

ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE  
DO TURISMO NACIONAL  
**65 DESTINOS INDUTORES**  
DO DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO REGIONAL

PALMAS



## APRESENTAÇÃO

Com o intuito de auxiliar destinos turísticos a analisar, a conjugar e a equilibrar os diversos fatores que, para além da atratividade, contribuem para a evolução da atividade turística, o Ministério do Turismo, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a Fundação Getulio Vargas (FGV) deram início, em 2007, ao *Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional*.

Realizado pelo terceiro ano consecutivo, o Estudo de Competitividade passou, em 2010, a ser denominado Índice de Competitividade do Turismo Nacional - 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico. A metodologia que gera índices em 13 dimensões ligadas à atividade turística permite monitorar a eficiência de um destino turístico sob a ótica da competitividade – conceito que impulsiona o destino a superar-se ano após ano, proporcionando ao turista uma experiência cada vez mais positiva.

Este índice tem o intuito de mensurar, de forma objetiva, diversos aspectos - entre eles os econômicos, sociais e ambientais – que indicam o nível de competitividade dos destinos turísticos. A partir da identificação e do acompanhamento de indicadores objetivos, e da geração de um diagnóstico da realidade local, torna-se mais viável a definição de ações e de políticas públicas que visem o desenvolvimento da atividade turística.

O presente relatório apresenta individualmente os valores obtidos pelo destino nas 13 dimensões abordadas pelo estudo e reúne análises sobre os resultados consolidados. Tais resultados foram gerados a partir de respostas coletadas pela Fundação Getulio Vargas no município entre os meses de abril e setembro de 2010. Além disso, como instrumento metodológico e estratégico, este documento congrega os indicadores de competitividade registrados pelo município nas últimas edições do estudo – 2009 e 2008 - e os índices nacionais de competitividade. São eles a média Brasil (consolidado de um total de 65 destinos), a média Capitais (consolidado de 27 capitais) e a média Não capitais (consolidado de 38 municípios).

O principal objetivo deste relatório é permitir que os destinos estudados utilizem essas informações para planejar e desenvolver vantagens competitivas, norteando a elaboração de políticas públicas que eliminem, gradativamente, os entraves ao desenvolvimento sustentável da atividade turística.

Ministério do Turismo  
SEBRAE  
Fundação Getulio Vargas



## SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO .....	2
1. ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE .....	4
2. RESULTADOS .....	6
2.1 Total geral .....	6
2.2 Infraestrutura geral .....	8
2.3 Acesso .....	9
2.4 Serviços e equipamentos turísticos .....	10
2.5 Atrativos turísticos .....	11
2.6 Marketing e promoção do destino.....	13
2.7 Políticas públicas.....	14
2.8 Cooperação regional .....	15
2.9 Monitoramento.....	16
2.10 Economia local .....	18
2.11 Capacidade empresarial.....	19
2.12 Aspectos sociais.....	20
2.13 Aspectos ambientais .....	21
2.14 Aspectos culturais .....	23
3. RESULTADOS CONSOLIDADOS .....	25
4. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE .....	26

## 1. ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE

Para realizar este levantamento, pesquisadores da Fundação Getúlio Vargas permanecem uma semana em cada município aplicando um questionário com mais de 600 perguntas capazes de captar dados primários e secundários em 13 dimensões - Infraestrutura geral, Acesso, Serviços e equipamentos turísticos, Atrativos turísticos, Marketing e promoção do destino, Políticas públicas, Cooperação regional, Monitoramento, Economia local, Capacidade empresarial, Aspectos sociais, Aspectos ambientais e Aspectos culturais.

Todas as perguntas que integram as 13 dimensões do questionário compõem o índice de competitividade do destino turístico, isto é, mensuram ***a capacidade crescente de um destino de gerar negócios nas atividades relacionadas com o setor de turismo, de forma sustentável, proporcionando ao turista uma experiência positiva.***

Com base nas informações coletadas, foram atribuídos pontos às perguntas e pesos às variáveis, gerando notas para cada dimensão. Utilizou-se, por sua vez, um conjunto de pesos na ponderação das dimensões, que resultou em um índice global de competitividade do destino.

Para analisar estes resultados foram considerados cinco níveis, numa escala de 0 a 100<sup>1</sup>. O primeiro nível (0 a 20 pontos) refere-se ao intervalo em que os destinos apresentam deficiência em relação à determinada dimensão; o segundo nível (21 a 40 pontos), apesar de expor uma situação mais favorável do que a anterior, ainda evidencia níveis inadequados da dimensão para a competitividade de um destino; o terceiro nível (41 a 60 pontos) configura situação regularmente satisfatória; o quarto nível (61 a 80 pontos) revela a existência de condições adequadas para atividades turísticas; e o quinto nível corresponde ao melhor posicionamento que um destino pode alcançar em uma dada dimensão (81 a 100 pontos).

Para que o município avaliado possa comparar os resultados das três edições da pesquisa, é importante observar os critérios estatísticos nos quais esse levantamento

---

<sup>1</sup> Para o posicionamento em níveis segundo a escala proposta, foi utilizado critério de arredondamento das pontuações. Por exemplo: se situada entre 20,1 e 20,4, a mesma posicionou-se no nível 1 (entre 0 e 20 pontos); no caso de ter-se situado entre 20,5 e 20,9, foi classificada no nível 2 (entre 21 e 40 pontos), e assim por diante.

se baseia. Considerou-se, como estabilidade da pontuação, um aumento ou queda de até 1,0 ponto na comparação dos indicadores entre anos seguidos. Isto é, para que o destino considere um índice como evolução, estabilidade ou regressão, é preciso que a diferença entre os resultados das pesquisas seja superior a 1,0 ponto para mais ou para menos no total geral ou em qualquer uma das 13 dimensões.

Este documento apresenta, portanto, os resultados consolidados do município avaliado em 14 índices de competitividade: o indicador geral do destino e o indicador em cada uma das 13 dimensões avaliadas. Como informações complementares são citadas ainda a média Brasil (indicador dos 65 destinos), a média das cidades capitais e a média das cidades não capitais.

Uma vez conhecidos os índices nacionais de competitividade (média Brasil, média capitais e média não capitais), recomenda-se que cada destino analise seus resultados de forma crítica, ponderando questões ligadas às características geográficas, econômicas e ao posicionamento do destino, a fim de entender que os resultados de determinada dimensão serão influenciados por essas características. Dessa forma, alguns destinos não devem, necessariamente, atingir o índice mais alto em todas as dimensões. Uma leitura criteriosa e consciente dos índices obtidos poderá fornecer referências para desenvolver um planejamento que favoreça os pontos fortes e minimize os impactos de aspectos inibidores do desenvolvimento do destino turístico.

