

ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE
DO TURISMO NACIONAL

65 DESTINOS INDUTORES
DO DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO REGIONAL

BELO HORIZONTE

2011



APRESENTAÇÃO

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

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

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

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

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

Ministério do Turismo

Sebrae Nacional

Fundação Getulio Vargas



Ministério do
Turismo



SUMÁRIO

| | |
|--|-----------|
| 1. ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE | 4 |
| 2. ASPECTOS GERAIS | 7 |
| 3. RESULTADOS | 8 |
| 3.1 Índice geral..... | 8 |
| 3.2 Infraestrutura geral | 11 |
| 3.3 Acesso | 13 |
| 3.4 Serviços e equipamentos turísticos | 16 |
| 3.5 Atrativos turísticos | 19 |
| 3.6 Marketing e promoção do destino..... | 21 |
| 3.7 Políticas públicas..... | 24 |
| 3.8 Cooperação regional | 26 |
| 3.9 Monitoramento..... | 29 |
| 3.10 Economia local | 31 |
| 3.11 Capacidade empresarial..... | 33 |
| 3.12 Aspectos sociais..... | 35 |
| 3.13 Aspectos ambientais | 38 |
| 3.14 Aspectos culturais | 40 |
| 4. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE | 44 |

1. ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE

Para realizar este levantamento, pesquisadores da Fundação Getúlio Vargas permanecem uma semana em cada município aplicando um questionário com mais de 600 perguntas capazes de captar dados primários e secundários em 13 dimensões:

- 1 - Infraestrutura geral
- 2 - Acesso
- 3 - Serviços e equipamentos turísticos
- 4 - Atrativos turísticos
- 5 - Marketing e promoção do destino
- 6 - Políticas públicas
- 7 - Cooperação regional
- 8 - Monitoramento
- 9 - Economia local
- 10 - Capacidade empresarial
- 11 - Aspectos sociais
- 12 - Aspectos ambientais
- 13 - Aspectos culturais.

As perguntas que integram as 13 dimensões do questionário compõem o índice de competitividade do destino turístico, isto é, mensuram ***a capacidade crescente de um destino de gerar negócios nas atividades relacionadas com o setor de turismo, de forma sustentável, proporcionando ao turista uma experiência positiva.***

Com base nas informações coletadas, foram atribuídos pontos às perguntas e pesos às variáveis, gerando notas para cada dimensão. Utilizou-se, por sua vez, um conjunto de pesos na ponderação das dimensões, que resultou em um índice global de competitividade do destino.

Para analisar estes resultados foram considerados cinco níveis, numa escala de 0 a 100¹.

- **Nível 1:** 0 a 20 pontos - refere-se ao intervalo em que os destinos apresentam deficiência em relação à determinada dimensão;
- **Nível 2:** 21 a 40 pontos - apesar de expor uma situação mais favorável do que a anterior, ainda evidencia níveis inadequados da dimensão para a competitividade de um destino;
- **Nível 3:** 41 a 60 pontos - configura situação regularmente satisfatória;
- **Nível 4:** 61 a 80 pontos - revela a existência de condições adequadas para atividades turísticas;
- **Nível 5:** 81 a 100 pontos - corresponde ao melhor posicionamento que um destino pode alcançar em uma dada dimensão.

Serão apresentados, portanto, os resultados consolidados do município em 2011, avaliado em 14 índices de competitividade: o indicador geral do destino e o indicador em cada uma das 13 dimensões avaliadas. O documento apresenta ainda a média Brasil (indicador dos 65 destinos) e a média das capitais. Estes dados poderão ser comparados aos resultados obtidos nos anos anteriores, o que permitirá observar a evolução dos índices, graças à série histórica que vem sendo construída.

Para que o município avaliado possa comparar os resultados das quatro edições da pesquisa, é importante observar os critérios estatísticos nos quais esse levantamento se baseia. Considerou-se, como estabilidade da pontuação, um aumento ou queda de até 1,0 ponto na comparação dos indicadores entre anos seguidos. Isto é, para que o destino considere um índice como evolução ou regressão, é preciso que a diferença entre os resultados das pesquisas seja superior a 1,0 ponto para mais ou para menos no total geral ou em qualquer uma das 13 dimensões.

Uma vez conhecidos os índices nacionais de competitividade (média Brasil e média

¹ Para o posicionamento em níveis segundo a escala proposta, foi utilizado critério de arredondamento das pontuações. Por exemplo: se situada entre 20,1 e 20,4, a mesma posicionou-se no nível 1 (entre 0 e 20 pontos); no caso de ter-se situado entre 20,5 e 20,9, foi classificada no nível 2 (entre 21 e 40 pontos), e assim por diante.

capitais), recomenda-se que cada destino analise seus resultados de forma crítica, ponderando questões ligadas às características geográficas, econômicas e ao posicionamento do destino, a fim de entender que os resultados de determinada dimensão serão influenciados por essas características. Dessa forma, alguns destinos não precisam, necessariamente, atingir o índice mais alto em todas as dimensões.

Uma leitura criteriosa e consciente dos índices obtidos poderá fornecer referências para desenvolver um planejamento que favoreça os pontos fortes e minimize os impactos de aspectos inibidores do desenvolvimento do destino turístico.

O principal objetivo deste relatório é permitir que os destinos estudados utilizem essas informações para planejar e desenvolver vantagens competitivas, norteando a elaboração de políticas públicas que eliminem, gradativamente, os entraves ao desenvolvimento sustentável da atividade turística.

