

ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE  
DO TURISMO NACIONAL

**65 DESTINOS INDUTORES**  
DO DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO REGIONAL

PALMAS

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.....	33
3.12 Aspectos sociais.....	35
3.13 Aspectos ambientais .....	37
3.14 Aspectos culturais .....	39
<b>4. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE .....</b>	<b>42</b>

## 1. ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE

Para realizar este levantamento, pesquisadores da Fundação Getulio 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

Palmas é a capital do estado do Tocantins, na região Norte do país. Com uma população de 235.315 habitantes e 2.218,93 km<sup>2</sup> de extensão territorial, o município possui um PIB de R\$ 2.593.532.257,00 e PIB *per capita* de R\$ 14.094,52, segundo dados do IBGE (2010).

O destino faz parte da região turística Serras e Lago, juntamente com municípios como Lajeado, Porto Nacional e Paraíso do Tocantins. Os principais segmentos turísticos nos quais Palmas é comercializado são o Turismo de Negócios e Eventos, o Turismo de Sol e Praia e o Ecoturismo.

Os principais atrativos de Palmas, conforme constatado durante a pesquisa de campo, são as praias do Prata e da Graciosa no complexo formado pelo lago da Usina de Lajeado, o Pontal do Taquaruçu e o conjunto da Praça dos Girassóis, além dos eventos programados como a Agrotins e a Feira Literária do Tocantins - FLIT.

Palmas conta com uma oferta de serviços e equipamentos com 53 meios de hospedagem (RAIS), 210 estabelecimentos de alimentação (RAIS) e 17 guias de turismo (CADASTUR).

### 3. RESULTADOS

A pesquisa em Palmas foi realizada entre os dias 26 e 30 de setembro de 2011, 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.

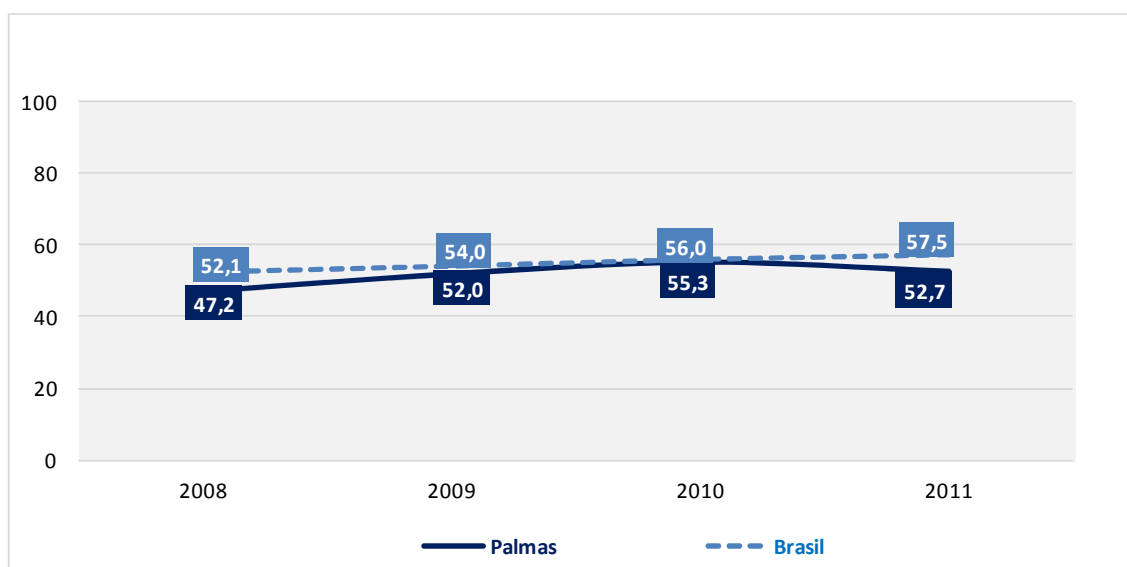
Além dos índices alcançados pelo destino em cada dimensão, serão destacados os principais fatores que contribuíram para tais resultados.

#### 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 52,7 pontos (escala de 0 a 100). Este resultado ficou abaixo do índice obtido em 2010 (55,3), como é possível conferir no gráfico 1:

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

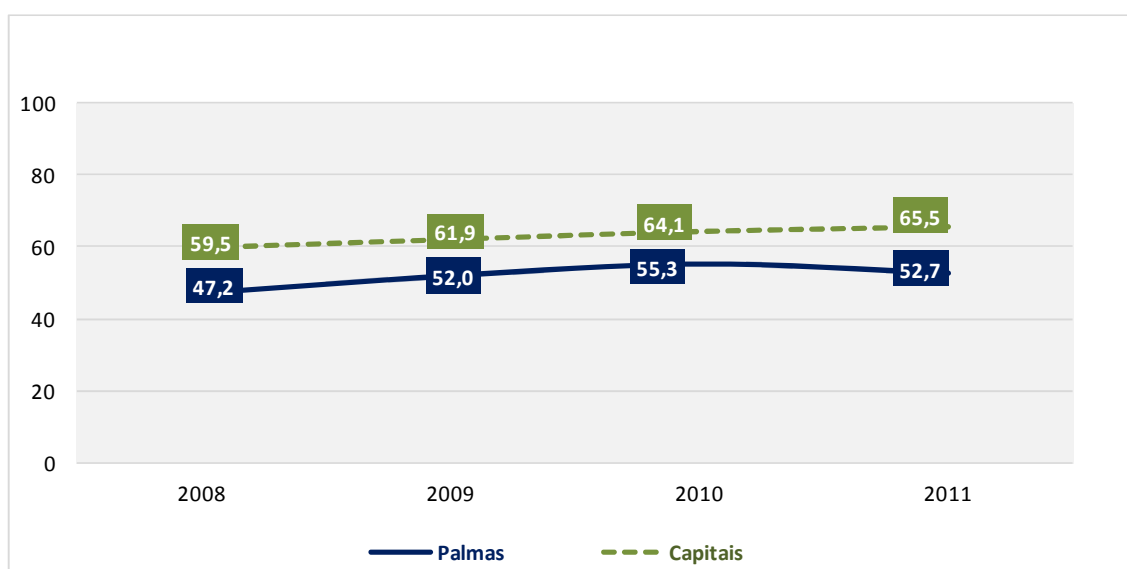




É possível observar no gráfico acima o comportamento dos indicadores do destino nos últimos quatro anos da pesquisa. Em 2011, constatou-se uma pequena diminuição do índice de competitividade, o que fez com que o nível de competitividade do destino se mantivesse no nível 3.

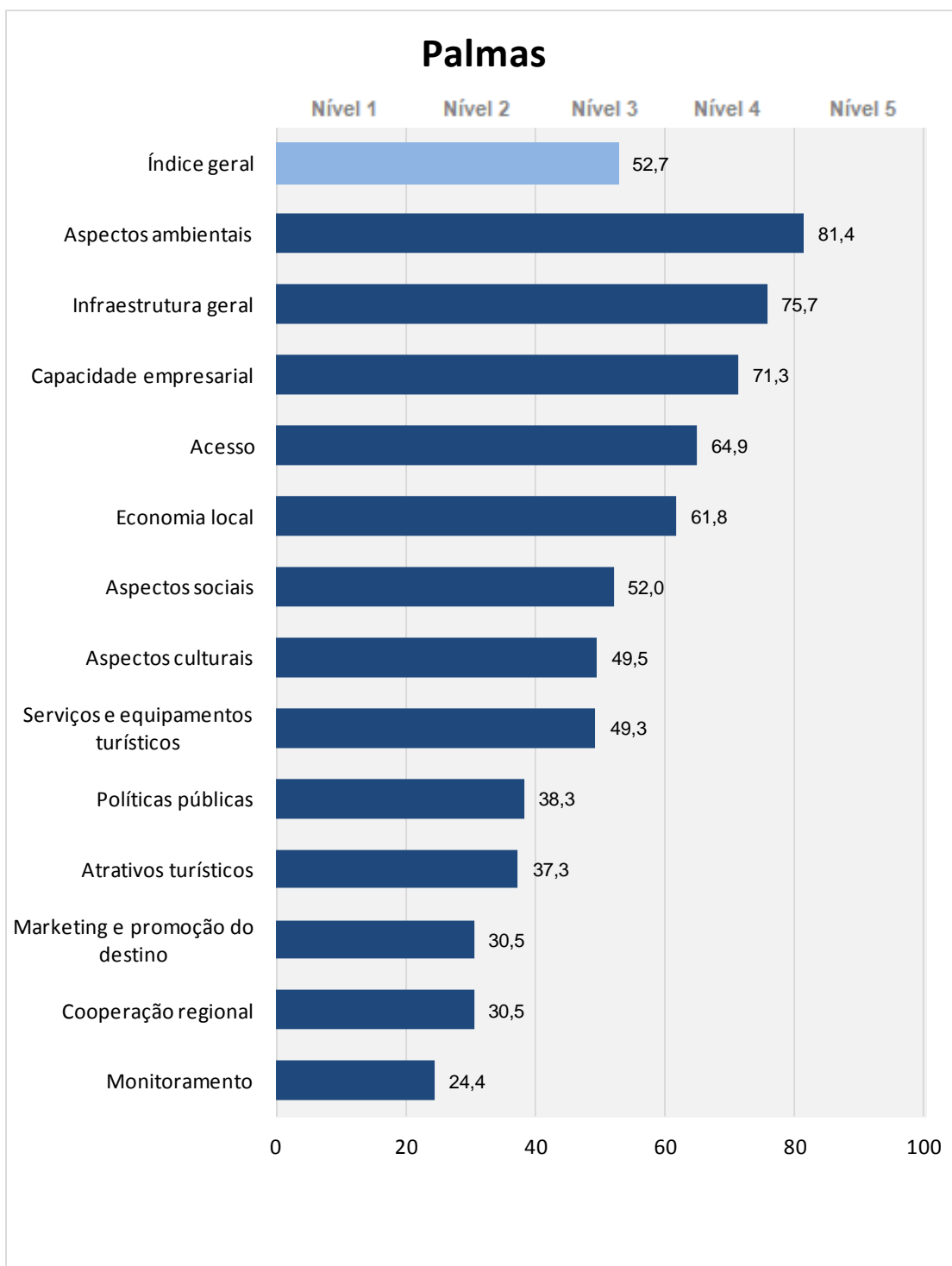
Podemos analisar o desempenho do destino juntamente com as linhas que apontam os resultados da média Brasil (gráfico 1) e das capitais (gráfico 2), que demonstram que o índice do destino não seguiu a tendência nacional de evolução gradual. Considerando os resultados obtidos por todas as 65 cidades avaliadas em 2011, a média Brasil, índice referencial da competitividade nacional, foi 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 *Aspectos ambientais*, *Infraestrutura geral*, *Capacidade empresarial*, *Acesso e Economia local*, 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*, *Atrativos turísticos*, *Marketing e promoção do destino*, *Cooperação regional* e *Monitoramento*, as quais não ultrapassaram o nível 2 (21 a 40).