Com este documento, o Ministério do Turismo, o Sebrae e a FGV esperam fornecer aos destinos turísticos indicadores nacionais de eficiência que delineiem um termômetro da realidade da atividade no País. Conhecendo os aspectos passíveis de mensuração, cada destino verá ampliada sua capacidade de gestão dos recursos disponíveis e de intervenção sobre seus pontos fortes e fracos.

## 2. RESULTADOS

### 2.1 Total geral

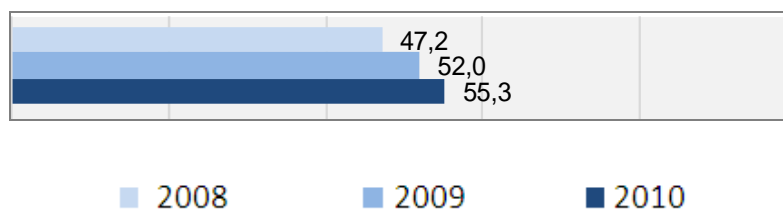
#### *Resultados gerais 2010*

O índice geral de competitividade do destino turístico indutor refere-se à soma ponderada das 13 dimensões avaliadas.

Considerando os resultados obtidos por todas as 65 cidades avaliadas, a média Brasil<sup>2</sup>, índice referencial da competitividade nacional, foi 56,0 em 2010. O índice das capitais, média resultante de cidades desta natureza, foi de 64,1, acima da média Brasil. O resultado do grupo de cidades não capitais, por sua vez, posicionou-se em 50,3, situando-se abaixo do índice nacional de competitividade 2010.

Para compor o índice geral de competitividade do destino Palmas foram considerados, portanto, os índices obtidos nas 13 dimensões avaliadas. Com isso, o índice geral do destino em 2010 foi 55,3 pontos (escala de 0 a 100). Este resultado ficou acima do índice obtido pelo destino em 2009 (52,0), como é possível conferir no gráfico:

Gráfico 1. Total geral - Resultados do destino 2008-2010



Os resultados obtidos pelo destino nas dimensões Infraestrutura geral (79,2), Acesso (63,2), Capacidade empresarial (71,7) e Aspectos ambientais (80,2) contribuíram positivamente para o índice geral de competitividade do município, uma vez que se mantiveram acima do resultado geral do destino em 2010.

Por sua vez, os índices registrados nas dimensões Serviços e equipamentos turísticos (42,5), Atrativos turísticos (36,7), Marketing e promoção do destino (26,2), Políticas

<sup>2</sup> O resultado Brasil reflete a amostra das 65 cidades analisadas.

públicas (55,1), Cooperação regional (48,0), Monitoramento (53,1), Economia local (54,9), Aspectos sociais (49,9) e Aspectos culturais (54,1) se posicionaram abaixo do total geral do destino em 2010, influenciando negativamente o indicador de competitividade do município.

### ***Análise comparativa 2009-2010***

Ao realizar uma análise sobre a série histórica dos resultados de Palmas, é possível concluir que em 2010 houve evolução do indicador de competitividade do destino (Total geral) em comparação ao ano anterior. Como explicado anteriormente, nesta análise são consideradas diferenças de pontuação superiores a 1,0 ponto no indicador na comparação entre 2010 e 2009.

Se a análise for realizada sobre as 13 dimensões avaliadas por este estudo, é possível observar que houve evolução nos resultados dos últimos dois anos em Infraestrutura geral, Acesso, Serviços e equipamentos turísticos, Monitoramento, Economia local, Capacidade empresarial, Aspectos sociais, Aspectos ambientais e Aspectos culturais.

Por fim, foi possível observar que as dimensões Atrativos turísticos, Marketing e promoção do destino, Políticas públicas e Cooperação regional apresentaram regressão de indicadores quando avaliadas as edições de 2010 e 2009.

A seguir, serão descritas as análises dos indicadores obtidos em cada uma das 13 dimensões que compõem o total geral do destino.

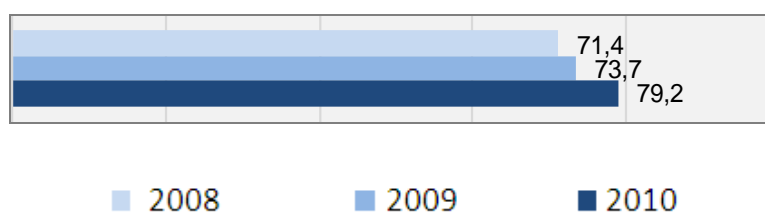
## 2.2 Infraestrutura geral

O *Índice de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional* analisou as seguintes variáveis referentes à *Infraestrutura geral*: (i) capacidade de atendimento médico para o turista no destino; (ii) fornecimento de energia; (iii) serviço de proteção ao turista; e (iv) estrutura urbana nas áreas turísticas.

Avaliadas todas estas questões nos 65 destinos indutores, a média Brasil em 2010 na dimensão *Infraestrutura geral* foi 65,8. A média das capitais avaliadas posicionou-se em 74,3 pontos, acima do indicador nacional neste item, enquanto a média das cidades não capitais foi 59,8, abaixo do resultado Brasil nesta dimensão.

Em *Infraestrutura geral*, o destino Palmas registrou 79,2 pontos em 2010, um índice acima do obtido pelo município em 2009, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 2. Infraestrutura geral - Resultados do destino 2008-2010



O indicador de Palmas foi influenciado de forma positiva pela disponibilidade de serviço de atendimento médico de emergência 24 horas no destino com alguns níveis de complexidade de atendimento, pelo fornecimento ininterrupto de energia elétrica no período de alta temporada, pela oferta de Corpo de Bombeiros com grupo de busca e salvamento e pela existência de Defesa Civil. Constatou-se ainda a oferta de elementos de drenagem nas áreas turísticas e a presença de órgão responsável pela conservação urbana. Pode-se citar também a adoção de quesitos de embelezamento nas áreas públicas e o estado de conservação do mobiliário urbano nas áreas turísticas. Além disso, o destino põe em prática programa para a conservação de mobiliário urbano ou de áreas verdes.

Entre os fatores que influenciaram negativamente o resultado do destino nesta dimensão a ausência de um grupamento de polícia especializado no atendimento ao turista e a inexistência de um programa de proteção ao turista na Polícia Civil no destino. Foram considerados o estado de conservação do mobiliário urbano observado



e o fato de o destino não dispor de lixeiras, banheiros públicos e telefones públicos em abundância no entorno das áreas turísticas. Além disso, o destino não disponibiliza espaços específicos para o estacionamento ou a parada (embarque e desembarque) de veículos turísticos nas áreas turísticas.

