

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

BOA VISTA

2011



## 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 Nacional) e a Fundação Getulio Vargas (FGV) deram início, em 2007, ao *Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional*. Em 2010, o Estudo de Competitividade passou a ser denominado *Índice de Competitividade do Turismo Nacional – 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional*.

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 agosto e outubro de 2011.

Com este documento, o Ministério do Turismo, o Sebrae Nacional 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.

Ministério do Turismo

Sebrae Nacional

Fundação Getulio Vargas



Ministério do  
Turismo



## SUMÁRIO

<b>1. ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE .....</b>	<b>4</b>
<b>2. ASPECTOS GERAIS .....</b>	<b>7</b>
<b>3. RESULTADOS .....</b>	<b>8</b>
3.1 Índice geral.....	8
3.2 Infraestrutura geral .....	11
3.3 Acesso .....	13
3.4 Serviços e equipamentos turísticos .....	16
3.5 Atrativos turísticos .....	18
3.6 Marketing e promoção do destino.....	21
3.7 Políticas públicas.....	23
3.8 Cooperação regional .....	26
3.9 Monitoramento.....	28
3.10 Economia local .....	30
3.11 Capacidade empresarial.....	32
3.12 Aspectos sociais.....	34
3.13 Aspectos ambientais .....	37
3.14 Aspectos culturais .....	40
<b>4. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE .....</b>	<b>43</b>

## 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:

- 1 - Infraestrutura geral
- 2 - Acesso
- 3 - Serviços e equipamentos turísticos
- 4 - Atrativos turísticos
- 5 - Marketing e promoção do destino
- 6 - Políticas públicas
- 7 - Cooperação regional
- 8 - Monitoramento
- 9 - Economia local
- 10 - Capacidade empresarial
- 11 - Aspectos sociais
- 12 - Aspectos ambientais
- 13 - Aspectos culturais.

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>.

- **Nível 1:** 0 a 20 pontos - refere-se ao intervalo em que os destinos apresentam deficiência em relação à determinada dimensão;
- **Nível 2:** 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;
- **Nível 3:** 41 a 60 pontos - configura situação regularmente satisfatória;
- **Nível 4:** 61 a 80 pontos - revela a existência de condições adequadas para atividades turísticas;
- **Nível 5:** 81 a 100 pontos - corresponde ao melhor posicionamento que um destino pode alcançar em uma dada dimensão.

Serão apresentados, portanto, os resultados consolidados do município em 2011, avaliado em 14 índices de competitividade: o indicador geral do destino e o indicador em cada uma das 13 dimensões avaliadas. O documento apresenta ainda a média Brasil (indicador dos 65 destinos) e a média das capitais. Estes dados poderão ser comparados aos resultados obtidos nos anos anteriores, o que permitirá observar a evolução dos índices, graças à série histórica que vem sendo construída.

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

Uma vez conhecidos os índices nacionais de competitividade (média Brasil e média

---

<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.

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 precisam, 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.

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.

## 2. ASPECTOS GERAIS

Boa Vista é a capital do estado de Roraima, na região Norte do país. Com uma população de 284.313 habitantes e 5.687,022km<sup>2</sup> de extensão territorial, o município possui um PIB de R\$3.578.135.446,00 e PIB *per capita* de R\$13.713,01, segundo dados do IBGE (2010).

O destino faz parte da região turística Roraima, a Savana Amazônica, juntamente com com Pacaraima. Os principais segmentos turísticos nos quais Boa Vista é comercializado são Ecoturismo e Turismo de Aventura.

Os principais atrativos de Boa Vista, conforme constatado durante a pesquisa de campo, são o Rio Branco, a Praia Grande, o Centro Histórico de Boa Vista e o Museu Integrado de Roraima, além dos eventos programados Boa Vista Junina e Arraial das Três Nações.

Boa Vista conta com uma oferta de serviços e equipamentos com 38 meios de hospedagem (RAIS), 201 estabelecimentos de alimentação (RAIS) e 09 guias de turismo (CADASTUR).

### 3. RESULTADOS

A pesquisa em Boa Vista foi realizada entre os dias 29/08/11 e 02/09/11, quando foram entrevistados diversos representantes dos setores público, privado, associações de classe, dentre outros, para coletar os dados que compõem o índice de competitividade do destino.

Além disso, aplicou-se o método de observação *in loco* como forma de compor a avaliação dos destinos. Em complemento aos dados coletados em campo, a metodologia contemplou diversas informações disponíveis em fontes oficiais.

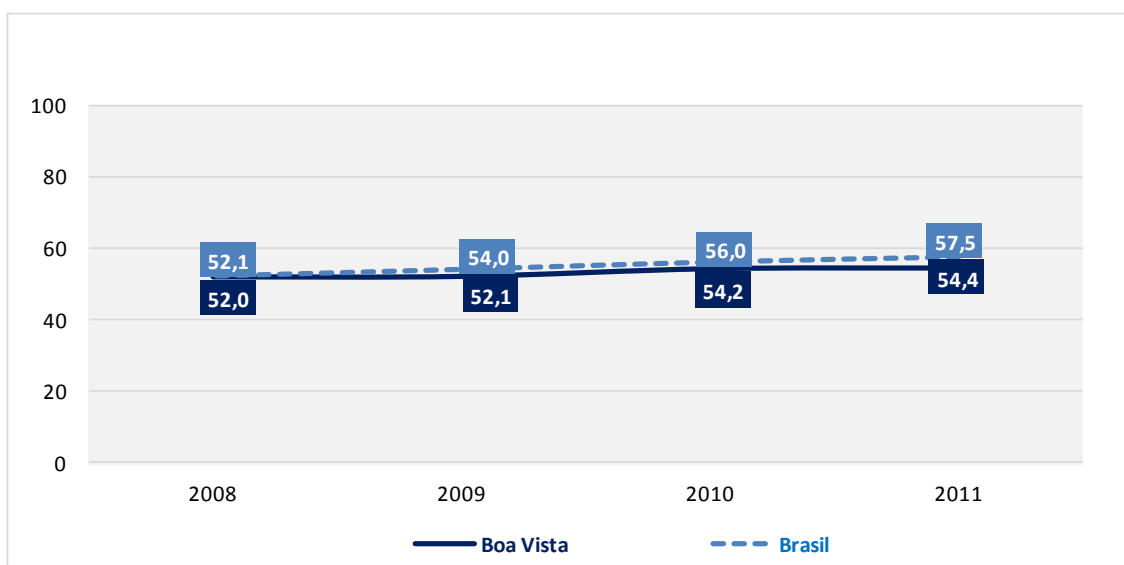
Além dos índices alcançados pelo destino em cada dimensão, serão destacados os principais fatores que contribuíram para tais resultados.

#### 3.1 Índice geral

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

O índice geral do destino em 2011 foi 54,4 pontos (escala de 0 a 100). Este resultado ficou acima do índice obtido em 2010 (54,2), como é possível conferir no gráfico 1:

Gráfico 1. Índices gerais de competitividade – destino x Brasil: 2008-2011

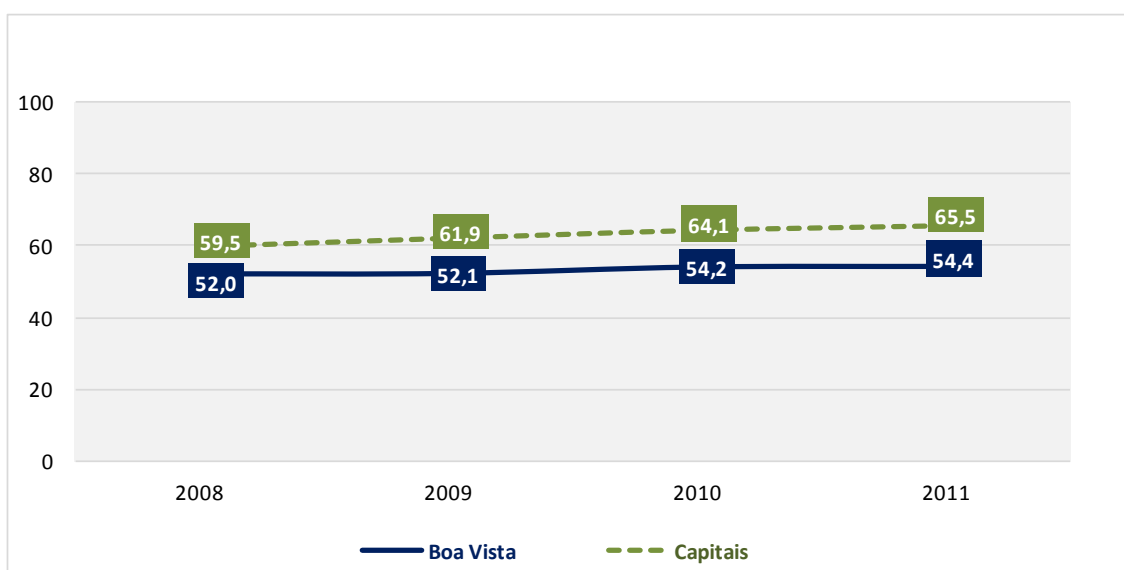




É possível observar no gráfico acima o comportamento dos indicadores do destino nos últimos quatro anos da pesquisa. Em 2011, o índice permaneceu estável, fazendo com que o destino mantivesse o seu nível de competitividade no nível 3.

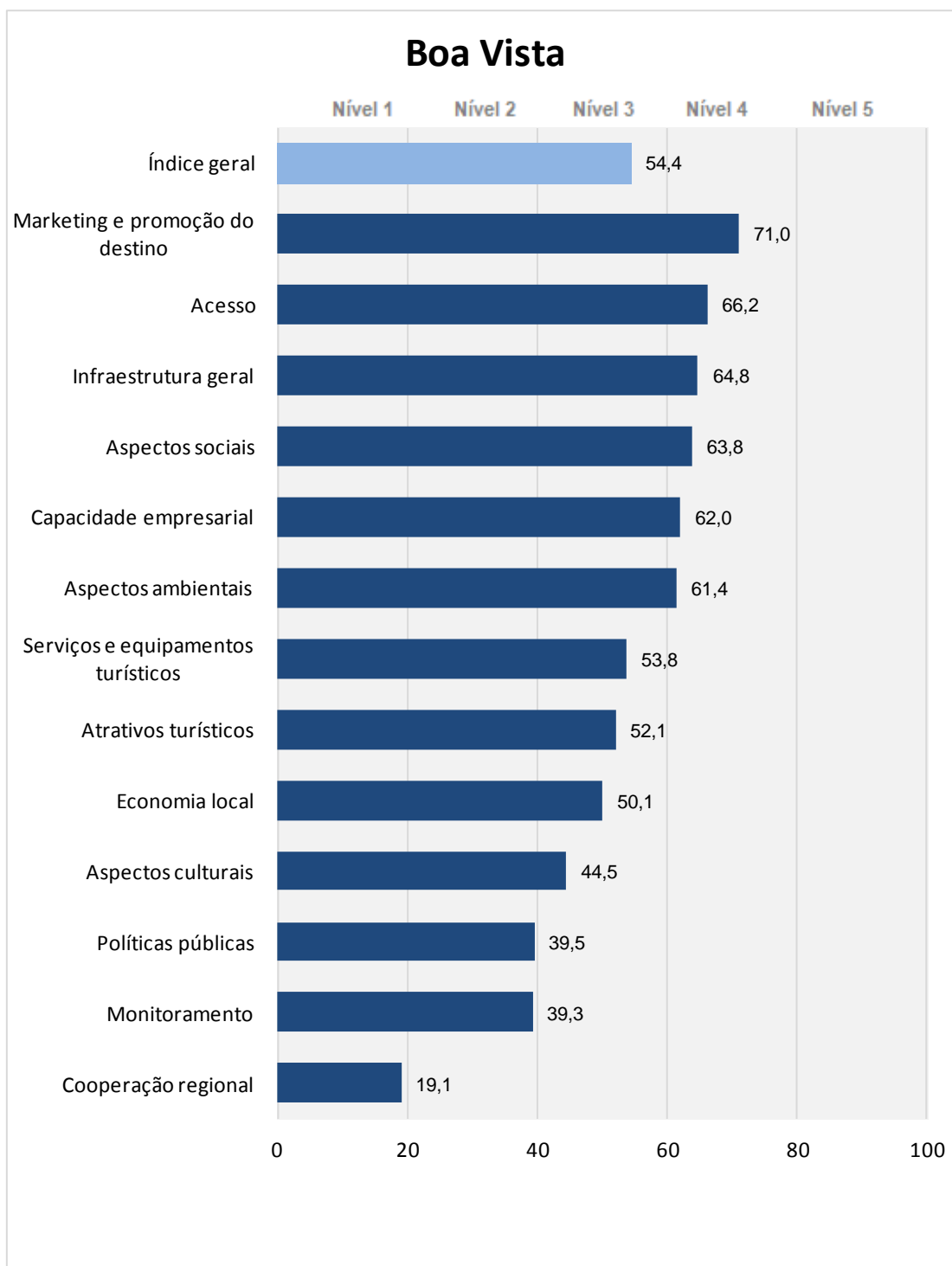
Podemos analisar o desempenho do destino juntamente com as linhas que apontam os resultados da média Brasil (gráfico 1) e das capitais (gráfico 2), que demonstram que o índice do destino segue a tendência nacional de evolução gradual. Considerando os resultados obtidos por todas as 65 cidades avaliadas em 2011, a média Brasil, índice referencial da competitividade nacional, foi de 57,5. A média dos índices das capitais foi de 65,5.

