

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

PIRENÓPOLIS

2011



## APRESENTAÇÃO

Com o intuito de auxiliar destinos turísticos a analisar, a conjugar e a equilibrar os diversos fatores que, para além da atratividade, contribuem para a evolução da atividade turística, o Ministério do Turismo, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae Nacional) e a Fundação Getulio Vargas (FGV) deram início, em 2007, ao *Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional*. Em 2010, o Estudo de Competitividade passou a ser denominado *Índice de Competitividade do Turismo Nacional - 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional*.

A metodologia que gera índices em 13 dimensões ligadas à atividade turística permite monitorar a eficiência de um destino turístico sob a ótica da competitividade – conceito que impulsiona o destino a superar-se ano após ano, proporcionando ao turista uma experiência cada vez mais positiva.

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

O presente relatório apresenta individualmente os valores obtidos pelo destino nas 13 dimensões abordadas pelo estudo e reúne análises sobre os resultados consolidados. Tais resultados foram gerados a partir de respostas coletadas pela Fundação Getulio Vargas no município entre os meses de agosto e outubro de 2011.

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

Ministério do Turismo

Sebrae Nacional

Fundação Getulio Vargas



Ministério do  
Turismo



## SUMÁRIO

<b>1. ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE .....</b>	<b>4</b>
<b>2. ASPECTOS GERAIS .....</b>	<b>7</b>
<b>3. RESULTADOS .....</b>	<b>8</b>
3.1 Índice geral.....	8
3.2 Infraestrutura geral .....	11
3.3 Acesso .....	13
3.4 Serviços e equipamentos turísticos .....	16
3.5 Atrativos turísticos .....	18
3.6 Marketing e promoção do destino.....	21
3.7 Políticas públicas.....	23
3.8 Cooperação regional .....	26
3.9 Monitoramento.....	28
3.10 Economia local .....	30
3.11 Capacidade empresarial.....	33
3.12 Aspectos sociais.....	35
3.13 Aspectos ambientais .....	38
3.14 Aspectos culturais .....	40
<b>4. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE .....</b>	<b>44</b>

## 1. ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE

Para realizar este levantamento, pesquisadores da Fundação Getúlio Vargas permanecem uma semana em cada município aplicando um questionário com mais de 600 perguntas capazes de captar dados primários e secundários em 13 dimensões:

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

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

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

Para analisar estes resultados foram considerados cinco níveis, numa escala de 0 a 100<sup>1</sup>.

- **Nível 1:** 0 a 20 pontos - refere-se ao intervalo em que os destinos apresentam deficiência em relação à determinada dimensão;
- **Nível 2:** 21 a 40 pontos - apesar de expor uma situação mais favorável do que a anterior, ainda evidencia níveis inadequados da dimensão para a competitividade de um destino;
- **Nível 3:** 41 a 60 pontos - configura situação regularmente satisfatória;
- **Nível 4:** 61 a 80 pontos - revela a existência de condições adequadas para atividades turísticas;
- **Nível 5:** 81 a 100 pontos - corresponde ao melhor posicionamento que um destino pode alcançar em uma dada dimensão.

Serão apresentados, portanto, os resultados consolidados do município em 2011, avaliado em 14 índices de competitividade: o indicador geral do destino e o indicador em cada uma das 13 dimensões avaliadas. O documento apresenta ainda a média Brasil (indicador dos 65 destinos) e a média das 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

Pirenópolis é um município localizado no estado de Goiás, na região Centro Oeste do país. Está distante 125 km da capital Goiânia. Com uma população de 23.006 habitantes e 2.205,008 km<sup>2</sup> de extensão territorial, o município possui um PIB de R\$ 160.707.573,00 e PIB *per capita* de R\$ 7.656,39, segundo dados do IBGE (2010).

O destino faz parte da região turística do Ouro, juntamente com municípios como Cidade de Goiás, Abadiânia, Cocalzinho de Goiás e Corumbá de Goiás. Os principais segmentos turísticos nos quais Pirenópolis é comercializada são Turismo Cultural, Ecoturismo e Turismo de Aventura.

Os principais atrativos de Pirenópolis, conforme constatado durante a pesquisa de campo, são o Centro Histórico, a Cachoeira do Lázaro, a Cachoeira do Abade (APA), a Fazenda Babilônia e o Instituto de Permacultura e Ecovilas do Cerrado - IPEC, além dos eventos programados como a Festa do Divino e o Canto da Primavera.

Pirenópolis conta com uma oferta de serviços e equipamentos com 48 meios de hospedagem (RAIS), 33 estabelecimentos de alimentação (RAIS) e 15 guias de turismo (CADASTUR).

### 3. RESULTADOS

A pesquisa em Pirenópolis foi realizada entre os dias 22 e 26 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.

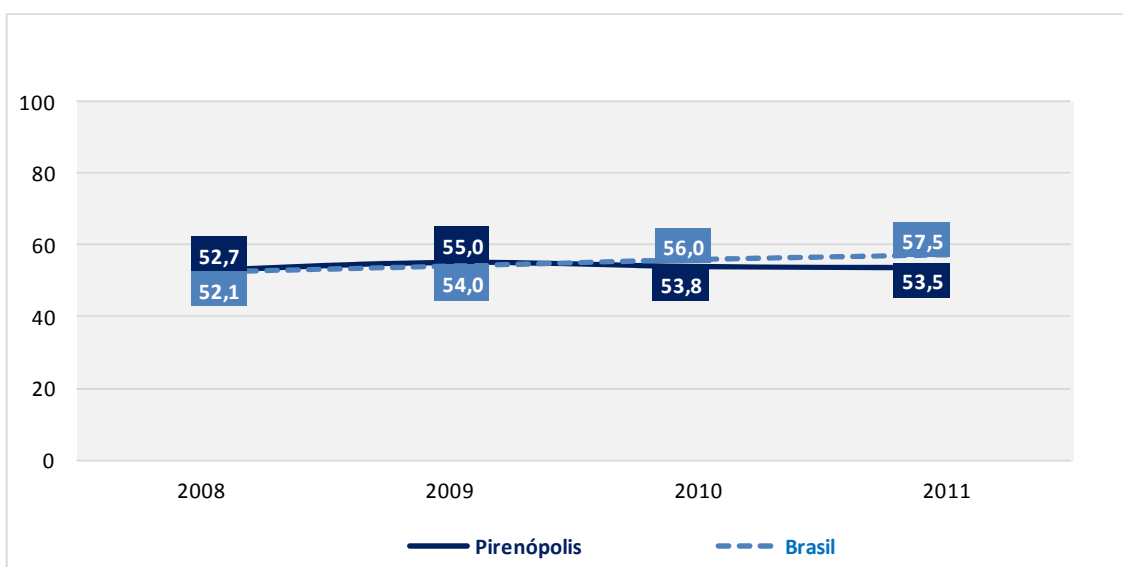
Além dos índices alcançados pelo destino em cada dimensão, serão destacados os principais fatores que contribuíram para tais resultados.

#### 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 53,5 pontos (escala de 0 a 100). Este resultado ficou abaixo do índice obtido em 2010 (53,8), como é possível conferir no gráfico 1:

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

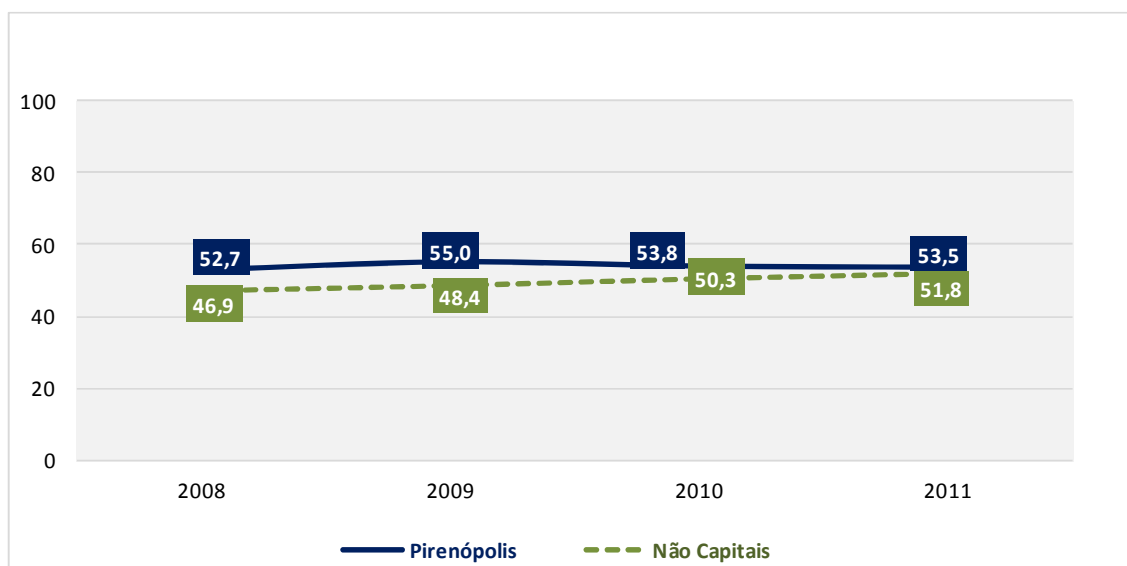




É possível observar no gráfico acima o comportamento dos indicadores do destino nos últimos quatro anos da pesquisa. Em 2011, constatou-se a estabilidade do índice em relação ao ano anterior, o que fez com que o nível de competitividade do destino se mantivesse no nível 3.