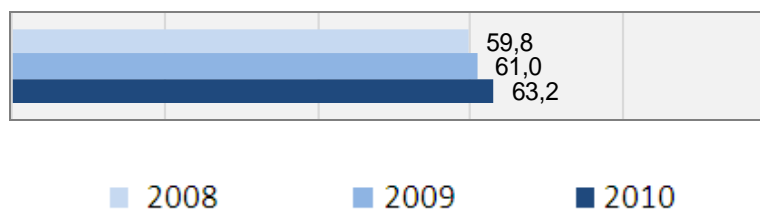
## 2.3 Acesso

Nesta dimensão foram analisadas as seguintes variáveis: (i) acesso aéreo; (ii) acesso rodoviário; (iii) acesso aquaviário; (iv) acesso ferroviário; (v) sistema de transporte no destino; e (vi) proximidade de grandes centros emissores de turistas.

A média Brasil de 2010 na dimensão Acesso ficou em 60,5. O grupo de capitais obteve 72,0 pontos, acima do índice nacional de competitividade nesta dimensão, enquanto que o conjunto de cidades não capitais registrou 52,3, abaixo desta média Brasil.

O destino Palmas posicionou-se em 63,2 pontos (escala de 0 a 100), acima do resultado obtido no ano anterior, como se pode observar no gráfico:

Gráfico 3. Acesso - Resultados do destino 2008-2010



A disponibilidade de um aeroporto dentro do território municipal, a estrutura do terminal aeroportuário que atende ao destino, a variedade de transporte público no terminal aeroportuário que atende ao destino e as condições da principal rodovia de acesso de turistas ao destino partindo da capital estão entre os aspectos que influenciaram o índice de competitividade do destino de forma positiva nesta dimensão. Somam-se a estes, a existência de um terminal rodoviário e a oferta de transportes públicos na rodoviária. Além disso, a disponibilidade de vagas para estacionamento nas áreas turísticas, a existência de linhas de transporte urbano que atendam às principais atrações turísticas e a oferta de ligações aéreas diretas entre o

aeroporto que atende ao destino e seus principais centros emissores de turistas nacionais e internacionais contaram positivamente para índice desta dimensão.

Entre os aspectos negativos identificados nesta dimensão estão a carência de transportes públicos na rodoviária e a inexistência de uma linha regular de transporte turístico (ônibus ou similar) que interligue os principais atrativos do destino. A existência de congestionamentos em qualquer época do ano e a oferta incipiente de ligações aéreas diretas entre o aeroporto que atende o destino e seus principais centros emissores de turistas nacionais e internacionais foram fatores que influenciaram negativamente o resultado obtido pelo destino nesta dimensão.

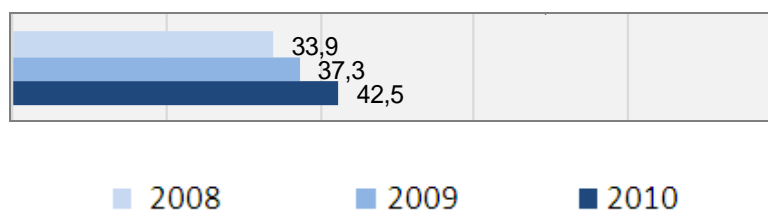
## 2.4 Serviços e equipamentos turísticos

A dimensão *Serviços e equipamentos turísticos* contemplou as seguintes variáveis: (i) sinalização turística; (ii) centro de atendimento ao turista; (iii) espaços para eventos; (iv) capacidade dos meios de hospedagem; (v) capacidade do turismo receptivo; (vi) estrutura de qualificação para o turismo; e (vii) capacidade dos restaurantes.

Nesta dimensão, a média Brasil foi 50,8. A média das capitais avaliadas (63,3) posicionou-se acima da média Brasil, enquanto o resultado do grupo de cidades não capitais (41,0) ficou abaixo do índice nacional de competitividade.

Para a cidade de Palmas, o índice de competitividade foi 42,5 pontos nesta dimensão, acima do conquistado na edição anterior do estudo, conforme o gráfico a seguir:

Gráfico 4. Serviços e equipamentos turísticos - Resultados do destino 2008-2010



O resultado do destino nesta dimensão foi positivamente influenciado pela cobertura da sinalização turística viária e seu estado de conservação. A existência de centros de atendimento ao turista, a oferta de estrutura e de serviços nos centros de atendimento ao turista, os dias de funcionamento e a oferta de espaços para a realização de

eventos foram outros quesitos considerados. Quanto aos meios de hospedagem existentes no destino, influenciou positivamente o resultado o fato de a maioria dos meios de hospedagem possuir unidades habitacionais em bom estado de conservação, modernas ou recém reformadas e oferecer acesso à internet nas unidades habitacionais.

Entre os fatores que influenciaram negativamente o resultado do destino nesta dimensão estão a ausência de sinalização turística viária em idioma estrangeiro, a ausência de sinalização turística descritiva ou interpretativa nos atrativos e a inexistência de um centro de convenções que atenda ao destino. Quanto aos meios de hospedagem, constatou-se a inexistência de uma associação representativa de meios de hospedagem, que discuta e defenda os interesses dos empreendimentos do destino, a inexistência de um sistema de padronização local de qualidade hoteleira e a falta de incentivo formal ao uso de tecnologias que priorizem a questão ambiental em estabelecimentos de hospedagem. Considerou-se ainda o fato de a maioria dos meios de hospedagem não cumprirem quesitos de acessibilidade na maioria destes estabelecimentos. O destino carece de estrutura de qualificação profissional nas áreas relacionadas ao turismo. Quanto aos estabelecimentos de alimentação, verificou-se que não há uma associação representativa de restaurantes e similares, que discuta e defenda os interesses dos empreendimentos de alimentação e a maioria dos empreendimentos deste setor não adota quesitos de acessibilidade, pontos que contribuíram para compor o índice do destino nesta dimensão.

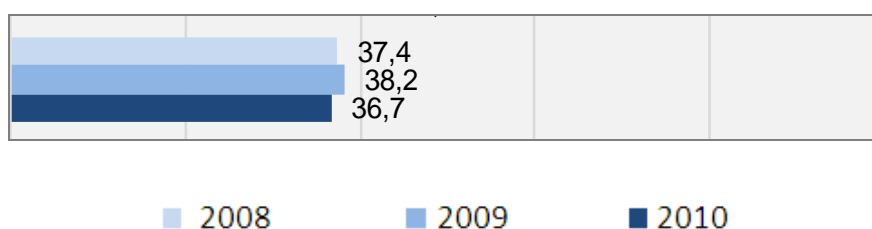
## **2.5 Atrativos turísticos**

Na dimensão *Atrativos turísticos*, o *Índice de Competitividade* analisou as seguintes variáveis: (i) atrativos naturais; (ii) atrativos culturais; (iii) eventos programados; e (iv) realizações técnicas, científicas ou artísticas.