**Gráfico 2. Índices gerais de competitividade – destino x capitais: 2008-2011**



Os resultados apresentados a seguir apontam que, das 13 dimensões avaliadas, as que obtiveram melhores desempenhos, com índices acima do nível 4 (61 a 80), foram *Infraestrutura geral*, *Acesso*, *Marketing e promoção do destino*, *Capacidade empresarial*, *Aspectos sociais* e *Aspectos ambientais*, como é possível observar no gráfico 3. Por sua vez, as dimensões que enfrentam obstáculos para superar os menores níveis de competitividade são *Políticas públicas*, *Cooperação regional* e *Monitoramento*, as quais não ultrapassaram o nível 2 (21 a 40).

Gráfico 3. Índices por dimensão em ordem decrescente de desempenho

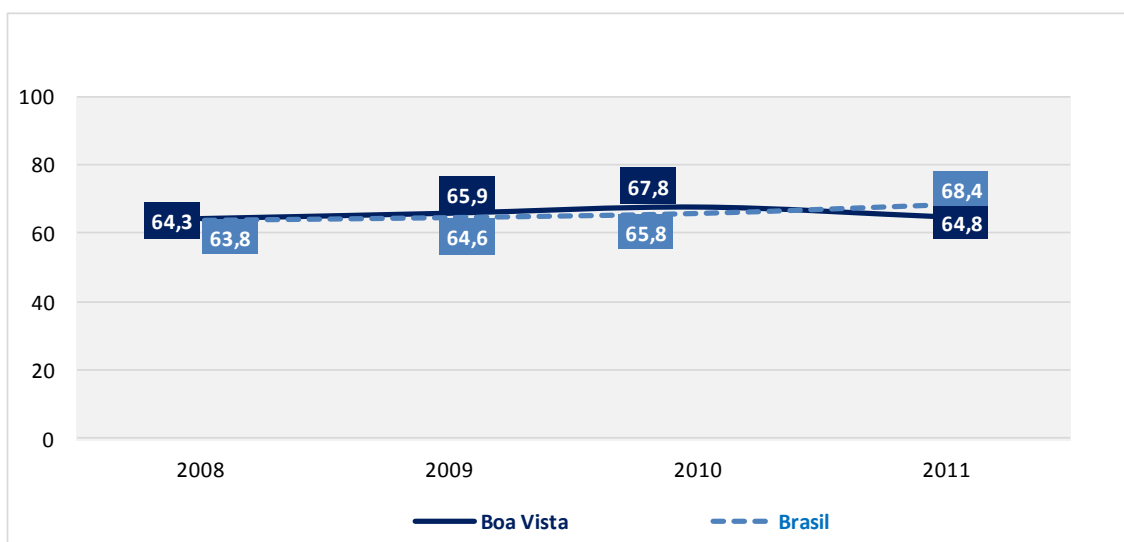


### 3.2 Infraestrutura geral

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.

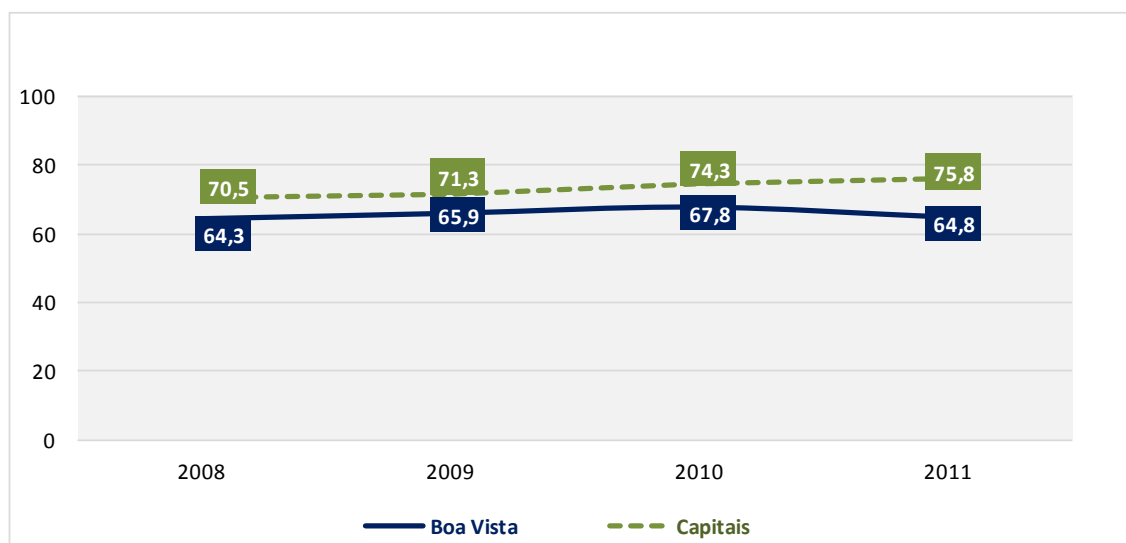
Em *Infraestrutura geral*, a média Brasil em 2011 foi 68,4. Boa Vista registrou 64,8 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 4. Índices infraestrutura geral – destino x Brasil: 2008-2011



A média das capitais avaliadas posicionou-se em 75,8 pontos, acima do resultado do destino nesta dimensão.

**Gráfico 5. Índices infraestrutura geral – destino x capitais: 2008-2011**



O indicador de Boa Vista foi influenciado de forma positiva por diversos fatores, entre os quais:

- Disponibilidade de serviço público de atendimento médico a emergências 24 horas no destino com alguns níveis de complexidade de atendimento;
- Fornecimento ininterrupto de energia elétrica no período de alta temporada;
- Oferta de Corpo de Bombeiros com grupo de busca e salvamento;
- Existência de Defesa Civil no destino;
- Oferta de elementos de drenagem nas áreas turísticas;
- Presença de órgão responsável pela conservação urbana – Secretaria Municipal de Obras e Urbanismo;
- Oferta de lixeiras, banheiros públicos e telefones públicos no entorno das áreas turísticas;
- Adoção de quesitos de embelezamento nas áreas públicas – praças, jardins, iluminação cenográfica permanente, fiação subterrânea e orla urbanizada;
- Existência de programa para a conservação de mobiliário urbano ou de áreas verdes realizado pela Prefeitura com frequência, e disponibilidade, nas áreas turísticas, de espaços específicos para o estacionamento ou a parada (embarque e desembarque) de veículos turísticos.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Ausência de um grupamento da Polícia Militar especializado no atendimento ao turista;
- O fato de não haver reforço do efetivo da Polícia Militar, nem do quadro da Polícia Civil durante a alta temporada ou grandes eventos;
- Inexistência de um programa de proteção ao turista na Polícia Civil;
- Conservação do mobiliário urbano nas áreas turísticas (carência de manutenção dos equipamentos sob responsabilidade do Estado, como por exemplo, o Parque Anauá).

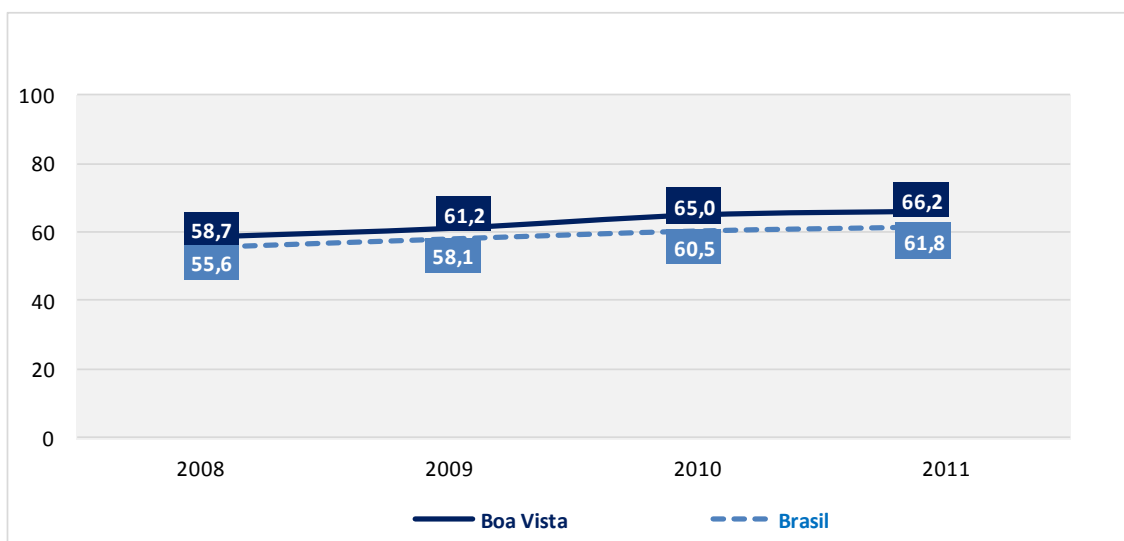
Além destes fatores, foram considerados na composição do índice números de saúde, como a expectativa de vida da população, número de estabelecimentos com atendimento de urgência, número de postos ambulatoriais de atendimento, número de profissionais de saúde e número de leitos.

### **3.3 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.

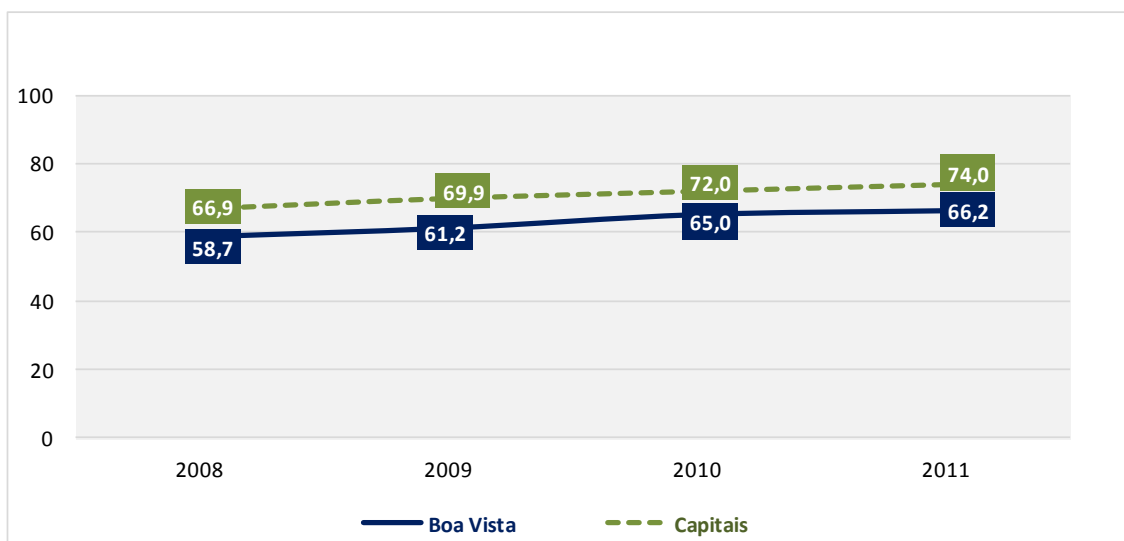
Em *Acesso*, a média Brasil em 2011 foi 61,8. Boa Vista registrou 66,2 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

**Gráfico 6. Índices acesso – destino x Brasil: 2008-2011**



A média das capitais avaliadas posicionou-se em 74,0 pontos, acima do resultado do destino nesta dimensão.

