

ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE
DO TURISMO NACIONAL

65 DESTINOS INDUTORES
DO DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO REGIONAL

PARNAÍBA

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

1. ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE	4
2. ASPECTOS GERAIS	7
3. RESULTADOS	8
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.....	31
3.12 Aspectos sociais.....	34
3.13 Aspectos ambientais	36
3.14 Aspectos culturais	38
4. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE	41

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 100¹.

- **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 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

¹ 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

Parnaíba é um município localizado no estado do Piauí, na região Nordeste do país. Está distante 360 km da capital Teresina. Com uma população de 145.729 habitantes e 435,570 km² de extensão territorial, o município possui um PIB de R\$672.095.306,00 e PIB *per capita* de R\$4.638,59, segundo dados do IBGE (2010).

O destino faz parte da região turística Pólo Costa do Delta, juntamente com municípios como Luís Correia e Cajueiro da Praia. Os principais segmentos turísticos nos quais Parnaíba é comercializado são Turismo de Sol e Praia, Ecoturismo e Turismo de Aventura.

Os principais atrativos de Parnaíba, conforme constatado durante a pesquisa de campo, são o Delta do Parnaíba, a Praia da Pedra do Sal, a Lagoa do Portinho e o Porto das Barcas, além dos eventos programados Festa Junina e Parnaíba Fest.

Parnaíba conta com uma oferta de serviços e equipamentos com 27 meios de hospedagem (RAIS), 64 estabelecimentos de alimentação (RAIS) e 1 guia de turismo (CADASTUR).

3. RESULTADOS

A pesquisa em Parnaíba foi realizada entre os dias 01 e 05 de Agosto 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.

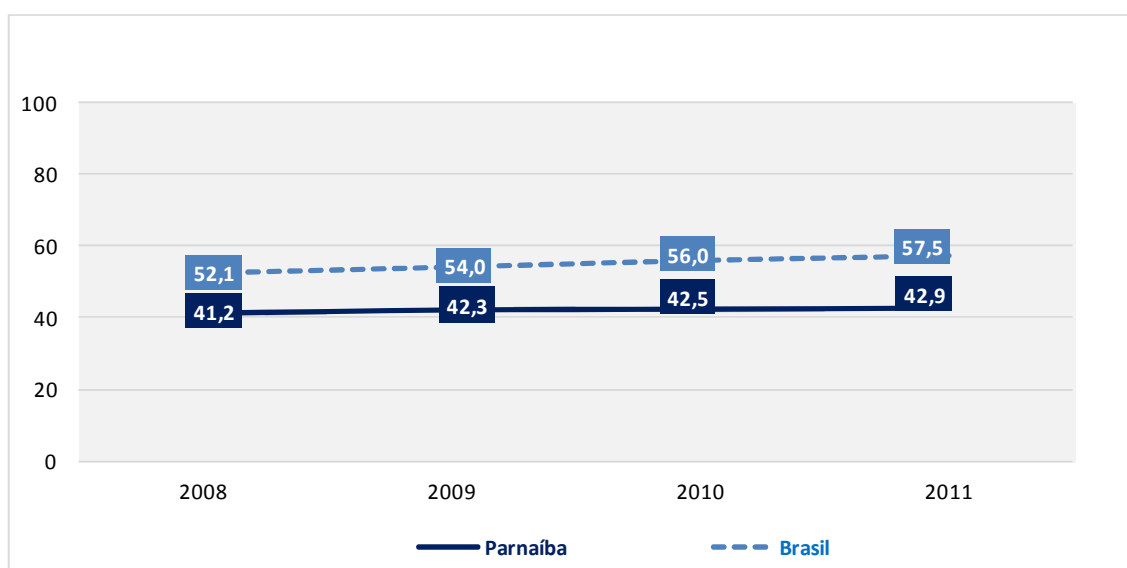
Além dos índices alcançados pelo destino em cada dimensão, serão destacados os principais fatores que contribuíram para tais resultados.

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 42,9 pontos (escala de 0 a 100). Este resultado ficou acima do índice obtido em 2010 (42,5), como é possível conferir no gráfico 1:

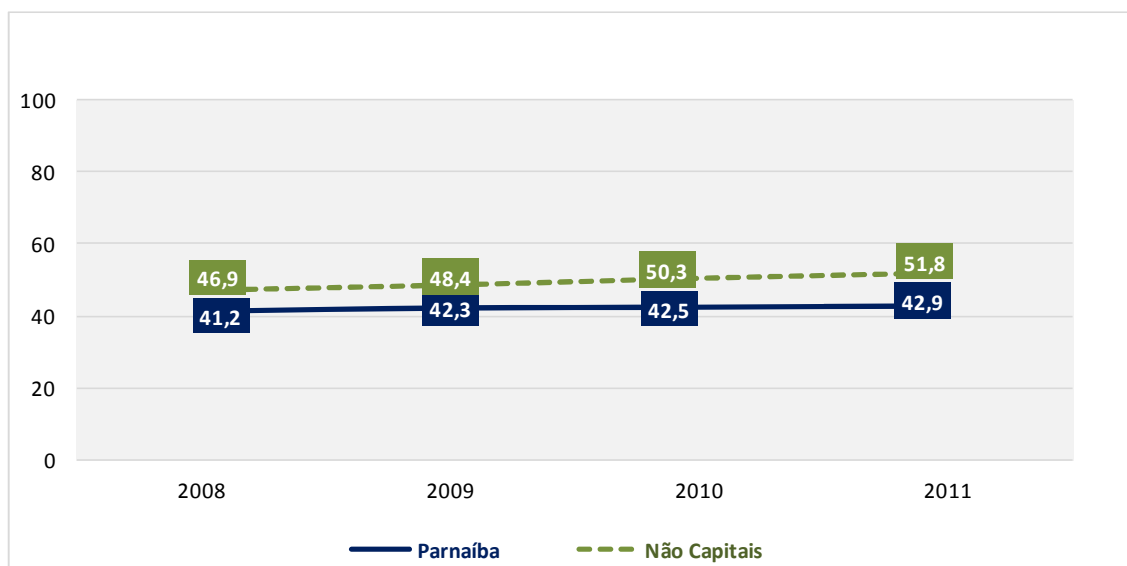
Gráfico 1. Índices gerais de competitividade – destino x Brasil: 2008-2011



É possível observar no gráfico acima o comportamento dos indicadores do destino nos últimos quatro anos da pesquisa. Em 2011, constatou-se a estabilidade do índice em relação ao ano anterior, o que fez com que o nível de competitividade do destino se mantivesse no nível 3.

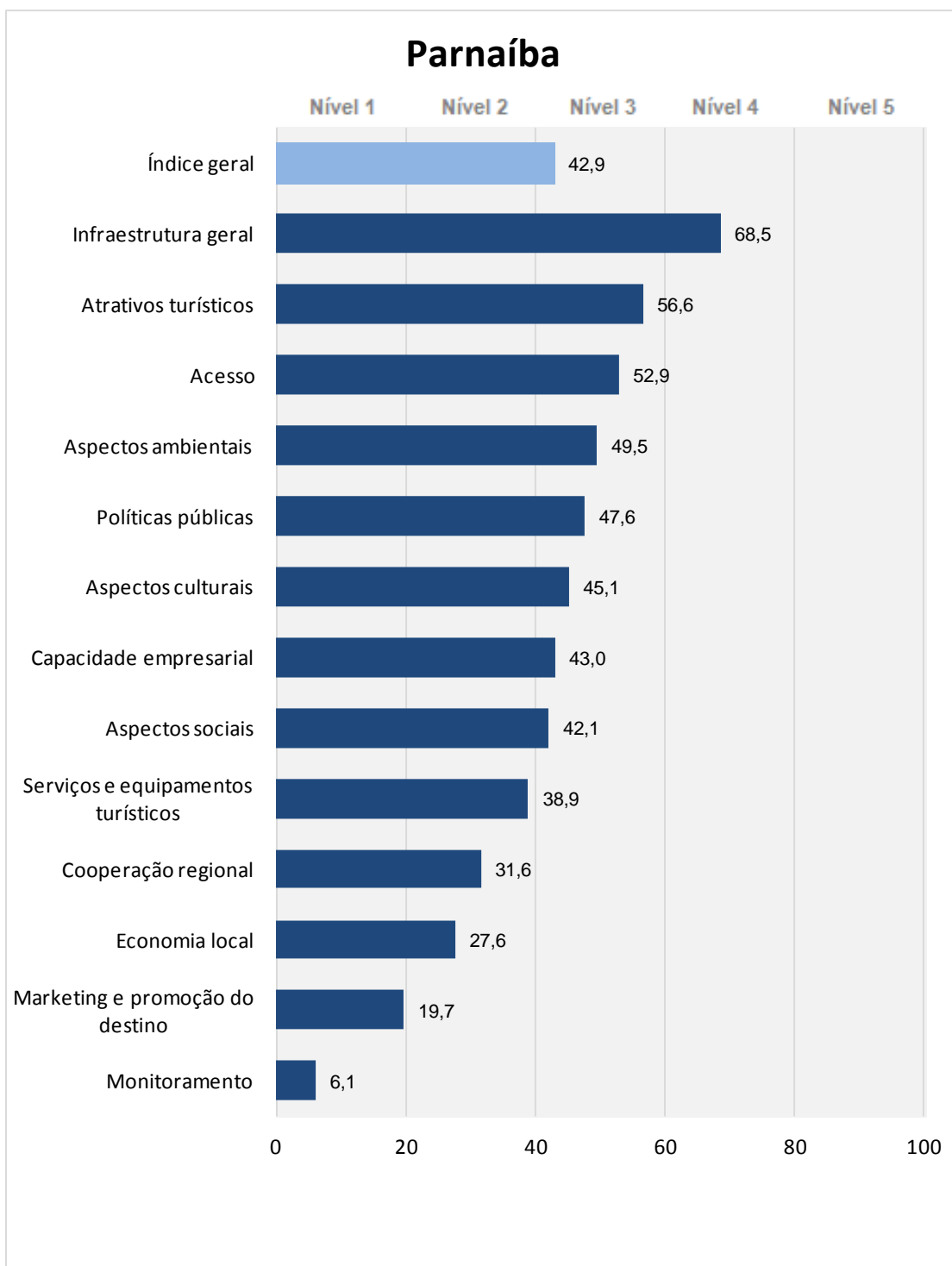
Podemos analisar o desempenho do destino juntamente com as linhas que apontam os resultados da média Brasil (gráfico 1) e das não capitais (gráfico 2), que demonstram que o índice do destino permaneceu estável, enquanto a tendência nacional foi de evolução gradual. Considerando os resultados obtidos 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, a que obteve melhor desempenho, com índices acima do nível 4 (61 a 80), foi *Infraestrutura geral*, como é possível observar no gráfico 3. Por sua vez, as dimensões que enfrentam obstáculos para superar os menores níveis de competitividade são *Serviços e equipamentos turísticos*, *Cooperação regional*, *Economia local*, *Marketing e promoção do destino* e *Monitoramento*, as quais não ultrapassaram o nível 2 (21 a 40).

