURÍSTICAS | Observatório Regional do Turismo de Petrópolis | X | | |
| | Centros de Informação Turística | X | | |

## QUADRO 48 - ESTRATÉGIAS TEMPORAIS DO PLANO DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO PETROPOLITANO (2023-2032) (CONTINUAÇÃO)

| PROGRAMA | PROJETOS | ESCOPO TEMPORAL | | |
|---|---|---|---|---|
| | | CP (2023-2025) | MP (2023-2028) | LP (2023-2030) |
| **GOVERNANÇA TURÍSTICA** | Ações integradas para a região turística Serra Verde Imperial | | X | |
| | Formalização cadastral – CADASTUR | X | | |
| | Sensibilização dos munícipes | X | | |
| | Monitoramento de editais | | X | |
| **DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO SUSTENTÁVEL** | Responsabilidade ambiental | | X | |
| | Responsabilidade social | | X | |
| | Responsabilidade cultural | | X | |
| | Responsabilidade económica | | X | |
| | Responsabilidade política | | X | |

**Fonte:** Elaborado pelos autores.
**Legenda:** CP = Curto Prazo; MP = Médio Prazo; LP = Longo Prazo.

Isto posto, os seguintes projetos foram listados para que seus primeiros resultados apareçam entre o triênio de 2023 a 2025: Captação, planejamento e organização de eventos; Hospitalidade e excelência em serviços turísticos; Aprimoramento dos serviços de receptivo; Revitalização do plano de marketing turístico 2023-2030; Comunicação estratégica para o destino turístico petropolitano; Estratégias de marca e marketing digital; Feiras de turismo nacionais e internacionais; Sinalização turística; Observatório Regional do Turismo de Petrópolis; Centros de Informação Turística; Formalização cadastral – CADASTUR; e Sensibilização dos munícipes.

Já para 2023-2028, temos: Qualificação da mão-de-obra hoteleira; Gestão de bares e restaurantes; Demais setores turísticos; Petrópolis e o turismo 4.0; Diversificação de segmentos e fortalecimento dos produtos turísticos locais; Adequação da oferta hoteleira; Capacitações para atendimento do público PcD; Ações integradas para a região turística Serra Verde Imperial; Responsabilidade ambiental; Responsabilidade social; Responsabilidade cultural; Responsabilidade económica; Responsabilidade política.

Por fim, para o período de 2023-2030 foram elencados: Mobilidade urbana; Infraestrutura pública e privada; Infraestrutura, equipamentos e atrativos turísticos acessíveis.

## REFERÊNCIAS

ABEOC – Associação Brasileira de Empresas de Eventos. **ABEOC Brasil: Eventos impulsionam economia com turismo de negócios.** s/d. Disponível em: https://abeoc.org.br/2022/10/abeoc-brasil-eventos-impulsionam-economia-com-turismo-de-negocios/. Acesso em: 15.dez.2022.

ABESO – Associação Brasileira para o Estudo da Obesidade e da Síndrome Metabólica. **Mapa da Obesidade.** 2020. Disponível em: https://abeso.org.br/obesidade-e-sindrome-metabolica/mapa-da-obesidade/. Acesso em: 15.dez.2022.

ABIHRJ - Associação Brasileira da Industria de hotéis do Rio de Janeiro. **Petrópolis (RJ):** O guia completo da cidade! Fotos, vídeos e muito mais! 2022. Disponível em: https://abihrj.com.br/cidades/petropolis-rj-o-guia-completo-da-cidade-fotos-videos-e-muito-mais. Acesso: 14 dez. 2022

ABIHRN - Associação Brasileira da Industria de hotéis do Rio Grande do Norte. **O turismo de lazer pode ter crescimento significativo na pós-pandemia.** 2022. Disponível em: https://www.abihrn.com.br/2022/02/03/o-turismo-de-lazer-pode-ter-crescimento-significativo-na-pos-pandemia/. Acesso em: 13.jan.2023.

ABIH-SC, Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Estado de Santa Catarina. 2020. **Taxa de ocupação:** o que é e qual sua importância? Disponível em: https://www.abih-sc.com.br/taxa-de-ocupacao-o-que-e-e-qual-a-sua-importancia/. Acesso em: 06.nov.22.

ABNT – Associação Brasileira de Normas e Técnicas. **ABNT NBR 13994:2000 - Elevadores de passageiros - Elevadores para transporte de pessoa portadora de deficiência.** 2000. Disponível em: http://www.crea-sc.org.br/portal/arquivosSGC/NBR%2013994.pdf. Acesso em: 15.dez.2022.

ABNT – Associação Brasileira de Normas e Técnicas. **ABNT NBR 9.050:2015 - Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos.** 2015. Disponível em: http://www.mpf.mp.br/atuacao-tematica/pfdc/temas/inclusao-de-pessoas-com-deficiencia/legislacao/abnt-nbr-9-050-2015/at_download/file. Acesso em: 15.dez.2022.

ABRASEL, Associação brasileira de bares e restaurantes. **Fernanda Etchepare - Gastronomia impulsiona o turismo gaúcho**. s/d. Disponível em: https://abrasel.com.br/noticias/entrevistas/fernanda-etchepare-gastronomia-impulsiona-o-turismo-gaucho/. Acesso: 17 nov. 2022.

ACAP - Associação das Cervejarias Artesanais de Petrópolis. **Agora é lei:** microcervejarias são incentivadas com programa específico. s/d. Disponível em: https://www.diariodepetropolis.com.br/integra/bernardo-rossi-sanciona-lei-que-beneficia-21-empresas-que-geram-1-5-mil-empregos-139542. Acesso: 14 dez. 2022.

ACERENZA, M. A. **Administração do Turismo.** Bauru, SP: EDUSC, 2003.
ACERVA CARIOCA. **Regionais**. s/d. Disponível em: acervacarioca.com.br/ListaRegionais#/. Acesso em: 21 de nov. 2022.

AIRBNB. **Termos de Serviço**. s/d. Disponível em: https://www.airbnb.com.br/help/article/2908/termos-de-servi%C3%A7o. Acesso em: 21 de set. de 2022.

ALEEM, H.; ZHAO, Y.; LORD, S.; MCCARTHY, T.; SHARRATT, P. N. Pharmaceutical process validation: on overview. **Proceedings of the Institution of Mechanical Engineers. Part E: Process Mechanical Engineering**, v. 217, p. 141-150, 2002.

ALEMANHA E A MÚSICA. **Quem somos**. 2022b. Disponível em: https://www.alemanhaeamusica.com.br/index.php/sobre/quem-somos. Acesso em: 21 de nov. 2022.

ALEMANHA E MÚSICA. **AGFAP**: Associação dos Grupos Folclóricos Alemães de Petrópolis. 2022a. Disponível em: https://www.alemanhaeamusica.com.br/index.php/agfap-associacao-dos-grupos-folcloricos-alemaes-de-petropolis. Acesso em: 21 de nov. 2022.

ALEXANDRE, L. M. M. Política de turismo e desenvolvimento local: um binômio necessário. In: BEZERRA, D. M. F. (org.). **Planejamento e gestão em turismo.** São Paulo: Roca, 2003.

ALVARENGA, D.; SILVEIRA, D. **Consumo de cerveja cresce no país mesmo com inflação e movimento ainda fraco nos bares**. 2022. Disponível em: https://g1.globo.com/economia/noticia/2022/06/11/consumo-de-cerveja-cresce-no-pais-mesmo-com-inflacao-e-movimento-ainda-fraco-nos-bares.ghtml. Acesso em: 15.dez.2022.

ALVARES, D.; LOURENÇO, J. Inovações com incidência Direta na Atividade Turística: Uma Análise dos Destinos Ouro Preto-MG e Salvador-BA. **Revista de Cultura e Turismo**, v.5, p. 33-43, 2011.