Gráfico 3. Índices por dimensão em ordem decrescente de desempenho

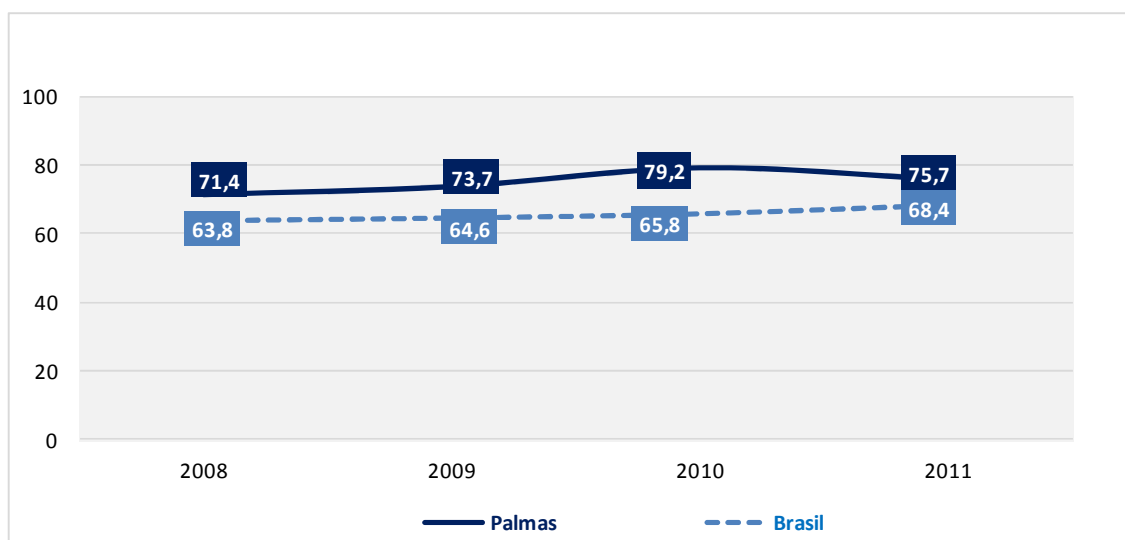


### 3.2 Infraestrutura geral

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.

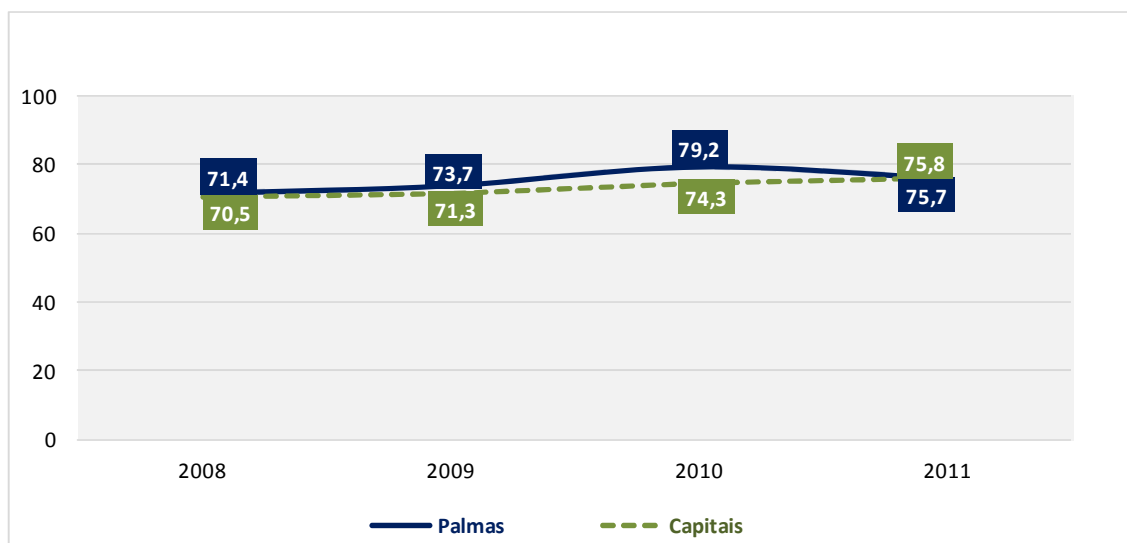
Em *Infraestrutura geral*, a média Brasil em 2011 foi 68,4. Palmas registrou 75,7 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

**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 Palmas 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;
- Oferta de telefones públicos no entorno das áreas turísticas;
- Adoção de quesitos de embelezamento nas áreas públicas – praças, jardins e fontes.

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 durante a alta temporada ou grandes eventos;
- Inexistência de um programa de proteção ao turista na Polícia Civil;

- Ausência de lixeiras e estado de conservação dos abrigos de ônibus no entorno das áreas turísticas;
- Conservação urbana e limpeza pública inadequadas nas áreas turísticas – na Praça dos Girassóis, por exemplo, foi possível observar grandes áreas de calçamento danificado, restos de material de obra e areia abandonados na praça e lixo amontoado em áreas que deveriam servir como estacionamento;
- O destino não aplica programas para a conservação de mobiliário urbano ou de áreas verdes;
- Não há espaços específicos para o estacionamento ou a parada (embarque e desembarque) de veículos turísticos nas áreas turísticas.

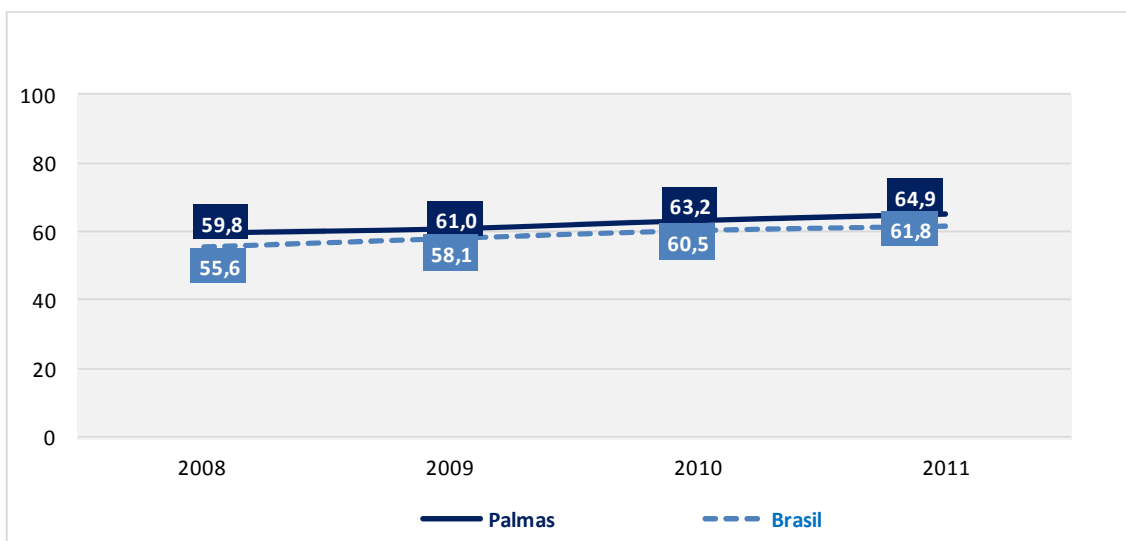
Além destes fatores, foram considerados na composição do índice números de saúde, como a expectativa de vida da população, número de estabelecimentos com atendimento de urgência, número de postos ambulatoriais de atendimento, número de profissionais de saúde e número de leitos.

### **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 emissivos de turistas.

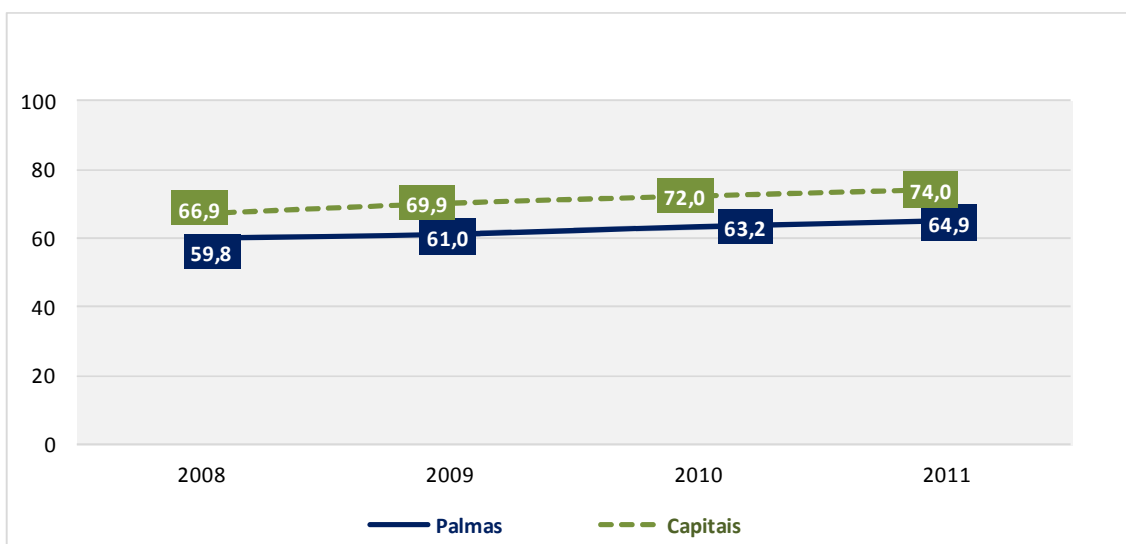
Em *Acesso*, a média Brasil em 2011 foi 61,8. Palmas registrou 64,9 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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 nesta dimensão que atuam favoravelmente ao índice de competitividade do destino nesta dimensão:

- Disponibilidade de um aeroporto dentro do território municipal – Aeroporto de Palmas - Brigadeiros Lysias Rodrigues;
- Estrutura do terminal aeroportuário do destino, que conta com sinalização interna em idioma estrangeiro, facilidades para pessoas com deficiência e centro de atendimento ao turista;
- Variedade de opções de transporte público ou concessões para atender àqueles que desembarcam no terminal aéreo que atende ao destino – ônibus e táxi convencionais, conforme foi possível constatar durante a visita técnica ao município, realizada entre o período de 26/09/2011 a 30/09/2011;
- Existência de um terminal rodoviário;
- Não são comuns congestionamentos durante a alta temporada;
- Disponibilidade de vagas públicas para estacionamento nas áreas 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:

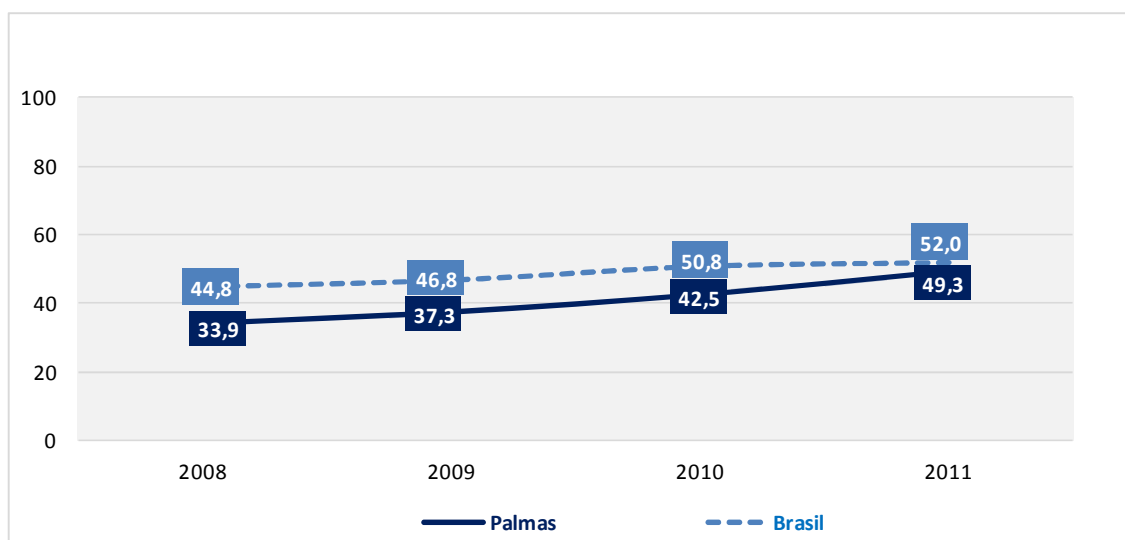
- Condições da principal rodovia de acesso de fluxo turístico ao destino – BR 153;
- Estrutura disponível no terminal rodoviário que atende ao destino – não há centro de atendimento ao turista, a conservação e limpeza do terminal não são evidentes, e o local não atende plenamente aos quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida;
- Inexistência de uma linha regular de transporte turístico (ônibus ou similar) que interliga os principais atrativos do destino;
- Inexistência de linhas de transporte urbano que atendam às principais atrações turísticas.

### 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. Palmas registrou 49,3 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

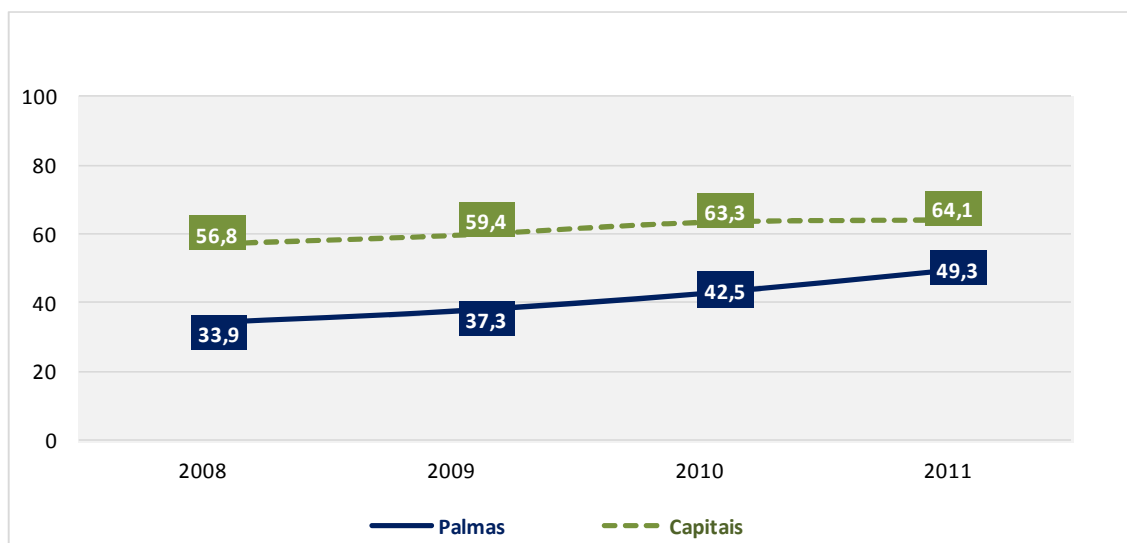
**Gráfico 8. Índices serviços e equipamentos turísticos – destino x Brasil: 2008-2011**



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 Palmas foi influenciado de forma positiva por diversos fatores, entre os quais:

- Oferta de sinalização turística viária nos padrões internacionais recomendados e seu estado de conservação;
- Existência de dois centros de atendimento ao turista em funcionamento no destino, com oferta de estrutura e diversidade de serviços, além de flexibilidade de horários e dias de funcionamento;
- Existência de um centro de convenções no destino – o equipamento considerado foi Centro de Convenções Parque do Povo – equipado com auditórios, estacionamento adequado ao porte e que atende aos quesitos de acessibilidade;
- Existência de uma organização representativa dos meios de hospedagem, que discute e defende os interesses dos empreendimentos do destino;
- A maioria dos meios de hospedagem possui instalações em bom estado de conservação, modernas ou recém reformadas, oferecendo acesso à internet nas unidades habitacionais;
- 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 e capacitação nas áreas relacionadas ao turismo, como organização de eventos, atendimento e preparo de alimentos;
- Existência de uma organização representativa de restaurantes e similares, que discute e defende os interesses dos empreendimentos de alimentação.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

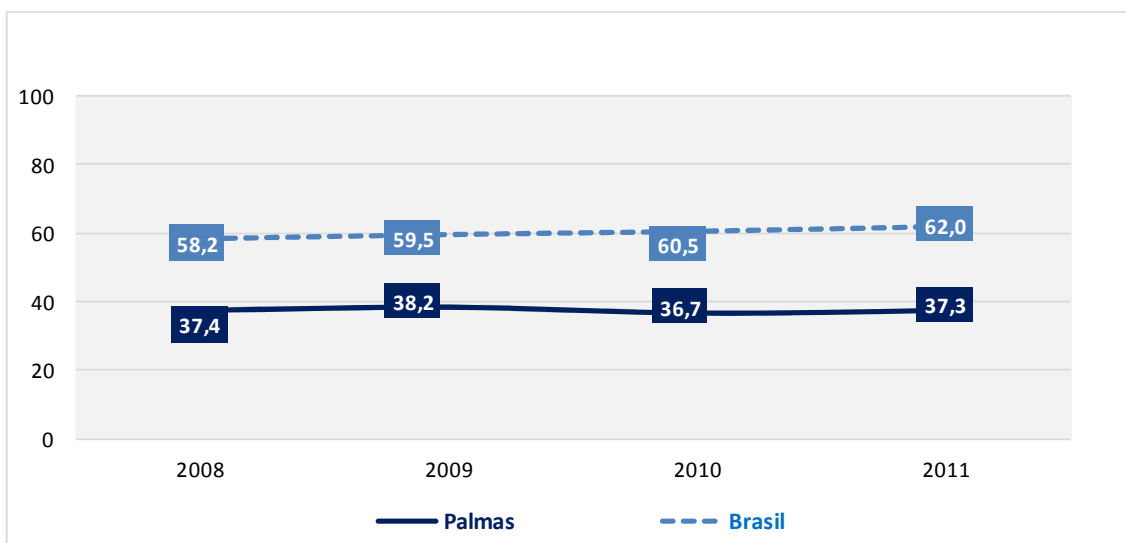
- Ausência de sinalização turística viária em idioma estrangeiro;
- Inexistência de sinalização turística descritiva ou interpretativa nos atrativos;
- A capacidade do centro de convenções, que não comporta a realização de mais de um evento simultâneo e cujo maior auditório tem 416 assentos;
- Ausência de incentivo formal para que os estabelecimentos de hospedagem priorizem a questão ambiental e de sustentabilidade;
- Os meios de hospedagem do destino, em sua maioria, não adotam algum tipo de fonte de energia renovável;
- A maioria dos meios de hospedagem não cumpre quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida;
- O destino não dispõe de estrutura de qualificação profissional ao nível de graduação em áreas relacionadas ao turismo;
- A maioria dos empreendimentos de 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. Palmas registrou 37,3 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 Palmas foi influenciado de forma positiva por diversos fatores, entre os quais:

- Existência de atrativos naturais para os quais há fluxo turístico;
- O destino conta com atrativos culturais para os quais há fluxo turístico, tendo sido o principal indicado o conjunto da Praça dos Girassóis;
- Existência de eventos programados que atraem turistas;
- Estrutura disponível no local em que acontece o principal evento programado indicado – Agrotins –, além da conservação urbanística e ambiental do entorno deste local;
- O destino conta com atrativos de realizações técnicas e científicas que geram a atração de visitantes ao longo de todo o ano com interesse específico, independentemente de uma data especial no calendário de eventos, sendo o Centro Agrotecnológico de Palmas o local em que acontecem as principais delas.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

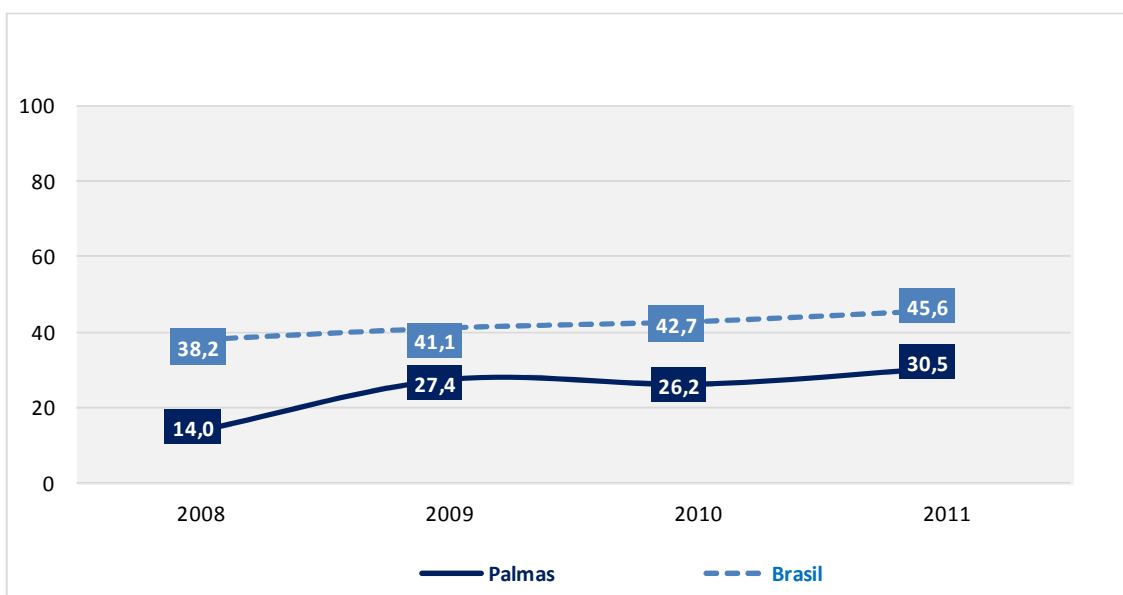
- Inexistência de estudo de capacidade de carga ou suporte para o principal atrativo natural – Complexo do Lago da Usina –, a fim de minimizar o impacto da atividade turística sobre os recursos;
- A estrutura disponível no principal atrativo natural necessita de melhorias – sobretudo as grades que protegem as praias da fauna marinha existente no lago da Usina de Lajeado;
- Carência de recursos que viabilizem o acesso ou circulação de pessoas com deficiência neste atrativo natural;
- A carência de um estudo de capacidade de carga aplicado ao principal atrativo cultural indicado;
- A estrutura de apoio aos visitantes neste atrativo cultural e a falta de recursos que confirmem acessibilidade para pessoas com deficiência;
- O local em que acontece o principal evento programado não cumpre com os quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência;
- Não há no destino o monitoramento da capacidade de carga ou suporte da principal realização técnica e científica sinalizada.

### 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*).

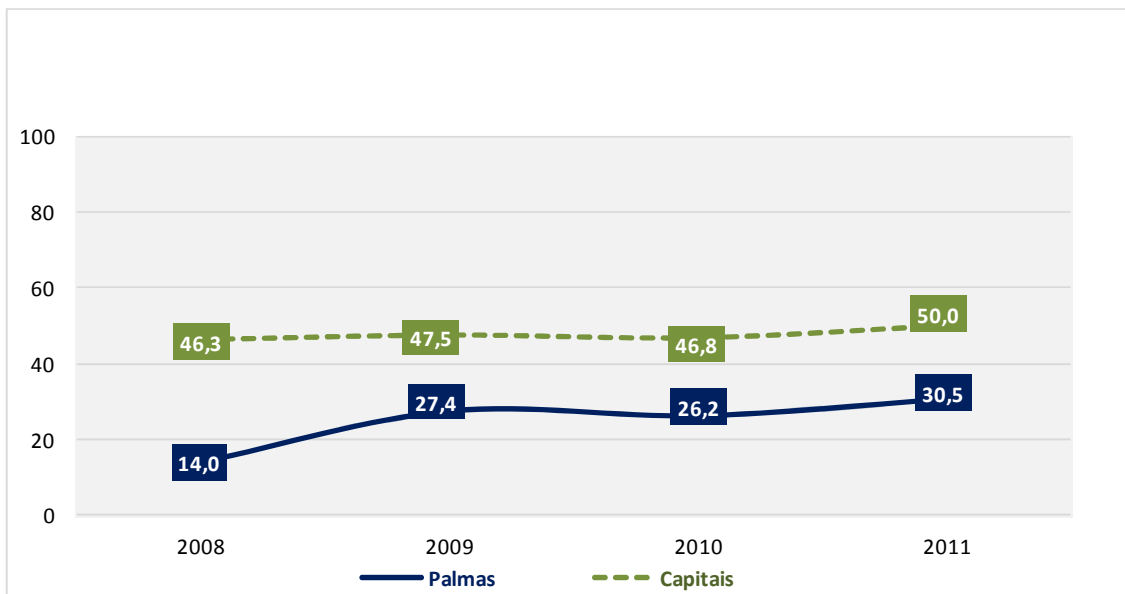
Em *Marketing e promoção do destino*, a média Brasil em 2011 foi 45,6. Palmas registrou 30,5 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- O destino participou de eventos regionais, estaduais e nacionais do setor de turismo nos últimos dois anos;
- Os resultados dos eventos dos quais o destino participa são avaliados por meio de apuração do valor de negócios efetivados e contagem de relacionamentos estabelecidos;
- Existe material promocional institucional disponível em idioma estrangeiro;
- O material promocional do destino passa por revisão ortográfica profissional, tanto em português como em idioma estrangeiro.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Inexistência de um plano de marketing formal para o destino, o qual poderia ser elaborado com a colaboração de diversos atores, contendo metas e responsabilidades definidas, fundamentado em pesquisa sobre a demanda turística, contemplando a relação com agências e operadoras e definindo indicadores de desempenho;

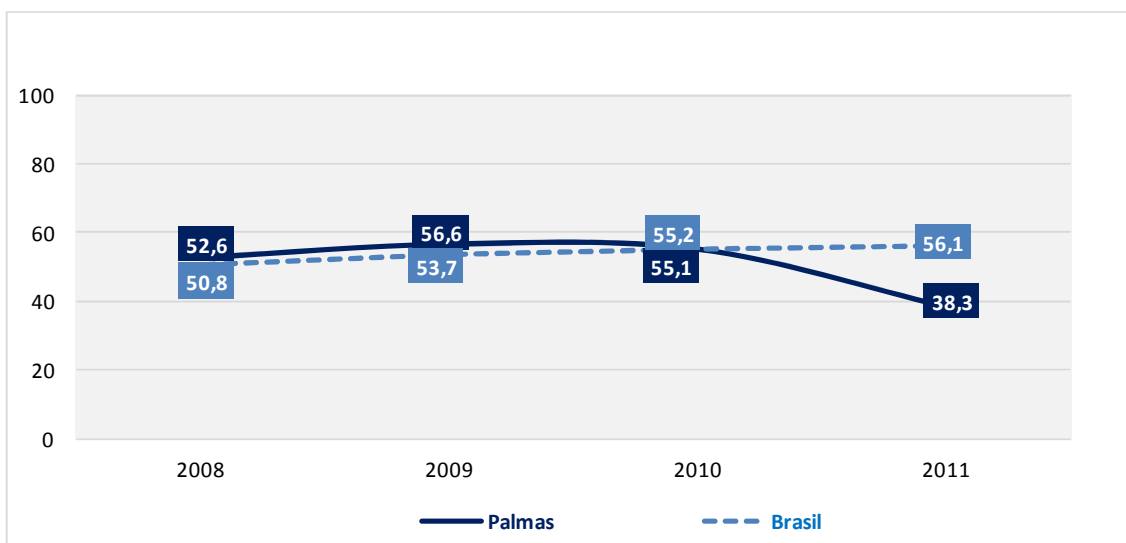
- Não existe nenhum plano similar de marketing regional, que o contemple com ações e metas de mercado para o turismo no destino;
- Não há participação em feiras e eventos não voltados ao setor de turismo, ações que ajudariam a ampliar a promoção do destino no mercado especializado nacional;
- O município não promoveu qualquer evento próprio para divulgar seus atrativos e equipamentos fora de seu território nos últimos cinco anos;
- O material promocional do destino Palmas não alerta o visitante sobre ações de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes, tampouco sobre a importância de preservar o meio ambiente;
- Inexistência de um material promocional específico que apresente a estrutura disponível para eventos no destino e a 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;
- A cidade de Palmas não possui uma página de turismo na internet com informações turísticas sobre o destino – a página institucional do município, acessível pelo endereço [www.palmas.to.gov.br](http://www.palmas.to.gov.br), apenas cita superficialmente alguns de seus atrativos ao apresentar as características gerais da cidade, não aproveitando o espaço virtual para promover, divulgar ou oferecer efetivamente informações para os turistas sobre seus atrativos, serviços e equipamentos turísticos.

