

ESTUDO DE COMPETITIVIDADE DOS
65 DESTINOS INDUTORES
DO DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO REGIONAL

MATEIROS



APRESENTAÇÃO

Qualquer forma de desenvolvimento econômico requer um trabalho de planejamento consistente para atingir o objetivo proposto. O turismo é apresentado hoje como um setor capaz de promover a aceleração econômica e um incremento nas áreas social, cultural e ambiental. Portanto a avaliação da intensidade com que fatores favorecem ou inibem tal atividade é de relevância estratégica para os destinos turísticos do País.

Diante disso, o Ministério do Turismo, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a Fundação Getulio Vargas (FGV) realizaram o *Estudo de competitividade dos 65 destinos indutores do desenvolvimento turístico regional*.

Vale ressaltar que todas as dimensões do estudo, com suas mais de 600 perguntas, foram estruturadas com o objetivo de mensurar o conceito de competitividade que permeia este trabalho – **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.**

O principal objetivo deste relatório é servir de instrumento de acompanhamento estratégico para que os destinos estudados possam analisar seus indicadores em cada uma das dimensões do estudo e utilizar essas informações para planejar e desenvolver vantagens competitivas.

É importante que os municípios façam uso destes indicadores e unam esforços com os mais diversos integrantes da cadeia produtiva do turismo na definição de metas e estratégias que gerem contribuições positivas para a competitividade dos destinos turísticos.

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	2
1. ESTUDO DE COMPETITIVIDADE	4
2. RESULTADOS	6
2.1 Total geral	6
2.2 Infraestrutura geral	6
2.3 Acesso	7
2.4 Serviços e equipamentos turísticos	8
2.5 Atrativos turísticos	9
2.6 Marketing e promoção do destino.....	9
2.7 Políticas públicas.....	10
2.8 Cooperação regional	11
2.9 Monitoramento.....	12
2.10 Economia local	13
2.11 Capacidade empresarial.....	13
2.12 Aspectos sociais.....	14
2.13 Aspectos ambientais	15
2.14 Aspectos culturais	16
2.15 Resultados consolidados.....	17

1. ESTUDO DE COMPETITIVIDADE

Dando continuidade ao trabalho iniciado há dois anos, o Ministério do Turismo, o Sebrae Nacional e a Fundação Getulio Vargas consolidam, no presente documento, os resultados da edição 2009 do *Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional*.

Para realizar este estudo, aplicou-se um questionário no qual foram avaliadas mais de 60 variáveis, distribuídas em 13 dimensões: Infraestrutura geral, Acesso, Serviços e equipamentos turísticos, Atrativos turísticos, Marketing e promoção do destino, Políticas públicas, Cooperação regional, Monitoramento, Economia local, Capacidade empresarial, Aspectos sociais, Aspectos ambientais e Aspectos culturais.

Com base nas informações coletadas, atribuíram-se 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.

Foram considerados cinco níveis, numa escala de 0 a 100¹, para a análise dos resultados. O primeiro nível (0 a 20 pontos) refere-se ao intervalo em que os destinos apresentam deficiência em relação à determinada dimensão; o segundo nível (21 a 40 pontos), apesar de expor uma situação mais favorável do que o anterior, ainda evidencia níveis inadequados para a competitividade de um destino em relação à dimensão; o terceiro nível (41 a 60 pontos) configura situação regularmente satisfatória; o quarto nível (61 a 80 pontos) revela a existência de condições adequadas para atividades turísticas; e o quinto nível corresponde ao melhor posicionamento que um destino pode alcançar em uma dada dimensão (81 a 100 pontos).

Para que o município avaliado possa comparar os resultados das duas edições da pesquisa, é importante observar os critérios estatísticos que compõem esse

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.

levantamento. Considerou-se, como estabilidade da pontuação, um aumento ou queda de até 1,0 ponto em um indicador de 2009, em comparação com 2008. Isto é, para que o destino considere um índice como avanço ou recuo, é preciso que a diferença entre os resultados das duas pesquisas seja superior a 1,0 ponto para mais ou para menos no total geral ou em qualquer uma das 13 dimensões.

Vale ressaltar que a análise das dimensões em seus respectivos destinos deve levar em consideração que determinadas localidades não necessariamente precisam atingir os níveis mais elevados da escala para se tornarem competitivas. Isso é especialmente aplicado a alguns dos destinos não capitais ou destinos que trabalhem nichos específicos de mercado.