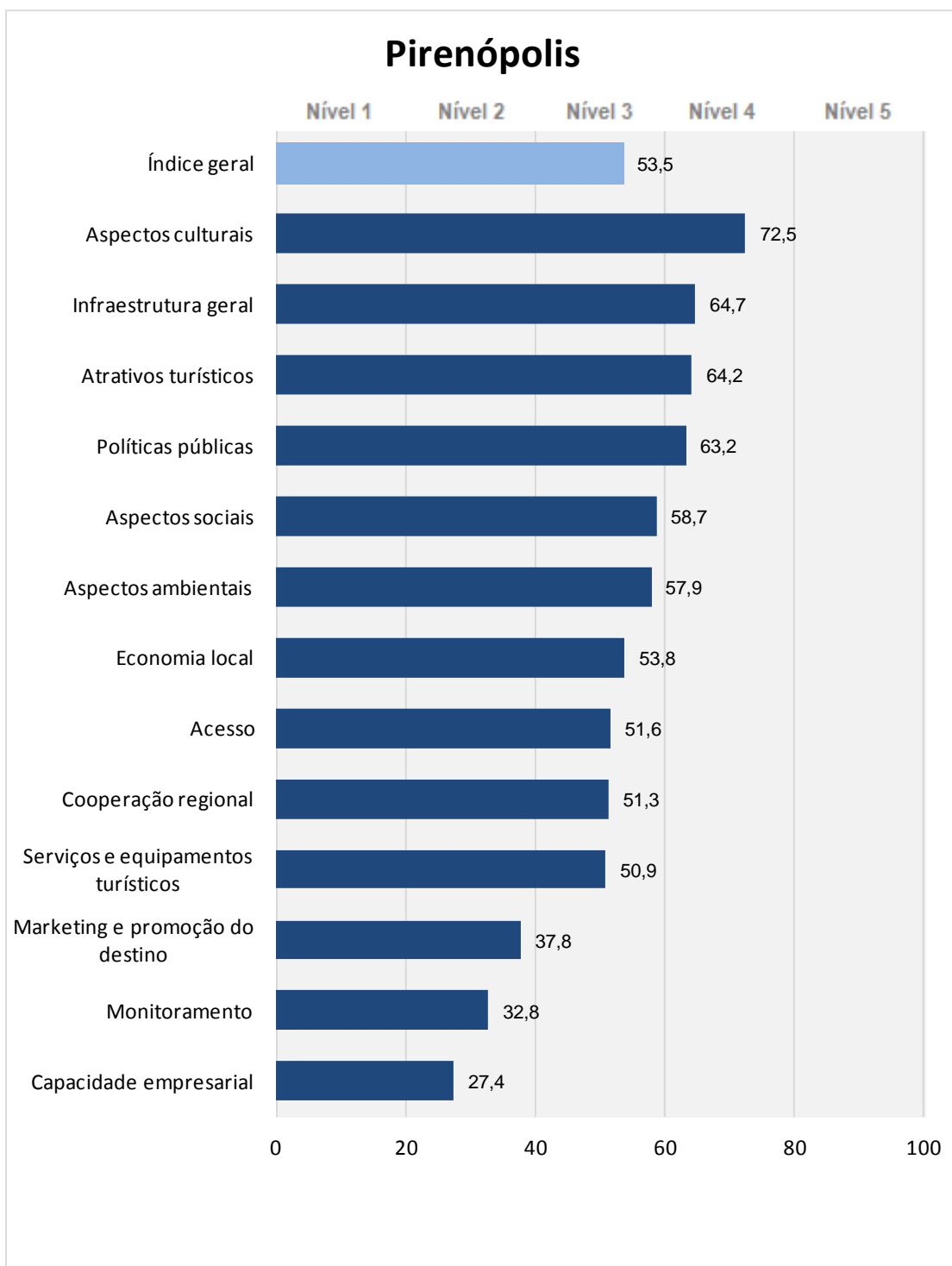
Podemos analisar o desempenho do destino juntamente com as linhas que apontam os resultados da média Brasil (gráfico 1) e das não capitais (gráfico 2), que demonstram que o índice do destino permaneceu estável, enquanto a tendência nacional foi de evolução gradual. Considerando os resultados obtidos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

Gráfico 3. Índices por dimensão em ordem decrescente de desempenho

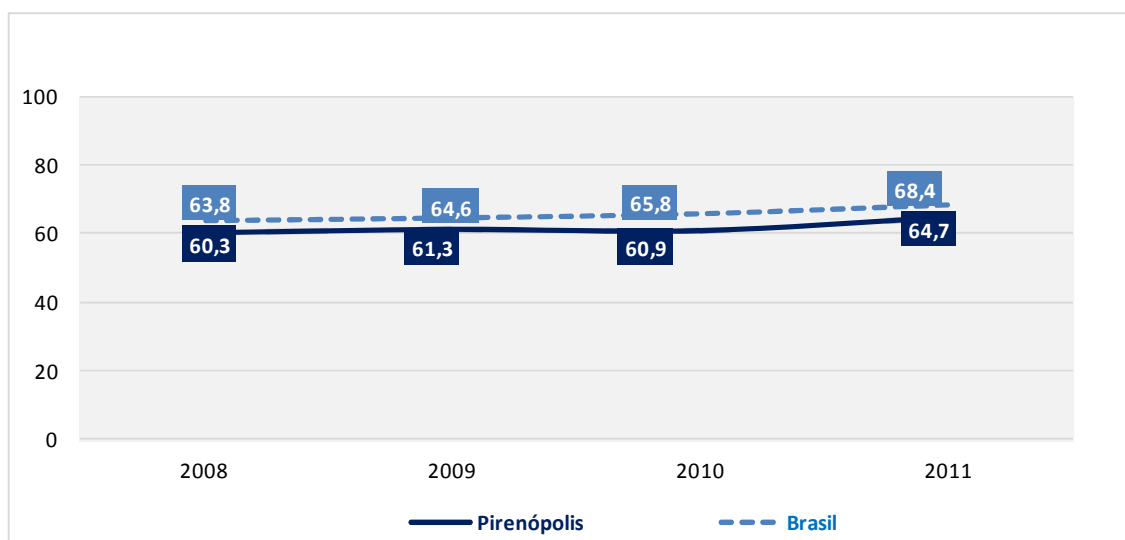


### 3.2 Infraestrutura geral

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.

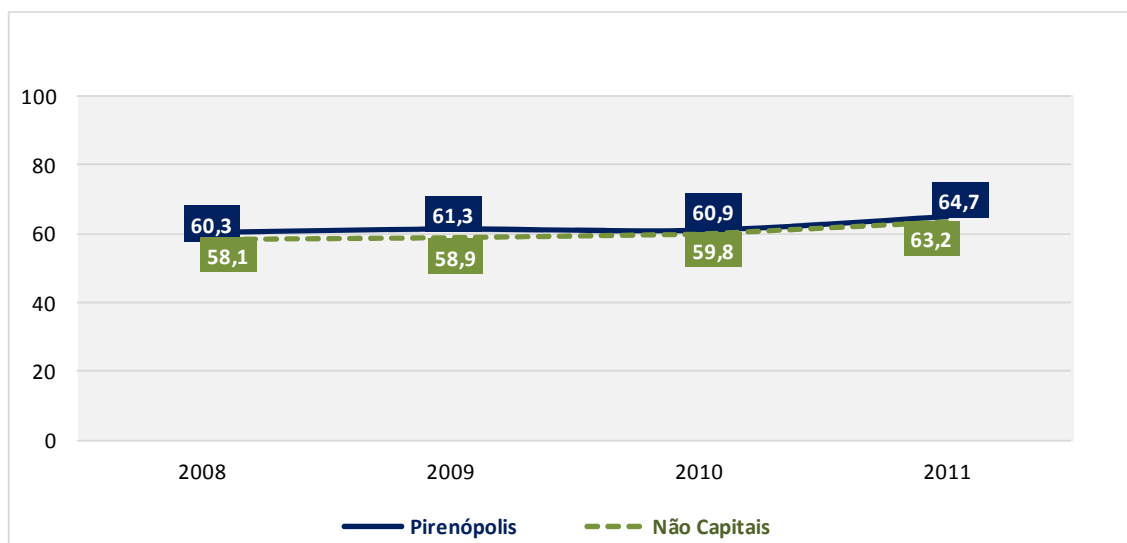
Em *Infraestrutura geral*, a média Brasil em 2011 foi 68,4. Pirenópolis registrou 64,7 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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

- Disponibilidade de serviço público de atendimento médico a emergências 24 horas no destino e unidade de suporte básico do SAMU;
- Presença de um grupamento especial de atendimento ao turista na Polícia Militar;
- Aumento do efetivo da Polícia Militar e do número de policiais civis durante a alta temporada e durante grandes eventos;
- Oferta de Corpo de Bombeiros com grupo de busca e salvamento;
- Presença de órgão responsável pela conservação urbana;
- Adoção de quesitos de embelezamento nas áreas públicas – praças, jardins, fiação subterrânea;
- Estado de conservação do mobiliário urbano nas áreas turísticas.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- O nível de complexidade de serviços disponíveis no atendimento de emergências médicas 24 horas;

- O fornecimento descontínuo de energia elétrica no período de alta temporada e durante os períodos mais chuvosos, apesar das sensíveis melhoras ocorridas nos últimos anos;
- Inexistência de Defesa Civil no destino;
- Somente 30% da cidade conta com elementos de drenagem, o que, segundo relatos, tem causado prejuízos durante os períodos chuvosos;
- Carência de banheiros públicos nas áreas turísticas e no entorno;
- Não há espaços específicos para o estacionamento ou a parada (embarque e desembarque) de veículos turísticos nas áreas turísticas.

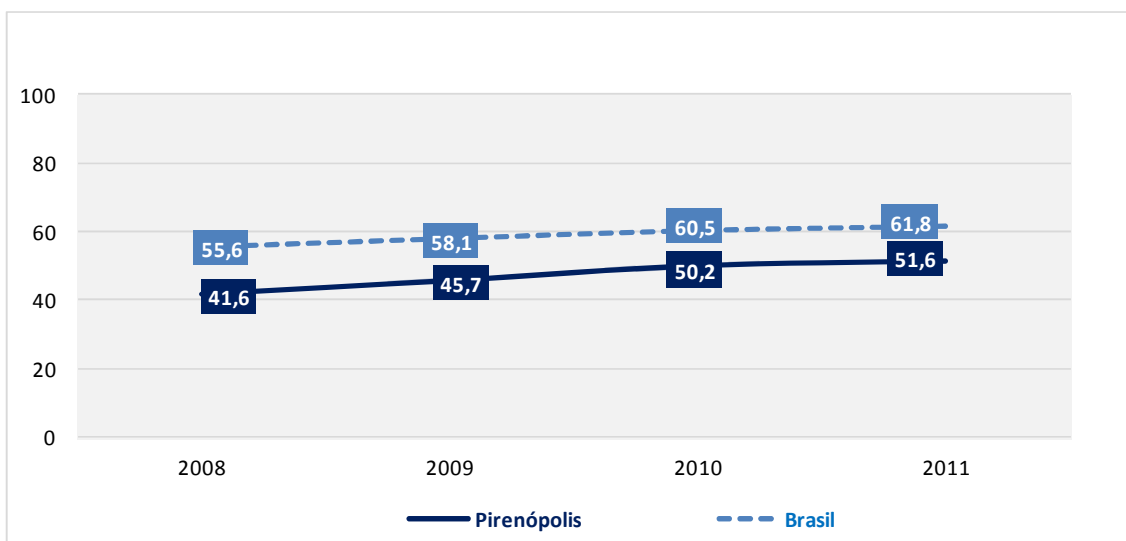
Além destes fatores, foram considerados na composição do índice números de saúde, como a expectativa de vida da população, número de estabelecimentos com atendimento de urgência, número de postos ambulatoriais de atendimento, número de profissionais de saúde e número de leitos.