### 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.

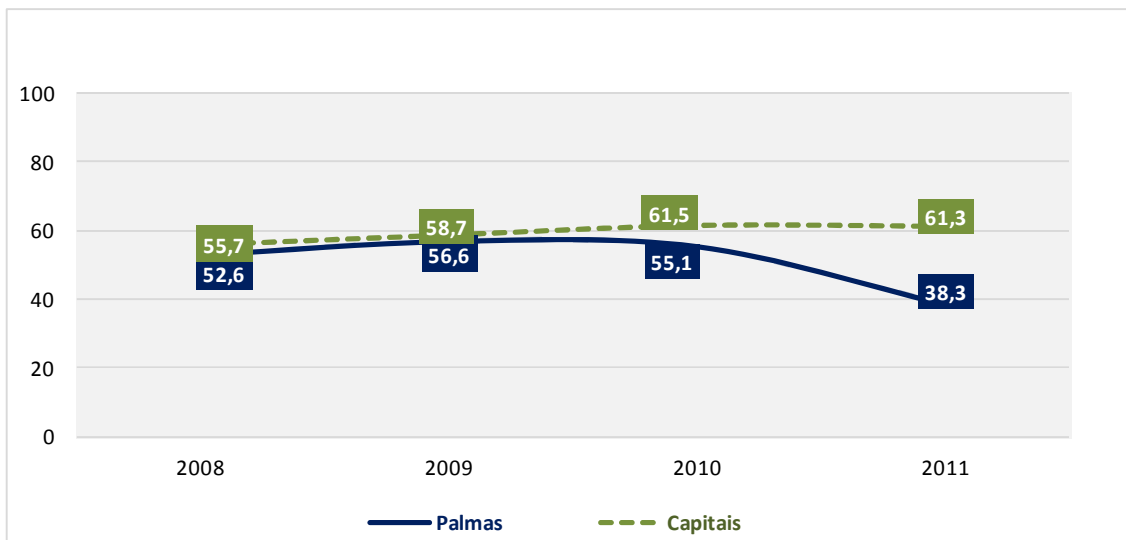
Em *Políticas públicas*, a média Brasil em 2011 foi 56,1. Palmas registrou 38,3 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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 – Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Turismo, Ciência e Emprego – com atribuição de coordenar ou incentivar o desenvolvimento do turismo – ainda que não exclusivo do turismo;
- No ano anterior, a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Turismo, Ciência e Emprego desenvolveu projetos em conjunto com outras secretarias em atividades relacionadas ao turismo, entre eles, a formação de condutores e a regularização da estrutura encontrada no lago da Usina de Lajeado;
- 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, também no ano anterior;
- Existe um Plano Diretor Municipal, revisado recentemente, que contempla o setor de turismo.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

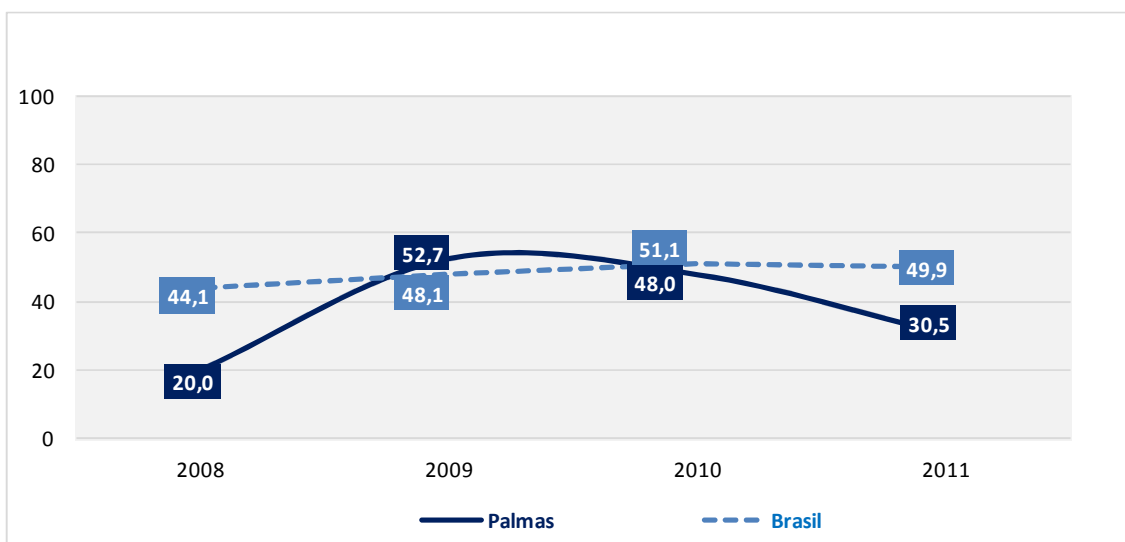
- Ausência de um órgão gestor exclusivo da pasta turismo;
- O órgão gestor de turismo não dispõe de recurso próprio para coordenar e incentivar o desenvolvimento do setor;
- Inexistência de um Fundo Municipal de Turismo no destino;
- Palmas não segue nenhum planejamento formal para o setor de turismo 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. Palmas registrou 30,5 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:

- O destino faz parte de uma instância de governança regional – Comitê Gestor da Região Serras e Lago – que conta com a participação ativa de diversos atores do segmento turístico da região e está constituída seguindo os princípios do Programa de Regionalização do Ministério do Turismo;
- Foram realizadas ações – de iniciativa, sobretudo, do Sebrae e do órgão gestor estadual de turismo, Agência de Desenvolvimento Turístico do Estado do Tocantins (Adtur) – para mobilizar atores do segmento turístico do destino para a importância da cooperação regional, no ano anterior;
- Além disso, o destino integra roteiros regionais;
- No ano anterior, a cidade de Palmas participou de eventos para a promoção e comercialização dos roteiros regionais e da região turística dos quais faz parte.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- O fato de a instância de governança regional – Comitê Gestor da Região Serras e Lago – não estar formalmente constituída, não manter reuniões periódicas, não contar com recurso próprio, tampouco dispor de suporte para a condução de suas atividades;

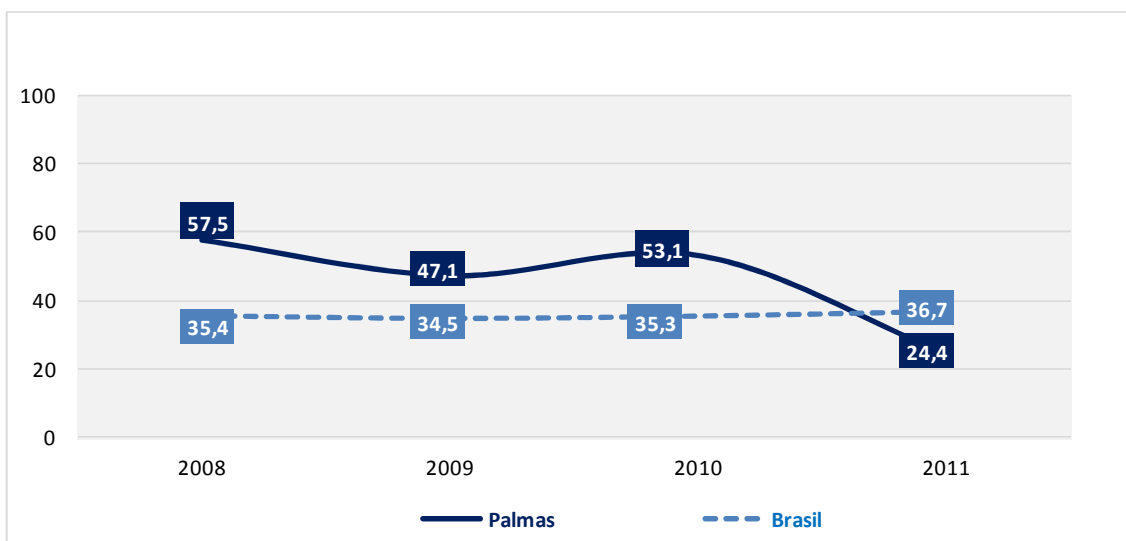
- A instância não possui representação no Fórum Estadual de Turismo;
- O destino não compartilhou projetos de cooperação regional com outros destinos da mesma região – Serras e Lago;
- Ausência de um plano de desenvolvimento turístico integrado para a região turística, que determine responsabilidades 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 ou agências, não foram elaborados com base em informações de um inventário ou cadastro da oferta turística e neles não foram consideradas questões de sustentabilidade, como a elaboração de Estudo de Impacto Ambiental (EIA), por exemplo;
- Inexistência de uma página institucional da região turística na internet;
- O destino não coproduz material promocional da região turística da qual faz parte.