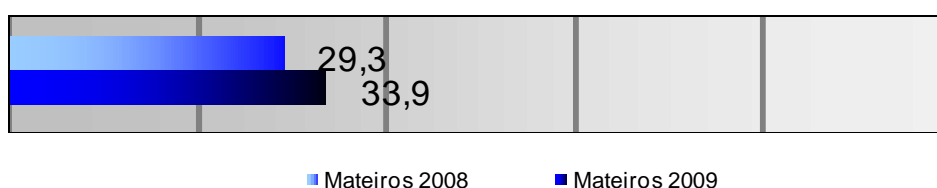
Este documento apresenta os resultados consolidados dos 65 destinos, das capitais, não capitais e da região geográfica na qual o destino está inserido, bem como do município em questão. Os resultados apresentados referem-se ao índice geral e os índices de cada dimensão, seguidos de uma análise das variáveis que exerceram maior impacto nestes resultados.

2. RESULTADOS

2.1 Total geral

O índice geral de competitividade refere-se à soma ponderada das 13 dimensões avaliadas. A média Brasil² atingiu 54,0 pontos (escala de 0 a 100), abaixo da média das capitais (61,9), acima da média das não capitais (48,4) e acima da média da região Norte (49,6). O resultado de Mateiros foi de 33,9, uma nota acima da obtida pelo município na edição 2008 do estudo, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 1. Total geral



Os resultados obtidos pelo destino nas dimensões Serviços e equipamentos turísticos (35,5), Atrativos turísticos (63,1), Marketing e promoção do destino (43,3), Políticas públicas (37,2), Cooperação regional (38,4), Aspectos ambientais (50,2) e Aspectos culturais (37,6) contribuíram positivamente para o índice geral de competitividade do município, uma vez que se mantiveram acima da média geral do destino. Por sua vez, as notas registradas nas dimensões Infraestrutura geral (30,3), Acesso (22,4), Monitoramento (17,3), Economia local (16,4), Capacidade empresarial (12,0) e Aspectos sociais (30,4) se posicionaram abaixo do total geral do destino, influenciando negativamente o indicador de competitividade do município.

A seguir, as análises de cada uma das 13 dimensões que compõem o total geral do destino.

2.2 Infraestrutura geral

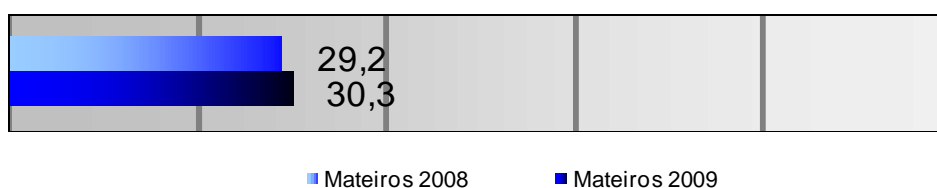
O *Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional* analisou as seguintes variáveis referentes à Infraestrutura geral:

² O resultado Brasil reflete a amostra das 65 cidades analisadas.

(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.

A média Brasil atingiu o patamar de 64,6 pontos (escala de 0 a 100), abaixo da média das capitais (71,3), acima da média das não capitais (58,9) e acima da média da região Norte (56,4). O resultado da cidade de Mateiros, na dimensão Infraestrutura geral, foi de 30,3, uma nota acima da nota obtida pelo município na primeira edição do estudo, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 2. Infraestrutura geral



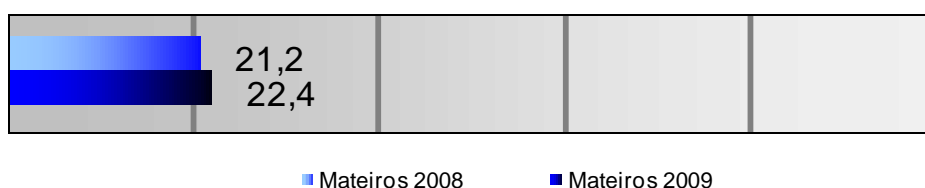
Entre os fatores que influenciaram positivamente o resultado do destino nesta dimensão estão a presença da polícia militar no destino e a existência de um corpo de voluntários capacitado para atuar em situações emergenciais. Entre os fatores que influenciaram negativamente a média do destino nesta dimensão estão a inexistência de serviço de atendimento de emergência 24h no destino, o fornecimento intermitente de energia elétrica e a falta de um órgão responsável especificamente pela conservação urbana.