2. ASPECTOS GERAIS

Belo Horizonte é a capital do estado de Minas Gerais, na região Sudeste do país. Com uma população de 2.375.444 habitantes e 330,95km² de extensão territorial, o município possui um PIB de R\$ 42.151.107.690,00 e PIB *per capita* de R\$ 17.313,06, segundo dados do IBGE (2010).

O destino faz parte da região turística Belo Horizonte. Os principais segmentos turísticos nos quais ela é comercializada são os de Turismo de Negócios e Eventos, Turismo Cultural e Turismo de Saúde.

Os principais atrativos de Belo Horizonte, conforme constatado durante a pesquisa de campo, são o Conjunto Arquitetônico da Pampulha, o Parque Ecológico da Pampulha, o Museu de Artes e Ofícios e o conjunto da Praça da Liberdade, além da Feira de Artes e Artesanato da Av. Afonso Pena e do Festival Cumida di Buteco, que são eventos programados.

Belo Horizonte conta com uma oferta de serviços e equipamentos com 332 meios de hospedagem (RAIS), 4.151 estabelecimentos de alimentação (RAIS) e 83 guias de turismo (CADASTUR).

3. RESULTADOS

A pesquisa em Belo Horizonte foi realizada entre os dias 29 de agosto e 02 de setembro de 2011, quando foram entrevistados diversos representantes dos setores público, privado, associações de classe, dentre outros, para coletar os dados que compõem o índice de competitividade do destino.

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

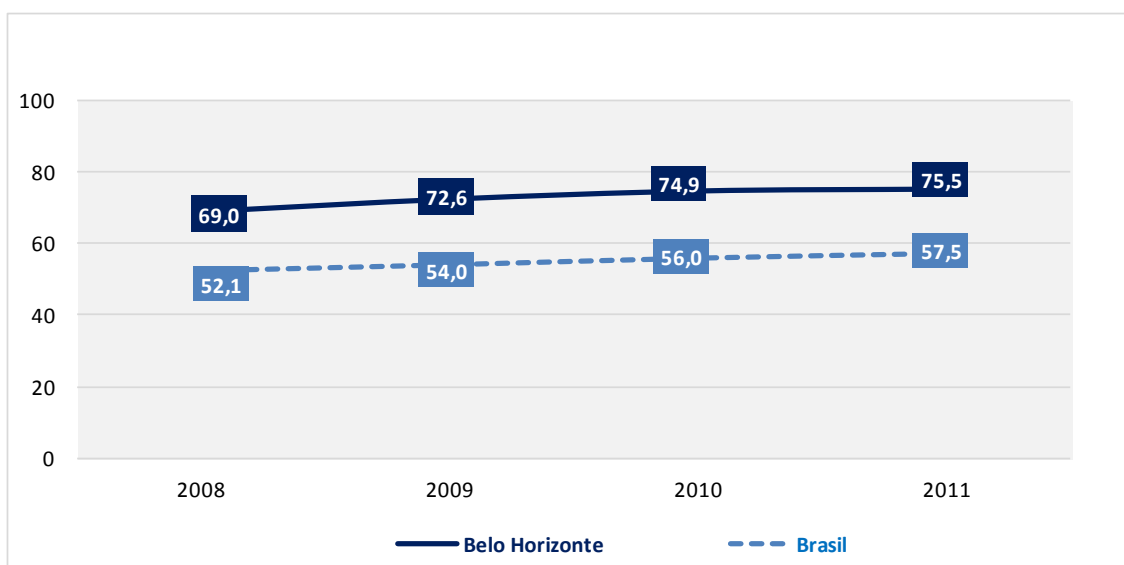
Além dos índices alcançados pelo destino em cada dimensão, serão destacados os principais fatores que contribuíram para tais resultados.

3.1 Índice geral

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

O índice geral do destino em 2011 foi 75,5 pontos (escala de 0 a 100). Este resultado ficou acima do índice obtido em 2010 (74,9), como é possível conferir no gráfico 1:

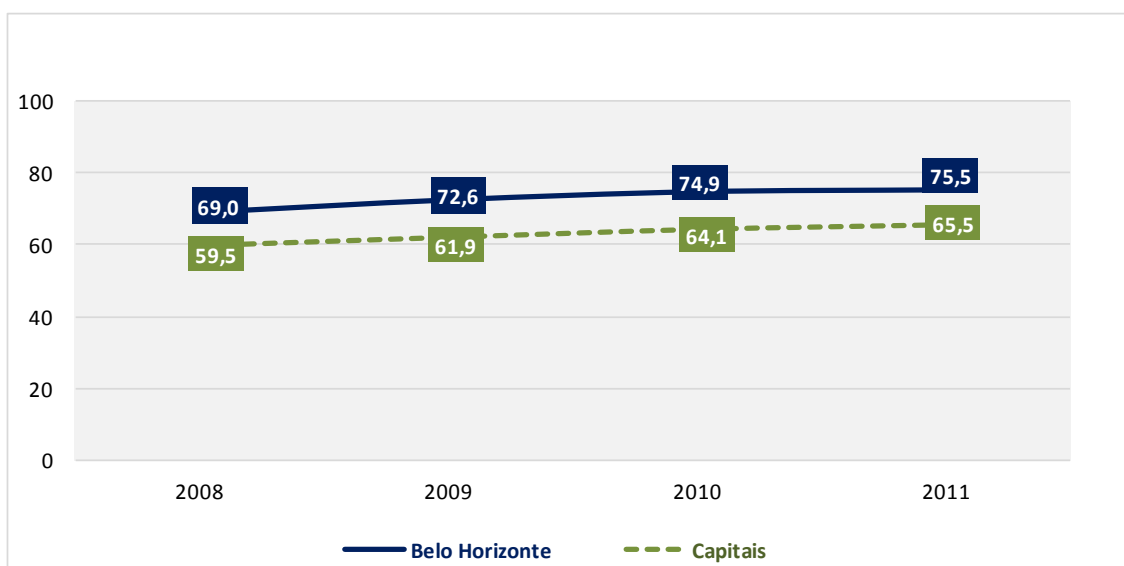
Gráfico 1. Índices gerais de competitividade – destino x Brasil: 2008-2011



