

ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE
DO TURISMO NACIONAL

65 DESTINOS INDUTORES
DO DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO REGIONAL

RIO DE JANEIRO

2011



APRESENTAÇÃO

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

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

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

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

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

Ministério do Turismo

Sebrae Nacional

Fundação Getulio Vargas



Ministério do
Turismo



SUMÁRIO

1. ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE	4
2. ASPECTOS GERAIS	7
3. RESULTADOS	8
3.1 Índice geral.....	8
3.2 Infraestrutura geral	11
3.3 Acesso	13
3.4 Serviços e equipamentos turísticos	15
3.5 Atrativos turísticos	18
3.6 Marketing e promoção do destino.....	20
3.7 Políticas públicas.....	23
3.8 Cooperação regional	25
3.9 Monitoramento.....	28
3.10 Economia local	30
3.11 Capacidade empresarial.....	32
3.12 Aspectos sociais.....	34
3.13 Aspectos ambientais	37
3.14 Aspectos culturais	39
4. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE	42

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

A cidade do Rio de Janeiro é a capital do estado de mesmo nome, na região Sudeste do país. Com uma população de 6.323.037 habitantes e 1.200,279 km² de extensão territorial, o município possui um de R\$ 54.777.300.506,00 e PIB *per capita* de R\$ 25.121,92, segundo dados do IBGE (2010).

O destino faz parte da região turística Metropolitana, juntamente com o município de Niterói. Os principais segmentos turísticos nos quais o Rio de Janeiro é comercializado são: Turismo de Negócios e Eventos, Turismo de Sol e Praia e Turismo Cultural.

Os principais atrativos do Rio de Janeiro, conforme constatado durante a pesquisa de campo, são o Corcovado, o Pão de Açúcar, além dos eventos programados Carnaval e *Reveillon*.

O Rio de Janeiro conta com uma oferta de serviços e equipamentos como 514 meios de hospedagem (RAIS), 7.258 estabelecimentos de alimentação (RAIS) e 2.439 guias de turismo (CADASTUR).

3. RESULTADOS

A pesquisa no Rio de Janeiro foi realizada entre os dias 29 de agosto a 02 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.

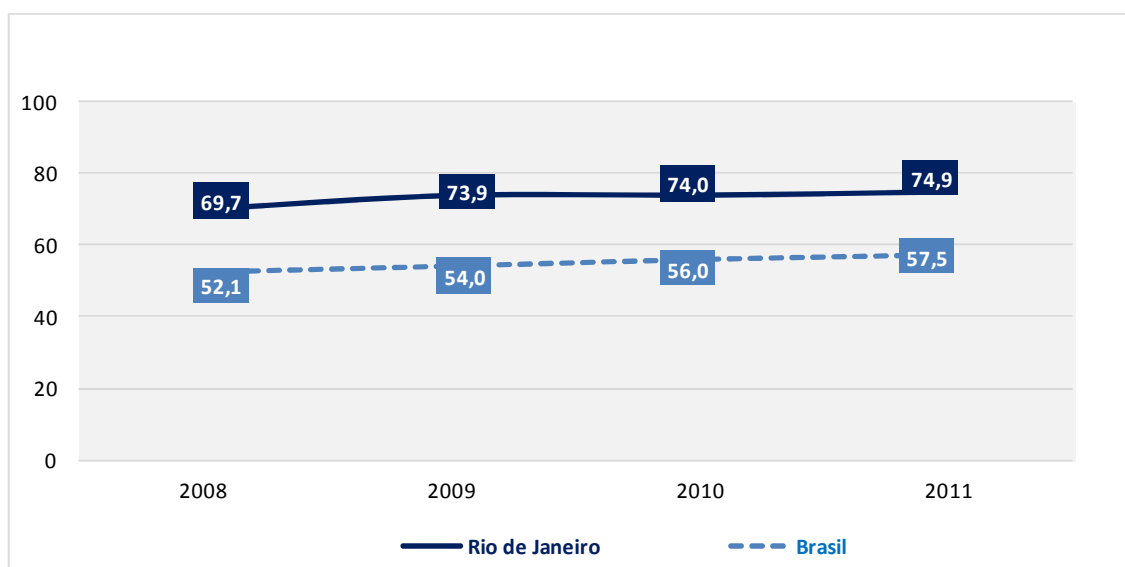
Além dos índices alcançados pelo destino em cada dimensão, serão destacados os principais fatores que contribuíram para tais resultados.

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 74,9 pontos (escala de 0 a 100). Este resultado ficou acima do índice obtido em 2010 (74,0), como é possível conferir no gráfico 1:

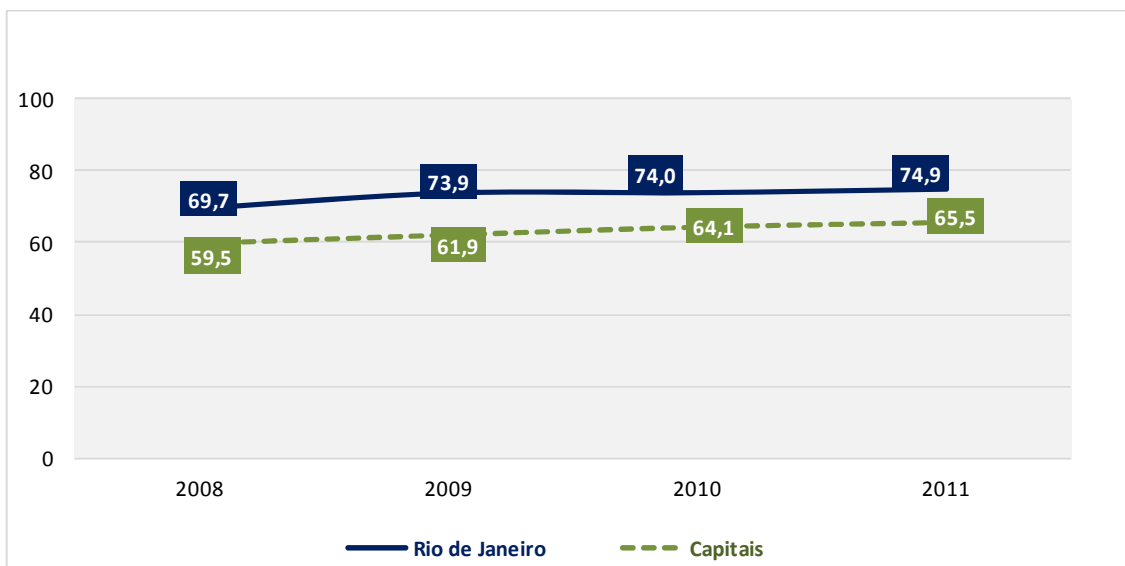
Gráfico 1. Índices gerais de competitividade – destino x Brasil: 2008-2011



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 4.

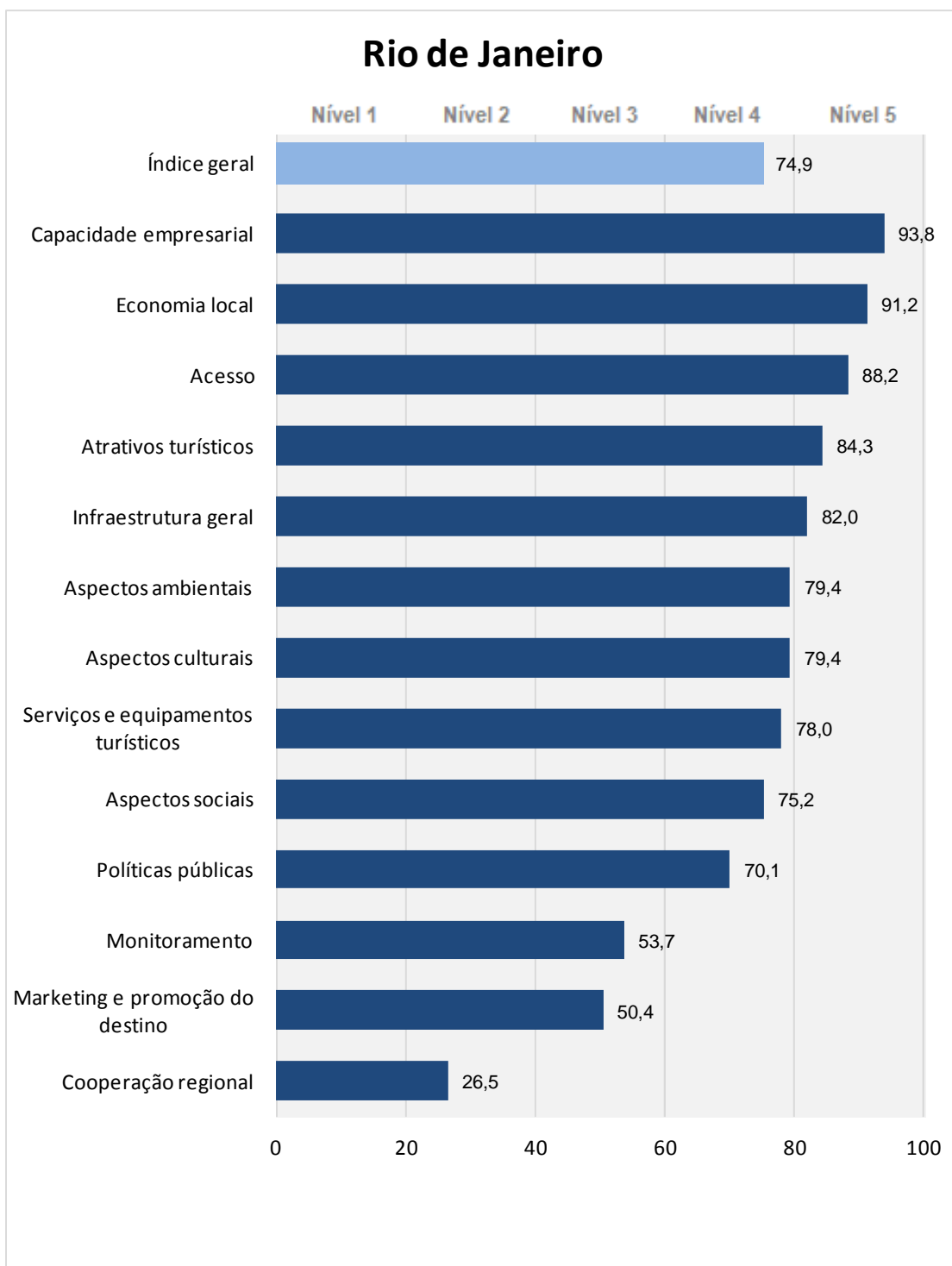
Podemos analisar o desempenho do destino juntamente com as linhas que apontam os resultados da média Brasil (gráfico 1) e das capitais (gráfico 2), que demonstram que o índice do destino permaneceu estável, enquanto a tendência nacional foi de evolução gradual. Considerando os resultados obtidos por todas as 65 cidades avaliadas em 2011, a média Brasil, índice referencial da competitividade nacional, foi 57,5. A média dos índices das 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, 10 dimensões alcançaram índices acima do nível 4 de competitividade (61 a 80), como é possível observar no gráfico 3. Por sua vez, a dimensão que enfrenta obstáculos para superar os menores níveis de competitividade é *Cooperação regional*, a qual não ultrapassou o nível 2 (21 a 40).

