

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

PARANAGUÁ

2014



APRESENTAÇÃO

Com o objetivo de conhecer e entender a realidade dos principais destinos turísticos brasileiros e também como forma de fornecer subsídios para o planejamento e para a formulação de políticas públicas que contribuam para o desenvolvimento das localidades turísticas, 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 2008, 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 gera índices em 13 setores ligados à atividade turística, denominados como dimensões neste Índice, os quais permitem 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 ao desenvolvimento da atividade turística.

Com este documento, o Ministério do Turismo, o Sebrae Nacional e a Fundação Getulio Vargas esperam fornecer 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

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO.....	2
SUMÁRIO.....	3
1. ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE	4
2. RESULTADOS	8
2.1. Índice geral	8
2.2. Infraestrutura geral	11
2.3. Acesso	14
2.4. Serviços e equipamentos turísticos	17
2.5. Atrativos turísticos.....	20
2.6. Marketing e promoção do destino	24
2.7. Políticas públicas.....	26
2.8. Cooperação regional.....	29
2.9. Monitoramento	32
2.10. Economia local	35
2.11. Capacidade empresarial.....	37
2.12. Aspectos sociais	40
2.13. Aspectos ambientais.....	42
2.14. Aspectos culturais.....	45
3. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE	49

1. ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE

A fim de dar continuidade ao trabalho iniciado em 2008, o Ministério do Turismo (MTur), o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae Nacional) e a Fundação Getulio Vargas (FGV) consolidam, no presente documento, os resultados da edição 2014 do *Índice de Competitividade do Turismo Nacional*.

Com o intuito de entender as transformações do mercado turístico nos últimos anos, o Índice de Competitividade Turística é atualizado sistematicamente para captar com profundidade o desenvolvimento dos principais destinos turísticos brasileiros. Tais atualizações objetivam deixar o Índice em consonância com debates contemporâneos e com tendências do mercado turístico nacional e internacional – posto que a competitividade é um fenômeno dinâmico e um recurso básico pode se tornar obsoleto ao longo do tempo. Desta forma, espera-se fornecer elementos fundamentais para o planejamento e tomada de decisão das localidades pesquisadas e para a ampliação de suas vantagens competitivas.

Como ocorre desde o primeiro ano, para o cálculo do índice de competitividade estabeleceu-se uma série de critérios junto a especialistas em diversas áreas, com o intuito de definir a importância e o peso de cada dimensão do estudo. Em seguida, foram atribuídos pontos às perguntas e pesos também às variáveis. A soma ponderada da pontuação resulta no índice geral de competitividade do destino.

Na fase de pesquisa de campo, os pesquisadores da FGV permanecem uma semana em cada destino aplicando um formulário, por meio de um *tablet*, com perguntas que incluem dados primários e secundários, as quais estão agrupadas em 13 dimensões (Figura 1). Cada uma das dimensões consideradas possui subdivisões, que são chamadas de variáveis. O detalhamento de todos os quesitos avaliados na pesquisa encontra-se na publicação Relatório Brasil 2014, no capítulo que descreve os aspectos metodológicos.

Figura 1. Dimensões do Índice de Competitividade



Além do levantamento de dados por meio de entrevistas e de dados secundários, são realizadas visitas técnicas aos principais equipamentos e atrativos turísticos do destino. Nesta etapa, muitos pontos são observados pelo pesquisador, como as principais características físicas dos atrativos turísticos e da estrutura urbana do destino.

Todas as perguntas que integram as 13 dimensões do questionário compõem o Índice de Competitividade do destino, ou seja, mensuram:

A capacidade crescente de gerar negócios nas atividades econômicas relacionadas com o setor de turismo, de forma sustentável, proporcionando ao turista uma experiência positiva

Para fins de análise, os índices de competitividade foram divididos em cinco níveis, em uma escala de 0 a 100¹:



O presente relatório apresenta os resultados consolidados do destino em 2014: o índice geral de competitividade do destino e o indicador em cada uma das 13 dimensões avaliadas. O documento apresenta ainda a média Brasil (média dos indicadores obtidos pelos 65 destinos), a média das cidades não capitais, além da distribuição dos 65 destinos pesquisados em relação aos cinco níveis de competitividade nas 13 dimensões estudadas. Estes dados poderão ser comparados aos resultados obtidos nos anos anteriores, o que permitirá observar a evolução dos índices, devido à série histórica que vem sendo construída.

Para que o município avaliado possa comparar os resultados das últimas edições da pesquisa, é importante observar os critérios estatísticos nos quais esse levantamento se baseia. Considerou-se que o índice se manteve estável em casos de 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, recomenda-se que cada destino analise seus resultados de forma crítica, ponderando questões ligadas às suas

¹ Para o posicionamento em níveis, segundo a escala proposta, utilizou-se o critério de arredondamento das pontuações. Por exemplo: abaixo de 20,5, a pontuação posicionou-se no nível 1 (entre 0 e 20); acima de 20,6, classifica-se no nível 2 (entre 21 e 40), e assim por diante.

características geográficas, econômicas e ao posicionamento, a fim de entender que os resultados de determinada dimensão serão influenciados por esses fatores. Dessa forma, não se espera que alguns destinos alcancem, necessariamente, o nível mais alto de competitividade em todas as dimensões. Isso é especialmente aplicado a alguns destinos não capitais ou que estejam direcionados a nichos específicos de mercado.

Uma leitura criteriosa e consciente dos índices obtidos poderá fornecer referências para 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 a atividade turística, norteando a elaboração de políticas públicas que potencializem suas vantagens competitivas e eliminem, gradativamente, os entraves ao desenvolvimento sustentável da atividade turística.

2. RESULTADOS

A pesquisa em Paranaguá foi realizada entre os dias 02 e 06 de junho de 2014, período em que foram entrevistados diversos representantes do setor público e privado, associações de classe, entre outros, para coletar os dados que compõem o índice de competitividade do destino.

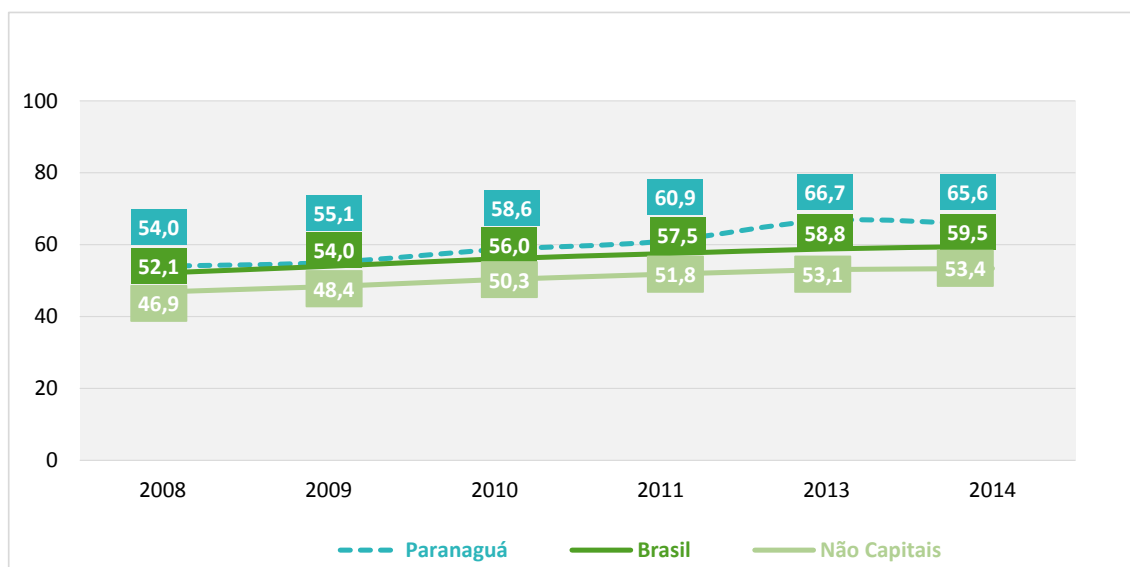
Além dos índices alcançados pelo destino em cada dimensão, serão destacados, a seguir, os principais fatores que contribuíram para tais resultados.

Ressalta-se que, além de todo o planejamento realizado pela Fundação Getúlio Vargas para a realização do Índice de Competitividade, fatores externos podem influenciar a coleta de informações em campo e conseqüentemente o sucesso da pesquisa, como: realização de todas as entrevistas programadas, visita *in loco* a todos os atrativos e equipamentos turísticos indicados, disponibilização prévia de agenda de entrevistas completa e com respondentes qualificados, apoio institucional do órgão oficial de turismo, fidedignidade das informações repassadas. Dessa forma, o apoio dos municípios na realização do estudo é imprescindível nesta fase de pesquisa de campo.

2.1. Índice geral

O índice geral de competitividade do destino refere-se à soma ponderada das 13 dimensões avaliadas e está representado no Gráfico 1.

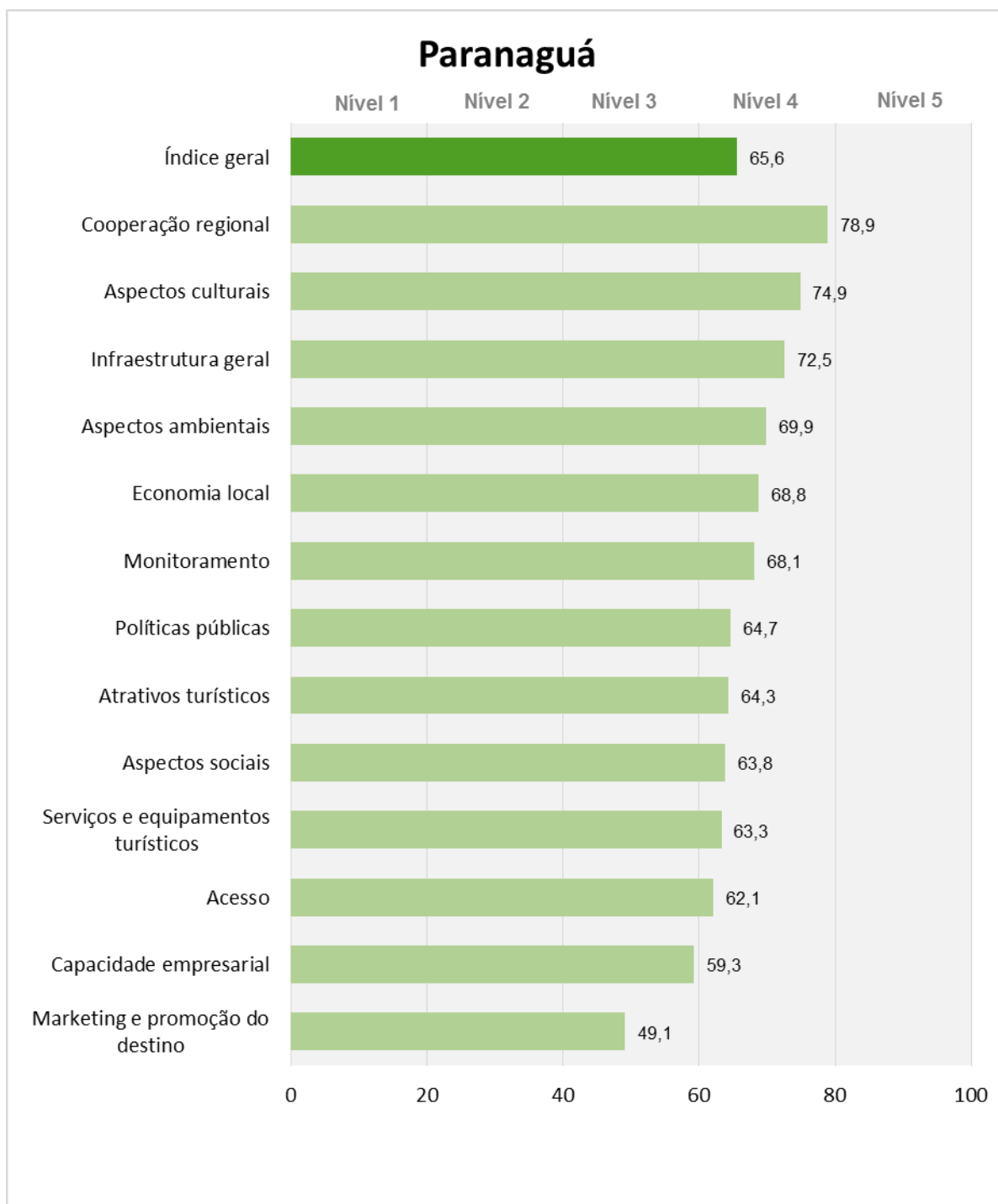
Gráfico 1. Índices gerais de competitividade – destino x Brasil: 2008-2014



No ano de 2014, o índice geral de competitividade registrado pelo destino ficou abaixo do ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 1. Este índice posicionou-se acima da média nacional, e acima da média do grupo das não capitais no índice geral.