É possível observar no gráfico acima o comportamento dos indicadores do destino nos últimos quatro anos da pesquisa. Em 2011, o índice permaneceu estável, o que fez com que o destino mantivesse o seu nível de competitividade no nível 4.

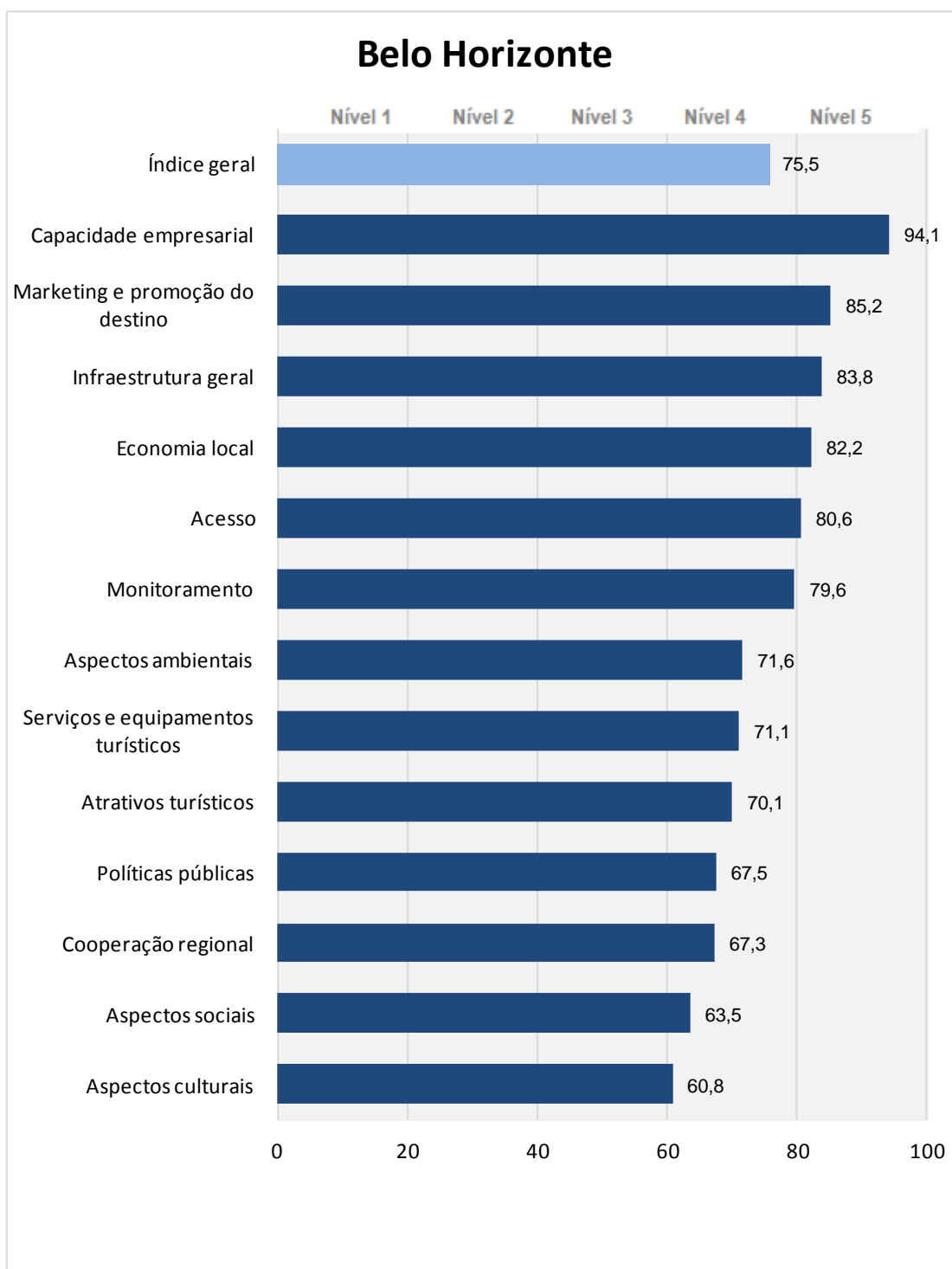
Podemos analisar o desempenho do destino juntamente com as linhas que apontam os resultados da média Brasil (gráfico 1) e das capitais (gráfico 2), que demonstram que o índice do destino segue a tendência nacional de evolução gradual. Considerando os resultados obtidos por todas as 65 cidades avaliadas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

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



Os resultados apresentados a seguir apontam que, das 13 dimensões avaliadas, 05 alcançaram o nível 5 (81 a 100) de competitividade, como é possível observar no gráfico 3. A dimensão com o menor nível de competitividade foi *Aspectos culturais*, a única que permanece no nível 3.