### **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 emissores de turistas.

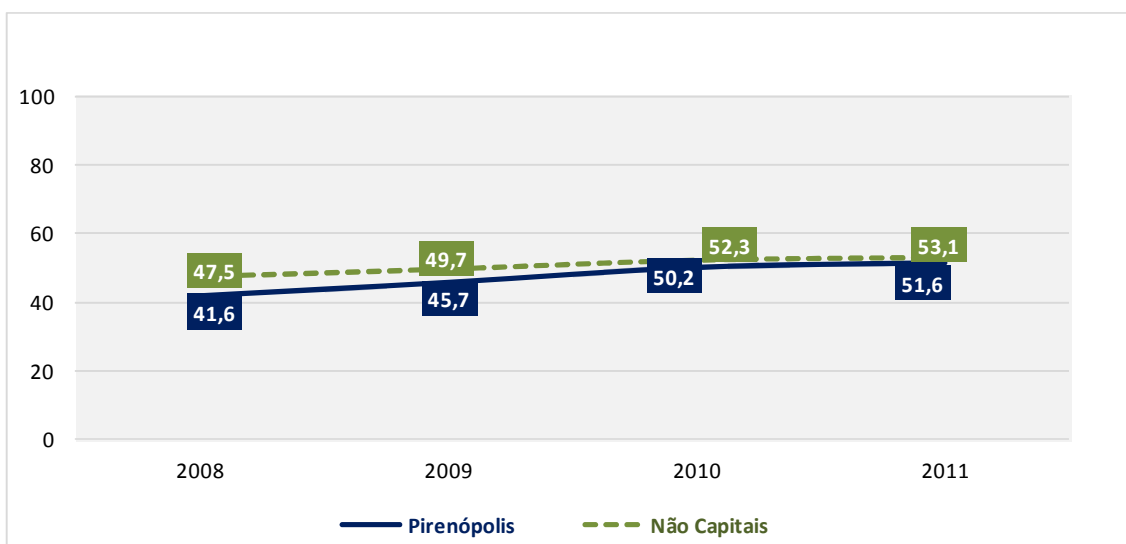
Em *Acesso*, a média Brasil em 2011 foi 61,8. Pirenópolis registrou 51,6 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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 de Brasília — Presidente Juscelino Kubitschek (IATA: BSB) com uma complexa rede de conexões para todo o Brasil;
- Estrutura do terminal aeroportuário que atende ao destino fora do seu território, que conta com uma ampla rede de lojas e serviços, além de centro de atendimento ao turista, locadoras de veículos, serviço de câmbio, sinalização em idioma estrangeiro, dentre outros;
- Variedade de opções de transporte público ou concessões para atender àqueles que desembarcam no terminal aéreo que atende ao destino – Aeroporto Internacional de Brasília –, como ônibus convencional, ônibus executivo com ar-condicionado e táxi convencional, conforme foi possível constatar durante a visita técnica;
- Existência de um terminal rodoviário no destino;
- Disponibilidade de vagas públicas para estacionamento nas áreas turísticas;
- Oferta de ligações aéreas diretas entre o aeroporto que atende ao município e seus principais centros emissores de turistas nacionais e internacionais.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

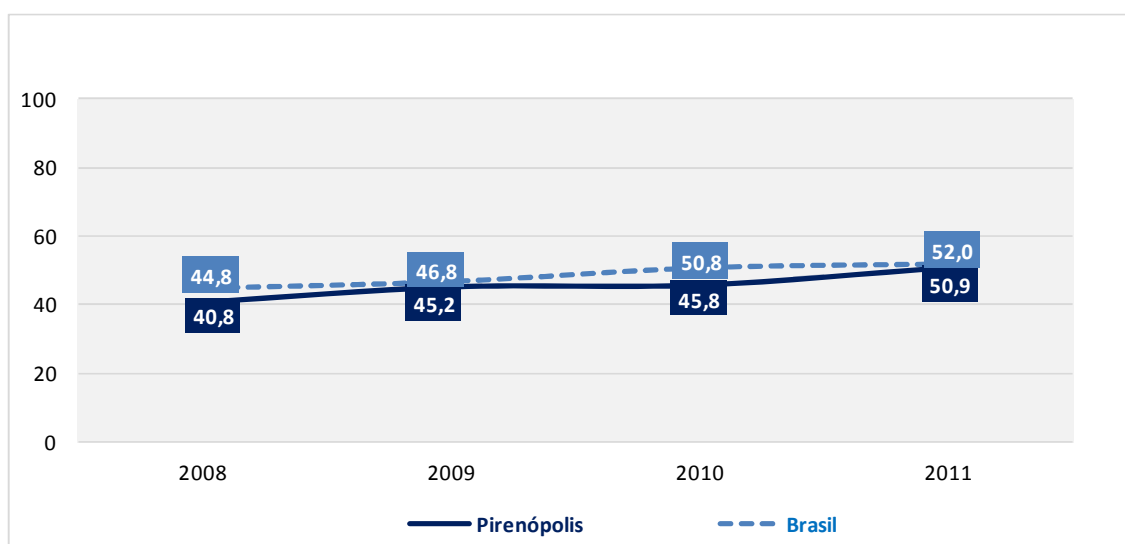
- Condições das principais rodovias de acesso de fluxo turístico ao destino – BR 414 e BR 070 (CNT);
- Estrutura disponível no terminal rodoviário que atende ao destino – o terminal rodoviário não possui facilidades para pessoas com deficiência, higienização adequada dos banheiros e centro de atendimento ao turista, por exemplo;
- Carência de transportes públicos na rodoviária;
- Há relatos de congestionamentos 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. Pirenópolis registrou 50,9 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

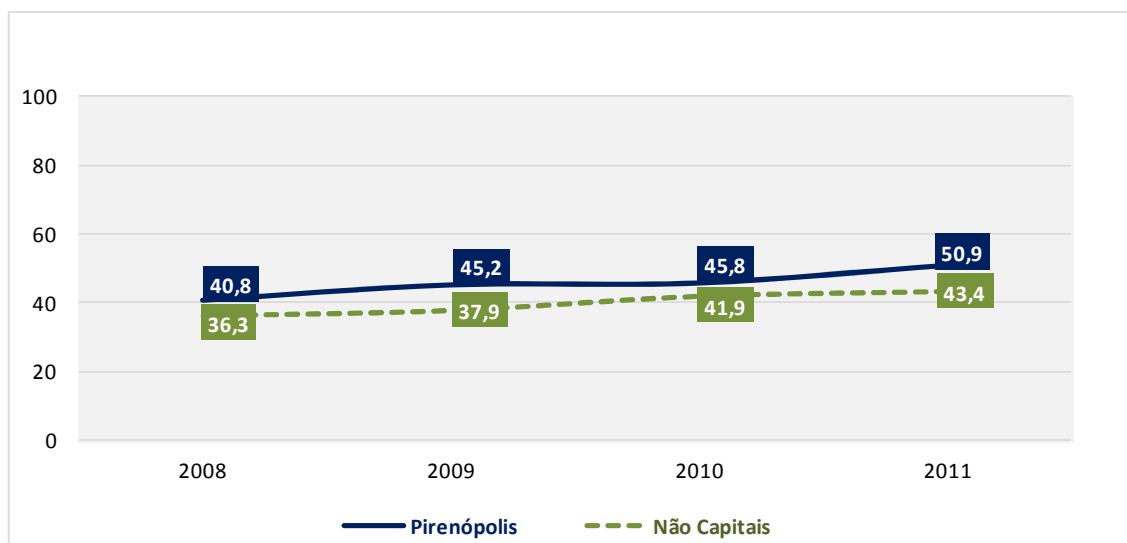
**Gráfico 8. Índices serviços e equipamentos turísticos – destino x Brasil: 2008-2011**



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



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



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

- Oferta de sinalização turística viária (instalada em 2011 em parceria com a iniciativa privada e aprovada pelo IPHAN);
- Existência de centros de atendimento ao turista no destino;
- Oferta de estrutura e a diversidade de serviços nos centros de atendimento ao turista;
- A maioria dos meios de hospedagem possui instalações em bom estado de conservação, modernas ou recém reformadas, oferecendo acesso à internet nas unidades habitacionais;
- Disponibilidade de guias de turismo registrados pelas normas do Ministério do Turismo (MTur);
- Existência de uma organização de condutores que representa a atividade – Associação dos Condutores de Visitantes de Pirenópolis (ACVP);
- Presença no município de instituição de qualificação que oferta cursos livres e de graduação em áreas relacionadas ao Turismo (Universidade Estadual de Goiás);
- Existência de uma organização representativa de restaurantes e similares que discute e defende os interesses dos empreendimentos de alimentação.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

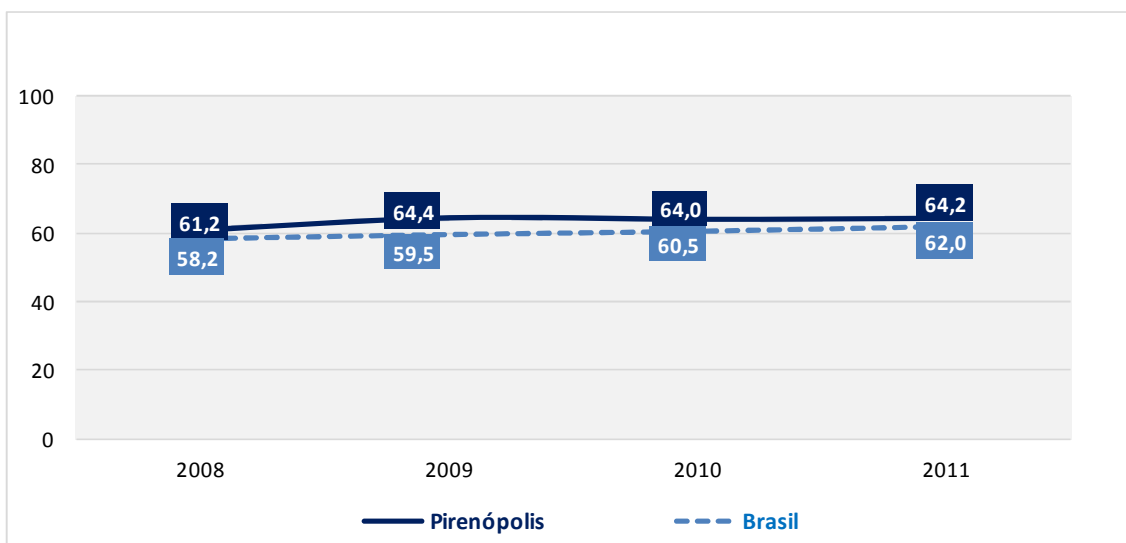
- Ausência de sinalização turística viária em idioma estrangeiro;
- Inexistência de sinalização turística descritiva ou interpretativa nos atrativos;
- Ausência de um centro de convenções que atenda ao destino;
- Os meios de hospedagem e os restaurantes presentes no destino não adotam, em sua maioria, algum tipo de fonte de energia renovável;
- A maioria dos meios de hospedagem não cumpre quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida;
- As empresas de receptivo localizadas no destino não oferecem atendimento em idiomas estrangeiros;
- 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.