Gráfico 3. Índices por dimensão em ordem decrescente de desempenho

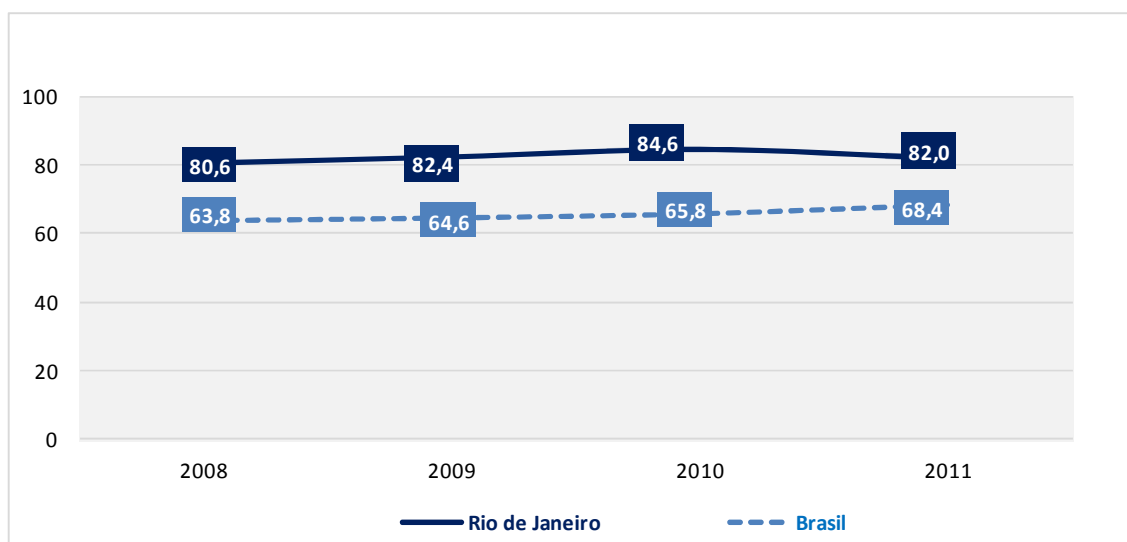


3.2 Infraestrutura geral

O *Índice de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional* analisou as seguintes variáveis referentes à *Infraestrutura geral*: (i) capacidade de atendimento médico para o turista no destino; (ii) fornecimento de energia; (iii) serviço de proteção ao turista; e (iv) estrutura urbana nas áreas turísticas.

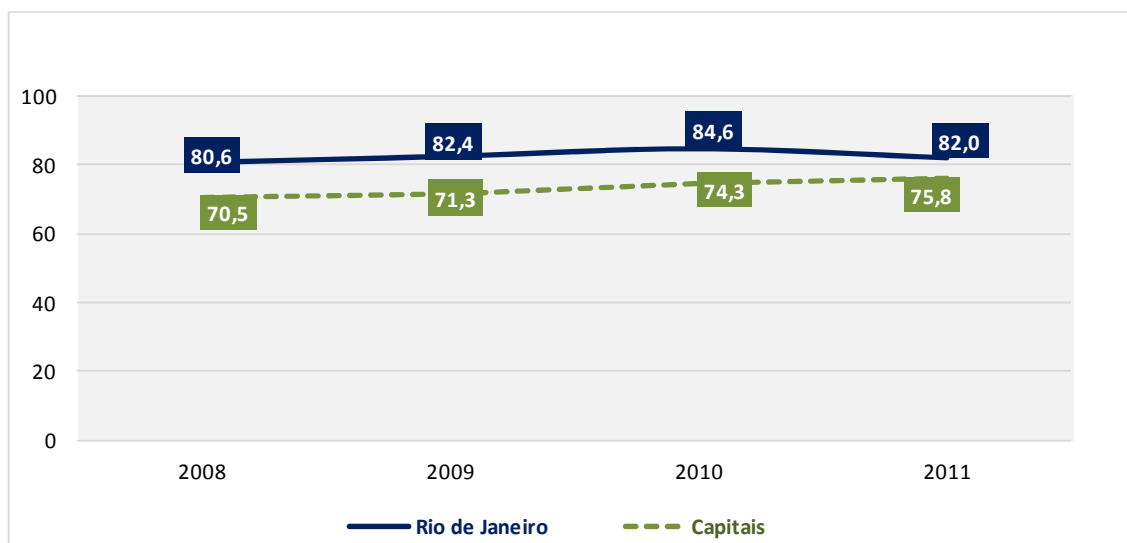
Em *Infraestrutura geral*, a média Brasil em 2011 foi 68,4. O Rio de Janeiro registrou 82,0 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



O indicador do Rio de Janeiro 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;
- Presença de um grupamento especial de atendimento ao turista na Polícia Militar;
- Aumento do efetivo da Polícia Militar durante a alta temporada ou durante grandes eventos;
- Existência de um programa de proteção ao turista na Polícia Civil;
- Aumento no número de policiais civis durante a alta temporada ou durante grandes eventos;
- Oferta de Corpo de Bombeiros com grupo de busca e salvamento;
- Existência de Defesa Civil no destino;
- Oferta de elementos de drenagem nas áreas turísticas;
- Adoção de quesitos de embelezamento nas áreas públicas – como as orlas urbanizadas, iluminação cenográfica em diversos edifícios e monumentos;
- Presença de órgão responsável pela conservação urbana no destino – Secretaria Municipal de Conservação e Serviços Públicos (SECONSERVA) – que dispõe de programa para a conservação de mobiliário urbano e de áreas verdes.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- O estado de conservação do mobiliário urbano nas áreas turísticas;
- Falta de espaços específicos para o estacionamento ou a parada (embarque e desembarque) de veículos turísticos nas áreas turísticas.

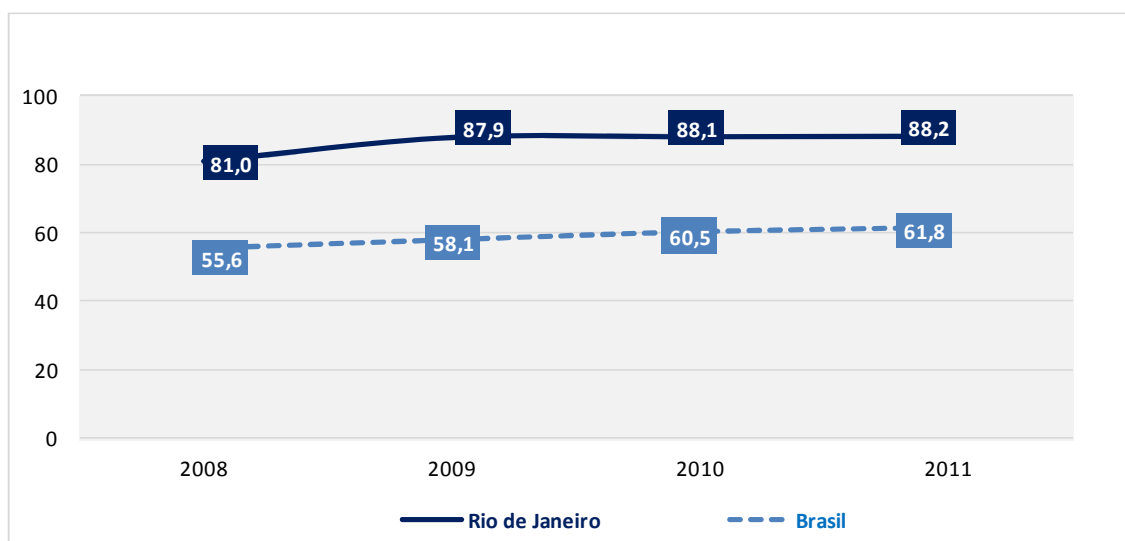
Além destes fatores, foram considerados na composição do índice números de saúde, como a expectativa de vida da população, número de estabelecimentos com atendimento de urgência, número de postos ambulatoriais de atendimento, número de profissionais de saúde e número de leitos.

3.3 Acesso

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

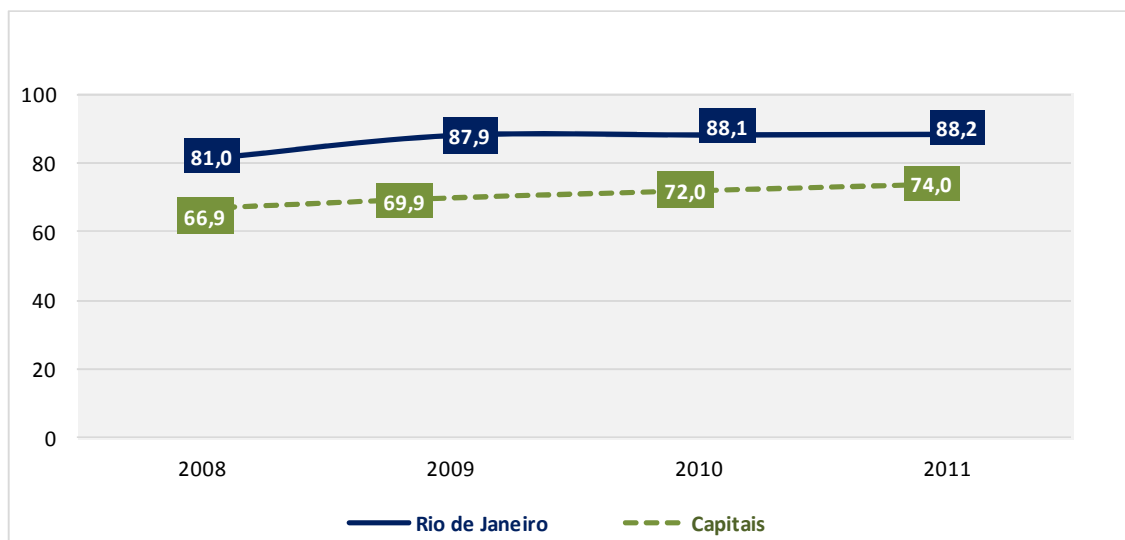
Em Acesso, a média Brasil em 2011 foi 61,8. O Rio de Janeiro registrou 88,2 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das capitais avaliadas posicionou-se em 74,0 pontos, abaixo 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 Maestro Antonio Carlos Jobim - Galeão;
- Estrutura do aeroporto, que conta com diversas lojas, restaurantes e lanchonetes, departamento médico, e variedade de opções de transporte para atender àqueles que aí embarcam e desembarcam – como ônibus e táxis, convencionais e especiais;
- As condições da principal rodovia de acesso de fluxo turístico ao destino – BR 116 (Via Dutra);
- Existência de um terminal rodoviário, com estrutura adequada, incluindo lojas, restaurantes, lanchonetes, serviços bancários, entre outros, além da oferta de transportes para o deslocamento dos que aí embarcam e desembarcam;
- Existência de um terminal aquaviário que atende ao município – o Píer Mauá – pelo qual embarcam e desembarcam turistas em visita ao destino;
- Existência de linhas de transporte urbano que atendam às principais atrações turísticas;
- O destino conta com serviço de metrô com vagões climatizados – ainda que não atenda a maioria dos atrativos turísticos do município;