A média Brasil em 2010, na dimensão *Atrativos turísticos*, posicionou-se em 60,5. Nesta dimensão a média das capitais foi 59,5, abaixo da média nacional, e o indicador das cidades não capitais (61,3) apresentou-se acima do índice Brasil.

O indicador de Palmas em *Atrativos turísticos* foi 36,7 pontos (escala de 0 a 100), resultado abaixo do índice obtido pelo destino turístico em 2009, como é possível verificar no gráfico:

Gráfico 5. Atrativos turísticos - Resultados do destino 2008-2010



O resultado do destino nesta dimensão foi influenciado de forma positiva, entre outros fatores, pela existência de atrativos naturais para os quais há fluxo turístico, sendo o principal indicado – Praia do Prata. Foi constatado que o destino conta ainda com atrativos culturais para os quais há fluxo turístico, deixa clara a preocupação com a preservação urbanística do entorno do principal atrativo cultural indicado – Espaço Cultural – e monitora seu limite de capacidade de carga. O resultado do destino também foi positivamente afetado pela existência de eventos programados que atraem turistas, sendo o principal indicado, o Salão do Livro.

Apesar dos aspectos positivos, não há estudo de capacidade de carga ou suporte para o principal atrativo natural e a estrutura disponível no principal atrativo natural ainda necessita de melhorias. O estado de conservação do entorno do principal atrativo natural indicado e da estrutura disponível ao visitante do local também foi considerado, assim como a carência de acessibilidade para pessoas com deficiência. Outros fatores que, uma vez trabalhados, poderiam melhorar o indicador são a estrutura disponível aos visitantes neste atrativo cultural, a aplicação de um estudo de capacidade de carga e a adoção de quesitos de acessibilidade no principal atrativo cultural. O fato de o estado da estrutura disponível no local em que acontece o principal evento programado indicado, a inexistência de um estudo de capacidade de carga para tal evento e a falta de recursos de acessibilidade para pessoas com deficiência no local em que acontece o principal evento programado também foram considerados. Além disso, o destino não dispõe de atrativo de realização técnica, científica ou artística para o qual haja fluxo turístico efetivamente técnico, o que afetou negativamente o resultado nesta dimensão.

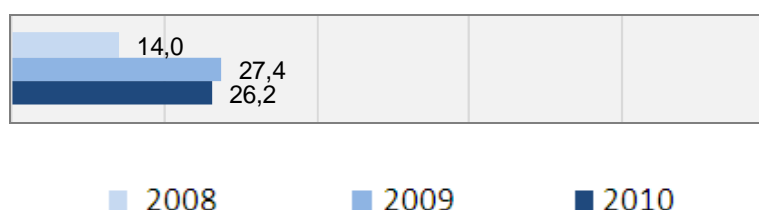
## 2.6 Marketing e promoção do destino

Na dimensão *Marketing e promoção do destino* foram analisadas as seguintes variáveis: (i) plano de marketing; (ii) participação em feiras e eventos; (iii) promoção do destino; e (iv) página do destino na internet (website).

A média Brasil atingiu 42,7 pontos em *Marketing e promoção do destino*. A média das capitais (46,8) ficou acima do indicador nacional nesta dimensão, enquanto a média das cidades não capitais em 2010 (39,8) posicionou-se abaixo da média geral do país nesta dimensão.

Em *Marketing e promoção do destino*, a cidade de Palmas registrou 26,2 pontos, índice abaixo do obtido pelo destino no ano anterior, conforme exhibe o gráfico a seguir:

Gráfico 6. Marketing e promoção do destino - Resultados do destino 2008-2010



Dentre os fatores que contribuíram de maneira positiva para esse índice em *Marketing e promoção do destino* está a participação pelo destino em feiras e eventos do setor de turismo, de forma contínua e institucionalizada, – apesar de esta iniciativa ser mais expressiva por parte do Governo do Estado –, a participação em eventos regionais, estaduais, nacionais e internacionais nos últimos dois anos, e em feiras e eventos não voltados ao setor de turismo, de forma a ampliar a promoção do destino no mercado especializado nacional. Foi constatado também que o município avalia os resultados dos eventos de turismo e dos eventos não exclusivos de turismo dos quais participa – apesar de esta iniciativa ser por parte do Governo do Estado – e possui material promocional institucional.

Entre os fatores que influenciaram negativamente o resultado do destino nesta dimensão está a falta de um plano de marketing formal, com metas e responsabilidades definidas, com ações previstas ou executadas, elaborado com a colaboração de diversos atores, fundamentado em pesquisa sobre a demanda turística, que contempla a relação com agências e operadoras e com indicadores de

desempenho definidos. Além disso, o destino não dispõe de nenhum plano similar de marketing regional, que o contemple com ações e metas de mercado para o turismo no destino. Foi constatado ainda que o município não promoveu recentemente qualquer evento próprio para se promover fora de seu território, o material promocional do destino Palmas não alerta o visitante sobre a importância de preservar o meio ambiente e não é feita revisão ortográfica profissional do material promocional ofertado. A cidade de Palmas não oferece ao turista uma central telefônica de informações turísticas através da qual os visitantes possam obter informações sobre atrativos, equipamentos e serviços disponíveis no destino. Da mesma forma, não há uma página institucional na internet com informações turísticas sobre o destino.

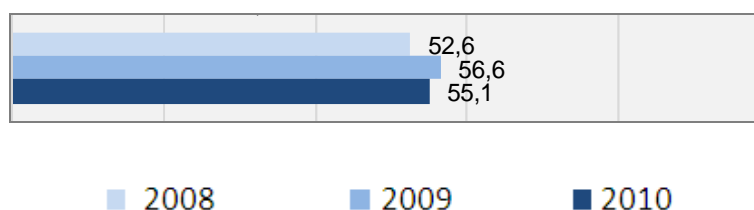
## 2.7 Políticas públicas

Para avaliar a dimensão *Políticas públicas* foram considerados os seguintes aspectos: (i) estrutura municipal para apoio ao turismo; (ii) grau de cooperação com o governo estadual; (iii) grau de cooperação com o governo federal; (iv) planejamento para a cidade e para a atividade turística; e (v) grau de cooperação público-privada.

Em *Políticas públicas*, a média Brasil ficou em 55,2 pontos (escala de 0 a 100). O indicador das cidades capitais nesta dimensão (61,5) manteve-se acima da média Brasil, e o grupo de não capitais (50,7) registrou pontos abaixo da média nacional de competitividade nesta dimensão.