ALVES, A. M.; MEDEIROS, J. L.; MARACAJÁ, K. F. B. Planejamento turístico: um estudo sobre o Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável do Polo Seridó. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 12, n. 1, p.17-29, abr. 2012.

AMADO DOS SANTOS, R.; MÉXAS, M. P.; MEIRIÑO, M. J.; SAMPAIO. M. C.; COSTA, H. G. Criteria for assessing a sustainable hotel business. **Journal of Cleaner Production**, 262, 1-10, 2020.

AMARAL, M. C. **Reaproveitamento e reciclagem têxtil no Brasil:** ações e prospecto de triagem de resíduos para pequenos geradores. 2016. 123 f. Dissertação (Mestre em Ciências) – Universidade de São Paulo, Programa de Pós-Graduação em Têxtil e Moda, São Paulo, 2016.

ANA- AGENCIA NACIONAL DE ÁGUAS (BRASIL). **Introdução a gestão participativa**. 2022. Disponível em: https://capacitacao.ana.gov.br/conhecerh/handle/ana/123. Acesso: 11 jan 2022.

ANATEL – Agência nacional de Telecomunicações. **Panorama.** Disponível em: <https://informacoes.anatel.gov.br/paineis/acessos/panorama>. Acesso em: 19 de setembro de 2022.

APIFY. **Apify store**. 2022. Disponível em: https://apify.com/store?search=google. Acesso em: 20 de set. de 2022.

BARBOSA, L. 2021. **FOHB: não elevar preços significa retomada mais lenta**. Disponível em: https://www.hoteliernews.com.br/fohb-nao-elevar-precos-significa-retomada-mais-lenta/. Acesso em: 06.nov.2022.

BARTHOLO, R.; SANSOLO, D. G.; BURSZTYN, I. **Turismo de base comunitária**: diversidade de olhares e experiências brasileiras. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009.

BENCKENDORFF, P.; PEARCE, P. Australian tourist attractions: The links between organizational characteristics and planning. **Journal of Travel Research**, v. 42, n. 1, p. 24–35, 2003.

BENI, M.C. **Análise Estrutural do Turismo**. 12 ed. São Paulo: Senac, 2007.

BENI, M. C. **Análise Estrutural do Turismo**. 14 ed. São Paulo: Senac, 2017.

BOCKEN, N.M.P.; SHORT, S. W.; RANA, P.; EVANS, S. A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes. **Journal of Cleaner Production**, v.65, p.42-56, 2014.

BORBA, G. O.; SETTE, I. R.; COUTINHO, M. K.; COUTINHO, M. P. **Plano Diretor de Turismo de Araras/SP**. Araras, SP: Prefeitura Municipal de Araras, 2015.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Glossário do turismo.** s/d. Disponível em: http://dadosefatos.turismo.gov.br/gloss%C3%A1rio-do-turismo/890-i.html. Acesso em: 14.dez.2022.

BRASIL. Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações. **Programa Internet para todos.** s/d. Disponível em: https://internetparatodos.mctic.gov.br/portal_ipt/opencms. Acesso em: 15.dez.22

BRASIL, Receita Federal; Pessoas Jurídicas. **Portal da transparência.** s/d. Disponível em: <https://www.portaltransparencia.gov.br/>. Acesso em: 14 de junho de 2022.

BRASIL. **Lei nº 8.213 de 24 de julho de 1991.** Dispõe sobre os Planos de Benefícios da Previdência Social e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8213cons.htm. Acesso em: 05.nov.2022.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Plano Nacional do Turismo 2003/2007**: Uma viagem de inclusão". Brasília: Ministério do Turismo, 2003.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Inventário da oferta turística**. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Atenção à saúde da Pessoa Idosa e Envelhecimento.** 2006. Disponível em: http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/atencao_saude_pessoa_idosa_envelhecimento_v12.pdf. Acesso em: 15.dez.2022.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Conteúdo fundamental – ação municipal para a regionalização do turismo**. Brasília-DF: Ministério do Turismo, 2007a.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil:** Módulo Operacional 4: Elaboração do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional. Brasília-DF: MTur, 2007b.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional do Turismo 2007/2010: uma viagem de inclusão, mais turistas, mais empregos.** 2007c. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/plano_nacional_turismo_2007_2010.pdf. Acesso em: 15.dez.2022.

BRASIL. **Lei nº 11.7711 de 17 de setembro de 2008**. Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico; revoga a Lei no 6.505, de 13 de dezembro de 1977, o Decreto-Lei no 2.294, de 21 de novembro de 1986, e

dispositivos da Lei no 8.181, de 28 de março de 1991; e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm. Acesso em: 02.nov.2022.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo acessível:** bem atender no turismo acessível. 2009. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/VOLUME_III_Bem_Atender_no_Turismo_Acessivel.pdf. Acesso em: 15.dez.2022.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Cartilha de orientação básica. Sistema Brasileiro de Classificação dos Meios de Hospedagem.** Brasília: Ministério do Turismo, 2010a.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Cartilha de orientação básica – Hotel.** Brasília: Ministério do Turismo, 2010b.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Código de ética mundial para o turismo**: por um turismo responsável. 2015. Disponível em: <https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwizq4Hoj7D1AhVnppUCHXkmA9IQFnoECAIQAQ&url=http%3A%2F%2Fwww.each.usp.br%2Fturismo%2Flivros%2Fcodigo_de_etica_mundial_para_o_turismo_UNWTO.pdf&usg=AOvVaw2tJsZaJivQbez4HXkCJini>. Acesso em: 13.jan.22.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Inventário da Oferta Turística.** 2015. Disponível em: http://antigo.turismo.gov.br/acesso-a-informacao/63-acoes-e-programas/4883-inventario-da-oferta-turistica.html. Acesso: 11 jan 2022.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Petrópolis atinge o topo do turismo nacional.** 2018. Disponível em: https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/petropolis-atinge-o-topo-do-turismo-nacional. Acesso: 14 dez. 2022.

BRASIL. **Lei n. 13.709, de 14 de agosto de 2018. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD).** 2018a. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm. Acesso em: 15.dez.2022.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Lei Brasileira de Inclusão é regulamentada.** 2018b. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/10836-lei-brasileira-de-inclus%C3%A3o-%C3%A9-regulamentada.html. Acesso em: 15.dez.2022.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Pesquisar prestadores de serviços turísticos (Cadastur)**. 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/servicos/cadastrar-prestadora-de-servico-turistico>. Acesso em: 09.jan.22

BRASIL. Ministério do Turismo. **Câmara do Turismo 4.0.** 2021. Disponível em: https://www.gov.br/turismo/pt-br/acesso-a-informacao/acoes-e-programas/camara-do-turismo-4.0. Acesso em: 15.dez.2022.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Anuário da Cerveja 2021.** 2021. Disponível em: https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwj1pfLfmvz7AhUIILkGHTPSC1gQFnoECBQQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.gov.br%2Fagricultura%2Fpt-br%2Fassuntos%2Finspecao%2Fprodutos-vegetal%2Fpublicacoes%2Fanuario-da-cerveja-2021.pdf&usg=AOvVaw0h6I8YS9GRGYkilLxpsdk2. Acesso em: 15.dez.2022.

BRASIL. Ministério da Educação. **E-mec - Cadastro Nacional de Cursos e Instituições de Educação Superior.** 2022. Disponível em: <https://emec.mec.gov.br/>. Acesso em: 22.jun.22.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Inventário da Oferta Turística.** 2022. Disponível em: https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-/publicacoes/inventario-da-oferta-turistica. Acesso: 15 dez. 2022.

BUIJTENDIJK, H., TSCHUNKERT, K. Hotel industry expansion and sustainable development: A case study of Inle Lake, Myanmar. **Research in Hospitality Management**, v.6, nº.1, p.9–23, 2016.

CASAROTTO, C. **Aprenda o que é análise SWOT, ou análise FOFA, e saiba como fazer uma análise estratégica do seu negócio**. 2019. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/como-fazer-uma-analise-swot/>. Acesso em: 09.jan.22.