- Disponibilidade de serviços de táxis regularizados e padronizados;
- Oferta de ligações aéreas diretas entre o aeroporto que atende ao município e seus principais centros emissores de turistas nacionais e internacionais.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

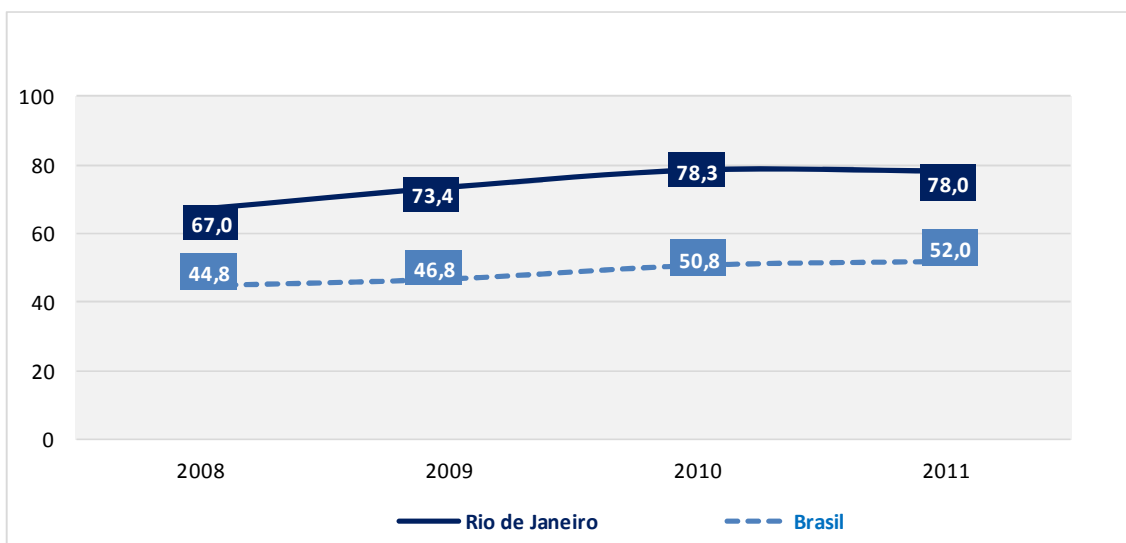
- Estrutura do terminal aquaviário que atende ao fluxo turístico;
- Inexistência de uma linha regular de transporte turístico (ônibus ou similar) que interliga os principais atrativos do destino;
- Existência de congestionamentos em qualquer época do ano;
- Carência de vagas para estacionamento nas áreas 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.

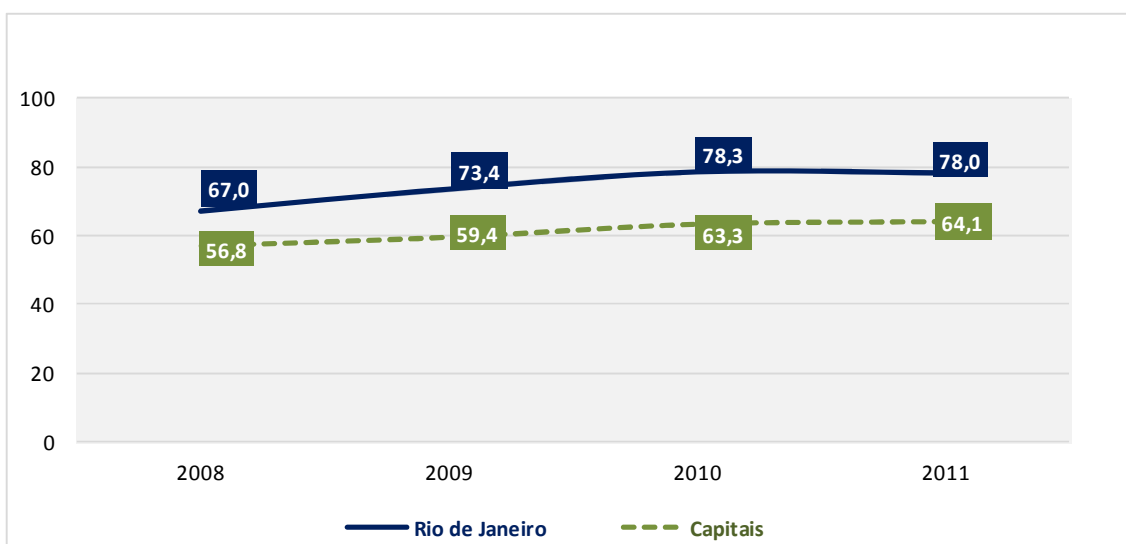
Em *Serviços e equipamentos turísticos*, a média Brasil em 2011 foi 52,0. O Rio de Janeiro registrou 78,0 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Oferta de sinalização turística viária nos padrões internacionais recomendados;
- Existência de sinalização turística descritiva ou interpretativa nos atrativos, disponível em idioma estrangeiro;
- Existência de centros de atendimento ao turista no destino, sua estrutura e a diversidade de serviços oferecidos;
- Existência de centro de convenções no destino – o equipamento considerado como principal foi o Riocentro;
- Estrutura disponível no centro de convenções, bem como sua capacidade;
- Existência de mais de um centro de convenções que atende ao destino;
- Oferta de outros espaços para a realização de eventos – como salas em hotéis para eventos de pequeno, médio e grande porte;
- Existência de organizações representativas dos meios de hospedagem e dos estabelecimentos de alimentação, que discutem e defendem os interesses dos empreendimentos do destino;
- Presença de empresas de receptivo que oferecem diversos serviços aos turistas, inclusive com atendimento em idiomas estrangeiros;
- Disponibilidade de guias de turismo registrados pelas normas do Ministério do Turismo (MTur);
- Presença no município de diversas instituições de qualificação profissional que ofertam cursos livres, técnicos e de graduação e capacitação nas áreas relacionadas ao turismo.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Ausência de sinalização turística viária em idioma estrangeiro;
- A distância do principal centro de convenções – Riocentro – em relação às áreas turísticas, bem como a oferta incipiente de transporte público que atende a este espaço para eventos;
- A maioria dos meios de hospedagem do destino não adota algum tipo de fonte de energia renovável;
- Ausência de incentivo formal ao uso de tecnologias que priorizem a questão ambiental em estabelecimentos de alimentação;

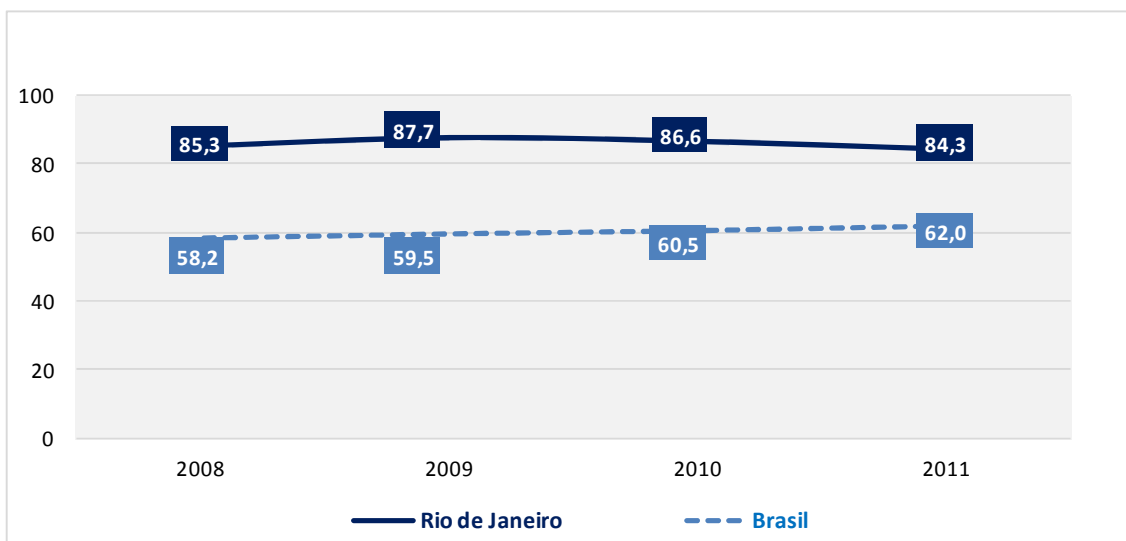
- A maioria dos meios de hospedagem e empreendimentos de alimentação não cumpre quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida.

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.

