

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

GOIÂNIA



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) e a Fundação Getulio Vargas (FGV) deram início, em 2007, ao *Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional*.

Realizado pelo terceiro ano consecutivo, o Estudo de Competitividade passou, em 2010, a ser denominado Índice de Competitividade do Turismo Nacional - 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico. 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 abril e setembro de 2010. Além disso, como instrumento metodológico e estratégico, este documento congrega os indicadores de competitividade registrados pelo município nas últimas edições do estudo – 2009 e 2008 - e os índices nacionais de competitividade. São eles a média Brasil (consolidado de um total de 65 destinos), a média Capitais (consolidado de 27 capitais) e a média Não capitais (consolidado de 38 municípios).

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.

Ministério do Turismo
SEBRAE
Fundação Getulio Vargas

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	1
1. ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE	4
2. RESULTADOS	6
2.1 Total geral	6
9.1 Infraestrutura geral	8
9.2 Acesso	9
9.3 Serviços e equipamentos turísticos	10
9.4 Atrativos turísticos	11
9.5 Marketing e promoção do destino.....	13
9.6 Políticas públicas.....	14
9.7 Cooperação regional	15
9.8 Monitoramento.....	17
9.9 Economia local	18
9.10 Capacidade empresarial.....	19
9.11 Aspectos sociais.....	20
9.12 Aspectos ambientais	21
9.13 Aspectos culturais	23
3. RESULTADOS CONSOLIDADOS	25
4. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE	26



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 - 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.

Todas 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. 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 a anterior, ainda evidencia níveis inadequados da dimensão para a competitividade de um destino; 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).

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.

Para que o município avaliado possa comparar os resultados das três 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, estabilidade 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.

Este documento apresenta, portanto, os resultados consolidados do município avaliado em 14 índices de competitividade: o indicador geral do destino e o indicador em cada uma das 13 dimensões avaliadas. Como informações complementares são citadas ainda a média Brasil (indicador dos 65 destinos), a média das cidades capitais e a média das cidades não capitais.

Uma vez conhecidos os índices nacionais de competitividade (média Brasil, média capitais e média não capitais), recomenda-se que cada destino analise seus resultados de forma crítica, ponderando questões ligadas às características geográficas, econômicas e ao posicionamento do destino, a fim de entender que os resultados de determinada dimensão serão influenciados por essas características. Dessa forma, alguns destinos não devem, 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.

Com este documento, o Ministério do Turismo, o Sebrae 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.

2. RESULTADOS

2.1 Total geral

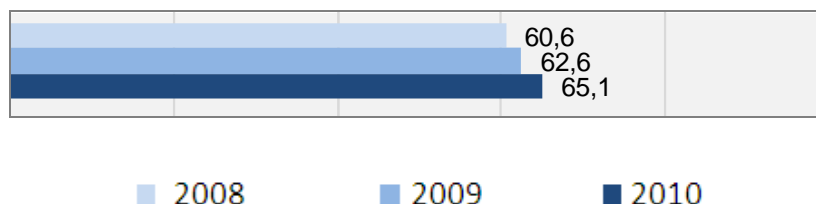
Resultados gerais 2010

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

Considerando os resultados obtidos por todas as 65 cidades avaliadas, a média Brasil², índice referencial da competitividade nacional, foi 56,0 em 2010. O índice das capitais, média resultante de cidades desta natureza, foi de 64,1, acima da média Brasil. O resultado do grupo de cidades não capitais, por sua vez, posicionou-se em 50,3, situando-se abaixo do índice nacional de competitividade 2010.

Para compor o índice geral de competitividade do destino Goiânia foram considerados, portanto, os índices obtidos nas 13 dimensões avaliadas. Com isso, o índice geral do destino em 2010 foi 65,1 pontos (escala de 0 a 100). Este resultado ficou acima do índice obtido pelo destino em 2009 (62,6), como é possível conferir no gráfico:

Gráfico 1. Total geral - Resultados do destino 2008-2010



Os resultados obtidos pelo destino nas dimensões Infraestrutura geral (77,9), Acesso (70,1), Políticas públicas (71,6), Cooperação regional (73,3), Economia local (73,0), Capacidade empresarial (89,8), Aspectos sociais (67,8) e Aspectos ambientais (76,3) contribuíram positivamente para o índice geral de competitividade do município, uma vez que se mantiveram acima do resultado geral do destino em 2010.

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

Por sua vez, os índices registrados nas dimensões Serviços e equipamentos turísticos (60,7), Atrativos turísticos (51,5), Marketing e promoção do destino (28,1), Monitoramento (41,3) e Aspectos culturais (60,7) se posicionaram abaixo do total geral do destino em 2010, influenciando negativamente o indicador de competitividade do município.

Análise comparativa 2009-2010

Ao realizar uma análise sobre a série histórica dos resultados de Goiânia, é possível concluir que em 2010 houve estabilidade do indicador de competitividade do destino (Total 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 2009.

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

As dimensões Acesso e Serviços e equipamentos turísticos registraram estabilidade de resultados em 2010 em relação a 2009.

Por fim, foi possível observar que as dimensões Aspectos sociais e Aspectos culturais apresentaram regressão de indicadores quando avaliadas as edições de 2010 e 2009..

A seguir, serão descritas as análises dos indicadores obtidos em cada uma das 13 dimensões que compõem o total geral do destino.