CASTELLI, G. **Administração hoteleira**. 9. ed. Caxias do Sul: EDUCS, 2000.

CASTELLI, G. **Gestão hoteleira**. São Paulo: Saraiva, 2016.

CASTRO, B. **Turismo LGBT cresce 11%, acima da média da indústria.** 2017. Disponível em: https://www.panrotas.com.br/noticia-turismo/pesquisaseestatisticas/2017/06/turismo-lgbt-cresce-11-acima-da-media-da-industria_147192.html. Acesso em: 15.dez.2022.

CENTURIÓN, L. **Princípios e práticas de Revenue Management:** gerenciamento de demanda, de receita e de distribuição. São Paulo: Editora SENAC, 2014.

CÉSAR, F. A.; ALMEIDA, M. C. C. Inventário da oferta turística: reflexões teóricas para o planejamento e ordenamento do espaço turístico. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 20, n. 1, 2020.

CHERAGHALIZADEH; R.; TÜMER, M. The effect of applied resources on competitive advantage in hotels: mediation and moderation analysis. **Journal of Hospitality and Tourism Management**, v. 31, p.265-272, 2017.

CHIAVENATO, I. **Administração nos novos tempos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

CIDADE-BRASIL. **Município de Petrópolis.** 2021. Disponível em: https://www.cidade-brasil.com.br/municipio-petropolis.html. Acesso: 14 dez. 2022

CHIAS, J. **Turismo, o negócio da felicidade**: desenvolvimento e marketing turístico de países, regiões, lugares e cidades. São Paulo: Senac. 2007.

CONCER. **Recuperação de pavimentos.** s/d. Disponível em: https://www.concer.com.br/obras/recuperacao-de-pavimentos.aspx. Acesso: 15 dez. 2022.

CONTELLI, B. **Turismo de saúde e bem-estar deve impulsionar retomada do setor**. 2021. Disponível em: https://www.panrotas.com.br/mercado/opiniao/2021/09/turismo-de-saude-e-bem-estar-deve-impulsionar-retomada-do-setor_184256.html. Acesso em: 15.dez.2022.

CORREIA, L. M. S.; SANTOS, R. A. Tem acessibilidade hoteleira aqui? Um estudo exploratório na zona sul do Rio de Janeiro. **Revista Hospitalidade**, v. 17, n. 02, p. 136-159, 2020.

COOPER, C.; FLETCHER, J.; FYALL, A.; GILBERT, D.; WANHILL, S. **Turismo:** princípios e práticas. Porto Alegre: Bookman, 2007.

DANTAS, N. G. de S.; MELO, R. de S. O método de análise SWOT como ferramenta para promover o diagnóstico turístico de um local: o caso do município de Itabaiana-PB. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 8, n. 1, p. 118-130, 2008.

DIÁRIO DE PETRÓPOLIS. **Parceria público-privada pode viabilizar ferrovia entre Rio e Petrópolis**. 2018. Disponível em: https://diariodepetropolis.com.br/Integra/parceria-publico-privada-pode-viabilizar-ferrovia-entre-rio-e-petropolis-152073. Acesso: 14 dez. 2022.

DIÁRIO DE PETRÓPOLIS. **As Vocações Econômicas dos Distritos de Petrópolis.** 2020. Disponível em: https://www.diariodepetropolis.com.br/integra/ronaldo-fiani-188340. Acesso: 14 dez. 2022.

DIÁRIO DE PETRÓPOLIS. **Com média de quatro uniões por dia, Petrópolis é declarada a Capital Estadual do Casamento**. 2022a. Disponível em: https://www.diariodepetropolis.com.br/integra/com-media-de-quatro-unioes-por-dia-petropolis-e-declarada-a-capital-estadual-do-casamento-212663. Acesso: 14 dez. 2022.

DIÁRIO DE PETRÓPOLIS. **Diário 68 anos**: Petrópolis se prepara para o 'novo turismo' com o *trade* se mantendo operante, ultrapassando crises e investindo em diferentes nichos de mercado. 2022b. Disponível em: https://www.diariodepetropolis.com.br/integra/diario-68-anos-petropolis-se-prepara-para-o-novo-turismo-com-o-*trade*-se-mantendo-operante-ultrapassando-crises-e-investindo-em-diferentes-nichos-de-mercado-. Acesso em: 20 de set. de 2022.

DIÁRIO DE PETRÓPOLIS. **Profissionais do mercado imobiliário apontam crescimento em áreas periféricas da cidade**. 2022c. Disponível em: https://www.diariodepetropolis.com.br/integra/profissionais-do-mercado-imobiliario-apontam-crescimento-em-areas-perifericas-da-cidade-211861. Acesso em: 20 de set. de 2022.

DIÁRIO DO TURISMO. **Petrópolis recebe turistas no inverno e alavanca a economia**. 2022. Disponível em: https://diariodoturismo.com.br/petropolis-recebe-turistas-no-inverno-e-alavanca-a-economia/#:~:text=As%20estimativas%20vão%20ao%20encontro,o%20mesmo%20mês%20de%202021. Acesso em: 21 de set. de 2022.

DICKSTEIN, R. C. **Modelo para alocação de pessoas a projetos em ambiente multiprojetos considerando questões de ambientação das pessoas aos projetos**. 2011. 158 f. Dissertação (Doutorado) - Curso de Engenharia de Produção, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011.

DUTRA, D. V. **A análise SWOT no Brand DNA Process:** um estudo da ferramenta para aplicação em trabalhos em Branding. Dissertação de mestrado (Mestrado em Design e Expressão Gráfica) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2014.

FAETERJ PETRÓPOLIS. **Quem somos.** s/d. Disponível em: <http://www.faeterj-petropolis.edu.br/site/quem-somos-2/>. Acesso em: 21.jun.22

FECOMERCIOSP. **Número de idosos aumenta e turismo especializado na terceira idade cresce como oportunidade de negócio**. 2017. Disponível em: https://www.fecomercio.com.br/noticia/numero-de-idosos-aumenta-e-turismo-especializado-na-terceira-idade-cresce-como-oportunidade-de-negocio. Acesso em: 15.dez.2022.

FEITOSA, A. M. V. **Planejamento turístico**: passo a passo. Alagoas: Projetur, 2004.

FOHB – Fórum dos Operadores Hoteleiros do Brasil. 2017. **Perspectiva de desempenho da hotelaria.** Disponível em: http://fohb.com.br/wp-content/uploads/2017/11/Ed.-5-Perspectivas-de-Desempenho-da-Hotelaria.pdf. Acesso em: 17 jan.20.

FOURSQUARE CITY GUIDE. **Terminal Rodoviário Imperatriz Leopoldina**. 2022. Disponível em: https://pt.foursquare.com/v/terminal-rodovi%C3%A1rio-imperatriz-leopoldina/4d1a56b62910236ac8ab3cbc. Acesso: 14 dez. 2022.

FRITZEN, F. M.; RUDZEWICZ, L.; CERETTA, C. C. Uma Proposta de Planejamento Turístico e sua Aplicação em Pelotas, RS. **Revista Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade**, v. 7, n. 3, p. 423-439, 2015.

GALPIN, T.; WHITTTINGTON, J. L.; BELL, G. Is your sustainability strategy sustainable? Creating a culture of sustainability. **Corporate Governance**, v.15, nº.1, p.1-17, 2015.

GÂNDARA, J. M. G. Reflexões sobre o turismo gastronômico na perspectiva da sociedade dos sonhos. In: PANOSSO NETTO, A.; ANSARAH, M. G. **Segmentação do mercado turístico:** estudos, produtos e perspectivas. Barueri, SP: Manole, 2009.

GRÜTZMANN, A.; ZAMBALDE, A. L.; BERMEJO, P. H. S. Inovação, Desenvolvimento de Novos Produtos e as Tecnologias Internet: estudo em empresas brasileiras. **Gestão & Produção**, n. 2, v. 1, p. 1451, 2019.