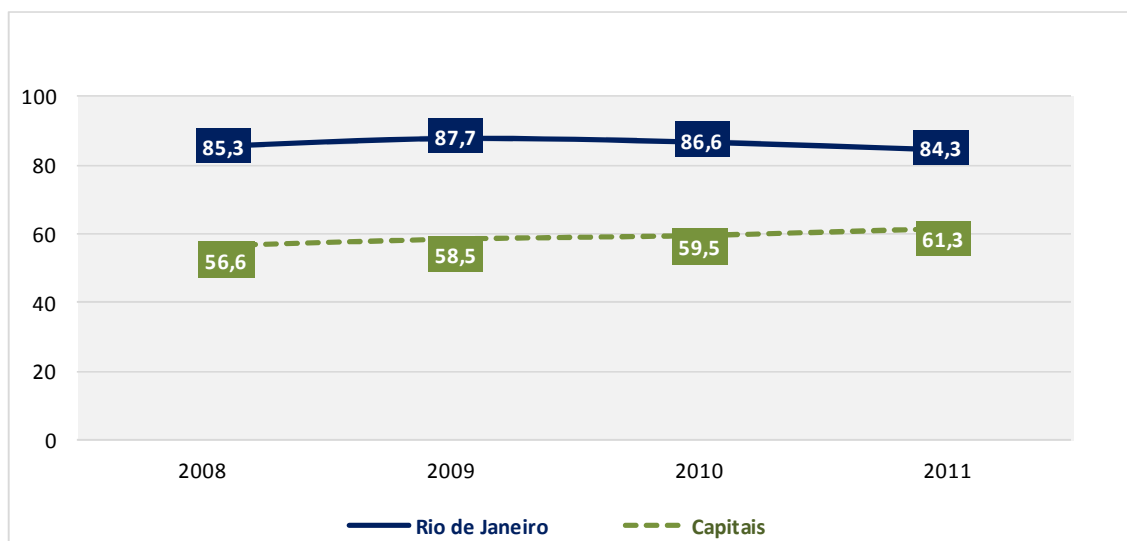
Em *Atrativos turísticos*, a média Brasil em 2011 foi 62,0. O Rio de Janeiro registrou 84,3 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Existência de atrativos naturais para os quais há fluxo turístico;
- No Morro do Corcovado (no Parque Nacional da Tijuca), principal atrativo natural indicado, são adotados alguns quesitos de acessibilidade – em especial para pessoas com deficiência física ou mobilidade reduzida. É evidente, também, a preservação ambiental do seu entorno;
- O destino conta com atrativos culturais para os quais há fluxo turístico, tendo sido o principal indicado a Marquês de Sapucaí (Passarela do Samba);
- Existência de eventos programados que atraem turistas;
- Estrutura disponível no local em que acontece o principal evento programado indicado – Carnaval na Marquês de Sapucaí;
- 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.
- Ficou constatado que, no local em que acontece a principal realização técnica e científica indicada – FIOCRUZ (grupos científicos/pesquisa de vacinas) -, há monitoramento da capacidade de carga ou suporte.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

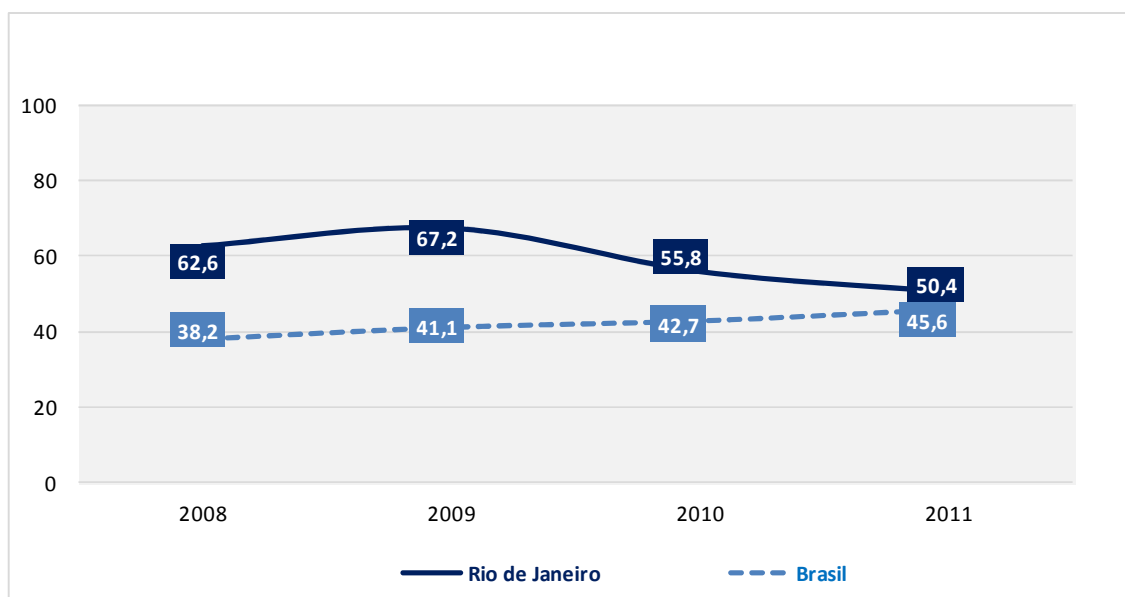
- O estudo de capacidade de carga e suporte não é aplicado ao principal atrativo natural, fator que, uma vez trabalhado, poderia minimizar o impacto da atividade turística sobre os recursos;
- O estado de conservação urbanística e ambiental do entorno da Marquês de Sapucaí;
- A principal realização técnica e científica indicada não cumpre quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida.

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*).

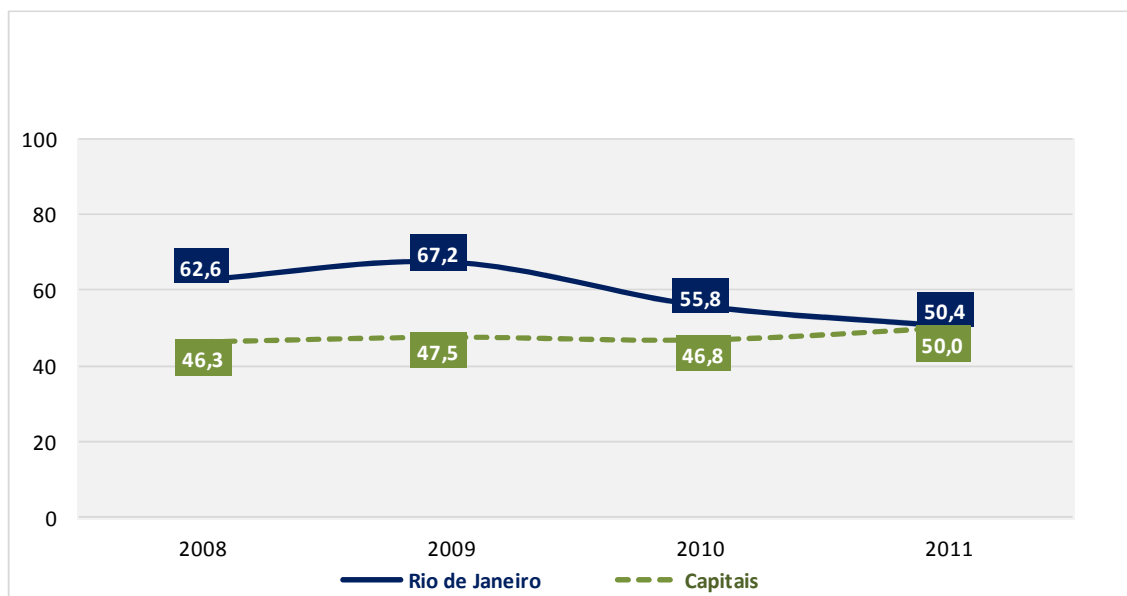
Em *Marketing e promoção do destino*, a média Brasil em 2011 foi 45,6. O Rio de Janeiro registrou 50,4 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- O destino participou de eventos regionais, estaduais, nacionais e internacionais 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 de contagem de visitantes recebidos em estandes e dos relacionamentos estabelecidos (número de contatos feitos), o que permite avaliar o interesse do público, de acordo com os atendimentos realizados;
- O destino turístico produziu recentemente eventos próprios para se promover fora de seu território, como por exemplo, durante a Copa do Mundo da África do Sul, em algumas cidades do país;
- Existe material promocional institucional disponível em idioma estrangeiro;

- É produzido material promocional que apresenta a estrutura disponível para eventos;
- Agenda de eventos disponível gratuitamente para consulta no site do Rio *Convention & Visitors Bureau* (www.riocvb.com.br);
- O Rio de Janeiro oferece ao turista uma central telefônica de informações turísticas através da qual os visitantes podem obter informações sobre atrativos, equipamentos e serviços disponíveis no destino;
- A página institucional do município na internet – acessível pelo endereço www.rio.rj.gov.br – traz informações turísticas sobre o destino;
- A principal página de turismo do destino – acessível pelo endereço www.rioguiaoficial.com.br – está disponível em idioma estrangeiro (inglês).

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

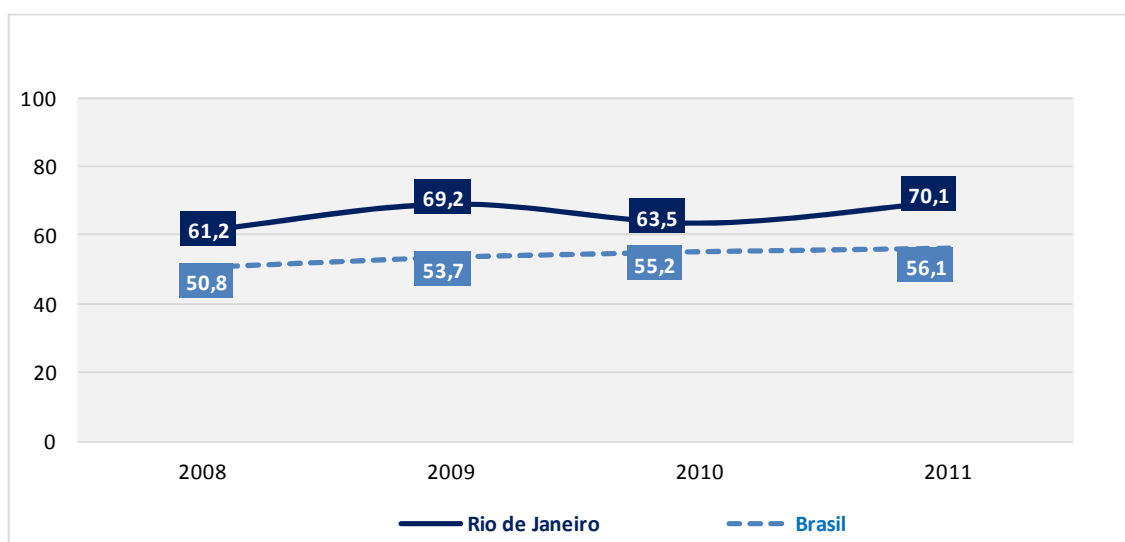
- Inexistência de um plano de marketing formal para o destino, o qual poderia ser elaborado com a colaboração de diversos atores, contendo metas e responsabilidades definidas, fundamentado em pesquisa sobre a demanda turística, contemplando a relação com agências e operadoras e definindo indicadores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