Os resultados apresentados a seguir apontam que, das 13 dimensões avaliadas, as que obtiveram melhores desempenhos, com índices acima do nível 4, foram *Cooperação regional, Aspectos culturais, Infraestrutura geral, Aspectos ambientais, Economia local, Monitoramento, Políticas públicas, Atrativos turísticos, Aspectos sociais, Serviços e equipamentos turísticos e Acesso*, conforme o Gráfico 2. Por sua vez, as dimensões com os menores níveis de competitividade são *Capacidade empresarial e Marketing e promoção do destino*.

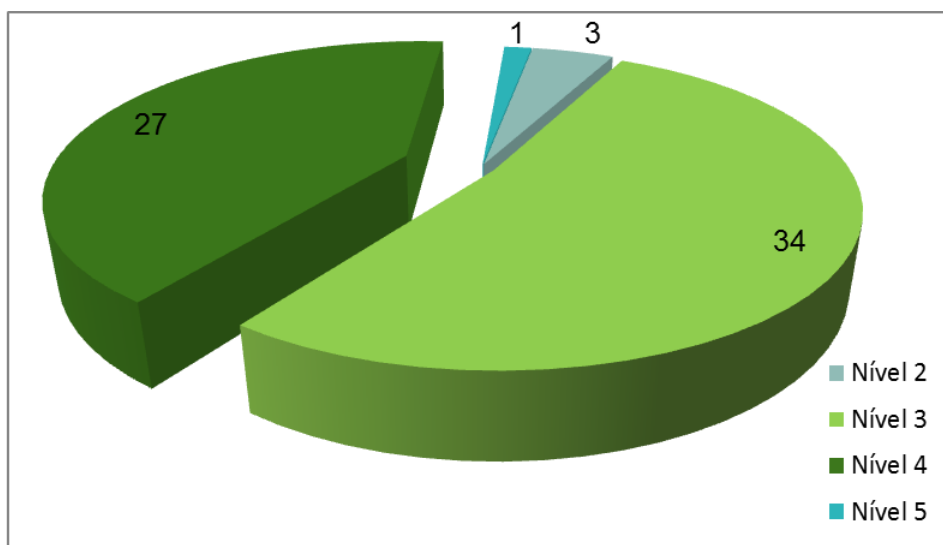
Gráfico 2. Índices por dimensão em ordem decrescente de desempenho



Quanto à distribuição das dimensões, conforme os cinco níveis de competitividade, observa-se que há uma concentração maior de resultados nos níveis 3 e 4, o que demonstra que na maior parte das dimensões avaliadas, o destino apresenta desenvolvimento satisfatório a bom, no quesitos avaliados.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 3 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado. Observa-se que 27 destinos se encontram no mesmo nível que Paranaguá, sendo que a maior parte dos destinos indutores encontra-se no nível 3.

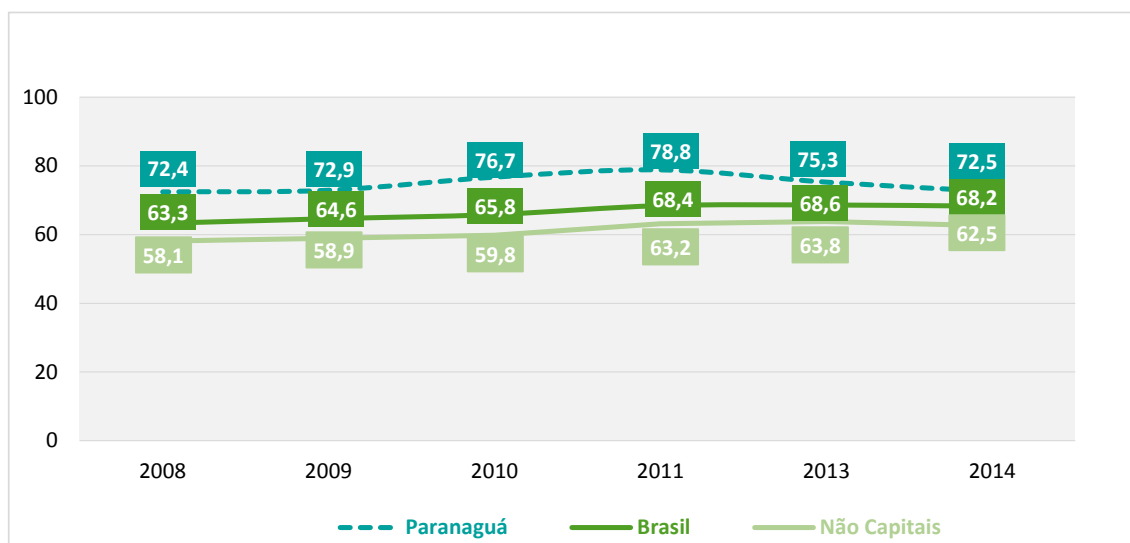
Gráfico 3. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice geral



2.2. Infraestrutura geral

O *Índice de Competitividade do Turismo Nacional* considerou 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.

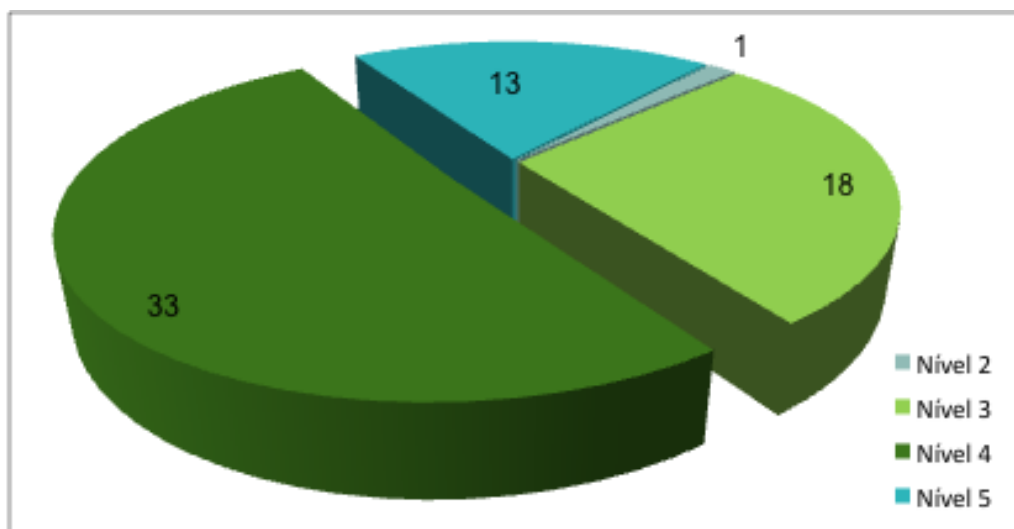
Gráfico 4. Índices Infraestrutura geral – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Infraestrutura geral*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou abaixo do ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 4. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das não capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 5 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Infraestrutura geral*. Observa-se que 33 destinos se encontram no mesmo nível que Paranaguá, nível em que se encontra a maioria dos destinos indutores.

Gráfico 5. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Infraestrutura geral



O indicador foi influenciado de forma positiva por fatores, tais como:

- Disponibilidade, no destino, de serviço público de atendimento médico em emergências 24 horas com atendimento em diversos níveis: primeiros socorros, estrutura para cirurgias de emergência, setor de transfusão, laboratório de análises, radiologia, etc;
- Fornecimento contínuo de energia elétrica no destino durante todo o ano;
- Presença de Corpo de Bombeiros com grupo de busca e salvamento;
- Existência de Defesa Civil e Guarda Municipal com boa estrutura no destino;
- Existência de elementos de acessibilidade como - calçadas livres (sem obstrução de ambulantes, mesas e cadeiras de bares, etc), sistema de drenagem fluvial com galerias e bocas de lobo bem fechadas e conservadas e vagas de estacionamento exclusivas para cadeirantes e idosos - na maior parte das áreas turísticas do destino.

Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

- Ausência de grupamento especializado na Polícia Militar para atendimento ao turista;
- Inexistência de delegacia ou programa de proteção ao turista na Polícia Civil;
- Inexistência de monitoria ou vigilância por câmeras nas áreas turísticas (em fase de implantação);

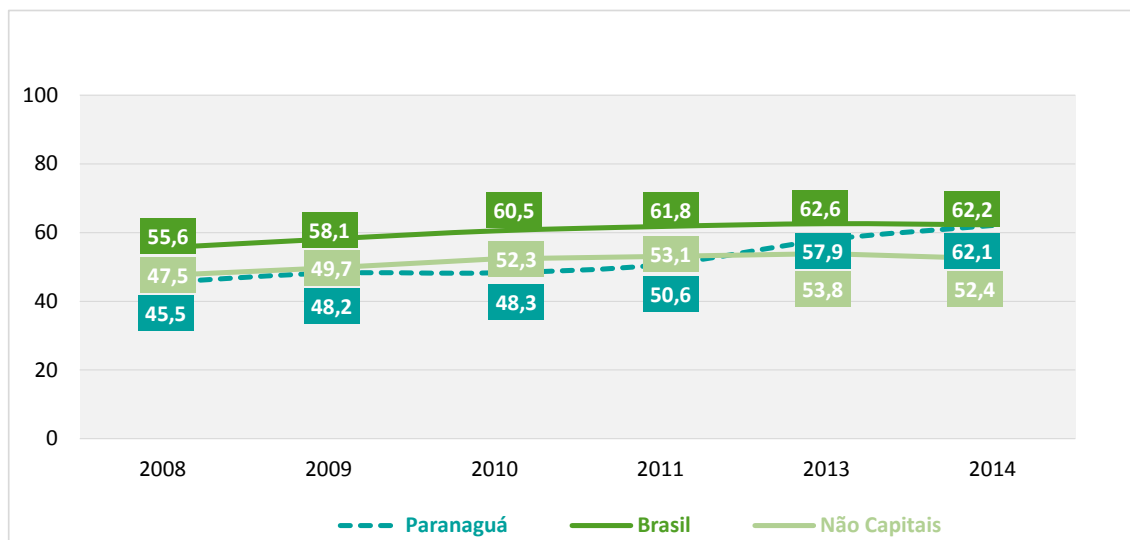
- O fato de não ser evidente a limpeza pública e a conservação urbana no entorno das áreas turísticas, tendo em vista que há acúmulo de lixo em algumas calçadas e alguns prédios do centro histórico estão depredados ou em ruínas;
- Falta da substituição da fiação aérea por subterrânea no Centro Histórico;
- Carência de lixeiras, banheiros públicos e telefones públicos no entorno das áreas turísticas.
- Carência de elementos de acessibilidade que permitam a circulação de pessoas, deficientes físicos e pessoas com necessidades especiais nas áreas turísticas do destino.

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

2.3. Acesso

Nesta dimensão foram consideradas 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.

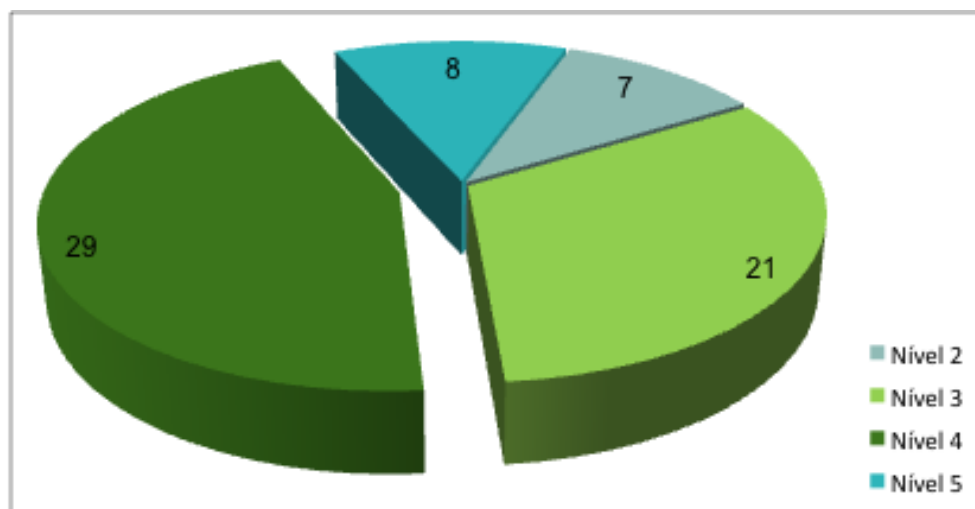
Gráfico 6. Índices Acesso – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Acesso*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima ano anterior, alcançando um nível superior (nível 4), como é possível observar no Gráfico 6. Este índice posicionou-se abaixo da média nacional na dimensão, mas acima da média do grupo das não capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 7 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Acesso*. Observa-se que 29 destinos se encontram no mesmo nível que Paranaguá, nível em que se encontra a maioria dos destino indutores.