**Gráfico 7. Índices acesso – destino x capitais: 2008-2011**



Estão entre os fatores identificados que atuam favoravelmente ao índice de competitividade do destino nesta dimensão:

- Disponibilidade de um aeroporto dentro do território municipal – Aeroporto Internacional de Boa Vista;
- Estrutura do terminal aeroportuário do destino, que conta com lojas, restaurantes, lanchonetes, locadoras de veículos, serviço de táxi, serviço bancário, serviço de câmbio, facilidades para pessoas com deficiência e sinalização interna em idioma estrangeiro;
- Variedade de opções de transporte público ou concessões para atender àqueles que desembarcam no terminal aéreo que atende ao destino – ônibus convencional, táxi e táxi lotação, conforme foi possível constatar durante a visita técnica ao município, realizada entre o período de 29/08/11 e 02/09/11;
- Existência de um terminal rodoviário que conta com transporte para o deslocamento dos que embarcam e desembarcam nele – ônibus convencional e táxi;
- Não são comuns congestionamentos durante a alta temporada;
- Disponibilidade de vagas públicas para estacionamento nas áreas turísticas;
- Existência de linhas de transporte urbano que atendam às principais atrações turísticas;
- Disponibilidade de serviços de táxis regularizados e padronizados;
- Oferta de ligações aéreas diretas entre o aeroporto que atende ao município e seus principais centros emissores de turistas nacionais.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Condições da principal rodovia de acesso de fluxo turístico ao destino – BR 174;
- Estrutura disponível no terminal rodoviário que atende ao destino – o Centro de Atendimento ao Turista encontra-se desativado e demais serviços ainda não estão adequados ao fluxo de pessoas que recebe, como por exemplo, lojas, restaurantes, serviço bancário, assentos, sanitários, iluminação da plataforma e facilidades para pessoas com deficiência;

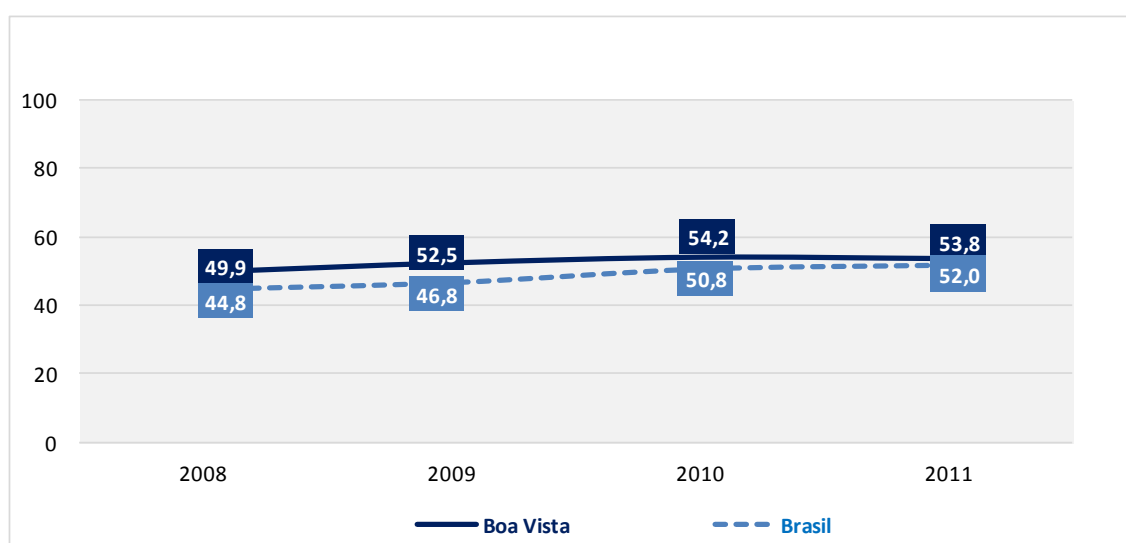
- Os veículos urbanos que atendem às principais atrações não são dotados de nenhum tipo de tecnologia sustentável, não possuem rampas ou elevadores especiais de acesso a pessoas com deficiência, nem ar condicionado;
- Não houve capacitação de taxistas para o atendimento ao turista no ano anterior;
- Inexistência de uma linha regular de transporte turístico (ônibus ou similar) que interligue os principais atrativos do destino;
- Oferta incipiente de ligações aéreas diretas entre o aeroporto que atende o destino e seus principais centros emissores de turistas internacionais.

### 3.4 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.

Em *Serviços e equipamentos turísticos*, a média Brasil em 2011 foi 52,0. Boa Vista registrou 53,8 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

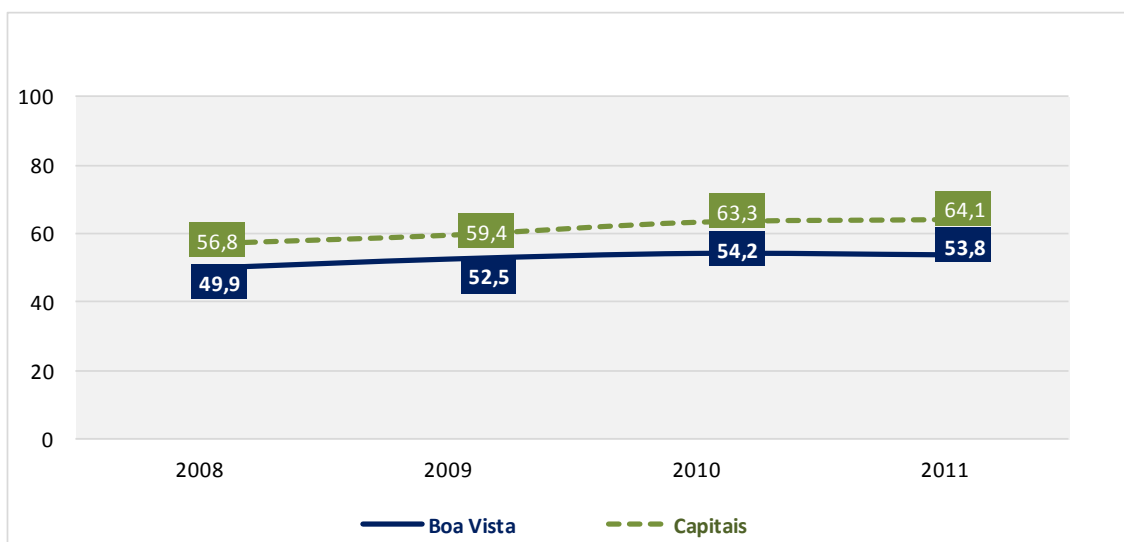
**Gráfico 8. Índices serviços e equipamentos turísticos – destino x Brasil: 2008-2011**





A média das capitais avaliadas posicionou-se em 64,1 pontos, acima do resultado do destino nesta dimensão.

**Gráfico 9. Índices serviços e equipamentos turísticos – destino x capitais: 2008-2011**



O indicador de Boa Vista foi influenciado de forma positiva por diversos fatores, entre os quais:

- Oferta de sinalização turística viária nos padrões internacionais recomendados;
- Existência de sinalização turística descritiva ou interpretativa em alguns atrativos, disponível em idioma estrangeiro;
- Existência de 02 centros de atendimento ao turista no destino, com oferta de estrutura, diversidade de serviços, flexibilidade de horários e de dias de funcionamento;
- Oferta de espaços para a realização de eventos – pavilhão de feiras e salas em hotéis para eventos de pequeno e médio porte;
- A maioria dos meios de hospedagem possui unidades habitacionais em bom estado de conservação, com instalações modernas ou recém reformadas;
- Presença de empresas de receptivo que oferecem diversos serviços aos turistas, inclusive com atendimento em idiomas estrangeiros;
- Disponibilidade de guias de turismo registrados pelas normas do Ministério do Turismo (MTur);

- Presença no município de instituições de qualificação profissional que ofertam cursos livres, técnicos, de graduação e de capacitação nas áreas relacionadas ao turismo, como técnico em hospedagem, bacharelado em turismo, tecnólogo em turismo, entre outros;
- Existência de uma organização representativa de restaurantes e similares, que discute e defende os interesses dos empreendimentos de alimentação;
- Alguns estabelecimentos de alimentação participam do Programa Papa-Óleo, realizado pela Abrasel.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

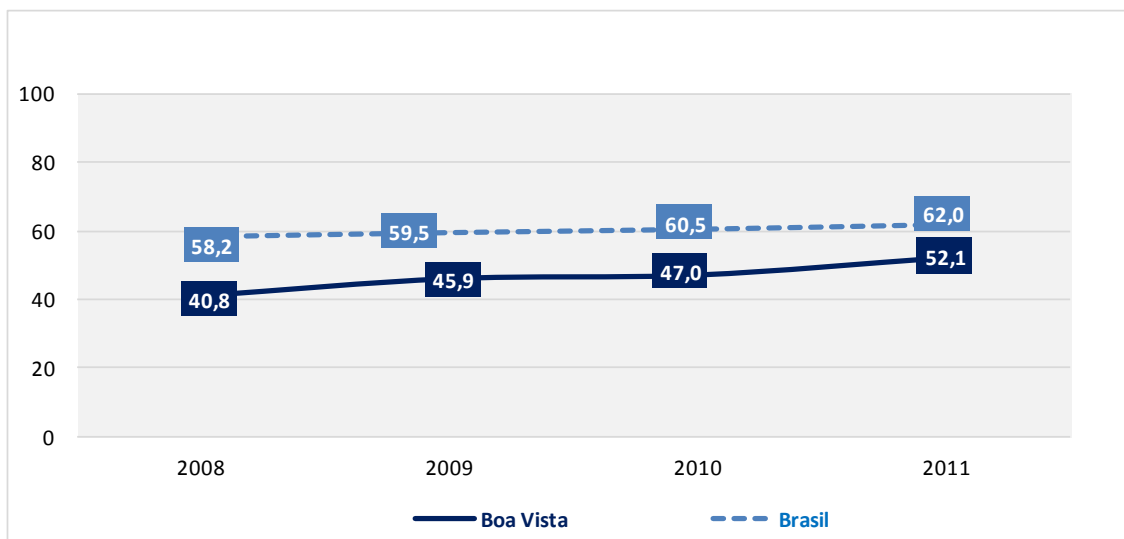
- Cobertura e estado de conservação da sinalização turística viária – como foi possível constatar durante visita técnica ao município entre os dias 29/08/11 e 02/09/11;
- Ausência de sinalização turística viária em idioma estrangeiro;
- Cobertura da sinalização turística descritiva ou interpretativa nos atrativos;
- Ausência de um centro de convenções que atenda ao destino e a região;
- Ausência de incentivo formal ao uso de tecnologias que priorizem a questão ambiental em estabelecimentos de hospedagem;
- A maioria dos meios de hospedagem não disponibiliza acesso à internet nas unidades habitacionais e não cumpre quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida;
- Não existe incentivo formal para que estabelecimentos de alimentação adotem tecnologias que priorizem a questão ambiental, como a utilização de algum tipo de fonte de energia renovável;
- A maioria dos empreendimentos alimentação não adota quesitos de acessibilidade.