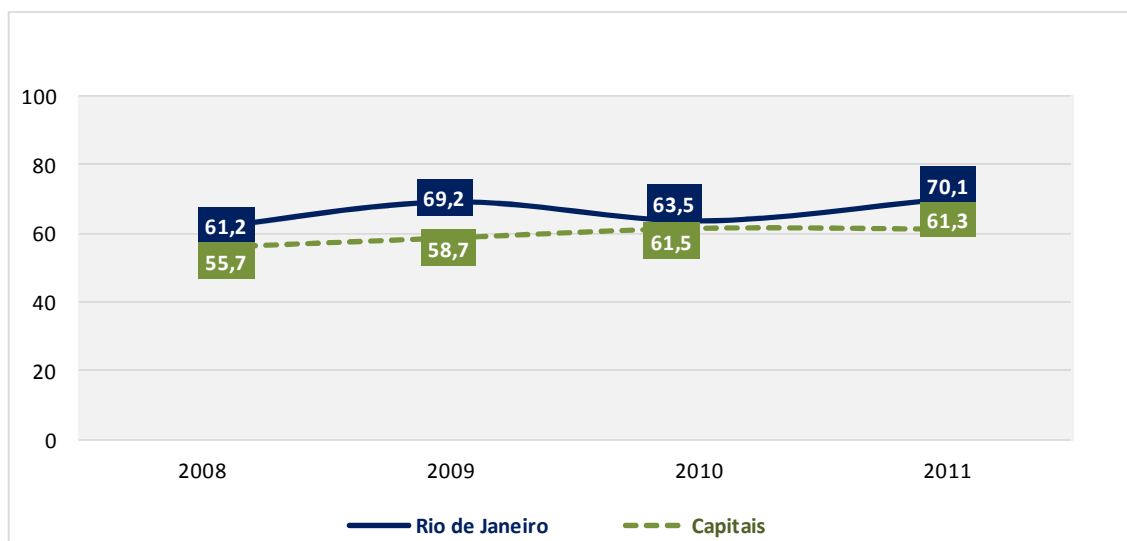
Em *Políticas públicas*, a média Brasil em 2011 foi 56,1. O Rio de Janeiro registrou 70,1 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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 uma secretaria municipal com a atribuição exclusiva de coordenar ou incentivar o desenvolvimento do turismo, unificada a uma autarquia – Riotur –, que dispõe de recurso próprio;
- No ano anterior, foram desenvolvidos projetos em conjunto com outras secretarias em atividades relacionadas ao turismo, projetos da prefeitura que agregam diversas secretarias, incluindo Esporte, Cultura, entre outras;
- Foram recebidos recursos provenientes de emendas parlamentares, segundo lei orçamentária anual de 2010;
- Houve, no ano anterior, investimentos diretos do governo estadual em projetos que visavam a competitividade do turismo;
- Além de atuar em cooperação com o Ministério do Turismo em programas ou convênios, o destino registrou investimentos diretos do governo federal em projetos ligados ao turismo, também no ano anterior;
- O destino participou de programa de modernização administrativa ou fiscal na gestão municipal nos últimos cinco anos – Modernização da Administração Tributária e da Gestão dos Setores Sociais Básicos - BNDES PMAT;
- Existe um Plano Diretor Municipal, revisado recentemente, que contempla o setor de turismo;

- Foram realizados projetos e ações em parceria com a iniciativa privada e entidades de classes representativas do setor ao longo do ano anterior.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

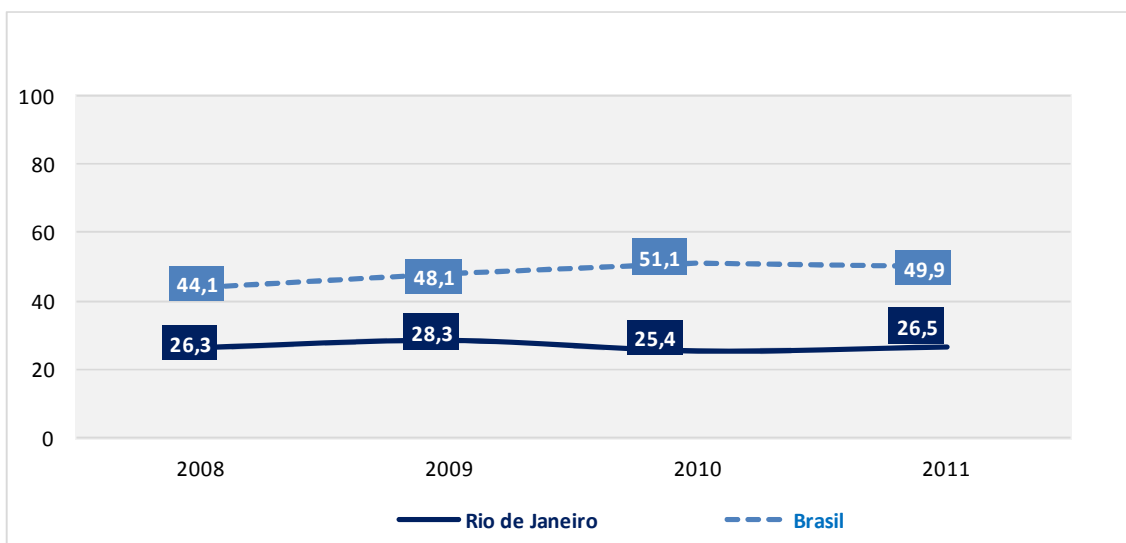
- Verificou-se que o município não possui uma instância de governança local ativa – Fórum ou Conselho Municipal de Turismo – dedicada ao acompanhamento da atividade turística;
- Apesar de ter um Plano Diretor Municipal que contempla o turismo em algum aspecto, o Rio de Janeiro não segue nenhum planejamento 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.

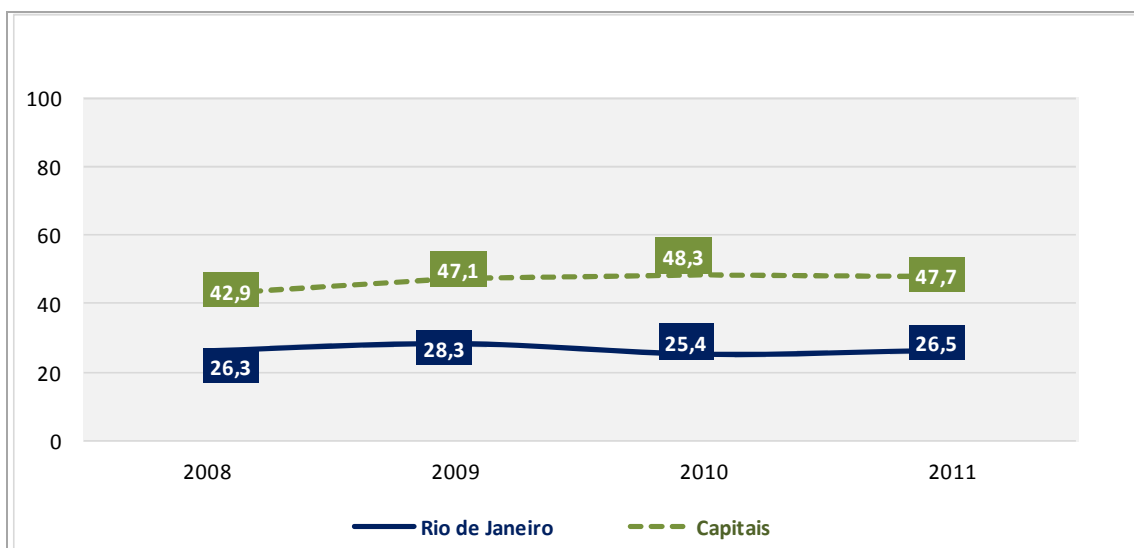
Em *Cooperação regional*, a média Brasil em 2011 foi 49,9. O Rio de Janeiro registrou 26,5 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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:

- Foi realizado o Rio Competitivo 2010, ação que buscou mobilizar os atores do setor turístico do destino para a importância da cooperação regional no ano anterior;
- O destino integra roteiros regionais, comercializados por operadores de turismo e agências de viagens, 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 da mesma região, com agentes e operadores de turismo receptivo;
- Coprodução de material promocional da região turística e dos roteiros regionais que integra, com o município de Niterói.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

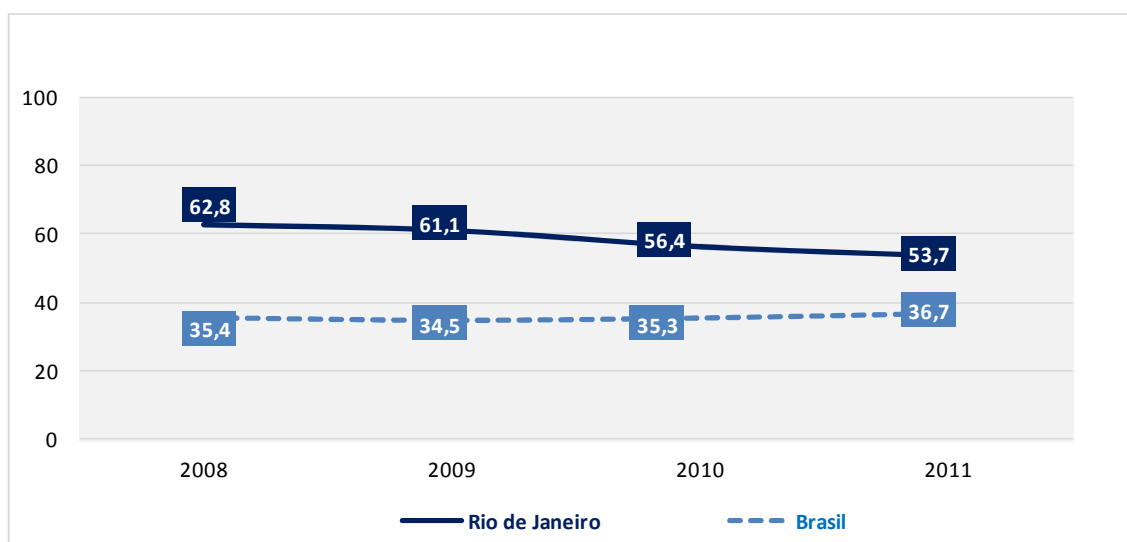
- Ausência de uma instância de governança regional, responsável pela coordenação das ações de regionalização do turismo;
- O destino não compartilhou projetos de cooperação regional com outros destinos da Região Metropolitana;
- Ausência de um plano de desenvolvimento turístico integrado para a região turística, que determine responsabilidades e metas de mercado ou cujas ações e projetos contemplem o município avaliado;
- Nos roteiros regionais dos quais o destino faz parte não há o monitoramento dos impactos ambientais, socioculturais e econômicos gerados pelo turismo;
- 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.