Gráfico 7: Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Acesso



Entre os fatores que contribuíram favoravelmente para o índice de competitividade do destino nesta dimensão, constam:

- Existência de aeroporto com voos regulares num raio de 100 km do destino - Aeroporto Internacional Afonso Pena - Curitiba;
- Estrutura do principal aeroporto que atende ao destino, Aeroporto Internacional Afonso Pena - Curitiba, que conta com boa estrutura e oferta de diversos serviços, como: Centro de Atendimento ao Turista, restaurantes e lanchonetes, lojas, serviços bancários, câmbio, etc;
- Disponibilidade de opções de transporte público ou concessões para atender àqueles que desembarcam no terminal aéreo – ônibus convencional e especial com ar-condicionado e serviços de taxi convencional - conforme observado em visita técnica ao local;
- Existência de linhas de ônibus intermunicipais e interestaduais regulares que atendam ao destino;
- Existência de um terminal rodoviário no destino, cuja estrutura conta com Centro de Atendimento ao Turista e serviços bancários;
- Oferta de transportes para o deslocamento dos que embarcam e desembarcam na rodoviária – taxi e ônibus convencional;
- Disponibilidade de terminal aquaviário que atende ao município, e pelo qual embarcam e desembarcam turistas;

- Disponibilidade de vagas públicas para estacionamento nas áreas turísticas;
- Disponibilidade de serviço de táxi regularizado e padronizado, que ofereça facilidade, como o pagamento por cartões de crédito;
- Ótimo estado da BR-277, principal rodovia de acesso ao destino, segundo pesquisa realizada pela Confederação Nacional de Transporte – CNT.

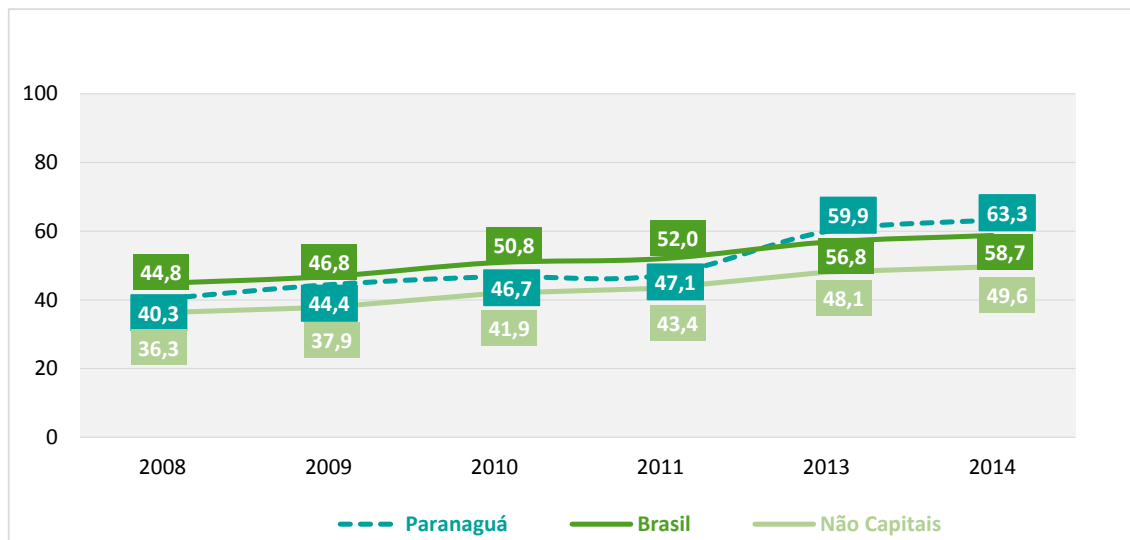
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador, constam os seguintes:

- Ausência de aeroporto dentro do território municipal com voos regulares;
- Carência de alguns serviços adequados para o usuário do terminal rodoviário, tais como: lojas, lanchonetes e restaurantes, acessibilidade para pessoas com deficiência, bem como a má conservação dos banheiros e do estado geral do terminal (assentos, área de espera, pátio dos ônibus, etc);
- Carência de opções de transporte urbano que atendam às principais atrações turísticas;
- Carência de vagas para estacionamento nas áreas turísticas;
- Inexistência de sistema de chamada de taxi via aplicativos para smartphones;
- Indisponibilidade de ligações aéreas diretas entre o aeroporto do destino e seus principais centros emissores internacionais, conforme indicado na pesquisa.

2.4. Serviços e equipamentos turísticos

A dimensão *Serviços e equipamentos turísticos* contemplou as seguintes variáveis: (i) sinalização turística; (ii) Centro de Atendimento ao Turista - CAT; (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.

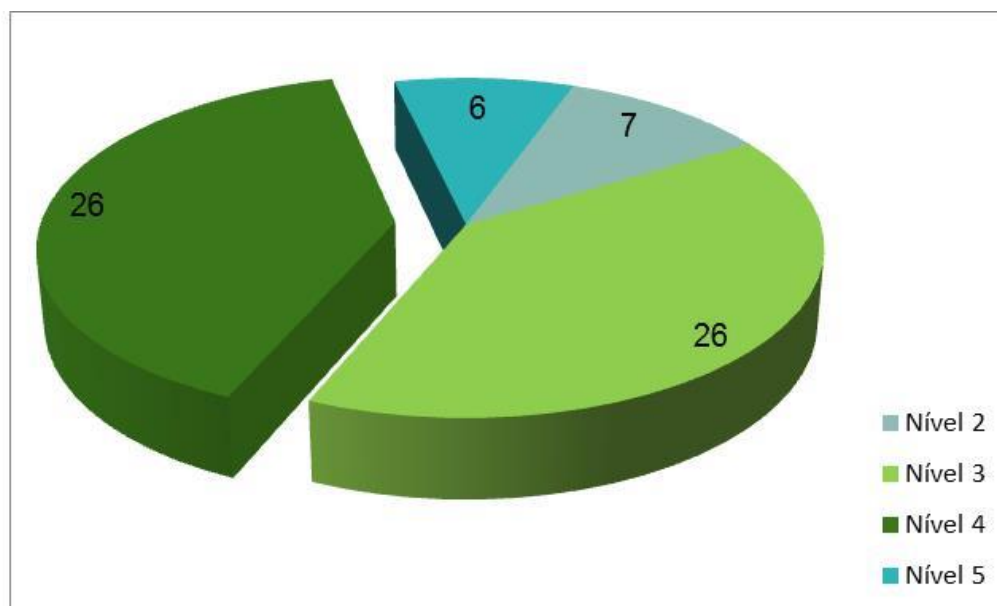
Gráfico 8. Índices Serviços e equipamentos turísticos – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão Serviços e equipamentos turísticos, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do ano anterior, alcançando um nível superior (nível 4), como é possível observar no Gráfico 8. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das não capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 9 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Serviços e equipamentos turísticos*. Observa-se que 26 destinos se encontram no mesmo nível que Paranaguá, nível em que também se encontra a maioria dos destinos indutores.

Gráfico 9. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Serviços e equipamentos turísticos



O indicador foi influenciado de forma positiva pela verificação de fatores, entre os quais:

- Existência de sinalização turística viária nos padrões internacionais recomendados pelo Ministério do Turismo em bom estado de conservação;
- Existência de sinalização turística descritiva ou interpretativa em alguns atrativos do destino;
- Existência de Centros de Atendimento ao Turista no destino, localizados em diversos pontos (rodoviária, na sede do órgão oficial de turismo e nos principais atrativos turísticos), com funcionários capacitados para o atendimento em idiomas estrangeiros e que oferecem diversos serviços, como mapas, contatos de agências e guias de turismo, além de profissionais que fornecem informações sobre o destino e seu entorno;
- Oferta de espaços para a realização de eventos – Aeroparque, Praça e Santuário do Rocio e o Estádio Municipal;
- Disponibilidade de acesso à internet nas unidades habitacionais na maior parte dos meios de hospedagem do destino;
- Presença de empresas de receptivo, que oferecem diversos serviços aos turistas (city tour, atividades de aventura, passeios de barco, by night), inclusive em idioma estrangeiro;

- Presença de empresas de locação de automóveis no destino;
- Disponibilidade de serviço de aluguel de bicicletas para o turista (Ilha do Mel);
- Valorização e o fortalecimento da gastronomia regional por parte dos restaurantes do destino, por meio da aplicação de receitas típicas locais e regionais;
- Oferecimento de capacitação quanto à manipulação com higiene dos alimentos para ambulantes que vendem refeições;
- Presença de instituições de qualificação que oferecem cursos livres regulares, cursos técnicos e graduação nas áreas relacionadas ao turismo no município.

Entre os fatores limitantes à evolução do indicador, constam os seguintes:

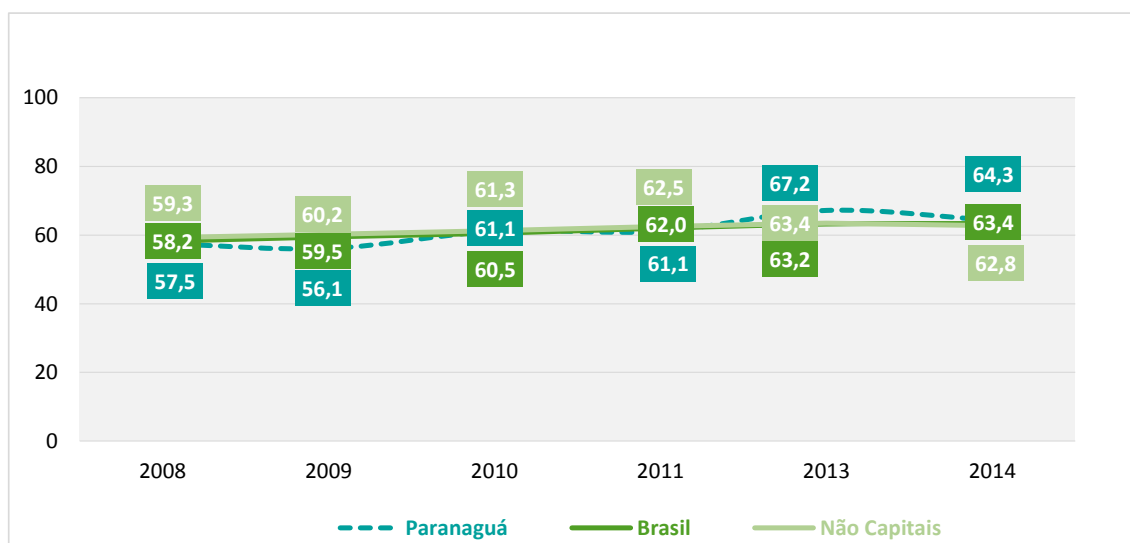
- Cobertura da sinalização turística viária, presente em apenas parte do destino;
- Ausência de sinalização turística viária em idioma estrangeiro;
- Pequena cobertura da sinalização turística descritiva ou interpretativa nos atrativos e indisponibilidade desta em idioma estrangeiro;
- Ausência de políticas locais de incentivo ao uso de tecnologias que priorizem a questão ambiental em meios de hospedagem;
- Não cumprimento dos quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida por parte da maioria dos meios de hospedagem;

Inexistência de capacitação sobre higiene na manipulação de alimentos para proprietários e empregados de novos estabelecimentos de alimentação, por parte do governo municipal.

2.5. Atrativos turísticos

Na dimensão *Atrativos turísticos*, o *Estudo de Competitividade* analisou as seguintes variáveis: (i) atrativos naturais; (ii) atrativos culturais; (iii) eventos programados; e (iv) realizações técnicas, científicas ou artísticas.