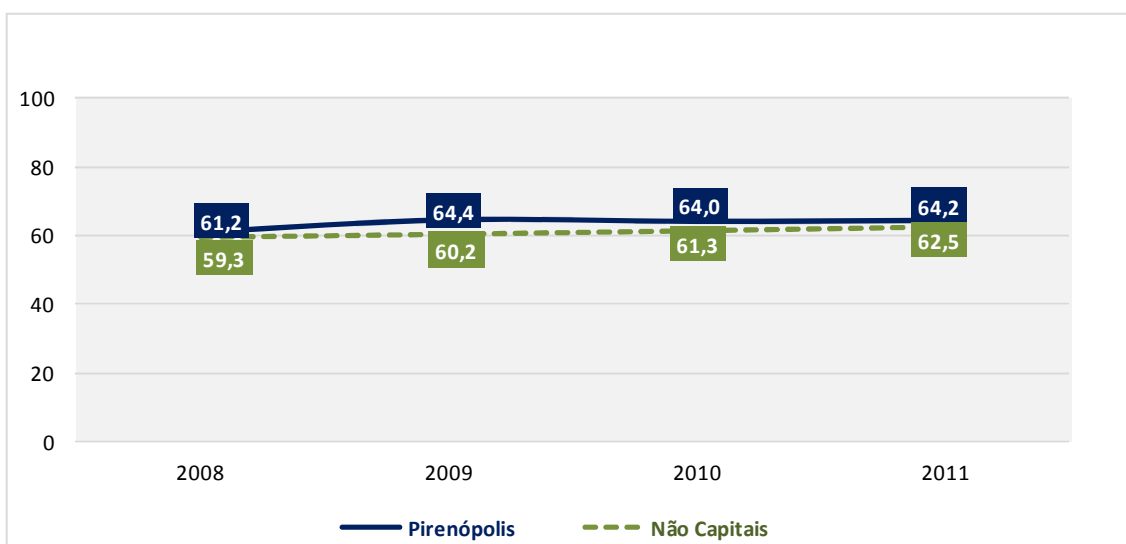
Em *Atrativos turísticos*, a média Brasil em 2011 foi 62,0. Pirenópolis registrou 64,2 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Evidência de preservação ambiental do entorno do principal atrativo natural indicado – Cachoeira do Lázaro –, conforme pode ser observado em visita técnica realizada no dia 26/08/2011;
- O destino conta com atrativos culturais para os quais há fluxo turístico, tendo sido o principal indicado o Centro Histórico de Pirenópolis, tombado pelo IPHAN;
- A preservação urbanística do entorno do principal atrativo cultural indicado é evidente;
- Há estrutura de apoio aos visitantes neste atrativo cultural;
- Existência de eventos programados que atraem turistas, entre eles Festa do Divino, Carnaval Cultural, Canto da Primavera e Flipiri;
- Estrutura disponível no local em que acontece o principal evento programado indicado – Festa do Divino –, e conservação urbanística e ambiental do entorno deste local;
- O destino conta com atrativos de realizações técnicas e científicas que geram a atração de visitantes ao longo de todo o ano com interesse específico, independentemente de uma data especial no calendário de eventos.

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 e maximizar a experiência do visitante;
- A estrutura disponível no principal atrativo natural necessita de melhorias;
- Carência de recursos que viabilizem o acesso ou circulação de pessoas com deficiência neste atrativo natural;
- A carência de um estudo de capacidade de carga aplicado ao principal atrativo cultural indicado;
- Não há condições de acessibilidade para pessoas com deficiência no Centro Histórico;
- Inexistência de um estudo de capacidade de carga ou suporte para a realização da Festa do Divino;

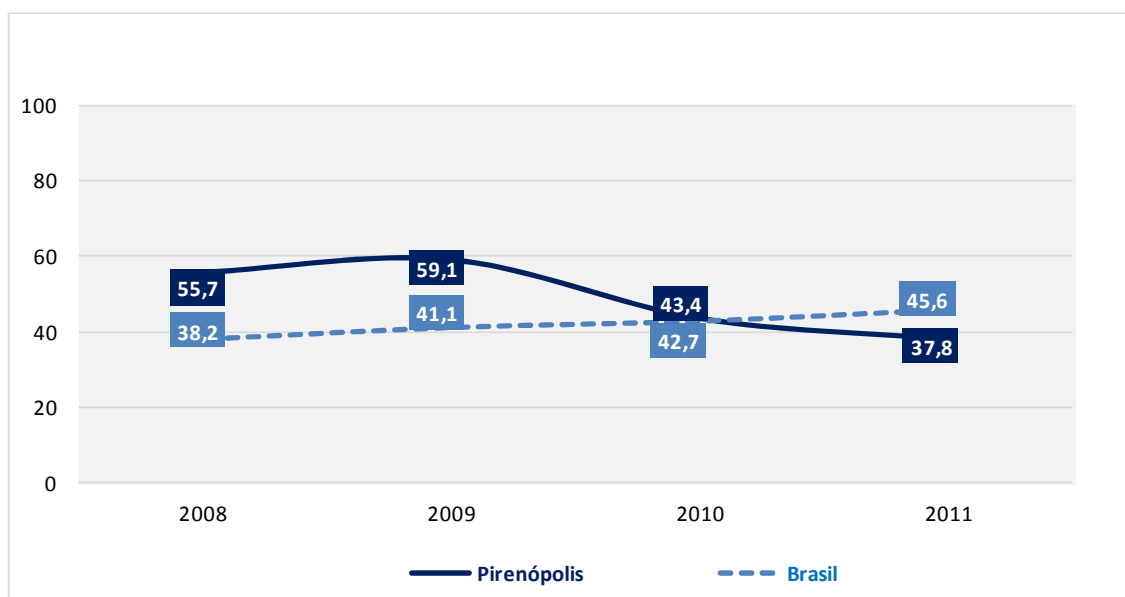
- A falta de recursos que confirmam acessibilidade para pessoas com deficiência no local em que acontece o principal evento programado;
- Não há no destino o monitoramento da capacidade de carga ou suporte da principal realização técnica e científica indicada – Instituto de Permacultura e Ecovilas do Cerrado IPEC – 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*).

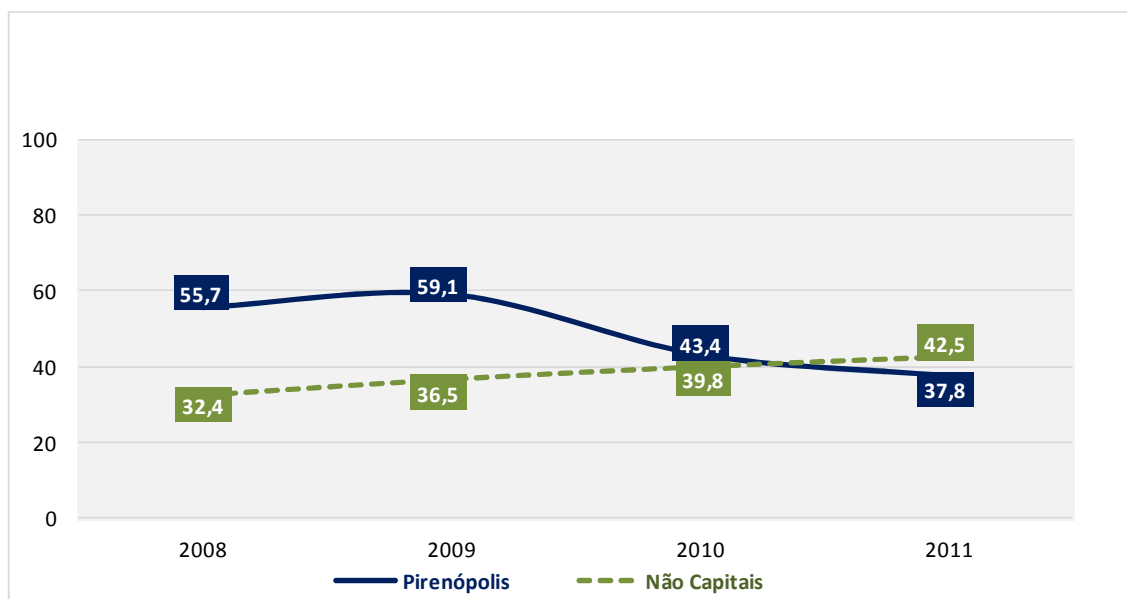
Em *Marketing e promoção do destino*, a média Brasil em 2011 foi 45,6. Pirenópolis registrou 37,8 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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

- O destino participou de diversos eventos estaduais e nacionais do setor de turismo nos últimos dois anos – Salão do Turismo, ABAV, etc.;
- Existe material promocional institucional do destino, disponível em diversos formatos, como folhetos, mapas, postais, sacolas, material audiovisual, etc.;
- É produzido material promocional que apresenta a estrutura disponível para eventos;
- Oferta de uma agenda de eventos disponível para consulta gratuitamente, impressa e *on-line*;
- A principal página de turismo do destino na internet – [www.pirenopolis.go.gov.br](http://www.pirenopolis.go.gov.br) – é periodicamente atualizada e sinaliza ao visitante a preocupação do destino em prevenir a exploração sexual de crianças e adolescentes no turismo e em preservar o meio ambiente.

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;

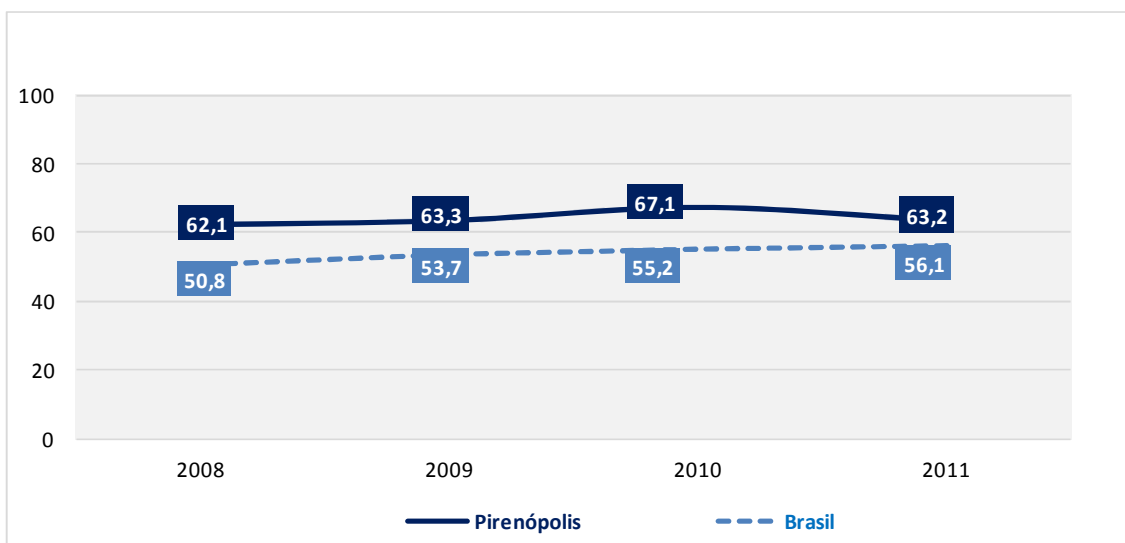
- Não há participação em feiras e eventos não voltados ao setor de turismo, ações que ajudariam a ampliar a promoção do destino no mercado especializado nacional;
- Os resultados dos eventos de turismo dos quais Pirenópolis participa não são avaliados sistematicamente;
- O destino não promoveu qualquer evento para divulgar seus atrativos e equipamentos fora de seu território nos últimos anos;
- O material promocional de Pirenópolis 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;
- Não há informações em idioma estrangeiro na página de turismo do destino na internet.