Gráfico 3. Índices por dimensão em ordem decrescente de desempenho

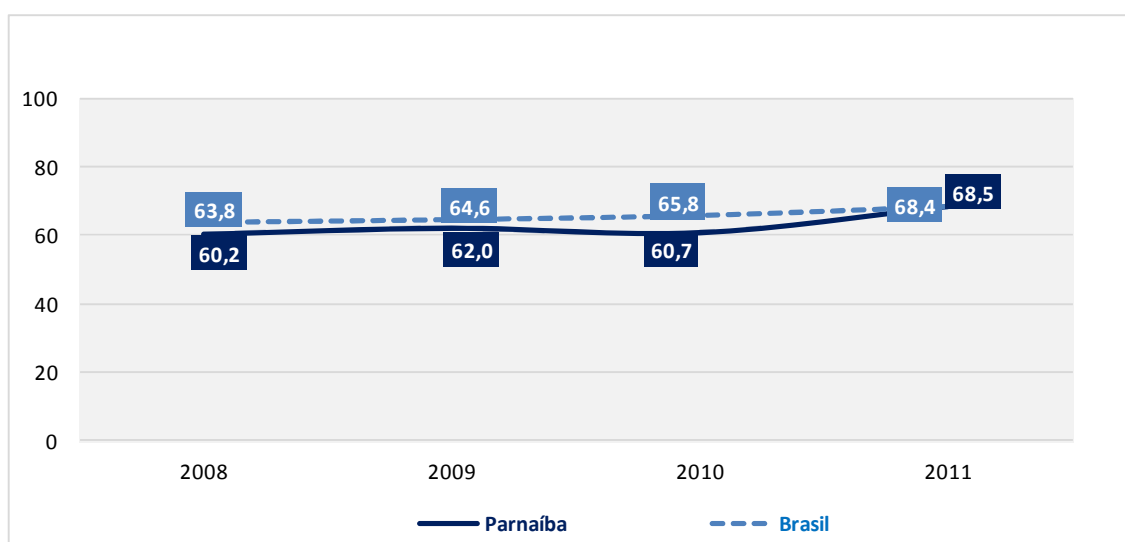


3.2 Infraestrutura geral

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.

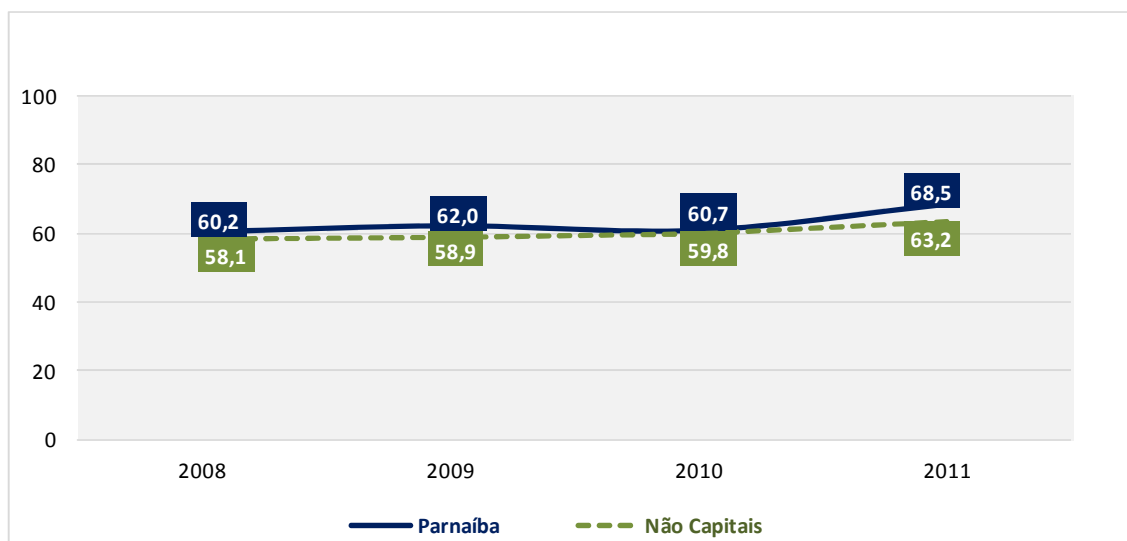
Em *Infraestrutura geral*, a média Brasil em 2011 foi 68,4. Parnaíba registrou 68,5 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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 Parnaíba 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;
- Aumento do efetivo da Polícia Militar durante a alta temporada ou durante grandes eventos;
- Aumento no 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;
- Presença de órgão responsável pela conservação urbana;
- Existência de programa para a conservação de mobiliário urbano ou de áreas verdes – Programa Adote uma Árvore que começou a ser implantado em 2011.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- O fornecimento descontínuo de energia elétrica no período de alta temporada;
- Ausência de um grupamento da Polícia Militar especializado no atendimento ao turista;
- Inexistência de um programa de proteção ao turista na Polícia Civil;

- Conservação do mobiliário urbano nas áreas turísticas (lixeiros e telefones públicos em mau estado de conservação na Praia da Pedra do Sal e próximo à Catedral Nossa Senhora das Graças);
- Não há espaços específicos para o estacionamento ou a parada (embarque e desembarque) de veículos turísticos nas áreas turísticas.

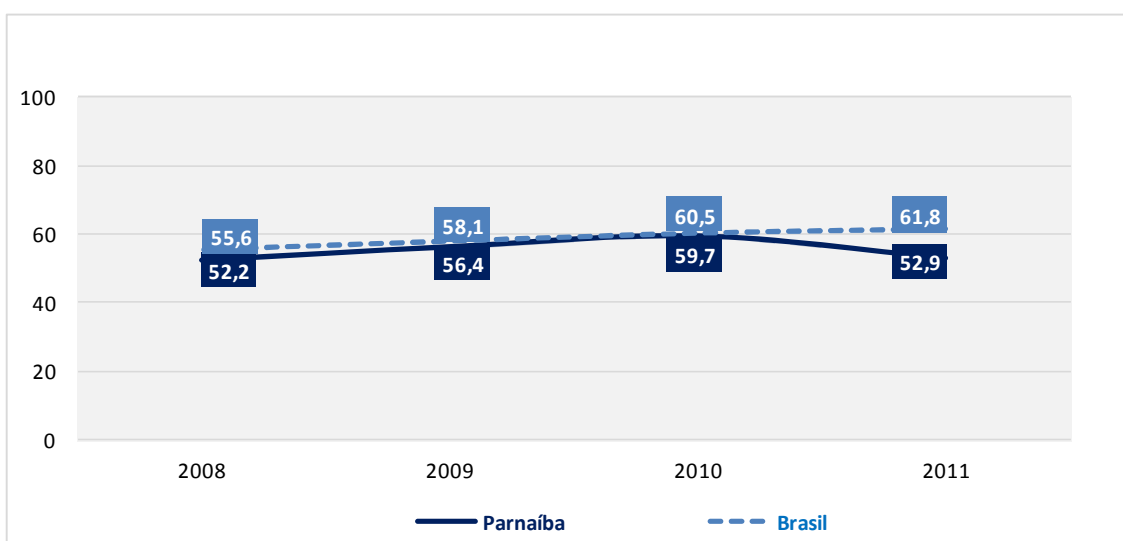
Além destes fatores, foram considerados na composição do índice números de saúde, como a expectativa de vida da população, número de estabelecimentos com atendimento de urgência, número de postos ambulatoriais de atendimento, número de profissionais de saúde e número de leitos.

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.

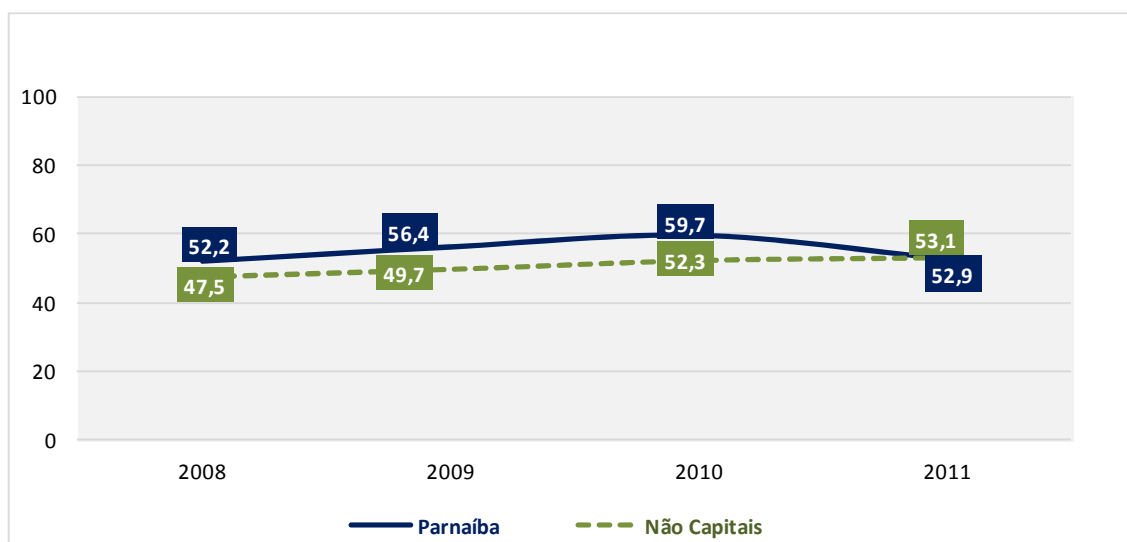
Em Acesso, a média Brasil em 2011 foi 61,8. Parnaíba registrou 52,9 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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 de Teresina - Senador Petrônio Portella;
- Variedade de opções de transporte público ou concessões para atender àqueles que desembarcam no terminal aéreo que atende ao destino, em Teresina – ônibus convencional, ônibus executivo com ar-condicionado e táxi convencional –, conforme foi possível constatar durante a visita técnica;
- As condições da principal rodovia de acesso de fluxo turístico ao destino – BR 343;
- Existência de um terminal rodoviário no destino;
- Oferta de ligações aéreas diretas entre o aeroporto que atende ao município – Teresina – e seus principais centros emissores de turistas nacionais.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