### **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.

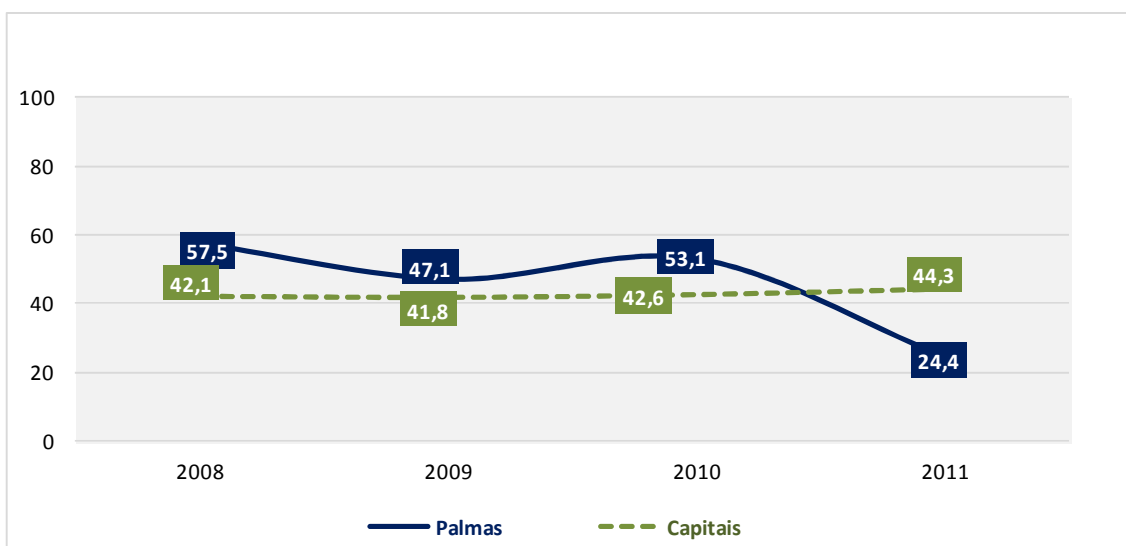
Em *Monitoramento*, a média Brasil em 2011 foi 36,7. Palmas registrou 24,4 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

**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 Palmas foi influenciado de forma positiva pelo seguinte fator:

- É realizado acompanhamento contínuo dos objetivos da política em turismo em nível municipal e estadual.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

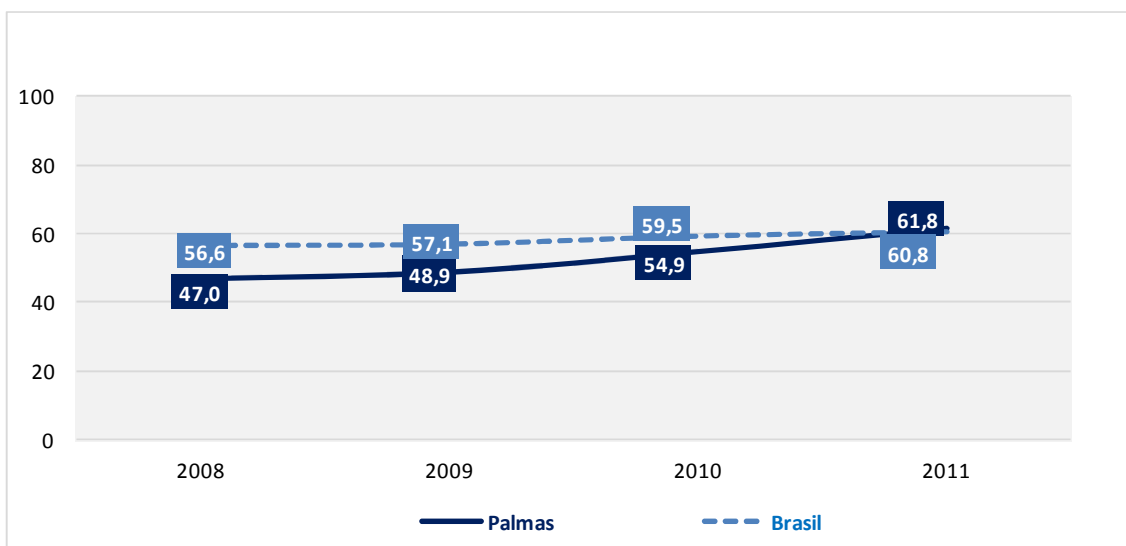
- Não é realizada pesquisa de demanda periódica, tampouco pesquisa de oferta atualizada – Inventário ou Cadastramento –, levantamentos que, quando realizados, geram dados relevantes para a gestão, o planejamento e a divulgação de informações sobre o destino;
- Ausência de um sistema de indicadores de desempenho do setor do turismo;
- Não há um conjunto técnico de estatísticas turísticas, tampouco relatórios de conjuntura turística dos segmentos relacionados ao turismo;
- Não há monitoramento dos impactos econômicos, sociais, ambientais ou culturais gerados pelo turismo;
- A administração pública local não possui um setor específico de estudos que realize pesquisas em turismo.

### **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.

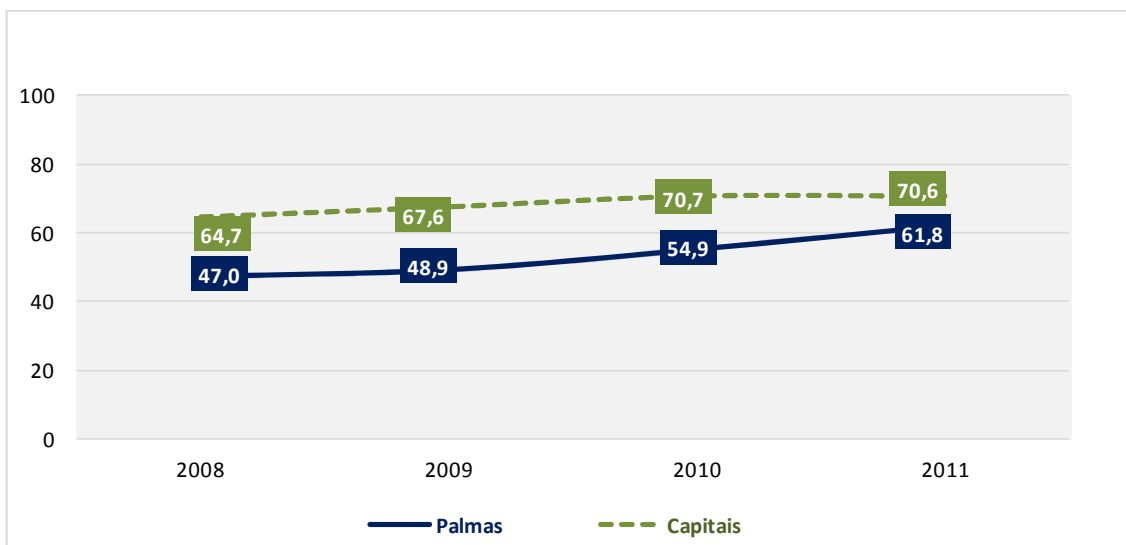
Em *Economia local*, a média Brasil em 2011 foi 60,8. Palmas registrou 61,8 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

**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 Palmas 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, com apoio do Sebrae;
- Benefícios financeiros locais ou regionais (linhas especiais de financiamento) para empreendimentos e serviços ligados ao setor de turismo estão disponíveis para o empresariado local, pelo Banco da Amazônia;
- Atuação de um *Convention & Visitors Bureau* exclusivo do destino;
- Existência de um polo físico de distribuição significativo para movimentar a economia local, que tende a gerar fluxo turístico receptivo em consequência de sua existência.

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;
- Palmas não sediou fórum ou congresso internacional no ano anterior.

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.

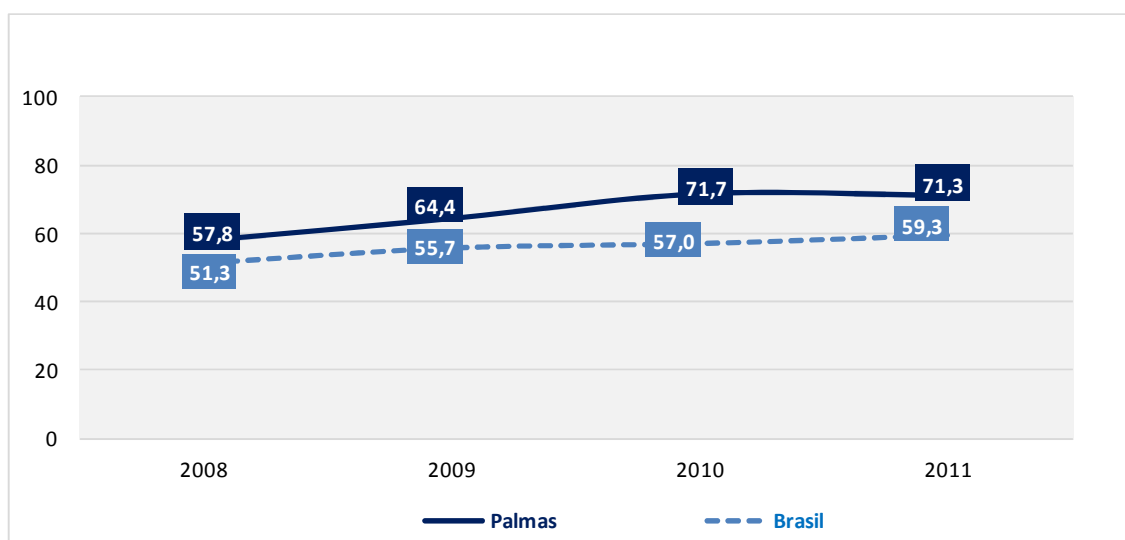


### 3.11 Capacidade empresarial

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.

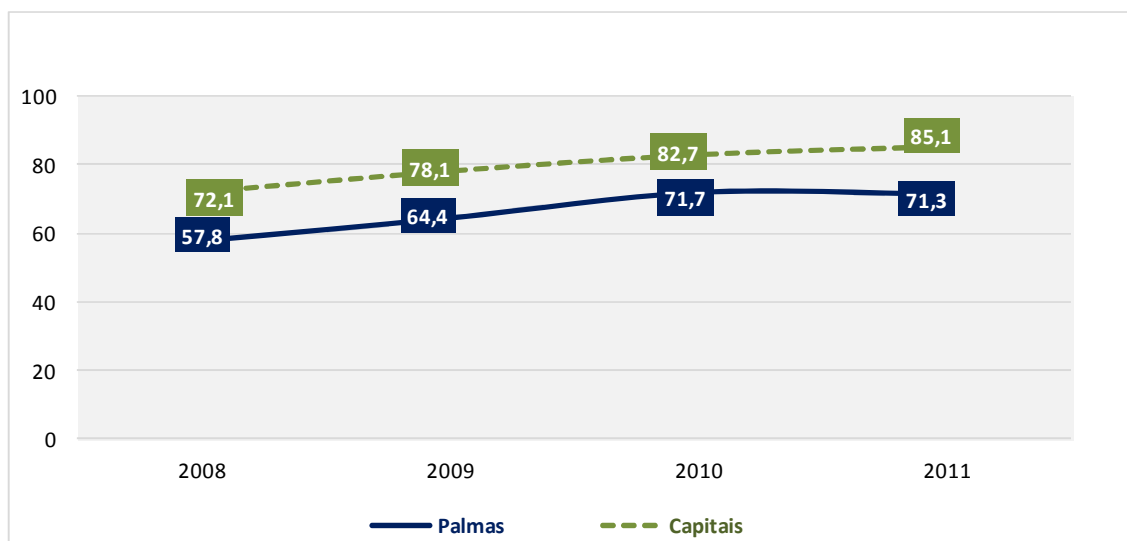
Em *Capacidade empresarial*, a média Brasil em 2011 foi 59,3. Palmas registrou 71,3 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