GUIAS DE TURISMO DE PETRÓPOLIS. **Associação de Guias de turismo de Petrópolis**. s/d. Disponível em: https://www.guiasdeturismodepetropolis.com/missao-visao-valores. Acesso em: 21 de nov. 2022.

HAYES, D. K.; NINEMEIER, J. D. **Gestão de operações hoteleiras.** São Paulo: Prentice Hall, 2005.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. s/d. **História.** Disponível em: https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rj/petropolis/historico. Acesso em: 02.nov.22.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cidades e Estados.** 2010. Disponível em: https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/rj.html. Acesso: 13 dez. 2022.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo demográfico 2010:** características gerais da população, religião e pessoa com deficiência. 2010. Disponível em: http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/94/cd_2010_religiao_deficiencia.pdf. Acesso em: 15.dez.2022.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 2017. **Pesquisa de Serviços de Hospedagem.** Disponível em: http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/images/PESQUISA_DE_SERVI%C3%87O_DE_HOSPEDAGEM_2016_RELAT%C3%93RIO_MTUR_IBGE.pdf. Acesso em: 17 jan.20.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 2021. **Indicadores IBGE: Pesquisa Mensal de Serviços**. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=72419. Acesso em: 05.mar.22.

IBGE CIDADES. **Brasil / Rio de Janeiro / Petrópolis.** s/d. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rj/petropolis/panorama>. Acesso em: 19.jun.22

IC CASAMENTOS. **Palácio Quitandinha recebe nova edição da Inesquecível Casamento Petrópolis 2022**. 2022. Disponível em: https://www.inesquecivelcasamento.com.br/eventos/ic-week/palacio-quitandinha-recebe-nova-edicao-da-inesquecivel-casamento-petropolis-2022/. Acesso em: 15.dez.2022.

ICMBio - Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade. **Clima.** s/d. Disponível em: https://www.icmbio.gov.br/parnaserradosorgaos/atributos-naturais.html?id=45:clima&catid=3:artigos. Acesso: 13 dez. 2022

IGNARRA, L. R. **Fundamentos do Turismo.** 2. ed. rev. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. **Como elaborar os projetos.** s/d. Disponível em: http://portal.iphan.gov.br/files/Guia_Embratur/conteudo/principal.html. Acesso em: 14.dez.2022.

INEPDATA. **Catálogo de escolas.** s/d. Disponível em: <https://inepdata.inep.gov.br/analytics/saw.dll?dashboard>. Acesso em: 11.jul.22

INFOGRÁFICOS GLOBO. **Novelas e Filmes gravados em Petrópolis**. 2020. Disponível em: https://infograficos.oglobo.globo.com/rio/bairros/petropolis-retratada-em-novelas-e-filmes.html. Acesso: 14 dez. 2022.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA – INEP. **Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (Ideb)**. s/d. Disponível em: <https://www.gov.br/inep/pt-br/areas-de-atuacao/pesquisas-estatisticas-e-indicadores/ideb>. Acesso em: 19.jun.22

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA – INEP. **IDEB – Resultados e Metas.** 2020. Disponível em: <http://ideb.inep.gov.br/resultado/resultado/resultado.seam?cid=3431459>. Acesso em: 19.jun.22

ISLEB, B. P.; GALVÃO, L. M. **Segurança nos meios hoteleiros para idosos e deficientes físicos:** guia de orientação. Itajaí: UNIVALI, 2003.

LISTA DE EMPRESAS. **Lista com as empresas certas para o seu negócio.** Disponível em: <https://www.listasdeempresa.com/>. Acesso em: 14 de junho de 2022.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS. **Universidades.** s/d. Disponível em: <https://www.petropolis.rj.gov.br/pmp/index.php/cidadao/informacoes/educacao/131-universidades.html>. Acesso em: 20.jun.2022.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

LOPES, A. O. B.; TINÔCO, D. S.; SOUZA, L. M. Avaliação de Políticas Públicas de Turismo: uma análise bibliométrica dos periódicos de turismo. **Revista Turismo em Análise**, v. 22, n. 3, p. 614-631, 2011.

LOPES JÚNIOR, W. M. Turismo, transportes e regionalização: considerações geográficas. **RA'EGA**, v. 26, p.170-193, 2012.

MARIANI, C. A. Método PDCA e ferramentas da qualidade no gerenciamento de processos industriais: um estudo de caso. **Revista de Administração e Inovação**, v. 2, n. 2, p. 110-126, 2005.

MARTINS, M. 2019. **Conheça o perfil de quem se hospeda em hostel.** Disponível em: https://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-

estatisticas/2019/09/conheca-o-perfil-de-quem-se-hospeda-em-hostels_167496.html. Acesso em: 03.nov.22.

MELO, N.R. A aplicação da análise SWOT no planejamento turístico de uma localidade: o caso de Araxá, MG. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 11, n. 2, p.164-176, 2011.

MENDONZA, A. G. F.; CHILÁN, N. Y. D. Patrimonio cultural como nueva oferta turística en el Cantón Portoviejo-Ecuador. **Revista Latino Americana de Turismologia**, v.1, n.2, p.52 –61, 2015.

MINISTÉRIO DO TURISMO; IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. 2015. **Relatório com as estimativas da caracterização da ocupação formal e informal do turismo, com base nos dados da RAIS* e da PNAD** 2013, para o Brasil e regiões**. Disponível em: https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjWtsOV9qb7AhVQs5UCHc8cAmwQFnoECBgQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.ipea.gov.br%2Fextrator%2Farquivos%2F160204_caracterizacao_br_re.pdf&usg=AOvVaw3fexlOpj0kL4VWSkXJFwm_. Acesso em: 11.nov.22

MOBILIDADE FLUMINENSE. **Explorando os caminhos da sua cidade.** s/d. Disponível em: https://www.mobflu.com/2020/06/VALE-DAS-VIDEIRAS-Petropolis.html#:~:text=A%20rota%20que%20os%20viajantes,117%2C%20que%20recentemente%20foi%20asfaltada. Acesso: 15 dez. 2022.

MOLINA, S.; RODRÍGUEZ, S. **Planejamento integral do turismo:** um enfoque para a América Latina. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

MONTEJANO, J. M. **Estrutura do Mercado Turístico**. 2. ed. São Paulo: Roca, 2001.

MORAES, C. C. A.; FOGAÇA, I. F.; SOARES, C. A. L. Inventário turístico: constatações e considerações. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 20, n. 1, p. 1-20, 2020.

OBSERVATÓRIO REGIONAL DE TURISMO/DIRETORIA DE TURISMO/FUNDAÇÃO DE CULTURA E TURISMO DE PETRÓPOLIS/PMP. **Desempenho do turismo de Petrópolis – Indicadores 2015.** Petrópolis, RJ: TURISPETRO, 2016.

_____. **Desempenho do turismo de Petrópolis – Indicadores 2016.** Petrópolis, RJ: TURISPETRO, 2017.

_____. **Desempenho do turismo de Petrópolis – Indicadores 2017.** Petrópolis, RJ: TURISPETRO, 2021a.

_____. **Desempenho do turismo de Petrópolis – Indicadores 2018.** Petrópolis, RJ: TURISPETRO, 2021b.

_____. **Desempenho do turismo de Petrópolis – Indicadores 2019.** Petrópolis, RJ: TURISPETRO, 2021c.

OLIVEIRA, C. S.; GIMENES-MINASSE, M. H.; MARQUES, S. C. M. Processo de Formatação de Atrativos Turísticos Sustentáveis. **Revista Turismo em Análise**, v. 26, n.3, p. 639-667, 2015.

OLIVEIRA, C., I. N., E. P. Amazônia redescoberta: a construção da imagem do destino turístico Amazônia por turistas. **Revista Desenvolvimento em debate**, v. 10, n. 2, p. 173-199, ago. 2022.