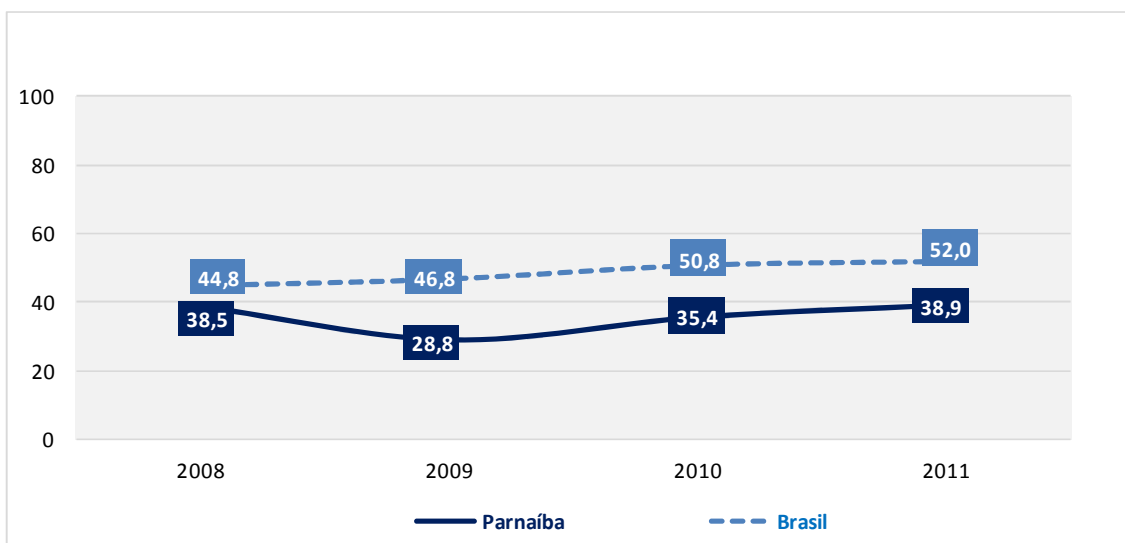
- Inexistência de fluxo turístico regular (vôos charters ou linhas comerciais regulares) para o aeroporto dentro do território municipal ou em município limítrofe. No momento da pesquisa de campo, não havia atividade comercial de voos regulares ou voos *charters* para o Aeroporto Internacional de Parnaíba - Prefeito Dr. João Silva Filho;
- Distância entre o aeroporto que atende ao município (Aeroporto de Teresina Senador Petrônio Portella) e o centro do destino – acima de 100 Km;
- Estrutura disponível no terminal rodoviário que atende ao destino – a rodoviária não possui departamento médico, tampouco facilidades para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzidas, e os banheiros e lixeiras do local não estão bem conservados;
- Inexistência de um terminal aquaviário que atende ao destino;
- Inexistência de uma linha regular de transporte turístico (ônibus ou similar) que interliga os principais atrativos do destino;
- Existência de congestionamentos durante a alta temporada;
- Carência de vagas para estacionamento nas áreas turísticas, especialmente durante a alta temporada;
- 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.

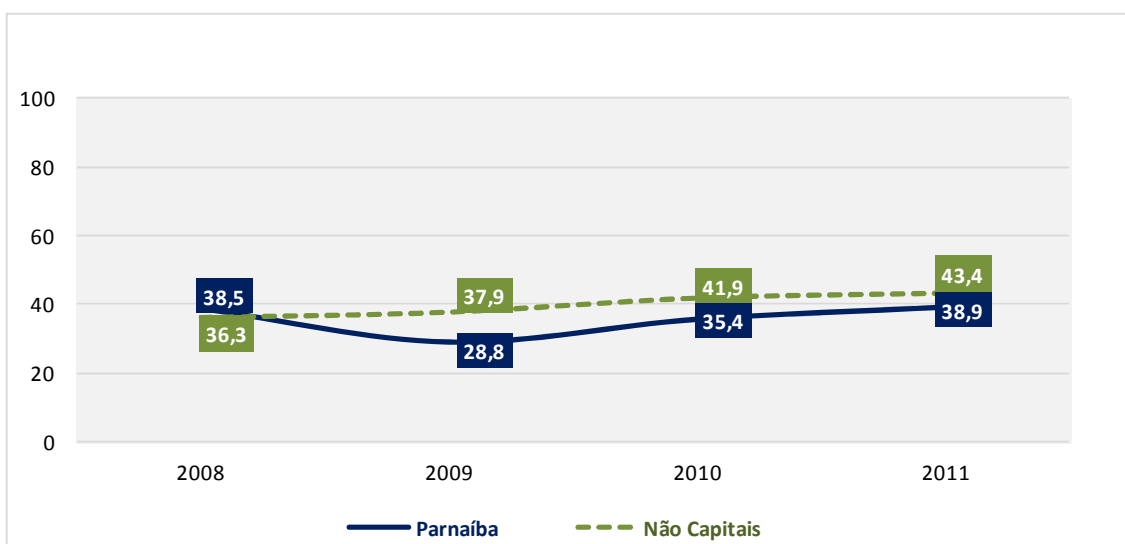
Em *Serviços e equipamentos turísticos*, a média Brasil em 2011 foi 52,0. Parnaíba registrou 38,9 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Oferta de sinalização turística viária nos padrões internacionais recomendados;
- Existência de uma organização representativa dos meios de hospedagem, que discute e defende os interesses dos empreendimentos do destino;
- Presença de empresas de receptivo que oferecem diversos serviços aos turistas, inclusive com atendimento em idiomas estrangeiros;
- Existência de uma organização de condutores de turismo que representa a atividade;
- Presença no município de instituições de qualificação profissional que ofertam cursos livres, técnicos e de graduação e capacitação nas áreas relacionadas ao turismo, como bares e restaurantes, hotelaria e agentes de viagens;
- 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:

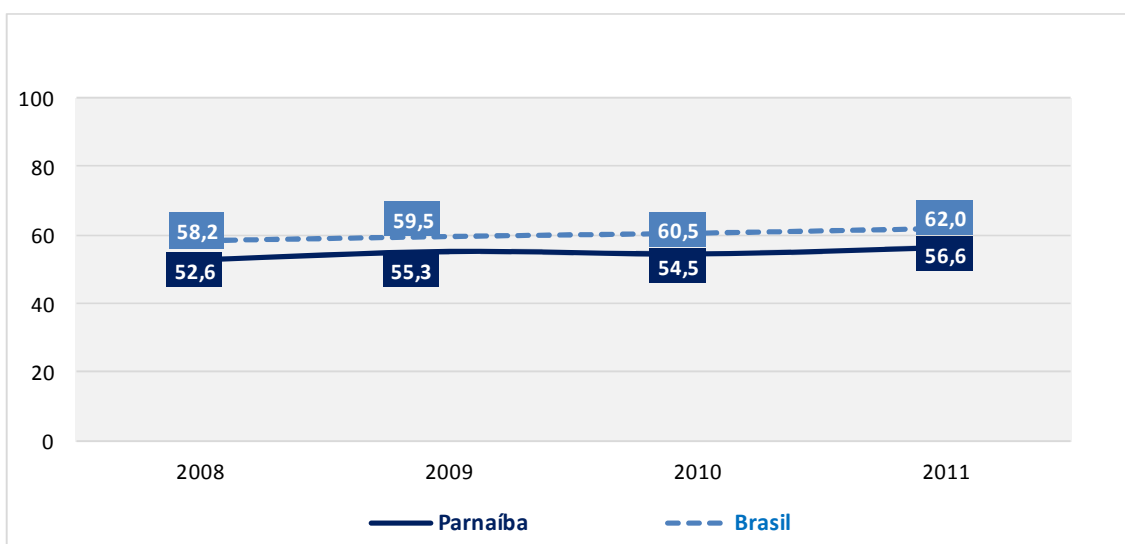
- Cobertura da sinalização turística viária inadequada e o estado de conservação dessa sinalização – como foi possível constatar durante visita técnica ao município entre os dias 01/08/2011 e 05/08/2011;
- Ausência de sinalização turística viária em idioma estrangeiro;
- Inexistência de sinalização turística descritiva ou interpretativa nos atrativos;
- Inexistência de centro de atendimento ao turista;
- Ausência de um centro de convenções que atenda ao destino;
- A maioria dos meios de hospedagem não disponibiliza acesso à internet nas unidades habitacionais e não cumpre quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida;
- Não existe incentivo formal para que meios de hospedagem e estabelecimentos de alimentação priorizem a questão ambiental e de sustentabilidade;
- 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.

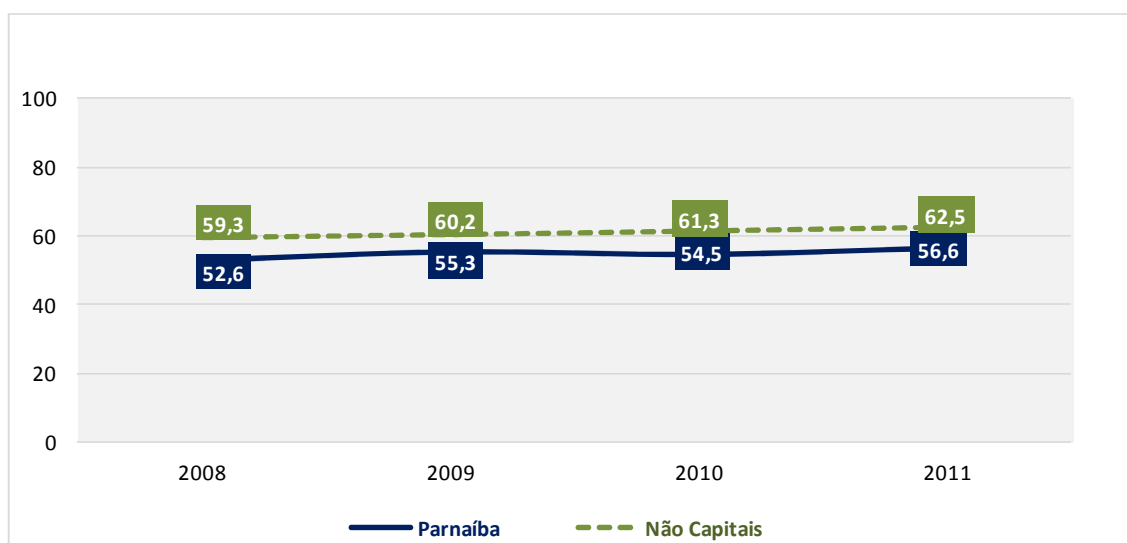
Em *Atrativos turísticos*, a média Brasil em 2011 foi 62,0. Parnaíba registrou 56,6 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das 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 Parnaíba 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 – Delta do Parnaíba –, conforme pode ser observado em visita técnica realizada entre os dias 01/08/2011 e 05/08/2011;
- O destino conta com atrativos culturais para os quais há fluxo turístico, tendo sido o principal indicado o Porto das Barcas;
- Há estrutura de apoio aos visitantes no principal atrativo cultural indicado;
- Existência de eventos programados que atraem turistas;
- Estrutura disponível no local em que acontece o principal evento programado indicado – Festa Junina –, além da conservação urbanística e ambiental do entorno deste local.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Inexistência de estudo de capacidade de carga ou suporte para o principal atrativo natural, a fim de minimizar o impacto da atividade turística sobre os recursos;