O destino Palmas conquistou 55,1 pontos este ano, abaixo do resultado registrado em 2009, como é possível conferir no gráfico:

Gráfico 7. Políticas públicas - Resultados do destino 2008-2010



O destino possui uma secretaria municipal com atribuição de coordenar ou incentivar o desenvolvimento do turismo – ainda que não exclusiva do turismo. Recentemente, o município desenvolveu projetos em conjunto com outras secretarias, com a iniciativa

privada e/ou com entidades de classe representativas em atividades relacionadas ao turismo, questão que contribuiu de maneira positiva para a composição do indicador de competitividade nesta dimensão. O município mantém representação junto ao Fórum Estadual de Turismo, dispôs no ano anterior de investimentos diretos do governo estadual em projetos que visam a competitividade do turismo, e, além de atuar em cooperação com o Ministério do Turismo em programas ou convênios, registrou também no ano anterior investimentos diretos do governo federal no destino em projetos ligados ao turismo.

Entretanto, o destino não conta com uma secretaria municipal exclusiva para o turismo, não dispõe de recurso próprio para coordenar e incentivar o desenvolvimento do setor e possui uma instância de governança inativa.

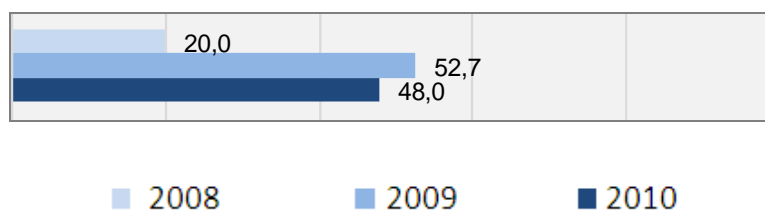
## 2.8 Cooperação regional

O *Índice de Competitividade* analisou as seguintes variáveis referentes à *Cooperação regional*: (i) governança; (ii) projetos de cooperação regional; (iii) planejamento turístico regional; (iv) roteirização; e (v) promoção e apoio à comercialização de forma integrada.

A média Brasil em *Cooperação regional* foi 51,1. A média das cidades do grupo de capitais (48,3) posicionou-se abaixo do indicador nacional de competitividade nesta dimensão, e o indicador das cidades não capitais (53,1) ficou acima da média Brasil em *Cooperação regional*.

A cidade de Palmas atingiu um índice de competitividade de 48,0 pontos (escala de 0 a 100) nesta dimensão, abaixo do índice conquistado na edição anterior do estudo, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 8. Cooperação regional - Resultados do destino 2008-2010



O destino faz parte de uma instância de governança regional – Fórum da Região Serras e Lago – que conta com a participação ativa de diversos atores do segmento turístico. A instância regional dispõe de um gestor executivo com dedicação parcial à coordenação e dispõe de suporte para a condução de suas atividades, fatores que exerceram impacto positivo sobre o resultado obtido nesta dimensão. Levou-se em conta ainda que a instância está representada no Fórum Estadual de Turismo e que no ano anterior houve ações para mobilizar atores do segmento turístico do destino para a importância da cooperação regional.

Entretanto, a instância de governança regional – Fórum da Região Serras e Lago – não está formalmente constituída, não mantém reuniões periódicas, não dispõe de um gestor executivo com dedicação exclusiva à coordenação, não realiza parcerias com os setores públicos e privados dos municípios que representa, não conta com recurso próprio, fatores que exerceram impacto negativo sobre o índice obtido nesta dimensão. Não foram constatados projetos de cooperação regional compartilhados entre o município avaliado e outros destinos da mesma região – Serras e Lago. Além disso, Palmas não participa de consórcio público ligado a projetos turísticos com outro destino de sua região turística e não há um plano de desenvolvimento turístico integrado para a região turística, que determine responsabilidades e metas de mercado ou cujas ações e projetos contemplem o município avaliado. Os roteiros regionais dos quais o destino faz parte não estão são amplamente comercializados por operadores e/ou agências e neles não são consideradas ou monitoradas questões de sustentabilidade, como a elaboração de Estudo de Impacto Ambiental (EIA), por exemplo. Também foi constatada a inexistência de uma página institucional da região turística na internet e o fato de o destino não produzir ou coproduzir material promocional da região turística da qual faz parte.

## **2.9 Monitoramento**

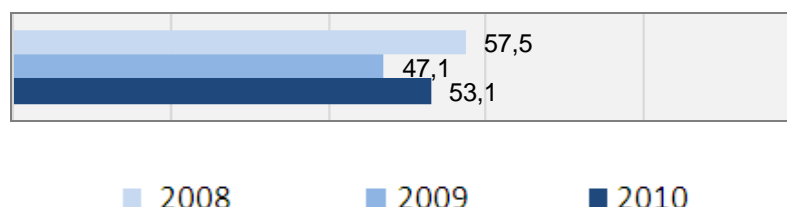
Na dimensão *Monitoramento* foram analisados os seguintes quesitos: (i) pesquisa de demanda; (ii) pesquisa de oferta; (iii) sistema de estatísticas do turismo; (iv) medição dos impactos da atividade turística; e (v) setor específico de estudos e pesquisas.

Após avaliadas todas estas questões nos 65 destinos indutores, a média Brasil em 2010 nesta dimensão foi 35,3. A média das capitais analisadas foi 42,6, acima da média Brasil, enquanto a média das cidades não capitais em 2010 (30,0) localizou-se abaixo do índice de competitividade nacional nesta dimensão.



O indicador de Palmas em *Monitoramento* foi 53,1 pontos (escala de 0 a 100), resultado acima do índice obtido no ano anterior, como pode-se observar no gráfico:

Gráfico 9. Monitoramento - Resultados do destino 2008-2010



Na dimensão *Monitoramento*, o resultado obtido pelo destino foi composto, entre outros quesitos, pela realização de pesquisa de demanda periódica e de pesquisa de oferta atualizada – Inventário e Cadastramento –, levantamentos que geram dados relevantes para o planejamento e a divulgação de informações do destino, além do aproveitamento dos dados coletados. O destino faz o acompanhamento contínuo dos objetivos da política em turismo em nível municipal e federal. Outro aspecto positivo foi a existência de instituição que realiza pesquisas em turismo, focadas no destino ou na região turística da qual o destino faz parte.

Apesar de realizar pesquisa de demanda periódica, o destino não faz aproveitamento e divulgação dos dados coletados. O município não possui um sistema de indicadores de desempenho, conjunto técnico de estatísticas turísticas ou gera relatórios de conjuntura turística dos segmentos relacionados ao turismo, aspectos que, uma vez melhorados, poderiam auxiliar o destino no incremento do índice de competitividade. Constatou-se ainda que o município não monitora os impactos econômicos, sociais, ambientais e culturais gerados pelo turismo. Outro aspecto considerado foi o fato de a administração pública local não possuir um setor específico de estudos que realiza pesquisas em turismo.