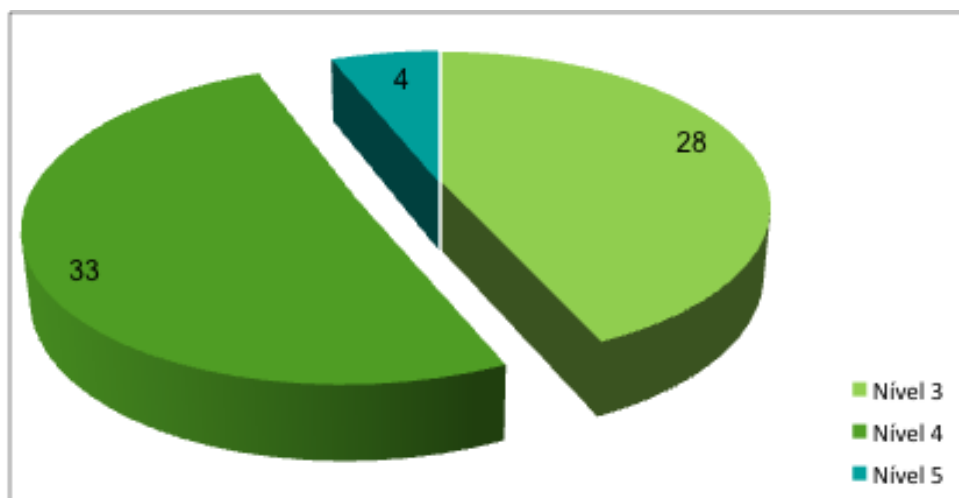
Gráfico 10. Índices Atrativos turísticos – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Atrativos turísticos*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou abaixo do ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 10. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das não capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 11 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Atrativos turísticos*. Observa-se que 33 destinos se encontram no mesmo nível que Paranaguá, nível em que se encontra a maioria dos destino indutores.

Gráfico 11. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Atrativos turísticos



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

- Existência de atrativos naturais para os quais há fluxo turístico, dentre os principais a Ilha do Mel, o Conjunto de Ilhas e Mangues da Baía de Paranaguá e a Estrada da Graciosa;
- Evidência de conservação ambiental no entorno do principal atrativo natural indicado – Ilha do Mel –, conforme observado em visita técnica;
- Respeito ao limite de capacidade de carga/suporte, conforme previsto no estudo de capacidade de carga - limite de 5 mil visitantes por dia;
- Presença de atrativos culturais com fluxo turístico, dos quais foram indicados como principais: Centro Histórico de Paranaguá, Santuário de Nossa Senhora do Rocio e Estação Ferroviária;
- Estrutura disponível no Centro Histórico, que conta com – Centro de Atendimento ao Turista, bares e restaurantes, sinalização indicativa e interpretativa em alguns atrativos;
- Existência de eventos programados que atraem turistas, dentre os principais: Festa de Nossa Senhora do Rocio e Festa da Tainha e Carnaval;
- Boa estrutura física no local onde acontece o principal evento programado – Festa de Nossa Senhora do Rocio – que dispõe de Centro de Atendimento ao Turista, lanchonete, internet *wi-fi*, sinalização interpretativa, material

informativo, etc. Conta inclusive com elementos de acessibilidade para pessoas portadoras de necessidades especiais;

- Acesso facilitado ao local onde ocorre o evento Festa de Nossa Senhora do Rocio devido à existência de sinalização de trânsito e pavimentação adequada das vias;
- Existência de atrativos de realizações técnicas e científicas² que atraem visitantes com interesse específico, independentemente de uma data especial no calendário de eventos, com destaque para a Atividade Portuária, principal atrativo indicado nesta categoria e que atrai pesquisadores, estudantes e técnicos durante todo o ano.

Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

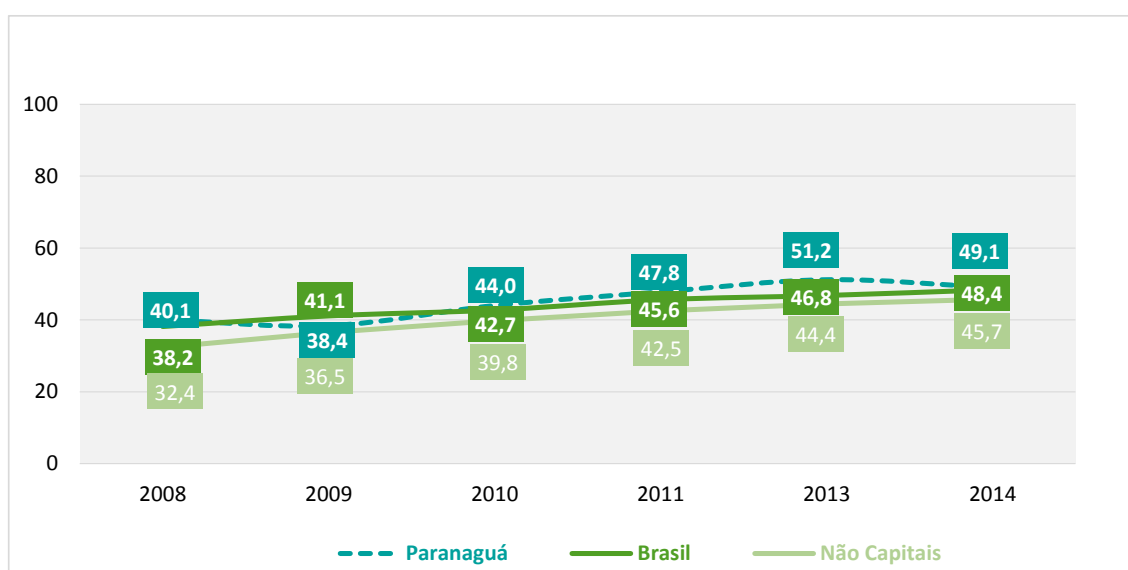
- Carência de recursos que viabilizem o acesso ou circulação de pessoas com deficiência no principal atrativo natural – Ilha do Mel;
- Inexistência de estudo de capacidade de carga ou de controle do número de visitantes para o principal atrativo cultural indicado – Centro Histórico;
- Carência de melhorias no estado de conservação urbanística e ambiental do entorno do principal atrativo cultural indicado;
- Ausência de condições de acessibilidade plena para pessoas com deficiência no Centro Histórico de Paranaguá;
- Não adoção de quesitos de acessibilidade plena para pessoas com deficiência no Porto de Paranaguá;
- Carência de opções e equipamentos de lazer para os turistas que visitam o destino.

² Realizações técnicas, científicas e artísticas são obras, instalações, atividades acadêmicas e de pesquisas que, em qualquer época do ano, independentemente de eventos, são **capazes de motivar o interesse de turistas e especialistas e, com isso, provocar a utilização de serviços e equipamentos turísticos**. Exemplos: sítios arqueológicos, locais de observação de pássaros, exposições, ateliers, escolas de dança, de música ou de artes cênicas, centros de treinamento e de excelência, campos de golfe, parques temáticos e parques aquáticos.

2.6. Marketing e promoção do destino

Na dimensão *Marketing e promoção do destino* foram consideradas as seguintes variáveis: (i) plano de marketing; (ii) participação em feiras e eventos; (iii) promoção do destino; e (iv) estratégias de promoção digital.

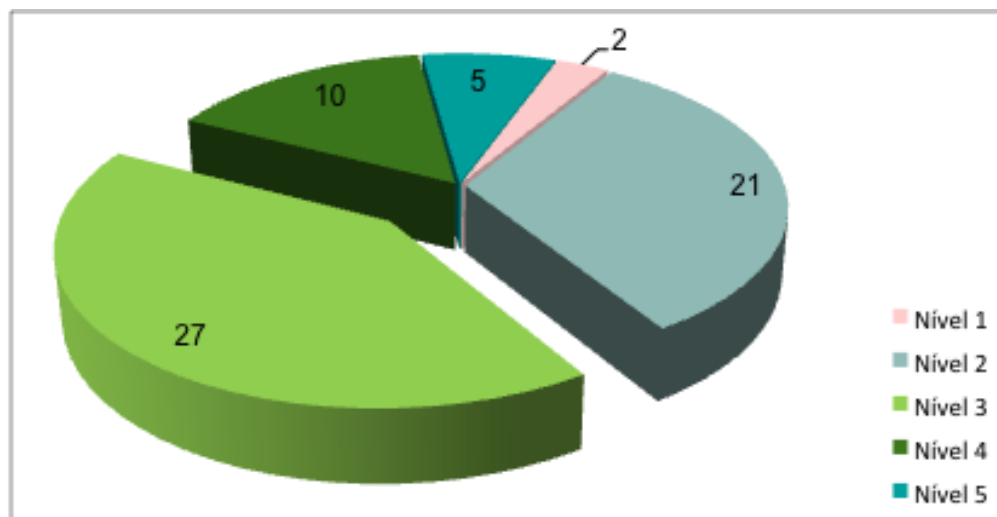
Gráfico 12. Índices Marketing e promoção do destino – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Marketing e promoção do destino*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou abaixo do ano anterior, mantendo-se no nível 3, como é possível observar no Gráfico 12. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das não capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 13 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Marketing e promoção do destino*. Observa-se que 7 destinos se encontram no mesmo nível que Paranaguá, nível em que se encontra a maioria dos destino indutores.

Gráfico 13. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Marketing e promoção do destino



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

- Participação contínua em feiras e eventos do setor de turismo e de outros setores, não diretamente ligados ao turismo, cujos resultados são avaliados por meio da contagem e da apuração do valor dos negócios efetivados;
- Participação do destino em rodadas de negócios e reuniões agendadas em eventos e feiras de turismo no ano anterior;
- Existência de material promocional institucional (mapas e folhetos promocionais) disponível inclusive em idioma estrangeiro, distribuído nos Centros de Atendimento ao Turista, meios de hospedagem e nos eventos promocionais;
- Realização de acompanhamento de notícias ou matérias, específicos de turismo, veiculadas na mídia sobre o destino (clipagem);
- Realização de ações de promoção do destino, no ano anterior, dentre as quais: publicidade e *press trips*;
- Existência de página institucional do município na internet – acessível pelo endereço www.paranagua.pr.gov.br, na qual são divulgadas informações turísticas sobre o destino;

- Existência de página promocional de turismo do destino, acessível pelo endereço www.fumtur.com.br, atualizada periodicamente, disponível também em idioma estrangeiro;
- Presença oficial do destino em redes sociais, tais como – Facebook, com o intuito de divulgar suas atrações e eventos.

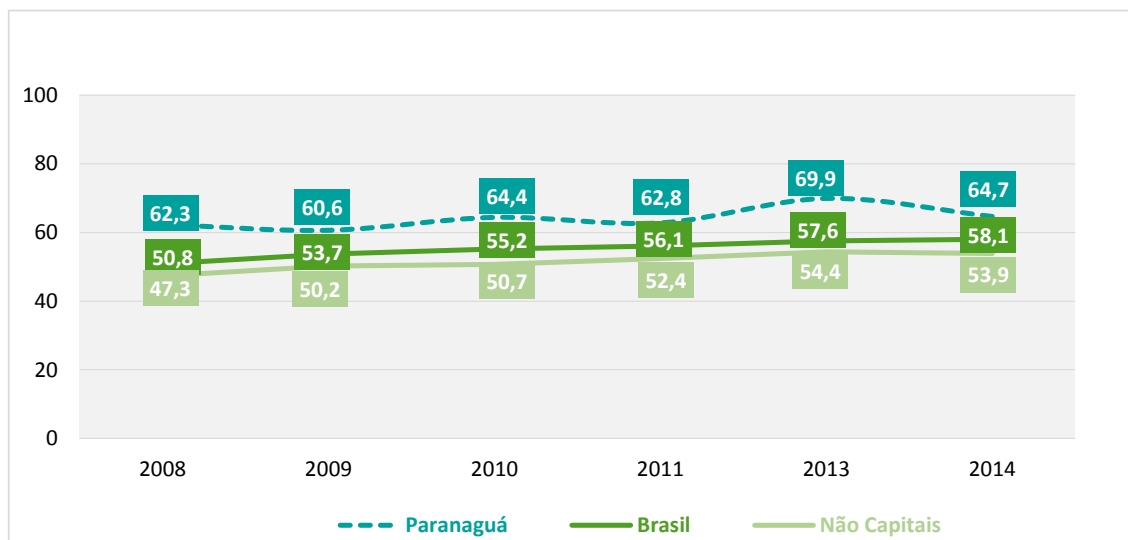
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

- Inexistência de plano de marketing formal para o destino, o qual poderia ser elaborado com a colaboração de diversos atores, fundamentado em pesquisa sobre a demanda turística, possuir indicadores de desempenho definidos e contemplar a relação com agências e operadoras de turismo;
- O fato de o destino não ter produzido eventos fora de seu território para divulgar seus atrativos e equipamentos, no ano anterior;
- Inexistência de material promocional específico que apresente a estrutura disponível para eventos no destino;
- Ausência de informações em idioma estrangeiro na página promocional de turismo do destino;
- Inexistência de aplicativo oficial do destino para smartphones.