OMNIBEES. 2019. **REVPAR:** como potencializar o *Revenue per Available Room*. Disponível em: https://omnibees.com/2019/05/entenda-como-potencializar-o-revenue-per-available-room-revpar/. Acesso em: 20.nov.22.

PALHARES, G. L. **Transportes turísticos**. São Paulo: Aleph, 2002.

PANOSSO NETO, A.; LOHMANN, Guilherme. **Teoría del Turismo**: conceptos, modelos y sistemas. México: Trillas, 2012.

PANROTAS. **Gastronomia é o 3º motivador para viagens; veja ranking**. 2017. Disponível em: https://www. panrotas.com.br/noticia-turismo/pesquisaseestatisticas/2017/07/gastronomia-e-o-3o-motivador-para-viagens-vejaranking_147752.html. Acesso: 17 nov. 2022.

PAZ, J. M.; CONCEIÇÃO, R. D. P. A utilização da matriz swot para levantamento e avaliação do perfil dos gestores dos hostels no Rio de Janeiro, Brasil. **Brazilian Journal of Development**, v.5, n. 10, p. 21618-21638, 2019.

PERANTONI, A.; SILVA, L. A. V.; NAGABE, F. Inventário Turístico: experiências acadêmicas com metodologias e práticas no planejamento do turismo no Pontal Paulista – SP. **Anais Brasileiros de Estudos Turísticos**, v. 3, n. 1, p. 62-70, 2013.

PERDUE, R.R. Traveler preferences for information center attributes and services. **Journal of Travel Research**, v.33, n. 4, p. 2-7, 1995.

PÉREZ, A.; DEL BOSQUE, I. R. Sustainable Development and *Stakeholders*: A Renew Proposal for the Implementation and Measurement of Sustainability in Hospitality Companies. **Knowledge and Process Management**, v.21, nº.3, p.198-205, 2014.

PETROCCHI, M. **Turismo – Planejamento e Gestão**. São Paulo: Futura, 1998.

PETROCCHI, M.; BONA, A. **Agências de turismo – planejamento e gestão**. São Paulo: Futura, 2003.

PONTE, J. C.; COUTO, G.; PIMENTEL, P.; SOUSA, A.; OLIVEIRA, A. Municipal Tourism Planning in an Island Territory: The Case of Ribeira Grande in the Azores. **Tourism Planning & Development**, v. 18, n. 3, p. 340-364, 2021.

PORTAL BRASILEIRO DE DADOS ABERTOS. **Prestadores de serviços turísticos**: locadoras de veículos. s/d. Disponível em: https://dados.gov.br/dataset/cadastur-11. Acesso em: 21 de set. de 2022.

PORTAL GIRO. **Petrópolis**: profissionais de eventos e entretenimento criam associação. 2020. Disponível em: https://portalgiro.com/petropolis-profissionais-de-eventos-e-entretenimento-criam-associacao/. Acesso em: 21 de nov. de 2022.

PPI - Programa de Parcerias de Investimentos. **Sobre o programa.** s/d. Disponível em: https://portal.ppi.gov.br/sobre-o-programa. Acesso: 15 dez. 2022.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS. **Circuito Religioso de Petrópolis**. s/d. Disponível em: https://www.petropolis.rj.gov.br/turispetro/circuitos-religiosos. Acesso em: 22 de set. de 2022.

PREFEITURA DE PETRÓPOLIS. **Circuito cervejeiro de Petrópolis.** s/d. Disponível em: https://www.petropolis.rj.gov.br/turispetro/circuitos-cervejeiros. Acesso em: 15.dez.2022.

PREFEITURA DE PETRÓPOLIS. **Eventos**. s/d. Disponível em: https://www.petropolis.rj.gov.br/turispetro/eventos. Acesso em: 20 de set. de 2022.

PREFEITURA DE PETRÓPOLIS. **Comdep cria incubadora para cooperativas de reciclagem de lixo.** 2017. Disponível em: https://www.petropolis.rj.gov.br/pmp/index.php/imprensa/noticias/item/6234-comdep-cria-incubadora-para-cooperativas-de-reciclagem-de-lixo.html. Acesso em: 15.dez.2022.

PREFEITURA DE PETRÓPOLIS. **Observatório regional do turismo**. 2021. Disponível em: https://www.petropolis.rj.gov.br/turispetro/observatorio. Acesso em: 24 nov. 2022.

PREFEITURA DE PETRÓPOLIS. **Membros do Conselho Municipal de Turismo**. 2021. Disponível em: <https://www.petropolis.rj.gov.br/ccm/index.php/conselhos/comtur-conselho-municipal-de-turismo/>. Acesso em: 09.jan.2021.

PREFEITURA DE PETRÓPOLIS. **Coleta seletiva é ampliada para ruas do Centro Histórico.** 2021a. Disponível em: https://www.petropolis.rj.gov.br/pmp/index.php/imprensa/noticias/item/17987-coleta-seletiva-%C3%A9-ampliada-para-ruas-do-centro-hist%C3%B3rico.html. Acesso em: 15.dez.2022.

PREFEITURA DE PETRÓPOLIS. **Observatório Regional de Turismo.** 2021b. Disponível em: https://www.petropolis.rj.gov.br/turispetro/observatorio. Acesso em: 16.dez.2022.

PREFEITURA DE PETRÓPOLIS. **Membros**. 2022. Disponível em: https://www.petropolis.rj.gov.br/ccm/index.php/conselhos/comtur-conselho-municipal-de-turismo/. Acesso em: 21 de nov. 2022.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINAS. **Plano de desenvolvimento turístico de Campinas**. Campinas, SP: Prefeitura Municipal de Campinas, 2020.

PUENTE, B.; COUTO, C. **Casamentos em 2022 devem movimentar R$ 40 bilhões, aponta plataforma de festas**. 2022. Disponível em: https://www.cnnbrasil.com.br/business/casamentos-em-2022-devem-movimentar-r-40-bilhoes-aponta-plataforma-de-festas/. Acesso em: 15.dez.2022.

RECEITA FEDERAL. **Emissão de Comprovante de Inscrição e de Situação Cadastral**. 2018. Disponível em: https://solucoes.receita.fazenda.gov.br/Servicos/cnpjreva/Cnpjreva_Solicitacao.asp?cnpj=. Acesso em: 23 de nov. 2022.

REINOSO, N. G.; ICHAZO, Y. Q. Producto de sol y playa para el desarrollo turístico del Municipio Trinidad de Cuba. **Revista interamericana de ambiente y turismo**, v. 14, nº 1, p. 52-64, 2018.

ROBBINS, S. P. **Administração:** mudanças e perspectivas. São Paulo: Saraiva, 2001.

RODOVIARIAONLINE. **Rodoviária de Petrópolis.** s/d. Disponível em: https://rodoviariaonline.com.br/rodoviaria/petropolis/. Acesso: 14 dez. 2022.

ROEPKE, G. A. L.; et al. A importância da ambientação na avaliação na usabilidade de produtos. In: II CONFERÊNCIA INTERNACIONAL DE INTEGRAÇÃO DO DESIGN,

ENGENHARIA E GESTÃO PARA A INOVAÇÃO, 2., 2012, Florianópolis – SC. **Anais** [...]. Florianópolis: Núcleo de Gestão de Design (NGD), 2012. p. 21-23.

ROLNIK, R. Estatuto da Cidade e Conferência das Cidades: instrumentos para uma política urbana democrático-participativa. **Katálysis**, Florianópolis, v. 6, n. 2, p. 223-234, 2003.

RUIZ, T. C. D.; GÂNDARA, J. M. G. (2013): "A relação entre o planejamento urbano e a competitividade dos destinos turísticos". **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, vol. 7, n. 2, maio 2013, p. 260-280.

SANTOS, C.; COUTO, G.; PIMENTEL, P.; VIEIRA, J. Quality of the Azores destination in the perspective of tourists. **Tourism and Hospitality Research**, v. 12, n. 1, p. 32–42, 2012.