2.3 Acesso

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

O Brasil atingiu uma média de 58,1 pontos na dimensão Acesso, abaixo da média das capitais (69,9), acima da média das não capitais (49,7) e acima da média da região Norte (53,8). Mateiros obteve, nesta dimensão, 22,4 pontos, índice acima do obtido pelo destino na primeira edição do estudo, como é possível conferir no gráfico a seguir:

Gráfico 3. Acesso



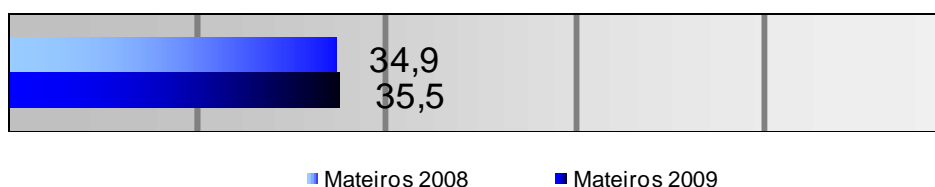
A inexistência de congestionamentos durante a alta temporada e a oferta de estacionamentos nas áreas turísticas contribuíram de maneira positiva para a composição do indicador de competitividade nesta dimensão. Entre os aspectos negativos identificados nesta dimensão estão a ausência de transportes que interliguem os principais atrativos do destino e a distância entre o aeroporto que atende o destino (localizado em Palmas) e as áreas turísticas.

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; (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.

A média Brasil alcançou 46,8 pontos, abaixo da média das capitais (59,4), acima da média das não capitais (37,9) e acima da média da região Norte (44,0). O índice de Mateiros foi de 35,5, acima do obtido pelo município em 2008, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 4. Serviços e equipamentos turísticos



O resultado do destino nesta dimensão foi positivamente influenciado pela presença de centro de atendimento ao turista, o qual dispõe de boa estrutura e oferta de serviços, pela atuação de empresas de receptivo no destino – ainda que a maioria não esteja sediada em Mateiros –, pela existência de estabelecimentos alternativos de

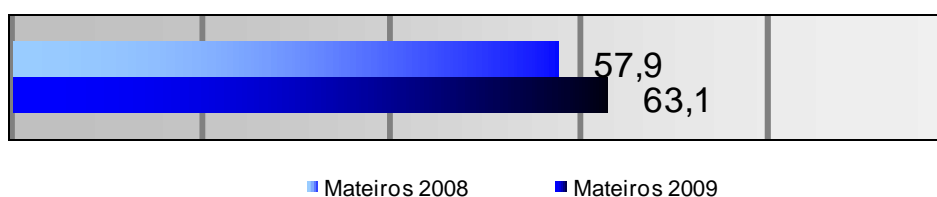
hospedagem e pela oferta de cursos e capacitação em áreas relacionadas ao turismo. Entre os fatores que influenciaram negativamente a nota do destino nesta dimensão estão a ausência de ampla cobertura de sinalização turística viária, a carência de empresas de receptivo locais e a ausência de um sistema de padronização local de qualidade hoteleira.

2.5 Atrativos turísticos

O *Estudo de Competitividade* analisou as seguintes variáveis referentes à Atrativos Turísticos: (i) atrativos naturais; (ii) atrativos culturais; (iii) eventos programados; e (iv) realizações técnicas, científicas ou artísticas.