**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 Palmas foi influenciado de forma positiva nesta dimensão por diversos fatores, entre os quais:

- Presença de instituições de ensino com programas regulares de formação técnica, de formação superior e de cursos livres e a oferta de escolas de formação em idioma estrangeiro;
- Presença de grupos nacionais e 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, oferecido pelo Sebrae;
- Presença de empresas de grande porte, filiais ou subsidiárias com mais de mil funcionários e de empresas que produzem e exportam mercadorias de alto valor agregado ou perecíveis.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Carência de pessoal local qualificado para trabalhar em hotelaria, agências ou operadoras e estabelecimentos de alimentos e bebidas;
- Não existem adensamentos de empreendimentos turísticos que fomentem o empreendedorismo como arranjos produtivos locais;

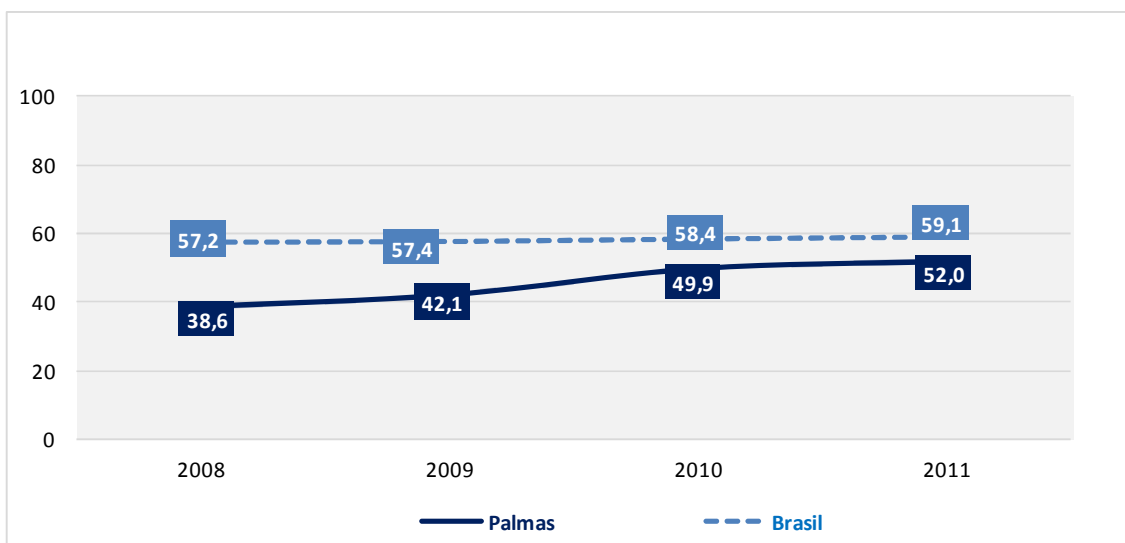
- Foram sinalizadas barreiras à entrada de novos empreendimentos turísticos – entre elas a dificuldade para obtenção de licenciamento ambiental.

### 3.12 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.

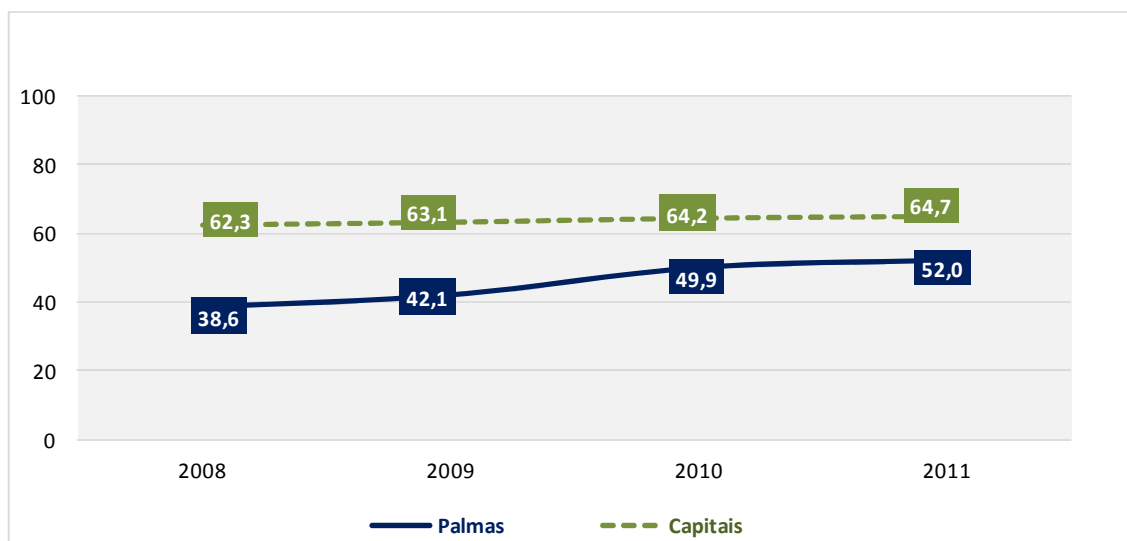
Em *Aspectos sociais*, a média Brasil em 2011 foi 59,1. Palmas registrou 52,0 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

**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 Palmas foi influenciado de forma positiva nesta dimensão por diversos fatores, entre os quais:

- São realizados investimentos em educação além do percentual obrigatório de 25%;
- Não há relatos de utilização de mão de obra informal durante a alta temporada;
- Adoção de políticas de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes por parte do poder público municipal;
- A população local se envolve na elaboração do orçamento participativo.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Inexistência de programa específico de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes no turismo, ação que fortaleceria o destino ao mobilizar a iniciativa privada, o poder público municipal e o terceiro setor;
- 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, à cultura e ao patrimônio;

- Não há envolvimento da comunidade com o desenvolvimento da atividade turística, o que poderia acontecer por meio de associações de moradores, sindicatos, ONGs/OSCIPs ou cooperativas.

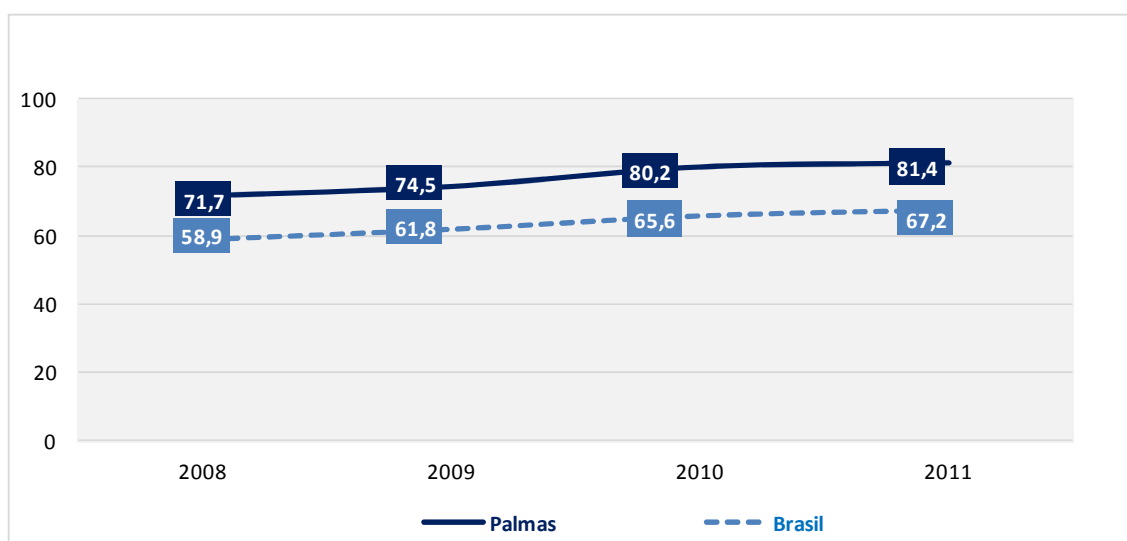
Além destes fatores, também foram considerados indicadores sociais do município, como percentual de habitantes com acesso ao ensino, Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB) e Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M), dentre outros.

### 3.13 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.

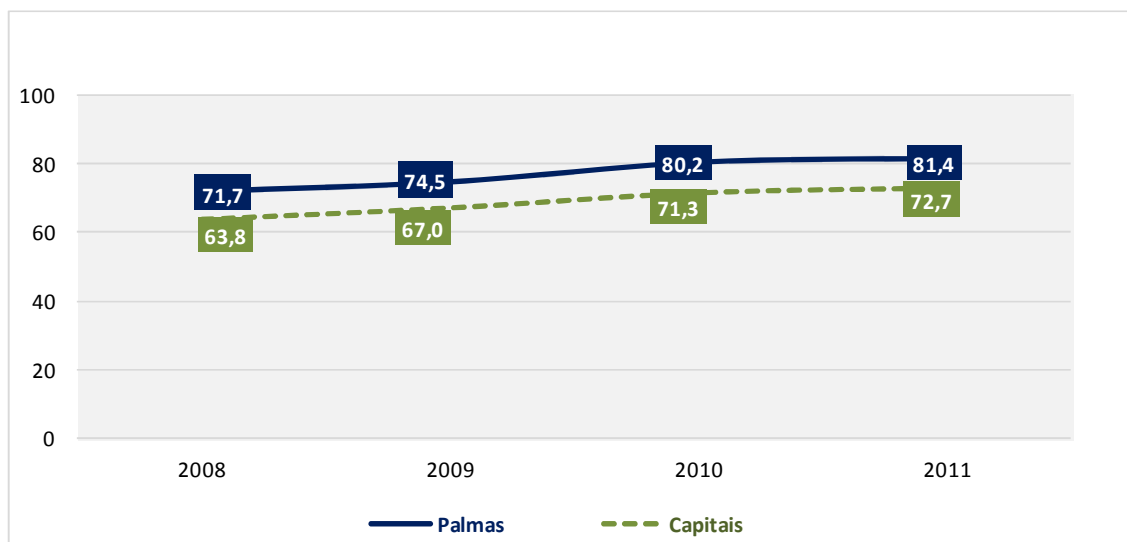
Em *Aspectos ambientais*, a média Brasil em 2011 foi 67,2. Palmas registrou 81,4 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