2.7. 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.

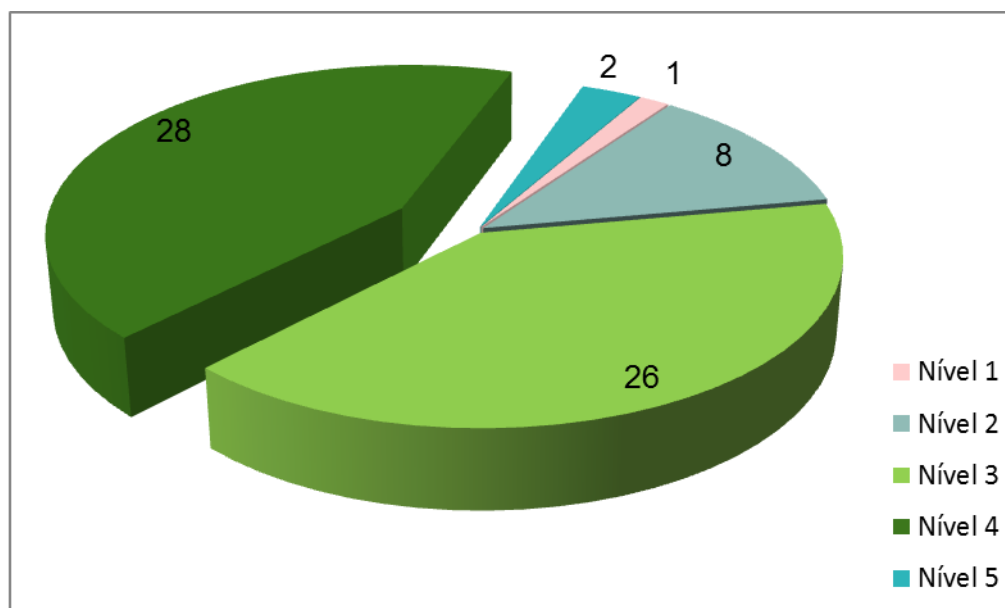
Gráfico 14. Índices Políticas públicas – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Políticas públicas*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou abaixo do ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 14. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das não capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 15 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Políticas públicas*. Observa-se que 28 destinos se encontram no mesmo nível que Paranaguá, nível em que se encontra a maioria dos destino indutores.

Gráfico 15. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Políticas públicas



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

- Existência de uma autarquia municipal com a atribuição exclusiva de coordenar ou incentivar o desenvolvimento do turismo e que dispõe de recurso próprio extraorçamentário para coordenar e incentivar o desenvolvimento do setor;
- Desenvolvimento de projetos pelo órgão gestor de turismo, em conjunto com outras secretarias no ano anterior, contemplando atividades relacionadas ao turismo – especialmente com as Secretarias de Meio Ambiente (Mini-jardins) e Educação (concurso de desenho infantil e dança);
- Existência de página ou portal do órgão gestor de turismo na internet, acessível pelo endereço www.fumtur.com.br, na qual são divulgadas informações sobre a organização do órgão gestor, as ações desenvolvidas, planos e pesquisas, dentre outras;
- Recebimento de recursos provenientes de emendas parlamentares no ano anterior;
- Existência de instância de governança local ativa – em formato de Conselho Municipal - dedicada ao acompanhamento da atividade turística e que realiza reuniões com periodicidade (bimestral);

- Representação do órgão municipal de turismo no fórum ou conselho estadual do turismo;
- Recebimento de investimentos diretos do governo federal em projetos ligados ao turismo no destino, no ano anterior;
- Existência de Plano Diretor Municipal, revisado recentemente, que contempla o setor de turismo;
- Execução de ações e projetos em parceria com a iniciativa privada e com entidades de classe representativas do setor ao longo do ano anterior: participação em feiras e eventos de turismo e ações de preservação do patrimônio e do meio ambiente – Projeto do Aeroparque, Aquário Municipal, entre outros.

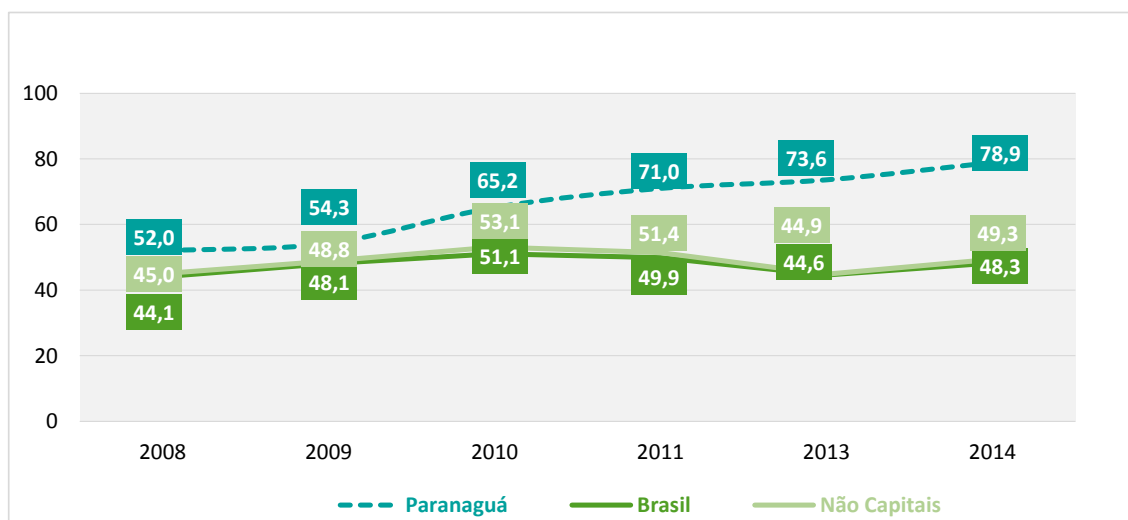
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

- Carência de investimentos diretos do governo estadual em projetos que visam ao desenvolvimento do turismo, no ano anterior;
- Ausência convênios firmados diretamente com o Governo Federal, especificamente com o Ministério do Turismo, para a execução de projetos que ampliem a competitividade turística do destino;
- Inexistência de planejamento formal para o setor de turismo do destino, que defina diretrizes e metas do setor para os próximos anos (em fase de elaboração).

2.8. Cooperação regional

O *Estudo de Competitividade* considerou 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.

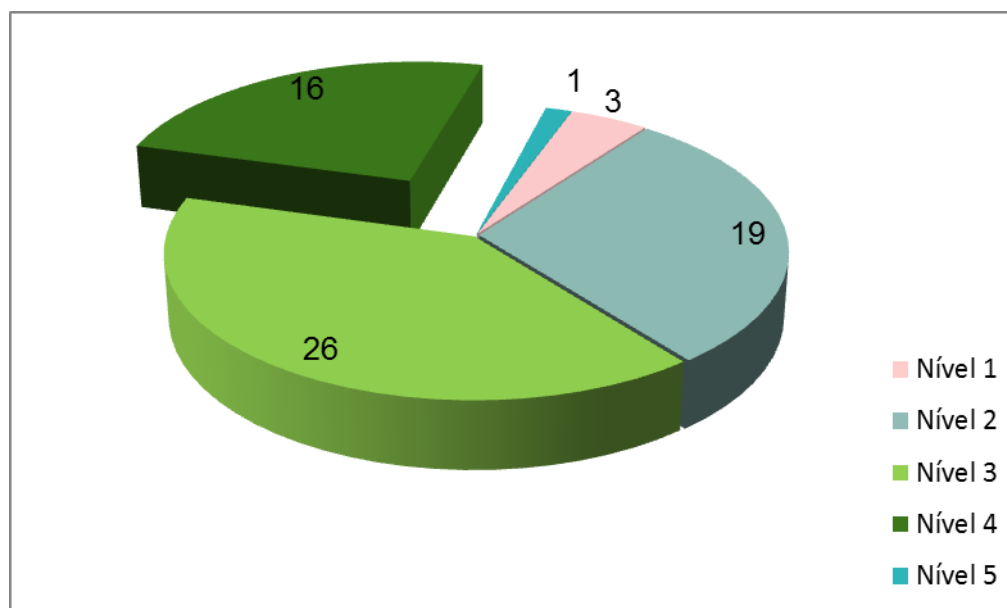
Gráfico 16. Índices Cooperação regional – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Cooperação regional*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 16. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das não capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 17 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Cooperação regional*. Observa-se que 16 destinos se encontram no mesmo nível que Paranaguá, enquanto a maior parte dos destinos indutores encontra-se no nível 3.

Gráfico 17. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Cooperação regional



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

- Existência de uma instância de governança regional, Agência de Desenvolvimento de Turismo Sustentável do Paraná - ADTUR, que reúne mais de um destino, responsável por gerir os projetos e ações referentes à região turística da qual o destino faz parte, – que conta com a participação ativa de diversos atores do segmento turístico da região Litoral do Paraná, e que está formalmente constituída, seguindo os princípios do Programa de Regionalização do Turismo do Ministério do Turismo;
- Disponibilidade de um gestor executivo com dedicação exclusiva à coordenação das atividades da instância de governança regional;
- Realização de parcerias com os setores públicos e privados dos municípios que a instância de governança regional representa;
- O fato de a instância de governança regional manter reuniões regulares, contar com recurso próprio e dispor de suporte – oferecido pelos governos municipal e estadual e Sebrae – para a condução de suas atividades;
- Realização de reunião, no ano anterior, para mobilizar atores do segmento turístico do destino sobre a importância da cooperação regional;

- Existência de projetos de cooperação regional compartilhados entre Paranaguá e outros destinos da região Litoral do Paraná;
- Existência de plano de desenvolvimento turístico integrado em vigor para a região, do qual já foram inclusive executadas ações, como: a revitalização da Estrada da Graciosa e os trapiches da Ilha do Mel;
- O fato de o destino integrar roteiros turísticos regionais, comercializados por operadores e/ou agências locais e nacionais;
- Participação do destino em eventos para a promoção e comercialização dos roteiros regionais e da região turística dos quais faz parte, no ano anterior (Festival de Foz do Iguaçu, ABAV, entre outros);
- Participação do destino em reuniões agendadas em eventos e feiras de turismo para promover a região ou os roteiros regionais, no ano anterior;
- Existência de página promocional da região turística na internet – acessível no endereço www.vouprolitoral.com.br;
- O destino coproduz material promocional da região turística da qual faz parte.

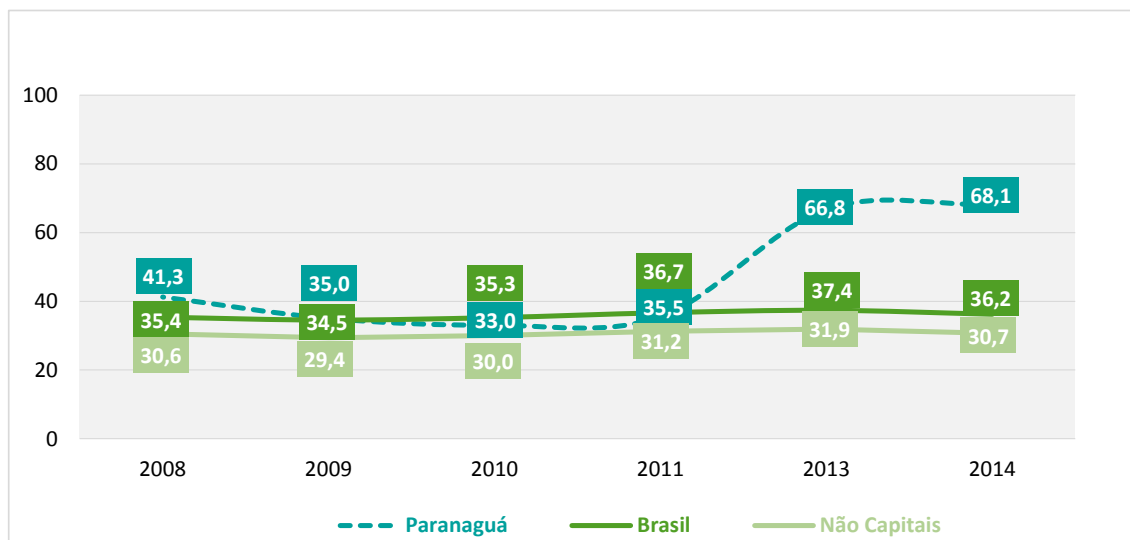
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador nesta dimensão, estão:

- O fato de os roteiros regionais dos quais o destino faz parte não serem comercializados por operadores internacionais;
- O fato de não terem sido realizadas algumas ações promocionais em parceria com outros destinos da mesma região, como publicidade e a realização de *famtour*;
- Não realização de ações promocionais voltadas para as operadoras e os agentes de turismo receptivo focadas na região durante eventos específicos, no ano anterior.