Gráfico 3. Índices por dimensão em ordem decrescente de desempenho

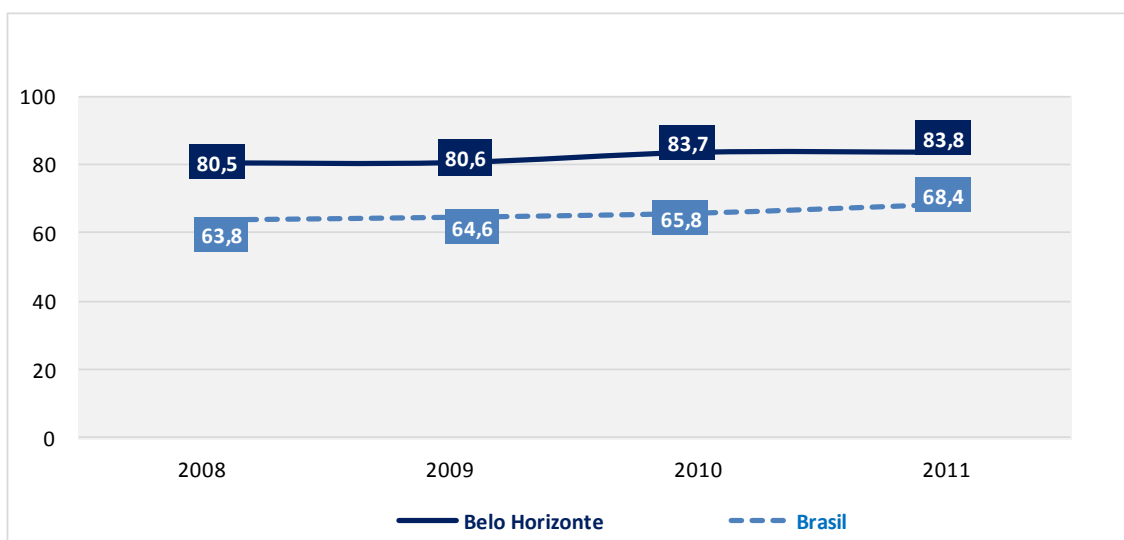


3.2 Infraestrutura geral

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

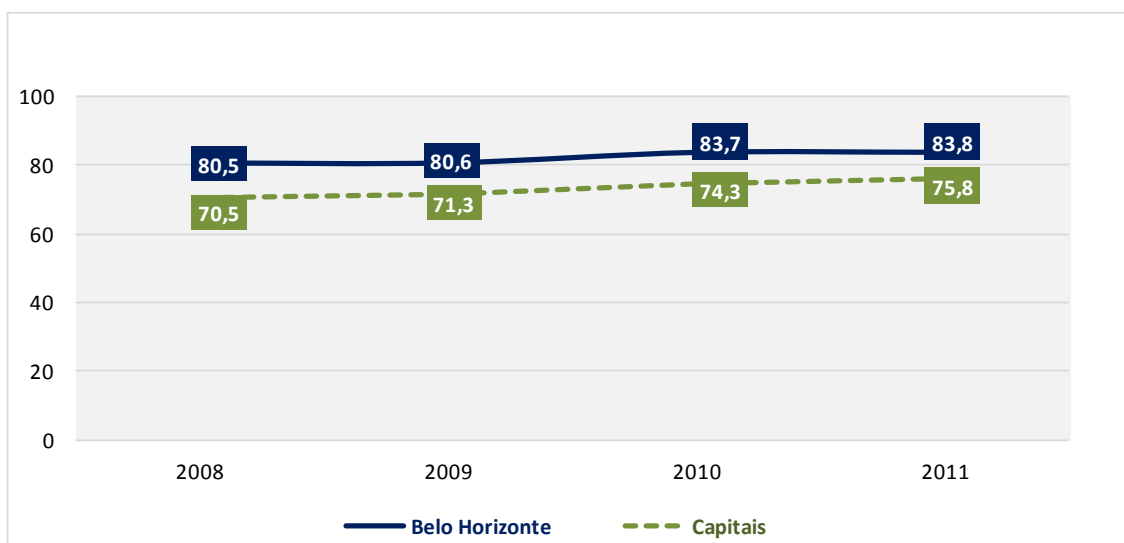
Em *Infraestrutura geral*, a média Brasil em 2011 foi 68,4. Belo Horizonte registrou 83,8 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Disponibilidade de serviço público de atendimento médico a emergências 24 horas no destino com alguns níveis de complexidade de atendimento;
- Fornecimento ininterrupto de energia elétrica no período de alta temporada;
- Aumento do efetivo da Polícia Militar durante a alta temporada ou durante grandes eventos;
- Existência de um programa de proteção ao turista na Polícia Civil;
- Oferta de Corpo de Bombeiros com grupo de busca e salvamento;
- Existência de Defesa Civil e de Núcleos de Defesa Civil no destino;
- Oferta de elementos de drenagem nas áreas turísticas;
- Oferta adequada de banheiros e telefones públicos no entorno das áreas turísticas;
- Adoção de quesitos de embelezamento nas áreas públicas – fiação subterrânea, jardins, estátuas, iluminação cenográfica permanente, entre outros;
- Estado de conservação do mobiliário urbano nas áreas turísticas.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Ausência de um grupamento de Polícia Militar especializado no atendimento ao turista;
- Quantidade inadequada de lixeiras e de pontos de iluminação no entorno das áreas turísticas;
- Não há espaços específicos para o estacionamento ou a parada (embarque e desembarque) de veículos turísticos nas áreas turísticas.

