

ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE  
DO TURISMO NACIONAL

**65 DESTINOS INDUTORES**  
DO DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO REGIONAL

PARANAGUÁ

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 .....	15
3.5 Atrativos turísticos .....	18
3.6 Marketing e promoção do destino.....	20
3.7 Políticas públicas.....	23
3.8 Cooperação regional .....	25
3.9 Monitoramento.....	27
3.10 Economia local .....	29
3.11 Capacidade empresarial.....	32
3.12 Aspectos sociais.....	34
3.13 Aspectos ambientais .....	36
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 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 a média das cidades não 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.

não capitais), recomenda-se que cada destino analise seus resultados de forma crítica, ponderando questões ligadas às características geográficas, econômicas e ao posicionamento do destino, a fim de entender que os resultados de determinada dimensão serão influenciados por essas características. Dessa forma, alguns destinos não 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

Paranaguá é um município localizado no estado do Paraná, na região Sul do país. Está distante 90 km da capital Curitiba. Com uma população de 140.469 habitantes e 826,676km<sup>2</sup> de extensão territorial, o município possui um PIB de R\$ 7.107.174.928,00 e PIB *per capita* de R \$ 51.223,62, segundo dados do IBGE (2010).

O destino faz parte da região turística Litoral do Paraná, juntamente com municípios como Morretes e Guaraqueçaba. Os principais segmentos turísticos nos quais Paranaguá é comercializado são Turismo de Sol e Praia e Ecoturismo.

Os principais atrativos de Paranaguá, conforme constatado durante a pesquisa de campo, são Ilha do Mel, Centro Histórico e Estação Ferroviária, além dos eventos programados Carnaval e Festa da Nossa Senhora do Rocio.

Paranaguá conta com uma oferta de serviços e equipamentos com 58 meios de hospedagem (RAIS) e 190 estabelecimentos de alimentação (RAIS).

### 3. RESULTADOS

A pesquisa em Paranaguá foi realizada entre os dias 12 e 16 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.

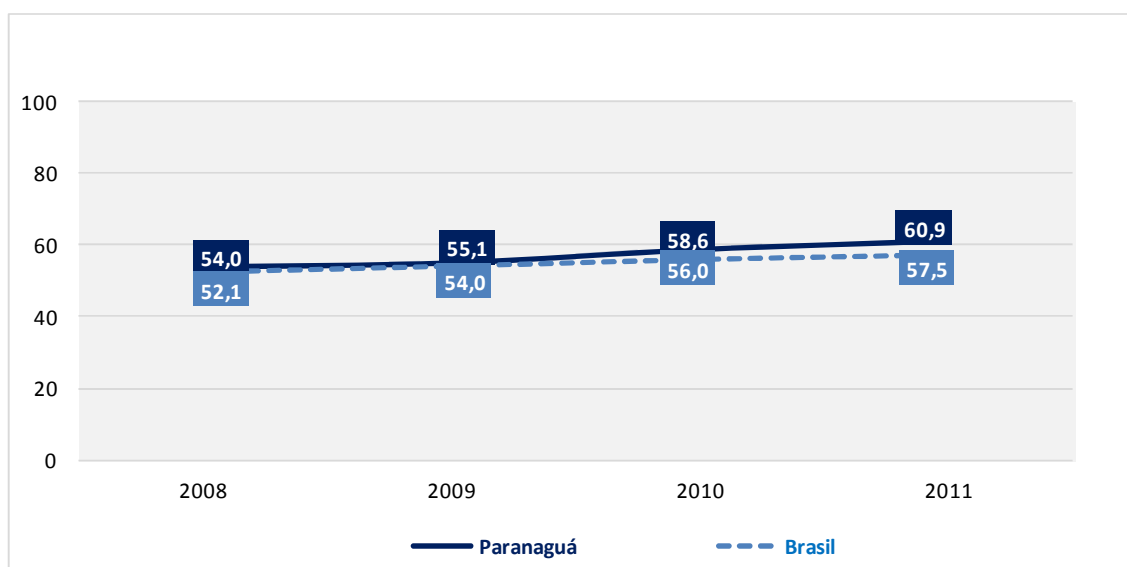
Além dos índices alcançados pelo destino em cada dimensão, serão destacados os principais fatores que contribuíram para tais resultados.

#### 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 60,9 pontos (escala de 0 a 100). Este resultado ficou acima do índice obtido em 2010 (58,6), como é possível conferir no gráfico 1:

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

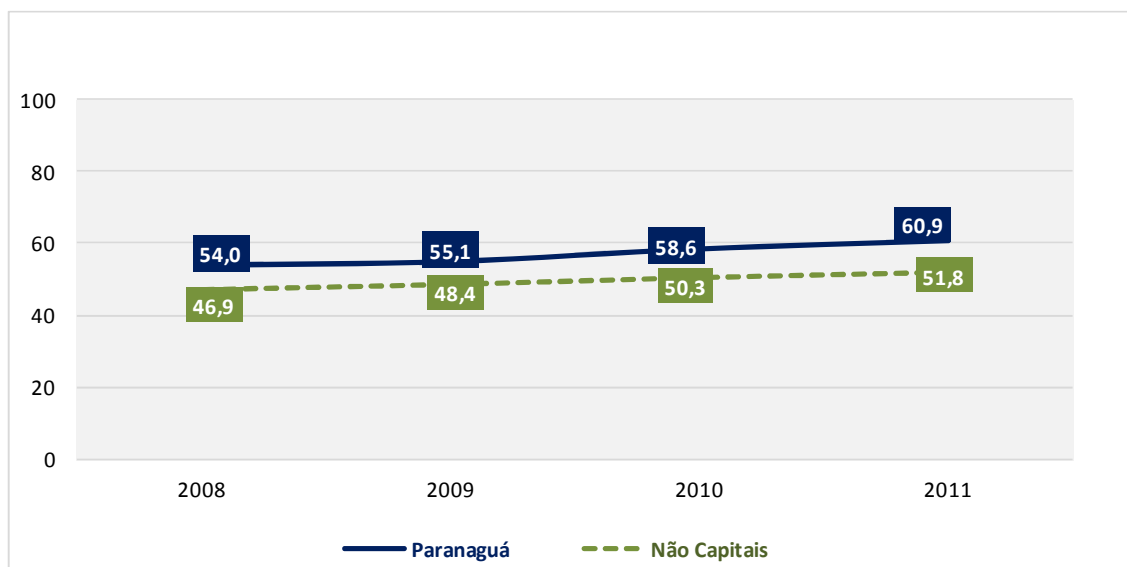




É possível observar no gráfico acima o comportamento dos indicadores do destino nos últimos quatro anos da pesquisa. Em 2011, constatou-se a evolução do índice, o que fez com que o destino elevasse seu nível de competitividade, do nível 3 para o nível 4.

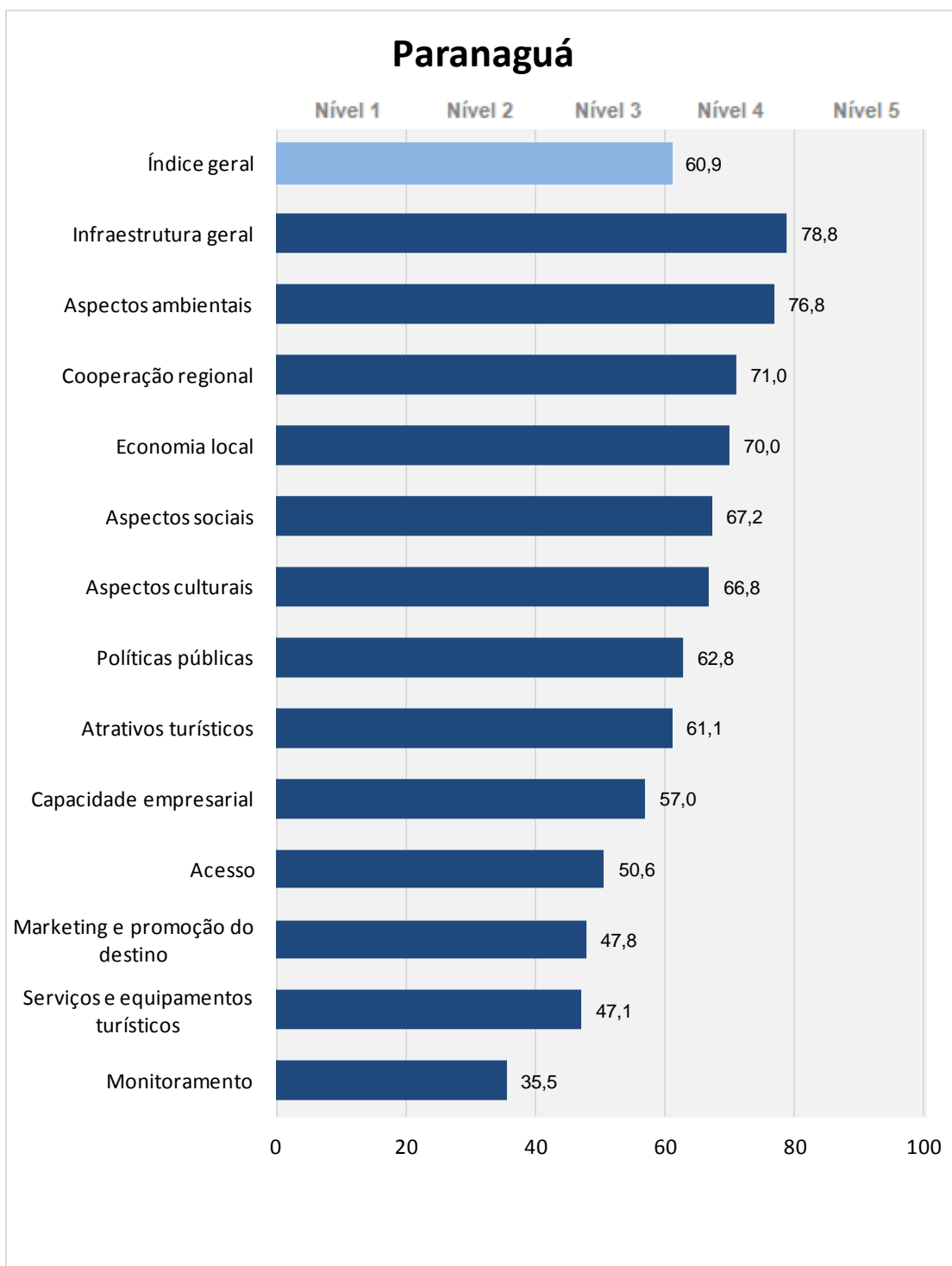
Podemos analisar o desempenho do destino juntamente com as linhas que apontam os resultados da média Brasil (gráfico 1) e das não capitais (gráfico 2), que demonstram que o índice do destino segue a tendência nacional de evolução gradual. Considerando os resultados obtidos por todas as 65 cidades avaliadas em 2011, a média Brasil, índice referencial da competitividade nacional, foi 57,5. A média dos índices das não capitais foi de 51,8.

