

ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE
DO TURISMO NACIONAL

65 DESTINOS INDUTORES
DO DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO REGIONAL

RIO BRANCO

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	16
3.5 Atrativos turísticos	18
3.6 Marketing e promoção do destino.....	21
3.7 Políticas públicas.....	24
3.8 Cooperação regional	26
3.9 Monitoramento.....	29
3.10 Economia local	31
3.11 Capacidade empresarial.....	33
3.12 Aspectos sociais.....	35
3.13 Aspectos ambientais	37
3.14 Aspectos culturais	39
4. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE	43

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 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 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.

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

Rio Branco é a capital do estado do Acre, na região Norte do país. Com uma população de 335.796 habitantes e 8.835,675km² de extensão territorial, o município possui um PIB de R\$ 3.549.305.681,00 e PIB *per capita* de R\$ 11.776,14, segundo dados do IBGE (2010).

O destino faz parte da região turística Vale do Acre, juntamente com municípios como Acrelândia e Porto Acre. Os principais segmentos turísticos nos quais Rio Branco é comercializado são Turismo Cultural, Ecoturismo e Turismo de Negócios e Eventos.

Os principais atrativos de Rio Branco, conforme constatado durante a pesquisa de campo são o Palácio Rio Branco, o Parque Chico Mendes, a Biblioteca da Floresta, o Parque da Maternidade e o Novo Mercado Velho, além dos eventos programados Expoacre, Carnaval e Arraial Cultural.

Rio Branco conta com uma oferta de serviços e equipamentos como 41 meios de hospedagem (RAIS), 190 estabelecimentos de alimentação (RAIS) e 1 guia de turismo (CADASTUR).

3. RESULTADOS

A pesquisa em Rio Branco foi realizada entre os dias 12 e 16 de setembro de 2011, quando foram entrevistados diversos representantes dos setores público, privado, associações de classe, dentre outros, para coletar os dados que compõem o índice de competitividade do destino.

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

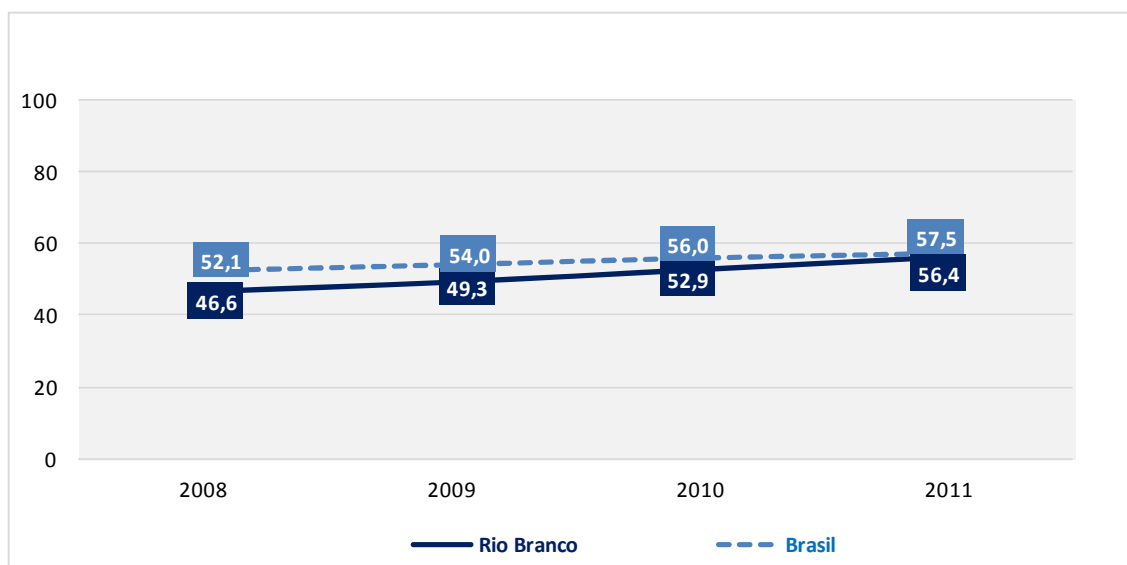
Além dos índices alcançados pelo destino em cada dimensão, serão destacados os principais fatores que contribuíram para tais resultados.

3.1 Índice geral

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

O índice geral do destino em 2011 foi 56,4 pontos (escala de 0 a 100). Este resultado ficou acima do índice obtido em 2010 (52,9), como é possível conferir no gráfico 1:

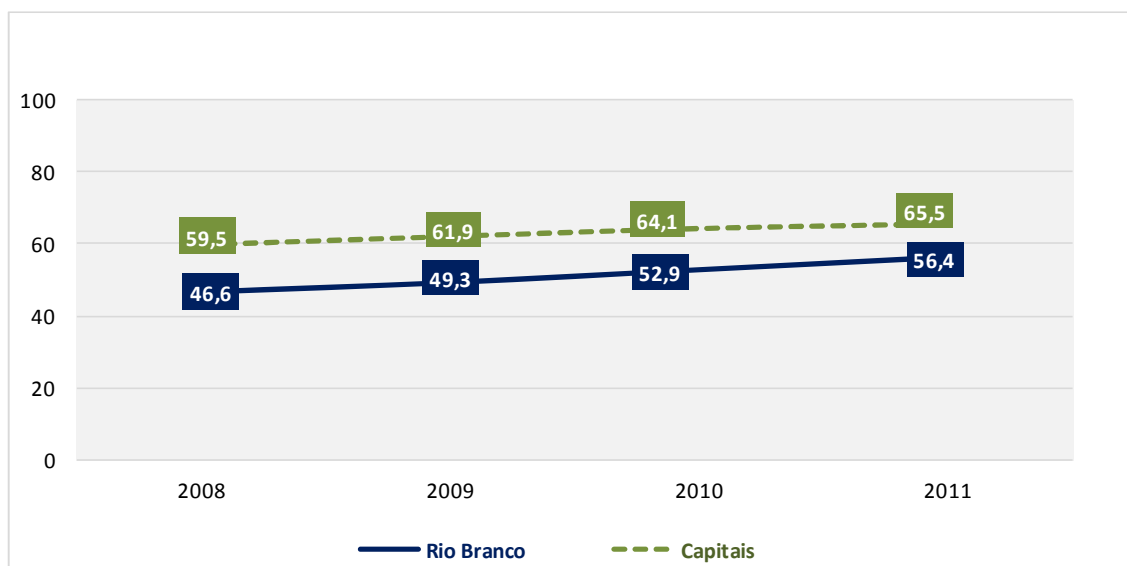
Gráfico 1. Índices gerais de competitividade – destino x Brasil: 2008-2011



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

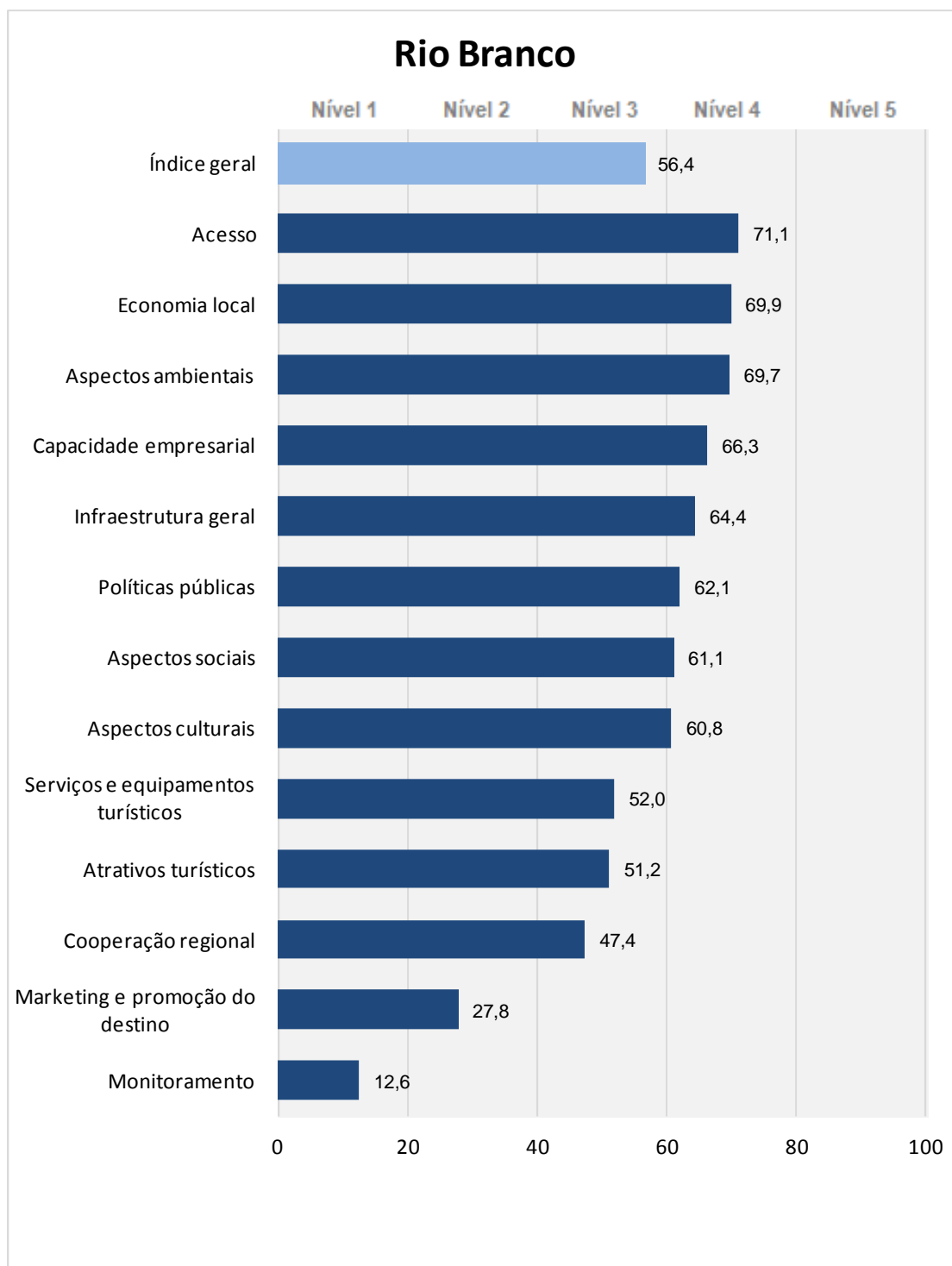
Podemos analisar o desempenho do destino juntamente com as linhas que apontam os resultados da média Brasil (gráfico 1) e das capitais (gráfico 2), que demonstram que o índice do destino segue a tendência nacional de evolução gradual. Considerando os resultados obtidos por todas as 65 cidades avaliadas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

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



Os resultados apresentados a seguir apontam que, das 13 dimensões avaliadas, 08 dimensões alcançaram o nível 4 de competitividade (61 a 80), 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* e *Monitoramento*, as quais não ultrapassaram o nível 2 (21 a 40).