### 3.5 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.

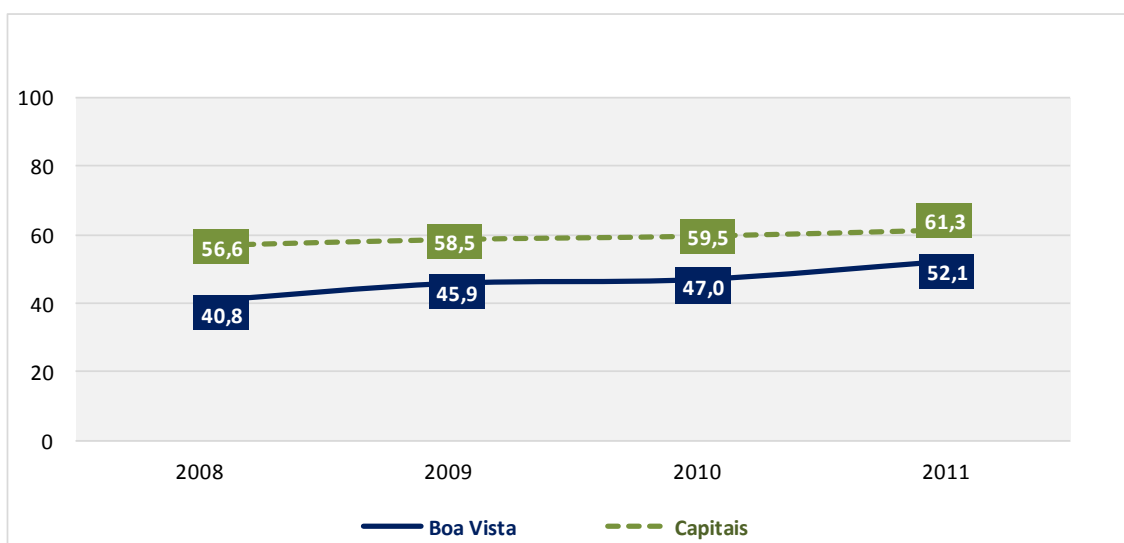
Em *Atrativos turísticos*, a média Brasil em 2011 foi 62,0. Boa Vista registrou 52,1 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

**Gráfico 10. Índices atrativos turísticos – destino x Brasil: 2008-2011**



A média das capitais avaliadas posicionou-se em 61,3 pontos, acima do resultado do destino nesta dimensão.

**Gráfico 11. Índices atrativos turísticos – destino x capitais: 2008-2011**



O indicador de Boa Vista foi influenciado de forma positiva por diversos fatores, entre os quais:

- Existência de atrativos naturais para os quais há fluxo turístico;
- Evidência de preservação ambiental do entorno do principal atrativo natural indicado – Rio Branco –, conforme pode ser observado em visita técnica realizada entre os dias 29/08/11 e 02/09/11;
- O destino conta com atrativos culturais para os quais há fluxo turístico, tendo sido o principal indicado o Centro Histórico de Boa Vista;
- A preservação urbanística do entorno do principal atrativo cultural indicado e a estrutura de apoio aos visitantes neste local;
- Existência de eventos programados que atraem turistas;
- Conservação urbanística disponível no local em que acontece o principal evento programado indicado – Boa Vista Junina.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Inexistência de estudo de capacidade de carga ou suporte para o principal atrativo natural, a fim de minimizar o impacto da atividade turística sobre os recursos;
- A estrutura disponível na orla do Rio Branco carece de melhorias, como por exemplo, a construção de um atracadouro para o embarque/desembarque das pessoas na orla, manutenção constante dos equipamentos da orla e recursos que viabilizem o acesso ou circulação de pessoas com deficiência no local;
- A carência de um estudo de capacidade de carga aplicado ao principal atrativo cultural indicado – Centro Histórico de Boa Vista –, e de condições de acessibilidade para pessoas com deficiência no mesmo local;
- O estado da estrutura disponível no local em que acontece o principal evento programado indicado – Praça do Centro Cívico – como, por exemplo, a construção de alguma estrutura fixa para dar melhor suporte ao evento;
- A falta de recursos que confirmem acessibilidade para pessoas com deficiência no local em que acontece o principal evento programado e de um estudo de capacidade de carga que limite o número máximo de pessoas a circular pelo local;

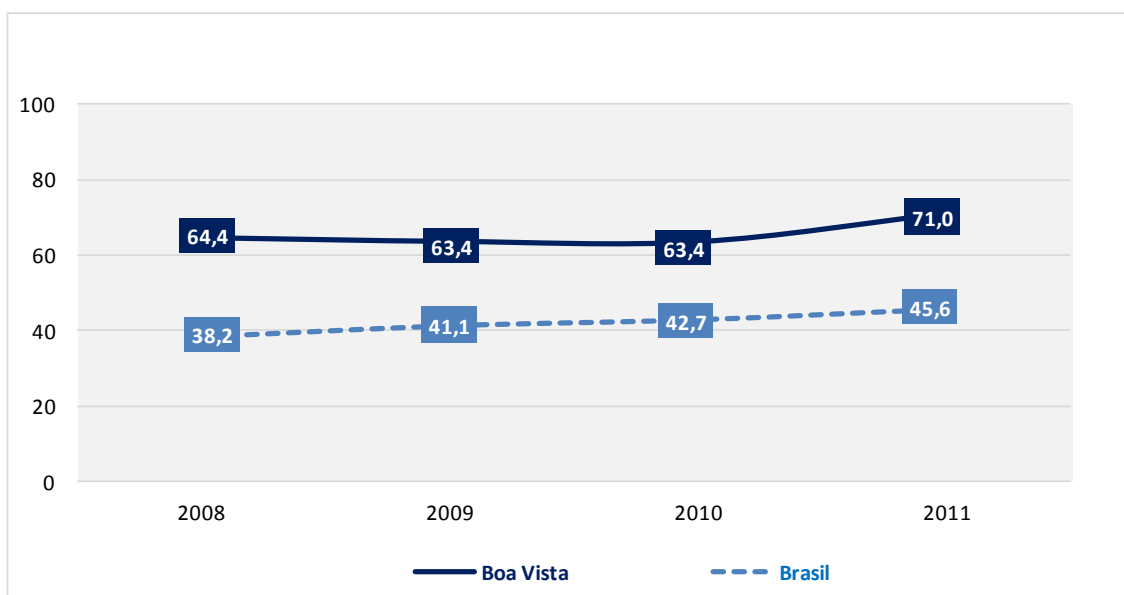
- O destino não dispõe de atrativo de realização técnica, científica ou artística para o qual haja fluxo turístico efetivamente técnico.

### 3.6 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*).

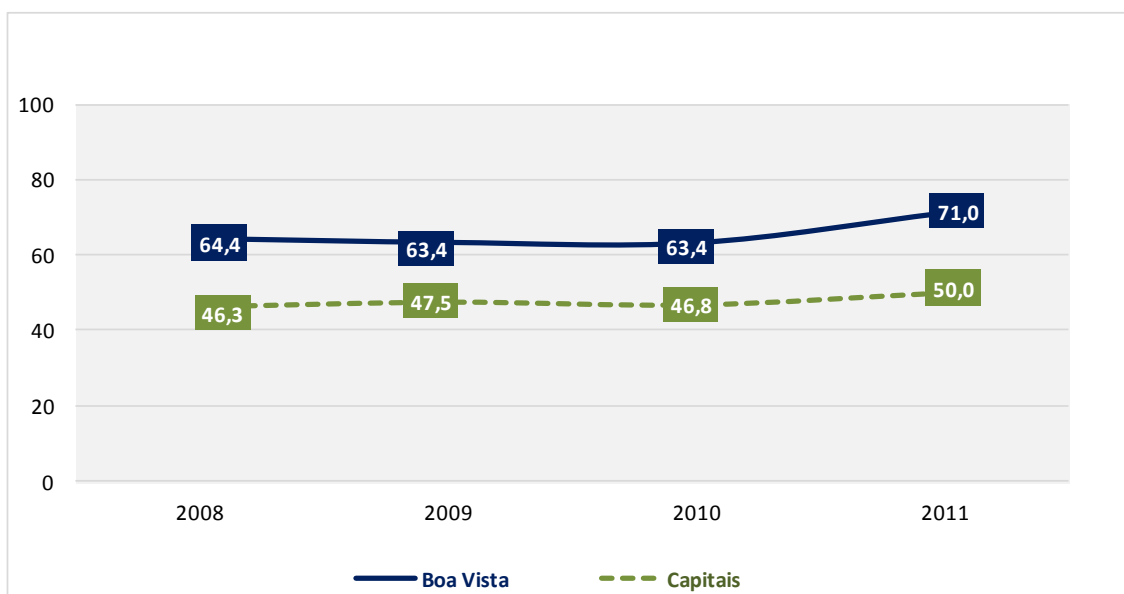
Em *Marketing e promoção do destino*, a média Brasil em 2011 foi 45,6. Boa Vista registrou 71,0 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

**Gráfico 12. Índices marketing e promoção do destino – destino x Brasil: 2008-2011**



A média das capitais avaliadas posicionou-se em 50,0 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

Gráfico 13. Índices marketing e promoção do destino – destino x capitais: 2008-2011



O indicador de Boa Vista na dimensão *Marketing e promoção do destino* foi influenciado de forma positiva por diversos fatores, entre os quais:

- Existência de um plano de marketing formal, com metas e responsabilidades definidas, elaborado com a colaboração de diversos atores, fundamentado em pesquisa sobre a demanda turística e que contempla a relação com agências e operadoras;
- O destino participou de eventos nacionais e internacionais nos últimos dois anos;
- Os resultados dos eventos dos quais o destino participa são avaliados por meio de contagem de visitantes recebidos nos estandes, contagem de relacionamentos estabelecidos, contagem de número de negócios efetivados e apuração do valor dos negócios efetivados;
- O destino turístico produziu, nos últimos 5 anos, eventos próprios para se promover fora de seu território – Guiana;
- Existe material promocional institucional disponível em idioma estrangeiro, que deixa claro ao visitante a preocupação com a prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes e com a preservação do meio ambiente;
- O material promocional do destino passa por revisão ortográfica profissional, tanto em português como em idioma estrangeiro;

- A página institucional do município na internet – acessível pelo endereço [www.boavista.rr.gov.br](http://www.boavista.rr.gov.br) – traz informações turísticas sobre o destino;
- A página oficial de turismo do destino é acessível pelo endereço [www.turismo.rr.gov.br](http://www.turismo.rr.gov.br).

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- O município participou de forma incipiente de feiras e eventos não voltados ao setor de turismo, ações que ajudariam a ampliar a promoção do destino no mercado especializado nacional ou internacional;
- Carência de uma agenda de eventos disponível gratuitamente para consulta;
- Não existe central telefônica específica de informações turísticas através da qual os visitantes possam obter informações sobre atrativos, equipamentos e serviços disponíveis no destino;
- Não há informações em idioma estrangeiro na página de turismo do destino e faltam ações no ambiente virtual que deixem claro aos potenciais turistas a preocupação do destino em preservar o meio ambiente.

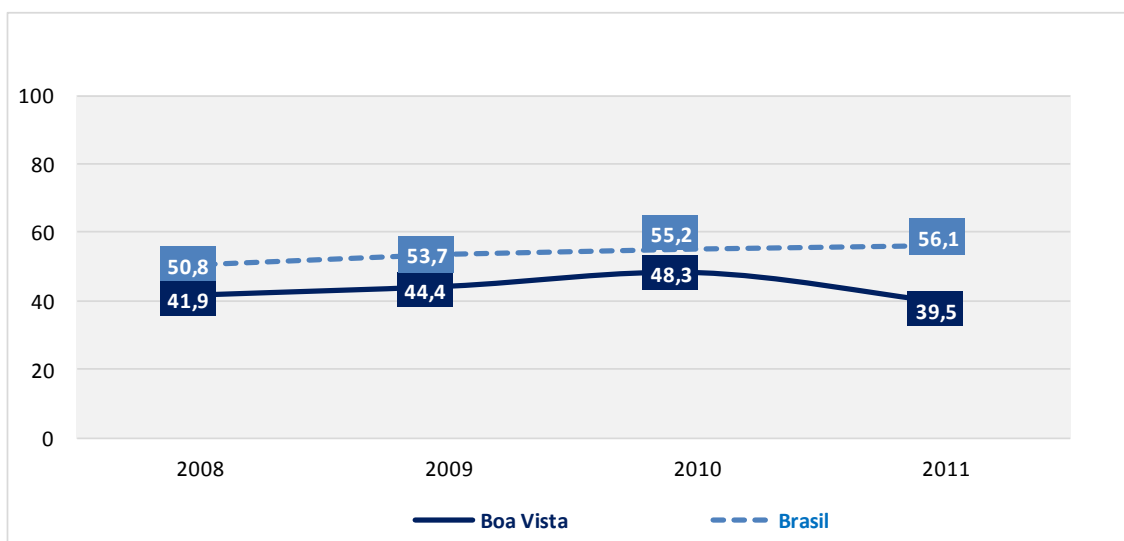
### 3.7 Políticas públicas

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.