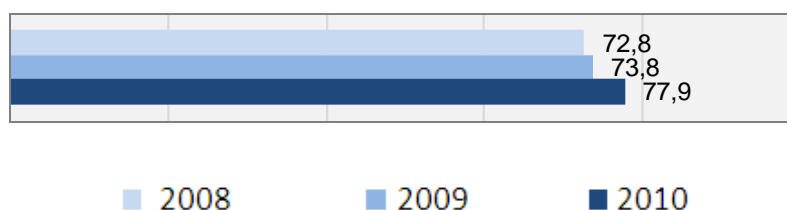
2.2 Infraestrutura geral

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.

Avaliadas todas estas questões nos 65 destinos indutores, a média Brasil em 2010 na dimensão *Infraestrutura geral* foi 65,8. A média das capitais avaliadas posicionou-se em 74,3 pontos, acima do indicador nacional neste item, enquanto a média das cidades não capitais foi 59,8, abaixo do resultado Brasil nesta dimensão.

Em *Infraestrutura geral*, o destino Goiânia registrou 77,9 pontos em 2010, um índice acima do obtido pelo município em 2009, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 2. Infraestrutura geral - Resultados do destino 2008-2010



O indicador de Goiânia foi influenciado de forma positiva pela disponibilidade de serviço de atendimento médico de emergência 24 horas no destino com alguns níveis de complexidade de atendimento, pelo fornecimento ininterrupto de energia elétrica no período de alta temporada, pela oferta de Corpo de Bombeiros com grupo de busca e salvamento, pela existência de Defesa Civil e pela preocupação do destino em aumentar o efetivo da Polícia Militar durante os grandes eventos.

Constatou-se ainda a oferta de elementos de drenagem nas áreas turísticas e a presença de órgão responsável pela conservação urbana. Pode-se citar também a oferta de lixeiras e telefones públicos no entorno das áreas turísticas, a adoção de quesitos de embelezamento nas áreas públicas e o estado de conservação do mobiliário urbano nas áreas turísticas. Além disso, o destino põe em prática programa para a conservação de mobiliário urbano ou de áreas verdes.

Entre os fatores que influenciaram negativamente o resultado do destino nesta dimensão estão a ausência de um grupamento de polícia especializado no atendimento ao turista, a inexistência de um programa de proteção ao turista na Polícia Civil e a ausência de banheiros públicos no entorno das áreas turísticas. Além disso, o destino não disponibiliza espaços específicos para o estacionamento ou a parada (embarque e desembarque) de veículos turísticos nas áreas turísticas.

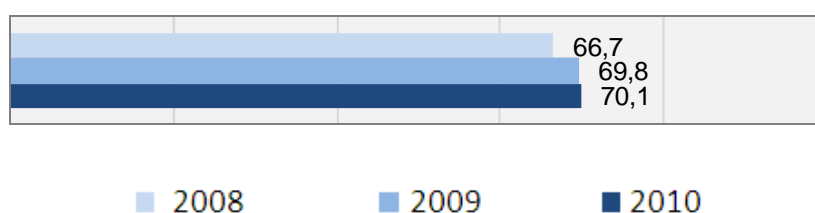
2.3 Acesso

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.

A média Brasil de 2010 na dimensão Acesso ficou em 60,5. O grupo de capitais obteve 72,0 pontos, acima do índice nacional de competitividade nesta dimensão, enquanto que o conjunto de cidades não capitais registrou 52,3, abaixo desta média Brasil.

O destino Goiânia posicionou-se em 70,1 pontos (escala de 0 a 100), acima do resultado obtido no ano anterior, como se pode observar no gráfico:

Gráfico 3. Acesso - Resultados do destino 2008-2010



A disponibilidade de um aeroporto dentro do território municipal – Aeroporto de Goiânia Santa Geneveva -, a estrutura do terminal aeroportuário que atende ao destino, a variedade de transporte público nesse terminal aeroportuário e as condições da principal rodovia de acesso de turistas ao destino partindo da capital estão entre os aspectos que influenciaram o índice de competitividade do destino de forma positiva nesta dimensão. Somam-se a estes, a existência de um terminal rodoviário, a estrutura do terminal rodoviário que atende ao destino e a oferta de transportes

públicos na rodoviária. A existência de linhas de transporte urbano que atendam às principais atrações turísticas e a oferta de ligações aéreas diretas entre o aeroporto que atende ao destino e seus principais centros emissores de turistas nacionais contaram positivamente para o índice desta dimensão.

Entre os aspectos negativos identificados nesta dimensão estão a inexistência de uma linha regular de transporte turístico (ônibus ou similar) que interligue os principais atrativos do destino e a existência de congestionamentos em qualquer época do ano. A carência de vagas para estacionamento nas áreas turísticas e a oferta incipiente de ligações aéreas diretas entre o aeroporto que atende o destino e seus principais centros emissores de turistas internacionais também foram fatores que influenciaram negativamente o resultado obtido pelo destino nesta dimensão.

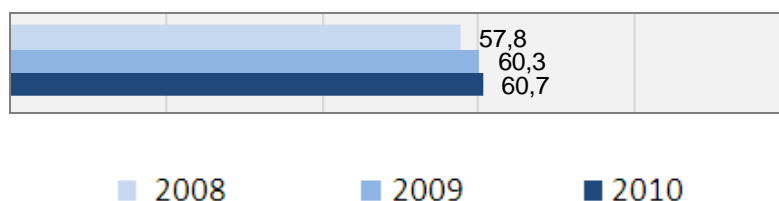
2.4 Serviços e equipamentos turísticos

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.

Nesta dimensão, a média Brasil foi 50,8. A média das capitais avaliadas (63,3) posicionou-se acima da média Brasil, enquanto o resultado do grupo de cidades não capitais (41,9) ficou abaixo do índice nacional de competitividade.