2.9. Monitoramento

Na dimensão *Monitoramento* foram considerados 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.

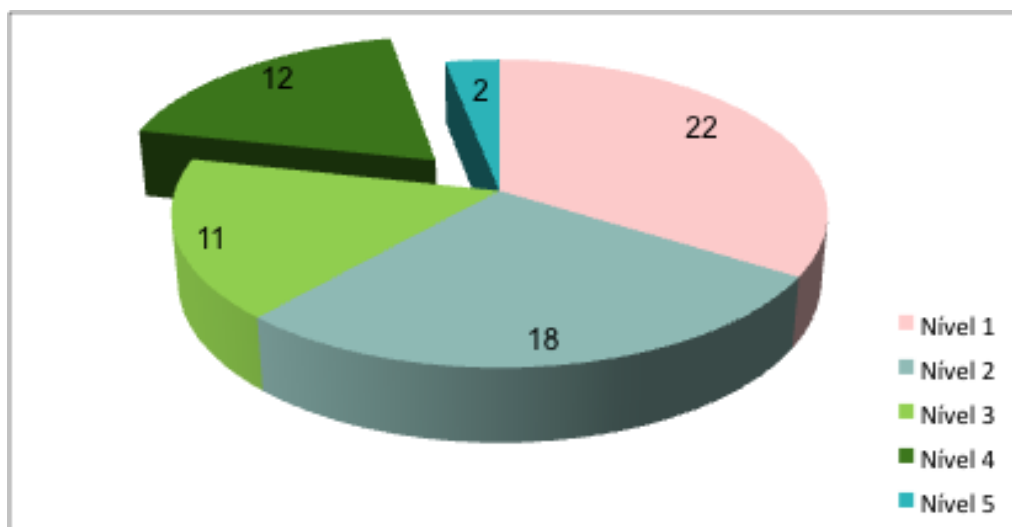
Gráfico 18. Índices Monitoramento – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Monitoramento*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 18. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das não capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 19 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Monitoramento*. Observa-se que 12 destinos se encontram no mesmo nível que Paranaguá, enquanto a maior parte dos destinos indutores encontra-se no nível 1.

Gráfico 19. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Monitoramento



Na dimensão *Monitoramento*, o indicador foi influenciado de forma positiva por:

- Existência de pesquisa de demanda periódica, realizada mensalmente e divulgada semestralmente, que gera dados relevantes para o planejamento do turismo no destino, cuja coleta de dados é realizada tanto na alta quanto na baixa temporada;
- Realização de pesquisas de perfil de turistas em eventos específicos: Carnaval, Festa de Nossa Senhora do Rocio, Festa da Tainha, temporada de cruzeiros;
- Aproveitamento dos dados coletados na pesquisa de demanda para o planejamento e formulação de políticas públicas e divulgação dos dados por meio de relatórios gerenciais internos e publicações institucionais disponibilizadas na internet e para a imprensa local;
- Existência de sistema de estatísticas turísticas, atualizado semestralmente, no qual são catalogadas todas as estatísticas existentes sobre o destino e realizados cruzamentos entre as mesmas;
- Acompanhamento contínuo dos objetivos da política em turismo em âmbito local e federal;
- Existência de setor específico de estudos no âmbito da administração pública local, que realiza pesquisas em turismo desde 2011.

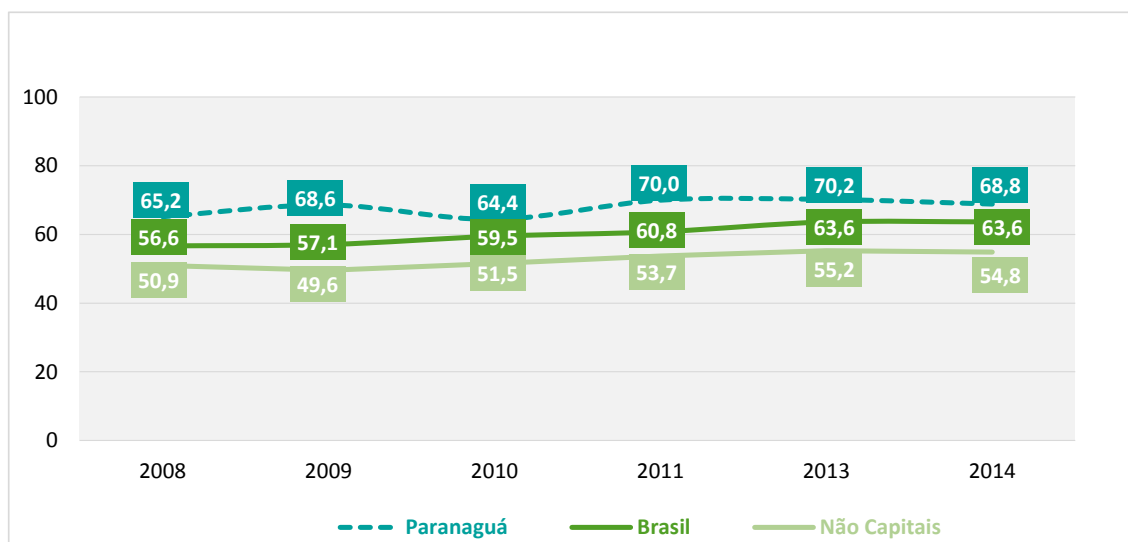
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

- Inexistência de pesquisa de oferta turística do destino atualizada;
- Ausência de relatórios de conjuntura turística setoriais (hotelaria, restaurantes, etc);
- Inexistência de estudos ou monitoramento sobre os impactos econômicos, sociais e ambientais gerados pelo turismo;
- Ausência de profissionais graduados em Estatística no setor pesquisa do órgão oficial de turismo.

2.10. 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.

Gráfico 20. Índices Economia local – destino x Brasil: 2008-2014

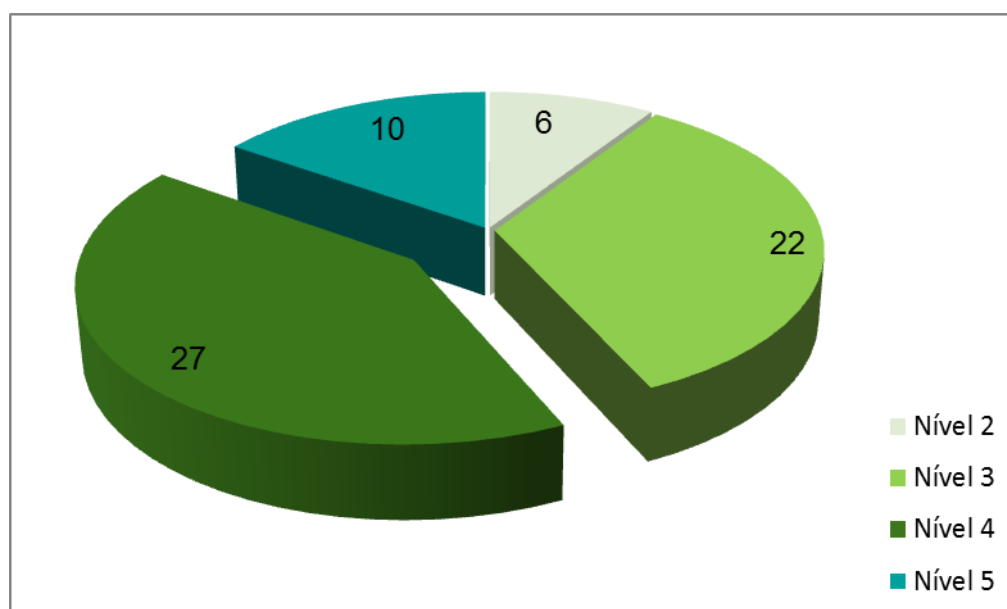


Na dimensão *Economia local*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou abaixo do ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 20. Este

índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das não capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 21 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Economia local*. Observa-se que 27 destinos se encontram no mesmo nível que Paranaguá, nível em que se encontra a maioria dos destino indutores.

Gráfico 21. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Economia local



O indicador foi influenciado de forma positiva nesta dimensão por fatores como:

- Cobertura de cinco operadoras de telefonia móvel no destino, sendo elas: Oi, Claro, Vivo, Tim e Nextel, que oferecem serviços analógicos e 3G;
- Presença de caixas eletrônicos de autoatendimento para saques com cartões de crédito internacionais;
- Existência de lei municipal de incentivo à formalização de estabelecimentos comerciais e de prestadores de serviços: a lei complementar 80/2008;
- Exportação de mercadoria de alto valor agregado e perecível.

Entre os fatores que limitam a evolução do indicador, estão:

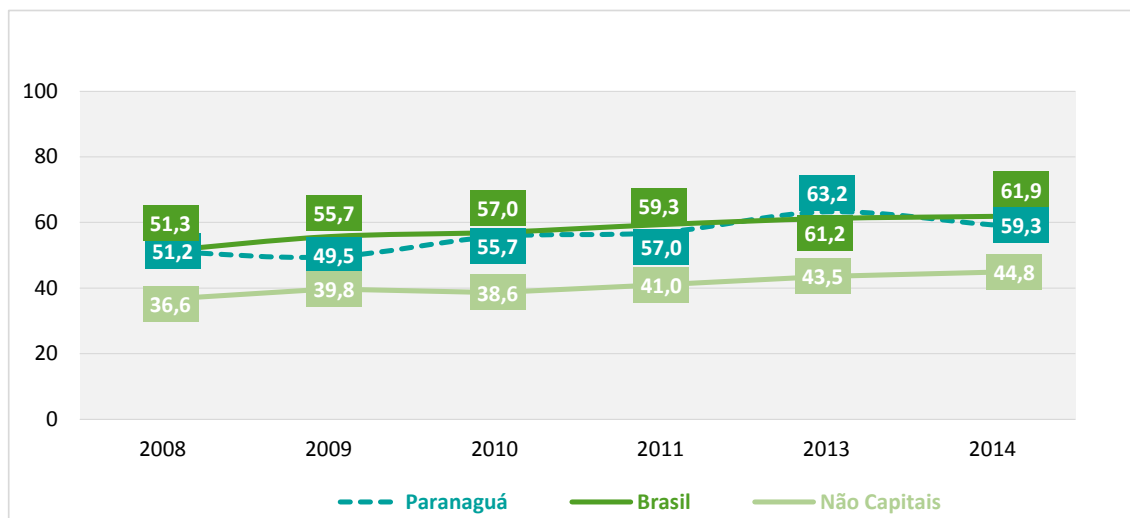
- Indisponibilidade de acesso gratuito à internet em locais públicos;
- Ausência de benefícios locais de isenção ou redução de impostos ou taxas para as atividades características do turismo;
- Inexistência de um *Convention & Visitors Bureau* do destino ou da região, instituição que poderia auxiliar o destino na captação de eventos, na promoção e divulgação dos atrativos e no planejamento turístico em curto, médio e longo prazo;
- Ausência de empresas multinacionais de produção de bens (indústrias) no destino (somente transbordo na cidade).

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

2.11. Capacidade empresarial

O *Estudo de Competitividade* considerou 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) geração de negócios e empreendedorismo.