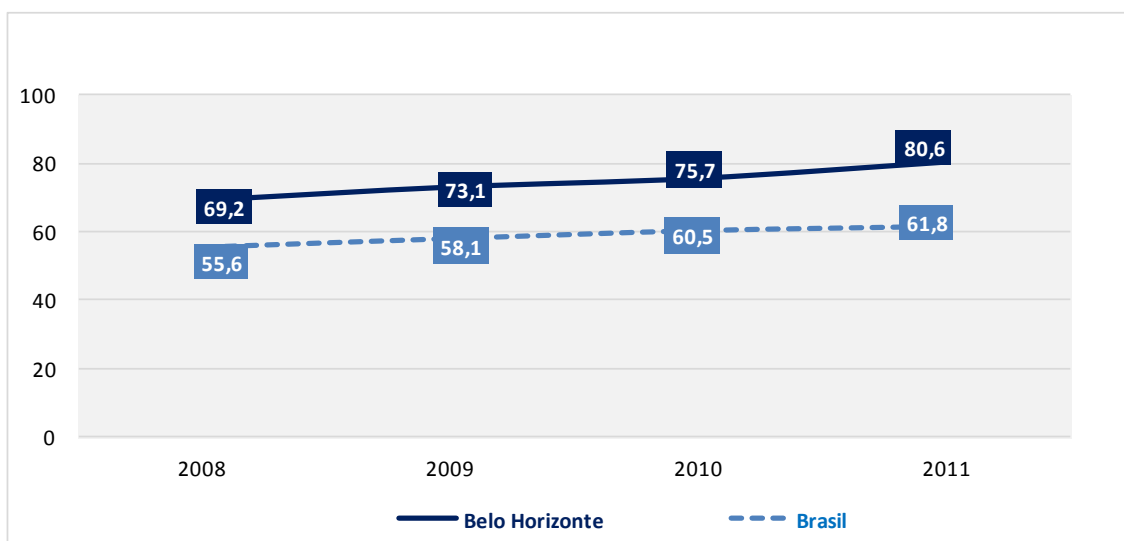
Além destes fatores, foram considerados na composição do índice números de saúde, como a expectativa de vida da população, número de estabelecimentos com atendimento de urgência, número de postos ambulatoriais de atendimento, número de profissionais de saúde e número de leitos.

3.3 Acesso

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

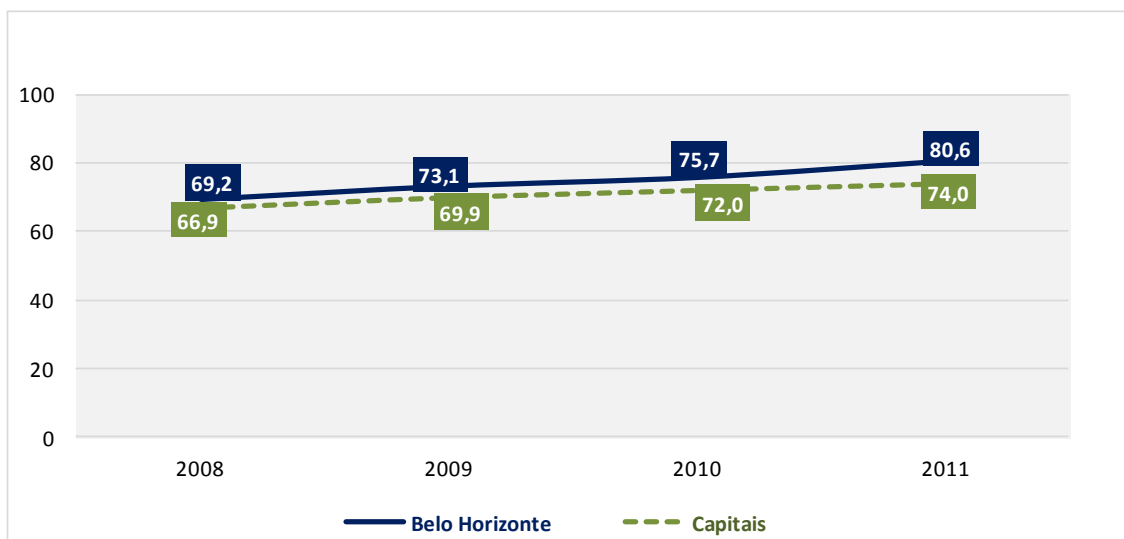
Em *Acesso*, a média Brasil em 2011 foi 61,8. Belo Horizonte registrou 80,6 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Disponibilidade de um aeroporto em município limítrofe – Aeroporto Internacional Tancredo Neves (Confins);
- Estrutura do terminal aeroportuário do destino, que conta com sinalização interna em idioma estrangeiro, facilidades para pessoas com deficiência, serviço bancário e de câmbio e estabelecimentos de alimentação;
- Variedade de opções de transporte público ou concessões para atender àqueles que desembarcam no terminal aéreo que atende ao destino – ônibus executivo com ar-condicionado, táxi convencional e táxi especial, conforme foi possível constatar durante a visita técnica ao município, realizada entre o período de 29/08/2011 a 02/09/2011;
- As condições da principal rodovia de acesso de fluxo turístico ao destino – BR040;
- Existência de um terminal rodoviário, que conta com centro de atendimento ao turista, serviço bancário, restaurantes e lanchonetes, além de oferta de transportes para o deslocamento dos que ali embarcam e desembarcam – ônibus convencional e com ar-condicionado, táxi e van;
- Existência de um terminal ferroviário que atende ao município – e pelo qual embarcam e desembarcam turistas em visita ao destino;
- Existência de linhas de transporte urbano que atendam às principais atrações turísticas;
- O destino conta com serviço de metrô;
- Disponibilidade de serviços de táxis regularizados e padronizados;
- Oferta ligações aéreas diretas entre o aeroporto que atende ao município e seus principais centros emissores de turistas nacionais e internacionais.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Estrutura do centro de atendimento ao turista no terminal aeroportuário do destino – em visita técnica foi constatada a necessidade de realocação desse centro, a fim de garantir-lhe visibilidade;