### 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.

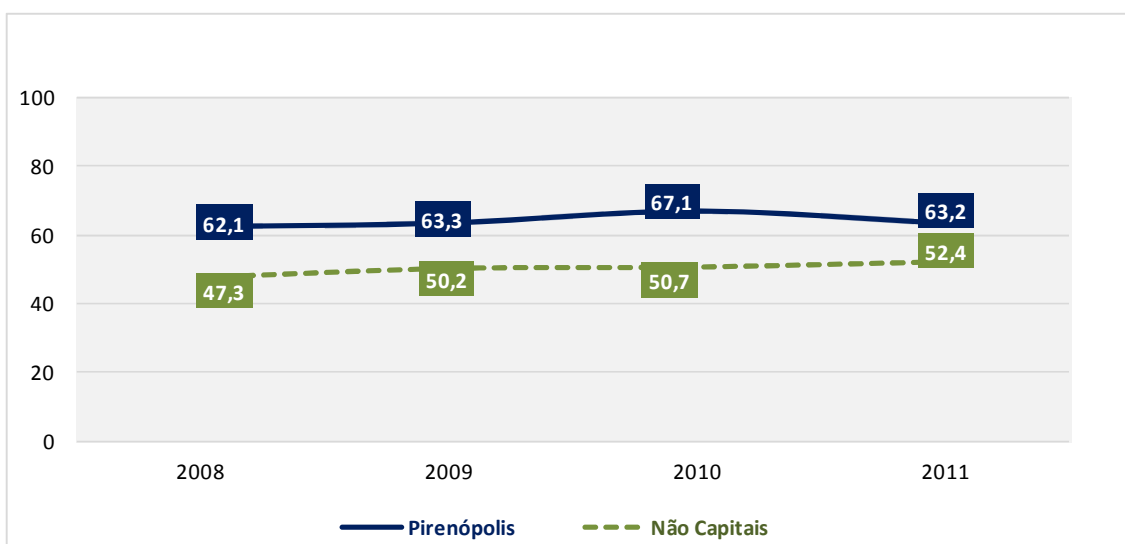
Em *Políticas públicas*, a média Brasil em 2011 foi 56,1. Pirenópolis registrou 63,2 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

**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 uma secretaria municipal com a atribuição exclusiva de coordenar e incentivar o desenvolvimento do turismo, que dispõe de recurso próprio proveniente de um fundo voltado para o turismo;
- No ano anterior, a Secretaria de Turismo desenvolveu projetos em conjunto com outras secretarias em atividades relacionadas ao turismo, entre eles, Projetos de Sensibilização para o Turismo desenvolvido com a Secretaria de Cultura e Educação;
- Presença de uma instância de governança local ativa – em formato de Conselho Municipal – dedicada ao acompanhamento da atividade turística;
- Houve, no ano anterior, investimentos diretos do governo estadual em projetos que visavam a competitividade do turismo – recursos aportados para infraestrutura geral e participação em feiras;
- Além de atuar em cooperação com o Ministério do Turismo em programas ou convênios, o destino registrou investimentos diretos do governo federal em projetos ligados ao turismo, também no ano anterior;
- Existe um Plano Diretor Municipal, em processo de revisão participativa, e que contempla o setor de turismo;
- Foram realizadas ações e projetos executados em parceria com a iniciativa privada, especialmente no processo de implementação da sinalização turística da cidade.

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;
- Não há representação do destino junto ao Fórum Estadual de Turismo;
- Pirenópolis não participou de nenhum programa de modernização administrativa ou fiscal na gestão municipal nos últimos cinco anos, embora esteja tentando viabilizar atualmente o PNAFM junto a Caixa Econômica Federal;

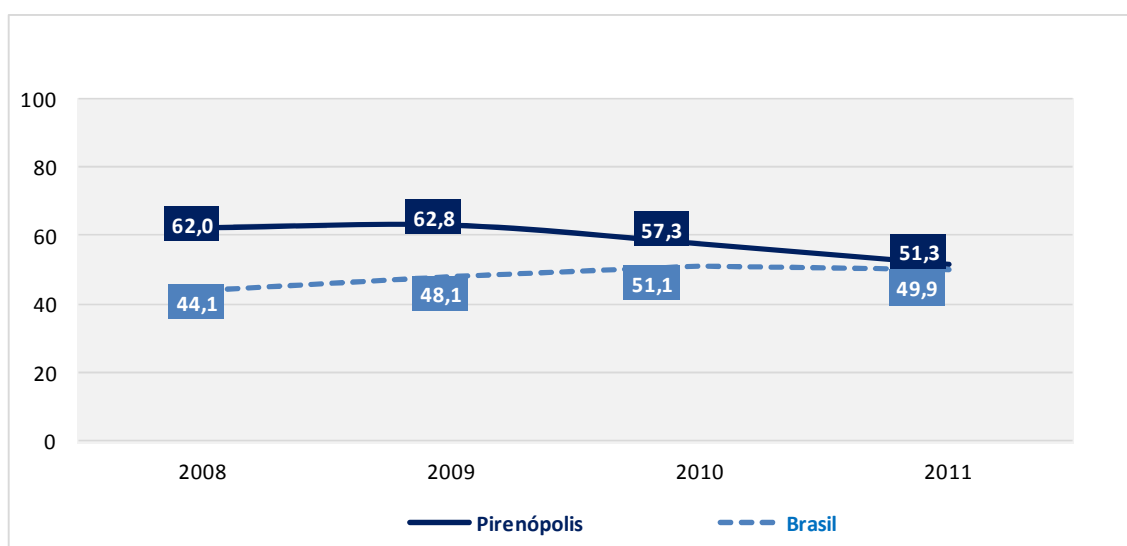
- Na data da pesquisa, Pirenópolis não contava com nenhum planejamento formal para o setor de turismo que defina diretrizes e metas do setor para os próximos anos.

### 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.

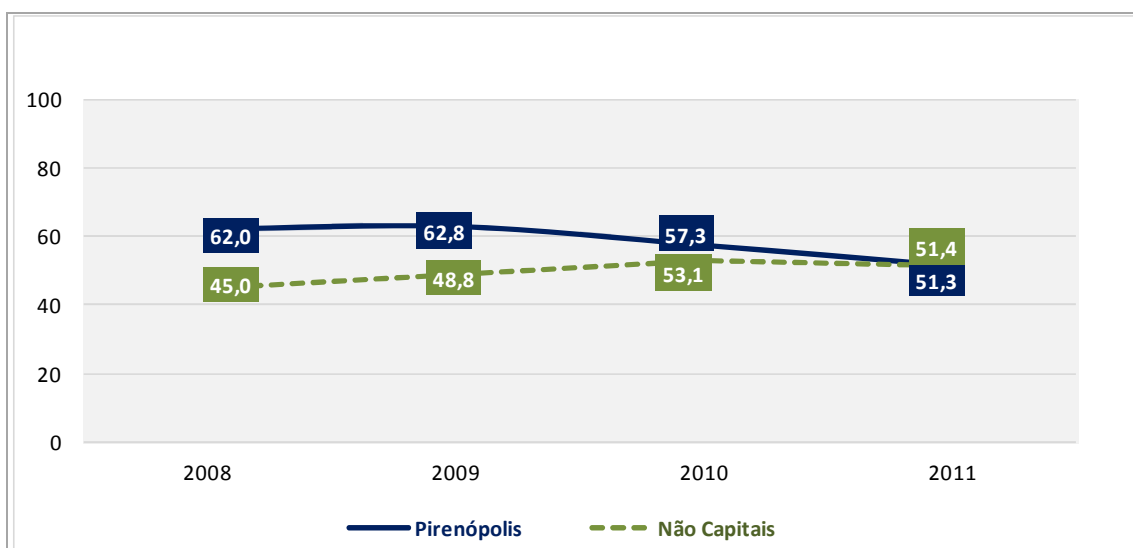
Em *Cooperação regional*, a média Brasil em 2011 foi 49,9. Pirenópolis registrou 51,3 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

**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:

- O destino faz parte de uma instância de governança regional – Fórum Regional da Região do Ouro – que conta com a participação ativa de diversos atores do segmento turístico, e que dispõe de suporte para a condução de suas atividades – suporte este oferecido pelo Sebrae e Goiás Turismo;
- A instância está representada no Fórum Estadual de Turismo;
- Além disso, o destino integra roteiros regionais, comercializados por operadores e agências, elaborados com informações de um Cadastro da Oferta Turística, estruturados com a participação de atores do *trade* turístico;
- A elaboração dos roteiros regionais dos quais o destino faz parte considerou questões de sustentabilidade, descritos nos documentos do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil;
- 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;
- O destino coproduz material promocional da região turística e dos roteiros do qual faz parte.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

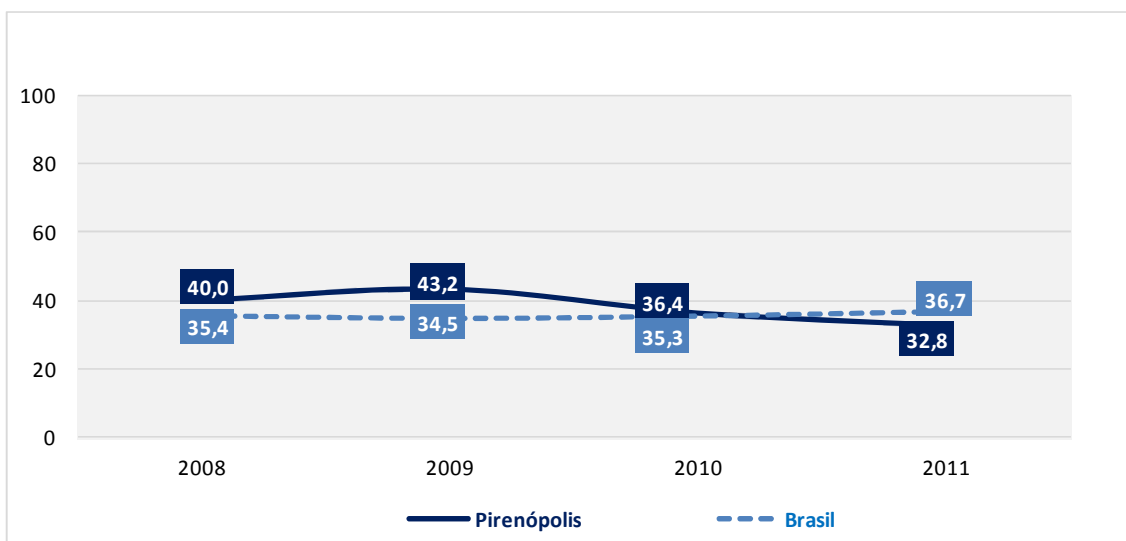
- A instância de governança regional – Fórum da Região do Ouro – não está formalmente constituída e atualmente não dispõe de um gestor executivo com dedicação exclusiva ou parcial à coordenação;
- A instância também não dispõe de recurso próprio para a condução de suas atividades;
- O destino não compartilhou projetos de cooperação regional com outros destinos da mesma região, pois alguns projetos de Roteirização da Região do Ouro, por exemplo, estão parados devido à desarticulação das instâncias regionais em nível estadual;
- Ausência de um plano de desenvolvimento turístico integrado para a região turística, que determine responsabilidades e metas de mercado ou cujas ações e projetos contemplem o município avaliado – PDTIS ainda está em elaboração;
- Inexistência de uma página institucional da região turística na internet.