Gráfico 3. Índices por dimensão em ordem decrescente de desempenho

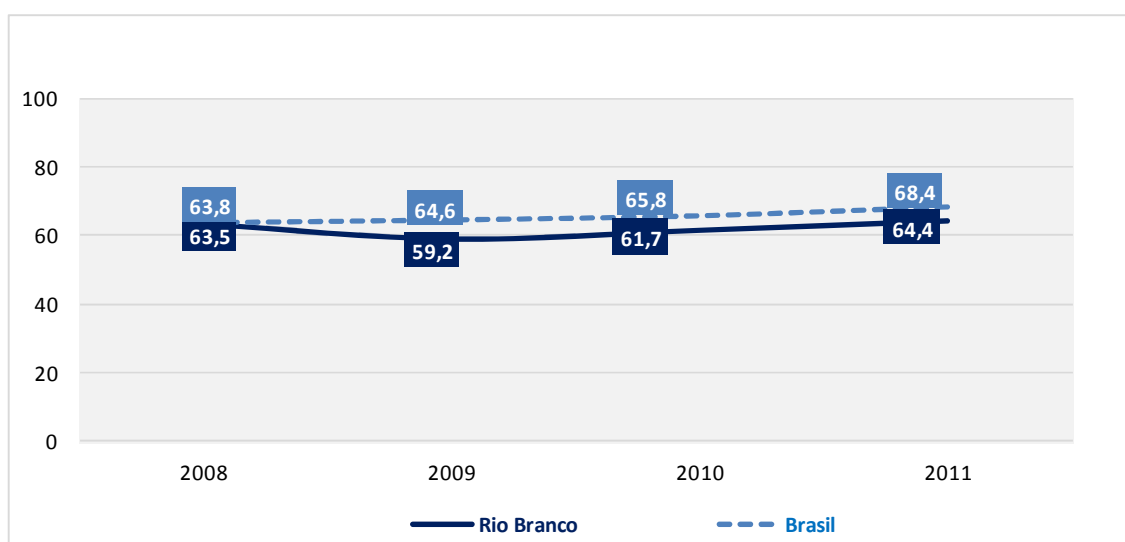


3.2 Infraestrutura geral

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.

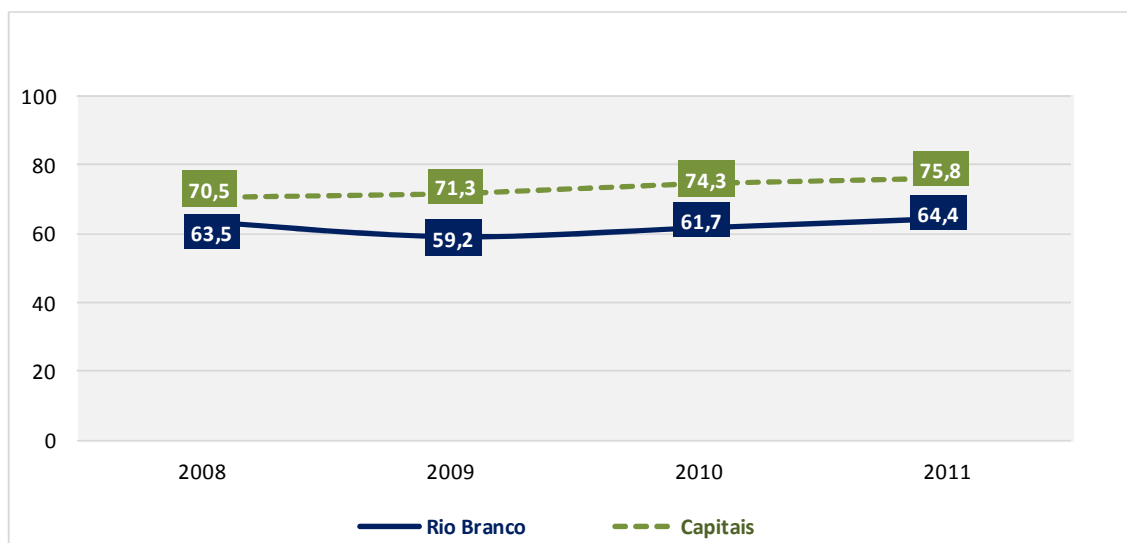
Em *Infraestrutura geral*, a média Brasil em 2011 foi 68,4. Rio Branco registrou 64,4 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



O indicador de Rio Branco 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, como estrutura para pequenas cirurgias e cirurgias de emergência, setor de transfusão e laboratório de análise;
- Aumento do efetivo da Polícia Militar durante a alta temporada ou durante grandes eventos;
- Oferta de Corpo de Bombeiros com grupo de busca e salvamento e existência de Defesa Civil no destino;
- Existência de elementos de drenagem nas áreas turísticas como meio-fio, bueiros e sarjetas;
- Presença de órgão responsável pela conservação urbana e adoção de quesitos de embelezamento nas áreas públicas, como praças, coretos, parques urbanos e iluminação cenográfica permanente;
- Oferta de lixeiras, abrigos de ônibus e telefones públicos no entorno das áreas turísticas, ainda que em apenas parte do destino.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- O fornecimento descontínuo de energia elétrica nos períodos de baixa e alta temporada. Segundo relatos da comunidade local, após a desativação de termoelétrica que abastecia a cidade há interrupções constantes no fornecimento de energia do destino;
- Ausência de um grupamento da Polícia Militar especializado no atendimento ao turista e a inexistência de um programa de proteção ao turista na Polícia Civil;
- Ausência de banheiros públicos no entorno das áreas turísticas do destino;
- O destino não aplica programas para a conservação de mobiliário urbano ou de áreas verdes;
- Não há espaços específicos para o estacionamento ou a parada (embarque e desembarque) de veículos turísticos nas áreas turísticas.

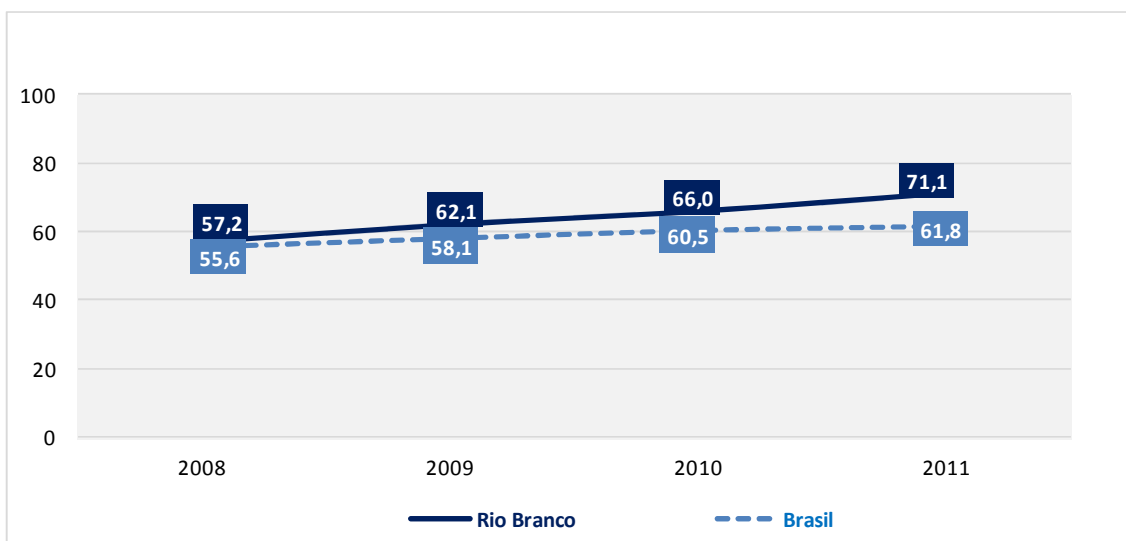
Além destes fatores, foram considerados na composição do índice números de saúde, como a expectativa de vida da população, número de estabelecimentos com atendimento de urgência, número de postos ambulatoriais de atendimento, número de profissionais de saúde e número de leitos.

3.3 Acesso

Nesta dimensão foram analisadas as seguintes variáveis: (i) acesso aéreo; (ii) acesso rodoviário; (iii) acesso aquaviário; (iv) acesso ferroviário; (v) sistema de transporte no destino; e (vi) proximidade de grandes centros emissores de turistas.

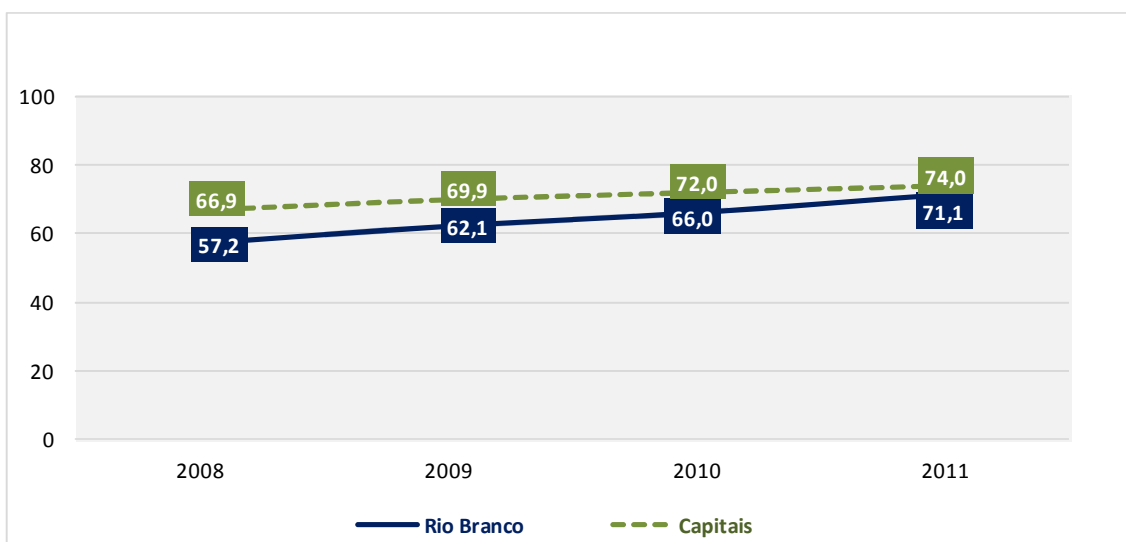
Em *Acesso*, a média Brasil em 2011 foi 61,8. Rio Branco registrou 71,1 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Disponibilidade de um aeroporto dentro do território municipal – Aeroporto Internacional de Rio Branco - Plácido de Castro – e sua estrutura, que conta com lojas, lanchonetes, locadoras de veículos, conforto para os passageiros e centro de atendimento ao turista;
- Opções de transporte público ou concessões para atender àqueles que desembarcam no terminal aéreo que atende ao destino – ônibus convencional e táxi convencional –, conforme foi possível constatar durante a visita técnica ao município, realizada entre o período de 12/09/2011 a 16/09/2011;
- Existência de um terminal rodoviário – Terminal Roberto Silveira – e oferta de transportes para o deslocamento dos que embarcam e desembarcam nesse terminal – ônibus convencional, táxi convencional e mototaxis;
- Disponibilidade de vagas públicas para estacionamento nas áreas turísticas;
- Existência de linhas de transporte urbano que atendam às principais atrações turísticas;
- Disponibilidade de serviços de táxis regularizados e padronizados, cujos funcionários são capacitados para atendimento ao turista.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