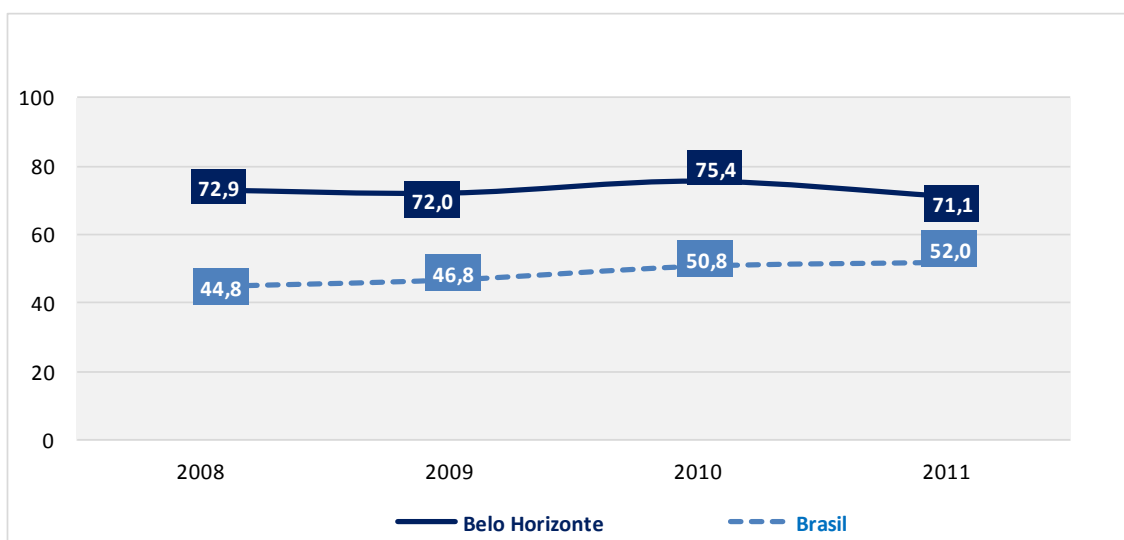
- Estrutura disponível no terminal rodoviário que atende ao destino – não há locadoras de veículos, nem adequação do espaço para o atendimento a pessoas com deficiência;
- Estrutura do terminal ferroviário que atende ao fluxo turístico – como ausência de centro de atendimento ao turista, lojas e lanchonetes;
- Inexistência de uma linha regular de transporte turístico (ônibus ou similar) que interligue os principais atrativos do destino no período de realização da pesquisa, ainda que um projeto previsse a implantação do serviço num período inferior a seis meses;
- Carência de vagas para estacionamento nas áreas turísticas.

3.4 Serviços e equipamentos turísticos

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

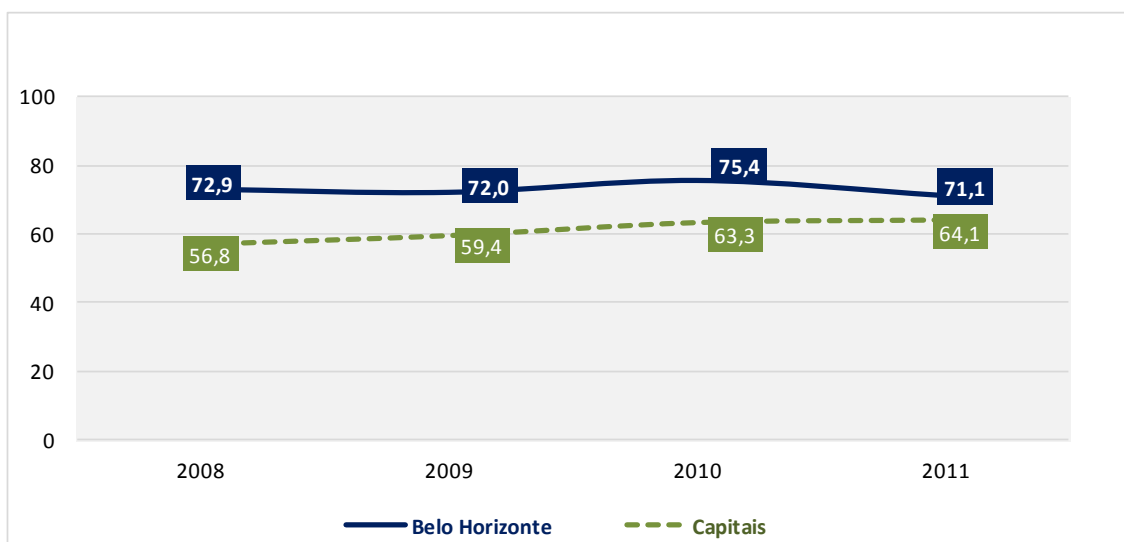
Em *Serviços e equipamentos turísticos*, a média Brasil em 2011 foi 52,0. Belo Horizonte registrou 71,1 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Oferta e cobertura da sinalização turística viária nos padrões internacionais recomendados e seu estado de conservação;
- Existência de seis centros de atendimento ao turista no destino, com oferta de estrutura, diversidade de serviços, flexibilidade de horários e de dias de funcionamento;
- Existência de um centro de convenções no destino – o equipamento considerado foi o Expominas, que, em 34.000m² de área construída, conta com capacidade para mais de um evento simultâneo, adequação aos quesitos de acessibilidade, salas multiuso e estacionamento próprio e adequado ao porte, além de ligação com o sistema de metrô;
- Oferta de outros espaços para a realização de eventos – parque de exposições, espaços multifuncionais, salas em hotéis para eventos de pequeno e médio porte, auditórios e teatros como o Palácio das Artes, que tem capacidade para 1700 pessoas;