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



Os resultados apresentados a seguir apontam que, das 13 dimensões avaliadas, 08 dimensões alcançaram índices acima do nível 4 (61 a 80), como é possível observar no gráfico 3. Por sua vez, a dimensão que enfrenta obstáculos para superar os menores níveis de competitividade é *Monitoramento*, a qual não ultrapassou o nível 2 (21 a 40).

Gráfico 3. Índices por dimensão em ordem decrescente de desempenho

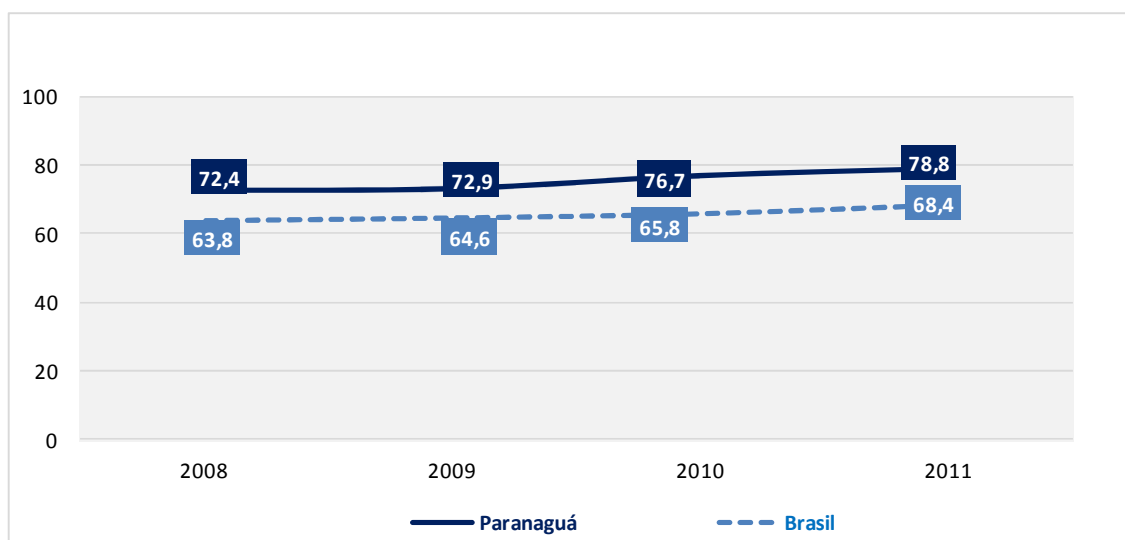


### 3.2 Infraestrutura geral

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.

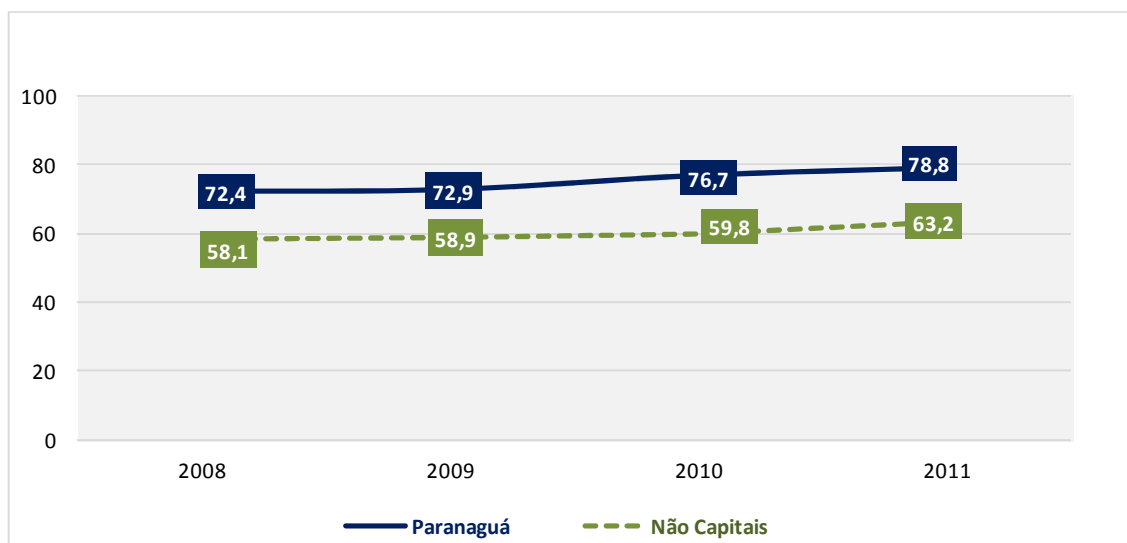
Em *Infraestrutura geral*, a média Brasil em 2011 foi 68,4. Paranaguá registrou 78,8 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 63,2 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

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



O indicador de Paranaguá 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;
- Aumento do efetivo da Polícia Militar e do número de policiais civis durante a alta temporada ou durante grandes eventos;
- 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 lixeiras e telefones públicos no entorno das áreas turísticas;
- Adoção de quesitos de embelezamento nas áreas públicas – praças, jardins, fiação subterrânea, orla urbanizada, entre outros;
- Estado de conservação do mobiliário urbano nas áreas turísticas;
- Existência 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;
- Inexistência de um programa de proteção ao turista na Polícia Civil;
- Carência de banheiros públicos, abrigos de ônibus e iluminação pública no entorno das áreas turísticas.

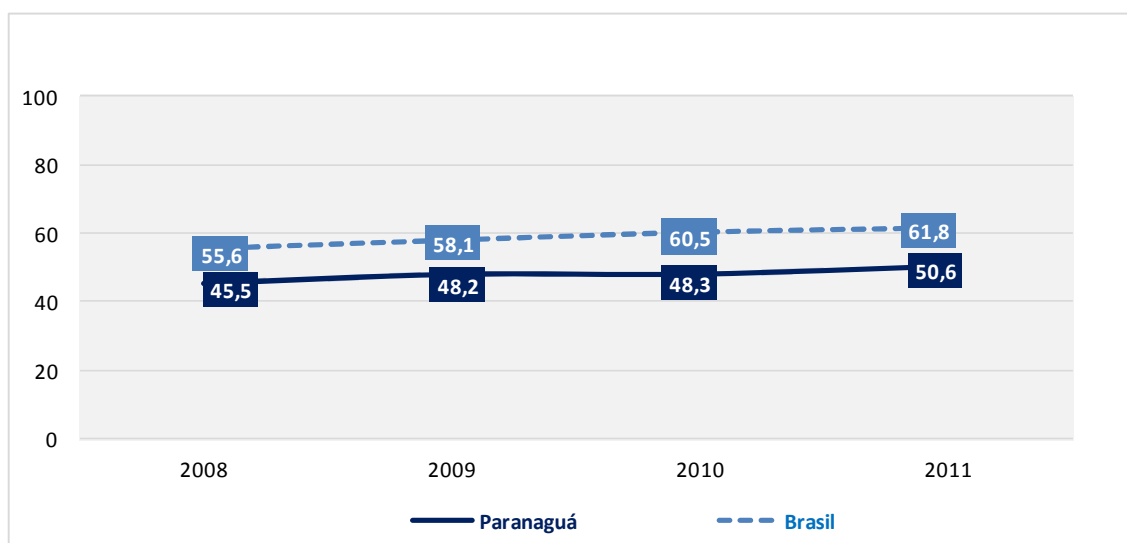
Além destes fatores, foram considerados na composição do índice números de saúde, como a expectativa de vida da população, número de estabelecimentos com atendimento de urgência, número de postos ambulatoriais de atendimento, número de profissionais de saúde e número de leitos.

### 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 emissores de turistas.

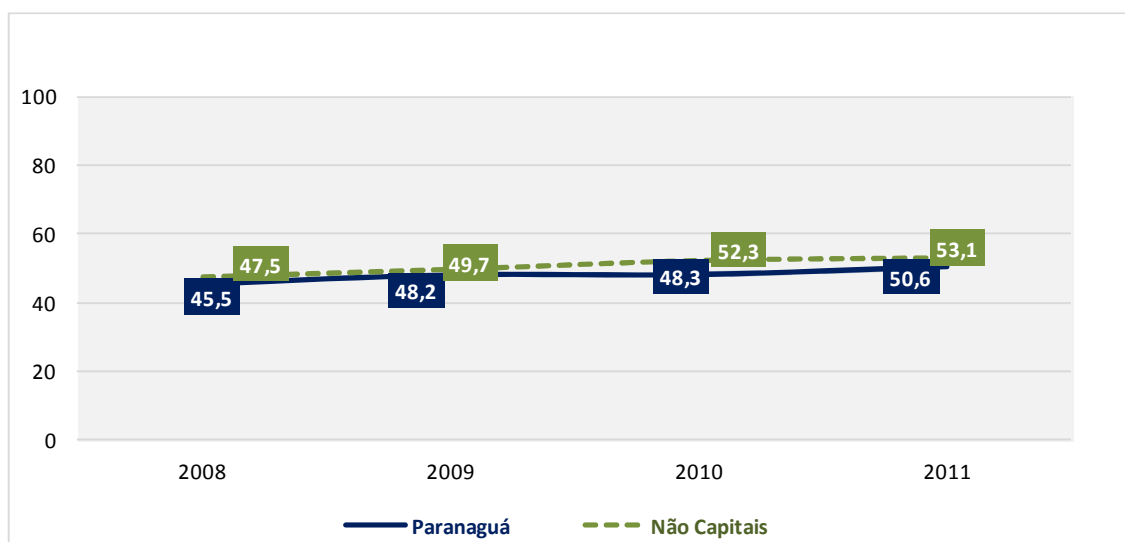
Em Acesso, a média Brasil em 2011 foi 61,8. Paranaguá registrou 50,6 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 53,1 pontos, acima do resultado do destino nesta dimensão.