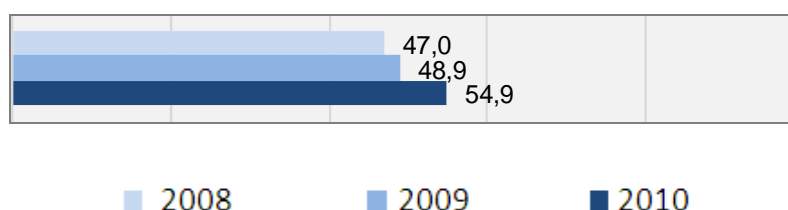
## 2.10 Economia local

Para avaliar a dimensão *Economia local* foram considerados os seguintes aspectos: (i) aspectos da economia local; (ii) infraestrutura de comunicação; (iii) infraestrutura e facilidades para negócios; e (iv) empreendimentos ou eventos alavancadores.

Nesta dimensão, a média Brasil foi 59,5 em 2010 (escala de 0 a 100). O grupo de capitais registrou 70,7 pontos, acima do indicador nacional nesta dimensão. A média das cidades não capitais (51,5), por sua vez, ficou abaixo da média Brasil em *Economia local*.

O destino Palmas registrou 54,9 pontos, um índice acima do conquistado na edição 2009 do estudo, conforme o gráfico a seguir:

Gráfico 10. Economia local - Resultados do destino 2008-2010



A oferta de serviços de acesso em banda larga à internet, a disponibilidade de acesso gratuito à internet em locais públicos, a oferta de caixas eletrônicos de autoatendimento 24 horas para saques com cartões de crédito internacionais e a disponibilidade de casas de câmbio para turistas estrangeiros ajudaram a compor o indicador nesta dimensão. O destino aplica políticas de incentivo à formalização de estabelecimentos comerciais e de prestadores de serviços, oferece benefícios financeiros locais ou regionais (linhas especiais de financiamento) para empreendimentos e serviços ligados ao setor estão disponíveis para o empresariado local. A atuação de um *Convention & Visitors Bureau* exclusivo do destino foi fator que colaborou para o resultado, uma vez que tende a gerar fluxo turístico receptivo em consequência de sua existência.

Entre os aspectos negativos identificados nesta dimensão estão a inexistência de benefícios de isenção ou redução de impostos ou taxas para as atividades características do turismo e de um polo físico de produção/negócios significativo para

movimentar a economia local e, conseqüentemente, alavancar o fluxo turístico receptivo. Além destes fatores, dados econômicos de fontes secundárias também foram observados, como o PIB, PIB per capita e volume de operações de crédito, por exemplo.

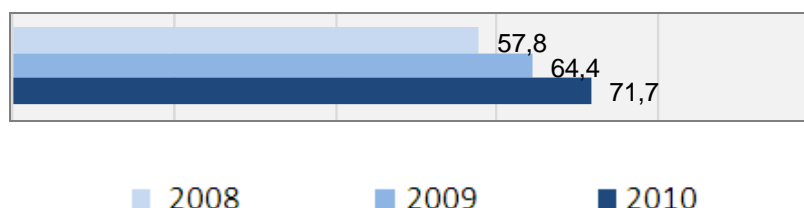
## 2.11 Capacidade empresarial

O *Índice de Competitividade* analisou os seguintes quesitos referentes à *Capacidade empresarial*: (i) capacidade de qualificação e aproveitamento do pessoal local; (ii) presença de grupos nacionais e internacionais do setor de turismo; (iii) concorrência e barreiras de entrada; e (iv) presença de empresas de grande porte, filiais ou subsidiárias.

Em *Capacidade empresarial*, a média Brasil ficou em 57,0. O grupo de capitais obteve 82,7 pontos, acima da média Brasil, enquanto que o conjunto de cidades não capitais obteve 38,6, abaixo do indicador geral nacional nesta dimensão.

O destino Palmas conquistou 71,7 pontos (escala de 0 a 100), acima do índice registrado na dimensão *Capacidade empresarial* em 2009, como é possível verificar no gráfico:

Gráfico 11. Capacidade empresarial - Resultados do destino 2008-2010



Dentre os aspectos positivos identificados nesta dimensão estão a presença de instituições de ensino com programas regulares de formação técnica, de formação superior, de cursos livres e a oferta de escolas de formação em idioma estrangeiro. Foi constatado que existe pessoal local qualificado para trabalhar em cargos administrativos em agências ou operadoras como fatores positivos para o destino. A presença de grupos nacionais ou internacionais do setor de turismo (como redes de locação de automóveis, cadeias de serviços de alimentação) e a aplicação de programa de qualificação especificamente voltado para empresários ou gerentes de

empreendimentos turísticos também influenciaram positivamente o resultado. Considerou-se ainda a presença de empresas de grande porte, filiais ou subsidiárias com mais de mil funcionários e de empresas que produzem mercadorias de alto valor agregado ou perecíveis.

O resultado do destino nesta dimensão foi afetado negativamente, dentre outros aspectos, pela carência de pessoal local qualificado para trabalhar em hotelaria, em estabelecimentos de alimentos e bebidas, a carência de pessoal local qualificado para trabalhar em cargos de gerência em agências ou operadoras e a inexistência de grupos nacionais ou internacionais do setor de turismo (como redes de meios de hospedagem) também afetaram negativamente o resultado. Avaliou-se ainda a inexistência de adensamentos de empreendimentos turísticos que fomentem o empreendedorismo como arranjos produtivos locais, a sinalização de barreiras à entrada de novos empreendimentos turísticos (entre elas a falta de pessoal capacitado), a inexistência de empresas que exportam mercadorias de alto valor agregado ou perecíveis, quesitos que, uma vez melhorados, tendem a contribuir para o incremento do índice de competitividade do destino.

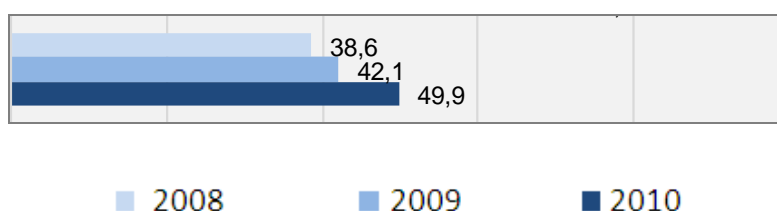
## **2.12 Aspectos sociais**

O *Índice de Competitividade* analisou as seguintes variáveis referentes aos *Aspectos sociais*: (i) acesso à educação; (ii) empregos gerados pelo turismo; (iii) política de enfrentamento e prevenção à exploração sexual infanto-juvenil; (iv) uso de atrativos e equipamentos turísticos pela população; e (v) cidadania, sensibilização e participação na atividade turística.

Consideradas todas estas questões, a média Brasil em 2010 na dimensão *Aspectos sociais* foi 58,4. A média das capitais avaliadas posicionou-se em 64,2 pontos, acima do indicador nacional neste item, enquanto a média das cidades não capitais foi 54,2, abaixo da média Brasil nesta dimensão.