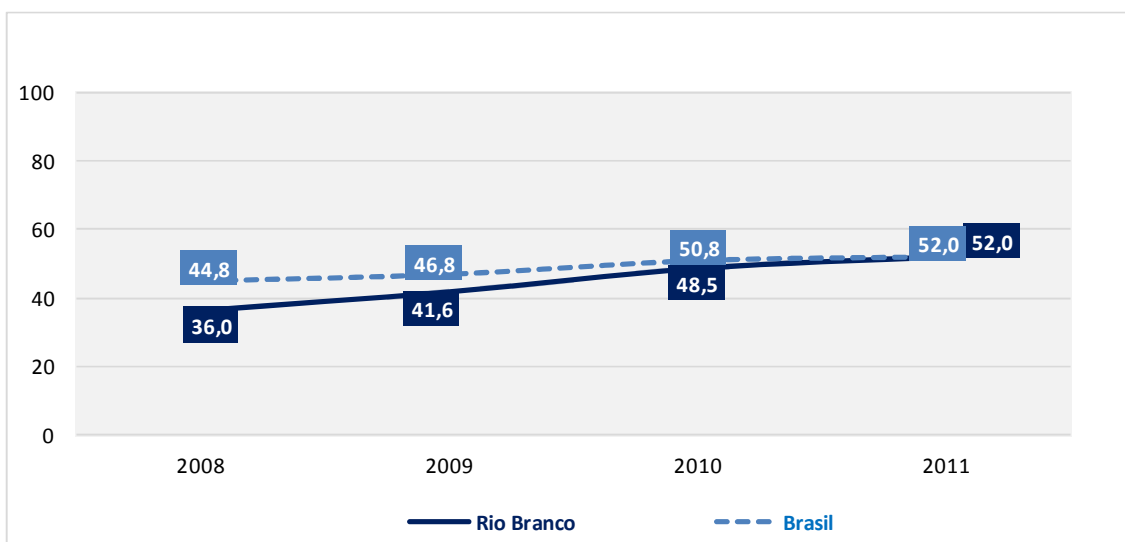
- Condições da principal rodovia de acesso de fluxo turístico ao destino – BR 364;
- Estrutura disponível no terminal rodoviário que atende ao destino e o seu estado de conservação inadequado. Segundo informações locais, um novo terminal rodoviário com estrutura adequada está sendo construído no município com previsão de inauguração para o final de 2011;
- Inexistência de uma linha regular de transporte turístico – ônibus ou similar – que interligue os principais atrativos do destino;
- Existência de congestionamentos em qualquer época do ano, segundo relatos da comunidade local;
- Ausência de ligações aéreas diretas entre o aeroporto que atende o destino e seus principais centros emissivos de turistas internacionais.

3.4 Serviços e equipamentos turísticos

A dimensão *Serviços e equipamentos turísticos* contemplou as seguintes variáveis: (i) sinalização turística; (ii) centro de atendimento ao turista; (iii) espaços para eventos; (iv) capacidade dos meios de hospedagem; (v) capacidade do turismo receptivo; (vi) estrutura de qualificação para o turismo; e (vii) capacidade dos restaurantes.

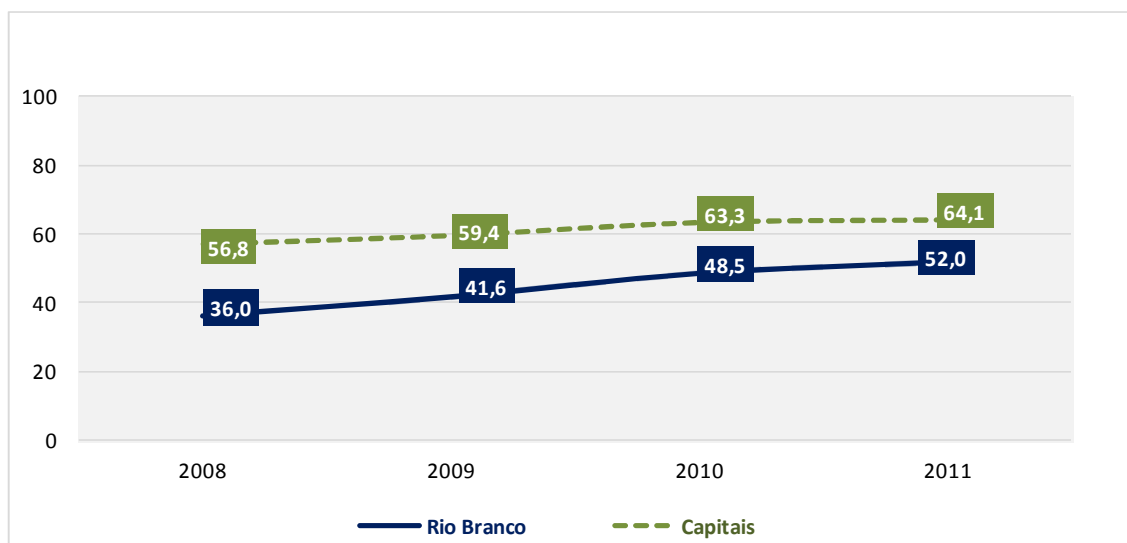
Em *Serviços e equipamentos turísticos*, a média Brasil em 2011 foi 52,0. Rio Branco registrou 52,0 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Oferta de sinalização turística viária nos padrões internacionais recomendados e o estado de conservação dessa sinalização turística;
- Existência de sinalização turística descritiva ou interpretativa em alguns atrativos como na Biblioteca da Floresta, por exemplo;
- Existência de centros de atendimento ao turista (CAT) no destino. Além de três centros de atendimento ao turista fixos, a Secretaria Estadual de Esporte, Turismo e Lazer (SETUL) disponibiliza também um CAT móvel para ser utilizado nos grandes eventos da cidade;
- Oferta de espaços para a realização de eventos como o Teatro Plácido de Castro e a Arena da Floresta;
- Existência de uma organização representativa dos meios de hospedagem, que discute e defende os interesses dos empreendimentos do destino;
- A maioria dos meios de hospedagem possui instalações em bom estado de conservação, modernas ou recém reformadas, oferecendo acesso à internet nas unidades habitacionais;
- Presença de empresas de receptivo que oferecem diversos serviços aos turistas, inclusive com atendimento em idiomas estrangeiros;

- Presença no município de instituições de qualificação profissional que ofertam cursos livres, técnicos, de graduação e capacitação nas áreas relacionadas ao turismo, como Bares e Restaurantes e Hotelaria.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

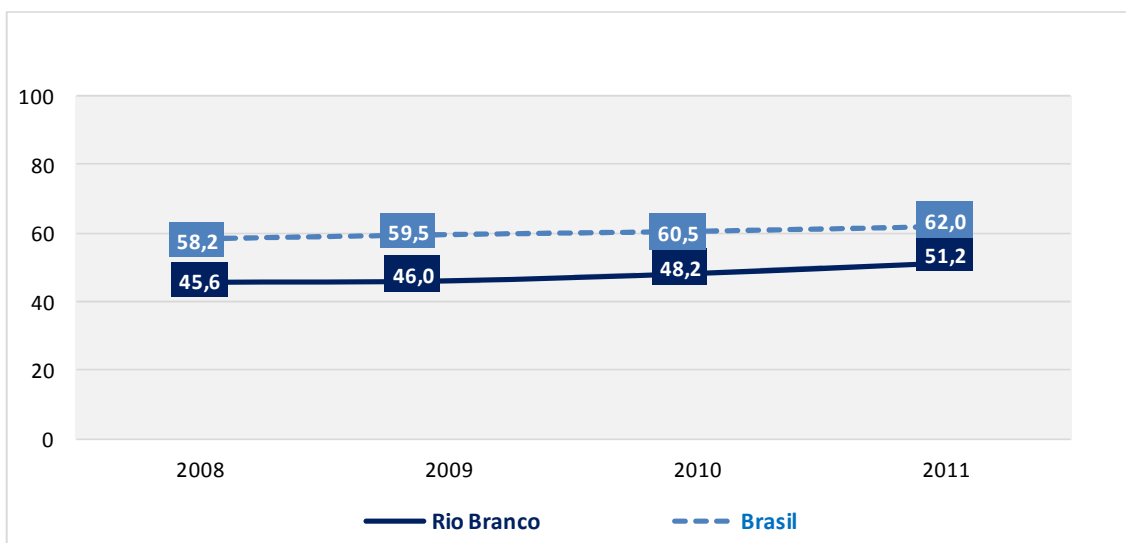
- Cobertura da sinalização turística viária que atende apenas parte do destino;
- Ausência de um centro de convenções que atenda ao destino;
- A maioria dos meios de hospedagem não cumpre quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida;
- Ausência de incentivo formal ao uso de tecnologias que priorizem a questão ambiental em estabelecimentos de hospedagem;
- Existência de apenas 1 guia de turismo licenciado pelo Ministério do Turismo (MTur) no destino;
- Não existe incentivo formal ao uso de tecnologias que priorizem a questão ambiental em estabelecimentos de alimentação;
- 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.

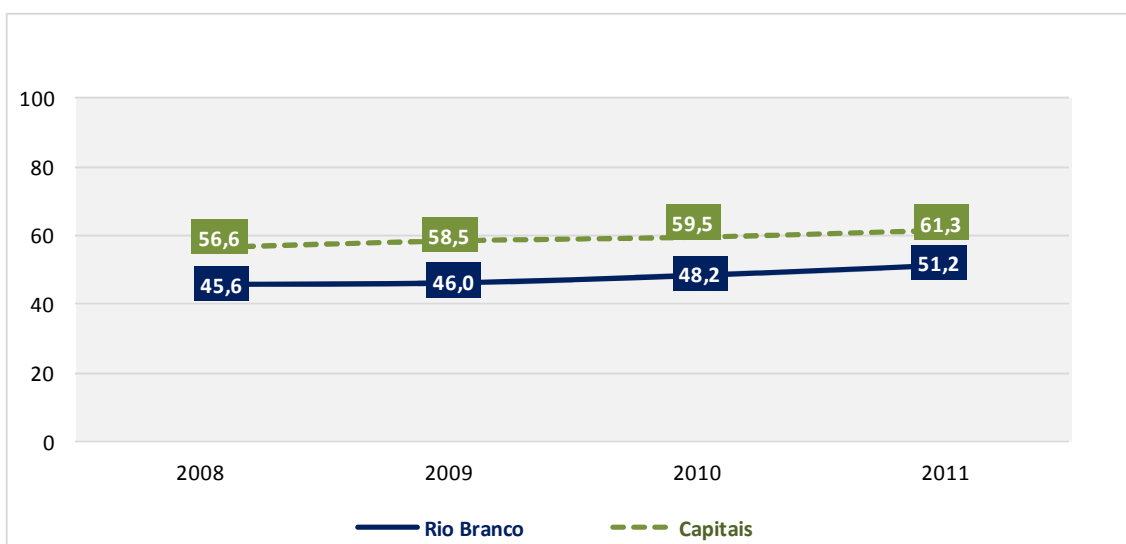
Em *Atrativos turísticos*, a média Brasil em 2011 foi 62,0. Rio Branco registrou 51,2 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Existência de atrativos naturais para os quais há fluxo turístico como rios, parques e lagos;
- Evidência de preservação ambiental no entorno do principal atrativo natural indicado – Parque Chico Mendes – e manutenção da estrutura para visitantes disponível no local após reforma realizada no ano de 2010, conforme pode ser observado em visita técnica realizada entre os dias 12/09/2011 e 16/09/2011;
- O destino conta com atrativos culturais para os quais há fluxo turístico, tendo sido o principal indicado o Centro Histórico da cidade, este inclui o Palácio Rio Branco, o Mercado Velho, a Orla do Rio Acre e a Gameleira;
- A preservação urbanística do entorno do principal atrativo cultural indicado é evidente e há estrutura de apoio aos visitantes neste local;
- Existência de eventos programados que atraem turistas como feiras, congressos, eventos musicais e artísticos;
- Estrutura disponível no local em que acontece o principal evento programado indicado – Expoacre –, além da conservação urbanística e ambiental do seu entorno;
- O destino conta com atrativos de realizações técnicas, científicas e artísticas que geram a atração de visitantes ao longo de todo o ano com interesse específico, independentemente de uma data especial no calendário de eventos. A principal realização técnica, científica e artística indicada foi a Barquinha, local que recebe visitas de estudiosos e religiosos com interesse no Santo Daime.