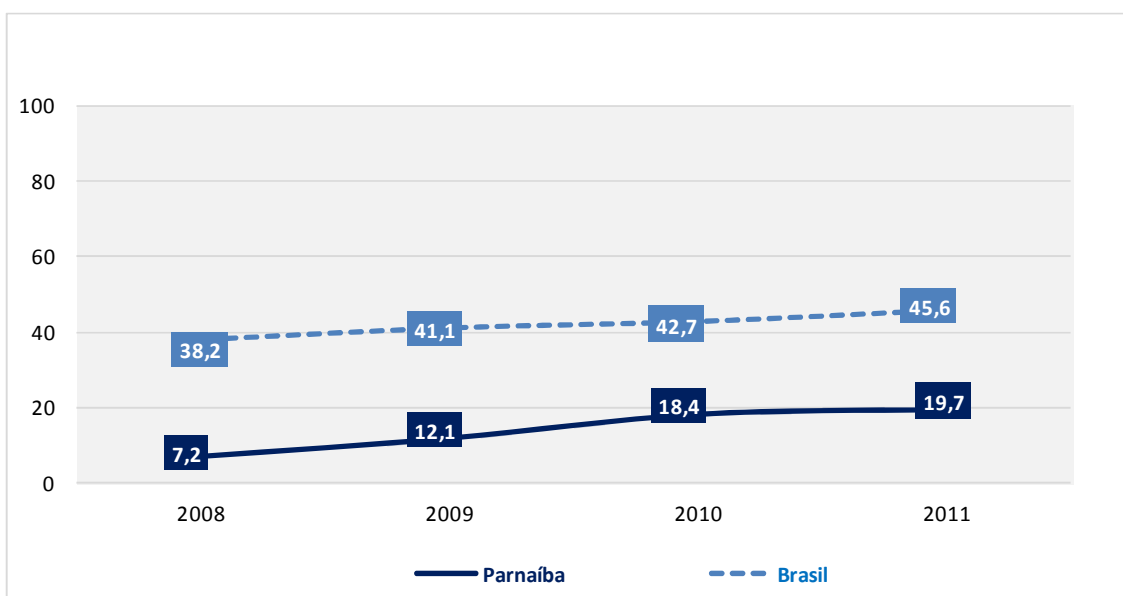
- Carência de recursos que viabilizem o acesso ou circulação de pessoas com deficiência no Delta do Parnaíba;
- A carência de estudo de capacidade de carga aplicado ao principal atrativo cultural e ao principal evento programado indicado;
- Não há condições de acessibilidade para pessoas com deficiência no Porto das Barcas;
- A falta de recursos que confirmem acessibilidade para pessoas com deficiência no local em que acontece o principal evento programado;
- O destino não dispõe de atrativo de realização técnica, científica ou artística para o qual haja fluxo turístico efetivamente técnico.

3.6 Marketing e promoção do destino

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

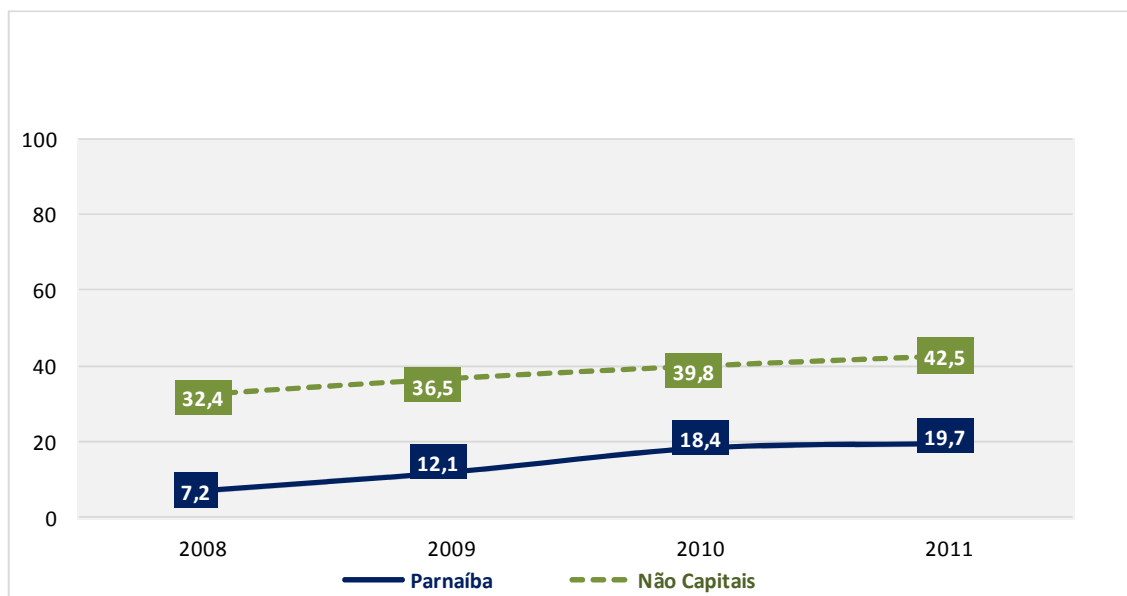
Em *Marketing e promoção do destino*, a média Brasil em 2011 foi 45,6. Parnaíba registrou 19,7 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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, acima do resultado do destino nesta dimensão.

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



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

- Existe material promocional institucional do destino que passa por revisão ortográfica profissional em português;
- Oferta de uma agenda de eventos impressa, disponível para consulta gratuitamente;
- Parnaíba mantém um serviço de assessoria de imprensa para atender a mídia, realizado regularmente;
- A principal página de turismo do destino – acessível pelo endereço www.deltadoparnaiba.com.br – divulga informações de outros destinos da região turística em que Parnaíba está inserida.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

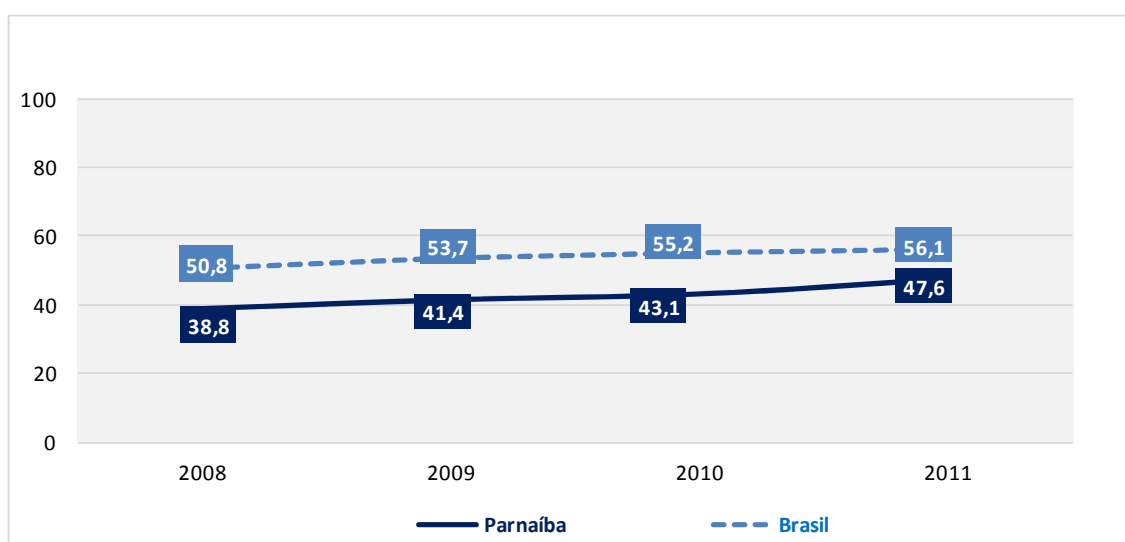
- Inexistência de um plano de marketing formal para o destino, o qual poderia ser elaborado com a colaboração de diversos atores, contendo metas e responsabilidades definidas, fundamentado em pesquisa sobre a demanda turística, contemplando a relação com agências e operadoras e definindo indicadores de desempenho;
- Não existe nenhum plano similar de marketing regional, que o contemple com ações e metas de mercado para o turismo no destino;
- O município não participa de feiras e eventos do setor de turismo, de forma contínua e institucionalizada, tampouco de feiras e eventos não voltados ao setor de turismo, ações que ajudariam a ampliar a promoção do destino no mercado especializado nacional e no mercado internacional;
- O destino não promoveu qualquer evento próprio para divulgar seus atrativos e equipamentos fora de seu território nos últimos cinco anos;
- O material promocional do destino Parnaíba não é produzido em idioma estrangeiro, não alerta o visitante sobre ações de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes, tampouco sobre a importância de preservar o meio ambiente;
- 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 página institucional do município na internet – acessível pelo endereço www.parnaiba.pi.gov.br – não traz informações turísticas;
- Não há informações em idioma estrangeiro na principal página de turismo de Parnaíba indicada – www.deltadoparnaiba.com.br – e 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.