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



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

- Disponibilidade de um aeroporto que atende ao município fora de seu território – Aeroporto Internacional Afonso Pena, em Curitiba;
- Estrutura do terminal aeroportuário que atende ao destino, que conta com centro de atendimento ao turista, lojas, restaurantes, lanchonetes, locadoras de veículos, 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, ônibus executivo e táxi especial, conforme foi possível constatar durante a visita técnica ao município, realizada entre o período de 12/09/11 e 16/09/11;
- As condições da principal rodovia de acesso de fluxo turístico ao destino – BR 277;
- Existência de um terminal rodoviário, que conta com lojas e restaurantes;

- Oferta de transportes para o deslocamento dos que embarcam e desembarcam na rodoviária – ônibus convencional e táxi;
- Existência de um terminal aquaviário e de um terminal ferroviário que atendem ao município – e pelos quais embarcam e desembarcam turistas em visita ao destino;
- Não são comuns congestionamentos durante a alta temporada;
- Disponibilidade de serviços de táxis regularizados e padronizados.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

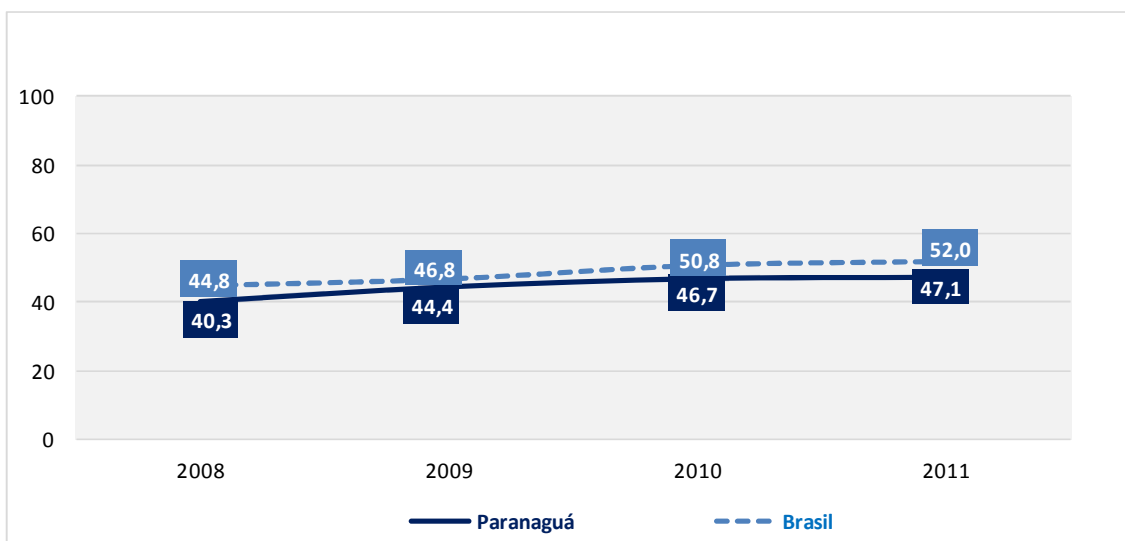
- Ausência de um aeroporto dentro do território municipal ou em município limítrofe;
- Carência de estrutura no terminal aquaviário que atende ao fluxo turístico;
- Estrutura do terminal ferroviário que atende ao fluxo turístico – durante visita ao terminal foi possível observar que sua estrutura necessita de algumas melhorias como, por exemplo, o atendimento 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;
- Carência de vagas para estacionamento nas áreas turísticas;
- Ausência 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.

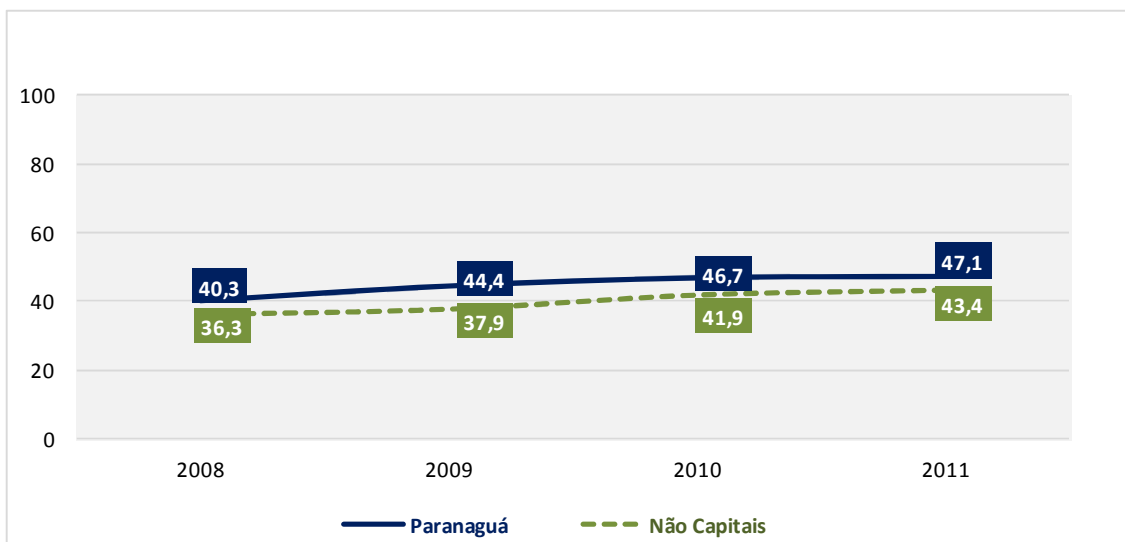
Em *Serviços e equipamentos turísticos*, a média Brasil em 2011 foi 52,0. Paranaguá registrou 47,1 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 43,4 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

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





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

- Oferta de sinalização turística viária nos padrões internacionais recomendados e estado de conservação dessa sinalização;
- Existência de sinalização turística descritiva ou interpretativa nos atrativos, disponível em idioma estrangeiro;
- Existência de centros de atendimento ao turista no destino;
- Oferta de estrutura, diversidade de serviços, e flexibilidade de horários e dias de funcionamento nos centros de atendimento ao turista;
- Oferta de espaços para a realização de eventos – salas em hotéis para eventos de pequeno e médio porte, espaços multifuncionais, entre outros;
- 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 no município de instituições de qualificação profissional que ofertam cursos livres, técnicos, de graduação e capacitação nas áreas relacionadas ao turismo, como curso superior de turismo e cursos livres oferecidos pelo sistema S;
- Há incentivo formal para que os estabelecimentos de alimentação priorizem a questão ambiental – Programa Papa Óleo.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Ausência de sinalização turística viária em idioma estrangeiro;
- Ausência de um centro de convenções que atenda ao destino;
- Ausência de incentivo formal para que os estabelecimentos de hospedagem priorizem a questão ambiental;
- A maioria dos meios de hospedagem não cumpre quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida;
- O destino carece de empresas de receptivo que ofereçam atendimento em idiomas estrangeiros e serviços diferenciais;

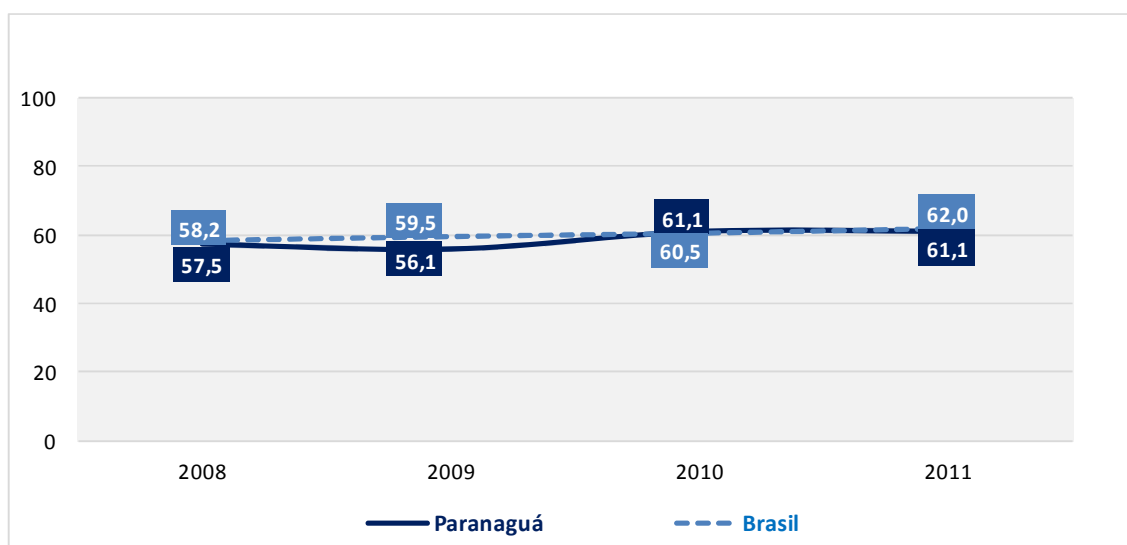
- Não existem guias de turismo licenciados pelo Ministério do Turismo (MTur) no destino;
- A maioria dos empreendimentos de alimentação não adota quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência.

### 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.

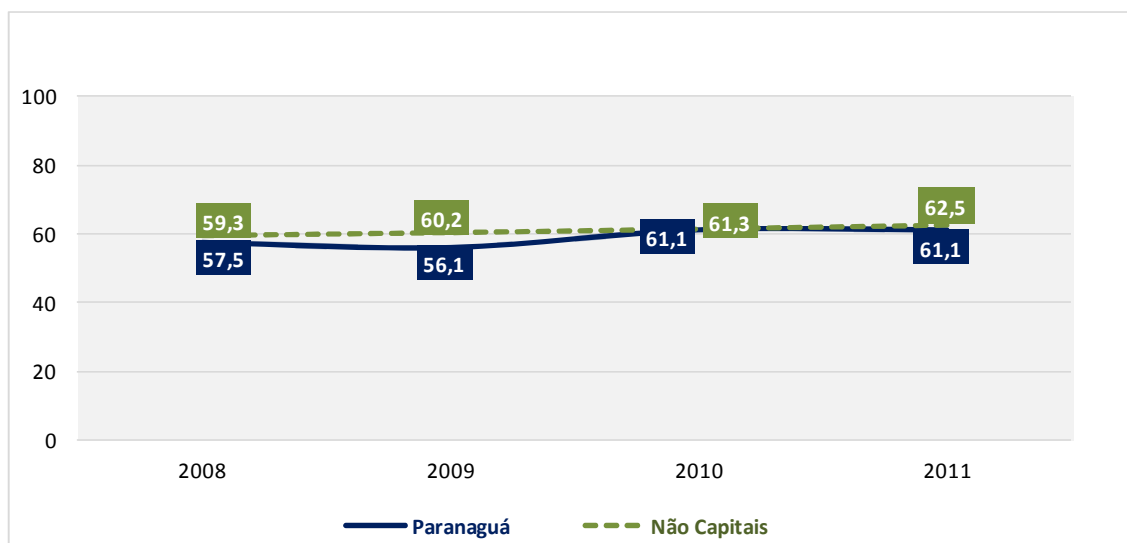
Em *Atrativos turísticos*, a média Brasil em 2011 foi 62,0. Paranaguá registrou 61,1 pontos nesta dimensão, um índice igual ao obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 62,5 pontos, acima do resultado do destino nesta dimensão.