Para a cidade de Goiânia, o índice de competitividade foi 60,7 pontos nesta dimensão, acima do conquistado na edição anterior do estudo, conforme o gráfico a seguir:

Gráfico 4. Serviços e equipamentos turísticos - Resultados do destino 2008-2010



O resultado do destino nesta dimensão foi positivamente influenciado pela existência de sinalização turística descritiva ou interpretativa nos atrativos e pela existência de centros de atendimento ao turista. Além disso, levou-se em conta a existência de um centro de convenções no destino – Centro de Convenções de Goiânia -, a estrutura do centro de convenções e a oferta de outros espaços para a realização de eventos. O destino abriga empresas de receptivo que ofertam diversos serviços aos turistas, inclusive com atendimento em idiomas estrangeiros, disponibiliza guias de turismo credenciados pelas normas do Ministério do Turismo e conta com instituições de qualificação profissional que ofertam cursos e capacitação nas áreas relacionadas ao turismo, quesitos que contribuíram para a pontuação do destino nesta dimensão. Quanto à capacidade dos estabelecimentos de alimentação, verificou-se a existência de uma associação representativa de restaurantes e similares, que discute e defende os interesses dos empreendimentos de alimentação, há incentivo formal à adoção de tecnologias que priorizem a questão ambiental nestes estabelecimentos e a maioria dos empreendimentos deste setor cumprem quesitos de acessibilidade.

Entre os fatores que influenciaram negativamente o indicador do destino nesta dimensão estão a inexistência de sinalização turística viária, a estrutura disponível nos centros de atendimento ao turista, a oferta de serviços nos centros de atendimento ao turista e a pouca flexibilidade de dias de funcionamento destes locais. Quanto aos meios de hospedagem, constatou-se a inexistência de incentivo formal ao uso de tecnologias que priorizem a questão ambiental nesses empreendimentos e o não cumprimento de quesitos de acessibilidade na maioria dos estabelecimentos desse setor.

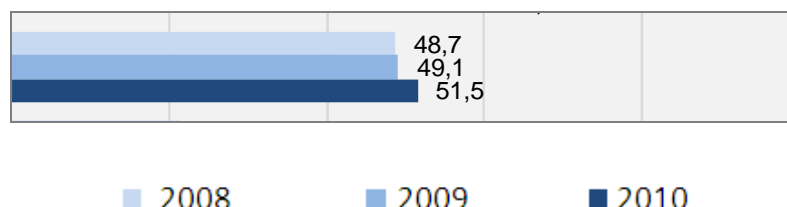
2.5 Atrativos turísticos

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.

A média Brasil em 2010, na dimensão *Atrativos turísticos*, posicionou-se em 60,5. Nesta dimensão a média das capitais foi 59,5, abaixo da média nacional, e o indicador das cidades não capitais (61,3) apresentou-se acima do índice Brasil.

O indicador de Goiânia em *Atrativos turísticos* foi 51,5 pontos (escala de 0 a 100), resultado acima do índice obtido pelo destino turístico em 2009, como é possível verificar no gráfico:

Gráfico 5. Atrativos turísticos - Resultados do destino 2008-2010



A pontuação do destino nesta dimensão foi influenciada de forma positiva, entre outros fatores, pela existência de atrativos naturais para os quais há fluxo turístico. É evidente a preocupação do destino com a preservação ambiental do entorno do principal atrativo natural indicado – Bosque dos Buritis – e com a manutenção da estrutura disponível do local. Além disso, são adotados quesitos de acessibilidade no principal atrativo natural. Foi constatado que o destino conta ainda com atrativos culturais para os quais há fluxo turístico, deixa clara a preocupação com a preservação urbanística do entorno do principal atrativo cultural indicado – Centro Municipal de Cultura Goiânia Ouro – e monitora seu limite de capacidade de carga. O resultado do destino também foi positivamente afetado pela existência de eventos programados que atraem turistas – Exposição Agropecuária.

Apesar dos aspectos positivos, não há estudo de capacidade de carga ou suporte para o principal atrativo natural indicado. Outros fatores que, uma vez trabalhados, poderiam melhorar o indicador são a estrutura disponível no principal atrativo cultural indicado e a adoção de quesitos de acessibilidade nesse atrativo. As condições da estrutura disponível no local em que acontece o principal evento programado indicado, a inexistência de um estudo de capacidade de carga para tal evento e a falta de recursos de acessibilidade para pessoas com deficiência no local em que acontece o principal evento programado também foram considerados. Além disso, não há no destino o monitoramento da capacidade de carga ou suporte da principal realização técnica, científica ou artística sinalizada – Estudos do Bioma Cerrado na UFG (visitas científicas) – e o atrativo em que tal realização acontece não aplica quesitos de acessibilidade para visitantes com deficiência, aspectos que, se melhorados, tendem a potencializar a atratividade do destino ao longo de todo o ano.

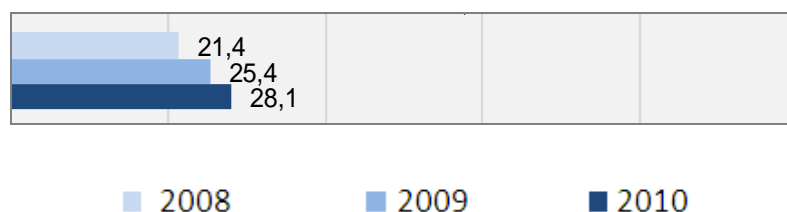
2.6 Marketing e promoção do destino

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).

A média Brasil atingiu 42,7 pontos em *Marketing e promoção do destino*. A média das capitais (46,8) ficou acima do indicador nacional nesta dimensão, enquanto a média das cidades não capitais em 2010 (39,8) posicionou-se abaixo da média geral do país nesta dimensão.