O Brasil atingiu uma média de 59,5 pontos, acima da média das capitais (58,5), abaixo da média das não capitais (60,2) e acima da média da região Norte (55,0). A cidade de Mateiros obteve, nesta dimensão, o índice de 63,1, acima da pontuação obtida pelo destino na primeira edição do estudo, como é possível conferir no gráfico a seguir:

Gráfico 5. Atrativos turísticos



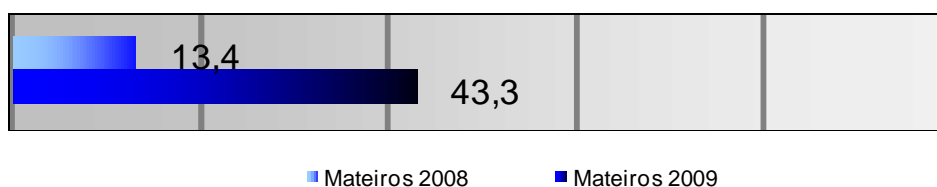
A nota do destino nesta dimensão foi influenciada de forma positiva, entre outros fatores, pela existência de atrativos naturais peculiares, pela aplicação de estudo de capacidade de carga e pela preocupação com a preservação ambiental do entorno dos atrativos naturais. O destino também conta com atrativo cultural peculiar, eventos programados típicos e realizações científicas. Apesar disso, os atrativos naturais carecem de infraestrutura de apoio aos visitantes estruturada e conservada, e a infraestrutura disponível no atrativo cultural necessita de melhorias.

2.6 Marketing e promoção do destino

Nesta dimensão 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).

O Brasil atingiu uma média de 41,1 pontos na dimensão *Marketing e promoção do destino*, abaixo da média das capitais (47,5), acima da média das não capitais (36,5) e acima da média da região Norte (33,6). Por sua vez, o resultado de Mateiros nesta dimensão foi de 43,3, acima da nota alcançada pelo destino na primeira edição do estudo, conforme o gráfico a seguir:

Gráfico 6. Marketing e promoção do destino



Dentre os fatores que contribuíram de maneira positiva para esse índice estão a participação contínua e institucionalizada em feiras e eventos turísticos e a existência de um plano de marketing formal, elaborado com a colaboração de diversos atores e fundamentado em pesquisas sobre a demanda turística. Além disso, o destino possui material promocional institucional, disponível em idiomas estrangeiros e que alerta para o combate à exploração sexual de crianças e adolescentes.

Entre os fatores que influenciaram negativamente o resultado do destino nesta dimensão estão o fato de o plano de marketing não dispor de indicadores de desempenho claramente definidos e de os recursos direcionados à sua aplicação não fazerem parte do orçamento do destino no período definido por esse planejamento. Adicionalmente, o destino não mantém um serviço de assessoria de imprensa ou de relações públicas para atender a mídia, nem realiza clipagem de notícias ou matérias especiais veiculadas na mídia sobre o destino.

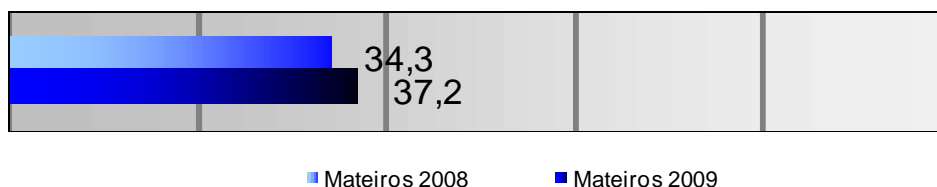
2.7 Políticas públicas

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.

A média Brasil nesta dimensão foi de 53,7 pontos, abaixo da média das capitais (58,7), acima da média das não capitais (50,2) e acima da média da região Norte (46,6).

Mateiros obteve 37,2 pontos, resultado acima do registrado pelo município em 2008, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 7. Políticas públicas



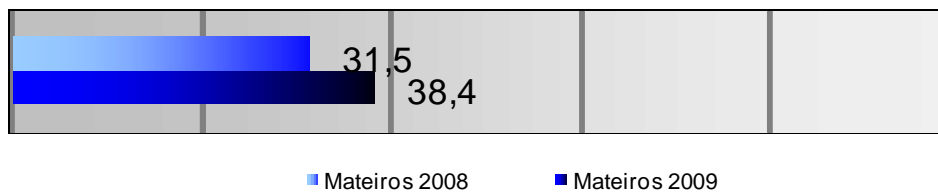
O destino possui uma secretaria municipal com atribuição de coordenar ou incentivar o desenvolvimento do turismo – ainda que não exclusiva do turismo –, conta com um Plano Diretor Municipal que contempla o setor de Turismo e dispôs de investimentos diretos do governo estadual em projetos que visam a competitividade do turismo, questões que contribuiram de maneira positiva para a composição do indicador de competitividade nesta dimensão. Entretanto, o destino mantém uma instância de governança local inativa e não desenvolveu projetos em conjunto com outras secretarias durante o ano de 2008. Além disso, não houve em 2008 investimentos diretos do governo federal em projetos que visam a competitividade do turismo, gerando influência negativa na média desta dimensão.