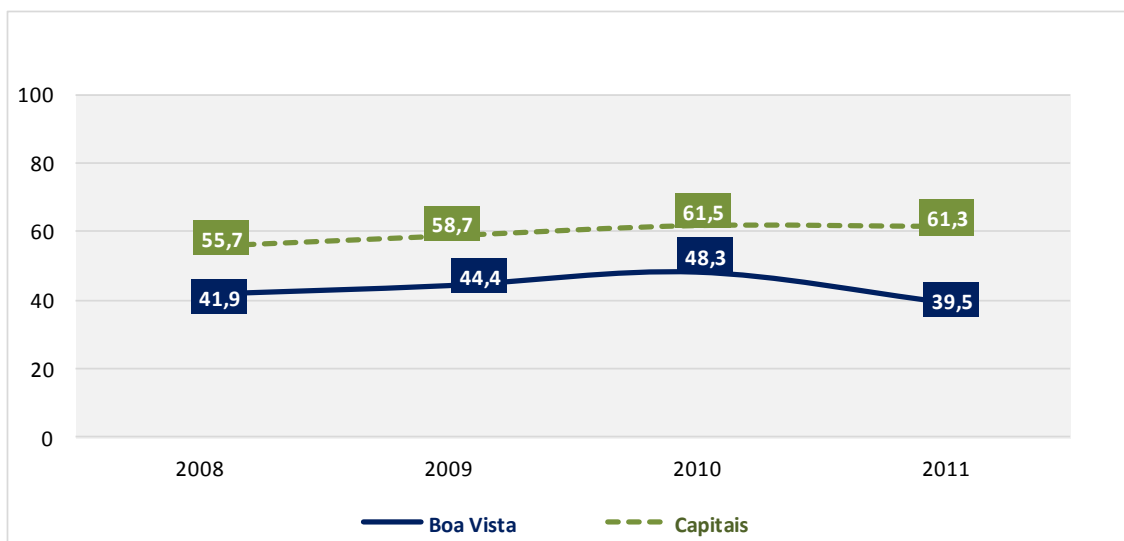
Em *Políticas públicas*, a média Brasil em 2011 foi 56,1. Boa Vista registrou 39,5 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 14. Índices políticas públicas – destino x Brasil: 2008-2011



A média das capitais avaliadas posicionou-se em 61,3 pontos, acima do resultado do destino nesta dimensão.

Gráfico 15. Índices políticos públicas – destino x capitais: 2008-2011





Contribuíram de maneira positiva para a composição do indicador de competitividade nesta dimensão fatores como:

- Existência de um órgão municipal – Fundação de Educação, Turismo, Esporte e Cultura (FETEC) – com atribuição de coordenar ou incentivar o desenvolvimento do turismo – ainda que não exclusivo do turismo;
- Foram recebidos recursos provenientes de emendas parlamentares, segundo lei orçamentária anual de 2010;
- Houve, no ano anterior, investimentos diretos do governo estadual em projetos que visavam a competitividade do turismo;
- Além de atuar em cooperação com o Ministério do Turismo em programas ou convênios, o destino registrou investimentos diretos do governo federal em projetos ligados ao turismo no ano anterior;
- O destino participou de programa de modernização administrativa ou fiscal na gestão municipal nos últimos cinco anos, como o PNAFM;
- Existe um Plano Diretor Municipal;
- Foram realizadas ações executadas em parceria com a iniciativa privada ou com entidades de classe representativas do setor ao longo do ano anterior.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

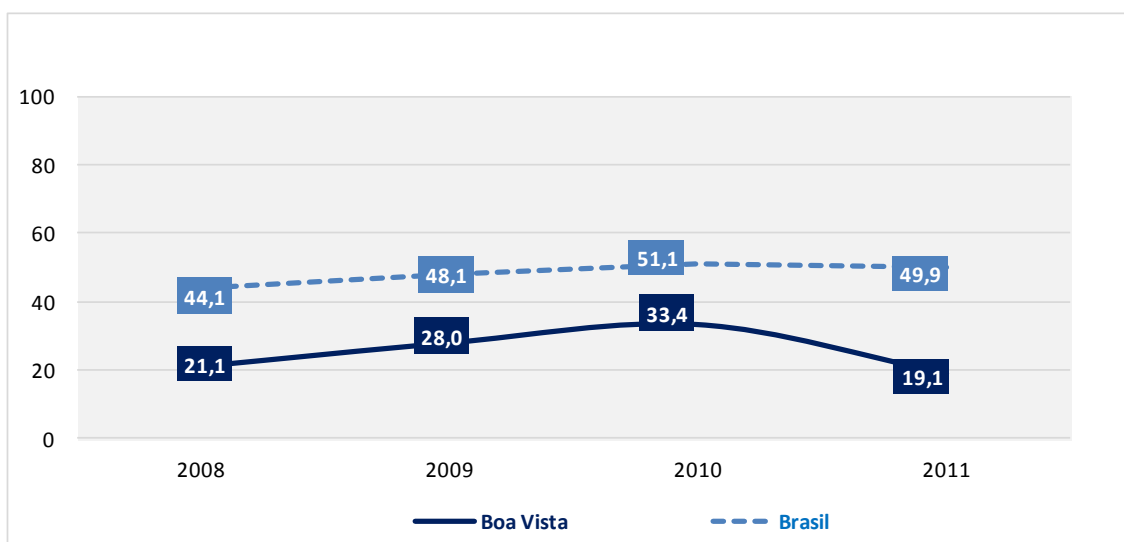
- Ausência de um órgão gestor de turismo exclusivo da pasta turismo – Fundação de Educação, Turismo, Esporte e Cultura (FETEC);
- O órgão gestor de turismo não dispõe recurso próprio para coordenar e incentivar o desenvolvimento do setor;
- Não foram desenvolvidos projetos em conjunto com outras secretarias em atividades relacionadas ao turismo no último ano;
- Verificou-se ainda que o município não possui uma instância de governança local ativa – Fórum ou Conselho Municipal de Turismo – dedicada ao acompanhamento da atividade turística;
- O Plano Diretor Municipal encontra-se desatualizado e não contempla o turismo como parte do planejamento do município;
- Boa Vista não segue nenhum planejamento formal para o setor de turismo que defina diretrizes e metas do setor para os próximos anos.

### 3.8 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.

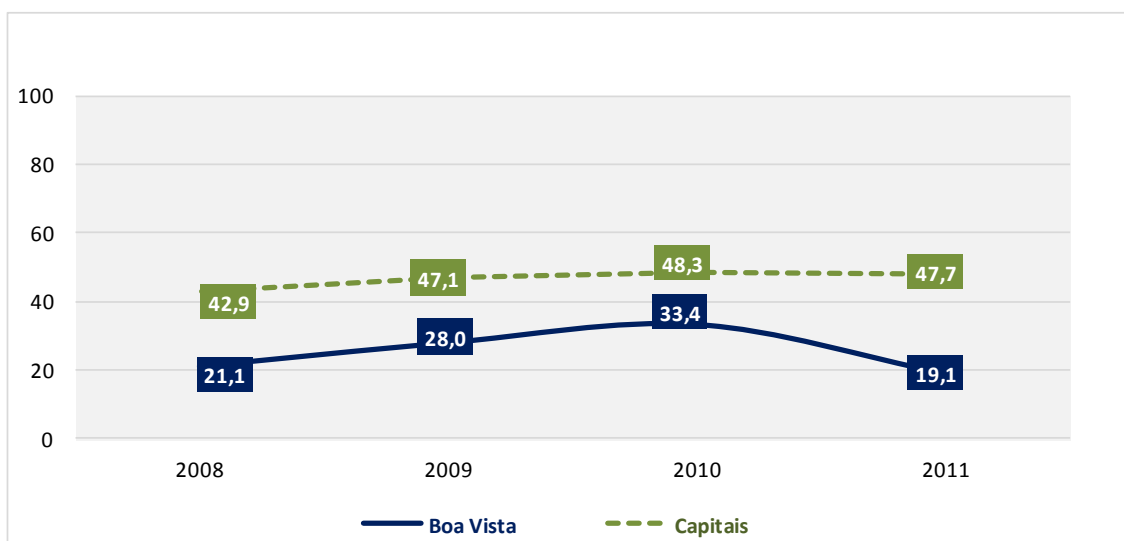
Em *Cooperação regional*, a média Brasil em 2011 foi 49,9. Boa Vista registrou 19,1 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 16. Índices cooperação regional – destino x Brasil: 2008-2011



A média das capitais avaliadas posicionou-se em 47,7 pontos, acima do resultado do destino nesta dimensão.

Gráfico 17. Índices cooperação regional – destino x capitais: 2008-2011



Na dimensão *Cooperação regional*, alguns dos fatores que exerceram impacto positivo sobre o índice obtido foram:

- Existem projetos de cooperação regional compartilhados entre o município avaliado e outros destinos da região Rota 174, entre eles, Manaus e Presidente Figueiredo;
- Além disso, o destino integra roteiros regionais, comercializados por agências locais, elaborados com informações de um cadastro da oferta turística e estruturados com a participação de atores do *trade* turístico;
- A elaboração dos roteiros regionais dos quais o destino faz parte considerou questões de sustentabilidade, como os princípios de sustentabilidade constantes nos documentos do Plano de Regionalização;
- O destino coproduz material promocional dos roteiros dos quais faz parte.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Ausência de uma instância de governança regional, responsável pela coordenação das ações de regionalização do turismo;
- Não houve, no ano anterior, ações para mobilizar atores do setor de turismo do destino para a importância da cooperação regional;

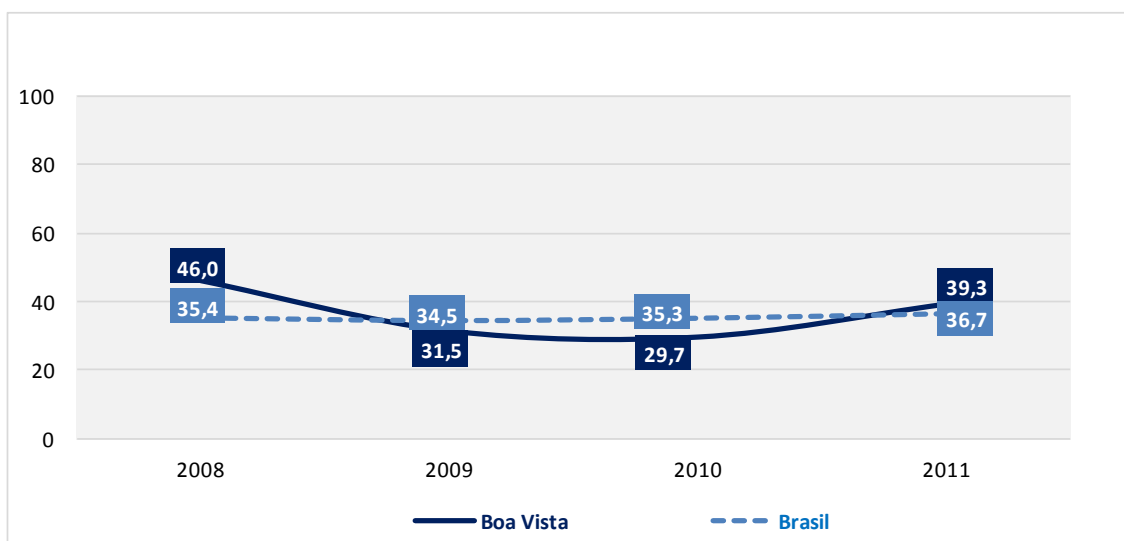
- Ausência de um plano de desenvolvimento turístico integrado para a região turística, que determine responsabilidades e metas de mercado ou cujas ações e projetos contemplem o município avaliado;
- Os roteiros regionais dos quais o destino faz parte não são amplamente comercializados por operadores e agências nacionais ou internacionais;
- A elaboração dos roteiros não considerou o monitoramento dos impactos econômicos, socioculturais e ambientais da região;
- Participação incipiente do destino em eventos para a promoção e comercialização dos roteiros regionais dos quais faz parte, e não foram realizadas ações promocionais em parceria com outros destinos da mesma região;
- Inexistência de uma página institucional da região turística na internet.