A cidade de Palmas registrou um índice de competitividade de 49,9 pontos, acima do índice conquistado nesta dimensão na edição anterior do estudo, conforme exhibe o gráfico a seguir:

Gráfico 12. Aspectos sociais - Resultados do destino 2008-2010



Nesta dimensão, o destino se destacou pela existência de investimentos em educação – acima do percentual obrigatório de 25% –, pela adoção de políticas de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes e a aplicação de programa específico de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes no turismo – apesar de esta iniciativa ser mais expressiva por parte da Secretaria de Ação Social. Levou-se em conta que são aplicados programas de incentivo ao uso dos equipamentos turísticos pela população local, ações contínuas realizadas por órgãos municipais.

Entretanto, entre os aspectos que resultaram em impactos negativos estão o grau de utilização de mão de obra informal durante a alta temporada, o não envolvimento da iniciativa privada e órgãos de turismo nas políticas de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes, ação que, uma vez executada fortaleceria o destino. O município não sensibiliza constantemente os cidadãos sobre a importância da atividade turística para o destino e não alerta o turista para o respeito à comunidade local, à cultura, ao patrimônio e para a preservação do meio ambiente.

Além destes fatores, na avaliação desta dimensão foram considerados ainda dados secundários de indicadores sociais do destino, como percentual de habitantes com acesso ao ensino, Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB) e Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M), dentre outros.

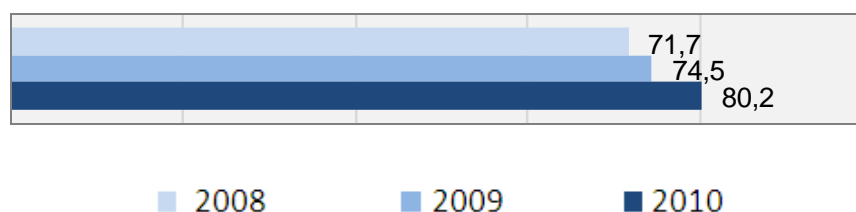
### 2.13 Aspectos ambientais

Para avaliar a dimensão *Aspectos ambientais* foram considerados os seguintes aspectos: (i) estrutura e legislação municipal de meio ambiente; (ii) atividades em curso potencialmente poluidoras; (iii) rede pública de distribuição de água; (iv) rede pública de coleta e tratamento de esgoto; (v) coleta e destinação pública de resíduos; e (vi) unidades de conservação no território municipal.

Em *Aspectos ambientais*, a média Brasil foi 65,6 pontos (escala de 0 a 100). O grupo de capitais obteve 71,3 pontos, resultado acima da média Brasil, enquanto a média do conjunto de cidades não capitais foi 61,5, abaixo do indicador geral nacional nesta dimensão.

O indicador de Palmas nesta dimensão foi 80,2 pontos (escala de 0 a 100), resultado acima do índice obtido pelo destino em 2009, como é possível conferir no gráfico:

Gráfico 13. Aspectos ambientais - Resultados do destino 2008-2010



Nesta dimensão, o resultado obtido pelo destino foi composto, entre outros quesitos, pela existência de uma secretaria municipal com atribuição de coordenar ou incentivar a preservação do meio ambiente – ainda que não exclusiva do meio ambiente – dotada de recurso próprio e que recentemente desenvolveu projetos ou atividades relacionadas ao turismo em conjunto com o órgão gestor do segmento no destino. O município tem conselho municipal do meio ambiente atuante, conta com um fundo municipal para o meio ambiente efetivo – cujos recursos estão disponíveis para ser aplicados – e possui um Código Ambiental Municipal ou similar – contra o qual não há ação judicial pública. Constatou-se ainda que o destino mantém pouca atividade potencialmente poluidora, com alvará de funcionamento ou de localização em seu território. O destino é atendido por um sistema público de coleta de esgoto com configuração de separador absoluto e existe política de monitoramento da balneabilidade em ambientes naturais (como rios, lagos, lagoas ou praias). Outros aspectos positivos que contribuíram para a composição do índice foram a destinação pública de resíduos domésticos para um aterro sanitário e a aplicação de política de tratamento de resíduos hospitalares.

Entre os aspectos que geraram impacto no indicador estão a falta de legislação pela adoção de fontes de energia renovável em estabelecimentos públicos ou privados, a falta de uma estação de tratamento de água para a sua reutilização, o índice de

cobertura da rede pública de esgoto. Além disso, o destino não oferece serviços de coleta seletiva residencial.

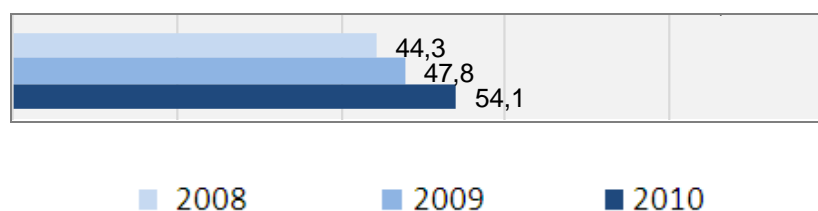
## 2.14 Aspectos culturais

Nesta dimensão foram analisados os seguintes quesitos: (i) produção cultural associada ao turismo; (ii) patrimônio histórico e cultural; e (iii) estrutura municipal para apoio à cultura.

A média Brasil nesta dimensão foi 55,9. A média das capitais (64,1) ficou acima do índice nacional de competitividade, enquanto a pontuação das cidades não capitais (50,0) posicionou-se abaixo da média Brasil nesta dimensão.

Em *Aspectos culturais*, o destino registrou 54,1 pontos, um índice acima do obtido no estudo anterior, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 14. Aspectos culturais - Resultados do destino 2008-2010



O destino possui atividade artesanal típica comercializada em esfera nacional, possui culinária típica pela qual é reconhecido como destino turístico em esfera nacional, mantém tradições culturais evidentes, incentiva manifestações religiosas que atraem fluxo turístico e fomenta grupos artísticos de manifestação popular tradicional, ou seja, dispõe de um conjunto de produções culturais associadas ao turismo que podem gerar fluxo de visitantes para o município. Também ajudaram a compor o resultado desta dimensão a existência de sítio arqueológico tombado ou registrado e a existência de bens tombados como patrimônio histórico. Pode-se destacar também que o segmento conta com um órgão da administração local com atribuição exclusiva de incentivar o desenvolvimento da cultura, que dispõe de recurso próprio e que, em 2009, compartilhou projetos ou atividades em conjunto com o órgão gestor do turismo no município. O destino aplica política municipal de cultura, que dentre outros benefícios ajuda a manter um calendário de manifestações culturais, e possui fundo municipal de