SANTOS, R. A.; SILVA, L. P. Princípios e valores organizacionais: a questão do treinamento e a excelência dos serviços hoteleiros. Um estudo de caso na JW Marriott Rio de Janeiro. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 9, n. 3, p.422-441, 2015.

SANTOS, R. A.; MATSCHUCK, T. C. A sustentabilidade e a cadeia produtiva hoteleira: um estudo de caso no JW Marriott Rio de Janeiro. **Turismo, Visão e Ação,** v. 17, n. 2, p. 444-474, 2015.

SANTOS, R. A.; SOARES, A. L. F. O. Sazonalidade e suas inferências sobre as gestões hoteleiras. Um estudo de multicaso na hotelaria fluminense. **Cenário,** v.4, n.7, p. 66-81, 2016.

SANTOS, R. A.; MÉXAS, M. P.; MEIRIÑO, M. J. Sustainability and hotel business: criteria for holistic, integrated and participative development. **Journal of Cleaner Production**, v. 142, p. 217-224, 2017.

SANTOS, R. A. **Critérios para o desenvolvimento de uma hotelaria sustentável**. 2018. 159 f. Tese (Doutorado em Sistemas de Gestão Sustentáveis) – Programa de Pós-Graduação em Sistemas de Gestão Sustentáveis, Universidade Federal Fluminense, Niterói-RJ, 2018.

SANTOS, R. A. **Hotelaria e Covid-19.** 2020. Disponível em: https://anchor.fm/conexoeseturismo-ufop/episodes/Hotelaria-e-Covid-19-ef89b5/a-a2i2pgs. Acesso em: 01.nov.2022

SANTOS, R. A.; MOURÃO, L. N. Discursos sobre acessibilidade na hotelaria. In: MENEZES, P. D. L.; BRAMBILLA, A.; SOARES, A. L. V. (org.). **Perspectivas da gestão em turismo e hotelaria.** João Pessoa: Editora do CCTA, 2020.

SANTOS, R. A.; MÉXAS, M. P.; MEIRIÑO, M. J.; SAMPAIO, M. C.; COSTA, H. G. Criteria for assessing a sustainable hotel business. **Journal of Cleaner Production**, 121347, p. 1-10, 2020.

SANTOS, R. A.; ALMEIDA, R. S. M.; MIRANDA, L. F. A sustentabilidade e a hotelaria carioca: critérios para um desenvolvimento integrado e participativo. **Turismo, Visão e Ação**, v. 23, n. 1, p. 191-215, 2021.

SANTOS, R. A.; JORGE, P. S. Treinamento e excelência organizacional: um estudo de caso na pousada do Sandi, Paraty-RJ. **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo,** v. 15, n. 2, p. 42-67, agosto/2021.

SEBRAE. **Cadernos de Atrativos Turísticos**. Belo Horizonte: MG, 2005.

SEBRAE, Inteligência Setorial. **Frio no Rio faz turismo crescer na região serrana**: em Petrópolis, comércio de roupas tenta se recuperar após estragos das chuvas. 2022. Disponível em: https://sebraeinteligenciasetorial.com.br/produtos/noticias-de-impacto/frio-no-rio-faz-turismo-crescer-na-regiao-serrana-em-petropolis-comercio-de-roupas-tenta-se-recuperar-apos-estragos-das-chuvas. Acesso em: 21 de set. de 2022.

SEKITO, T.; DOTE, Y; HINDARMAN, R. R. Solid waste flow and composition determination for sustainable waste management in Gili Trawangan, Indonesia. **SN Applied Sciences**, v. 1, n. 1373, 2019.

SETUR-ES, Secretaria de Estado do Turismo do Espírito Santo. **Orientação para criação e funcionamento dos Conselhos Municipais de Turismo**. Espírito Santo: ADETURCI, 2016.

SILVA, R. **Turismo de aventura deve crescer 200% até 2023.** 2018. Disponível em: https://www.panrotas.com.br/mercado/turismo/2018/02/turismo-de-aventura-deve-crescer-200-ate-2023_153121.html. Acesso em: 15.dez.2022

SILVA-MELO, M.R.; MELO, G.A.P.; GUEDES, N. M. R. Turismo Sustentável: alternativa para o desenvolvimento da APA Baia Negra, Pantanal de Mato Grosso do Sul. **Revista Brasileira de Ecoturismo**, v.12, n.5, p. 757-771, 2019.

SILVA, K. M. da.; HEINSKI, R. M. M. S. Redes sociais como ferramenta de marketing das empresas. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento**, v. 06, p. 53-67, 2021.

SIND PETRÓPOLIS. **Sindicalização**. s/d. Disponível em: www.sindpetropolis.com.br/sindicalizacao.asp. Acesso em: 21 de nov. 2022.

SINDRIO, Sindicato de bares e restaurantes. **Dados Do Setor Gastronômico – Setembro 2022**. s/d. Disponível em: https://www.sindrio.com.br/2022/11/dados-do-setor-gastronomico-setembro-2022/. Acesso: 18 nov. 2022.

SLOAN, P.; LEGRAND, W.; KAUFMANN, C. S. A survey of social entrepreneurial community-based hospitality and tourism initiatives in developing economies: A new business approach for industry. **Worldwide Hospitality and Tourism Themes**, v.6, p.51-61, 2014.

SOU PETRÓPOLIS. **O turismo movimenta a economia de Petrópolis, inclui comercio local, hospedagem e gastronomia**. 2022. Disponível em: https://soupetropolis.com/2022/09/27/dia-mundial-do-turismo-cerca-de-2-milhoes-de-pessoas-visitam-petropolis-por-ano-entenda-a-importancia-do-setor. Acesso em: 12 nov. de 2022.

VORTOLIN, A. (coord.). **Plano municipal de turismo de Curitiba 2015-2017**. Curitiba: Prefeitura Municipal de Curitiba, 2015.

TRIPADVISOR. **Catedral de São Pedro de Alcântara - Petrópolis**. s/d. Disponível em: https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g303504-d556669-Reviews-Catedral_de_Sao_Pedro_de_Alcantara-Petropolis_State_of_Rio_de_Janeiro.html. Acesso em: 22 de set. de 2022.

TRIPADVISOR. **Sobre o TripAdvisor**. 2019. Disponível em: https://tripadvisor.mediaroom.com/br-about-us. Acesso em: 23 de set. de 2022.

TRIPADVISOR. **Parque Natural Municipal de Petrópolis**. 2022a. Disponível em: https://www.tripadvisor.com.br/ShowUserReviews-g2720518-d6438126-r346667304-Parque_Natural_Municipal_de_Petropolis-Itaipava_Petropolis_State_of_Rio_de_Jane.html. Acesso em: 24 de nov. 2022.

TRIPADVISOR. **Rua Santa Teresa - Petrópolis**. 2022b. Disponível em: https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g303504-d6685779-Reviews-Rua_Santa_Teresa-Petropolis_State_of_Rio_de_Janeiro.html. Acesso em: 24 de nov. 2022.

TURISPETRO. **Calendário de eventos 2022**. 2022. Disponível em: https://www.petropolis.rj.gov.br/turispetro/downloads/calendario_eventos.pdf. Acesso: 14 dez. 2022.

TYRREL, T.; et al. A Quantified Triple Bottom Line for Tourism: Experimental Results. **Journal of Travel Research**, v.52, nº.3, p.279-293, 2013.

UBEDA-GARCÍA, M.; CORTÉS, E. C.; MARCO-LAJAR, B.; ZARAGOZA-SÁEZ, P. Strategy, training and performance fit. **International Journal of Hospitality Management**, v. 42, p.100–116, 2014.