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 carência de recursos que viabilizem o acesso ou circulação de pessoas com deficiência neste atrativo;
- Não há condições de acessibilidade para pessoas com deficiência no principal atrativo cultural – Centro Histórico – e não existe um estudo de capacidade de carga aplicado a esse atrativo;

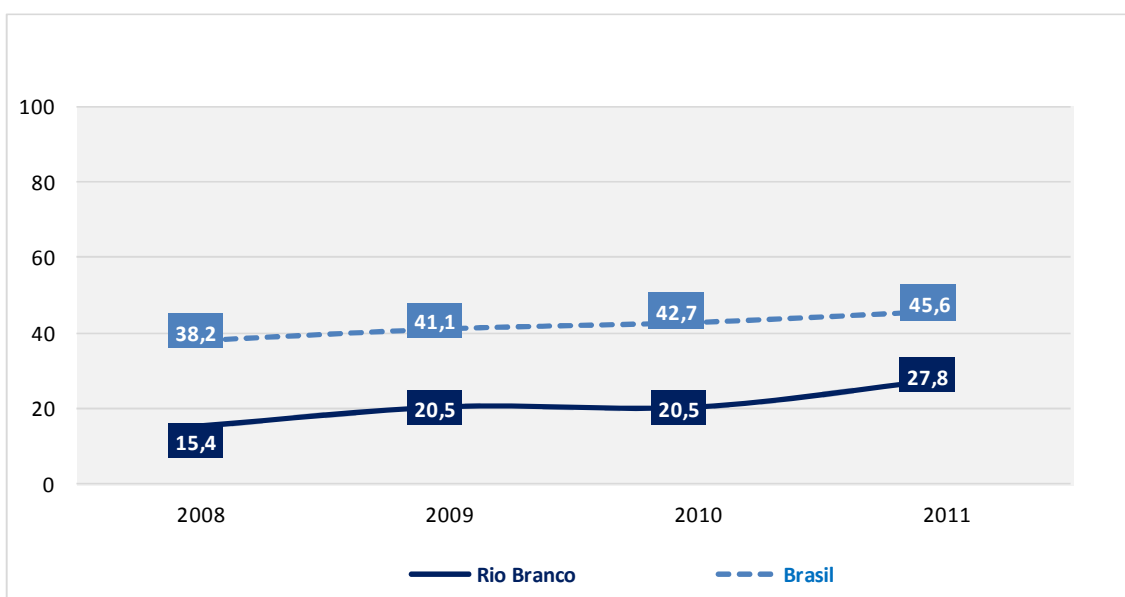
- Inexistência de um estudo de capacidade de carga para o principal evento programado indicado – Expoacre – e a falta de recursos que confirmam acessibilidade para pessoas com deficiência no local em que acontece esse evento;
- Não há no destino o monitoramento da capacidade de carga ou suporte da principal realização técnica, científica e artística sinalizada e o atrativo em que tal realização acontece não adota quesitos de acessibilidade para visitantes com deficiência.

3.6 Marketing e promoção do destino

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

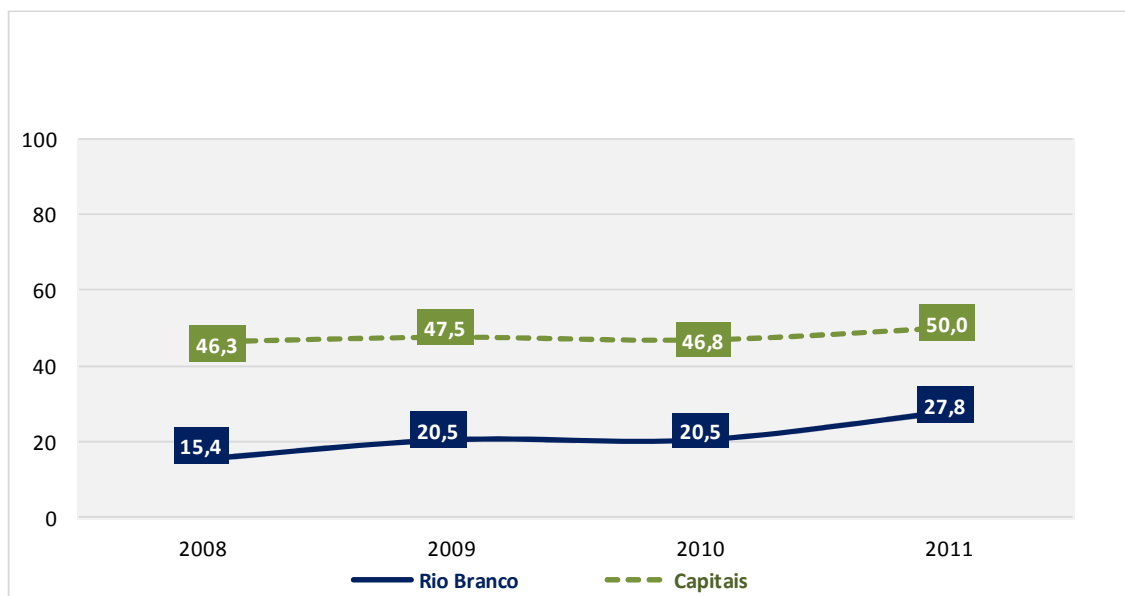
Em *Marketing e promoção do destino*, a média Brasil em 2011 foi 45,6. Rio Branco registrou 27,8 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- O destino participou de feiras e eventos regionais, estaduais, nacionais e internacionais voltados para o setor de turismo nos últimos dois anos;
- Há participação contínua em feiras e eventos não voltados ao setor de turismo, de forma a ampliar a promoção do destino no mercado especializado nacional e no mercado internacional;
- Os resultados dos eventos dos quais o destino participa são avaliados por meio da contagem de visitantes recebidos em estandes, da contagem de relacionamentos estabelecidos e da apuração do valor dos negócios efetivados. Esta prática ocorre em eventos de turismo e em eventos de outros setores não diretamente ligados ao turismo;
- O destino turístico produziu eventos próprios como reuniões e rodadas de negócios para se promover fora de seu território;

- Existe material promocional institucional disponível em idioma estrangeiro, que deixa claro ao visitante a preocupação com a prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes;
- A página institucional do município na internet – acessível pelo endereço www.riobranco.ac.gov.br – traz informações turísticas sobre o destino.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

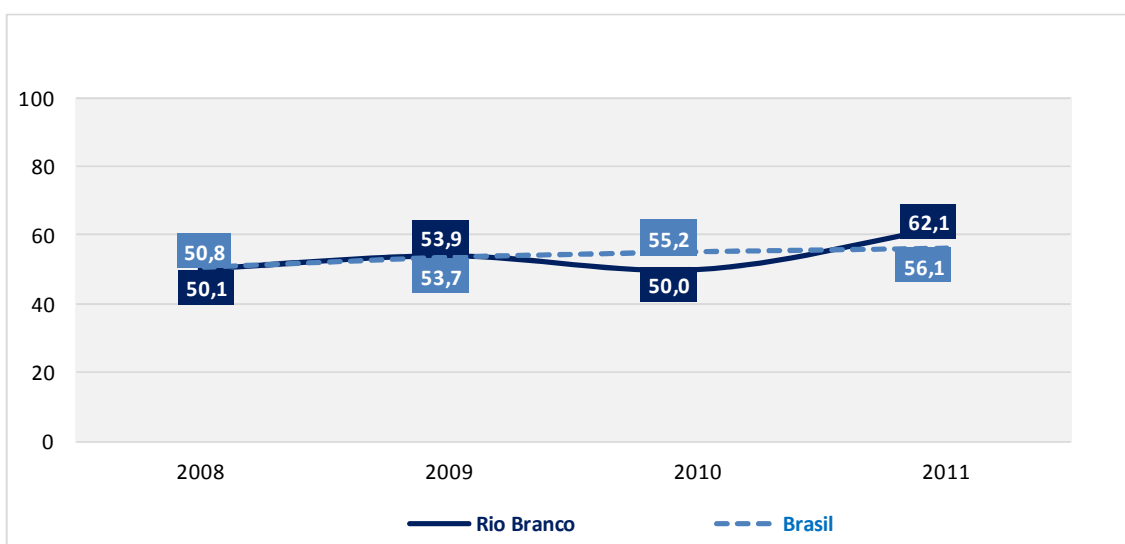
- Inexistência de um plano de marketing formal para o destino, o qual poderia ser elaborado com a colaboração de diversos atores, contendo metas e responsabilidades definidas, fundamentado em pesquisa sobre a demanda turística, contemplando a relação com agências e operadoras e definindo indicadores 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 material promocional do destino Rio Branco não alerta o visitante sobre a importância de preservar o meio ambiente;
- Inexistência de um material promocional específico que apresente a estrutura disponível para eventos;
- 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 principal página de turismo do destino indicada – www.ac.gov.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.