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



O indicador de Paranaguá 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 – Ilha do Mel –, conforme pode ser observado em visita técnica realizada entre os dias 12/09/11 e 16/09/11 e respeito ao limite de capacidade de carga/suporte, conforme previsto no estudo de capacidade de carga;
- O destino conta com atrativos culturais para os quais há fluxo turístico, tendo sido o principal indicado o Centro Histórico de Paranaguá;
- Existência de eventos programados que atraem turistas;
- A conservação urbanística e ambiental do entorno do local em que acontece o principal evento programado indicado – Carnaval;
- O destino conta com atrativos de realização técnica e científica que geram a atração de visitantes ao longo de todo o ano com interesse específico, independentemente de uma data especial no calendário de eventos. A principal realização técnica e científica indicada foi o Porto de Paranaguá que recebe visitas técnicas com frequência.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

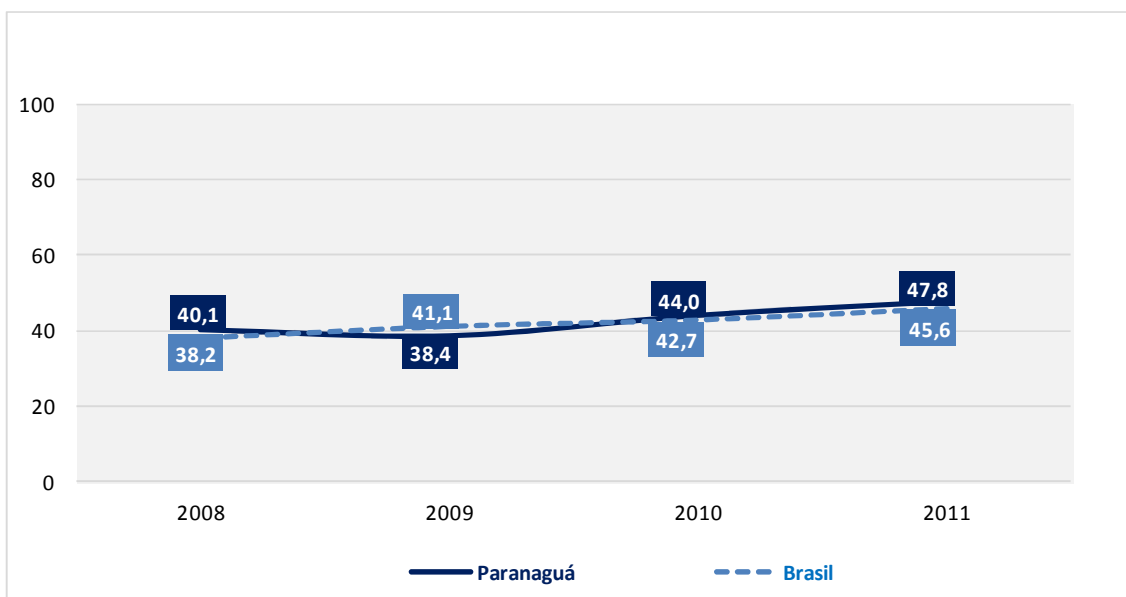
- A estrutura disponível no principal atrativo natural necessita de melhorias;
- Carência de recursos que viabilizem o acesso ou circulação de pessoas com deficiência na Ilha do Mel;
- A carência de um estudo de capacidade de carga aplicado ao principal atrativo cultural indicado – Centro Histórico – e o estado de conservação urbanística e ambiental do entorno deste local;
- A estrutura de apoio aos visitantes neste atrativo cultural;
- O estado da estrutura disponível no local em que acontece o principal evento programado indicado e inexistência de um estudo de capacidade de carga para tal evento;
- A falta de recursos que confirmem acessibilidade para pessoas com deficiência no local em que acontece o principal evento programado;
- Não há no destino o monitoramento da capacidade de carga ou suporte da principal realização técnica e científica sinalizada e o atrativo em que tal realização acontece não adota quesitos de acessibilidade para visitantes com deficiência.

### **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*).

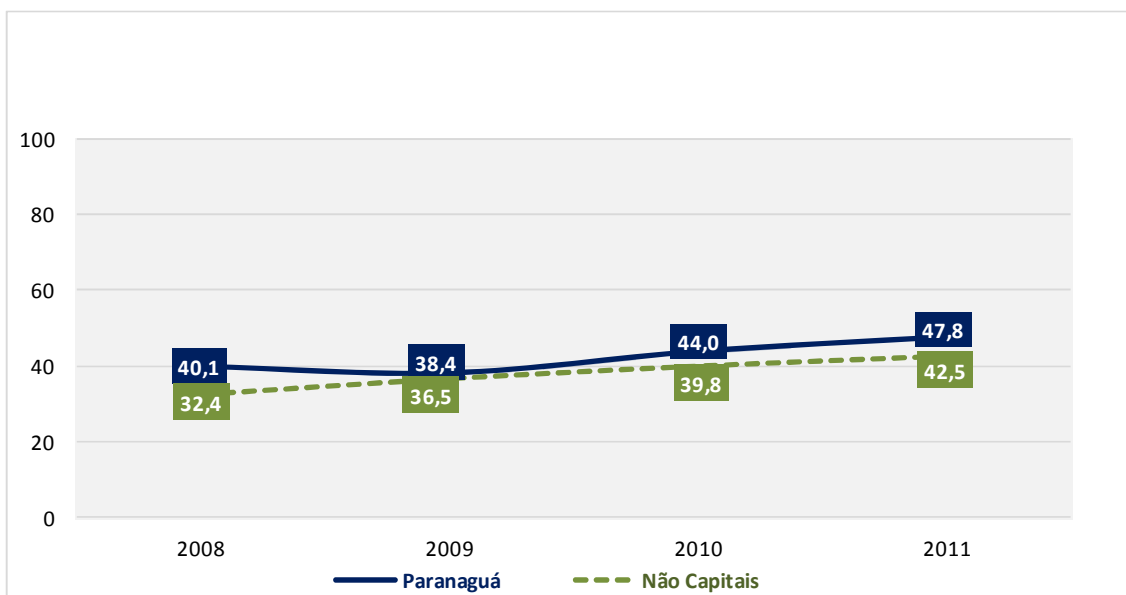
Em *Marketing e promoção do destino*, a média Brasil em 2011 foi 45,6. Paranaguá registrou 47,8 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 42,5 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

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



O indicador de Paranaguá 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, nacionais e internacionais do setor de turismo nos últimos dois anos;
- Os resultados dos eventos dos quais o destino participa são avaliados por meio de contagem de relacionamentos estabelecidos e apuração do valor dos negócios efetivados;
- O destino turístico produziu, nos últimos 5 anos, eventos próprios para se promover fora de seu território – Dia de Paranaguá, em Curitiba;
- 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;
- Oferta de uma agenda de eventos disponível para consulta, gratuita e *on-line*;
- A página institucional do município na internet – acessível pelo endereço [www.paranagua.pr.gov.br](http://www.paranagua.pr.gov.br) – traz informações turísticas sobre o destino;
- A principal página de turismo do destino indicada – acessível pelo endereço [www.fumtur.com.br](http://www.fumtur.com.br) – está disponível em idiomas estrangeiros.

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;
- Participação incipiente em feiras e eventos não voltados ao setor de turismo, ação que ajudaria a ampliar a promoção do destino no mercado especializado nacional ou no mercado internacional;
- Inexistência de um material promocional específico que apresentasse a estrutura disponível para eventos no destino;

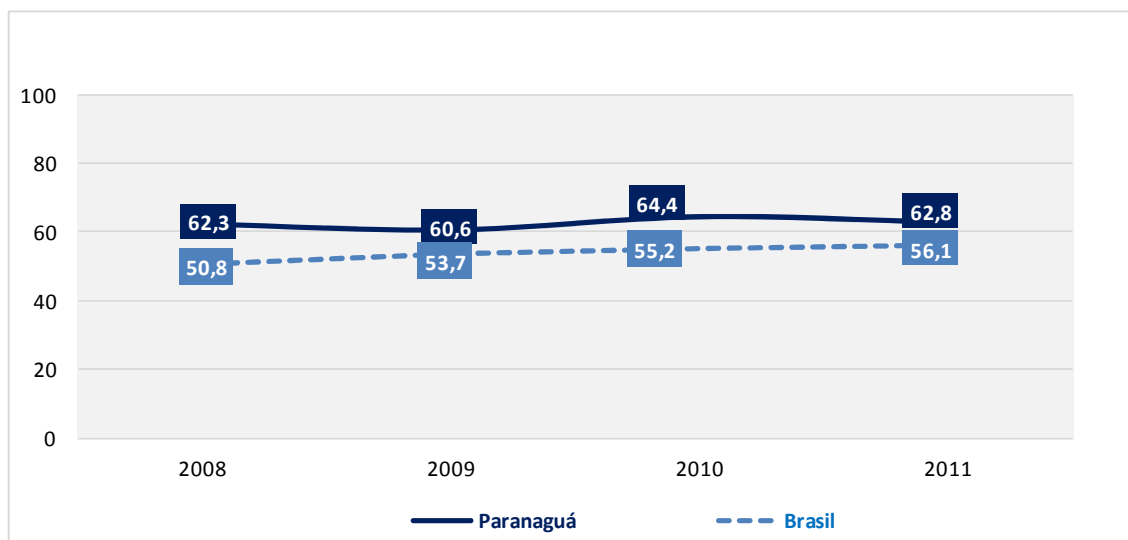
- Não existe central telefônica específica de informações turísticas através da qual os visitantes possam obter informações sobre atrativos, equipamentos e serviços disponíveis no destino;
- Faltam ações no ambiente virtual que deixem claro aos potenciais turistas a preocupação do destino em prevenir a exploração sexual de crianças e adolescentes no turismo e 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.