Em *Marketing e promoção do destino*, a cidade de Goiânia registrou 28,1 pontos, índice acima do obtido pelo destino no ano anterior, conforme exhibe o gráfico a seguir:

Gráfico 6. Marketing e promoção do destino - Resultados do destino 2008-2010



Dentre os fatores que contribuíram de maneira positiva para esse índice em *Marketing e promoção do destino* está a participação de feiras e eventos do setor de turismo, de forma contínua e institucionalizada, tendo participado de eventos regionais, estaduais e nacionais nos últimos dois anos, e a participação de feiras e eventos não voltados ao setor de turismo, de forma a ampliar a promoção do destino no mercado especializado nacional. Foi constatado também que o município produziu recentemente evento próprio para se promover fora de seu território e possui material promocional institucional. Além disso, a principal página de turismo do destino na internet sinaliza ao visitante a preocupação com a prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes no turismo.

Entre os fatores que influenciaram negativamente o resultado do destino nesta dimensão está a inexistência de um plano de marketing formal, com metas e responsabilidades definidas, com ações previstas ou executadas, elaborado com a

colaboração de diversos atores, fundamentado em pesquisa sobre a demanda turística, que contempla a relação com agências e operadoras e com indicadores de desempenho definidos. Além disso, o destino não dispõe de nenhum plano similar de marketing regional, que o contemple com ações e metas de mercado para o turismo no destino. Foi constatado ainda que o município não avalia os resultados dos eventos de turismo e dos eventos não focados em turismo dos quais participa. O material promocional do destino Goiânia não é produzido em idioma estrangeiro, e não alerta o visitante sobre ações de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes, tampouco sobre a importância de preservar o meio ambiente. Da mesma forma, a principal página de turismo do destino na internet não oferece informações turísticas em idioma estrangeiro e faltam ações no ambiente virtual que deixem clara a preocupação do destino com o meio ambiente.

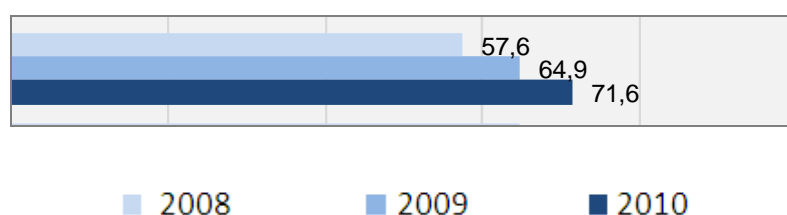
2.7 Políticas públicas

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.

Em *Políticas públicas*, a média Brasil ficou em 55,2 pontos (escala de 0 a 100). O indicador das cidades capitais nesta dimensão (61,5) manteve-se acima da média Brasil, e o grupo de não capitais (50,7) registrou pontos abaixo da média nacional de competitividade nesta dimensão.

O destino Goiânia conquistou 71,6 pontos este ano, acima, abaixo do resultado registrado em 2009, como é possível conferir no gráfico:

Gráfico 7. Políticas públicas - Resultados do destino 2008-2010



O destino possui uma secretaria municipal com a atribuição exclusiva de coordenar ou incentivar o desenvolvimento do turismo. Recentemente, o município desenvolveu projetos em conjunto com outras secretarias, com a iniciativa privada e com entidades de classe representativas em atividades relacionadas ao turismo, questões que contribuíram de maneira positiva para a composição do indicador de competitividade nesta dimensão. O município possui uma instância de governança ativa – em formato de Conselho de Turismo – dedicada ao acompanhamento da atividade turística, mantém representação junto ao Fórum Estadual de Turismo, dispôs no ano anterior de investimentos diretos do governo estadual em projetos que visam a competitividade do turismo. O destino conta com um Plano Diretor Municipal revisado que contempla o setor de Turismo e segue um planejamento formal para o setor de turismo.

Entretanto, o destino possui uma secretaria municipal que não dispõe de recurso próprio para coordenar e incentivar o desenvolvimento do setor. Além disso, a cidade de Goiânia não passou por nenhum programa de modernização administrativa ou fiscal na gestão municipal nos últimos cinco anos, aspecto que prejudicou o resultado do destino nesta dimensão.

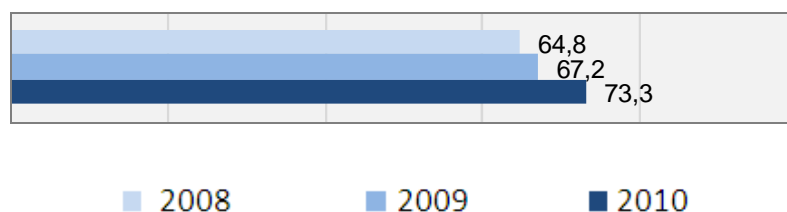
2.8 Cooperação regional

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.

A média Brasil em *Cooperação regional* foi 51,1. A média das cidades do grupo de capitais (48,3) posicionou-se abaixo do indicador nacional de competitividade nesta dimensão, e o indicador das cidades não capitais (53,1) ficou acima da média Brasil em *Cooperação regional*.