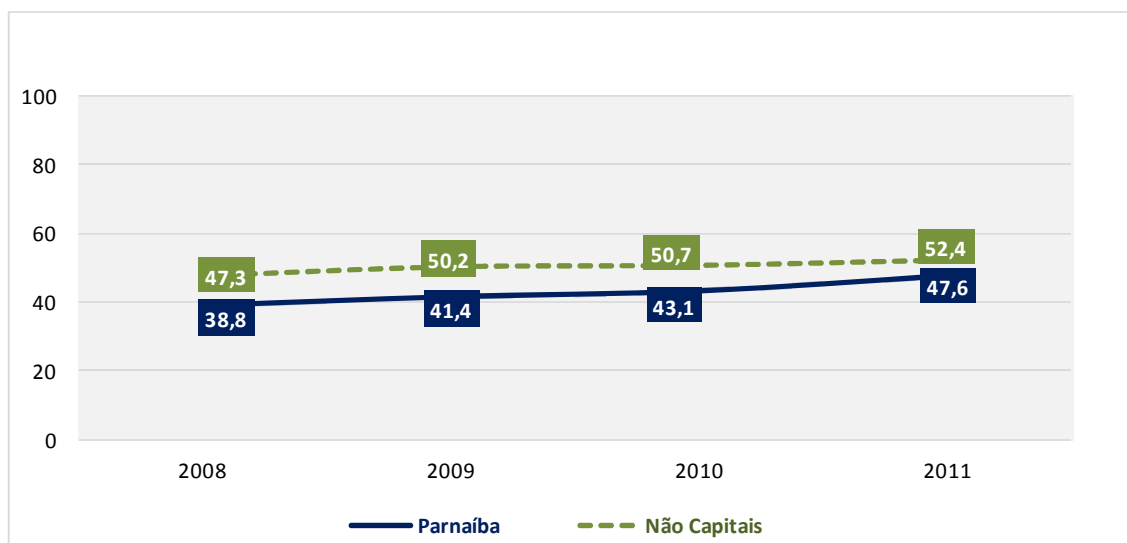
Em *Políticas públicas*, a média Brasil em 2011 foi 56,1. Parnaíba registrou 47,6 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 52,4 pontos, acima 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 uma secretaria municipal com a atribuição exclusiva de coordenar ou incentivar o desenvolvimento do turismo – Secretaria Municipal de Turismo;
- Foram recebidos recursos provenientes de emendas parlamentares, segundo lei orçamentária anual de 2010;
- Houve, no ano anterior, investimentos diretos do governo estadual em projetos que visavam a competitividade do turismo;
- Além de atuar em cooperação com o Ministério do Turismo em programas ou convênios, o destino registrou investimentos diretos do governo federal em projetos ligados ao turismo, também no ano anterior;
- O destino participou de programa de modernização administrativa ou fiscal na gestão municipal nos últimos cinco anos – Programa de Modernização de Arrecadação Tributária - PMAT;
- Existe um Plano Diretor Municipal que contempla o setor de turismo.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

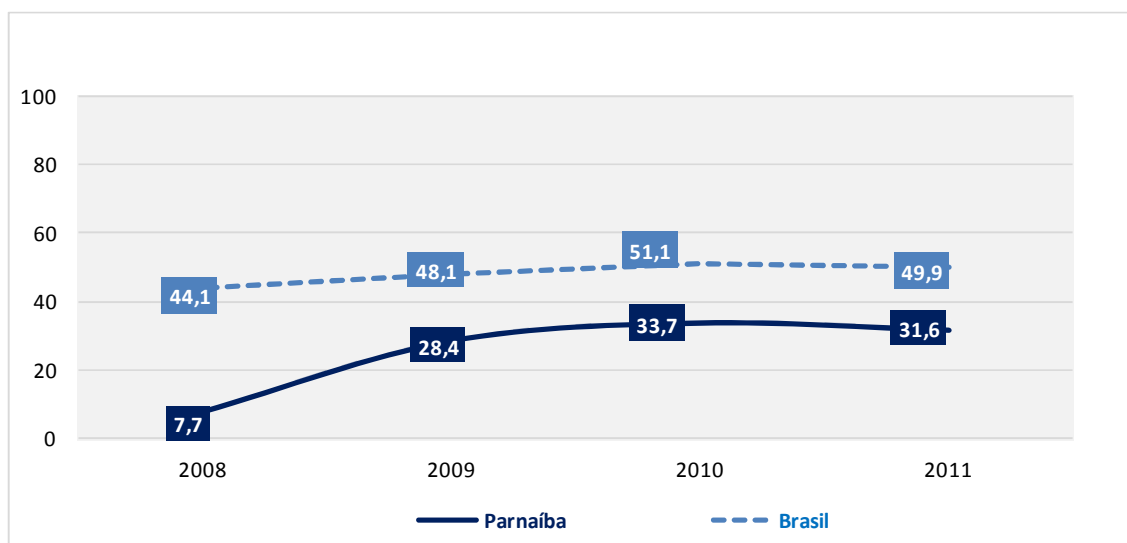
- O órgão gestor de turismo não dispõe de recurso próprio para coordenar e incentivar o desenvolvimento do setor;
- Não foram desenvolvidos projetos em conjunto com outras secretarias em atividades relacionadas ao turismo no último ano;
- Verificou-se que o Conselho Municipal de Turismo do destino está inativo;
- Não há representação do município junto ao Fórum Estadual de Turismo;
- Parnaíba 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.

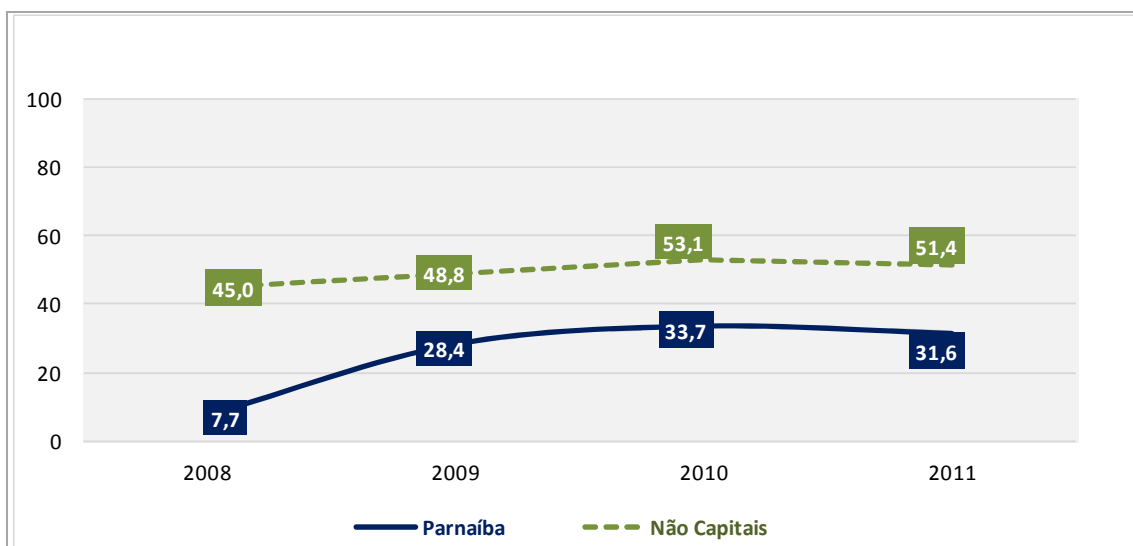
Em *Cooperação regional*, a média Brasil em 2011 foi 49,9. Parnaíba registrou 31,6 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 51,4 pontos, acima 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:

- Existem projetos de cooperação regional compartilhados entre o município avaliado e outros destinos da região Polo Costa do Delta, entre eles, o Projeto da Rota das Emoções;
- 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, estruturados com a participação de atores do *trade* turístico;
- Disponibilidade de uma página institucional da região turística na internet – acessível no endereço www.rotadasemocoes.com.br.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

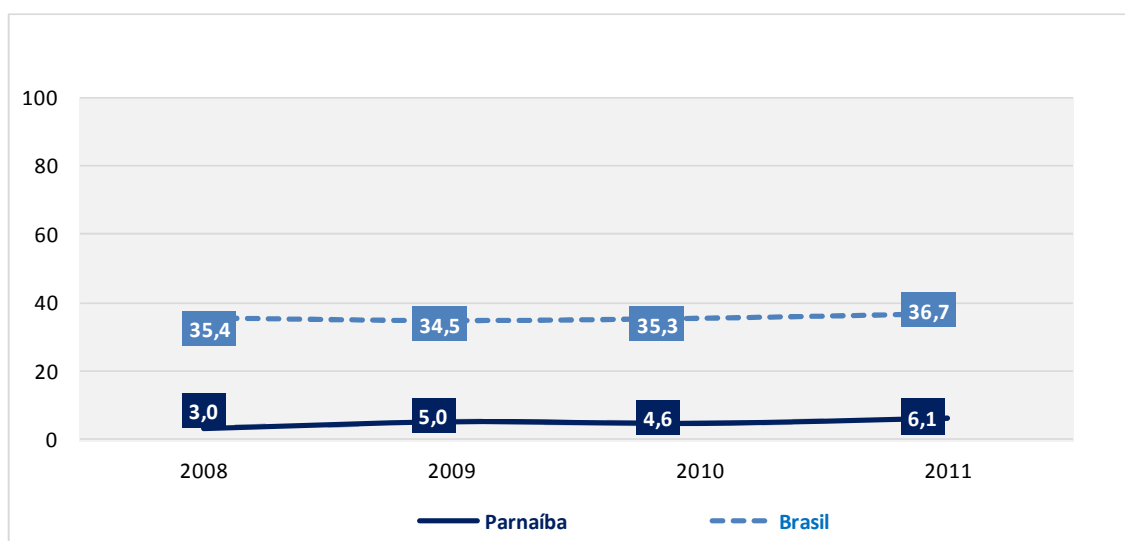
- Ausência de uma instância de governança regional, responsável pela coordenação das ações de regionalização do turismo;
- Não houve, no ano anterior, ações para mobilizar atores do setor de turismo do destino para a importância da cooperação regional;
- Os roteiros regionais dos quais o destino faz parte 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;
- 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.

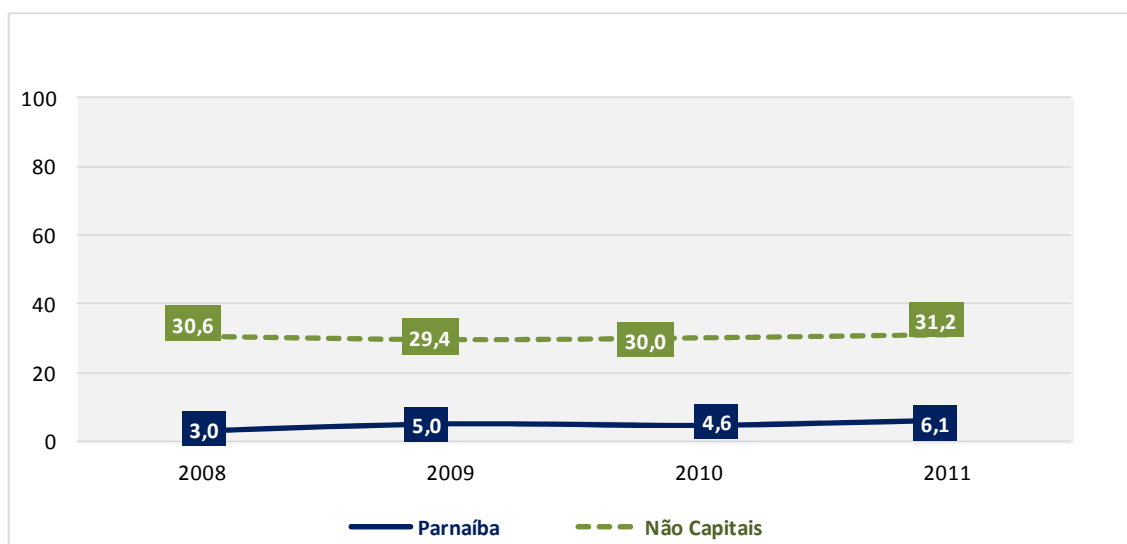
Em *Monitoramento*, a média Brasil em 2011 foi 36,7. Parnaíba registrou 6,1 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