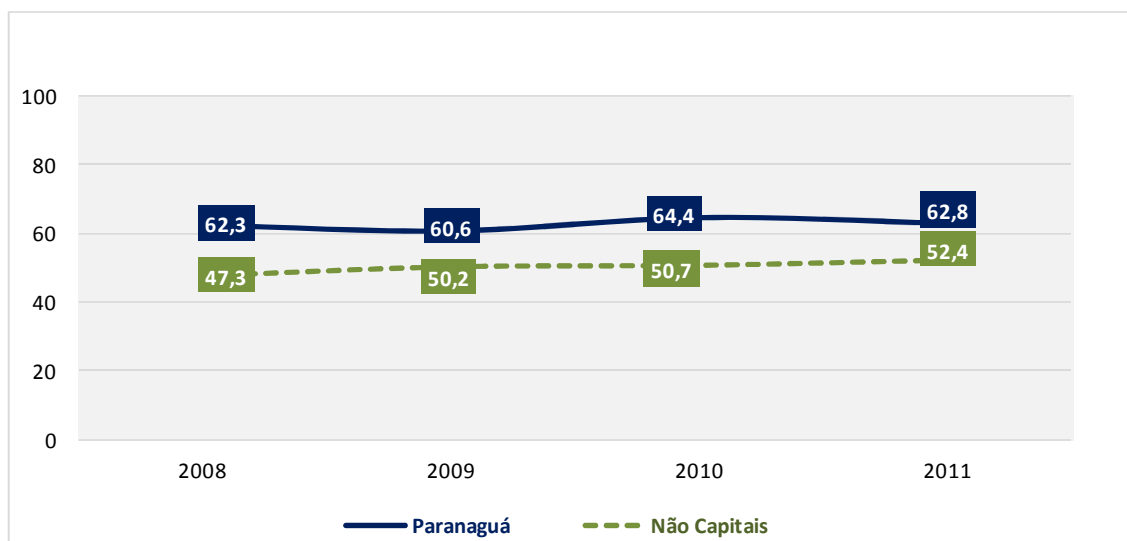
Em *Políticas públicas*, a média Brasil em 2011 foi 56,1. Paranaguá registrou 62,8 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 52,4 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

**Gráfico 15. Índices políticas públicas – destino x não capitais: 2008-2011**



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

- Existência de um órgão municipal com a atribuição exclusiva de coordenar ou incentivar o desenvolvimento do turismo, que dispõe de recurso próprio proveniente de um fundo voltado para o turismo;
- No ano anterior, a FUMTUR – Fundação Municipal de Turismo – desenvolveu projetos em conjunto com outras secretarias em atividades relacionadas ao turismo, entre elas, Secretaria de Meio Ambiente, Secretaria de Planejamento, Secretaria de Agricultura, Secretaria de Segurança e Secretaria de Saúde;
- Presença de uma instância de governança local ativa – em formato de Conselho Municipal de Turismo – dedicada ao acompanhamento da atividade turística;
- 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;
- Existe um Plano Diretor Municipal, revisado recentemente;
- O destino conta com planejamento formal para o setor de turismo, o Plano de Desenvolvimento Turístico;
- Foram realizadas ações e projetos executados em parceria com a iniciativa privada e com entidades de classe representativas do setor ao longo do ano anterior.



Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

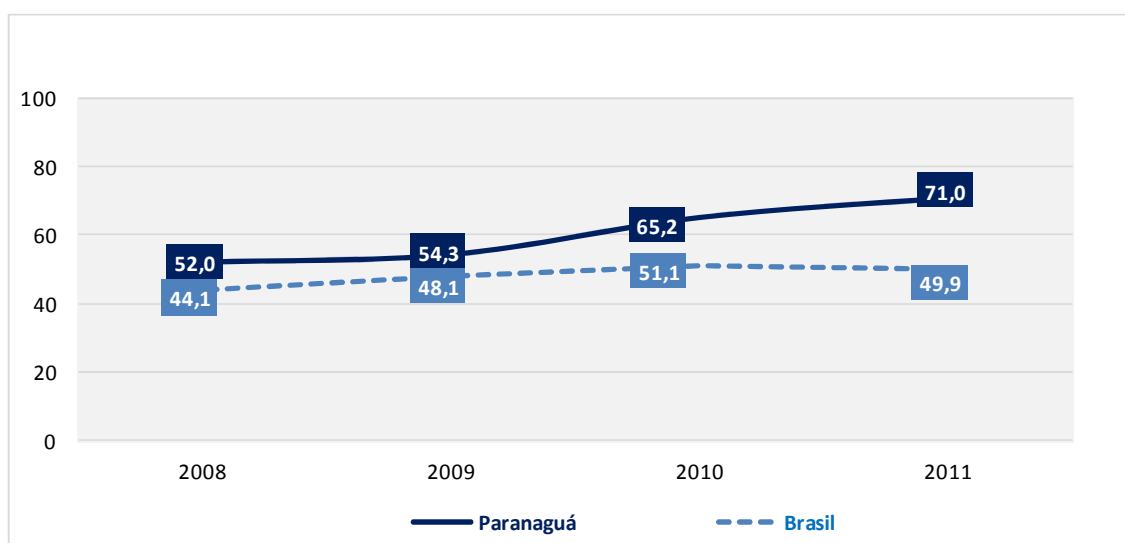
- O destino não recebeu recursos de emendas parlamentares para o turismo no ano anterior, segundo lei orçamentária anual de 2010;
- O município não recebeu, no ano anterior, investimentos diretos do governo estadual em projetos que visam a competitividade do turismo;
- A cidade de Paranaguá não participou de nenhum programa de modernização administrativa ou fiscal na gestão municipal nos últimos cinco anos;
- O Plano Diretor Municipal não contempla o turismo como parte do planejamento do município.

### 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.

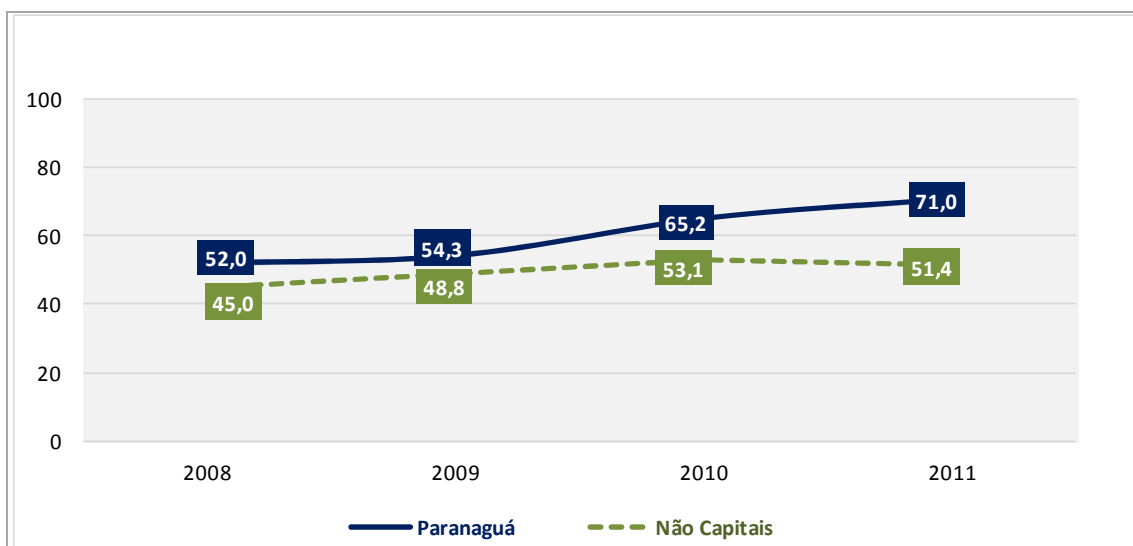
Em *Cooperação regional*, a média Brasil em 2011 foi 49,9. Paranaguá registrou 71,0 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 51,4 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

**Gráfico 17. Índices cooperação regional – destino x não 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 – ADETUR Litoral – que conta com a participação ativa de diversos atores do segmento turístico da Região Litoral do Paraná e está formalmente constituída seguindo os princípios do Programa de Regionalização do Ministério do Turismo;
- A instância regional dispõe de um gestor executivo com dedicação parcial à coordenação, realiza parcerias com os setores públicos e privados dos municípios que representa, mantém reuniões mensais, conta com recurso próprio e dispõe de suporte para a condução de suas atividades;
- Foram realizadas ações para mobilizar atores do segmento turístico do destino para a importância da cooperação regional, no ano anterior;
- Existem projetos de cooperação regional compartilhados entre o município avaliado e outros destinos da Região Litoral do Paraná;
- Existência de um plano de desenvolvimento turístico integrado para a região, no qual estão previstas responsabilidades e metas de mercado e cujas ações e projetos contemplam o município avaliado;

- Além disso, o destino integra roteiros regionais, comercializados por operadores e agências, elaborados com informações de um inventário 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 estudos de capacidade de carga dos atrativos;
- No ano anterior, o destino participou de eventos para a promoção e comercialização dos roteiros regionais e da região turística dos quais faz parte, e realizou ações promocionais, em parceria com outros destinos da mesma região, com agentes e operadores de turismo receptivo;
- Existência de uma página institucional da região turística na internet – acessível pelo endereço [www.vouprolitoral.com.br](http://www.vouprolitoral.com.br);
- O destino produz e coproduz material promocional da região da qual faz parte.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

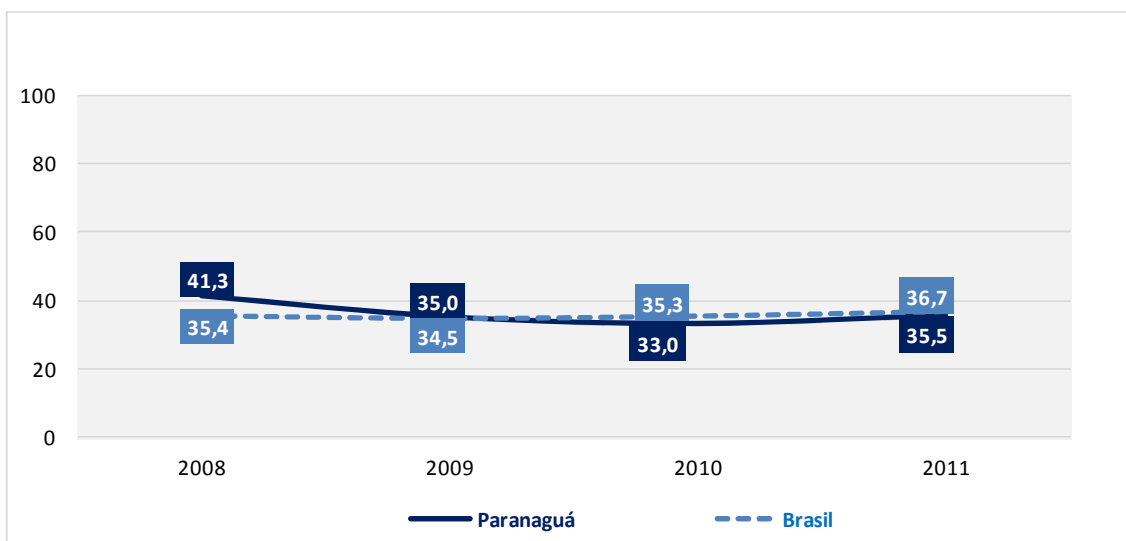
- A elaboração dos roteiros regionais dos quais o destino faz parte não considerou o monitoramento dos impactos socioculturais e econômicos;
- O destino não participa de consórcio público ligado a projetos turísticos com outro destino de sua região turística