A cidade de Goiânia atingiu um índice de competitividade de 73,3 pontos (escala de 0 a 100) nesta dimensão, acima do índice conquistado na edição anterior do estudo, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 8. Cooperação regional - Resultados do destino 2008-2010



O destino faz parte de uma instância de governança regional – Fórum da Região dos Negócios – que conta com a participação ativa de diversos atores do segmento turístico. A instância regional dispõe de um gestor executivo com dedicação parcial à coordenação e dispõe de suporte para a condução de suas atividades, fatores que exerceram impacto positivo sobre a pontuação obtida nesta dimensão. Levou-se em conta ainda que a instância está representada no fórum estadual de turismo e que no ano anterior houve ações para mobilizar atores do segmento turístico do destino para a importância da cooperação regional. Existem projetos de cooperação regional compartilhados entre o município avaliado e outros destinos da mesma. Constatou-se que há um plano de desenvolvimento turístico integrado para a região em que o destino está inserido, no qual estão previstas responsabilidades e metas de mercado e cujas ações e projetos contemplam o município avaliado.

Entretanto, a instância de governança regional não está formalmente constituída, não mantém reuniões periódicas, não realiza parcerias com os setores públicos e privados dos municípios que representa, e não conta com recurso próprio, fatores que exerceram impacto negativo sobre o indicador obtido nesta dimensão. Além disso, Goiânia não participa de consórcio público ligado a projetos turísticos com outro destino de sua região turística. Os roteiros regionais dos quais o destino faz parte não são amplamente comercializados por operadores e agências e neles não são consideradas ou monitoradas questões de sustentabilidade, como a elaboração de Estudo de Impacto Ambiental (EIA), por exemplo. Também foi constatada a inexistência de uma página institucional da região turística na internet e o fato de o destino não coproduzir material promocional da região turística da qual faz parte.

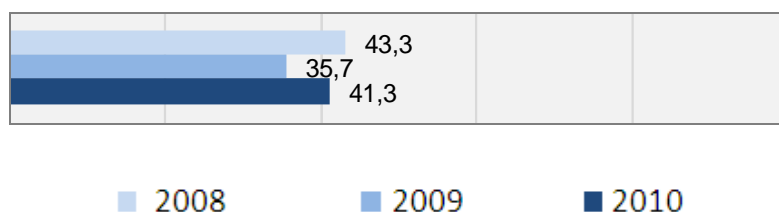
2.9 Monitoramento

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.

Após avaliadas todas estas questões nos 65 destinos indutores, a média Brasil em 2010 nesta dimensão foi 35,3. A média das capitais analisadas foi 42,6, acima da média Brasil, enquanto a média das cidades não capitais em 2010 (30,0) localizou-se abaixo do índice de competitividade nacional nesta dimensão.

O indicador de Goiânia em Monitoramento foi 41,3 pontos (escala de 0 a 100), resultado acima do índice obtido no ano anterior, como pode-se observar no gráfico:

Gráfico 9. Monitoramento - Resultados do destino 2008-2010



Na dimensão *Monitoramento*, o resultado obtido pelo destino foi composto, entre outros quesitos, pela realização de pesquisa de demanda periódica e de pesquisa de oferta atualizada – Censo Hoteleiro –, levantamentos que geram dados relevantes para o planejamento e a divulgação de informações do destino. Além do aproveitamento e divulgação dos dados coletados, o destino faz o acompanhamento contínuo dos objetivos da política em turismo em nível federal. Pode-se citar ainda, como aspecto positivo, a existência de instituição que realiza pesquisas em turismo, focadas no destino ou na região turística da qual o destino faz parte.

Entretanto, a pesquisa de demanda periódica não se baseia em um plano amostral, o destino não possui um sistema de indicadores de desempenho, conjunto técnico de estatísticas turísticas e relatórios de conjuntura turística dos segmentos relacionados ao turismo, aspectos que, uma vez melhorados, poderiam auxiliar o destino no incremento do índice de competitividade. Constatou-se ainda que o município não monitora os impactos econômicos, sociais, ambientais e culturais gerados pelo turismo, e que a administração pública local não possui um setor específico de

estudos que realiza pesquisas em turismo, quesitos que impactaram negativamente o indicador do destino nesta dimensão.

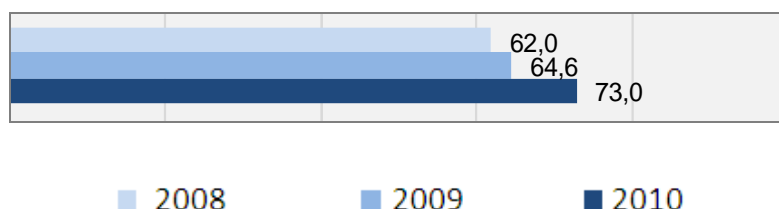
2.10 Economia local

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.

Nesta dimensão, a média Brasil foi 59,5 em 2010 (escala de 0 a 100). O grupo de capitais registrou 70,7 pontos, acima do indicador nacional nesta dimensão. A média das cidades não capitais (51,5), por sua vez, ficou abaixo da média Brasil em *Economia local*.

O destino Goiânia registrou 73,0 pontos, um índice acima do conquistado na edição 2009 do estudo, conforme o gráfico a seguir:

Gráfico 10. Economia local - Resultados do destino 2008-2010



A oferta de serviços de acesso em banda larga à internet, a disponibilidade de acesso gratuito à internet em locais públicos, a oferta de caixas eletrônicos de autoatendimento 24 horas para saques com cartões de crédito internacionais e a disponibilidade de casas de câmbio para turistas estrangeiros foram constatações que ajudaram a compor o indicador nesta dimensão. O destino aplica políticas de incentivo à formalização de estabelecimentos comerciais e de prestadores de serviços, e benefícios financeiros locais ou regionais (linhas especiais de financiamento) para empreendimentos e serviços ligados ao setor estão disponíveis para o empresariado local. A atuação de um *Convention & Visitors Bureau* exclusivo do destino – GCVB Goiânia Convention e Visitors Bureau - e a existência de um pólo físico de produção/negócios significativo para movimentar a economia local também foram

fatores que colaboraram para o resultado, uma vez que ambos tendem a gerar fluxo turístico receptivo em consequência de sua existência.