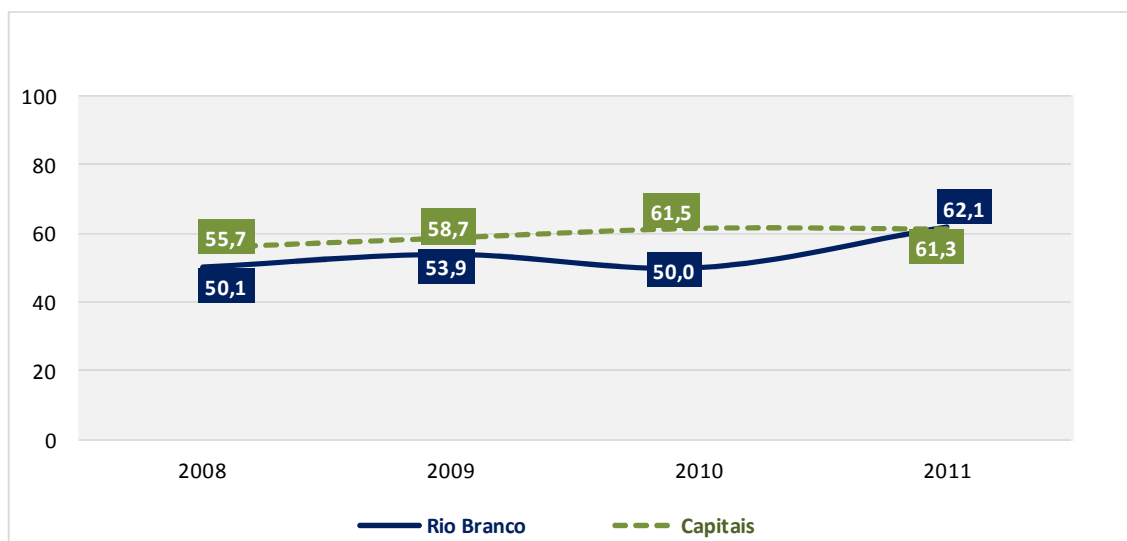
Em *Políticas públicas*, a média Brasil em 2011 foi 56,1. Rio Branco registrou 62,1 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Existência de um órgão municipal – Fundação Garibaldi Brasil – com atribuição de coordenar ou incentivar o desenvolvimento do turismo – ainda que não exclusivo do turismo – e que dispõe de recurso próprio;
- No ano anterior, a Fundação Garibaldi Brasil desenvolveu projetos em conjunto com outras secretarias em atividades relacionadas ao turismo, entre eles, o Programa Brincando como Antigamente em parceria com a Secretaria de Educação;
- Foram recebidos recursos provenientes de emendas parlamentares, segundo lei orçamentária anual de 2010;
- Presença de uma instância de governança local ativa – Câmara Temática do Turismo dentro do Conselho Municipal de Políticas Culturais – dedicada ao acompanhamento da atividade turística;
- 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;

- Rio Branco participou de programa de modernização administrativa ou fiscal na gestão municipal nos últimos cinco anos – Programa de Modernização da Administração Tributária e Gestão dos Setores Sociais Básicos (PMAT);
- Existe um Plano Diretor Municipal, revisado recentemente, que contempla o setor de turismo;
- Foram realizadas ações em parceria com a iniciativa privada ou com entidades de classe representativas do setor ao longo do ano anterior.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

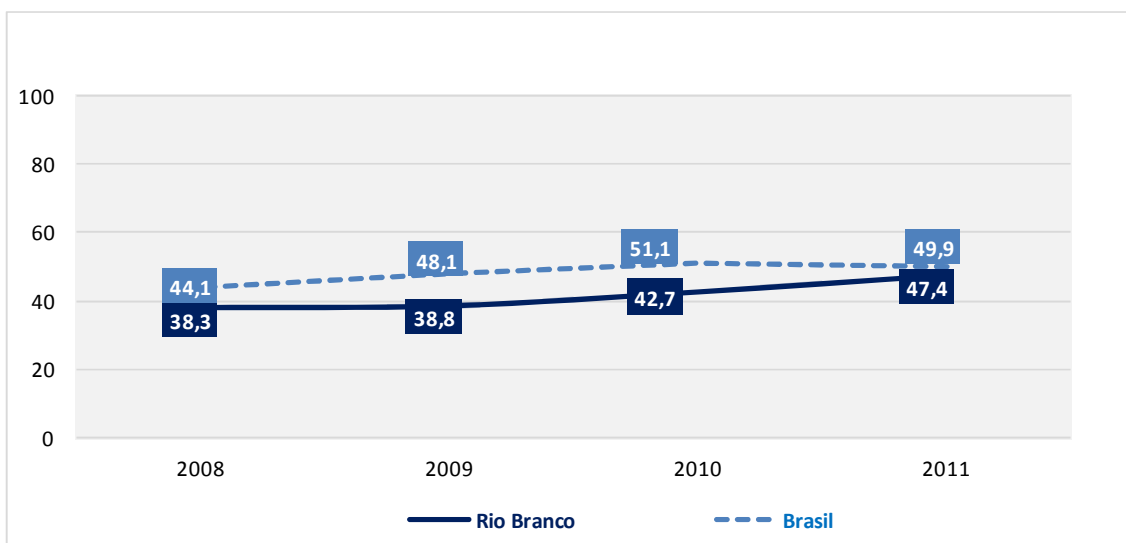
- Ausência de um órgão gestor de turismo exclusivo da pasta turismo visto que a fundação municipal em questão também se dedica a outras pastas como cultura e esporte – Fundação Garibaldi Brasil;
- Apesar de ter um Plano Diretor Municipal que contempla o turismo em algum aspecto, Rio Branco não segue nenhum planejamento formal específico para o setor de turismo, que defina diretrizes e metas estratégicas 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.

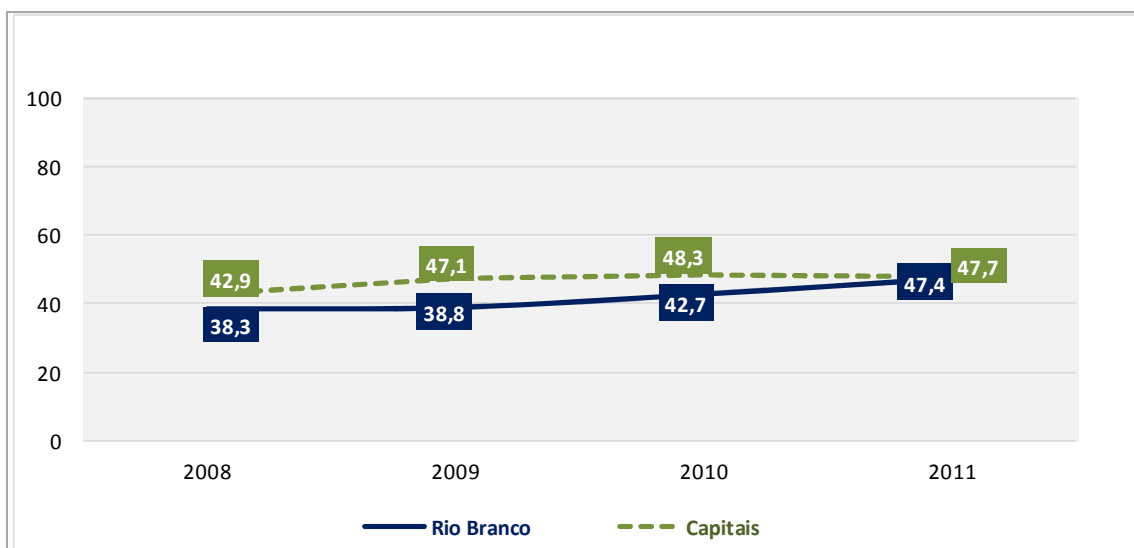
Em *Cooperação regional*, a média Brasil em 2011 foi 49,9. Rio Branco registrou 47,4 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Existem projetos de cooperação regional compartilhados entre o município avaliado e outros destinos da região Vale do Acre, entre eles, o projeto de elaboração do Inventário da Oferta Turística;
- Existência de um plano de desenvolvimento turístico integrado para a região – PDITS –, 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;
- No ano anterior, o destino participou de eventos para a promoção e comercialização dos roteiros regionais dos quais faz parte, e realizou ações promocionais, em parceria com outros destinos do mesmo roteiro;
- O destino coproduz material promocional dos roteiros turísticos dos quais faz parte.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

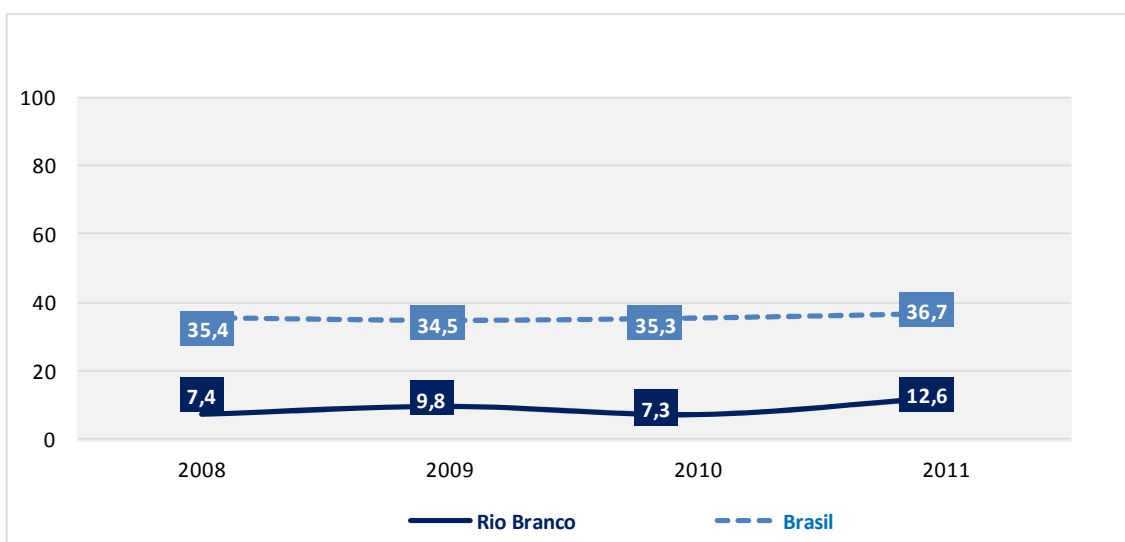
- Ausência de uma instância de governança regional, responsável pela coordenação das ações de regionalização do turismo, que seja formalmente constituída, conte com a participação ativa de variados atores do segmento turístico, mantenha reuniões periódicas e que disponha de um gestor executivo com dedicação exclusiva ou parcial à coordenação;
- As ações promocionais para a região não levaram em conta a relação com agentes e operadores de turismo receptivo;
- O destino não participa de consórcio público ligado a projetos turísticos com outros destinos de sua região turística;
- 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.