### 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.

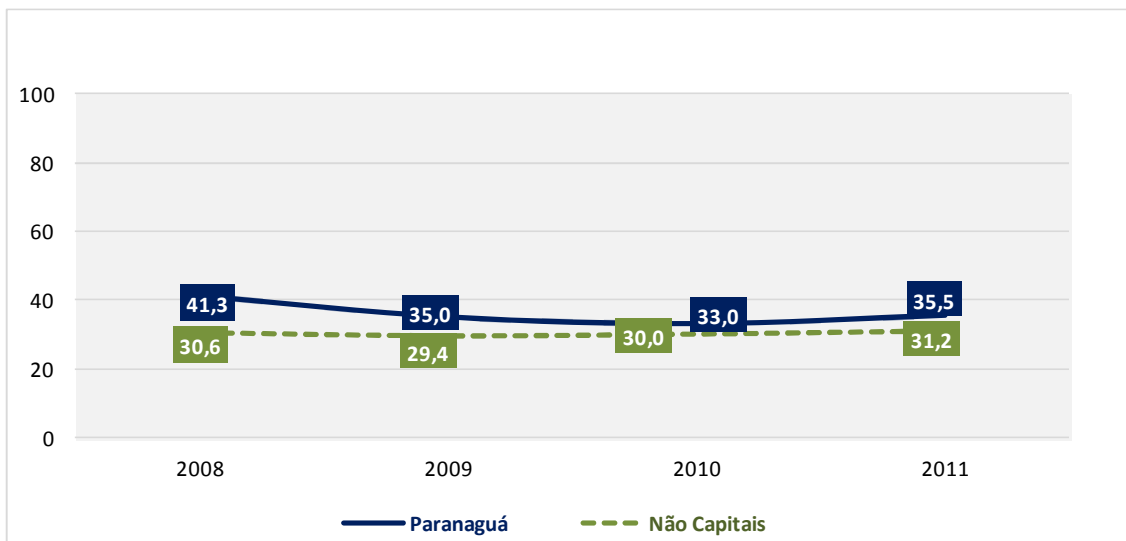
Em *Monitoramento*, a média Brasil em 2011 foi 36,7. Paranaguá registrou 35,5 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 31,2 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

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



Na dimensão *Monitoramento*, o indicador de Paranaguá 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;
- Aproveitamento e divulgação dos dados coletados na pesquisa de demanda e de oferta em planejamento, políticas públicas e ações de marketing e promoção.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

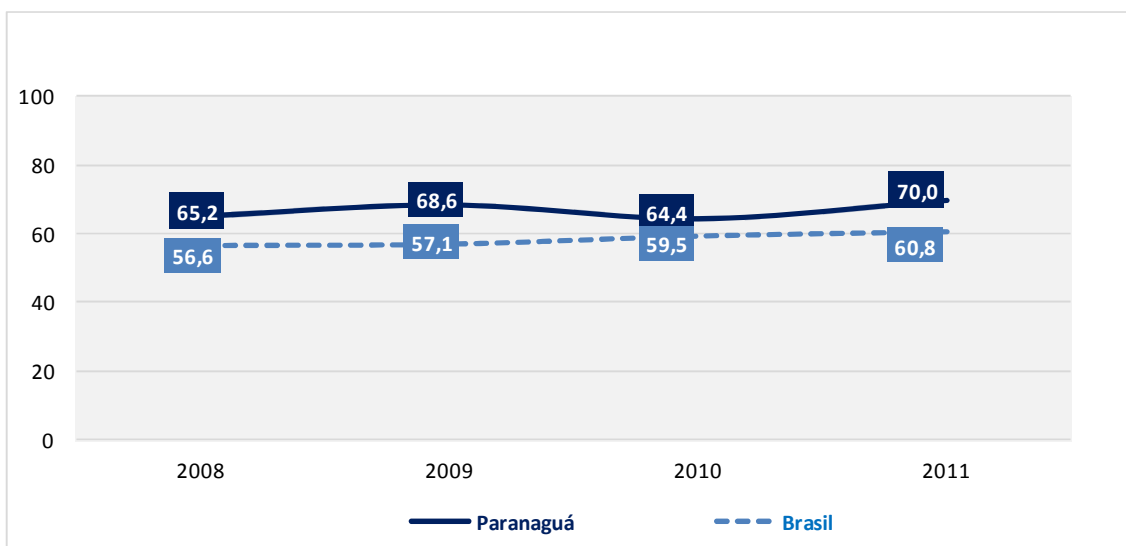
- Ausência de um sistema de indicadores de desempenho do setor do turismo;
- Não há um conjunto técnico de estatísticas turísticas, tampouco relatórios de conjuntura turística dos segmentos relacionados ao turismo;
- O destino não acompanha os objetivos da política em turismo em nível estadual e em nível federal;
- Não há monitoramento dos impactos econômicos, sociais, ambientais e culturais 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.

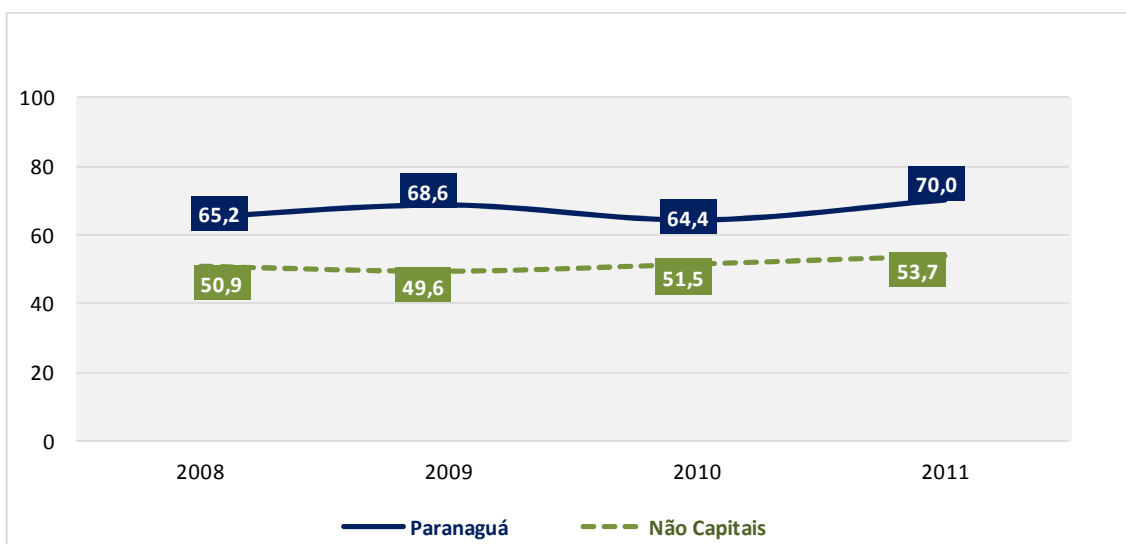
Em *Economia local*, a média Brasil em 2011 foi 60,8. Paranaguá registrou 70,0 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 53,7 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

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



O indicador de Paranaguá 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;
- O município aplica políticas de incentivo à formalização de estabelecimentos comerciais e de prestadores de serviços, como as ações realizadas pelo Sebrae;
- Existência de um polo físico de produção/negócios 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:

- Indisponibilidade de acesso gratuito à internet em locais públicos;
- O destino não oferece benefícios de isenção ou redução de impostos ou taxas para as atividades características do turismo, tampouco benefícios financeiros locais ou regionais (linhas especiais de financiamento) para empreendimentos e serviços ligados ao setor;
- Inexistência de um *Convention & Visitors Bureau* do destino ou da região da qual Paranaguá faz parte, instituição que, uma vez instalada e ativa, poderia auxiliar o município na captação de eventos, na promoção e divulgação dos atrativos e no planejamento turístico de curto, médio e longo prazo.

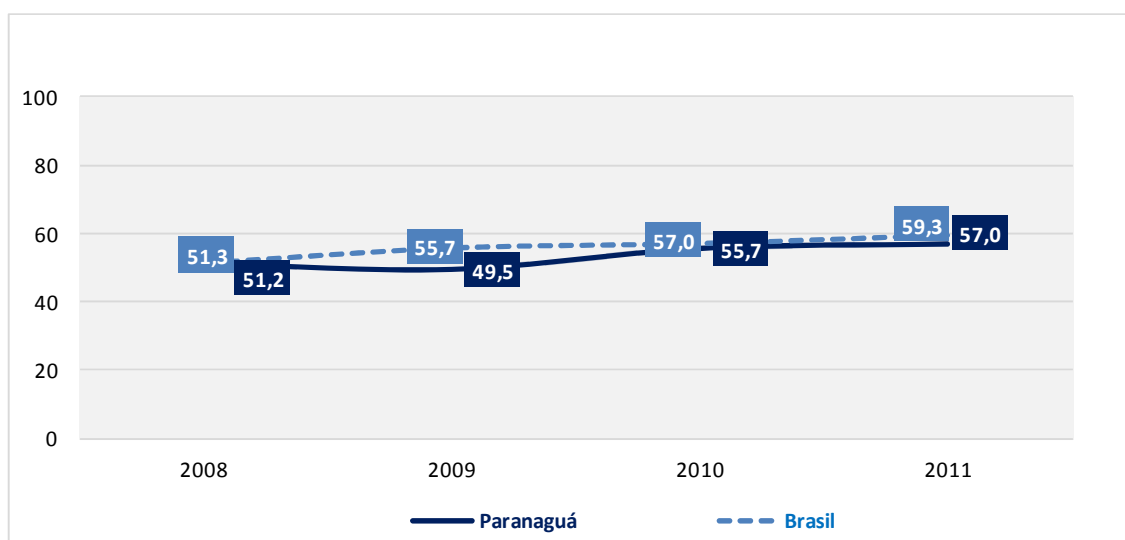
Além destes fatores, dados econômicos de fontes secundárias também foram observados, como o PIB, PIB *per capita* e volume de operações de crédito, por exemplo.