- Existência de uma organização representativa dos meios de hospedagem, que discute e defende os interesses dos empreendimentos do destino;
- Incentivo formal para que os meios de hospedagem priorizem a questão ambiental, por meio de um programa realizado em parceria com a Secretaria Municipal de Meio Ambiente, com vistas à Copa do Mundo de 2014;
- A maioria dos meios de hospedagem possui unidades habitacionais em bom estado de conservação, com instalações modernas ou recém reformadas, oferecendo acesso à internet nas unidades habitacionais;
- Presença de empresas de receptivo que oferecem diversos serviços aos turistas, inclusive com atendimento em idiomas estrangeiros;
- Disponibilidade guias de turismo registrados pelas normas do Ministério do Turismo (MTur);
- Existência de uma organização de guias que representa a atividade;
- Presença no município de instituições de qualificação profissional que ofertam cursos livres, técnicos, de graduação e de capacitação nas áreas relacionadas ao turismo, como a formação de guias e condutores, organização de eventos, hotelaria e atendimento;
- Existência de uma organização representativa de restaurantes e similares, que discute e defende os interesses dos empreendimentos de alimentação;
- Há incentivo formal para que os estabelecimentos de alimentação priorizem a questão ambiental nos estabelecimentos de alimentação, como os programas oferecidos pelo Sebrae.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

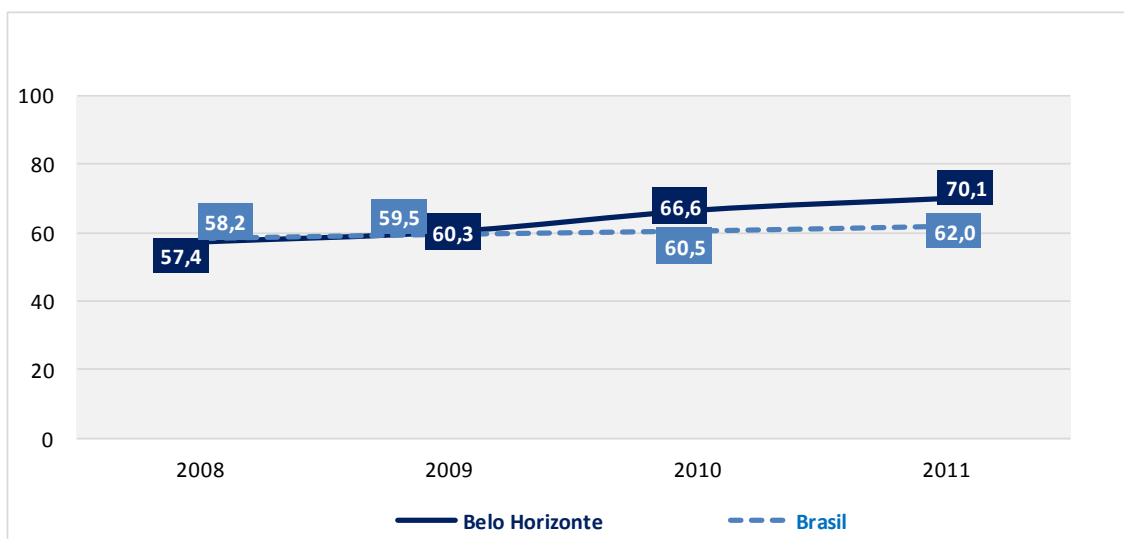
- Cobertura da sinalização turística viária em idiomas estrangeiros;
- Inexistência de sinalização turística descritiva ou interpretativa nos atrativos;
- A maioria dos meios de hospedagem e dos estabelecimentos de alimentação não cumpre quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida;
- Não existe incentivo formal para que meios de hospedagem e estabelecimentos de alimentação adotem tecnologias que priorizem a questão ambiental, como a utilização de fontes de energia renovável.