2.8 Cooperação regional

O *Estudo 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.

O Brasil atingiu uma média de 48,1 pontos, acima da média das capitais (47,1), abaixo da média das não capitais (48,8) e acima da média da região Norte (41,7). O resultado de Mateiros nesta dimensão foi de 38,4, acima do índice obtido na primeira edição do estudo, como é possível conferir no gráfico a seguir:

Gráfico 8. Cooperação regional



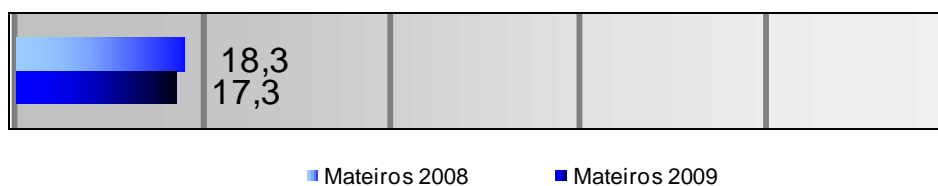
A nota obtida nesta dimensão levou em conta que existe um plano de desenvolvimento turístico integrado para a região na qual o destino está inserido, que existe um site integrado para esta região turística, que existem projetos de cooperação regional compartilhados com outros destinos e que em 2008 houve ações para mobilizar diversos atores para a importância da cooperação regional no turismo. Além disso, o destino participou de eventos para a promoção e comercialização da região turística da qual faz parte, e integra roteiros regionais, comercializados por operadores e/ou agências e elaborados com informações do inventário da oferta turística e considerando questões de sustentabilidade. Por outro lado, dentre os fatores que pesaram para a média obtida nesta dimensão destaca-se a inexistência de instância de governança regional no momento da realização da pesquisa.

2.9 Monitoramento

Nesta dimensão 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.

A média Brasil não ultrapassou o patamar de 34,5 pontos, abaixo da média das capitais (41,8), acima da média das não capitais (29,4) e acima da média da região Norte (33,0). O município de Mateiros obteve nesta dimensão a nota 17,3, abaixo do resultado apresentado pelo destino na primeira edição do estudo, conforme gráfico a seguir:

Gráfico 9. Monitoramento



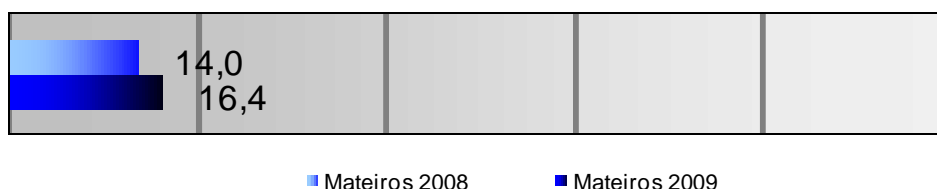
Na dimensão Monitoramento, o resultado obtido pelo destino foi composto, entre outros quesitos, pela realização de pesquisa de demanda periódica e pela existência na administração pública estadual de um setor específico de estudos e pesquisas em turismo, que realiza estudos sobre a região turística da qual o destino faz parte. Entretanto, não há no destino pesquisa de oferta periódica, inventário técnico de estatísticas turísticas ou relatórios de conjuntura turística, aspectos que, uma vez melhorados, poderiam auxiliar o destino no incremento do índice de competitividade.

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.

O Brasil atingiu uma média de 57,1 pontos, abaixo da média das capitais (67,6), acima da média das não capitais (49,6) e acima da média da região Norte (50,2). O resultado de Mateiros nesta dimensão foi de 16,4, acima da nota obtida em 2008, como é possível conferir no gráfico a seguir:

Gráfico 10. Economia local



A oferta de benefícios financeiros (linhas especiais de financiamento) para atividades características do turismo é um exemplo de fator que contribuiu, de maneira positiva, para a composição da nota do destino nesta dimensão. Todavia, entre os aspectos negativos identificados nesta dimensão estão a ausência de isenção ou redução de impostos locais para empreendimentos e serviços ligados ao setor e o fato de o município não contar com um polo físico de produção/negócios significativo para movimentar a economia local.