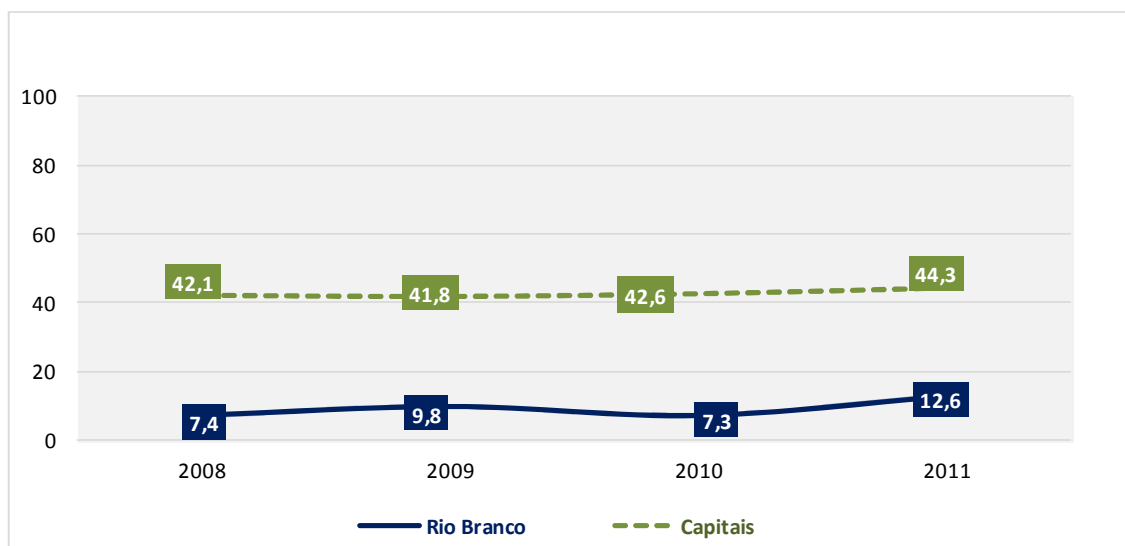
Em *Monitoramento*, a média Brasil em 2011 foi 36,7. Rio Branco registrou 12,6 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- O órgão gestor de turismo estadual – Secretaria de Esporte, Turismo e Lazer – realiza pesquisas de demanda quatro vezes ao ano, baseadas em um plano amostral. Esse levantamento gera dados relevantes para o planejamento do turismo no destino;
- Existência de pesquisa de oferta – Cadastramento dos hotéis, bares, restaurantes e agências de turismo – atualizada;
- Há monitoramento periódico dos impactos sociais gerados pelo turismo no destino. Esse acompanhamento é realizado pela Secretaria Municipal de Ação Social através da produção de relatórios sobre o índice de exploração sexual de crianças e adolescentes nos principais eventos do município;
- Existência de instituições que realizam pesquisas em turismo, focadas no destino ou na região turística da qual o município faz parte, como a FAAL, a Uninorte e o Instituto Dom Moacir.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

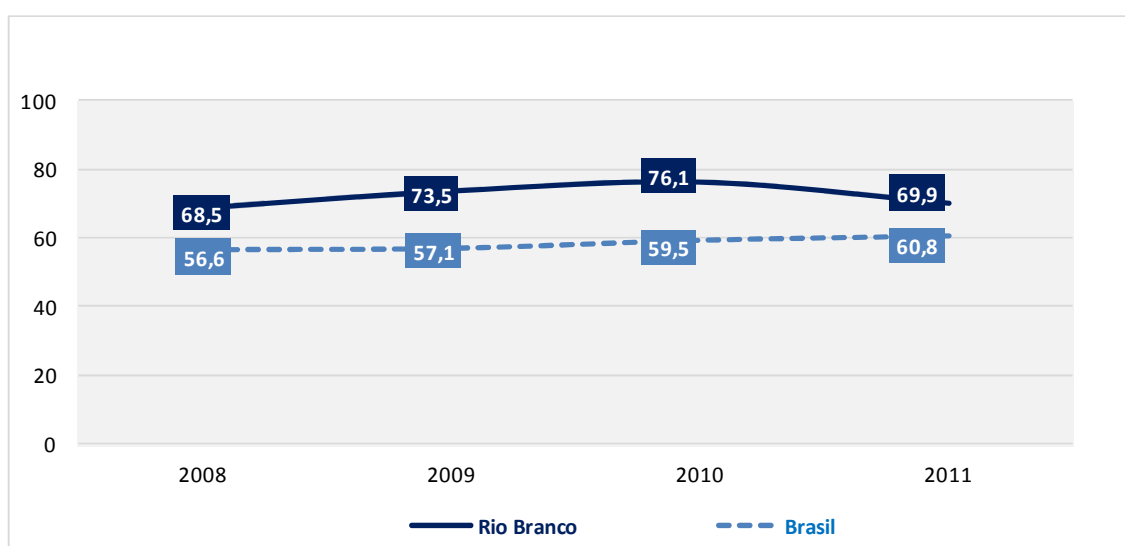
- Ausência de um sistema de indicadores de desempenho do setor do turismo;
- Não há um conjunto técnico de estatísticas turísticas, tampouco relatórios de conjuntura turística dos segmentos relacionados ao turismo;
- O destino não acompanha os objetivos da política em turismo em nível estadual e em nível federal;
- Não há monitoramento dos impactos econômicos, ambientais e culturais gerados pelo turismo e não há interação entre o órgão gestor de turismo e os responsáveis pelo monitoramento dos impactos sociais realizados no destino;
- 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.

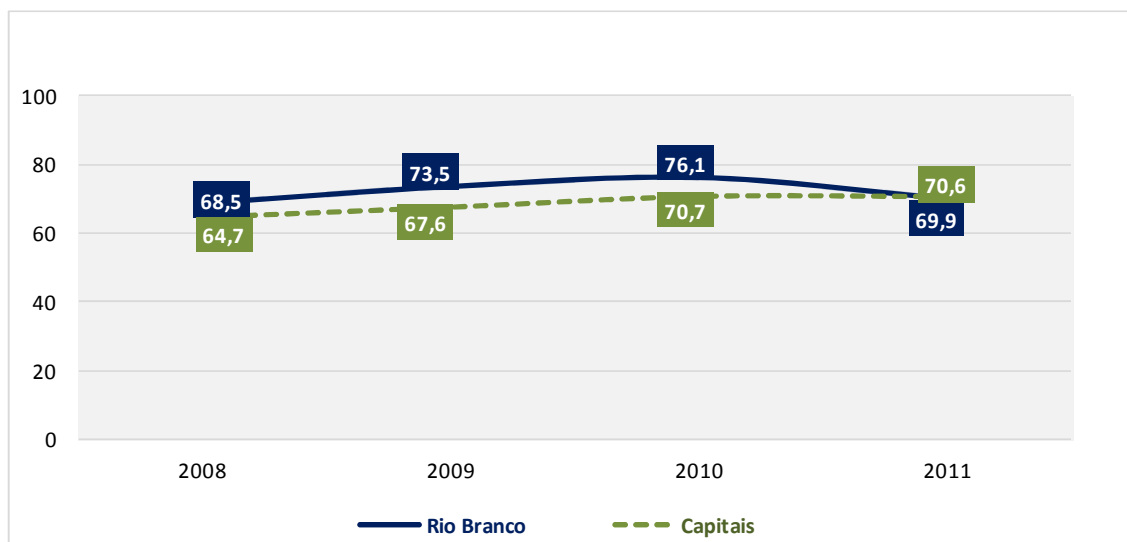
Em *Economia local*, a média Brasil em 2011 foi 60,8. Rio Branco registrou 69,9 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



O indicador de Rio Branco 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 e disponibilidade de acesso gratuito à internet em locais públicos. Através do Programa Floresta Digital é possível acessar a internet em qualquer lugar na cidade desde que se cadastre uma senha de acesso;
- Presença de caixas eletrônicos de autoatendimento disponíveis 24 horas para saques com cartões de crédito internacionais e existência de casas de câmbio para turistas estrangeiros;
- O destino aplica políticas de incentivo à formalização de estabelecimentos comerciais e de prestadores de serviços, através do Programa Empreendedor Individual;
- São oferecidas linhas especiais de financiamento para empreendimentos e serviços ligados ao setor de turismo através do Banco da Amazônia;
- Existência de um polo moveleiro significativo para movimentar a economia local, que tende a gerar fluxo turístico receptivo em consequência de sua existência.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Inexistência de um *Convention & Visitors Bureau* exclusivo do destino visto que a atuação do Acre *Convention & Visitors Bureau* é estadual;
- O destino não oferece benefícios de isenção ou redução de impostos ou taxas para as atividades características do turismo.

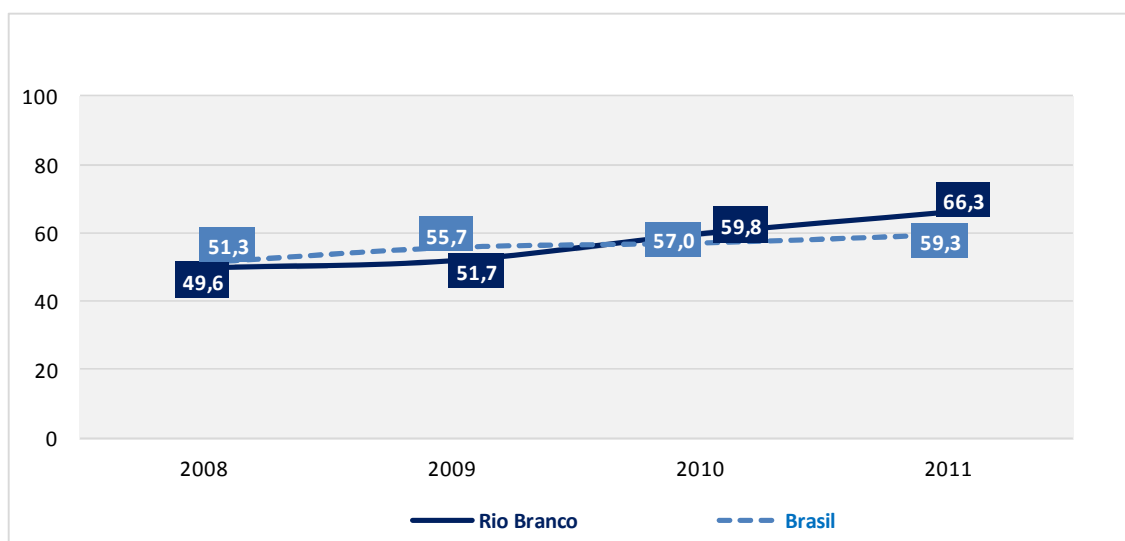
Além destes fatores, dados econômicos de fontes secundárias também foram observados, como o PIB, PIB *per capita* e volume de operações de crédito, por exemplo.

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.