### **3.9 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.

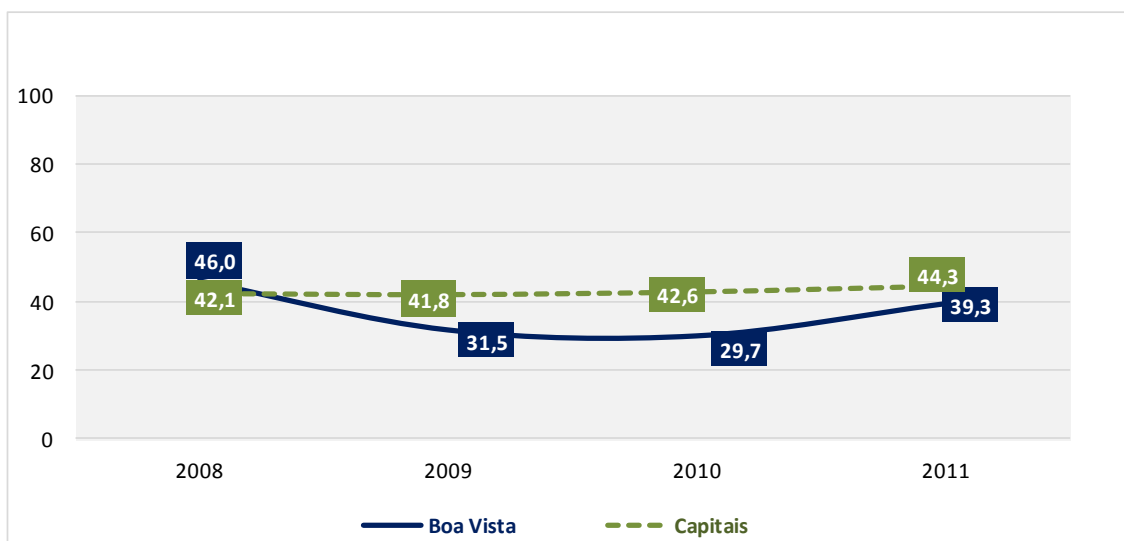
Em *Monitoramento*, a média Brasil em 2011 foi 36,7. Boa Vista registrou 39,3 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

**Gráfico 18. Índices monitoramento – destino x Brasil: 2008-2011**



A média das capitais avaliadas posicionou-se em 44,3 pontos, acima do resultado do destino nesta dimensão.

**Gráfico 19. Índices monitoramento – destino x capitais: 2008-2011**



Na dimensão *Monitoramento*, o indicador de Boa Vista foi influenciado de forma positiva por diversos fatores, entre os quais:

- É realizada pesquisa de demanda periódica; levantamento que gera dado relevante para o planejamento do turismo no destino;
- Existência de pesquisa de oferta – Inventário – atualizada;
- Existência de levantamento dos gastos do turista durante os principais eventos, ainda que sem um monitoramento da movimentação econômica de cada evento e o que gera para a cidade;
- Aproveitamento dos dados coletados na pesquisa de demanda em planejamento e ações de marketing e promoção.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

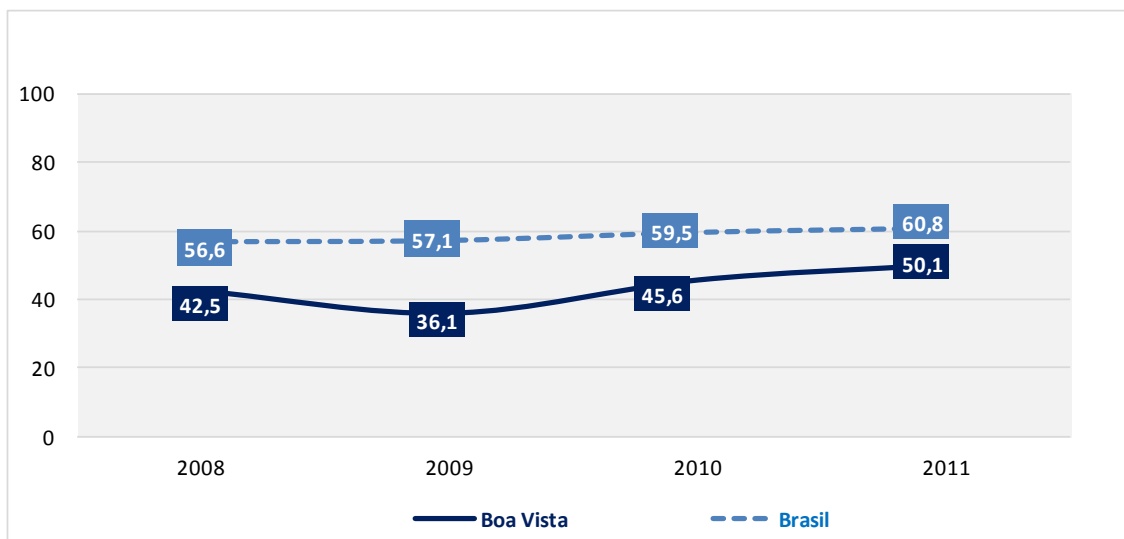
- Apesar da realização do Inventário, o destino não aproveita os dados coletados em planejamento, ações de marketing e políticas públicas;
- Ausência de um sistema de indicadores de desempenho do setor do turismo;
- Não há um conjunto técnico de estatísticas turísticas, nem relatórios de conjuntura turística dos segmentos relacionados ao turismo;
- O destino não acompanha os objetivos da política em turismo em nível estadual e em nível federal;
- Não há monitoramento dos impactos sociais, culturais e ambientais gerados pelo turismo;
- A administração pública local não possui um setor específico de estudos que realize pesquisas em turismo;
- Inexistência de instituição que realize pesquisas em turismo, focadas no destino ou na região turística da qual o destino faz parte.

### **3.10 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.

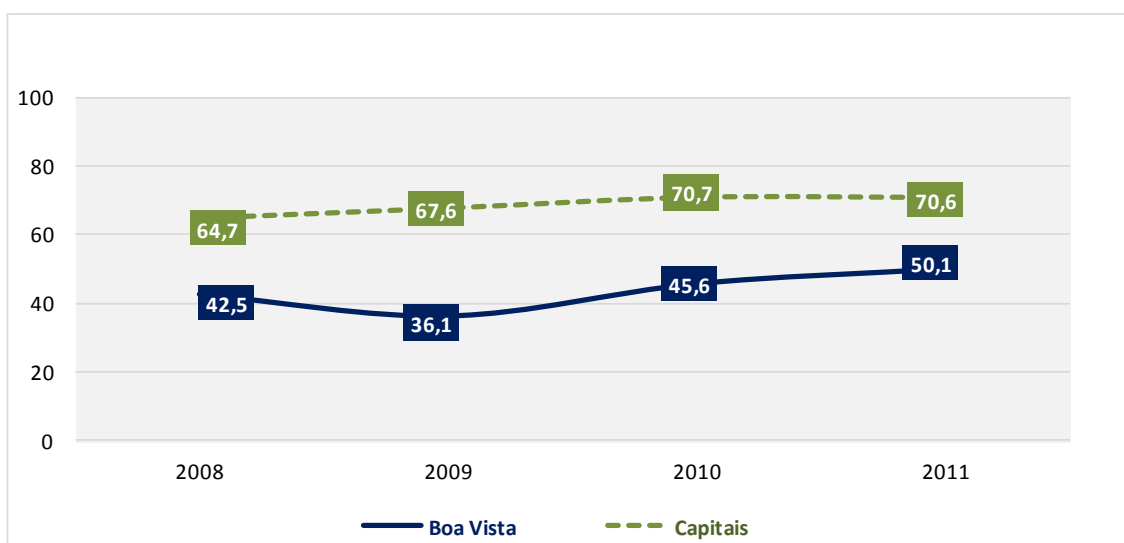
Em *Economia local*, a média Brasil em 2011 foi 60,8. Boa Vista registrou 50,1 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

**Gráfico 20. Índices economia local – destino x Brasil: 2008-2011**



A média das capitais avaliadas posicionou-se em 70,6 pontos, acima do resultado do destino nesta dimensão.

**Gráfico 21. Índices economia local – destino x capitais: 2008-2011**



O indicador de Boa Vista foi influenciado de forma positiva nesta dimensão por diversos fatores, entre os quais:

- Oferta de serviços de acesso à internet em banda larga no destino;
- Disponibilidade de acesso gratuito à internet em locais públicos;
- Presença de caixas eletrônicos de autoatendimento disponíveis 24 horas para saques com cartões de crédito internacionais;
- Existência de casas de câmbio para turistas estrangeiros;
- O destino aplica políticas de incentivo à formalização de estabelecimentos comerciais e de prestadores de serviços, como as ações realizadas pelo Sebrae;
- São oferecidos benefícios financeiros locais ou regionais (linhas especiais de financiamento) para empreendimentos e serviços ligados ao setor, oferecidos pelo Banco da Amazônia;
- Atuação de um *Convention & Visitors Bureau* regional.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- O destino não oferece benefícios de isenção ou redução de impostos ou taxas para as atividades características do turismo;
- O município não possui 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.

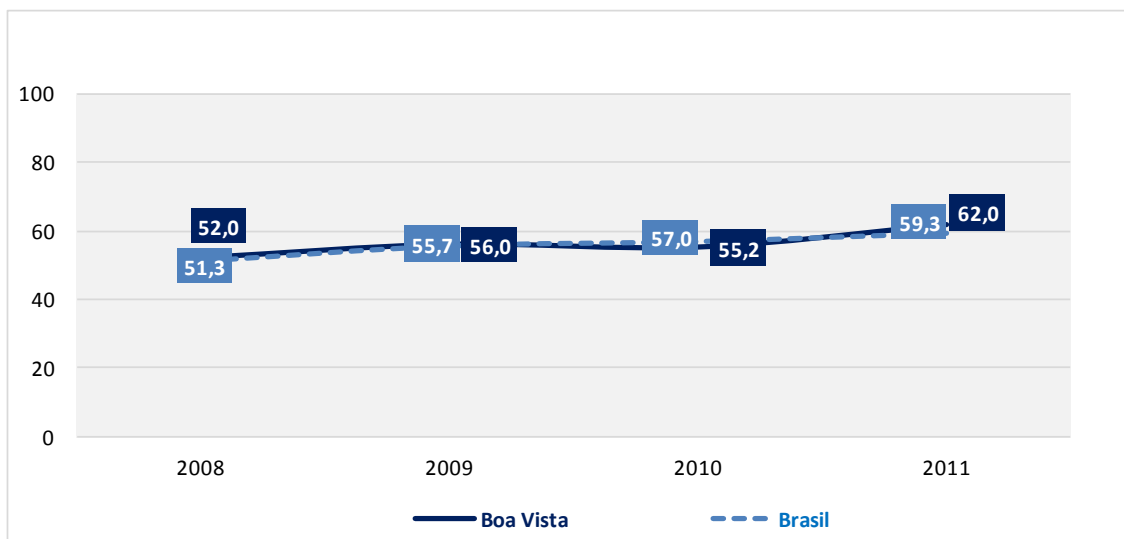
### **3.11 Capacidade empresarial**

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.