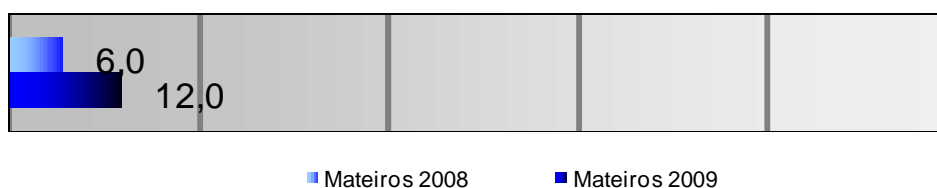
2.11 Capacidade empresarial

O *Estudo 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.

O Brasil atingiu uma média de 55,7 pontos nesta dimensão, abaixo da média das capitais (78,1), acima da média das não capitais (39,8) e acima da média da região Norte (52,5). A cidade de Mateiros obteve 12,0 pontos nessa dimensão, acima do índice registrado em 2008, conforme exposto no gráfico a seguir:

Gráfico 11. Capacidade empresarial



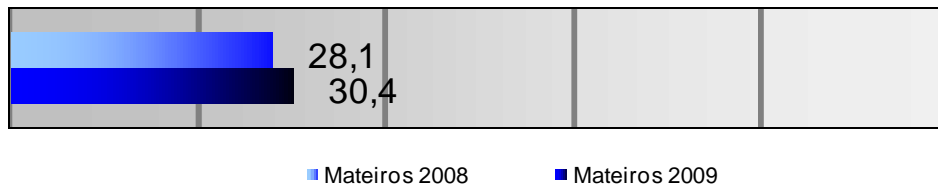
O resultado obtido nesta dimensão reflete a concentração de barreiras à entrada de novos empreendimentos turísticos, a ausência de instituições de ensino com programas regulares de formação técnica e a inexistência de escolas de formação em idioma estrangeiro. A falta de grupos nacionais ou internacionais do setor de turismo (redes de meios de hospedagem), a carência de pessoal local qualificado para trabalhar em hotelaria e estabelecimentos de alimentos e bebidas e a inexistência de empresas de grande porte, filiais ou subsidiárias também pesaram sobre o resultado.

2.12 Aspectos sociais

O *Estudo 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.

A média Brasil atingiu o patamar de 57,4 pontos, abaixo da média das capitais (63,1), acima da média das não capitais (53,4) e acima da média da região Norte (54,5). O resultado de Mateiros, na dimensão Aspectos Sociais, foi de 30,4, acima da nota obtida pelo município na primeira edição do estudo, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 12. Aspectos sociais



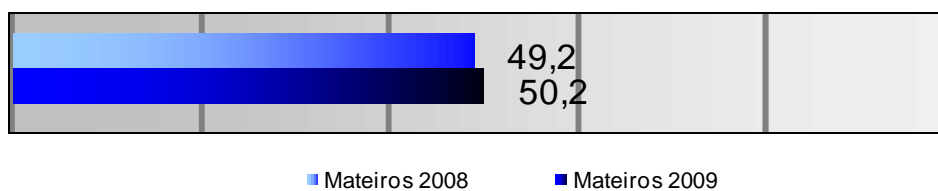
Nesta dimensão, o destino se destacou pela existência de investimentos em educação acima do percentual obrigatório, pela existência de incentivo ao uso dos equipamentos turísticos pela população local e pela adoção de ações de conscientização do turista sobre o respeito à cultura local e aos atrativos. Entretanto, entre os aspectos que poderiam ser melhorados estão a utilização de mão-de-obra informal durante a alta temporada, a não adoção de políticas de combate à exploração sexual de crianças e adolescentes, as deficiências sinalizadas na formação de pessoal local, a não adoção de instrumentos de consulta à população sobre atividades e/ou projetos turísticos e a ausência de políticas formais de sensibilização da comunidade sobre a importância da atividade turística para o destino.

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.