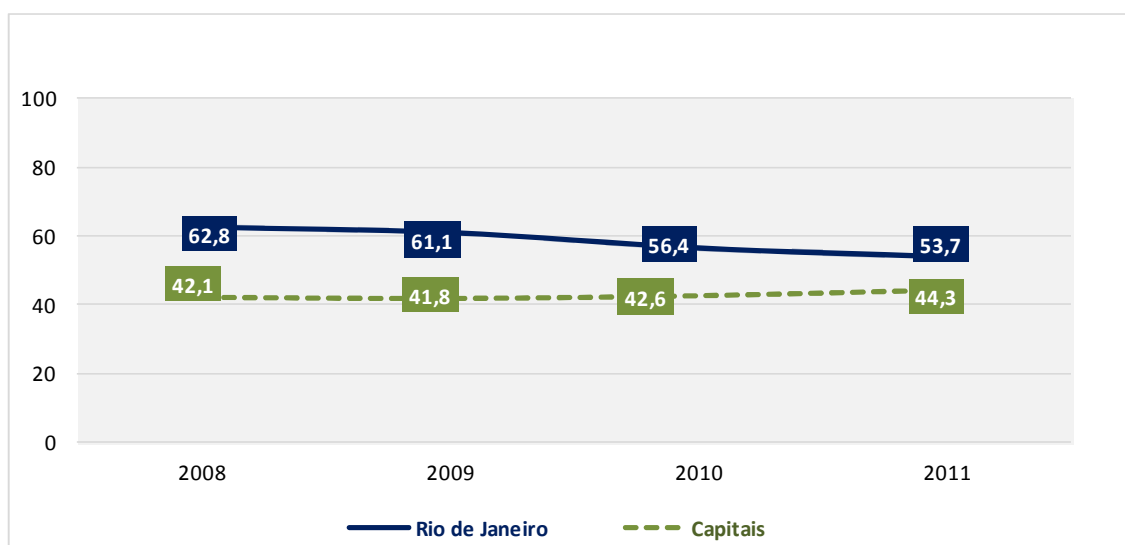
Em *Monitoramento*, a média Brasil em 2011 foi 36,7. O Rio de Janeiro registrou 53,7 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



Na dimensão *Monitoramento*, o indicador do Rio de Janeiro foi influenciado de forma positiva por diversos fatores, entre os quais:

- É realizada pesquisa de demanda periódica, levantamento que gera dado relevante para o planejamento do turismo no destino;
- Existência de pesquisa de oferta – Cadastramento – atualizada;
- Aproveitamento e divulgação dos dados coletados na pesquisa de demanda e de oferta, principalmente em ações de marketing e promoção;
- Disponibilidade de um conjunto técnico de estatísticas turísticas da cidade do Rio de Janeiro;
- Existência no destino de instituições que realizam pesquisas em turismo, focadas no município ou na região turística da qual o destino faz parte;
- A administração pública local possui um setor específico de estudos que realiza pesquisas em turismo.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Ausência de um sistema de indicadores de desempenho do setor do turismo;
- Não há relatórios de conjuntura turística dos segmentos relacionados ao turismo;

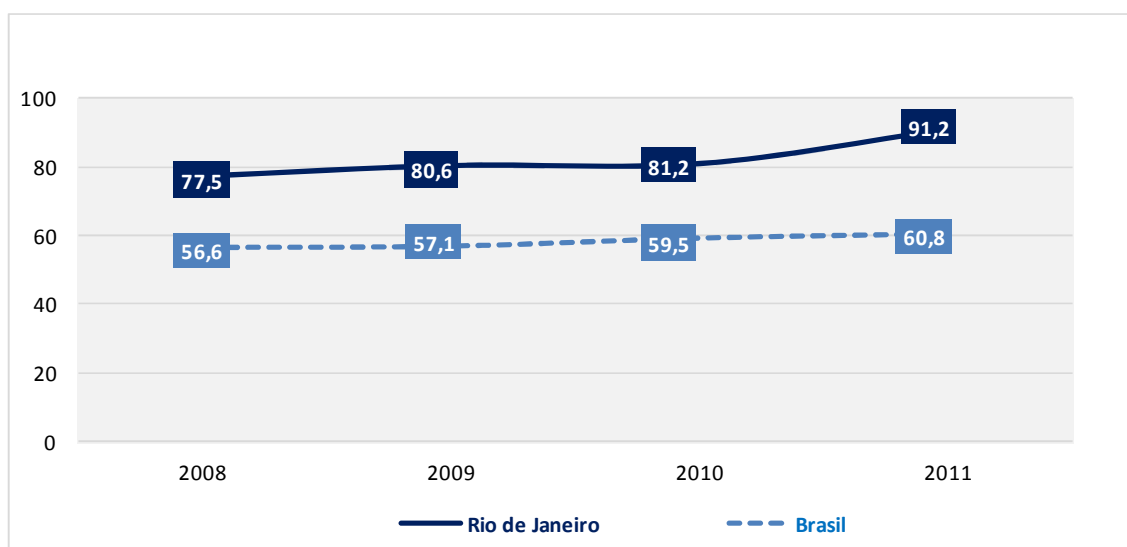
- O destino não acompanha os objetivos da política em turismo em nível estadual e em nível federal;
- Não há monitoramento dos impactos econômicos, sociais, ambientais e culturais gerados pelo turismo.

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.

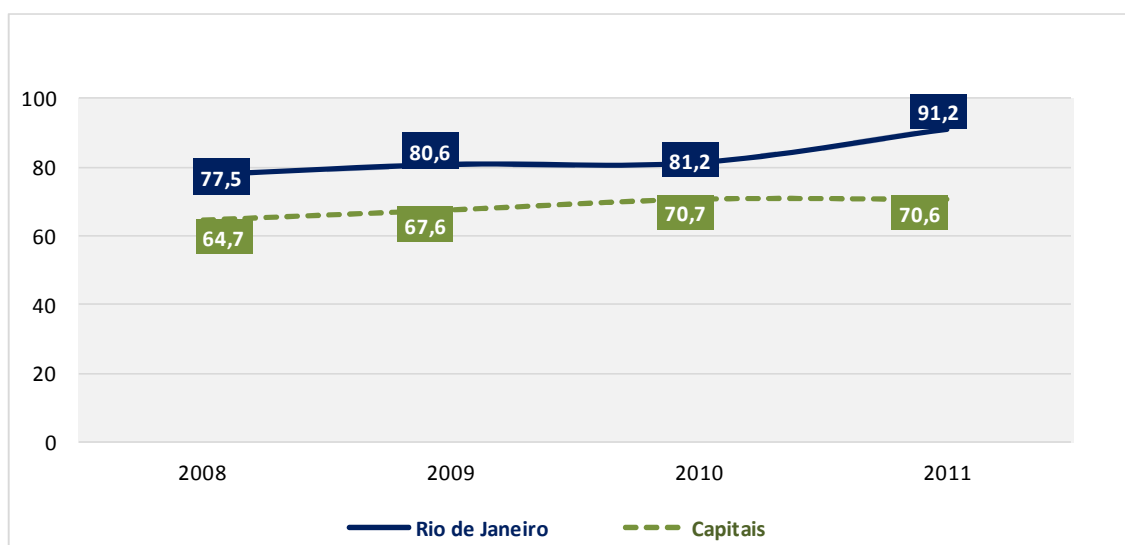
Em *Economia local*, a média Brasil em 2011 foi 60,8. O Rio de Janeiro registrou 91,2 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Oferta de serviços de acesso à internet em banda larga no destino;
- Disponibilidade de acesso gratuito à internet em locais públicos;
- Presença de caixas eletrônicos de autoatendimento disponíveis 24 horas para saques com cartões de crédito internacionais;
- Existência de casas de câmbio para turistas estrangeiros;
- O destino aplica políticas de incentivo à formalização de estabelecimentos comerciais e de prestadores de serviços, como o esforço conjunto da Prefeitura, Governo do Estado e Sebrae no projeto Empresa Bacana - aplicado principalmente nas comunidade pacificadas (projeto UPP - Unidade de Polícia Pacificadora);
- São oferecidos benefícios de isenção ou redução de impostos ou taxas para as atividades características do turismo: incentivos fiscais para novos hotéis em algumas regiões da cidade – Lei Municipal 5.230 de 25/11/2010, regulamentada pelo Decreto 33.763 de 05/05/2011 (relacionados com a Copa de 2014, Olimpíadas e Paraolimpíadas de 2016) –, além da redução de 40% no IPTU;
- Atuação de um *Convention & Visitors Bureau* exclusivo do destino – Rio *Convention & Visitors Bureau*;

- Existência de um polo físico de produção e negócios significativo para movimentar a economia local, que tende a gerar fluxo turístico receptivo em consequência de sua existência.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador está:

- Inexistência de benefícios financeiros locais ou regionais (linhas especiais de financiamento) para empreendimentos e serviços ligados ao setor de turismo.

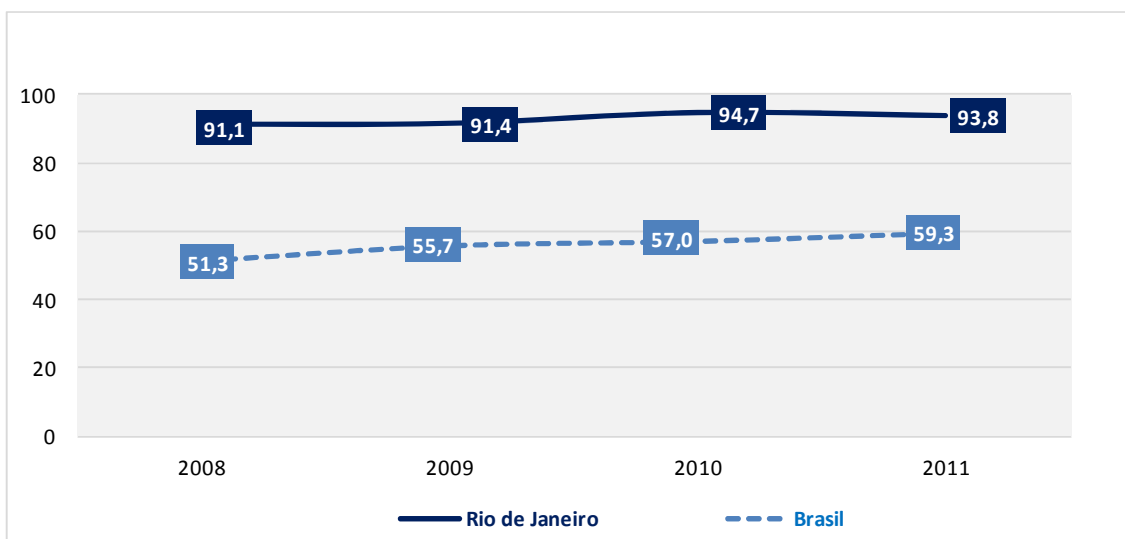
Além destes fatores, dados econômicos de fontes secundárias também foram observados, como o PIB, PIB *per capita* e volume de operações de crédito, por exemplo.

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.