Entre os aspectos negativos identificados nesta dimensão pode-se citar a inexistência de benefícios de isenção ou redução de impostos ou taxas para as atividades características do turismo no destino.

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.

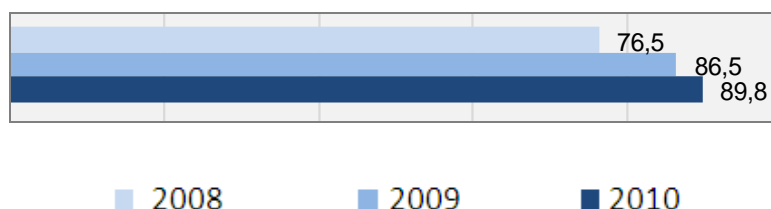
2.11 Capacidade empresarial

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 ficou em 57,0. O grupo de capitais obteve 82,7 pontos, acima da média Brasil, enquanto que o conjunto de cidades não capitais obteve 38,6, abaixo do indicador geral nacional nesta dimensão.

O destino Goiânia conquistou 89,8 pontos (escala de 0 a 100), acima dos pontos registrados na dimensão *Capacidade empresarial* em 2009, como é possível verificar no gráfico:

Gráfico 11. Capacidade empresarial - Resultados do destino 2008-2010



Dentre os aspectos positivos identificados nesta dimensão estão a presença de instituições de ensino com programas regulares de formação técnica, de formação

superior, de cursos livres e a oferta de escolas de formação em idioma estrangeiro. Foi constatado que existe pessoal local qualificado para trabalhar em meios de hospedagem e em estabelecimentos de alimentos e bebidas como fatores positivos para o destino. A presença de grupos nacionais ou internacionais do setor de turismo (como redes de locação de automóveis, cadeias de restaurantes e redes de meios de hospedagem) e a aplicação de programa de qualificação especificamente voltado para empresários ou gerentes de empreendimentos turísticos também influenciaram positivamente a pontuação. Considerou-se ainda a 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 ou perecíveis.

O resultado do destino nesta dimensão foi afetado, negativamente, pela carência de pessoal local qualificado para trabalhar em cargos de gerência e operação técnica em agências ou operadoras. Avaliou-se ainda a inexistência de adensamentos de empreendimentos turísticos que fomentem o empreendedorismo como arranjos produtivos locais e a sinalização de barreiras à entrada de novos empreendimentos turísticos – entre elas a infra-estrutura de acesso aéreo –, quesitos que uma vez melhorados, tendem a contribuir para o incremento do índice de competitividade do destino.

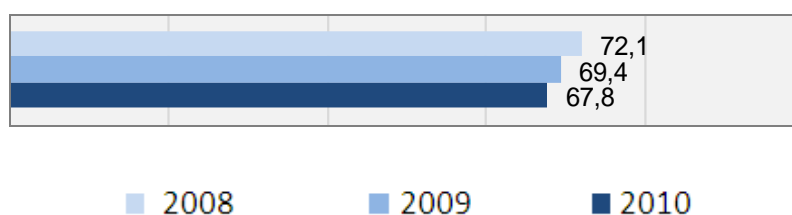
2.12 Aspectos sociais

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.

Consideradas todas estas questões, a média Brasil em 2010 na dimensão *Aspectos sociais* foi 58,4. A média das capitais avaliadas posicionou-se em 64,2 pontos, acima do indicador nacional neste item, enquanto a média das cidades não capitais foi 54,2, abaixo da média Brasil nesta dimensão.

A cidade de Goiânia registrou um índice de competitividade de 67,8 pontos, abaixo do índice conquistado nesta dimensão na edição anterior do estudo, conforme exhibe o gráfico a seguir:

Gráfico 12. Aspectos sociais - Resultados do destino 2008-2010



Nesta dimensão, o destino se destacou pela existência de investimentos em educação para além do percentual obrigatório de 25%. Outros aspectos positivos são a adoção de políticas de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes e a aplicação de programa específico de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes no turismo, que conta com o apoio da iniciativa privada, terceiro setor e poder público municipal. Levou-se em conta ainda que o município sensibiliza constantemente os cidadãos sobre a importância da atividade turística para o destino, consulta a população sobre atividades ou projetos turísticos por meio do conselho municipal e a comunidade se envolve com a atividade turística por meio de sindicatos e ONGs/OSCIPs.

Entretanto, entre os aspectos que resultaram em impactos negativos estão a utilização de mão de obra informal durante a alta temporada. Avaliou-se ainda que não são adotados programas de incentivo ao uso dos equipamentos turísticos pela população local e que não existe elaboração de orçamento participativo. O município não sensibiliza constantemente os cidadãos sobre a importância da atividade turística para o destino e não alerta o turista para o respeito à comunidade local, à cultura, ao patrimônio e para a preservação do meio ambiente.

Além destes fatores, na avaliação desta dimensão foram considerados ainda dados secundários de indicadores sociais do destino, 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.

2.13 Aspectos ambientais

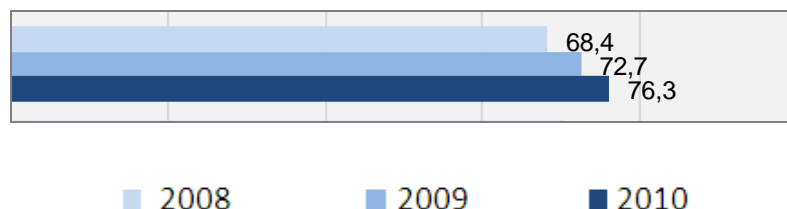
Para avaliar a dimensão *Aspectos ambientais* foram considerados os seguintes aspectos: (i) estrutura e legislação municipal de meio ambiente; (ii) atividades em

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.