### 3.9 Monitoramento

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

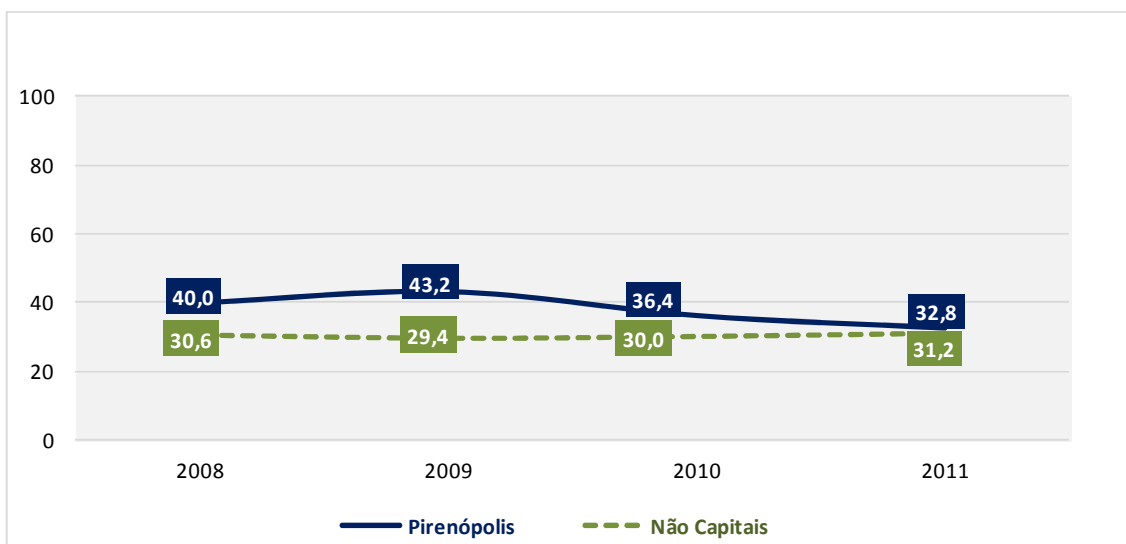
Em *Monitoramento*, a média Brasil em 2011 foi 36,7. Pirenópolis registrou 32,8 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das 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 Pirenópolis foi influenciado de forma positiva por diversos fatores, entre os quais:

- É realizada pesquisa de demanda periódica – realizada 1 vez ao ano – levantamento que gera dado relevante para o planejamento do turismo no destino;
- Com a criação do Instituto de Pesquisas Turísticas do Estado de Goiás (IPTUR) em 2010, um conjunto técnico de estatísticas sobre a atividade turística no estado está sendo formado para as principais cidades;
- Existência de instituição que realiza pesquisas em turismo, focadas no destino ou na região turística da qual o destino faz parte, o IPTUR.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

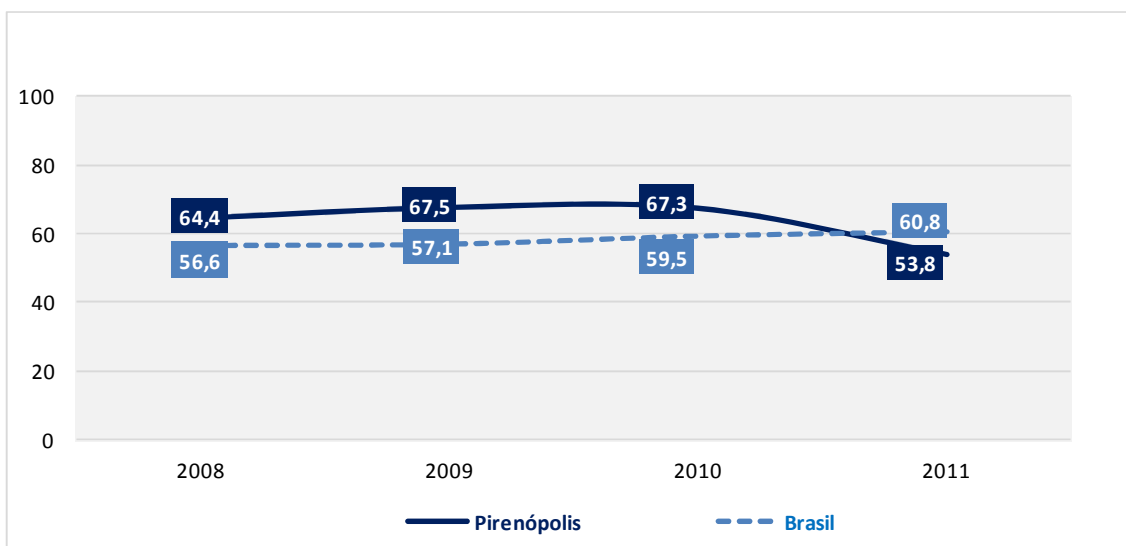
- O Inventário Turístico do destino se encontra desatualizado, pois foi realizado em 2008;
- Apesar de realizar pesquisa de demanda periódica, o destino não aproveita os dados coletados de maneira efetiva para planejamento;
- Ausência de um sistema de indicadores de desempenho do setor do turismo;
- O destino não acompanha com efetividade os objetivos da política em turismo em nível estadual e federal;
- Não há monitoramento dos impactos econômicos, sociais, culturais e ambientais 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.

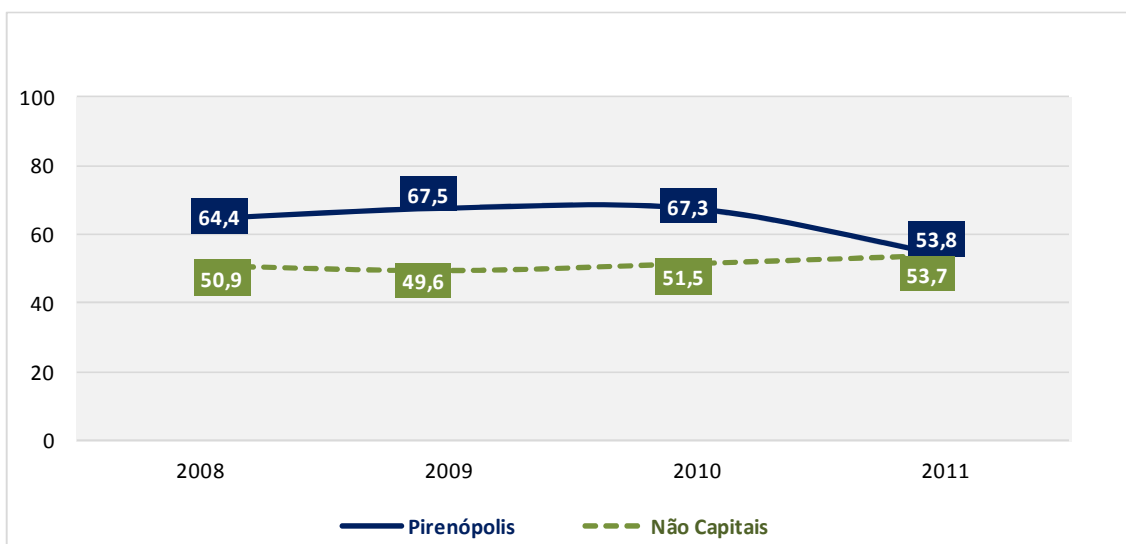
Em *Economia local*, a média Brasil em 2011 foi 60,8. Pirenópolis registrou 53,8 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Oferta de serviços de acesso a internet em banda larga no destino;
- Disponibilidade de acesso gratuito à internet em locais públicos;
- O destino aplica políticas de incentivo à formalização de estabelecimentos comerciais e de prestadores de serviços, por meio do Decreto Municipal do Microempreendedor e Microempreendedor Individual (Sebrae);
- Atuação de um *Convention & Visitors Bureau* – Pirenópolis *Convention & Visitors Bureau* –, exclusivo do destino.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Ausência de caixas eletrônicos de autoatendimento disponíveis 24 horas para saques com cartões de crédito internacionais;
- O destino não oferece isenção ou redução de impostos ou taxas para as atividades características do turismo;
- Inexistem benefícios financeiros locais ou regionais (linhas especiais de financiamento) para empreendimentos e serviços ligados ao setor;
- 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.

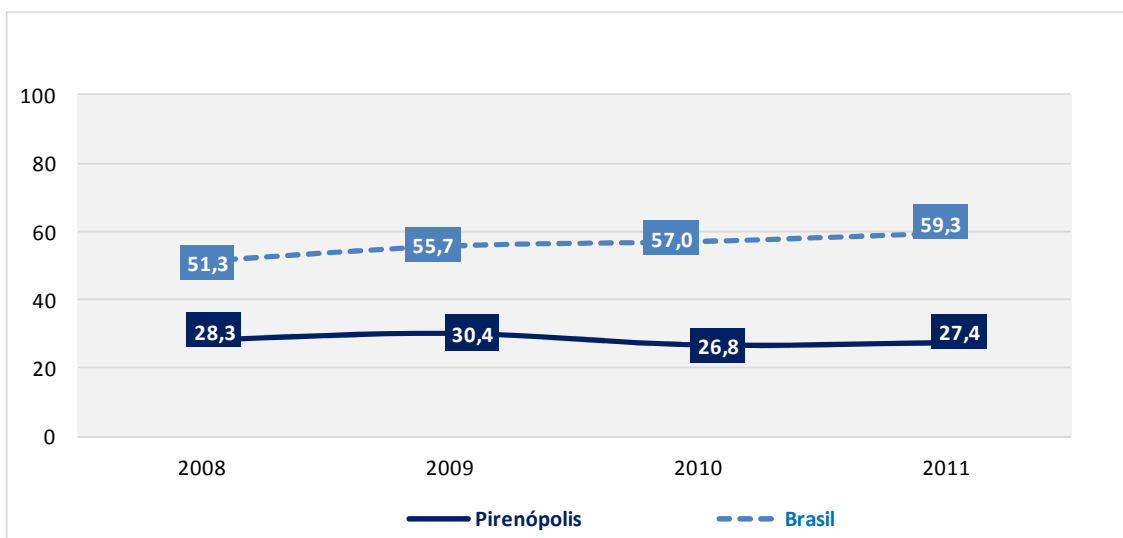


### 3.11 Capacidade empresarial

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.