O Brasil atingiu uma média de 61,8 pontos, abaixo da média das capitais (67,0), acima da média das não capitais (58,1) e abaixo da média da região Norte (63,9). A nota do destino nesta dimensão foi de 50,2, resultado acima do que foi obtido na primeira edição do estudo, como é possível conferir no gráfico a seguir:

Gráfico 13. Aspectos ambientais



Nesta dimensão, o destino se destacou pela presença de Unidades de Conservação com atividade turística monitorada, em que a principal Unidade de Conservação

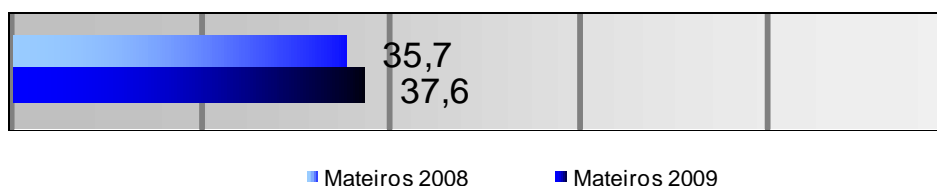
possui conselho gestor e plano de manejo. Entretanto, não há no destino Código Ambiental Municipal ou similar, não há cobertura efetiva de um sistema público de coleta de esgoto, não existe estação de tratamento de água, tampouco destinação pública de resíduos adequada. Campanhas periódicas de educação sobre destinação do lixo e sobre o uso racional e econômico da água também são aspectos que, uma vez trabalhados, poderiam ajudar o destino a incrementar o índice de competitividade nesta dimensão.

2.14 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.

A média Brasil chegou ao patamar de 54,6 pontos, abaixo da média das capitais (63,0), acima da média das não capitais (48,7) e acima da média da região Norte (51,1). Mateiros obteve nesta dimensão o índice de 37,6, pontuação acima da registrada pelo destino na primeira edição do estudo, conforme gráfico a seguir:

Gráfico 14. Aspectos culturais



O destino possui culinária típica, mantém tradições culturais evidentes, incentiva grupos artísticos de manifestação popular tradicional e possui atividade artesanal típica comercializada em esfera internacional, ou seja, dispõe de um conjunto de produções culturais associadas ao turismo que podem gerar fluxo de visitantes para o município. Também ajudaram a compor o resultado desta dimensão a existência de patrimônio imaterial registrado e de órgão da administração local com atribuição de incentivar o desenvolvimento da cultura no destino – embora não exclusivo da cultura.

Projetaram a nota para baixo nesta dimensão a inexistência de patrimônio histórico tombado, patrimônio artístico tombado e sítio arqueológico tombado ou registrado. Além disso, o destino não possui política municipal de cultura e projeto de implementação de turismo cultural, quesitos que comprometem a preservação contínua da cultura local e, conseqüentemente, o índice de competitividade.