Em *Aspectos ambientais*, a média Brasil foi 65,6 pontos (escala de 0 a 100). O grupo de capitais obteve 71,3 pontos, resultado acima da média Brasil, enquanto a média do conjunto de cidades não capitais foi 61,5, abaixo do indicador geral nacional nesta dimensão.

O indicador de Goiânia nesta dimensão foi 76,3 pontos (escala de 0 a 100), resultado acima do índice obtido pelo destino em 2009, como é possível conferir no gráfico:

Gráfico 13. Aspectos ambientais - Resultados do destino 2008-2010



Nesta dimensão, o resultado obtido pelo destino foi composto, entre outros quesitos, pela existência de uma autarquia municipal com atribuição exclusiva de coordenar ou incentivar a preservação do meio ambiente, dotada de recurso próprio e que recentemente desenvolveu projetos ou atividades relacionadas ao turismo em conjunto com o órgão gestor do segmento no destino. O município conta com um fundo municipal para o meio ambiente efetivo – cujos recursos estão disponíveis para ser aplicados. O destino é atendido por um sistema público de coleta de esgoto com configuração de separador absoluto e existe política de monitoramento da balneabilidade em ambientes naturais (como lagos e lagoas). Outros aspectos positivos que contribuíram para a composição do índice foram a destinação pública de resíduos domésticos para um aterro sanitário, a oferta de serviços de coleta seletiva residencial e a adoção de campanhas de educação periódicas. Também ajudaram a elevar o índice alcançado nesta dimensão a presença de Unidades de Conservação com atividade turística monitorada em território municipal e a aplicação de plano de manejo na principal Unidade de Conservação indicada – Parque Flamboyant Lourival Louza.



Entretanto, o município não tem conselho municipal do meio ambiente atuante e não possui um Código Ambiental Municipal. Entre os aspectos que geraram impacto negativo no indicador estão a inexistência de legislação pela adoção de fontes de energia renovável em estabelecimentos públicos ou privados, a presença de atividade potencialmente poluidora, com alvará de funcionamento ou de localização em seu território e a inexistência de uma estação de tratamento de água para a sua reutilização. Além disso, foram considerados o índice de cobertura da rede pública de esgoto e o fato de que o destino não aplica política de tratamento de resíduos hospitalares, aspectos que prejudicaram o resultado do destino nesta dimensão.

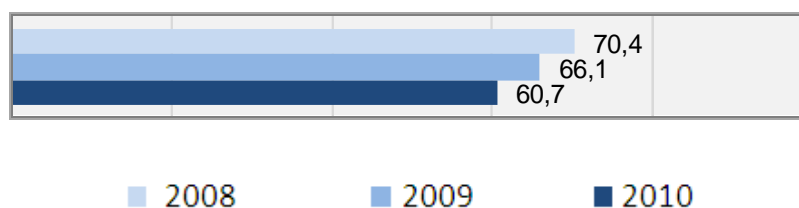
2.14 Aspectos culturais

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 nesta dimensão foi 55,9. A média das capitais (64,1) ficou acima do índice nacional de competitividade, enquanto o índice das cidades não capitais (50,0) posicionou-se abaixo da média Brasil nesta dimensão.

Em *Aspectos culturais*, o destino registrou 60,7 pontos, um índice abaixo do obtido no estudo anterior, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 14. Aspectos culturais - Resultados do destino 2008-2010