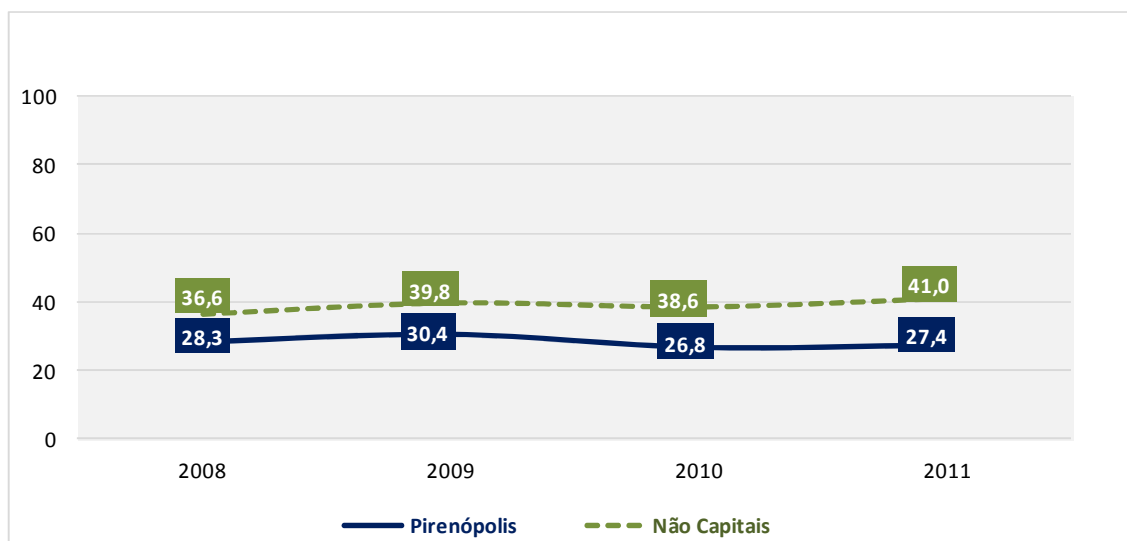
Em *Capacidade empresarial*, a média Brasil em 2011 foi 59,3. Pirenópolis registrou 27,4 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Presença de instituições de ensino com programas regulares 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 técnicos em meios de hospedagem, e que existe pessoal local qualificado para trabalhar em cargos técnicos e gerenciais em agências e operadoras de turismo e estabelecimentos de alimentos e bebidas;
- Aplicação de programa de qualificação especificamente voltado para empresários ou gerentes de empreendimentos turísticos, como o Qualifica Goiás (2010).

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Carência de pessoal local qualificado para trabalhar em cargos gerenciais em meios de hospedagem;

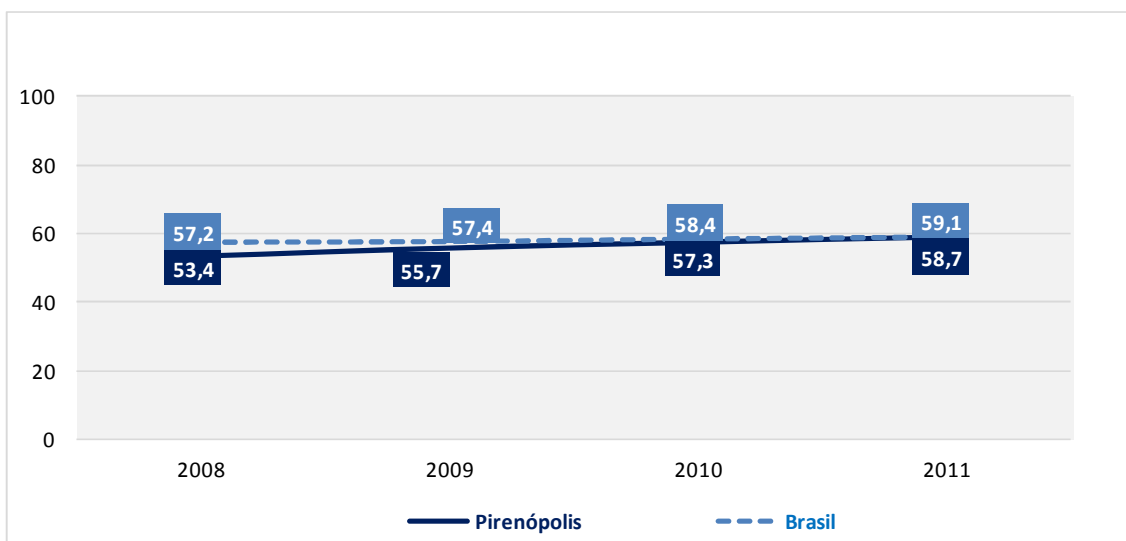
- Ausência de grupos nacionais ou internacionais do setor de turismo, como redes de locação de automóveis, cadeias de restaurantes e redes de meios de hospedagem;
- Não existem adensamentos de empreendimentos turísticos localizados no destino que se configuram como arranjos produtivos locais (APL);
- Foram sinalizadas barreiras à entrada de novos empreendimentos turísticos – entre elas a falta de terreno ou espaço físico e dificuldades para obtenção de licenciamento ambiental;
- Inexistência de empresas de grande porte, filiais ou subsidiárias com mais de mil funcionários e ausência de empresas que produzam mercadorias de alto valor agregado.

### 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.

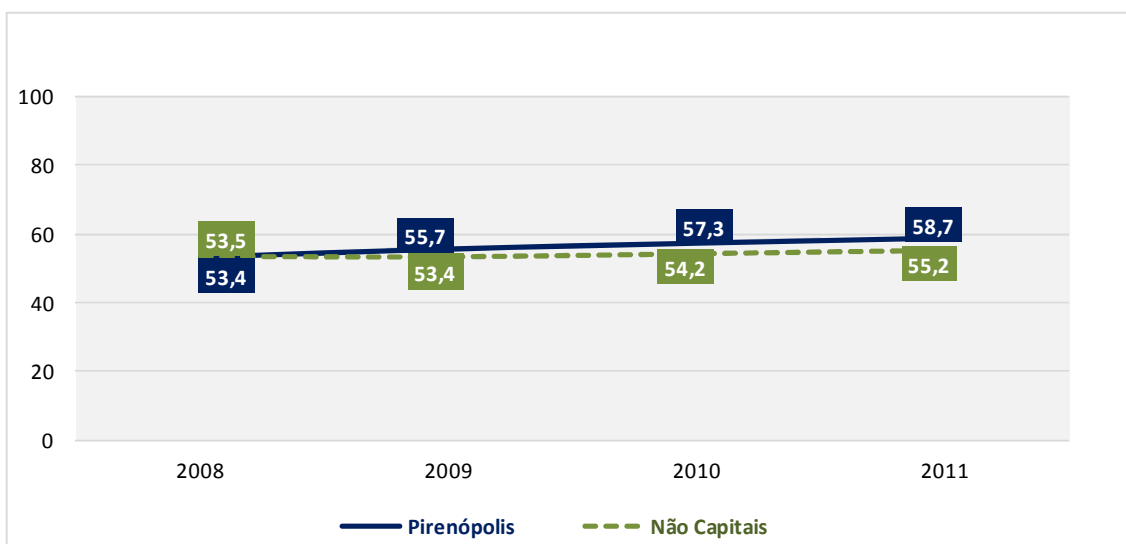
Em *Aspectos sociais*, a média Brasil em 2011 foi 59,1. Pirenópolis registrou 58,7 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

**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 Pirenópolis 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 pela iniciativa privada;
- O município sensibiliza constantemente os cidadãos sobre a importância da atividade turística para o destino – por meio do Circuito do Conhecimento;
- A população participa das decisões com relação a projetos turísticos por meio das reuniões do Conselho Municipal de Turismo (COMTUR).

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Utilização de mão de obra informal durante a baixa e alta temporada em vários setores da atividade turística, 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;
- Não existe elaboração de orçamento participativo – apenas a aprovação de orçamento previamente estabelecido;
- Não há sensibilização do turista sobre o respeito à comunidade local, à cultura e ao patrimônio.

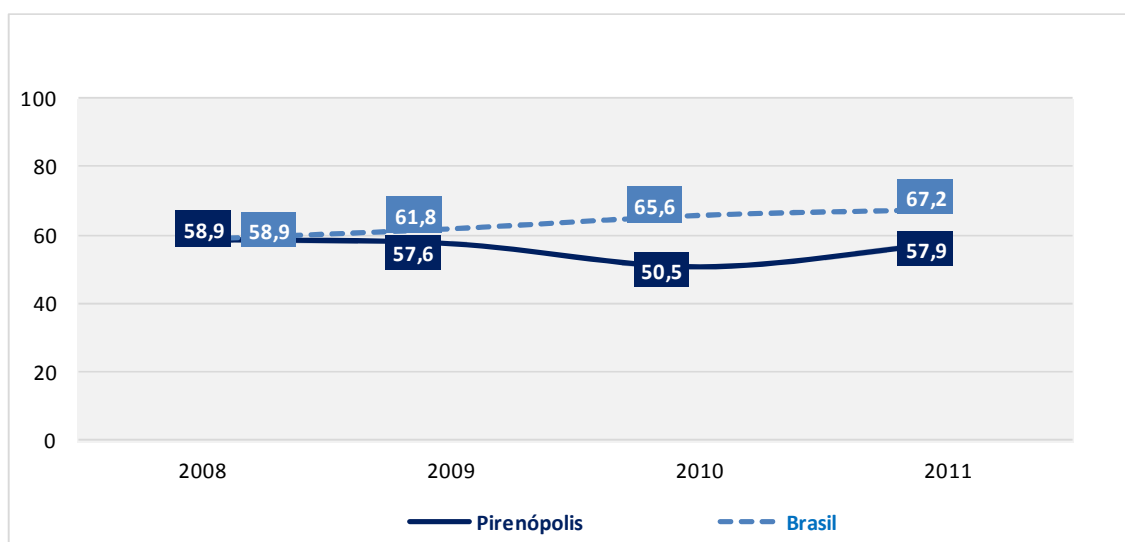
Além destes fatores, também foram considerados indicadores sociais do município, como percentual de habitantes com acesso ao ensino, Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB) e Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M), dentre outros.