### 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. Paranaguá registrou 57,0 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

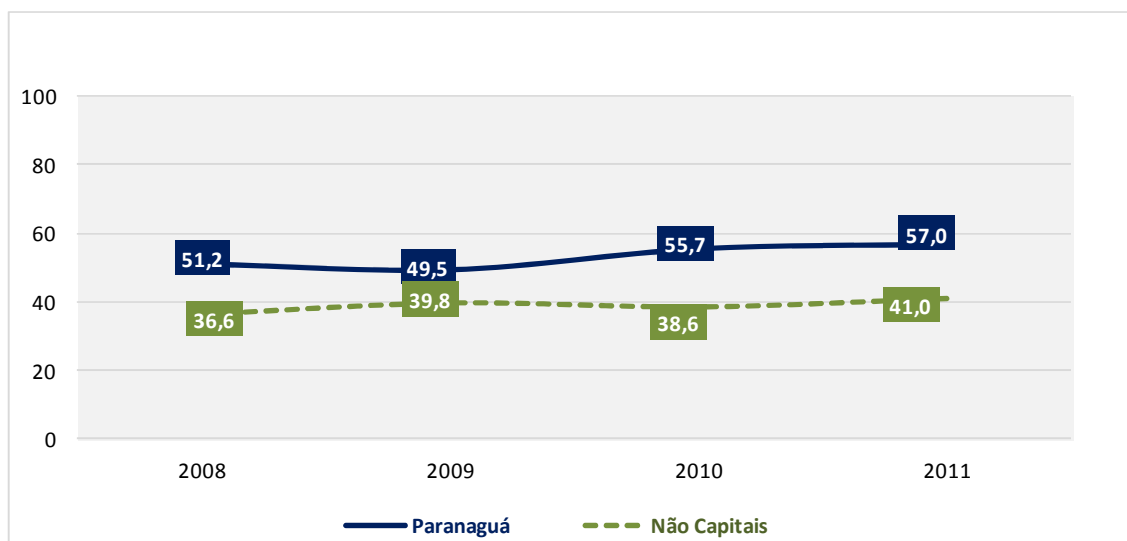
Gráfico 22. Índices capacidade empresarial – destino x Brasil: 2008-2011



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 41,0 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.



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



O indicador de Paranaguá 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;
- Em entrevistas com o empresariado local, foi constatado que existe pessoal local qualificado para trabalhar em cargos de supervisão e administrativos em meios de hospedagem;
- Aplicação de programa de qualificação especificamente voltado para empresários ou gerentes de empreendimentos turísticos, como os cursos oferecidos pelo Sebrae;
- Foi constatada a existência de adensamentos de empreendimentos turísticos que fomentam o empreendedorismo como arranjos produtivos locais;
- Presença de empresas de grande porte, filiais ou subsidiárias com mais de mil funcionários e de empresas que produzem e exportam mercadorias perecíveis.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

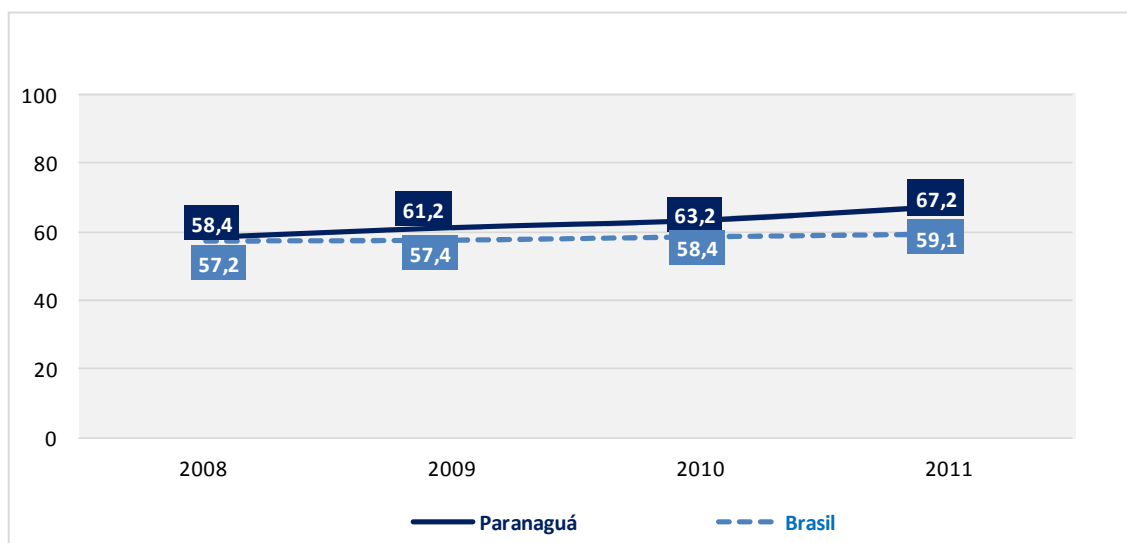
- Carência de pessoal local qualificado para trabalhar em cargos de gerência ou administrativos em operadoras e agências, e em estabelecimentos de alimentos e bebidas;
- Ausência de grupos nacionais e internacionais do setor de turismo, como redes de meios de hospedagem;
- Foram sinalizadas barreiras à entrada de novos empreendimentos turísticos – entre elas, falta de regularização fundiária e falta de incentivos fiscais.

### 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.

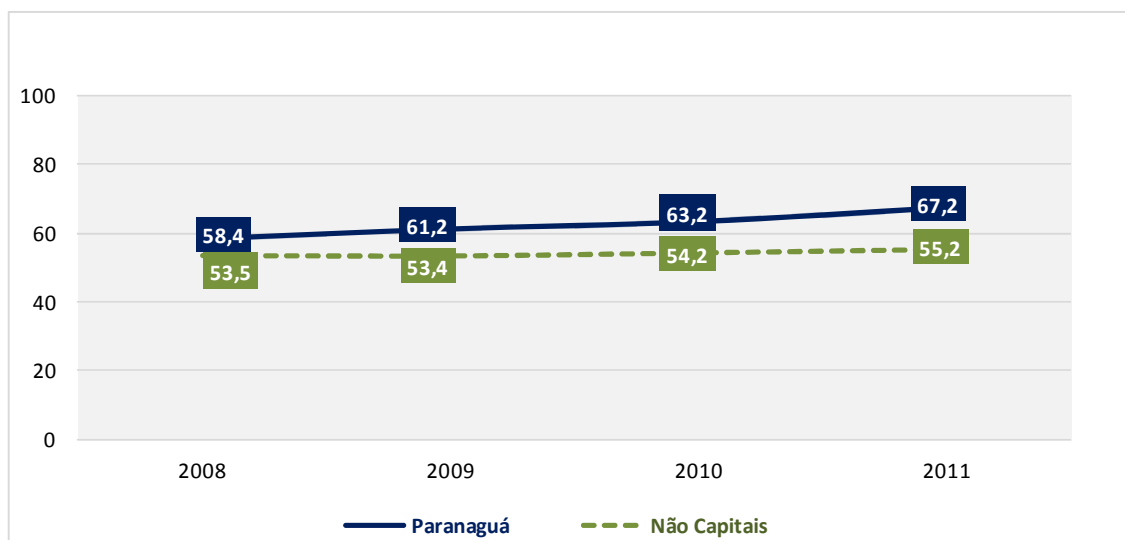
Em *Aspectos sociais*, a média Brasil em 2011 foi 59,1. Paranaguá registrou 67,2 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 55,2 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

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



O indicador de Paranaguá 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;
- São aplicados programas de incentivo ao uso dos equipamentos turísticos pela população local, ações contínuas realizadas por órgãos municipais e por parte da iniciativa privada ou entidades ligadas ao turismo como forma de alavancar a preservação dos espaços e a circulação de turistas;
- A população local se envolve na elaboração do orçamento participativo;
- O município sensibiliza constantemente os cidadãos sobre a importância da atividade turística para o destino e alerta o turista para a preservação do meio ambiente;
- A comunidade local se envolve com a atividade turística por meio do Conselho Municipal de Turismo.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Utilização de mão de obra informal durante a alta temporada, de acordo com relatos de entrevistados;
- 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.

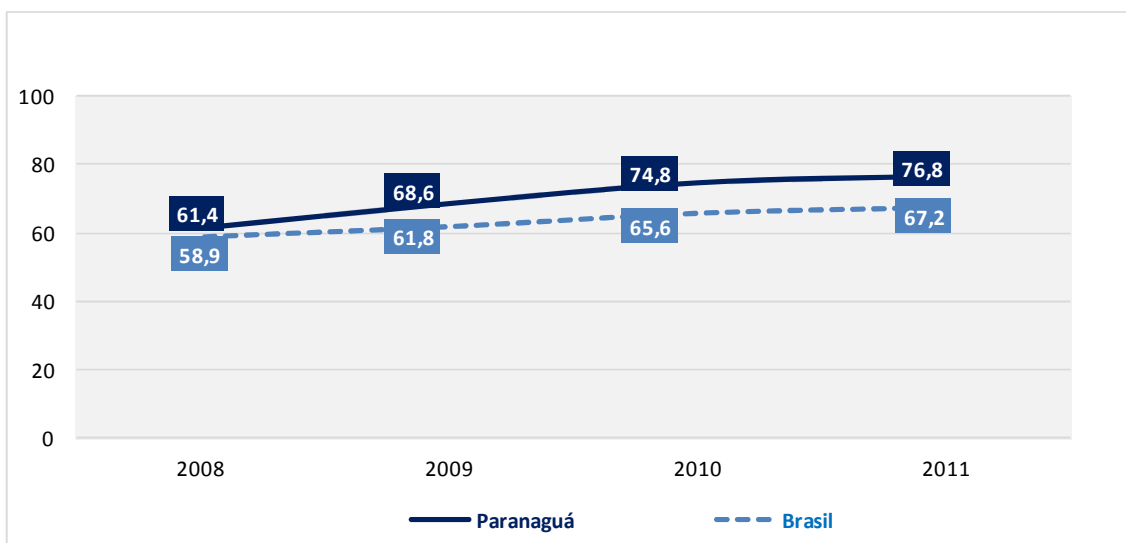
Além destes fatores, também foram considerados indicadores sociais do município, como percentual de habitantes com acesso ao ensino, Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB) e Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M), dentre outros.