Na dimensão *Monitoramento*, o indicador de Parnaíba foi influenciado de forma positiva por alguns fatores, entre os quais:

- É realizada pesquisa de demanda periódica, levantamento que gera dado relevante para o planejamento do turismo no destino;
- Existência de instituição que realiza pesquisas em turismo, focadas no destino ou na região turística da qual o município faz parte, a CEPRO.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Não há pesquisa de oferta atualizada – Inventário ou Cadastramento –, levantamento que, quando realizado, gera dados relevantes para a gestão, o planejamento e a divulgação de informações sobre o destino;
- Apesar de realizar pesquisa de demanda periódica, o destino não aproveita os dados coletados em planejamento, tampouco em divulgação;
- Ausência de um sistema de indicadores de desempenho do setor do turismo;

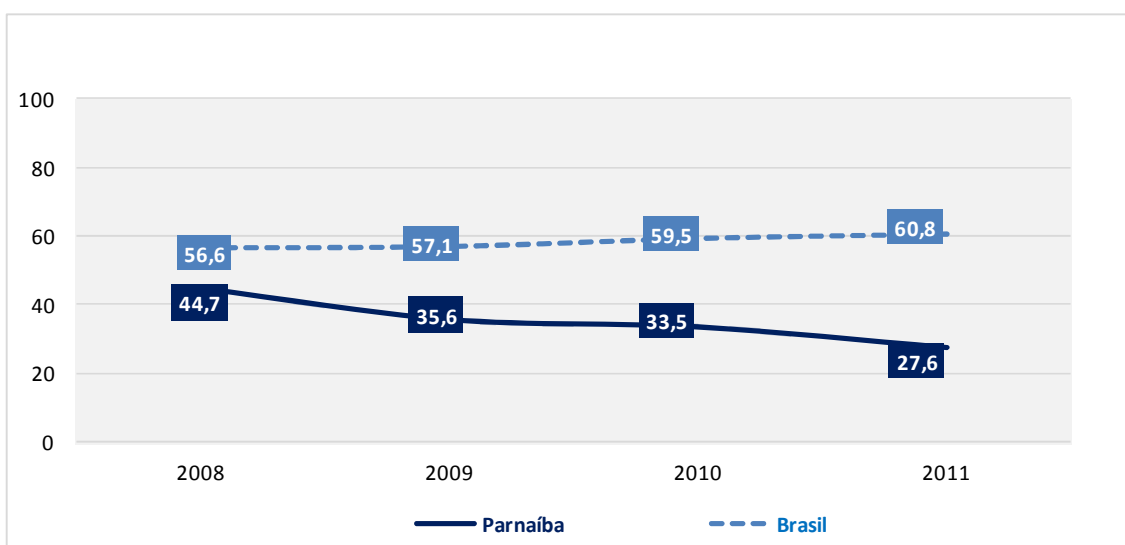
- Não há um conjunto técnico de estatísticas turísticas e relatórios de conjuntura turística dos segmentos relacionados ao turismo;
- O destino não acompanha os objetivos da política em turismo em nível estadual e em nível federal;
- Não há monitoramento dos impactos econômicos, sociais, ambientais ou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

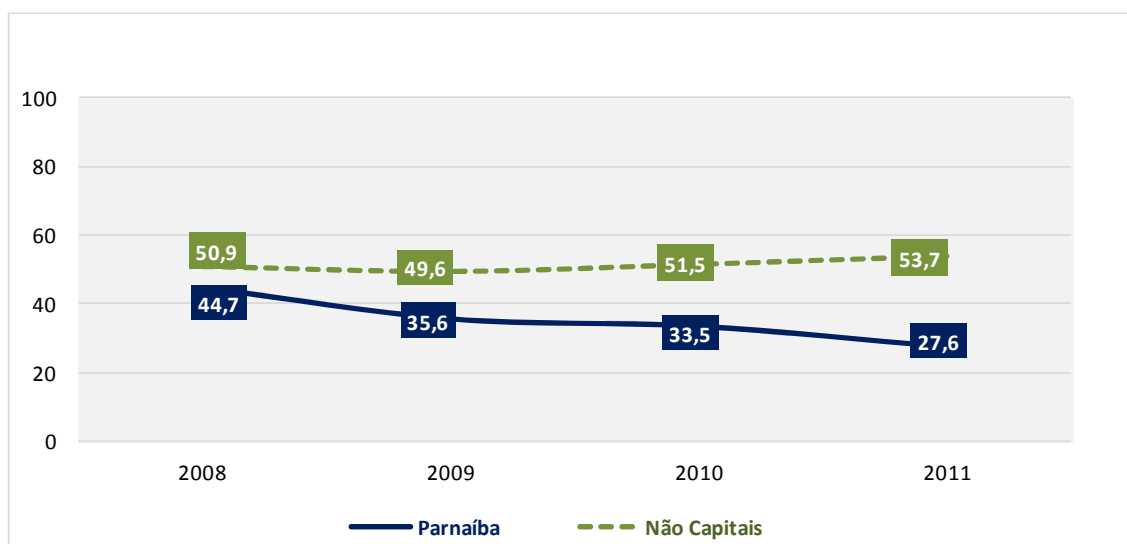
Em *Economia local*, a média Brasil em 2011 foi 60,8. Parnaíba registrou 27,6 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



O indicador de Parnaíba 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;
- Presença de caixas eletrônicos de autoatendimento disponíveis 24 horas para saques com cartões de crédito internacionais;
- O destino aplica políticas de incentivo à formalização de estabelecimentos comerciais e de prestadores de serviços, como o Empreendedor Individual;
- Benefícios financeiros locais ou regionais (linhas especiais de financiamento) para empreendimentos e serviços ligados ao setor de turismo estão disponíveis para o empresariado local, como meios de hospedagem, agências de turismo, restaurantes, transportadoras turísticas, dentre outros.

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;
- Inexistência de um *Convention & Visitors Bureau* do destino ou da região da qual Parnaíba 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;
- O município também não possui um polo físico de produção/negócios significativo para movimentar a economia local e, conseqüentemente, alavancar o fluxo turístico receptivo.

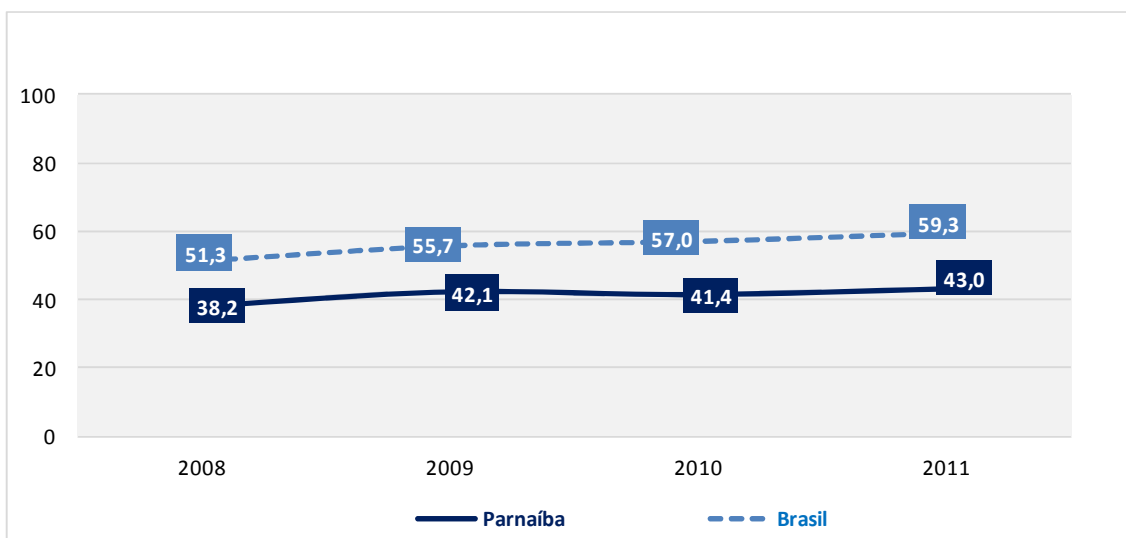
Além destes fatores, dados econômicos de fontes secundárias também foram observados, como o PIB, PIB *per capita* e volume de operações de crédito, por exemplo.

3.11 Capacidade empresarial

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

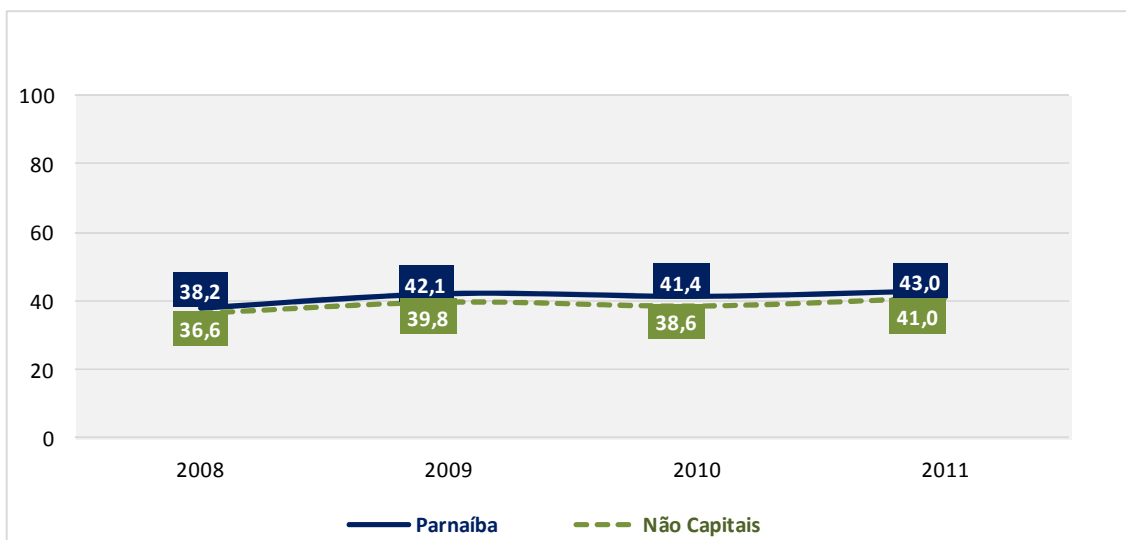
Em *Capacidade empresarial*, a média Brasil em 2011 foi 59,3. Parnaíba registrou 43,0 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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 Parnaíba 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 administrativos em meios de hospedagem e em estabelecimentos de alimentação;
- Aplicação de programa de qualificação especificamente voltado para empresários ou gerentes de empreendimentos turísticos, como o de Gerenciamento de Bares e Restaurantes oferecido pelo Sebrae;
- Presença de empresas que produzem mercadorias perecíveis.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