### 3.13 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.

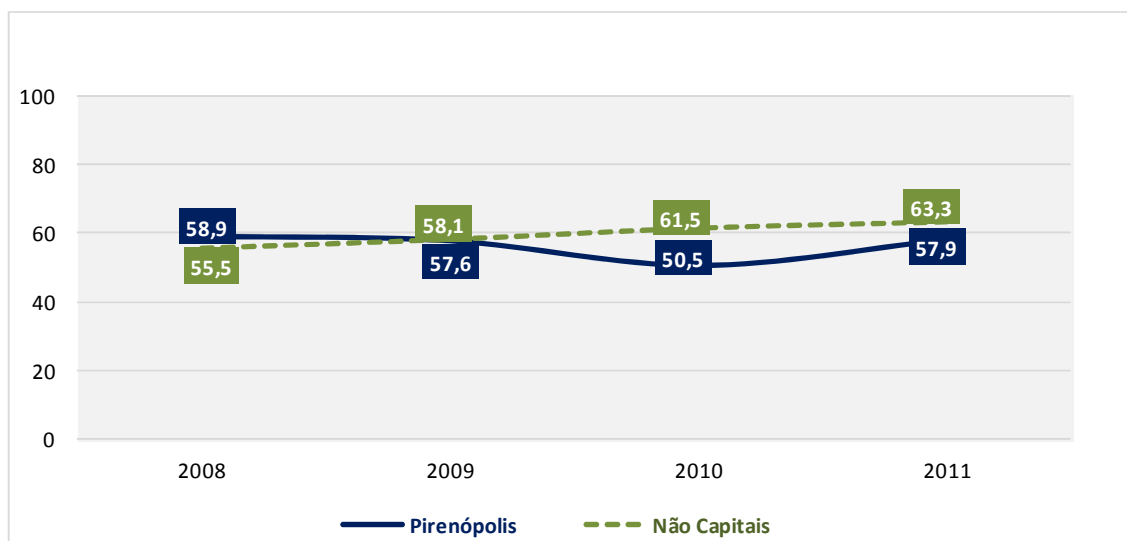
Em *Aspectos ambientais*, a média Brasil em 2011 foi 67,2. Pirenópolis registrou 57,9 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



O indicador de Pirenópolis 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 ampla rede pública de distribuição e estação de tratamento de água;
- São realizadas campanhas de educação periódicas para o uso racional da água pela concessionária SANEAGO;
- Presença de Unidades de Conservação com atividade turística em território municipal – Parque Estadual da Serra dos Pireneus.

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 (recurso externo que não seja repasse do orçamento municipal) e não desenvolveu parcerias, projetos ou atividades relacionadas ao turismo em conjunto com o órgão gestor de turismo no ano anterior;

- O município não conta com um Fundo Municipal para o Meio Ambiente, tampouco Código Ambiental Municipal ou similar;
- Ausência de legislação específica para a adoção de fontes de energia limpa ou renovável em estabelecimentos públicos ou privados;
- Não há estação de tratamento de água para a sua reutilização;
- Inexistência de um sistema público de coleta de esgoto com configuração de separador absoluto (o sistema ainda está sendo implementado pela concessionária local);
- Não há tratamento de resíduos hospitalares gerados no destino;
- Inexistência de serviços de coleta seletiva residencial;
- Ausência de conselho gestor e falta de regulamentação do Plano de Manejo para a principal Unidade de Conservação indicada – Parque Estadual da Serra dos Pirineus.

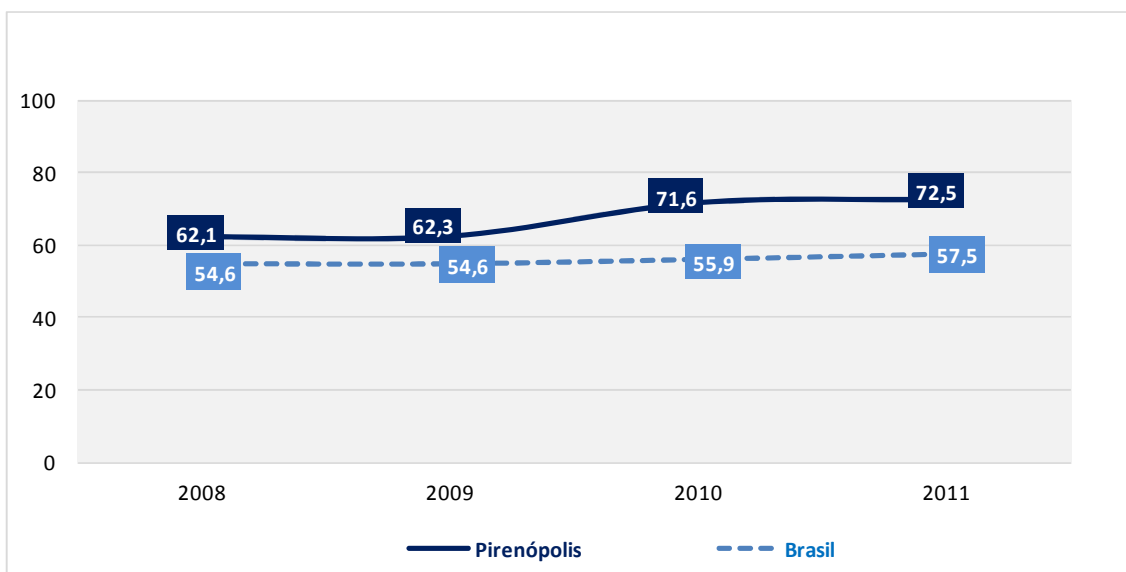
### **3.14 Aspectos culturais**

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. Pirenópolis registrou 72,5 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

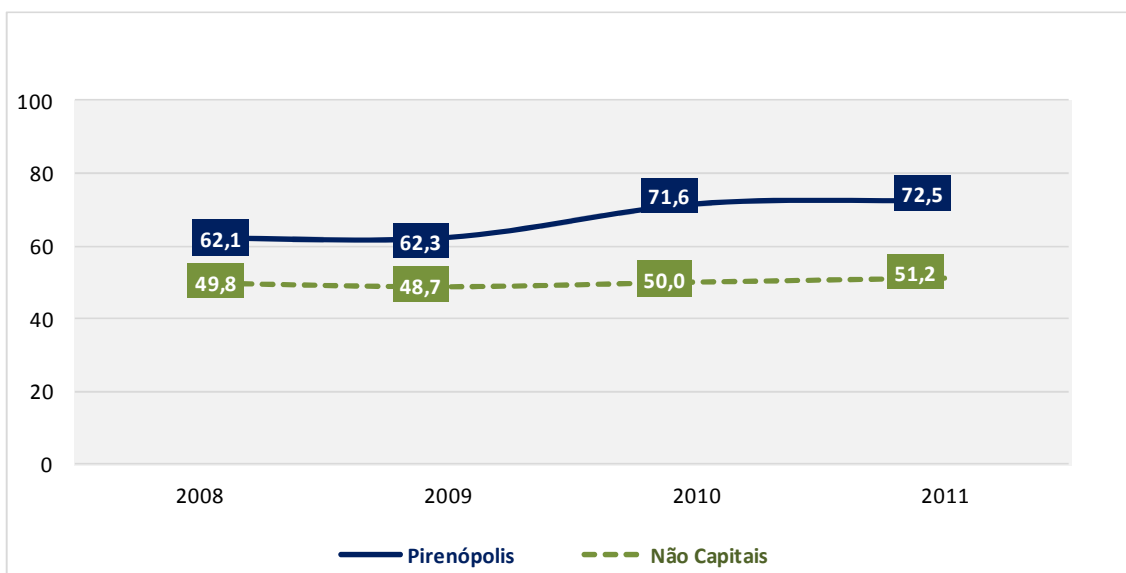


**Gráfico 28. Índices aspectos culturais – destino x Brasil: 2008-2011**



A média das 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 Pirenópolis foi influenciado de forma positiva nesta dimensão por diversos fatores, entre os quais:

- Presença de atividade artesanal típica – máscaras da Festa do Divino, cavaleiros em argila – comercializada em esfera local e regional;
- Existência de culinária típica pela qual o destino é reconhecido em esfera nacional – Empadão Goiano e o Doce Verônica;
- O destino apresenta tradições culturais evidentes e típicas do seu território e da região onde está inserido, entre elas a Festa do Divino que possui em sua estrutura várias manifestações, como folia de reis e do divino, reisado, pastorinhas, congada, reinado, cavalhadas, etc.;
- Existem manifestações religiosas no destino – Semana Santa e Festa do Divino – que atraem fluxo turístico;
- Presença de grupos artísticos de manifestação popular tradicional: os Mascarados, os Cavaleiros, Congos, os Tapuios;
- Existência de patrimônio imaterial registrado – Festa do Divino – que se constitui em atrativo turístico, para os quais são aplicadas política de preservação de bens culturais imateriais;
- Existência de bens tombados como patrimônio histórico – Centro Histórico de Pirenópolis e Fazenda Babilônia;
- 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 Fundo Municipal de Cultura, exclusivo e efetivo;
- O destino aderiu ao Sistema Nacional de Cultura;
- Existe projeto de implementação de turismo cultural – Projeto Portas e Janelas vão se Abrir.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Ausência de patrimônio artístico tombado considerado atrativo turístico;

- O destino não se beneficia ou aplica alguma política diferenciada de distribuição de recursos para o desenvolvimento de atividades que promovam a preservação de bens culturais;
- Não existe legislação municipal de cultura;
- 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 Pirenópolis, 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, Acesso, Serviços e equipamentos turísticos, Aspectos sociais e Aspectos ambientais*.

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

Por fim, foi possível observar que as dimensões *Marketing e promoção do destino, Políticas públicas, Cooperação regional, Monitoramento e Economia local* 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				Pirenópolis			
	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	52,7	55,0	53,8	53,5
Infraestrutura geral	63,8	64,6	65,8	68,4	58,1	58,9	59,8	63,2	60,3	61,3	60,9	64,7
Acesso	55,6	58,1	60,5	61,8	47,5	49,7	52,3	53,1	41,6	45,7	50,2	51,6
Serviços e equipamentos turísticos	44,8	46,8	50,8	52,0	36,3	37,9	41,9	43,4	40,8	45,2	45,8	50,9
Atrativos turísticos	58,2	59,5	60,5	62,0	59,3	60,2	61,3	62,5	61,2	64,4	64,0	64,2
Marketing e promoção do destino	38,2	41,1	42,7	45,6	32,4	36,5	39,8	42,5	55,7	59,1	43,4	37,8
Políticas públicas	50,8	53,7	55,2	56,1	47,3	50,2	50,7	52,4	62,1	63,3	67,1	63,2
Cooperação regional	44,1	48,1	51,1	49,9	45,0	48,8	53,1	51,4	62,0	62,8	57,3	51,3
Monitoramento	35,4	34,5	35,3	36,7	30,6	29,4	30,0	31,2	40,0	43,2	36,4	32,8
Economia local	56,6	57,1	59,5	60,8	50,9	49,6	51,5	53,7	64,4	67,5	67,3	53,8
Capacidade empresarial	51,3	55,7	57,0	59,3	36,6	39,8	38,6	41,0	28,3	30,4	26,8	27,4
Aspectos sociais	57,2	57,4	58,4	59,1	53,5	53,4	54,2	55,2	53,4	55,7	57,3	58,7
Aspectos ambientais	58,9	61,8	65,6	67,2	55,5	58,1	61,5	63,3	58,9	57,6	50,5	57,9
Aspectos culturais	54,6	54,6	55,9	57,5	49,8	48,7	50,0	51,2	62,1	62,3	71,6	72,5

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.