### **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.

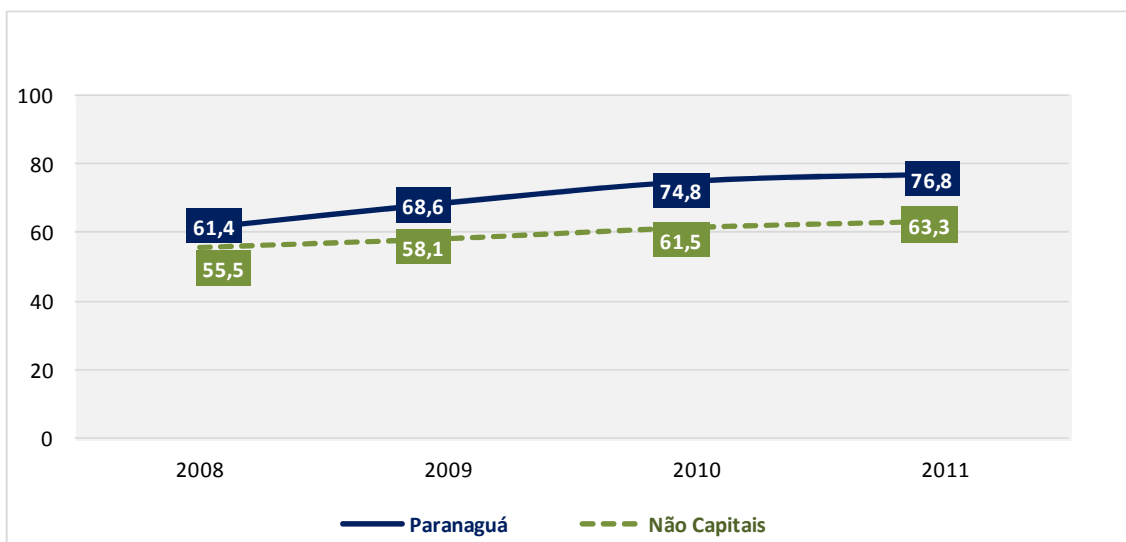
Em *Aspectos ambientais*, a média Brasil em 2011 foi 67,2. Paranaguá registrou 76,8 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 63,3 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

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



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

- Presença de um órgão municipal com atribuição exclusiva de coordenar ou incentivar a preservação do meio ambiente, dotado de recurso próprio e que recentemente desenvolveu projetos relacionados ao turismo em conjunto com a FUMTUR;
- 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 uma rede pública de distribuição de água e estação de tratamento de água;
- 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);
- Disponibilidade de serviços de coleta seletiva residencial;
- São realizadas campanhas educativas para conscientizar a população em relação à destinação do lixo;
- Há tratamento de resíduos hospitalares gerados no destino;
- Presença de Unidades de Conservação com atividade turística em território municipal – Parque Estadual e Estação Ecológica da Ilha do Mel – 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;
- Presença de atividades potencialmente poluidoras, com alvará de funcionamento ou de localização no território municipal, como indústria química, mineradora e pedreira;

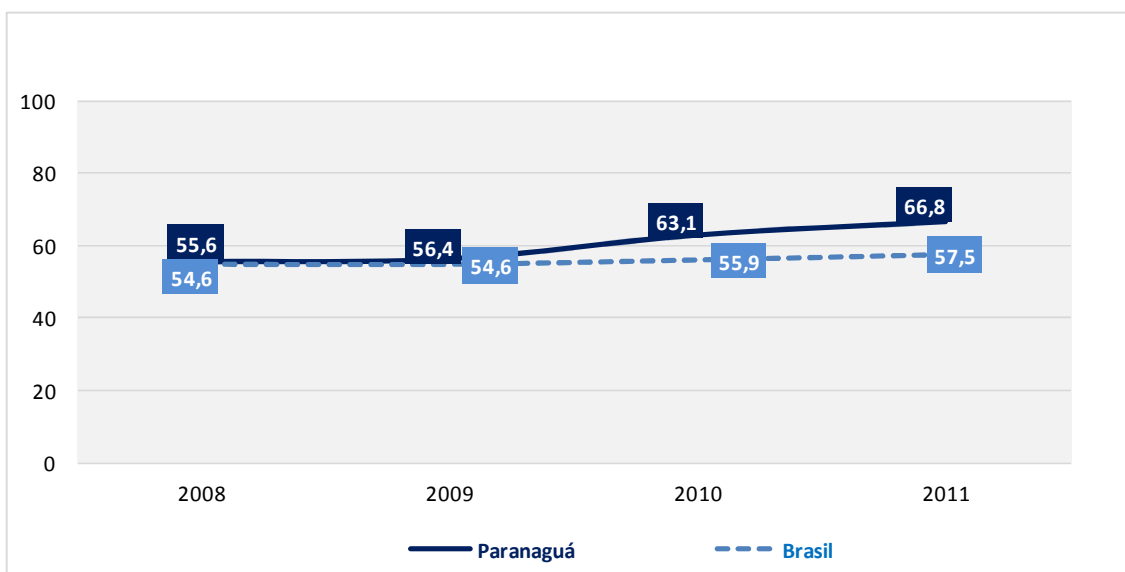
- Não há estação de tratamento de água para a sua reutilização;
- O índice de cobertura da rede pública de esgoto;
- Os resíduos sólidos residenciais e comerciais são destinados para um local sem estrutura e capacidade suficiente.

### 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.

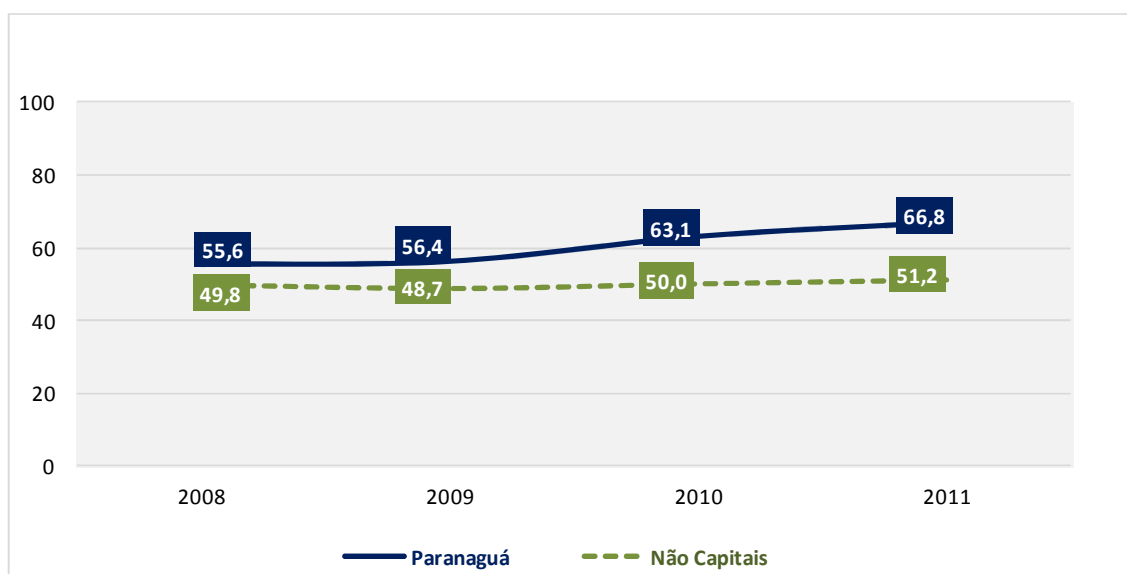
Em *Aspectos culturais*, a média Brasil em 2011 foi 57,5. Paranaguá registrou 66,8 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 51,2 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

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



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

- Existência de culinária típica pela qual o destino é reconhecido em esfera nacional – barreado, cambira, tainha com arroz lambe-lambe, rosca de fubá, entre outros;
- Existem manifestações religiosas no destino, sendo a principal delas, a Festa da Nossa Senhora do Rocio, que atrai fluxo turístico;
- Presença de grupos artísticos de manifestação popular tradicional, como os grupos de fandango;
- Existência de patrimônios históricos tombados considerados atrativos turísticos;
- Existência de sítio arqueológico tombado ou registrado – Sambaqui;
- Presença de um órgão da administração local com atribuição exclusiva de incentivar o desenvolvimento da cultura, que dispõe de recurso próprio e que, no ano anterior, compartilhou projetos ou atividades em conjunto com o órgão gestor do turismo no município;
- O destino aplica política municipal de cultura, que dentre outros benefícios ajuda a manter um calendário de manifestações culturais;
- Existência de legislação municipal de cultura e Fundo Municipal de Cultura, este último exclusivo;



- O destino aderiu ao Sistema Nacional de Cultura;
- Existe projeto de implementação de turismo cultural.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Ausência de patrimônios imateriais registrados que se constituam em atrativos turísticos;
- O Fundo Municipal de Cultura ainda não é efetivo, ou seja, os recursos não estão disponíveis para ser aplicados;
- 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 não capitais avaliadas.

Ao realizar uma análise sobre a série histórica dos resultados de Paranaguá, é possível concluir que, em 2011, houve aumento 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 *Infraestrutura geral, Acesso, Marketing e promoção do destino, Cooperação regional, Monitoramento, Economia local, Capacidade empresarial, Aspectos sociais, Aspectos ambientais e Aspectos culturais*.

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

Por fim, foi possível observar que a dimensão *Políticas públicas* apresentou regressão de indicadores quando avaliadas as edições de 2011 e 2010.

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

Dimensões	Brasil				Não Capitais				Paranaguá			
	2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2011
Índice geral	52,1	54,0	56,0	57,5	46,9	48,4	50,3	51,8	54,0	55,1	58,6	60,9
Infraestrutura geral	63,8	64,6	65,8	68,4	58,1	58,9	59,8	63,2	72,4	72,9	76,7	78,8
Acesso	55,6	58,1	60,5	61,8	47,5	49,7	52,3	53,1	45,5	48,2	48,3	50,6
Serviços e equipamentos turísticos	44,8	46,8	50,8	52,0	36,3	37,9	41,9	43,4	40,3	44,4	46,7	47,1
Atrativos turísticos	58,2	59,5	60,5	62,0	59,3	60,2	61,3	62,5	57,5	56,1	61,1	61,1
Marketing e promoção do destino	38,2	41,1	42,7	45,6	32,4	36,5	39,8	42,5	40,1	38,4	44,0	47,8
Políticas públicas	50,8	53,7	55,2	56,1	47,3	50,2	50,7	52,4	62,3	60,6	64,4	62,8
Cooperação regional	44,1	48,1	51,1	49,9	45,0	48,8	53,1	51,4	52,0	54,3	65,2	71,0
Monitoramento	35,4	34,5	35,3	36,7	30,6	29,4	30,0	31,2	41,3	35,0	33,0	35,5
Economia local	56,6	57,1	59,5	60,8	50,9	49,6	51,5	53,7	65,2	68,6	64,4	70,0
Capacidade empresarial	51,3	55,7	57,0	59,3	36,6	39,8	38,6	41,0	51,2	49,5	55,7	57,0
Aspectos sociais	57,2	57,4	58,4	59,1	53,5	53,4	54,2	55,2	58,4	61,2	63,2	67,2
Aspectos ambientais	58,9	61,8	65,6	67,2	55,5	58,1	61,5	63,3	61,4	68,6	74,8	76,8
Aspectos culturais	54,6	54,6	55,9	57,5	49,8	48,7	50,0	51,2	55,6	56,4	63,1	66,8

Fonte: FGV, MTur, Sebrae, 2012

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



Ministério do  
Turismo