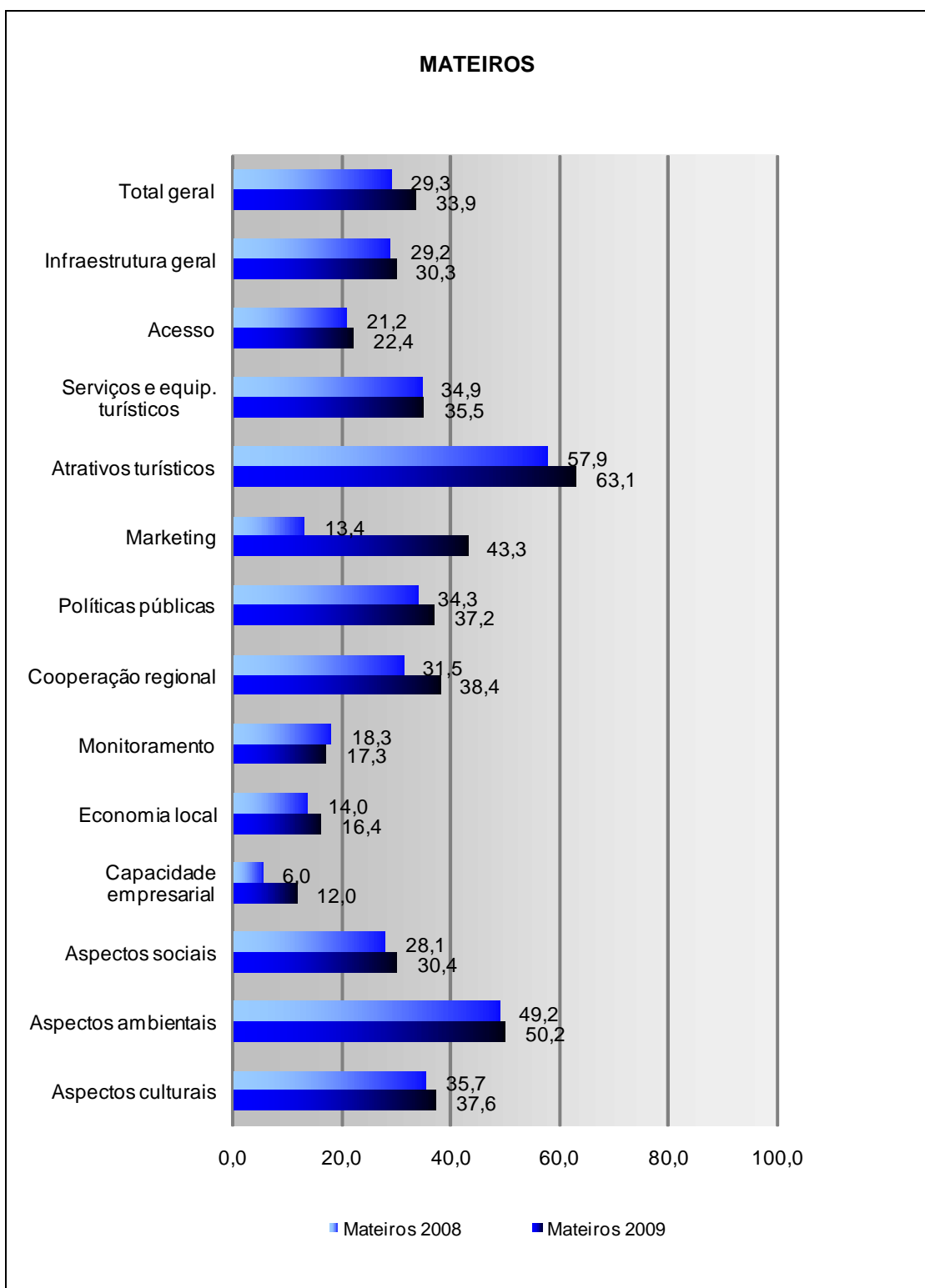
2.15 Resultados consolidados

A tabela a seguir consolida os resultados das dimensões avaliadas e apresenta o total geral para Brasil, região, não capitais e para o destino em questão. O total geral é o resultado da soma ponderada das 13 dimensões, analisadas segundo a sua importância para a competitividade do turismo.

Dimensões	Brasil*		Norte		Não Capitais		Mateiros	
	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009
Total geral	52,1	54,0	47,6	49,6	46,9	48,4	29,3	33,9
Infraestrutura geral	63,8	64,6	56,6	56,4	58,1	58,9	29,2	30,3
Acesso	55,6	58,1	51,6	53,8	47,5	49,7	21,2	22,4
Serviços e equip. turísticos	44,8	46,8	43,0	44,0	36,3	37,9	34,9	35,5
Atrativos turísticos	58,2	59,5	52,8	55,0	59,3	60,2	57,9	63,1
Marketing	38,2	41,1	29,6	33,6	32,4	36,5	13,4	43,3
Políticas públicas	50,8	53,7	43,2	46,6	47,3	50,2	34,3	37,2
Cooperação regional	44,1	48,1	37,6	41,7	45,0	48,8	31,5	38,4
Monitoramento	35,4	34,5	34,2	33,0	30,6	29,4	18,3	17,3
Economia local	56,6	57,1	49,9	50,2	50,9	49,6	14,0	16,4
Capacidade empresarial	51,3	55,7	47,5	52,5	36,6	39,8	6,0	12,0
Aspectos sociais	57,2	57,4	52,9	54,5	53,5	53,4	28,1	30,4
Aspectos ambientais	58,9	61,8	60,3	63,9	55,5	58,1	49,2	50,2
Aspectos culturais	54,6	54,6	50,3	51,1	49,8	48,7	35,7	37,6

* O resultado Brasil reflete a amostra das 65 cidades analisadas.

Gráfico 15. Resultados consolidados



Fontes: FGV / MTur / SEBRAE, 2009