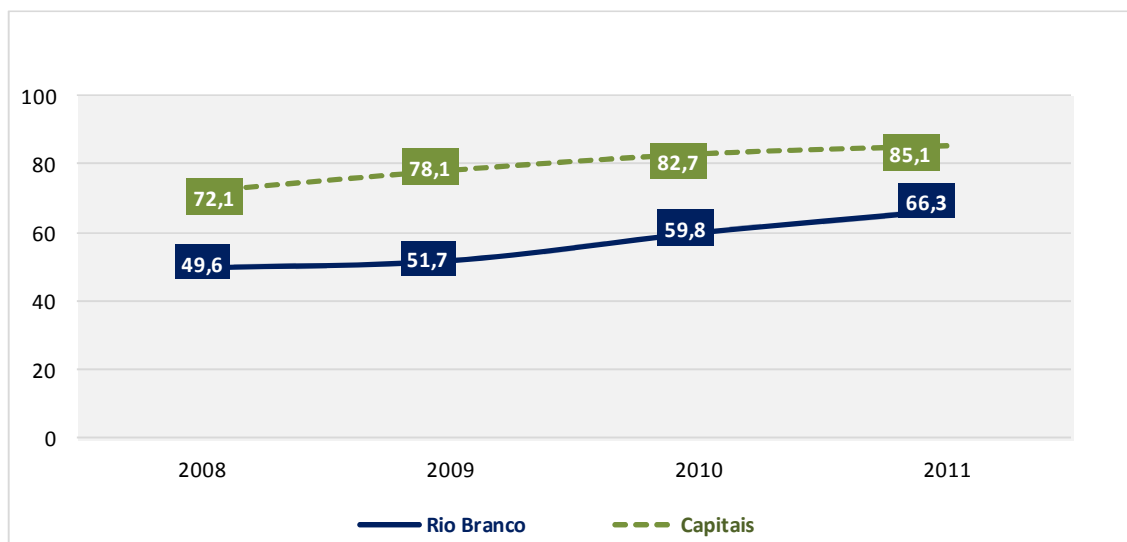
Em *Capacidade empresarial*, a média Brasil em 2011 foi 59,3. Rio Branco registrou 66,3 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



O indicador de Rio Branco 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;
- Existência de empresas de grande porte, filiais ou subsidiárias com mais de mil funcionários e de empresas que exportam mercadorias de alto valor agregado e perecíveis;
- Presença de grupos nacionais e internacionais do setor de turismo, como redes de locação de automóveis e cadeias de restaurantes.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Carência de pessoal local qualificado para trabalhar em cargos de gerência em meios de hospedagem, em agências ou operadoras e em estabelecimentos de alimentos e bebidas;

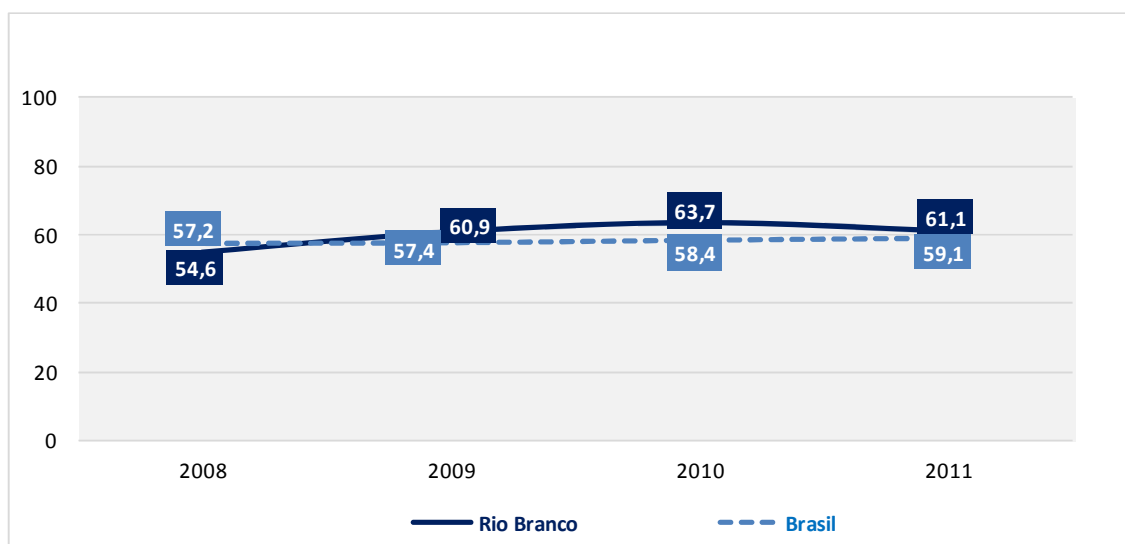
- Inexistência de programas de qualificação especificamente voltados para empresários ou gerentes de empreendimentos turísticos;
- Não existem adensamentos de empreendimentos turísticos que fomentem o empreendedorismo como arranjos produtivos locais.

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.

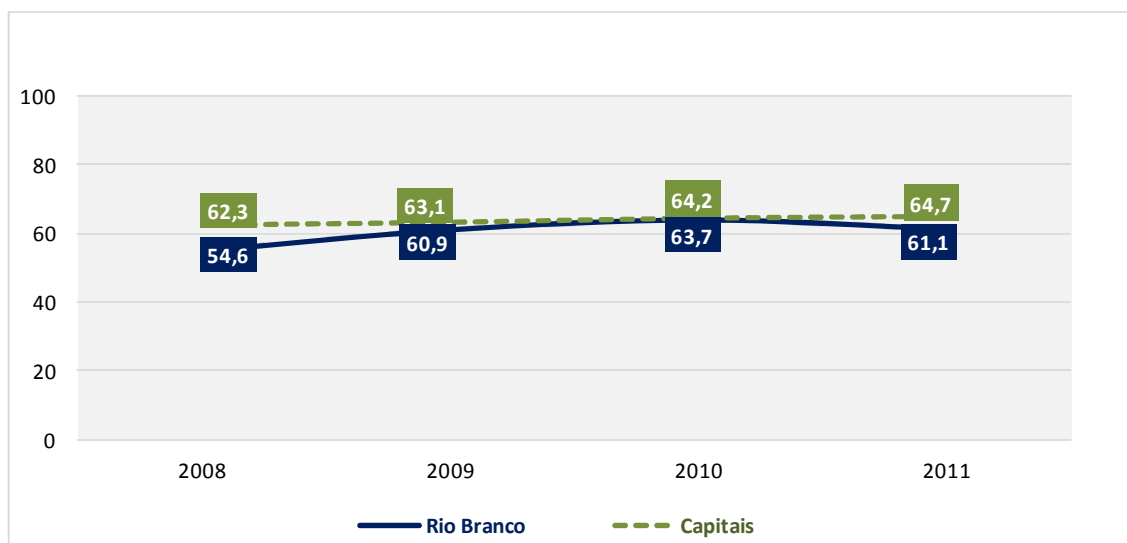
Em *Aspectos sociais*, a média Brasil em 2011 foi 59,1. Rio Branco registrou 61,1 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



O indicador de Rio Branco 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 e aplicação de programa específico de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes no turismo, que conta com o apoio da iniciativa privada, do terceiro setor e do poder público;
- A população local se envolve na elaboração do orçamento participativo;
- O município sensibiliza constantemente os cidadãos sobre a importância da atividade turística para o destino por meio de oficinas e cartilhas informativas;
- A sociedade civil organizada se envolve com a atividade turística por meio das associações de moradores, sindicatos e cooperativas.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Utilização de mão de obra informal em atividades relacionadas ao turismo durante a alta temporada, de acordo com relatos de entrevistados;

- Os programas de incentivo ao uso dos equipamentos turísticos pela população local são ações esporádicas oferecidas pelo órgão gestor de turismo;
- Não há sensibilização do turista sobre o respeito à comunidade local e a preservação do meio ambiente.

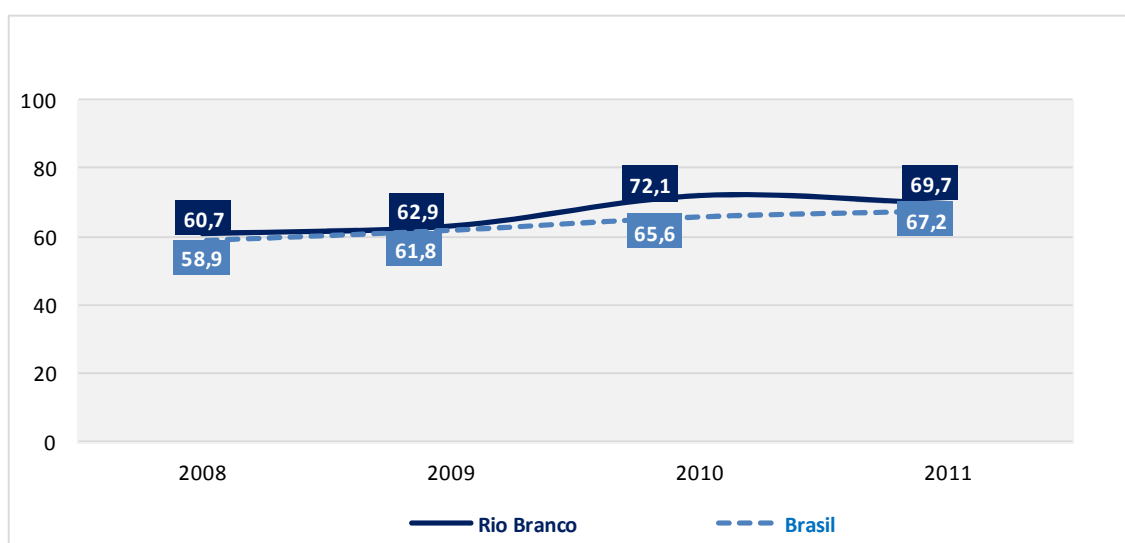
Além destes fatores, também foram considerados indicadores sociais do município, como percentual de habitantes com acesso ao ensino, Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB) e Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M), dentre outros.

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.

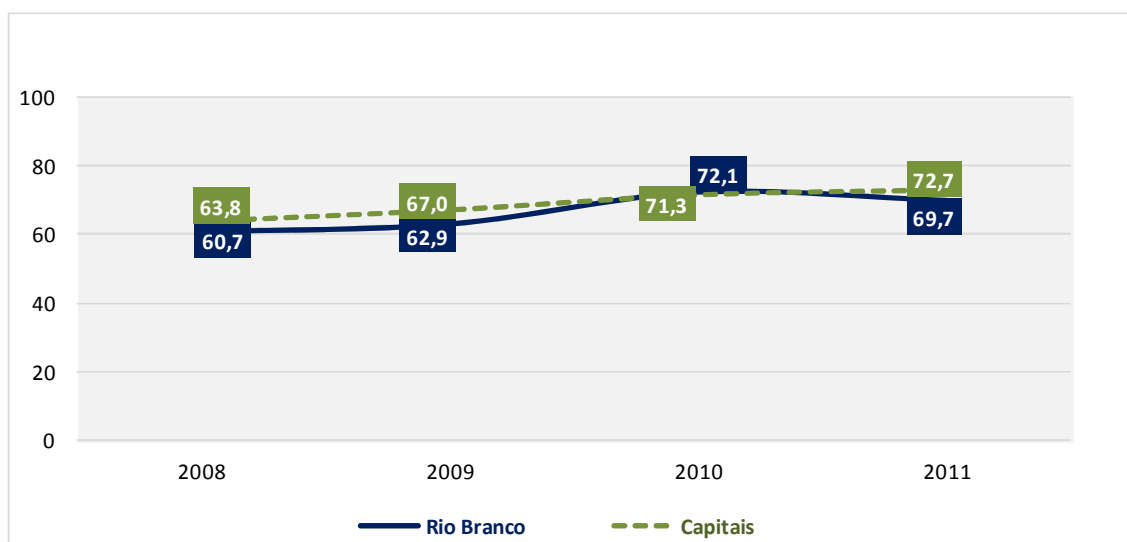
Em *Aspectos ambientais*, a média Brasil em 2011 foi 67,2. Rio Branco registrou 69,7 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Presença de um órgão municipal – Secretaria Municipal do Meio Ambiente – com atribuição exclusiva de coordenar ou incentivar a preservação do meio ambiente, dotado de recurso próprio;
- Presença de Conselho Municipal do Meio Ambiente atuante;
- Disponibilidade de um Fundo Municipal para o Meio Ambiente efetivo – cujos recursos estão disponíveis para ser aplicados;
- O município possui uma rede pública de distribuição de água, há estação de tratamento de água que atende ao destino e são realizadas campanhas de educação periódicas para o uso racional do recurso;
- O destino é atendido por um sistema público de coleta de esgoto com configuração de separador absoluto;
- Destinação dos resíduos sólidos residenciais e comerciais para um aterro sanitário e tratamento dos resíduos hospitalares. A Unidade de Tratamento de Resíduos Sólidos (UTRE) foi inaugurada em 2010 e tem servido como modelo de sistema de tratamento do lixo na região Norte;