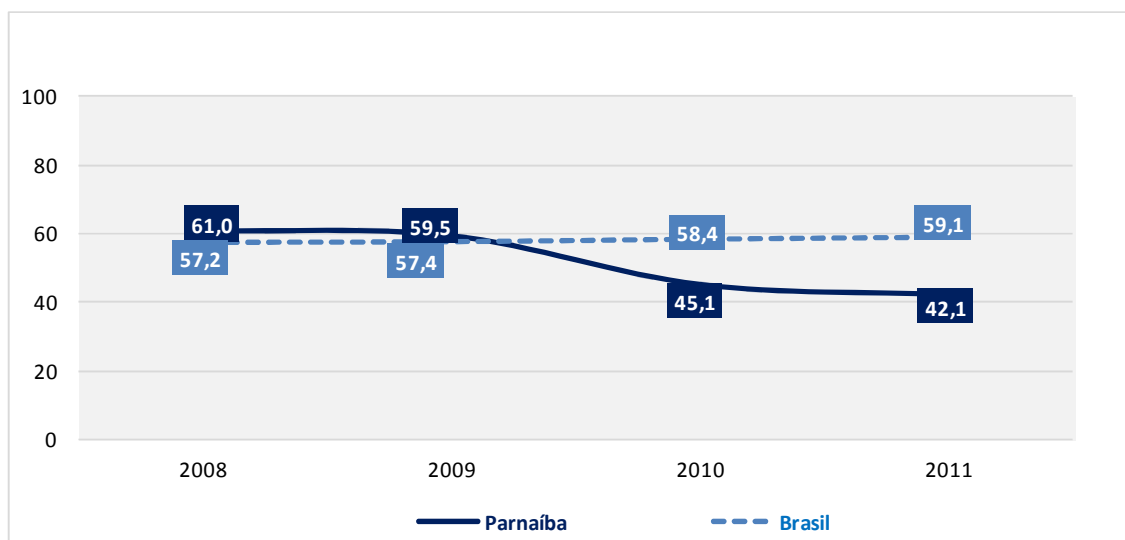
- Carência de pessoal local qualificado para trabalhar em cargos de gerência ou administrativos em agências ou operadoras;
- Ausência de grupos nacionais ou internacionais do setor de turismo, como cadeias de restaurantes e redes de meios de hospedagem;
- Não existem adensamentos de empreendimentos turísticos que fomentem o empreendedorismo como arranjos produtivos locais;
- Foram sinalizadas barreiras à entrada de novos empreendimentos turísticos – entre elas infraestrutura de acesso e falta de incentivos fiscais;
- Inexistência de empresas de grande porte, filiais ou subsidiárias com mais de mil funcionários e de empresas que exportam mercadorias de alto valor agregado ou perecíveis.

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.

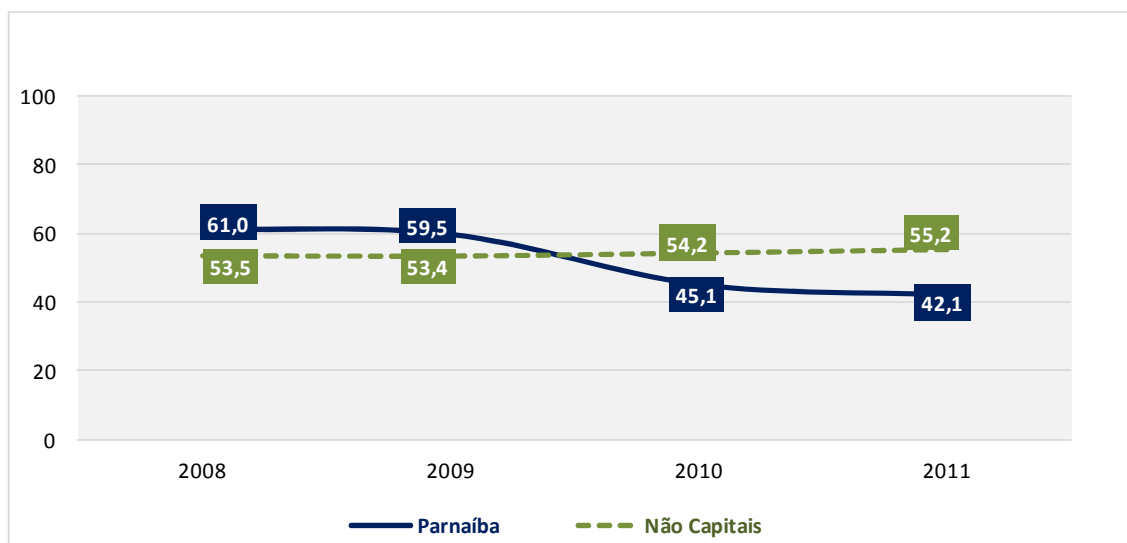
Em *Aspectos sociais*, a média Brasil em 2011 foi 59,1. Parnaíba registrou 42,1 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- A população local se envolve na elaboração do orçamento participativo;
- A sociedade civil organizada se envolve, com evidente frequência, com o desenvolvimento do turismo no destino.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Os investimentos direcionados pelo município para a educação não ultrapassam o percentual obrigatório de 25%;
- Houve relatos de que há no destino utilização de mão de obra informal durante a alta temporada;
- Inexistência de políticas de combate à exploração sexual de crianças e adolescentes e de programa específico de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes no turismo, ações que fortaleceriam o destino ao mobilizar a iniciativa privada, o poder público municipal e o terceiro setor;
- Ausência de programas de incentivo ao uso dos equipamentos turísticos pela população local;
- Não há sensibilização dos cidadãos sobre os impactos da atividade turística para o destino, tanto positivos quanto negativos;

- Não há sensibilização do turista sobre o respeito à comunidade local e para o respeito à cultura e ao patrimônio;
- A população não é consultada sobre atividades ou projetos turísticos através de audiência pública, por exemplo.

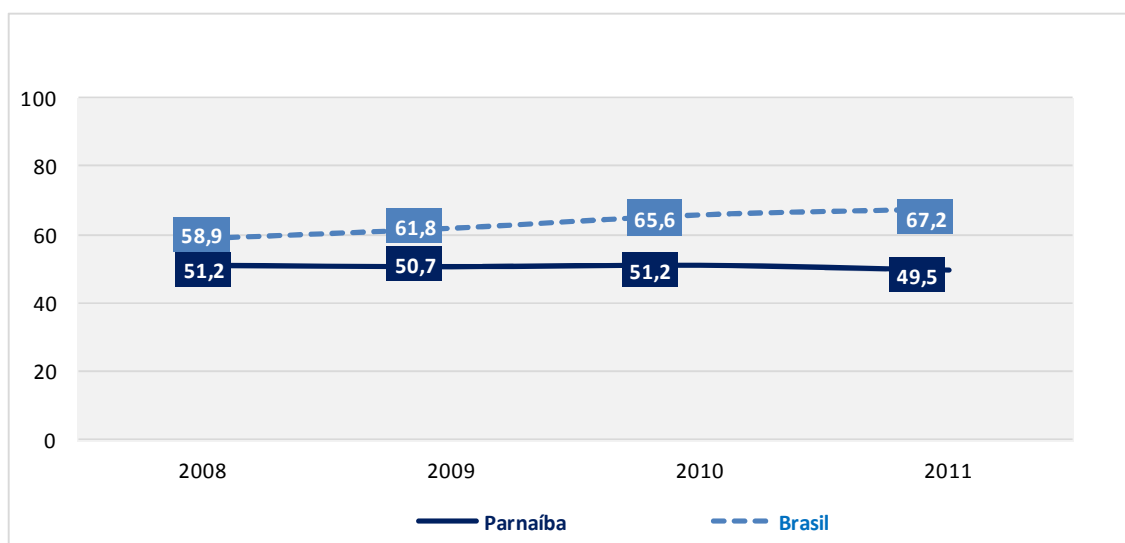
Além destes fatores, também foram considerados indicadores sociais do município, como percentual de habitantes com acesso ao ensino, Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB) e Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M), dentre outros.

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.

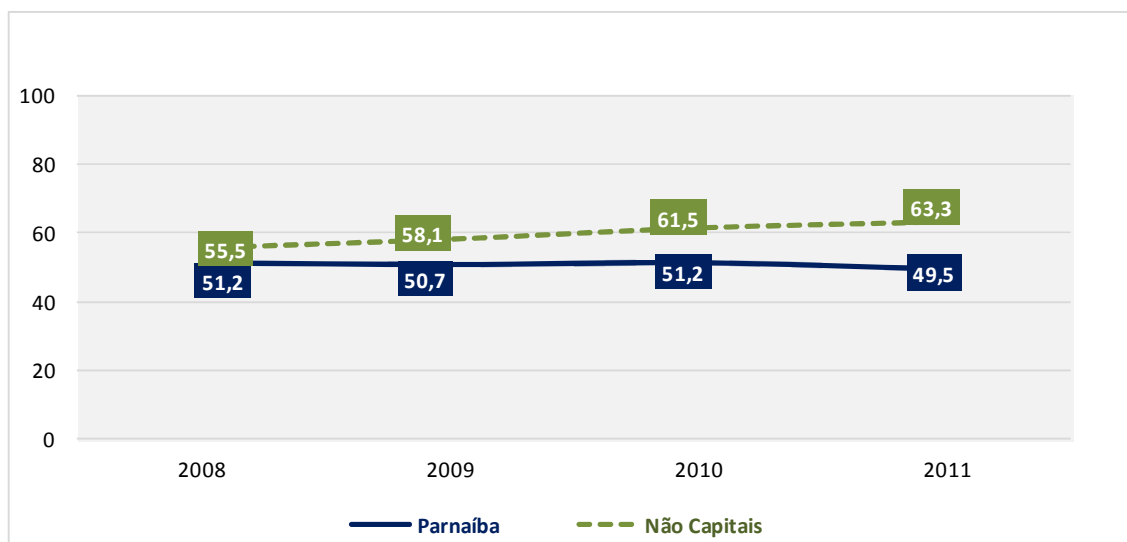
Em *Aspectos ambientais*, a média Brasil em 2011 foi 67,2. Parnaíba registrou 49,5 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Presença de um órgão municipal – Secretaria Municipal de Meio Ambiente – com atribuição exclusiva de coordenar ou incentivar a preservação do meio ambiente;
- Presença de Conselho Municipal de Meio Ambiente atuante;
- O município possui uma rede pública de distribuição de água;
- Há estação de tratamento de água que atende ao destino;
- São realizadas campanhas de educação periódicas para o uso racional da água;
- Existência de programas públicos de sensibilização ambiental;
- Presença de Unidades de Conservação com atividade turística em território municipal – APA do Delta do Parnaíba – detentora de conselho gestor.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