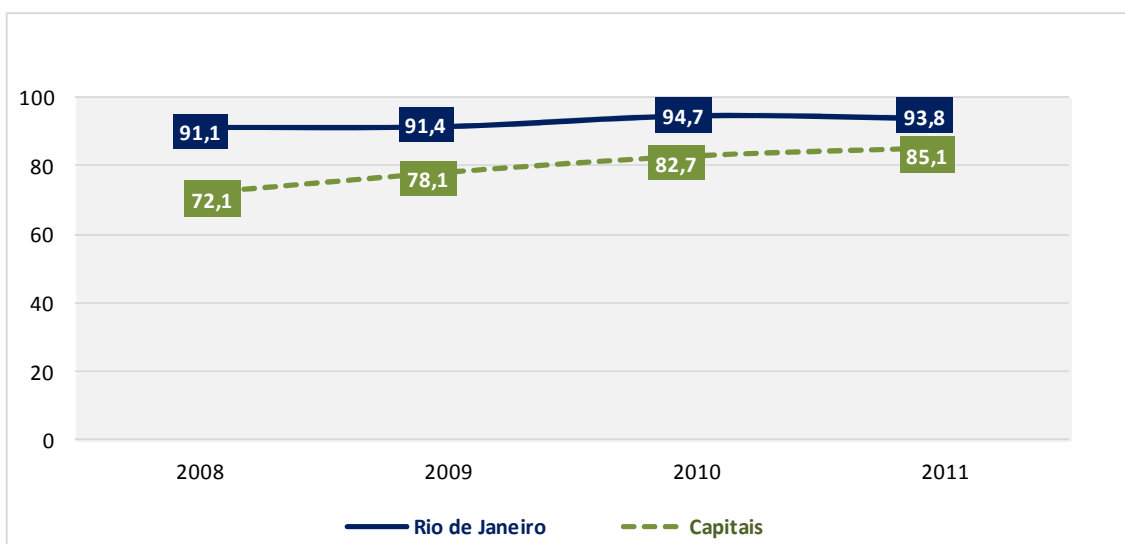
Em *Capacidade empresarial*, a média Brasil em 2011 foi 59,3. O Rio de Janeiro registrou 93,8 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Presença de instituições de ensino com programas regulares de formação técnica, de formação superior e de cursos livres e a oferta de escolas de formação em idioma estrangeiro;
- Presença de grupos nacionais e internacionais do setor de turismo, como redes de locação de automóveis, cadeias de restaurantes e redes de meios de hospedagem;
- Aplicação de programa de qualificação especificamente voltado para empresários ou gerentes de empreendimentos turísticos;
- Presença de empresas de grande porte, filiais ou subsidiárias com mais de mil funcionários e de empresas que produzem e exportam mercadorias de alto valor agregado e perecíveis.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador está:

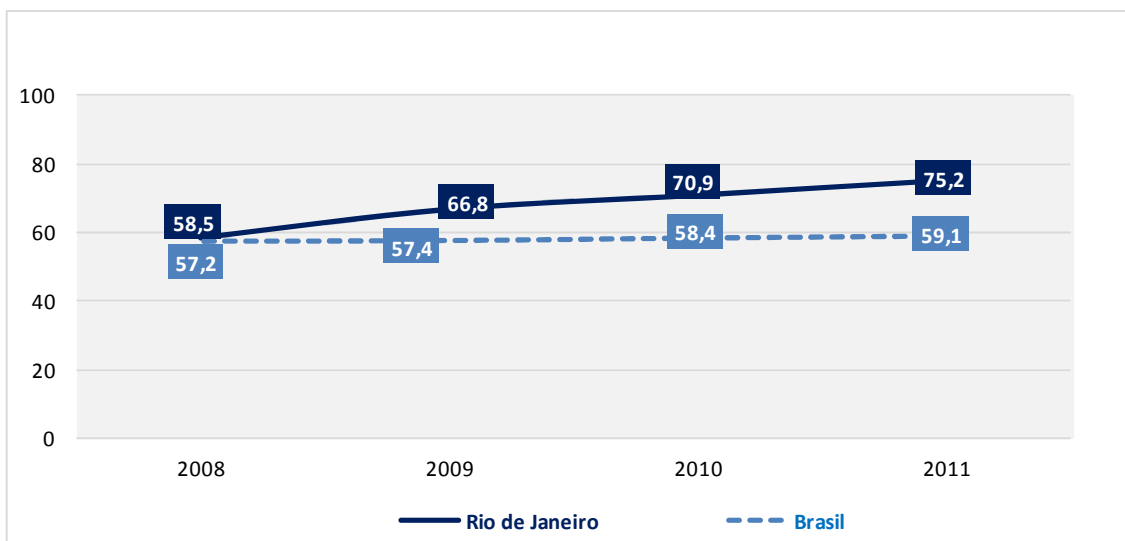
- A carência de pessoal local qualificado para trabalhar em cargos de gerência em hotelaria e em estabelecimentos de alimentos e bebidas, de acordo com relatos de entrevistados.

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.

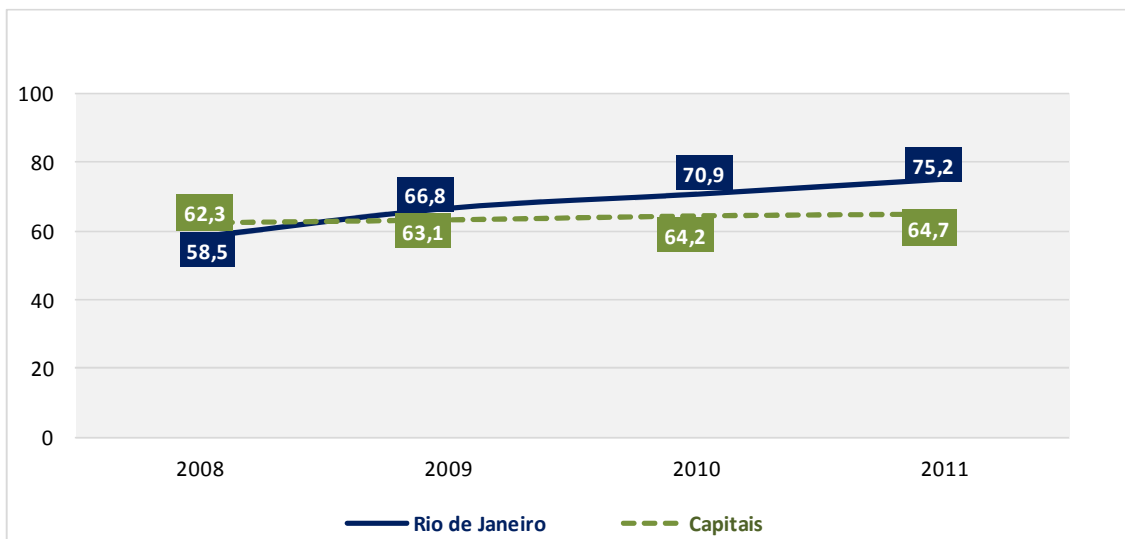
Em *Aspectos sociais*, a média Brasil em 2011 foi 59,1. O Rio de Janeiro registrou 75,2 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Adoção de políticas de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes por parte do poder público municipal;
- 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;
- São aplicados programas de incentivo ao uso dos equipamentos turísticos pela população local, como forma de alavancar a preservação dos espaços e a circulação de turistas;
- A população local se envolve na elaboração do orçamento participativo;
- O município sensibiliza constantemente os cidadãos sobre a importância da atividade turística para o destino e alerta o turista para o respeito à comunidade local, para o respeito à cultura e ao patrimônio e para a preservação do meio ambiente;
- A população é consultada sobre atividades ou projetos turísticos por meio de audiências públicas;
- A sociedade civil organizada se envolve com a atividade turística, principalmente por meio dos sindicatos e entidades de classe.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Os investimentos direcionados pelo município para a educação não ultrapassam o percentual obrigatório de 25%;
- Houve relatos de que há no destino utilização de mão de obra informal, tanto na alta como na baixa temporada, em setores como agências de turismo e organizadores de eventos.

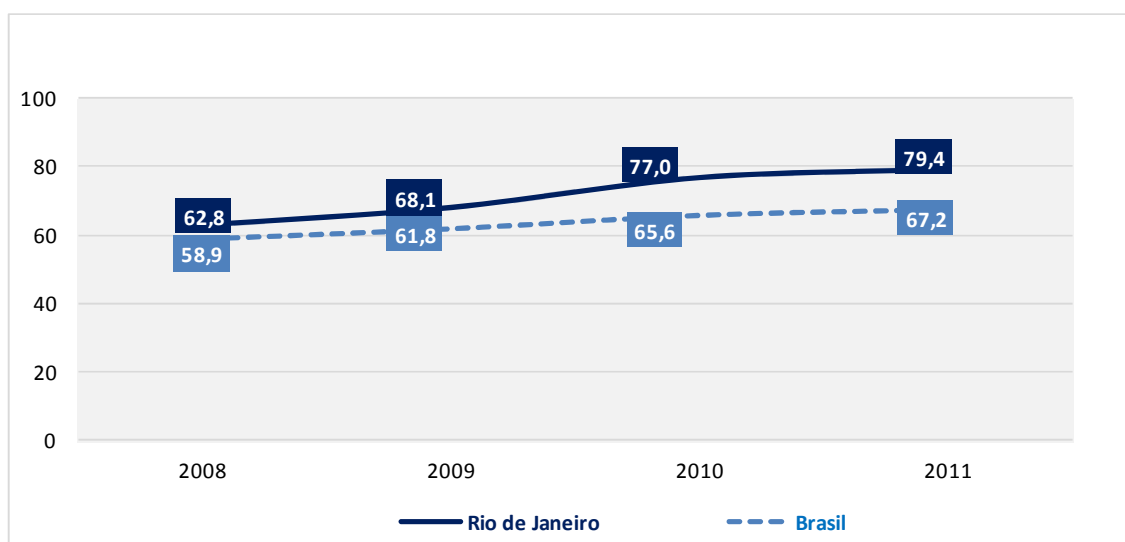
Além destes fatores, também foram considerados indicadores sociais do município, como percentual de habitantes com acesso ao ensino, Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB) e Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M), dentre outros.

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.