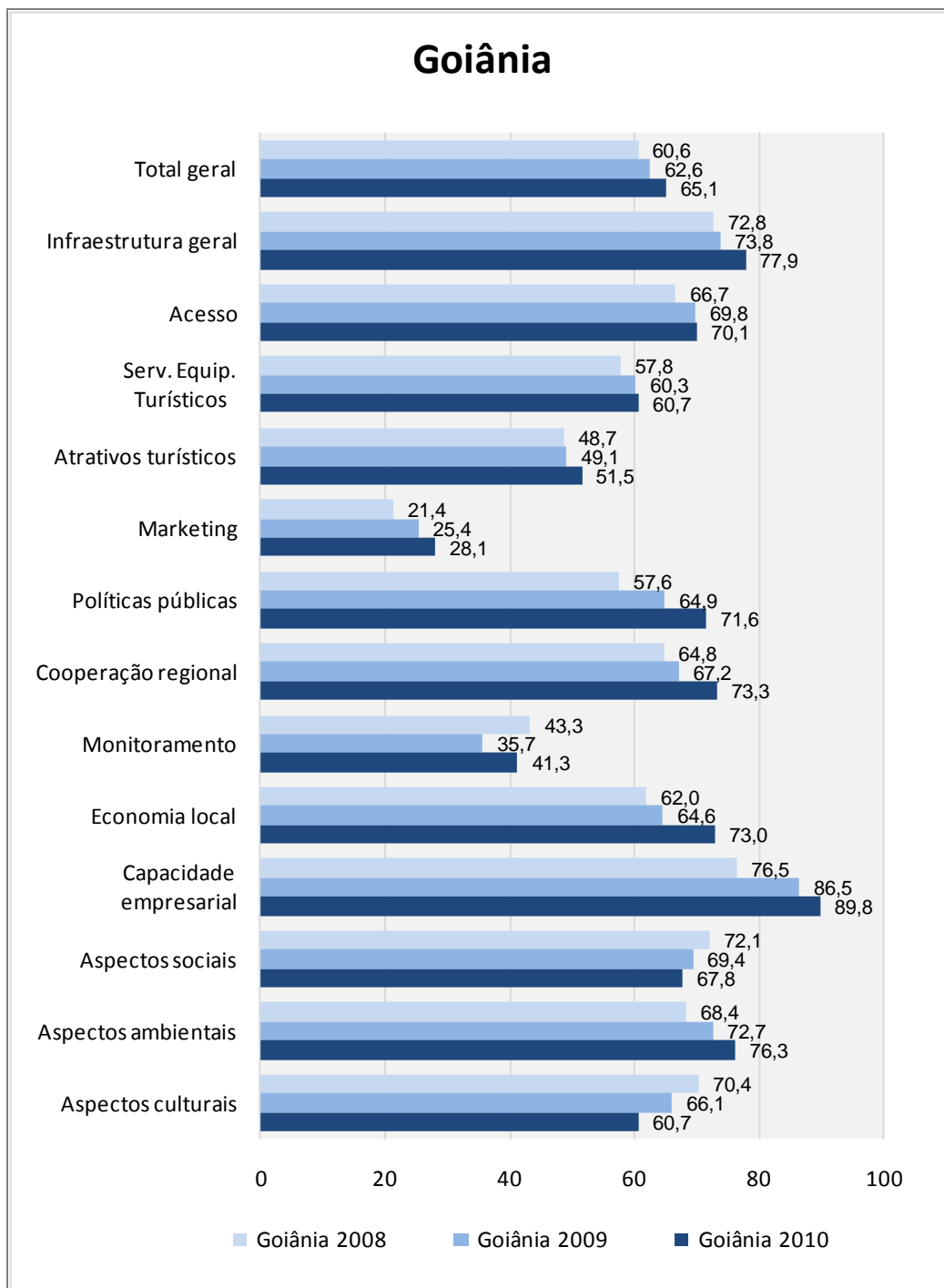
O destino possui atividade artesanal típica, possui culinária típica pela qual é reconhecido como destino turístico em esfera nacional, mantém tradições culturais evidentes, incentiva manifestações religiosas que atraem fluxo turístico e fomenta grupos artísticos de manifestação popular tradicional, 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 patrimônios artísticos tombados considerados atrativos turísticos, de sítio arqueológico tombado ou registrado e de bens tombados como patrimônio histórico. Pode-se destacar que o segmento conta com um órgão da administração local com atribuição exclusiva de incentivar o desenvolvimento da cultura, que dispõe de recurso próprio. O destino aplica política municipal de cultura, que dentre outros benefícios ajuda a manter um calendário de manifestações culturais, possui legislação municipal de cultura e fundo municipal de cultura, este último exclusivo e efetivo.

Projetaram a pontuação para baixo nesta dimensão a inexistência de comunidade tradicional, a inexistência de patrimônio imaterial registrado que se constitua em atrativo turístico, e a ausência de uma política de preservação de bens culturais imateriais. Foi observado também que o segmento em 2009, não compartilhou projetos ou atividades em conjunto com o órgão gestor do turismo no município. Além disso, o município não monitora a utilização turística do patrimônio cultural aplicando controle de capacidade de suporte ou carga, aspectos que impactaram negativamente o resultado do destino nesta dimensão.

3. RESULTADOS CONSOLIDADOS

Gráfico 15. Resultados consolidados



4. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE

A tabela a seguir consolida os resultados gerais do destino nas dimensões avaliadas. O índice geral (Total 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 três edições do Índice de Competitividade*, além dos resultados do grupo de Capitais ou do grupo de Não capitais avaliadas.

Dimensões	Brasil*			Capitais			Goiânia		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
Total geral	52,1	54,0	56,0	59,5	61,9	64,1	60,6	62,6	65,1
Infraestrutura geral	63,8	64,6	65,8	70,5	71,3	74,3	72,8	73,8	77,9
Acesso	55,6	58,1	60,5	66,9	69,9	72,0	66,7	69,8	70,1
Serviços e equipamentos turísticos	44,8	46,8	50,8	56,8	59,4	63,3	57,8	60,3	60,7
Atrativos turísticos	58,2	59,5	60,5	56,6	58,5	59,5	48,7	49,1	51,5
Marketing e promoção do destino	38,2	41,1	42,7	46,3	47,5	46,8	21,4	25,4	28,1
Políticas públicas	50,8	53,7	55,2	55,7	58,7	61,5	57,6	64,9	71,6
Cooperação regional	44,1	48,1	51,1	42,9	47,1	48,3	64,8	67,2	73,3
Monitoramento	35,4	34,5	35,3	42,1	41,8	42,6	43,3	35,7	41,3
Economia local	56,6	57,1	59,5	64,7	67,6	70,7	62,0	64,6	73,0
Capacidade empresarial	51,3	55,7	57,0	72,1	78,1	82,7	76,5	86,5	89,8
Aspectos sociais	57,2	57,4	58,4	62,3	63,1	64,2	72,1	69,4	67,8
Aspectos ambientais	58,9	61,8	65,6	63,8	67,0	71,3	68,4	72,7	76,3
Aspectos culturais	54,6	54,6	55,9	61,4	63,0	64,1	70,4	66,1	60,7

Fonte: FGV/MTur/SEBRAE, 2010

* O resultado Brasil reflete a amostra das 65 cidades analisadas. Os resultados “Capitais” e “Não capitais” refletem a média do grupo de cidades de mesma característica geopolítica.