UCP. **Graduação.** 2020. Disponível em: <https://ucp.br/grad/>. Acesso em: 21.jun.22

UNIFASE. **Cursos.** s/d. Disponível em: <https://www.fmpfase.edu.br/>. Acesso em: 20.jun.22

UNITED NATIONS. **Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development.** 2015. Disponível em: <https://sustainabledevelopment.un.org/post2015/transformingourworld>. Acesso em: 16.dez.2022.

VISITE PETRÓPOLIS. **Petrópolis Convention**: quem somos. s/d. Disponível em: www.visitepetropolis.com/quem-somos. Acesso em: 21 de nov. 2022.

# APÊNDICES

Apêndice A – Formulários de inventariação – categoria A: informações básicas do município

Apêndice B – Formulários de inventariação – categoria A: meios de acesso ao município

Apêndice C – Formulários de inventariação – categoria A: sistema de comunicações

Apêndice D – Formulários de inventariação – categoria A: sistema de segurança

Apêndice E – Formulários de inventariação – categoria A: sistema médico-hospitalar

Apêndice F – Formulários de inventariação – categoria A: sistema educacional

Apêndice G – Formulários de inventariação – categoria A: outros serviços de apoio

Apêndice H – Formulários de inventariação – categoria B: serviços e equipamentos de hospedagem

Apêndice I – Formulários de inventariação – categoria B: serviços e equipamentos para gastronomia

Apêndice J – Formulários de inventariação – categoria B: serviços e equipamentos de agenciamento

Apêndice K – Formulários de inventariação – categoria B: serviços e equipamentos para transporte

Apêndice L – Formulários de inventariação – categoria B: serviços e equipamentos para eventos

Apêndice M – Formulários de inventariação – categoria B: serviços e equipamentos de lazer e entretenimento

Apêndice N – Formulários de inventariação – categoria B: outros serviços e equipamentos turísticos

Apêndice O – Formulários de inventariação – categoria C: atrativos naturais

Apêndice P – Formulários de inventariação – categoria C: atrativos culturais

**Apêndice Q – Formulários de inventariação – categoria C: atrativos econômicos**

**Apêndice R – Formulários de inventariação – categoria C: atrações técnicas, científicas e artísticas**

**Apêndice S – Formulários de inventariação – categoria C: eventos permanentes**

Ao todo, estes 19 apêndices somam 5.978 páginas. Quanto ao seu conteúdo, julga-se oportuno reiterar o acordo feito com a TURISPETRO, de que seus conteúdos seriam disponibilizados somente em formato digital (em word e PDF). Por fim, pontua-se novamente que o preenchimento destes formulários segui, rigorosamente, a metodologia prevista pelo Ministério do Turismo (BRASIL, 2006).

## Apêndice T - Questionário de análise do perfil da demanda efetiva

Entrevistador(a): _____ Local:_____ Data: ____/____/____

**Perfil**

**1.** Cidade em que reside: _____

**2.** Gênero do entrevistado: ( ) Feminino ( ) Masculino ( ) Outro_____

**3.** Qual é o seu Estado Civil?

( ) Casado
( ) Solteiro
( ) Divorciado
( ) Outro: _____

**4.** Qual é a sua faixa etária?

( ) 15 a 24
( ) 25 a 34
( ) 35 a 44
( ) 45 a 54
( ) 55 a 64
( ) Acima de 65

**5.** Qual é o seu grau de escolaridade?

( ) Sem escolaridade
( ) Ens. Fund. incompleto
( ) Ensino fund. completo
( ) Ensino médio incompleto
( ) Ensino médio completo
( ) Ensino superior incompleto
( ) Ensino superior completo
( ) Pós-graduação Nível:_____

**6.** Qual é a sua principal ocupação?

( ) Aposentado
( ) Desempregado
( ) Dona(o) de Casa
( ) Empregado da Iniciativa Privada
( ) Empresário
( ) Estudante
( ) Profissional Liberal
( ) Servidor Público
( ) Trabalhador(a) Informal
( ) Outro: _____

**7.** Qual é aproximadamente a sua renda familiar?

( ) até R$ 1.045,00 (1 sal. min.)
( ) de R$ 1.045,00 a R$.2.090,00 (1 a 2 SM.)
( ) de R$ 2.090,00 a R$ 5.225,00 (3 a 5 SM )
( ) de R$ 5.225,00 a R$ 10.450,00 (6 a 10 SM.)
( ) Acima de R$ 10.450 (+10 SM.)
( ) Não respondeu

**Avaliação da cidade pelo visitante**

**8.** Entre Excelente, Bom, Regular e Ruim, como você avalia os seguintes itens de sua cidade (caso não saiba responder indique a opção "Não sabe responder"):

| Item | Excelente | Bom | Regular | Ruim | Não Sabe Responder |
|---|---|---|---|---|---|
| Receptividade e comunicação | | | | | |
| Infraestrutura urbana (Acesso, transporte, etc.) | | | | | |
| Limpeza pública | | | | | |
| Segurança | | | | | |
| Sinalização e Informação turística | | | | | |
| Alimentação | | | | | |
| Atendimento em geral (comércio, serviços, etc.) | | | | | |
| Belezas Naturais | | | | | |
| Recursos Culturais | | | | | |
| Eventos/ festas realizadas | | | | | |
| Diversão/ Entretenimento disponível | | | | | |
| Artesanato | | | | | |
| Acessibilidade para PcD (se PcD perguntar por que?) | | | | | |
| Gostaria de fazer algum comentário? | | | | | |

**Informações sobre a viagem**

**9.** Você veio acompanhado (a)

( ) Cônjuge ( ) Família ( ) Grupo de Turismo ( ) Amigos ( ) Sozinho ( ) Outro _____

**10.** Caso tenha vindo acompanhado, quantas pessoas vieram com você?

( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( ) mais de 5

**11.** Qual será seu tempo de permanência:

Dias [ ] Horas [ ]

**12.** O que o levou a fazer a viagem?

( ) Atrativos históricos e culturais ( ) Compras

( ) Atrativos naturais ( ) Descanso / Repouso

( ) Eventos
( ) Gastronomia
( ) Natureza / Clima
( ) Passeios
( ) Outros: _____

**13.** Qual o motivo de ter escolhido Petrópolis comparado aos outros municípios do Estado do Rio de Janeiro?

( ) Atrativos históricos e culturais
( ) Atrativos naturais
( ) Descanso
( ) Distância
( ) Hábito de vir
( ) Indicação / Recomendação
( ) Natureza / Clima
( ) Propaganda
( ) Redes Sociais
( ) Outro: _____

**14.** Qual foi o meio de transporte utilizado?

( ) Automóvel ( ) Van ( ) Motocicleta
( ) Ônibus de Carreira ( ) Ônibus fretado ( ) Outros_____

**15.** Está ou esteve hospedado em Petrópolis? ( ) Não ( ) Sim Caso positivo, qual o meio de hospedagem?

( ) Casa própria
( ) Casa de amigos/parentes
( ) Hotel/Pousada
( ) Casa alugada - Qual?_____
( ) Outro _____

**16.** Em caso de imóvel alugado por temporada, qual foi a plataforma utilizada no aluguel?

( ) Imobiliária
( ) Airbnb
( ) Booking
( ) Outro _____

**17.** Quanto pretende gastar em média por dia nos itens abaixo:

Hospedagem:_____ Artesanato:_____
Alimentação:_____ Passeios:_____
Bares:_____ Guias:_____
Supermercado:_____ City tour:_____
Farmácia:_____ Museus e parques:_____
Hospital:_____ Outros:_____