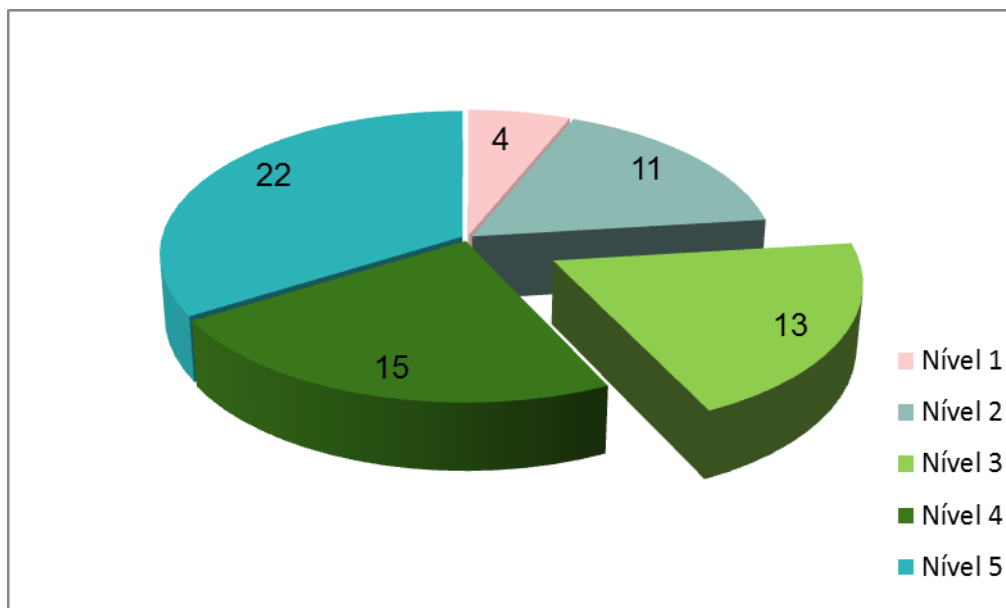
Gráfico 22. Índices Capacidade empresarial – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Capacidade empresarial*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou abaixo ano anterior, caindo para o nível 3, como é possível observar no Gráfico 22. Este índice posicionou-se abaixo da média nacional na dimensão, mas acima da média do grupo das não capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 23 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Capacidade empresarial*. Observa-se que 13 destinos se encontram no mesmo nível que Paranaguá, enquanto a maior parte dos destinos indutores encontra-se no nível 5.

Gráfico 23. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Capacidade empresarial



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

- Presença de instituições de ensino com programas regulares de formação técnica e formação superior;
- Presença de diversas escolas de formação regular em idiomas estrangeiros;
- Presença de grupos nacionais de locação de automóveis;
- Presença de redes internacionais de alimentos e bebidas.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador, estão:

- Ausência de grupos internacionais de locação de automóveis;
- Ausência de redes nacionais e internacionais de meios de hospedagem;
- Ausência de redes nacionais de alimentos e bebidas;
- Inexistência de arranjos produtivos locais (APL) ligados ao setor de turismo;
- Presença de barreiras à entrada de novos empreendimentos turísticos, sinalizadas pelos entrevistados durante a pesquisa - entre elas a infraestrutura de acesso, dificuldades para obtenção de licenciamento ambiental, restrição dos órgãos de defesa do patrimônio, entre outros.

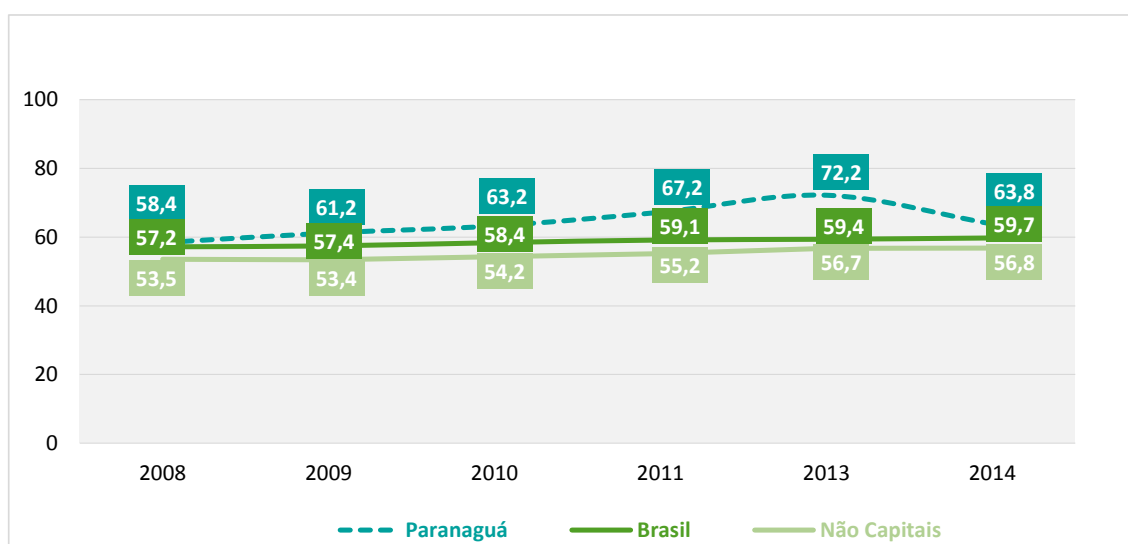
- O fato de não ter sido oferecido no destino, no ano anterior, curso do EMPRETEC, que poderia ajudar a fomentar o empreendedorismo local.

Além disso, alguns dados secundários também ajudaram a compor a avaliação nesta dimensão, como o saldo de empresas formais (considerando abertura e fechamento) nos últimos dois anos; o salário médio, a massa salarial e sua taxa de crescimento; a taxa de criação de empregos no destino nos últimos dois anos, e o volume de exportação de bens e serviços.

2.12. Aspectos sociais

O *Estudo de Competitividade* considerou as seguintes variáveis referentes aos *Aspectos sociais*: (i) acesso à educação; (ii) empregos gerados pelo turismo; (iii) política de enfrentamento e prevenção à exploração de crianças e adolescentes; (iv) uso de atrativos e equipamentos turísticos pela população; e (v) cidadania, sensibilização e participação na atividade turística.

Gráfico 24. Índices Aspectos sociais – destino x Brasil: 2008-2014

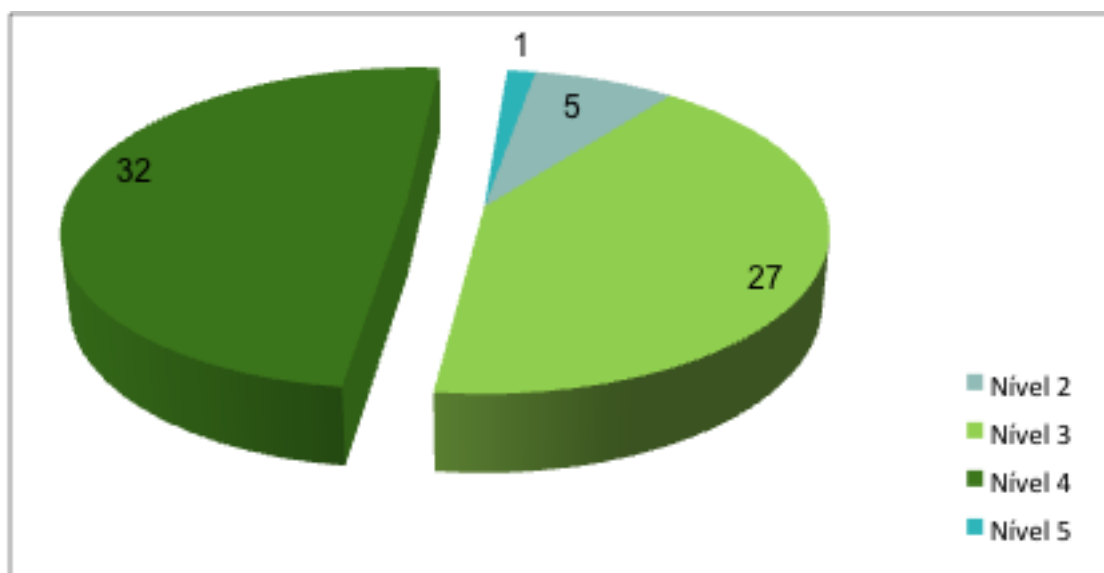


Na dimensão *Aspectos sociais*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou abaixo do ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 24. Este

índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das não capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 25 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Aspectos sociais*. Observa-se que 32 destinos se encontram no mesmo nível que Paranaguá, nível em que se encontra a maioria dos destino indutores.

Gráfico 25. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Aspectos sociais



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

- Existência de programas de incentivo ao uso dos equipamentos turísticos pela população local, ações contínuas realizadas por órgãos municipais;
- Sensibilização do turista para a preservação e o cuidado com o meio ambiente, realizada por meio da distribuição de materiais impressos na Ilha do Mel;
- A população costuma ser consultada sobre atividades ou projetos turísticos por meio de instrumentos não deliberativos;
- Existência de políticas de combate à exploração sexual de crianças e adolescentes especialmente voltados para o turismo;

Entre os fatores limitantes para a evolução do indicador, estão:

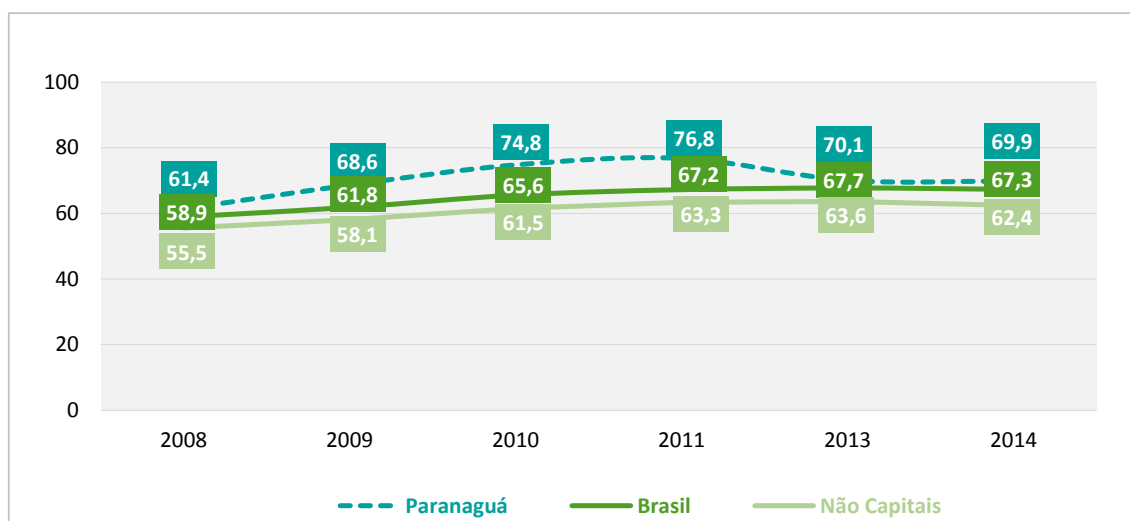
- Utilização de mão de obra informal durante a alta temporada, segundo relatos obtidos em campo, em atividades relacionadas ao turismo, como hotelaria, bares e restaurantes, receptivo e eventos;
- Presença de deficiências dos profissionais de turismo de nível técnico-administrativo, conforme indicado pelos entrevistados durante a pesquisa, principalmente no que se refere à idiomas, atendimento ao cliente e capacitação técnica;
- Identificação de deficiências dos profissionais de nível operacional, como noções de higiene e atendimento ao cliente, segundo depoimento dos entrevistados;
- Ausência de sensibilização dos cidadãos sobre os impactos da atividade turística para o destino, tanto positivos quanto negativos;
- Não envolvimento da comunidade com o desenvolvimento da atividade turística, o que poderia ser feito por meio de associações de moradores, sindicatos, ONGs/OSCIPs, cooperativas ou outras organizações;
- Ocorrência de relatos de exploração sexual de crianças e adolescentes relacionada ao turismo no destino e de exploração do trabalho infantil em atividades relacionadas ao turismo.

Além disso, 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), foram alguns dos dados considerados na composição do índice da dimensão *Aspectos Sociais*.

2.13. 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.