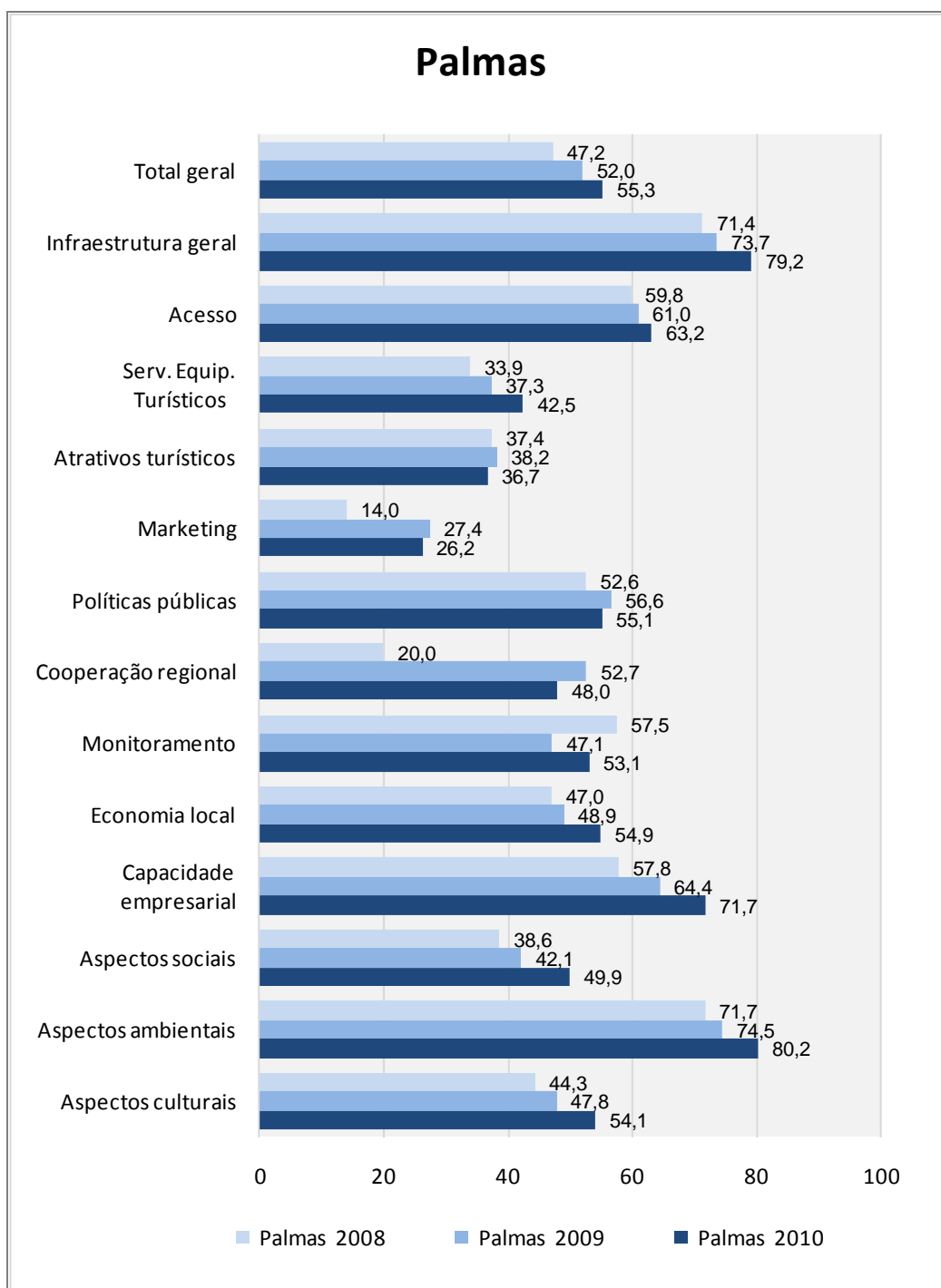
cultura, exclusivo e efetivo. Além disso, o destino aderiu ao Sistema Nacional de Cultura e monitora a utilização turística do patrimônio cultural aplicando controle de capacidade de suporte ou carga, aspectos positivos para o destino.

Projetaram o resultado para baixo nesta dimensão a inexistência de comunidade tradicional, a inexistência de patrimônios imateriais registrados que se constituam em atrativos turísticos, a falta de uma política de preservação de bens culturais imateriais e a inexistência de patrimônios artísticos tombados considerados atrativos turísticos. O destino não possui legislação municipal de cultura e não conta com projeto de implantação de turismo cultural.



### 3. RESULTADOS CONSOLIDADOS

Gráfico 15. Resultados consolidados



## 4. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE

A tabela a seguir consolida os resultados gerais do destino nas dimensões avaliadas. O índice geral (Total geral) é o resultado da soma ponderada das 13 dimensões, analisadas segundo a sua importância para a competitividade do turismo.

É possível verificar ainda os índices registrados nas três edições do Índice de Competitividade\*, além dos resultados do grupo de Capitais ou do grupo de Não capitais avaliadas.

Dimensões	Brasil*			Capitais			Palmas		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
Total geral	52,1	54,0	56,0	59,5	61,9	64,1	47,2	52,0	55,3
Infraestrutura geral	63,8	64,6	65,8	70,5	71,3	74,3	71,4	73,7	79,2
Acesso	55,6	58,1	60,5	66,9	69,9	72,0	59,8	61,0	63,2
Serviços e equipamentos turísticos	44,8	46,8	50,8	56,8	59,4	63,3	33,9	37,3	42,5
Atrativos turísticos	58,2	59,5	60,5	56,6	58,5	59,5	37,4	38,2	36,7
Marketing e promoção do destino	38,2	41,1	42,7	46,3	47,5	46,8	14,0	27,4	26,2
Políticas públicas	50,8	53,7	55,2	55,7	58,7	61,5	52,6	56,6	55,1
Cooperação regional	44,1	48,1	51,1	42,9	47,1	48,3	20,0	52,7	48,0
Monitoramento	35,4	34,5	35,3	42,1	41,8	42,6	57,5	47,1	53,1
Economia local	56,6	57,1	59,5	64,7	67,6	70,7	47,0	48,9	54,9
Capacidade empresarial	51,3	55,7	57,0	72,1	78,1	82,7	57,8	64,4	71,7
Aspectos sociais	57,2	57,4	58,4	62,3	63,1	64,2	38,6	42,1	49,9
Aspectos ambientais	58,9	61,8	65,6	63,8	67,0	71,3	71,7	74,5	80,2
Aspectos culturais	54,6	54,6	55,9	61,4	63,0	64,1	44,3	47,8	54,1

Fonte: FGV/MTur/SEBRAE, 2010

\* O resultado Brasil reflete a amostra das 65 cidades analisadas. Os resultados “Capitais” e “Não capitais” refletem a média do grupo de cidades de mesma característica geopolítica.