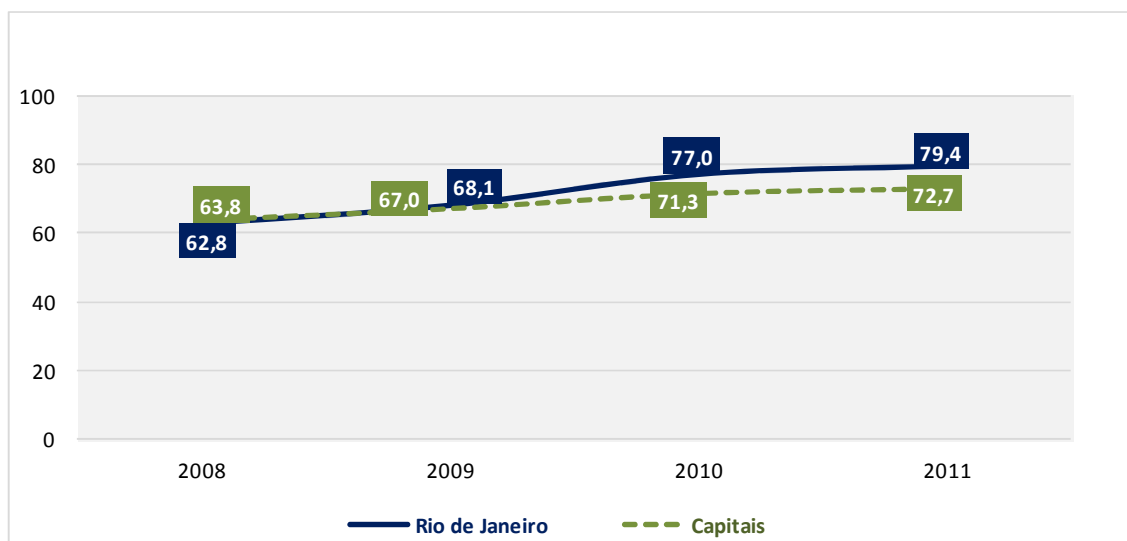
Em *Aspectos ambientais*, a média Brasil em 2011 foi 67,2. O Rio de Janeiro registrou 79,4 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



O indicador do Rio de Janeiro 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, dotada de recurso próprio (incluindo os recursos de *royalties* do petróleo, Fundo Municipal de Meio Ambiente, multas, etc);
- Presença do Conselho Municipal de Meio Ambiente da Cidade do Rio de Janeiro (CONSEMAC), que está ativo e tem sua sede na própria prefeitura, junto à Secretaria Municipal de Meio Ambiente;
- 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 e há estação de tratamento de água que atende ao destino;
- Há estação de tratamento de água para a sua reutilização, com retenção de água das chuvas para reuso (estação na fundação Zoorio - zoológico da cidade), apesar do reduzido tamanho em relação ao tamanho do município;
- O destino é atendido por um sistema público de coleta de esgoto com configuração de separador absoluto;
- Existência de política de monitoramento da balneabilidade em ambientes naturais (como rios, lagos, lagoas ou praias);

- Destinação pública de resíduos sólidos residenciais e comerciais para aterro sanitário e tratamento de resíduos hospitalares;
- Disponibilidade de serviços de coleta seletiva residencial;
- Presença de Unidades de Conservação com atividade turística em território municipal – Parque Nacional da Tijuca – detentora de conselho gestor e onde há aplicação de Plano de Manejo.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

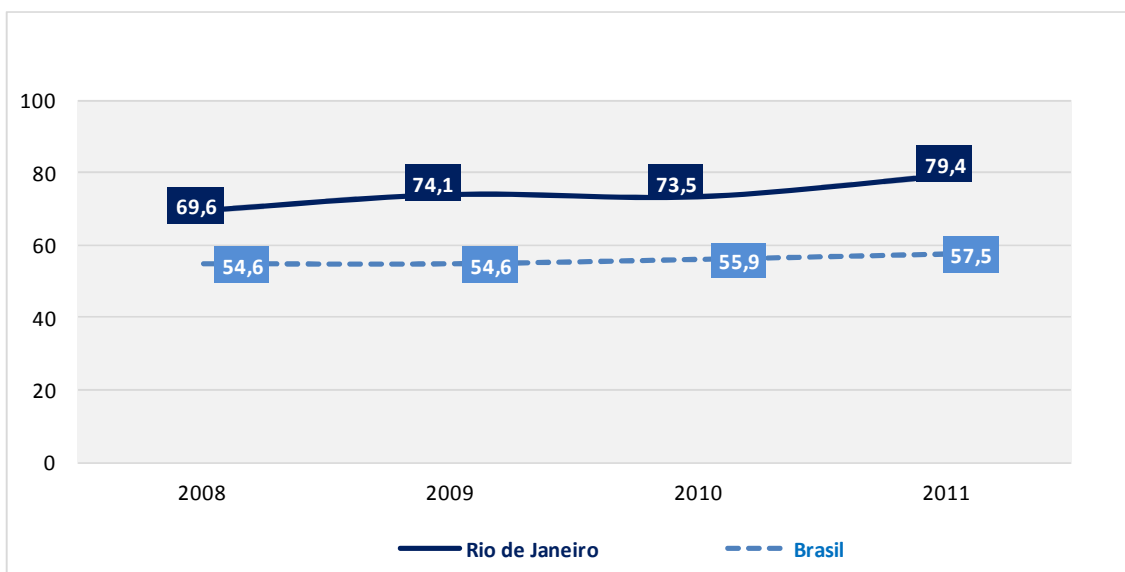
- Ausência de legislação específica que obrigue a adoção de algum tipo de fonte de energia renovável em estabelecimentos públicos ou privados. Entretanto, está sendo elaborada legislação que prevê essa questão, não de forma obrigatória, mas com incentivos – Proposta Qualiverde;
- Presença de atividades potencialmente poluidoras, com alvará de funcionamento ou de localização no território municipal, como indústria química e siderúrgica, por exemplo.

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.

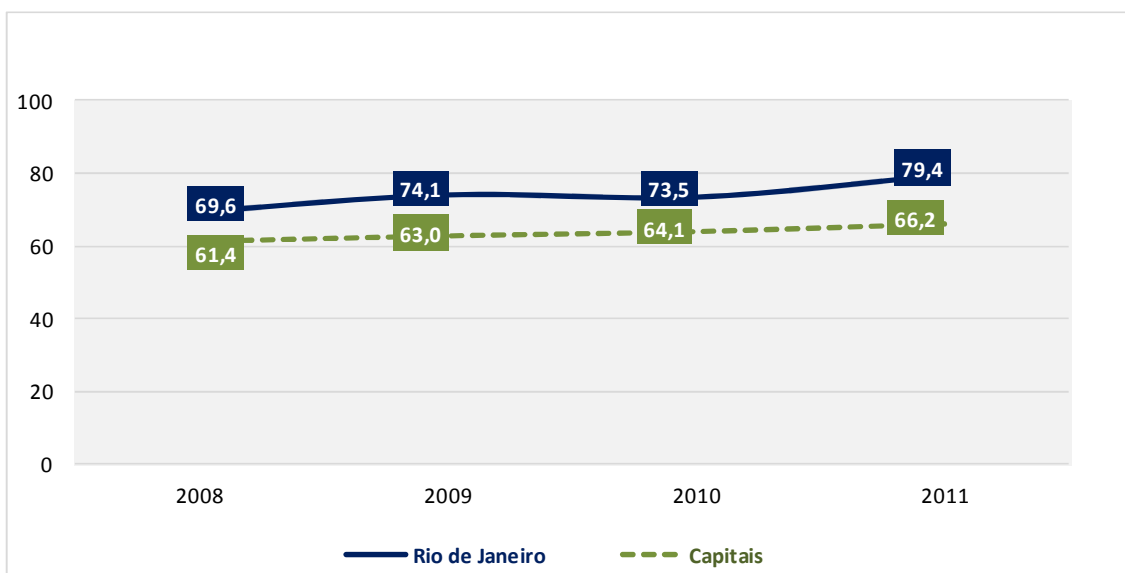
Em *Aspectos culturais*, a média Brasil em 2011 foi 57,5. O Rio de Janeiro registrou 79,4 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Existência de culinária típica pela qual o destino é reconhecido em esfera internacional como a tradicional feijoada, a comida de boteco, o biscoito globo, o mate na praia, entre outros;
- A cidade do Rio de Janeiro apresenta tradições culturais evidentes e típicas do seu território, ligadas ao estilo de vida do carioca, prática de esportes ao ar livre, entre outros;
- Presença de grupos artísticos de manifestação popular tradicional: escolas de samba, grupos de jongo, dança de salão (gafieira), grupos de *funk*, grupos de charme, etc;
- Existência de diversos patrimônios imateriais registrados, especialmente o samba enredo e as escolas de samba que, dentre outros, já estão entre os principais atrativos culturais da cidade, para os quais são aplicadas política de preservação de bens culturais imateriais;
- Existência de inúmeros patrimônios artísticos, sítios arqueológicos e patrimônios históricos registrados e tombados, sendo que muitos deles se constituem em atrativos turísticos, como por exemplo, Estádio do Maracanã, Arcos da Lapa, Igreja da Glória, Morro da Urca, Jardim Botânico, etc;
- Presença de um órgão da administração local com atribuição exclusiva de incentivar o desenvolvimento da cultura;
- 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;
- O destino aderiu ao Sistema Nacional de Cultura;
- Existe projeto de implementação de turismo cultural.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- A Secretaria Municipal de Cultura não dispõe de recurso próprio;
- Inexistência de Fundo 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 capitais avaliadas.

Ao realizar uma análise sobre a série histórica dos resultados do Rio de Janeiro, 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 *Políticas públicas, Cooperação regional, Economia local, Aspectos sociais, Aspectos ambientais e Aspectos culturais*.

As dimensões *Acesso, Serviços e equipamentos turísticos e Capacidade empresarial* registraram estabilidade de resultados em 2011 em relação a 2010.

Por fim, foi possível observar que as dimensões *Infraestrutura geral, Atrativos turísticos, Marketing e promoção do destino e Monitoramento* 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 de Janeiro			
	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	69,7	73,9	74,0	74,9
Infraestrutura geral	63,8	64,6	65,8	68,4	70,5	71,3	74,3	75,8	80,6	82,4	84,6	82,0
Acesso	55,6	58,1	60,5	61,8	66,9	69,9	72,0	74,0	81,0	87,9	88,1	88,2
Serviços e equipamentos turísticos	44,8	46,8	50,8	52,0	56,8	59,4	63,3	64,1	67,0	73,4	78,3	78,0
Atrativos turísticos	58,2	59,5	60,5	62,0	56,6	58,5	59,5	61,3	85,3	87,7	86,6	84,3
Marketing e promoção do destino	38,2	41,1	42,7	45,6	46,3	47,5	46,8	50,0	62,6	67,2	55,8	50,4
Políticas públicas	50,8	53,7	55,2	56,1	55,7	58,7	61,5	61,3	61,2	69,2	63,5	70,1
Cooperação regional	44,1	48,1	51,1	49,9	42,9	47,1	48,3	47,7	26,3	28,3	25,4	26,5
Monitoramento	35,4	34,5	35,3	36,7	42,1	41,8	42,6	44,3	62,8	61,1	56,4	53,7
Economia local	56,6	57,1	59,5	60,8	64,7	67,6	70,7	70,6	77,5	80,6	81,2	91,2
Capacidade empresarial	51,3	55,7	57,0	59,3	72,1	78,1	82,7	85,1	91,1	91,4	94,7	93,8
Aspectos sociais	57,2	57,4	58,4	59,1	62,3	63,1	64,2	64,7	58,5	66,8	70,9	75,2
Aspectos ambientais	58,9	61,8	65,6	67,2	63,8	67,0	71,3	72,7	62,8	68,1	77,0	79,4
Aspectos culturais	54,6	54,6	55,9	57,5	61,4	63,0	64,1	66,2	69,6	74,1	73,5	79,4

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.