O indicador de Palmas 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 exclusivo do meio ambiente – dotado de recurso próprio e que recentemente desenvolveu projetos relacionados ao turismo em conjunto com o órgão gestor de turismo no destino;
- Presença de Conselho Municipal de Meio Ambiente atuante;
- Disponibilidade de um Fundo Municipal para o Meio Ambiente efetivo – cujos recursos estão disponíveis para ser aplicados;
- Existência de um Código Ambiental Municipal ou similar – contra o qual não há ação judicial pública;
- O município possui rede pública de distribuição de água e estação de tratamento;
- 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;
- Disponibilidade de serviços de coleta seletiva residencial;
- São realizadas campanhas educativas para conscientizar a população em relação à destinação do lixo;
- Presença de Unidades de Conservação com atividade turística em território municipal – como a APA da Serra do Lajeado – detentora de conselho gestor e onde há aplicação de Plano de Manejo.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

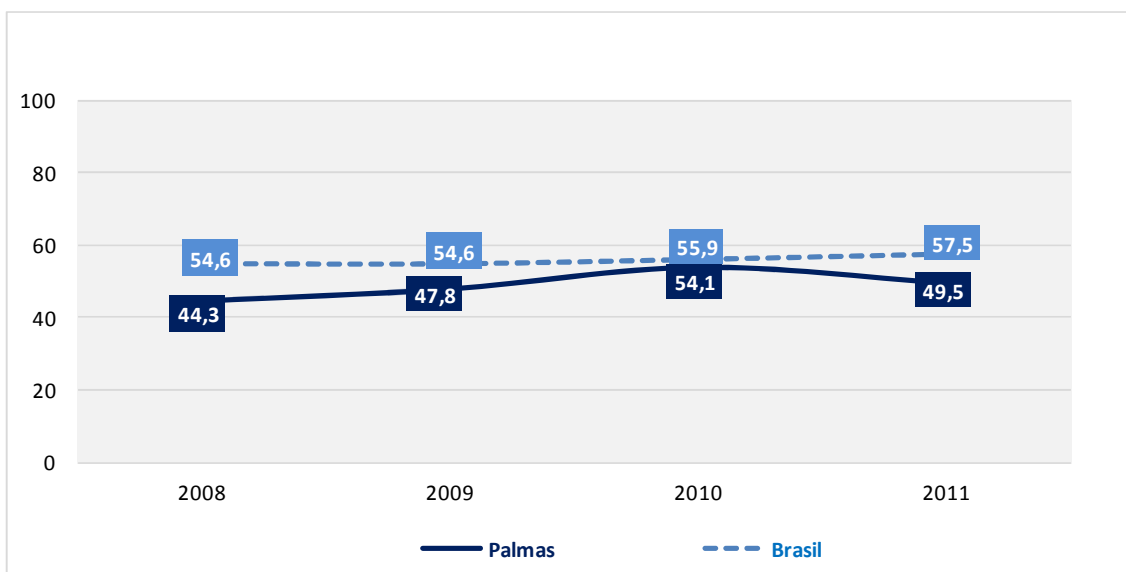
- Ausência de legislação específica para a adoção de fontes de energia limpa ou renovável em estabelecimentos públicos ou privados;
- Não há estação de tratamento de água para a sua reutilização;
- Presença de atividades potencialmente poluidoras, com alvará de funcionamento ou de localização no território municipal, como retirada fluvial de areia, indústria química e mineradora ou garimpo;
- O índice de cobertura da rede pública de esgoto – atende a menos de 50% da população local.

### 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.

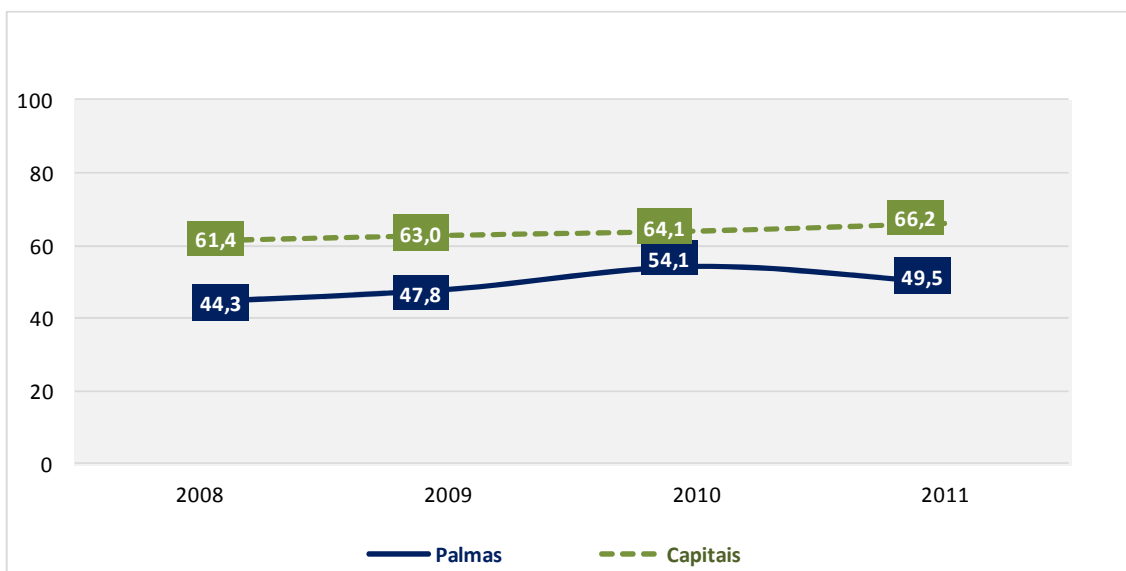
Em *Aspectos culturais*, a média Brasil em 2011 foi 57,5. Palmas registrou 49,5 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

**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 Palmas foi influenciado de forma positiva nesta dimensão por diversos fatores, entre os quais:

- Presença de atividade artesanal típica – bonecas de bucha e de cabaça – comercializada em esfera local;
- Existem manifestações religiosas no destino – Adorai, Festa do Divino e Congadas – que atraem fluxo turístico;
- Presença de grupos artísticos de manifestação popular tradicional, como a Aldeia Taboca Grande;
- Existência de sítios arqueológicos tombados ou registrados, em Taquaraçu, e de bens tombados como patrimônio histórico – Palacinho e a primeira sede da Assembleia Legislativa;
- Presença de um órgão da administração local com atribuição exclusiva de incentivar o desenvolvimento da cultura, que dispõe de recurso próprio;
- O destino aplica política municipal de cultura, que dentre outros benefícios ajuda a manter um calendário de manifestações culturais;
- Existência de Fundo Municipal de Cultura, este último exclusivo e efetivo;
- O destino aderiu ao Sistema Nacional de Cultura.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Ausência de patrimônio imaterial registrado que se constitua em atrativo turístico;
- O órgão da administração local com atribuição de incentivar o desenvolvimento da cultura não compartilhou projetos ou atividades em conjunto com o órgão gestor do turismo no município em 2010;
- Não existe legislação 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 Palmas, é possível concluir que, em 2011, houve queda 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, Serviços e equipamentos turísticos, Marketing e promoção do destino, Economia local, Aspectos sociais e Aspectos ambientais*.

As dimensões *Atrativos turísticos e Capacidade empresarial* registraram estabilidade de resultados em 2011 em relação a 2010.

Por fim, foi possível observar que as dimensões *Infraestrutura geral, Políticas públicas, Cooperação regional, Monitoramento e Aspectos culturais* 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				Palmas			
	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	47,2	52,0	55,3	52,7
Infraestrutura geral	63,8	64,6	65,8	68,4	70,5	71,3	74,3	75,8	71,4	73,7	79,2	75,7
Acesso	55,6	58,1	60,5	61,8	66,9	69,9	72,0	74,0	59,8	61,0	63,2	64,9
Serviços e equipamentos turísticos	44,8	46,8	50,8	52,0	56,8	59,4	63,3	64,1	33,9	37,3	42,5	49,3
Atrativos turísticos	58,2	59,5	60,5	62,0	56,6	58,5	59,5	61,3	37,4	38,2	36,7	37,3
Marketing e promoção do destino	38,2	41,1	42,7	45,6	46,3	47,5	46,8	50,0	14,0	27,4	26,2	30,5
Políticas públicas	50,8	53,7	55,2	56,1	55,7	58,7	61,5	61,3	52,6	56,6	55,1	38,3
Cooperação regional	44,1	48,1	51,1	49,9	42,9	47,1	48,3	47,7	20,0	52,7	48,0	30,5
Monitoramento	35,4	34,5	35,3	36,7	42,1	41,8	42,6	44,3	57,5	47,1	53,1	24,4
Economia local	56,6	57,1	59,5	60,8	64,7	67,6	70,7	70,6	47,0	48,9	54,9	61,8
Capacidade empresarial	51,3	55,7	57,0	59,3	72,1	78,1	82,7	85,1	57,8	64,4	71,7	71,3
Aspectos sociais	57,2	57,4	58,4	59,1	62,3	63,1	64,2	64,7	38,6	42,1	49,9	52,0
Aspectos ambientais	58,9	61,8	65,6	67,2	63,8	67,0	71,3	72,7	71,7	74,5	80,2	81,4
Aspectos culturais	54,6	54,6	55,9	57,5	61,4	63,0	64,1	66,2	44,3	47,8	54,1	49,5

Fonte: FGV, MTur, Sebrae, 2012

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