**18.** Quais locais conhece ou gostaria de conhecer?

( ) Casa Cláudio de Souza
( ) Casa de Petrópolis Instituto de Cultura
( ) Casa de Stefan Zweig
( ) Castelo de Itaipava
( ) Catedral São Pedro de Alcântara
( ) Centro Cultural Estação de Nogueira
( ) Centro Cultural Vereadora Wilma Borsato
( ) Cerâmica Luiz Salvador
( ) Cervejaria Alter e Sitio das Bromélias
( ) Cervejaria Bohemia
( ) Cervejaria BrewPoint
( ) Cervejaria Colonus
( ) Cervejaria Dr. Duranz
( ) Cervejaria Itaipava
( ) Cervejaria Odin
( ) Cervejaria Sampler
( ) Circuito Ecorrural Araras - Vale das Videiras
( ) Circuito Ecorrural Caminhos do Brejal
( ) Circuito Ecorrural Vale do Bonfim
( ) Circuito Petrópolis Ecosol
( ) Circuito Rural e Gastronômico de Secretário
( ) Fazenda da Samambaia
( ) Feirinha de Itaipava
( ) Gallery 275 - Vintage Motorcycle Museum
( ) Hortomercado Municipal
( ) Igreja de Santo Antônio
( ) Igreja do Sagrado Coração de Jesus
( ) Igreja Luterana
( ) Igreja Nossa Senhora do Rosário
( ) La Grande Vallée
( ) Lago de Nogueira
( ) Mesquita Muçulmana Baitul Awal
( ) Mosteiro Carmelo São José
( ) Mosteiro da Virgem
( ) Museu Casa de Santos Dumont
( ) Museu Casa do Colono
( ) Museu de Artesanato do Estado do Rio de Janeiro
( ) Museu de Cera de Petrópolis
( ) Museu de Porcelana
( ) Museu Imperial
( ) Obelisco
( ) Palácio Amarelo
( ) Palácio de Cristal
( ) Palácio Quitandinha (SESC)
( ) Palácio Rio Negro
( ) Paróquia de Santo Antônio e Santo Agostinho
( ) Parque Crémerie
( ) Parque Municipal Prefeito Paulo Rattes (Itaipava)
( ) Parque Nacional da Serra dos Órgãos (Parnaso)
( ) Parque Natural Municipal Padre Quinha
( ) Polo de Compras da Rua Teresa
( ) Polo de Compras do Bingen
( ) Polo de Experiências da Rua 16 de Março
( ) Praça 14 Bis
( ) Praça da Liberdade
( ) Praça de Nogueira
( ) Praça Dom Pedro
( ) Praça Expedicionários
( ) Rampa de Vô Livre Parque São Vicente
( ) Rampa de Voo Livre Parque do Siméria
( ) Relógio de Flores
( ) Santuário e Paróquia de Nossa Senhora do Amor Divino
( ) Santuário Vale do Amor
( ) Theatro D. Pedro
( ) Trono de Fátima
( ) Vila Cervejeira de Petrópolis

**19.** Você retornaria a Petrópolis? ( ) Sim ( ) Não. Por quê?_____

_____

**20.** Você indicaria Petrópolis como destino turístico? ( ) Sim ( ) Não. Por quê?_

_____

**21.** Suas expectativas com relação à Petrópolis:

( ) Foram atendidas

( ) Foram superadas

( ) Não foram atendidas. Por que? _____

**22.** O que a cidade poderia melhorar na sua opinião? _____

_____

_____

_____

_____

Obrigado(a).

Observações do pesquisador:_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

## Apêndice U - Dinâmica aplicada para a construção da Matriz SWOT do sistema turístico petropolitano

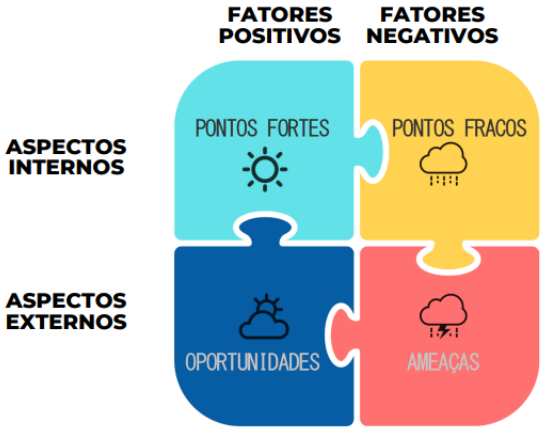
PLANO DIRETOR DE TURISMO DE PETRÓPOLIS 2023-2030

# ANÁLISE SWOT

UFRRJ FAPUR

## O QUE É A ANÁLISE DE SWOT?

- É uma ferramenta de planejamento estratégico utilizada como metodologia de analise de cenários e tem finalidade auxiliar na tomada de decisão.
- A Matriz Swot é formada por um diagrama composto por quadrantes divididos em fatores: forças (Strengthts) e fraquezas (Weaknesses) – ligados ao ambiente interno e em oportunidades (Opportunities) e ameaças (Threats) - ligados ao ambiente externo.



# AMBIENTE INTERNO

Dentro do ambiente interno deve-se analisar as forças e fraquezas que a empresa tem em relação ao seu processo produtivo. Serão levados em conta fatores como: localização; tempo de mercado; recursos financeiros; recursos humanos; marketing/a mídia; acesso à matéria-prima; capacidade de operação; Os ativos, como os imóveis, os materiais e os equipamentos (a qualidade da tecnologia); atendimento entre outros.

**FORÇAS**
São analisados fatores como: O que faço bem? O que diferencia o meu negócio? O que mais agrada meu publico no meu trabalho? o que faz com que os clientes optem por determinado negócio?

**FRAQUEZAS**
Pense em questões internas que podem ser melhoradas para o negócio, tais como: Quais minhas maiores dificuldades no meu negócio? O que poderia melhorar? Quais recursos poderiam melhorar o nosso desempenho? Como melhorar os custos ?

# AMBIENTE EXTERNO

Neste quadrante, as oportunidades e ameaças devem ser observadas e trabalhadas, em relação ao mercado e a aspectos que podem ser tratados como oportunidades ou ameaças: clientes, fornecedores, concorrentes, substitutos, intermediários, entidades de classe etc.

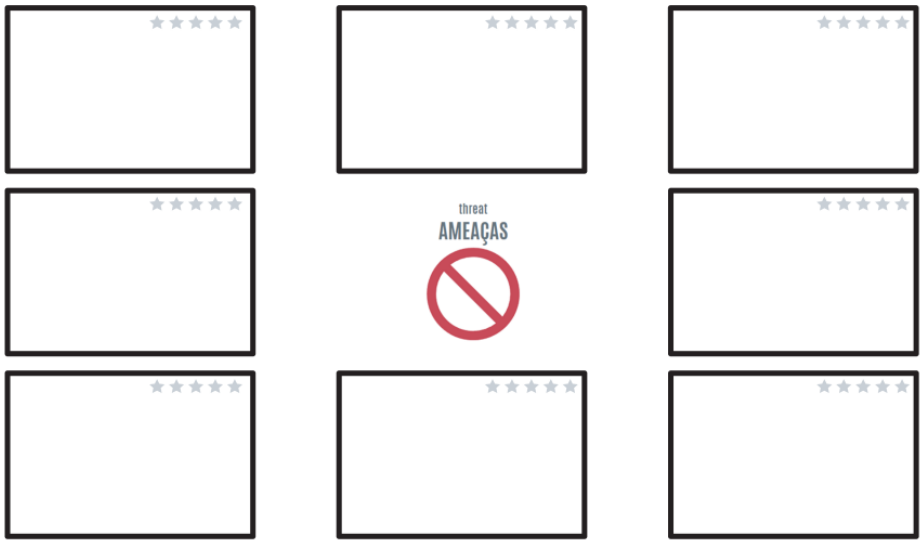
**OPORTUNIDADES**
Indicam as mudanças no mercado. quais são as mudanças no mercado são positivas? O que tem no mercado que é bom para o meu negócio? O que posso fazer para melhorar minha fraquezas?

**AMEAÇAS**
Quais fatores são desfavoráveis? Que prática do mercado me impede de crescer? Quais dificuldade o meu setor enfrenta para se estabelecer?

strength
FORÇA

weakness
FRAQUEZA

opportunity
OPORTUNIDADE




Petrópolis, 09 de janeiro de 2023.