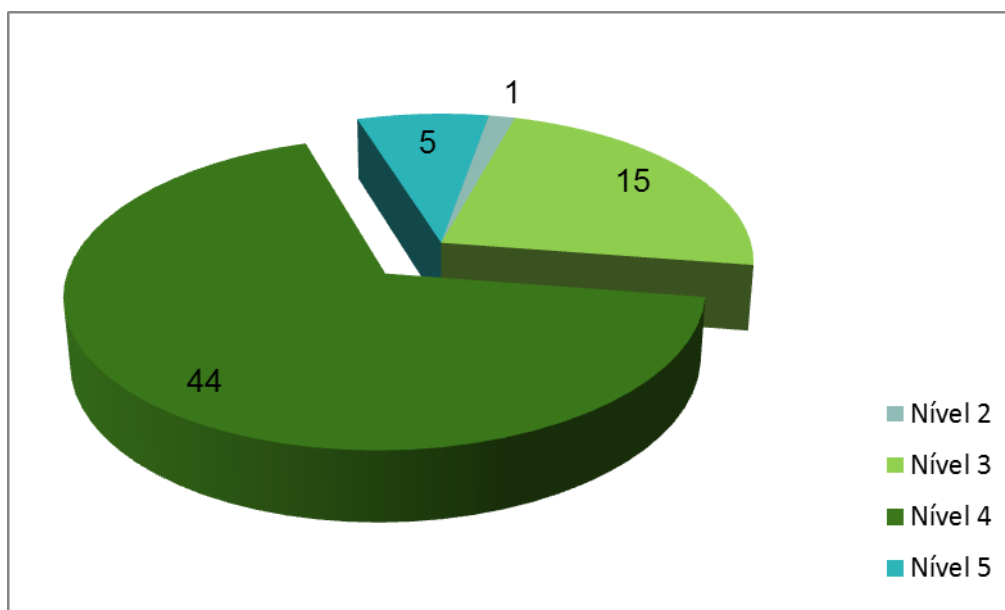
Gráfico 26. Índices Aspectos ambientais – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Aspectos ambientais*, o índice registrado pelo destino em 2014 manteve-se estável em relação ao ano anterior, permanecendo no nível 4, como é possível observar no Gráfico 26. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das não capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 27 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Aspectos ambientais*. Observa-se que 44 destinos se encontram no mesmo nível que Paranaguá, nível em que se encontra a maioria dos destino indutores.

Gráfico 27. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Aspectos ambientais



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

- Presença de um órgão municipal com atribuição de coordenar ou incentivar ações referentes ao meio ambiente - Secretaria do Meio Ambiente -;
- Presença de um Conselho Municipal de Meio Ambiente ativo;
- Existência de um Código Ambiental Municipal;
- Existência de política municipal de meio ambiente no destino, a qual disciplina sobre ações do poder público no que tange ao meio ambiente, recursos hídricos, saneamento e desenvolvimento urbano;
- Presença de Rede pública de distribuição de água, que atende a mais de 90% da população local;
- Existência de estação de tratamento de água (ETA) no destino;
- Monitoramento de balneabilidade da água do destino – realizado periodicamente na Ilha do Mel;
- Disponibilidade de sistema público de coleta de esgoto que atende ao destino;
- Correta destinação (coleta, transporte, classificação e tratamento) dos Resíduos dos Serviços de Saúde (RSS) no destino;

- Presença de Unidades de Conservação no território municipal – Parque Estadual do Palmito e Estação Ecológica da Ilha do Mel –, a qual possui conselho gestor ativo e atividades turísticas em seus limites.

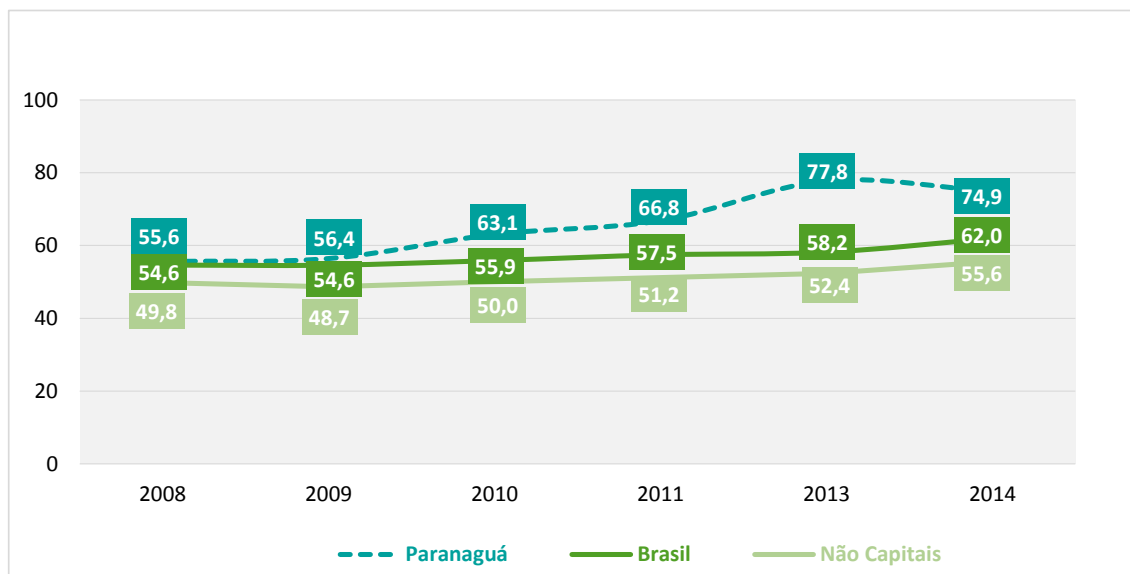
Entre os fatores limitantes para a evolução do indicador, figuram:

- Inexistência de Plano Municipal de Meio Ambiente para o destino;
- Inexistência do Plano Municipal de Resíduos Sólidos, em conformidade com a Política Nacional;
- Inexistência de estação de tratamento de água para a sua reutilização;
- O fato de o sistema público de coleta de esgoto que atende ao destino não adotar configuração de separador absoluto;
- Baixa capacidade do sistema de tratamento de esgoto;
- O fato de não haver destinação pública de resíduos sólidos residenciais e comerciais para aterro sanitário;
- Inexistência de serviços de coleta seletiva de resíduos;
- Ausência de plano de manejo em vigor para a principal Unidade de Conservação indicada – Parque Estadual e Estação Ecológica da Ilha do Mel.

2.14. Aspectos culturais

Nesta dimensão foram considerados os seguintes quesitos: (i) produção cultural associada ao turismo; (ii) patrimônio histórico e cultural; e (iii) estrutura municipal para apoio à cultura.

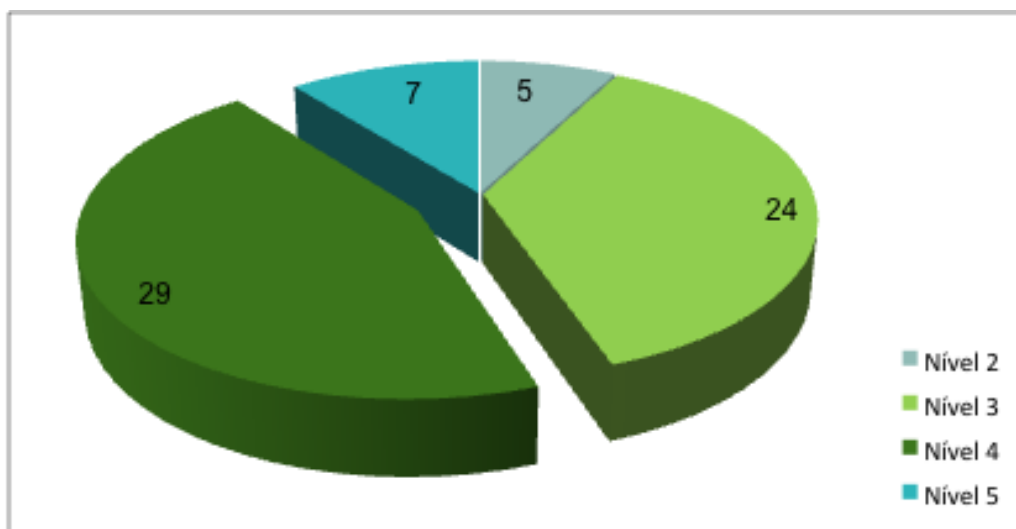
Gráfico 28. Índices Aspectos culturais – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Aspectos culturais*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou abaixo do ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 28. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das não capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 29 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Aspectos culturais*. Observa-se que 29 destinos se encontram no mesmo nível que Paranaguá, nível em que se encontra a maioria dos destinos indutores.

Gráfico 29. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Aspectos culturais



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

- Presença de atividade artesanal típica– rabeca para fandango – comercializado no Mercado do Artesanato, fácil acesso para o turista;
- Presença de uma associação de artesãos, ainda que em fase de reestruturação;
- Existência de culinária típica: o Barreado, reconhecido e divulgado por guias de turismo e moradores, e presença de tradições culturais evidentes e típicas do território do destino, entre elas, o Fandango (dança e música);
- O destino realiza eventos tradicionais e típicos, como a Festa da Tainha, a Feira das Nações e o Carnaval;
- Presença de grupos artísticos de manifestação popular tradicional, como os grupos de Fandango e Corais; que se apresentam com frequência na cidade, no estado e em outras Unidades da Federação;
- Existência de patrimônio imaterial registrado pelo IPHAN e que se constitui em atrativo turístico – Fandango Caiçara;
- Existência de patrimônios artísticos e históricos registrados e tombados pelo IPHAN, os quais também se constituem em atrativos turísticos, tais como: Igreja da Ordem Terceira de São Francisco das Chagas, Colégio dos Jesuítas,

Igreja de São Benedito, Igreja de Nossa Senhora dos Prazeres e Fazenda de Nossa Senhora dos Prazeres;

- Presença de órgão da administração local responsável por incentivar o desenvolvimento da cultura – Fundação Municipal de Cultura;
- Existência de uma Política Municipal de Cultura;
- Manutenção do calendário de festas tradicionais populares, por meio do resgate do Festival de Musica do Litoral e apoio a festividades já consolidadas - Carnaval e a Festa da Tainha -;
- Existência de legislação municipal de fomento à cultura – Lei de Incentivo a Cultura.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador, estão:

- Inexistência de um Plano Municipal de Cultura;
- Inexistência de fundo municipal de cultura;
- O fato de o destino não ter aderido ao Sistema Nacional de Cultura;
- Inexistência de projeto efetivo para implementação de turismo cultural no destino.

3. 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 do Brasil e do grupo das não capitais, registrados nas últimas três edições do Índice de Competitividade.

Ao realizar uma análise sobre a série histórica dos resultados de Paranaguá, é possível concluir que, em 2014, houve regressão do indicador de competitividade do destino (Índice geral) em comparação com o ano anterior da pesquisa.

Tabela 1. Índices de competitividade do destino e médias Brasil e Não capitais³

Dimensões	Brasil				Não Capitais				Paranaguá			
	2010	2011	2013	2014	2010	2011	2013	2014	2010	2011	2013	2014
Índice geral	56,0	57,5	58,8	59,5	50,3	51,8	53,1	53,4	58,6	60,9	66,7	65,6
Infraestrutura geral	65,8	68,4	68,6	68,2	59,8	63,2	63,8	62,5	76,7	78,8	75,3	72,5
Acesso	60,5	61,8	62,6	62,2	52,3	53,1	53,8	52,4	48,3	50,6	57,9	62,1
Serviços e equipamentos turísticos	50,8	52,0	56,8	58,7	41,9	43,4	48,1	49,6	46,7	47,1	59,9	63,3
Atrativos turísticos	60,5	62,0	63,2	63,4	61,3	62,5	63,4	62,8	61,1	61,1	67,2	64,3
Marketing e promoção do destino	42,7	45,6	46,8	48,4	39,8	42,5	44,4	45,7	44,0	47,8	51,2	49,1
Políticas públicas	55,2	56,1	57,6	58,1	50,7	52,4	54,4	53,9	64,4	62,8	69,9	64,7
Cooperação regional	51,1	49,9	44,6	48,3	53,1	51,4	44,9	49,3	65,2	71,0	73,6	78,9
Monitoramento	35,3	36,7	37,4	36,2	30,0	31,2	31,9	30,7	33,0	35,5	66,8	68,1
Economia local	59,5	60,8	63,6	63,6	51,5	53,7	55,2	54,8	64,4	70,0	70,2	68,8
Capacidade empresarial	57,0	59,3	61,2	61,9	38,6	41,0	43,5	44,8	55,7	57,0	63,2	59,3
Aspectos sociais	58,4	59,1	59,4	59,7	54,2	55,2	56,7	56,8	63,2	67,2	72,2	63,8
Aspectos ambientais	65,6	67,2	67,7	67,3	61,5	63,3	63,6	62,4	74,8	76,8	70,1	69,9
Aspectos culturais	55,9	57,5	58,2	62,0	50,0	51,2	52,4	55,6	63,1	66,8	77,8	74,9

Fonte: FGV, SEBRAE, MTur, 2014

³ O resultado Brasil considera a amostra das 65 cidades analisadas. Os resultados das “Não capitais” refletem a média dos índices do grupo de cidades de mesma característica geopolítica.