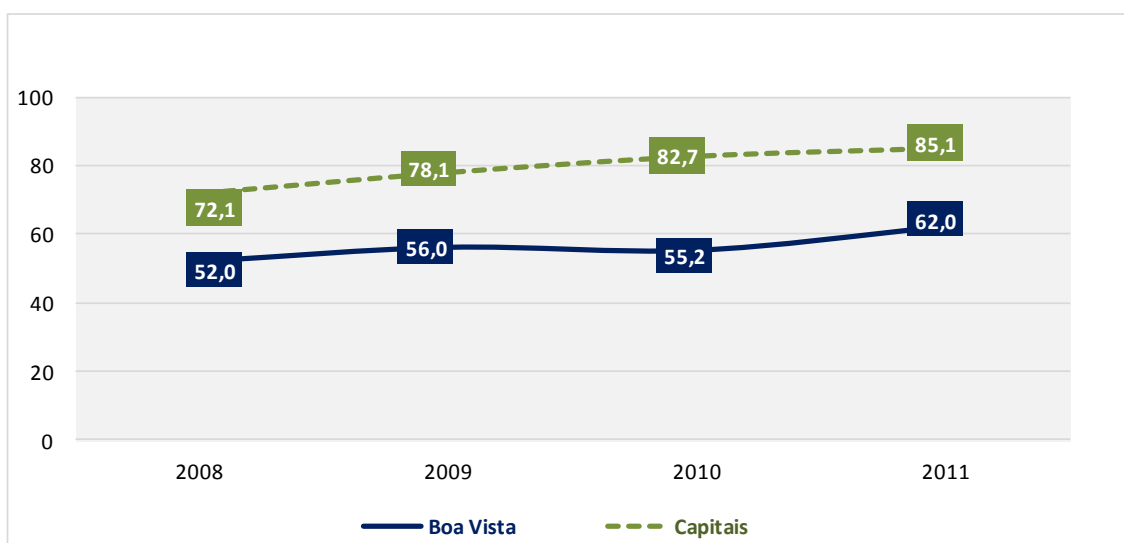
Em *Capacidade empresarial*, a média Brasil em 2011 foi 59,3. Boa Vista registrou 62,0 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

**Gráfico 22. Índices capacidade empresarial – destino x Brasil: 2008-2011**



A média das capitais avaliadas posicionou-se em 85,1 pontos, acima do resultado do destino nesta dimensão.

**Gráfico 23. Índices capacidade empresarial – destino x capitais: 2008-2011**



O indicador de Boa Vista foi influenciado de forma positiva nesta dimensão por diversos fatores, entre os quais:

- Presença de instituições de ensino com programas regulares de formação técnica, superior e de cursos livres e a oferta de escolas de formação em idioma estrangeiro;
- Em entrevistas com o empresariado local, foi constatado que existe pessoal local qualificado para trabalhar em cargos de supervisão e operações básicas em meios de hospedagem e em agências ou operadoras;
- Presença de grupos nacionais ou internacionais do setor de turismo, como redes de locação de automóveis e cadeias de restaurantes;
- Aplicação de programa de qualificação especificamente voltado para empresários ou gerentes de empreendimentos turísticos;
- Presença de empresas de grande porte, filiais ou subsidiárias com mais de mil funcionários.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Carência de pessoal local qualificado para trabalhar em cargos de gerência e técnicos em hotelaria e agências ou operadoras e carência de pessoal local qualificado para trabalhar em estabelecimentos de alimentos e bebidas;
- Ausência de grupos nacionais ou internacionais de meios de hospedagem;
- Não existem adensamentos de empreendimentos turísticos que fomentem o empreendedorismo como arranjos produtivos locais;
- Foram sinalizadas barreiras à entrada de novos empreendimentos turísticos – entre elas infraestrutura de acesso, infraestrutura turística e falta de pessoal capacitado nas diversas áreas ligadas ao turismo;
- Ausência de empresas que produzam mercadorias de alto valor agregado ou perecíveis e de empresas que exportam mercadorias de alto valor agregado ou perecíveis.

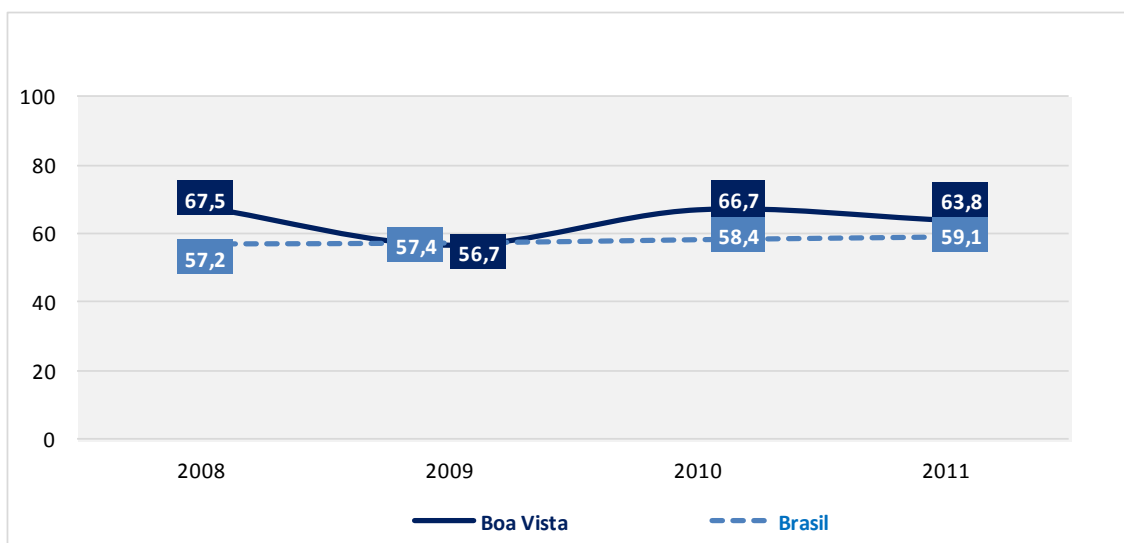
### 3.14 Aspectos sociais

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.

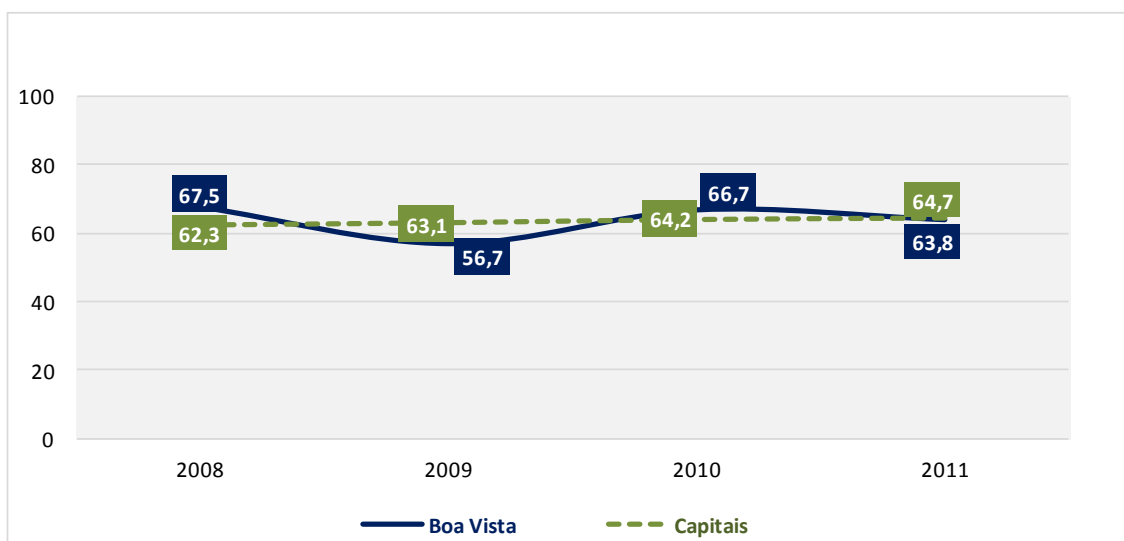
Em *Aspectos sociais*, a média Brasil em 2011 foi 59,1. Boa Vista registrou 63,8 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

**Gráfico 24. Índices aspectos sociais – destino x Brasil: 2008-2011**



A média das capitais avaliadas posicionou-se em 64,7 pontos, acima do resultado do destino nesta dimensão.

**Gráfico 25. Índices aspectos sociais – destino x capitais: 2008-2011**



O indicador de Boa Vista foi influenciado de forma positiva nesta dimensão por diversos fatores, entre os quais:

- São realizados investimentos em educação além do percentual obrigatório de 25%;
- Adoção de políticas de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes por parte do poder público municipal;
- Aplicação de programa específico de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes no turismo, que conta com o apoio da iniciativa privada, do terceiro setor e do poder público;
- A população é consultada sobre atividades ou projetos turísticos por meio de reuniões esporádicas e em audiências públicas;
- A sociedade civil organizada se envolve com o desenvolvimento do turismo no destino, por meio das associações, sindicatos e cooperativas.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Houve relatos de que há no destino utilização de mão de obra informal durante a alta temporada;
- Não existe elaboração de orçamento participativo – apenas a aprovação de orçamento previamente estabelecido;

- Ausência de programas de incentivo ao uso dos equipamentos turísticos pela população local;
- Não há sensibilização dos cidadãos sobre os impactos da atividade turística para o destino, tanto positivos quanto negativos;
- Não há sensibilização do turista sobre o respeito à comunidade local ou para o respeito à cultura e ao patrimônio.

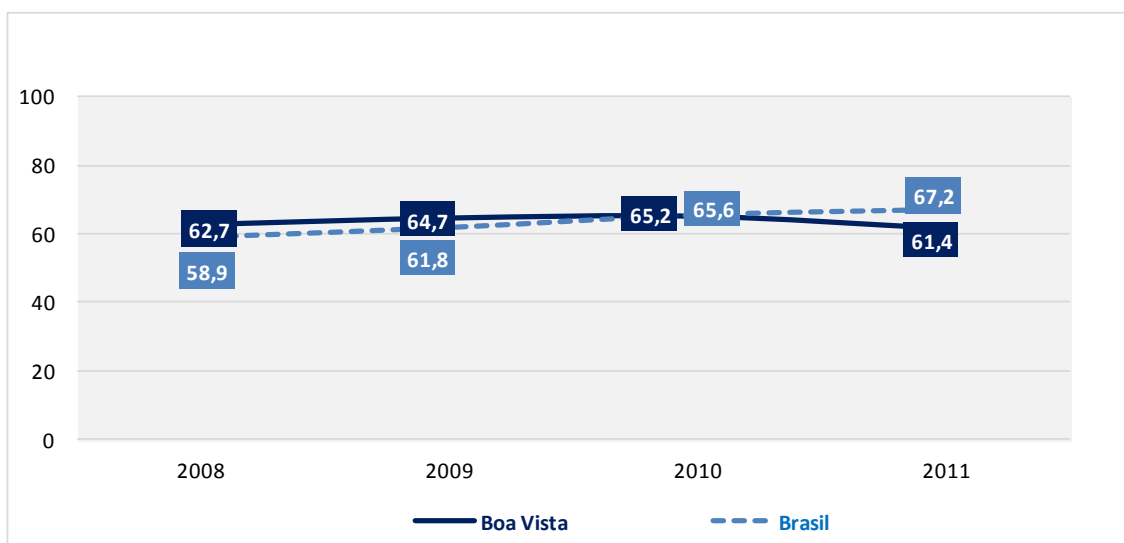
Além destes fatores, também foram considerados indicadores sociais do município, como percentual de habitantes com acesso ao ensino, Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB) e Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M), dentre outros.

### **3.14 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.

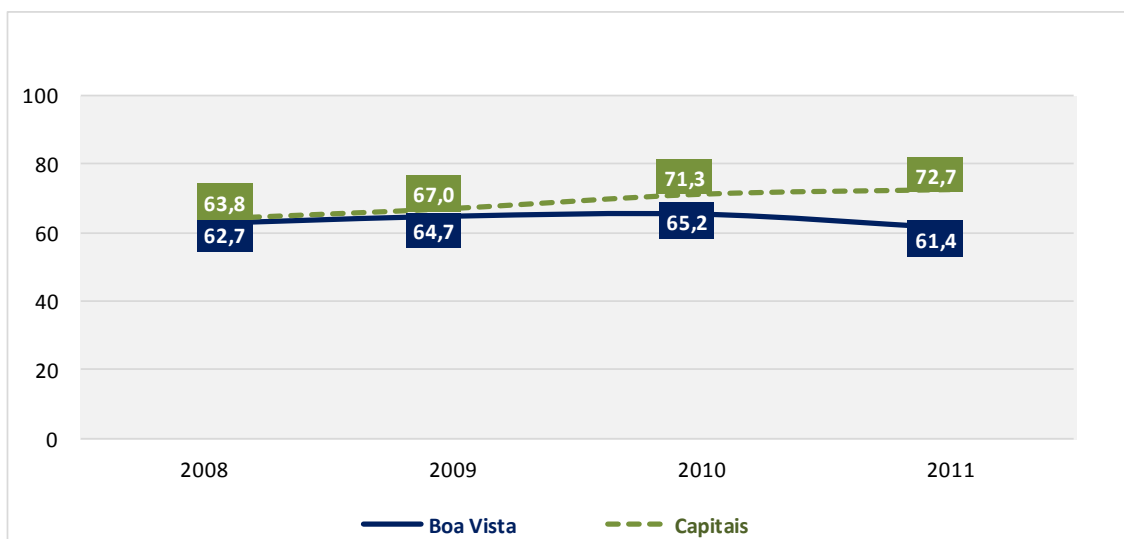
Em *Aspectos ambientais*, a média Brasil em 2011 foi 67,2. Boa Vista registrou 61,4 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 26. Índices aspectos ambientais – destino x Brasil: 2008-2011



A média das capitais avaliadas posicionou-se em 72,7 pontos, acima do resultado do destino nesta dimensão.