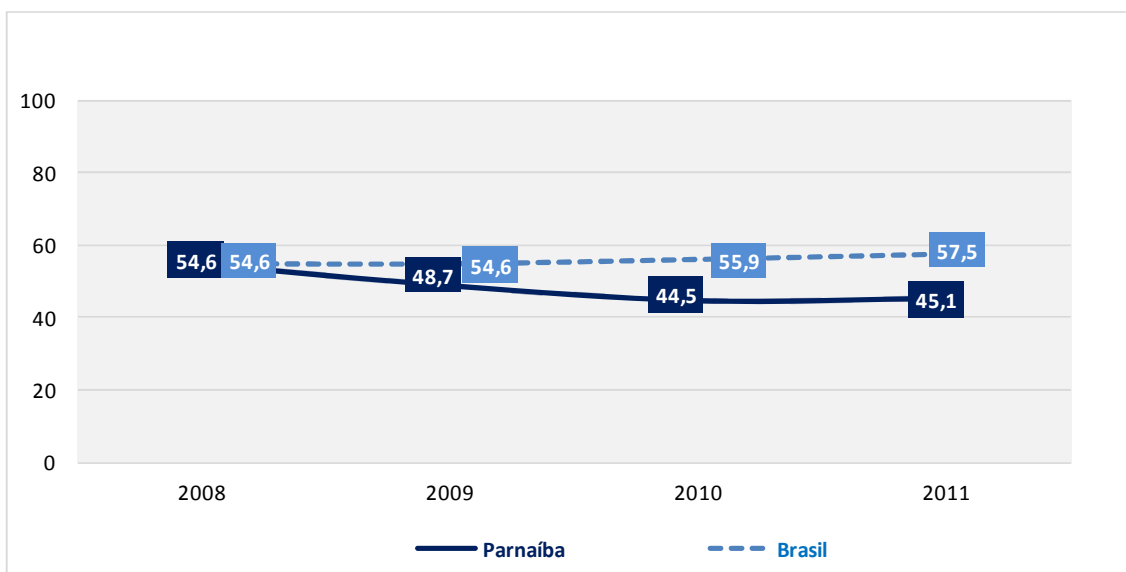
- A secretaria municipal com atribuição de coordenar ou incentivar a preservação do meio ambiente não possui recursos próprios e não desenvolve parcerias, projetos ou atividades relacionadas ao turismo em conjunto com a Secretaria Municipal de Turismo;
- O Fundo Municipal para o Meio Ambiente não é efetivo – ou seja, os recursos não estão disponíveis para ser aplicados;
- Inexistência de Código Ambiental Municipal ou similar;
- Ausência de legislação específica para a adoção de fontes de energia limpa ou renovável em estabelecimentos públicos ou privados;
- Presença de atividades potencialmente poluidoras, com alvará de funcionamento ou de localização no território municipal, como indústria química;
- Inexistência de um sistema público de coleta de esgoto com configuração de separador absoluto;
- Ausência de uma política de monitoramento da balneabilidade em ambientes naturais (como rios, lagos, lagoas ou praias);
- Os resíduos sólidos residenciais e comerciais são destinados para um aterro controlado sem estrutura nem capacidade suficiente;
- Inexistência de serviços de coleta seletiva residencial;
- Ausência de Plano de Manejo para a principal Unidade de Conservação indicada – APA do Delta do Parnaíba.

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.

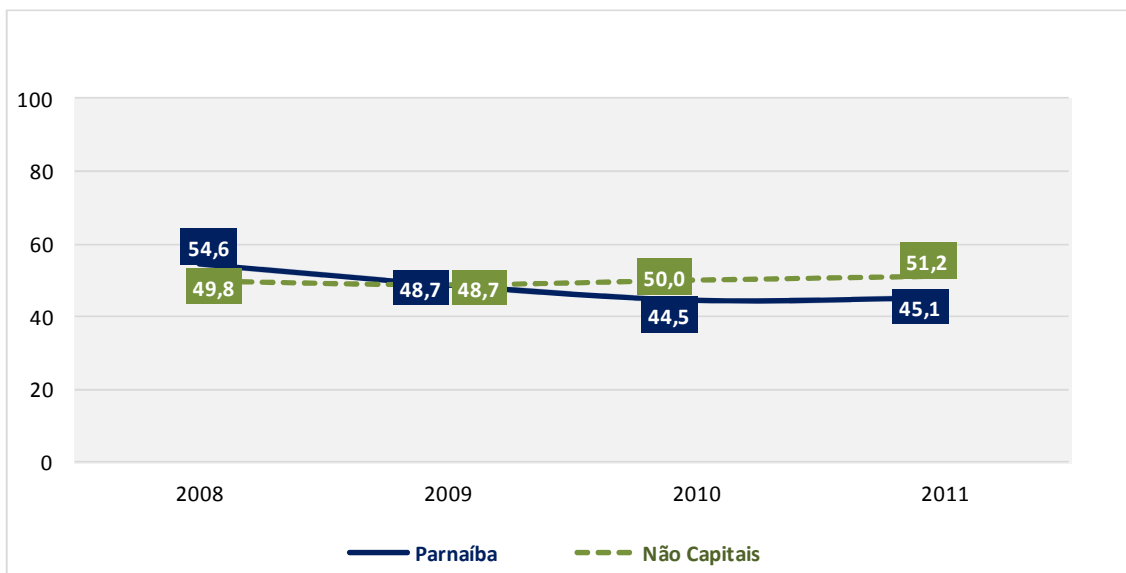
Em *Aspectos culturais*, a média Brasil em 2011 foi 57,5. Parnaíba registrou 45,1 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das não capitais avaliou-se em 51,2 pontos, acima do resultado do destino nesta dimensão.

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



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

- Presença de atividade artesanal típica – renda – comercializada em esfera regional e nacional;
- O destino apresenta tradições culturais evidentes e típicas do seu território, entre elas o bumba meu boi e as lendas indígenas;
- Existem manifestações religiosas no destino – Procissão de São Francisco – que atraem fluxo turístico;
- Presença de grupos artísticos de manifestação popular tradicional como grupo de bumba meu boi e grupos de danças tradicionais;
- Existência de patrimônio artístico tombado – Banda Municipal Simplício Dias;
- Existência de bens tombados como patrimônio histórico – Conjunto Histórico e Paisagístico de Parnaíba e Sobrado de Dona Alta;
- Presença de um órgão da administração local – Secretaria Municipal de Cultura – com atribuição exclusiva de incentivar o desenvolvimento da 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 dispõe de recurso próprio e não compartilhou projetos ou atividades em conjunto com o órgão gestor do turismo no município em 2010;
- Inexistência de política municipal de cultura que, entre outros projetos e ações, poderia prever a manutenção de calendário de manifestações culturais do destino;
- Não existe legislação municipal de cultura, tampouco Fundo Municipal de Cultura;
- O destino não conta com projeto de implementação de turismo cultural;
- Não há monitoramento da utilização turística do patrimônio cultural aplicando controle de capacidade de suporte ou carga;
- Inexistência de uma instância de governança local ativa, dedicada à gestão da cultura – Fórum ou Conselho Municipal de Cultura.

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 Parnaíba, é possível concluir que, em 2011, houve estabilidade do indicador de competitividade do destino (Índice geral) em comparação ao ano anterior. Como explicado anteriormente, nesta análise são consideradas diferenças de pontuação superiores a 1,0 ponto no indicador na comparação entre 2010 e 2011.

Se a análise for realizada sobre as 13 dimensões avaliadas por este estudo, é possível observar que houve evolução nos resultados dos últimos dois anos em *Infraestrutura geral, Serviços e equipamentos turísticos, Atrativos turísticos, Marketing e promoção do destino, Políticas públicas, Monitoramento e Capacidade empresarial*.

A dimensão *Aspectos culturais* registrou estabilidade de resultados em 2011 em relação a 2010.

Por fim, foi possível observar que as dimensões *Acesso, Cooperação regional, Economia local, Aspectos sociais e Aspectos ambientais* apresentaram regressão de indicadores quando avaliadas as edições de 2011 e 2010.

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

Dimensões	Brasil				Não Capitais				Parnaíba			
	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	41,2	42,3	42,5	42,9
Infraestrutura geral	63,8	64,6	65,8	68,4	58,1	58,9	59,8	63,2	60,2	62,0	60,7	68,5
Acesso	55,6	58,1	60,5	61,8	47,5	49,7	52,3	53,1	52,2	56,4	59,7	52,9
Serviços e equipamentos turísticos	44,8	46,8	50,8	52,0	36,3	37,9	41,9	43,4	38,5	28,8	35,4	38,9
Atrativos turísticos	58,2	59,5	60,5	62,0	59,3	60,2	61,3	62,5	52,6	55,3	54,5	56,6
Marketing e promoção do destino	38,2	41,1	42,7	45,6	32,4	36,5	39,8	42,5	7,2	12,1	18,4	19,7
Políticas públicas	50,8	53,7	55,2	56,1	47,3	50,2	50,7	52,4	38,8	41,4	43,1	47,6
Cooperação regional	44,1	48,1	51,1	49,9	45,0	48,8	53,1	51,4	7,7	28,4	33,7	31,6
Monitoramento	35,4	34,5	35,3	36,7	30,6	29,4	30,0	31,2	3,0	5,0	4,6	6,1
Economia local	56,6	57,1	59,5	60,8	50,9	49,6	51,5	53,7	44,7	35,6	33,5	27,6
Capacidade empresarial	51,3	55,7	57,0	59,3	36,6	39,8	38,6	41,0	38,2	42,1	41,4	43,0
Aspectos sociais	57,2	57,4	58,4	59,1	53,5	53,4	54,2	55,2	61,0	59,5	45,1	42,1
Aspectos ambientais	58,9	61,8	65,6	67,2	55,5	58,1	61,5	63,3	51,2	50,7	51,2	49,5
Aspectos culturais	54,6	54,6	55,9	57,5	49,8	48,7	50,0	51,2	54,6	48,7	44,5	45,1

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.