- Disponibilidade de serviços de coleta seletiva residencial e realização de campanhas de educação ambiental periódicas para conscientizar a população em relação à destinação do lixo;
- Presença de Unidades de Conservação em território municipal – Reserva Extrativista Chico Mendes –, detentora de conselho gestor e onde há aplicação de Plano de Manejo.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

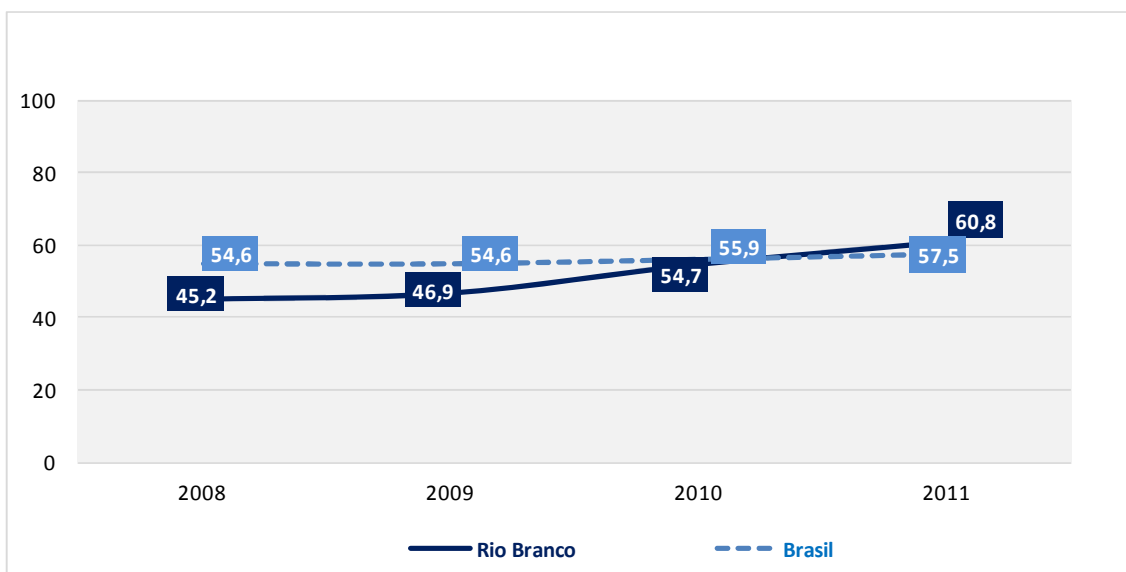
- A secretaria municipal não desenvolve parcerias, projetos ou atividades relacionadas ao turismo em conjunto com a Fundação Garibaldi Brasil;
- Ausência de legislação específica para a adoção de fontes de energia limpa ou renovável em estabelecimentos públicos ou privados;
- Presença de atividades potencialmente poluidoras, com alvará de funcionamento ou de localização no território municipal, como retirada fluvial de areia;
- O índice de cobertura da rede pública de coleta de esgoto atende a menos de 50% da população local;
- Ausência de uma política de monitoramento da balneabilidade em ambientes naturais como rios, lagos ou lagoas.

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.

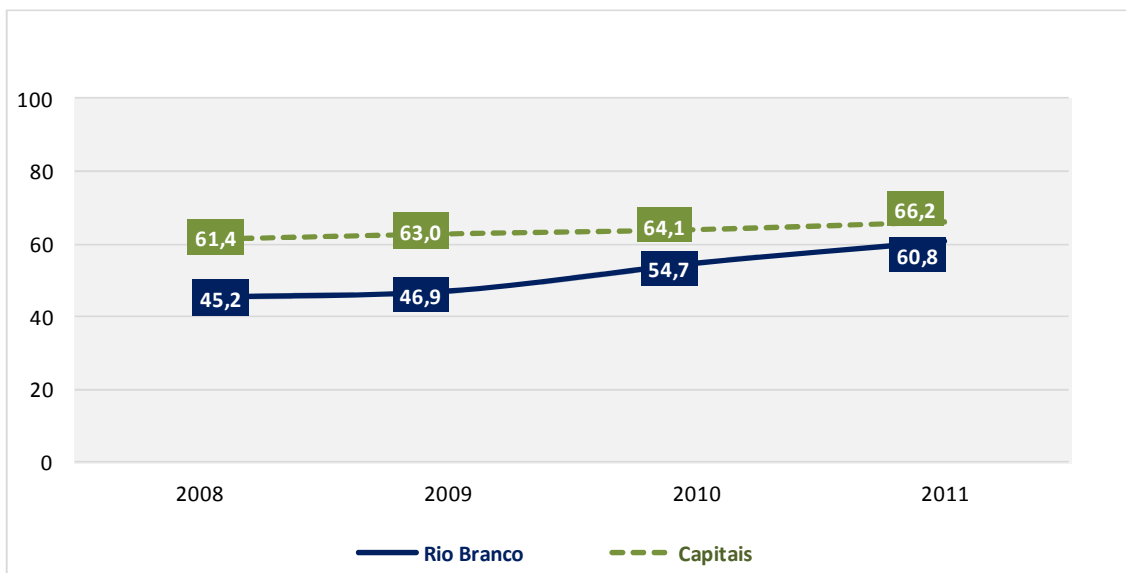
Em *Aspectos culturais*, a média Brasil em 2011 foi 57,5. Rio Branco registrou 60,8 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Presença de atividade artesanal típica – artesanato feito com látex, artesanato indígena, biojóias – comercializada em esfera internacional;
- O destino apresenta tradições culturais evidentes e típicas da região onde está inserido, entre elas as lendas amazônicas;
- Existem manifestações religiosas no destino – Festa de São Sebastião (romarias), Romarias de Santo Daime e Festa de São João – que atraem fluxo turístico;
- Existência de patrimônios artísticos tombados – Pinturas de Sansão Pereira no Palácio Rio Branco e na Catedral – considerados atrativos turísticos;
- Existência de sítio arqueológico tombado ou registrado – Geoglifos – e de bens tombados como patrimônio histórico – Palácio Rio Branco, Igreja Imaculada Conceição, Árvore da Gameleira, Parque Histórico José Plácido de Castro;
- O destino conta com um órgão da administração local com atribuição de incentivar o desenvolvimento da cultura – ainda que não exclusivo da cultura –, que dispõe de recurso próprio – Fundação Garibaldi Brasil;
- O destino aplica política municipal de cultura, que dentre outros benefícios ajuda a manter um calendário de manifestações culturais;
- Existência de legislação municipal de cultura e Fundo Municipal de Cultura, este último efetivo;
- O destino aderiu ao Sistema Nacional de Cultura e possui projetos de implementação de turismo cultural, como o projeto de elaboração de roteiros culturais e o projeto de estruturação e sensibilização das comunidades tradicionais locais para a atividade turística.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Ausência de patrimônios imateriais registrados que se constituam em atrativos turísticos;
- Inexistência de um órgão da administração local com atribuição exclusiva de incentivar o desenvolvimento da cultura, visto que a fundação municipal em questão também se dedica a outras pastas como turismo e esporte;

- O destino não aplica programa de incentivo à utilização de pessoal/profissional local na manutenção ou gestão dos bens culturais;
- Não há monitoramento da utilização turística do patrimônio cultural aplicando controle de capacidade de suporte ou carga.

4. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE

A Tabela 1, apresentada a seguir, consolida os resultados gerais do destino nas dimensões avaliadas. O índice geral é o resultado da soma ponderada das 13 dimensões, analisadas segundo a sua importância para a competitividade do turismo. É possível verificar ainda os índices registrados nas quatro edições do *Índice de Competitividade*, além dos resultados do grupo das capitais avaliadas.

Ao realizar uma análise sobre a série histórica dos resultados de Rio Branco, é possível concluir que, em 2011, houve aumento do indicador de competitividade do destino (Índice geral) em comparação ao ano anterior. Como explicado anteriormente, nesta análise são consideradas diferenças de pontuação superiores a 1,0 ponto no indicador na comparação entre 2010 e 2011.

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

Não existiram dimensões que registraram estabilidade de resultados em 2011 em relação a 2010.

Por fim, foi possível observar que as dimensões *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 capitais

Dimensões	Brasil				Capitais				Rio Branco			
	2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2011
Índice geral	52,1	54,0	56,0	57,5	59,5	61,9	64,1	65,5	46,6	49,3	52,9	56,4
Infraestrutura geral	63,8	64,6	65,8	68,4	70,5	71,3	74,3	75,8	63,5	59,2	61,7	64,4
Acesso	55,6	58,1	60,5	61,8	66,9	69,9	72,0	74,0	57,2	62,1	66,0	71,1
Serviços e equipamentos turísticos	44,8	46,8	50,8	52,0	56,8	59,4	63,3	64,1	36,0	41,6	48,5	52,0
Atrativos turísticos	58,2	59,5	60,5	62,0	56,6	58,5	59,5	61,3	45,6	46,0	48,2	51,2
Marketing e promoção do destino	38,2	41,1	42,7	45,6	46,3	47,5	46,8	50,0	15,4	20,5	20,5	27,8
Políticas públicas	50,8	53,7	55,2	56,1	55,7	58,7	61,5	61,3	50,1	53,9	50,0	62,1
Cooperação regional	44,1	48,1	51,1	49,9	42,9	47,1	48,3	47,7	38,3	38,8	42,7	47,4
Monitoramento	35,4	34,5	35,3	36,7	42,1	41,8	42,6	44,3	7,4	9,8	7,3	12,6
Economia local	56,6	57,1	59,5	60,8	64,7	67,6	70,7	70,6	68,5	73,5	76,1	69,9
Capacidade empresarial	51,3	55,7	57,0	59,3	72,1	78,1	82,7	85,1	49,6	51,7	59,8	66,3
Aspectos sociais	57,2	57,4	58,4	59,1	62,3	63,1	64,2	64,7	54,6	60,9	63,7	61,1
Aspectos ambientais	58,9	61,8	65,6	67,2	63,8	67,0	71,3	72,7	60,7	62,9	72,1	69,7
Aspectos culturais	54,6	54,6	55,9	57,5	61,4	63,0	64,1	66,2	45,2	46,9	54,7	60,8

Fonte: FGV, MTur, Sebrae, 2012

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