Gráfico 27. Índices aspectos ambientais – destino x capitais: 2008-2011



O indicador de Boa Vista foi influenciado de forma positiva nesta dimensão por diversos fatores, entre os quais:

- Presença de um órgão municipal com atribuição de coordenar ou incentivar a preservação do meio ambiente – ainda que não exclusiva do meio ambiente – dotada de recurso próprio;
- Presença de Conselho Municipal de Conservação e Defesa do Meio Ambiente atuante;
- Disponibilidade de um Fundo Municipal para o meio ambiente efetivo – cujos recursos estão disponíveis para ser aplicados;
- O município possui uma rede pública de distribuição de água;
- Há estação de tratamento de água que atende ao destino;
- São realizadas campanhas de educação periódicas para o uso racional da água;
- O destino é atendido por um sistema público de coleta de esgoto com configuração de separador absoluto;
- Existência de política de monitoramento da balneabilidade em ambientes naturais (como rios, lagos, lagoas ou praias);
- Destinação pública de resíduos sólidos residenciais e comerciais para aterro sanitário e tratamento de resíduos hospitalares;
- São realizadas campanhas de educação ambiental periódicas.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- A secretaria municipal com atribuição de coordenar ou incentivar a preservação do meio ambiente não desenvolve parcerias, projetos ou atividades relacionadas ao turismo em conjunto com a FETEC;
- Inexistência de Código Ambiental Municipal ou similar;
- Ausência de legislação específica para a adoção de fontes de energia limpa ou renovável em estabelecimentos públicos ou privados;
- Presença de atividades potencialmente poluidoras, com alvará de funcionamento ou de localização no território municipal, como cimenteira, agricultura com utilização de defensivos, retirada fluvial de areia e madeira;
- Não há estação de tratamento de água para a sua reutilização;
- O índice de cobertura da rede pública de esgoto;

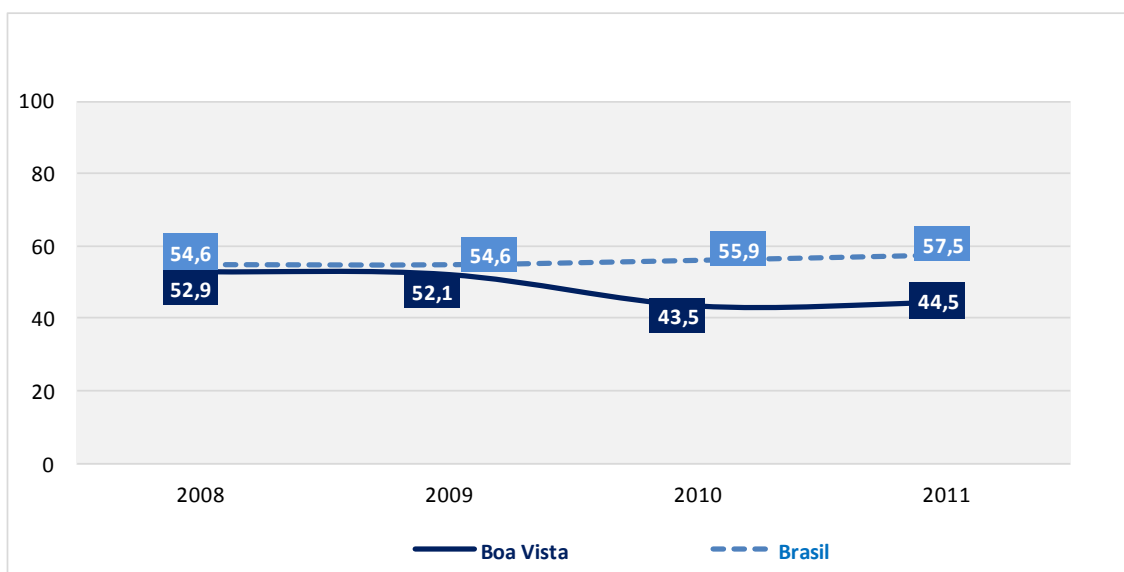
- Inexistência de serviços de coleta seletiva residencial;
- Ausência de Unidades de Conservação com atividade turística em território municipal.

### 3.14 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.

Em *Aspectos culturais*, a média Brasil em 2011 foi 57,5. Boa Vista registrou 44,5 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

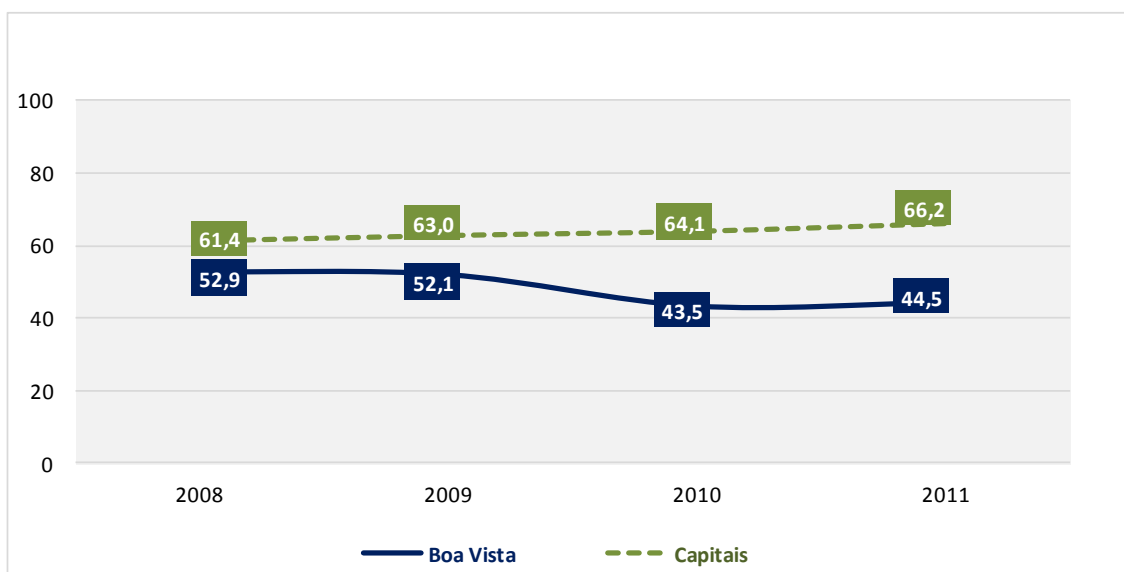
**Gráfico 28. Índices aspectos culturais – destino x Brasil: 2008-2011**



A média das capitais avaliadas posicionou-se em 66,2 pontos, acima do resultado do destino nesta dimensão.



**Gráfico 29. Índices aspectos culturais – destino x capitais: 2008-2011**



O indicador de Boa Vista foi influenciado de forma positiva nesta dimensão por diversos fatores, entre os quais:

- Presença de atividade artesanal típica – artesanato indígena – comercializada em esfera regional;
- Existência de culinária típica pela qual o destino é reconhecido em esfera regional: paçoca com banana, damorida, peixe dourado, entre outros;
- O destino apresenta tradições culturais evidentes e típicas do seu território, entre elas as lendas de macunaima, pluviana, canaimé, entre outros;
- Existem comunidades indígenas tradicionais presentes no território municipal;
- Presença de grupos artísticos de manifestação popular tradicional, como as quadrilhas das festas juninas e os grupos de dança do CTG Nova Querência;
- Existência de bens tombados como patrimônio histórico – igrejas, Casa de Cultura, muro do mercado à Rua Floriano Peixoto;
- O destino conta com um órgão da administração local com atribuição de incentivar o desenvolvimento da cultura – ainda que não exclusiva da cultura –, e que dispõe de recurso próprio;
- O destino aderiu ao Sistema Nacional de Cultura.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Ausência de patrimônios imateriais registrados que se constituam em atrativos turísticos;
- Inexistência de uma política de preservação de bens culturais imateriais;
- Ausência de um órgão da administração local com atribuição exclusiva de incentivar o desenvolvimento da cultura;
- Inexistência de política municipal de cultura que, entre outros projetos e ações, poderia prever a manutenção do calendário de manifestações culturais do destino;
- Não existe legislação municipal de cultura, ou fundo municipal de cultura;
- O destino não conta com projeto de implementação de turismo cultural;
- Não há monitoramento da utilização turística do patrimônio cultural aplicando controle de capacidade de suporte ou carga.

#### 4. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE

A Tabela 1, apresentada a seguir, consolida os resultados gerais do destino nas dimensões avaliadas. O índice 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 quatro edições do *Índice de Competitividade*, além dos resultados do grupo das capitais avaliadas.

Ao realizar uma análise sobre a série histórica dos resultados de Boa Vista, é possível concluir que, em 2011, houve estabilidade do indicador de competitividade do destino (Índice 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 2011.

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 *Acesso, Atrativos turísticos, Marketing e promoção do destino, Monitoramento, Economia local e Capacidade empresarial*.

As dimensões *Serviços e equipamentos turísticos* e *Aspectos culturais* registraram estabilidade de resultados em 2011 em relação a 2010.

Por fim, foi possível observar que as dimensões *Infraestrutura geral, Políticas públicas, Cooperação regional, Aspectos sociais* e *Aspectos ambientais* apresentaram regressão de indicadores quando avaliadas as edições de 2011 e 2010.

**Tabela 1. Índices de competitividade do destino e médias Brasil e capitais**

Dimensões	Brasil				Capitais				Boa Vista			
	2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2011
Índice geral	52,1	54,0	56,0	57,5	59,5	61,9	64,1	65,5	52,0	52,1	54,2	54,4
Infraestrutura geral	63,8	64,6	65,8	68,4	70,5	71,3	74,3	75,8	64,3	65,9	67,8	64,8
Acesso	55,6	58,1	60,5	61,8	66,9	69,9	72,0	74,0	58,7	61,2	65,0	66,2
Serviços e equipamentos turísticos	44,8	46,8	50,8	52,0	56,8	59,4	63,3	64,1	49,9	52,5	54,2	53,8
Atrativos turísticos	58,2	59,5	60,5	62,0	56,6	58,5	59,5	61,3	40,8	45,9	47,0	52,1
Marketing e promoção do destino	38,2	41,1	42,7	45,6	46,3	47,5	46,8	50,0	64,4	63,4	63,4	71,0
Políticas públicas	50,8	53,7	55,2	56,1	55,7	58,7	61,5	61,3	41,9	44,4	48,3	39,5
Cooperação regional	44,1	48,1	51,1	49,9	42,9	47,1	48,3	47,7	21,1	28,0	33,4	19,1
Monitoramento	35,4	34,5	35,3	36,7	42,1	41,8	42,6	44,3	46,0	31,5	29,7	39,3
Economia local	56,6	57,1	59,5	60,8	64,7	67,6	70,7	70,6	42,5	36,1	45,6	50,1
Capacidade empresarial	51,3	55,7	57,0	59,3	72,1	78,1	82,7	85,1	52,0	56,0	55,2	62,0
Aspectos sociais	57,2	57,4	58,4	59,1	62,3	63,1	64,2	64,7	67,5	56,7	66,7	63,8
Aspectos ambientais	58,9	61,8	65,6	67,2	63,8	67,0	71,3	72,7	62,7	64,7	65,2	61,4
Aspectos culturais	54,6	54,6	55,9	57,5	61,4	63,0	64,1	66,2	52,9	52,1	43,5	44,5

Fonte: FGV, MTur, Sebrae 2012

\* O resultado Brasil considera a amostra das 65 cidades analisadas. Os resultados das "Capitais" refletem a média dos índices do grupo de cidades de mesma característica geopolítica.



Ministério do  
Turismo