3.5 Atrativos turísticos

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

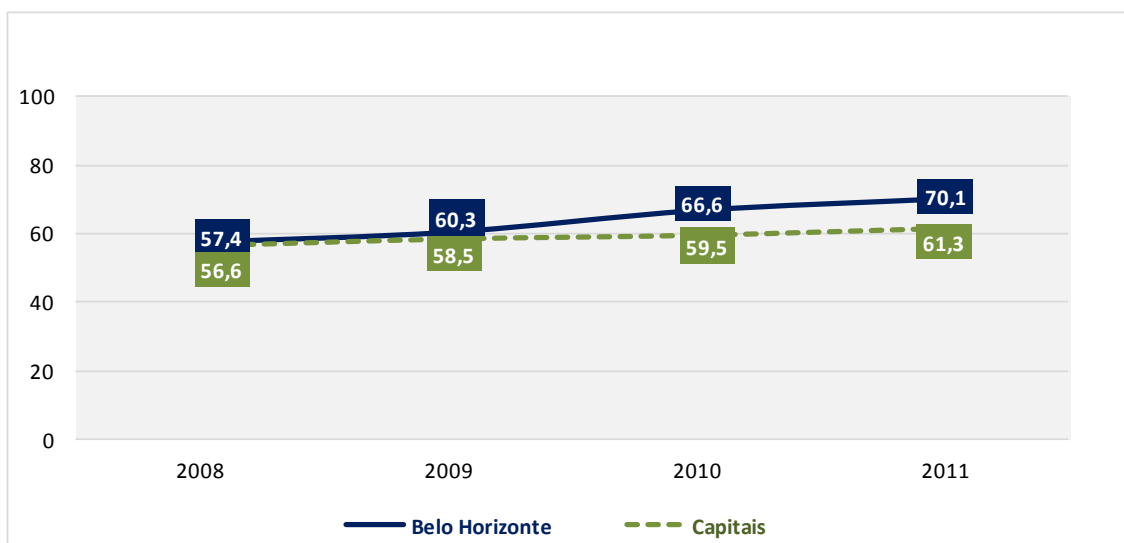
Em *Atrativos turísticos*, a média Brasil em 2011 foi 62,0. Belo Horizonte registrou 70,1 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Existência de atrativos naturais para os quais há fluxo turístico;
- Manutenção da estrutura disponível no local do principal atrativo natural indicado – Parque Ecológico da Pampulha –, conforme pode ser observado em visita técnica realizada entre os dias 29/08/2011 e 02/09/2011;
- O destino conta com atrativos culturais para os quais há fluxo turístico, tendo sido o principal indicado o Conjunto Arquitetônico da Pampulha;
- Há estrutura de apoio aos visitantes nesse atrativo cultural e a preservação urbanística em seu entorno é evidente;
- Há monitoramento do limite de capacidade de carga/controle de visitantes nos atrativos que integram o Conjunto Arquitetônico da Pampulha;
- Existência de eventos programados que atraem turistas;
- Conservação urbanística e ambiental do entorno do local em que acontece o principal evento programado – a Feira de Artes e Artesanato da Av. Afonso Pena – e pela adoção de alguns quesitos de acessibilidade no local;
- O destino conta com atrativos de realizações técnicas e científicas que geram a atração de visitantes ao longo de todo o ano com interesse específico, independentemente de uma data especial no calendário de eventos;

- Ficou constatado que, no local em que acontece a principal realização técnica e científica indicada – o Museu de Ciências Naturais da PUC-Minas – há monitoramento da capacidade de carga ou suporte e são adotados quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

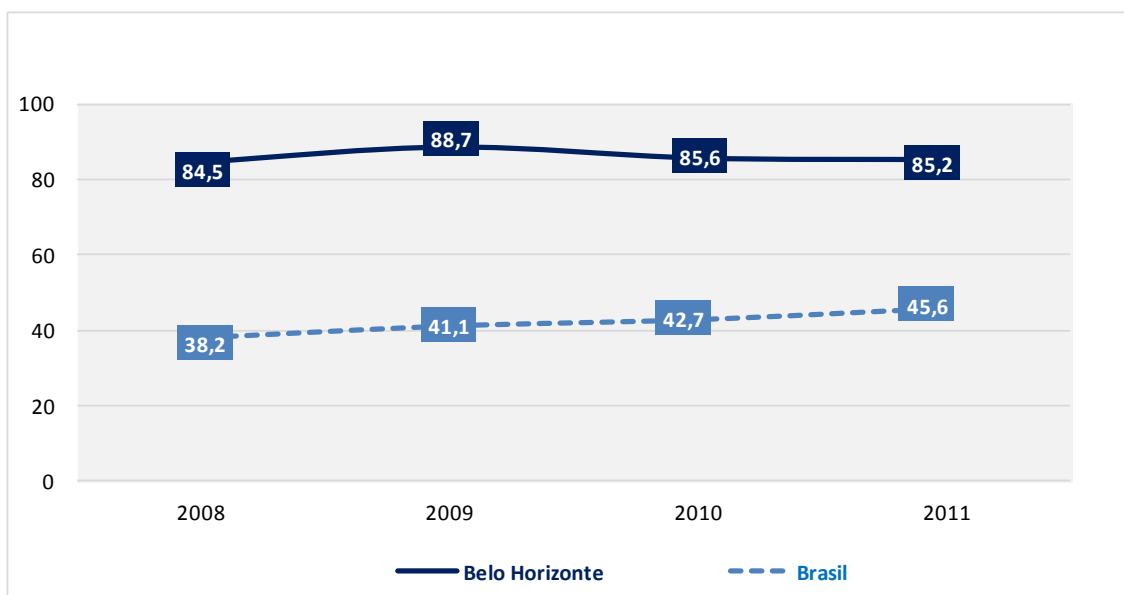
- O estudo de capacidade de carga ou suporte não é aplicado ao principal atrativo natural, fator que, uma vez trabalhado, poderia minimizar o impacto da atividade turística sobre os recursos;
- O entorno do principal atrativo natural indicado carece de sistema de coleta de esgoto, para que se evite o despejo observado na Lagoa da Pampulha;
- Necessidade de adequação dos quesitos de acessibilidade adotados no Parque Ecológico da Pampulha aos parâmetros recomendados pelo MTur;
- Não há condições de acessibilidade para pessoas com deficiência no principal atrativo cultural indicado – Conjunto Arquitetônico da Pampulha.

3.6 Marketing e promoção do destino

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

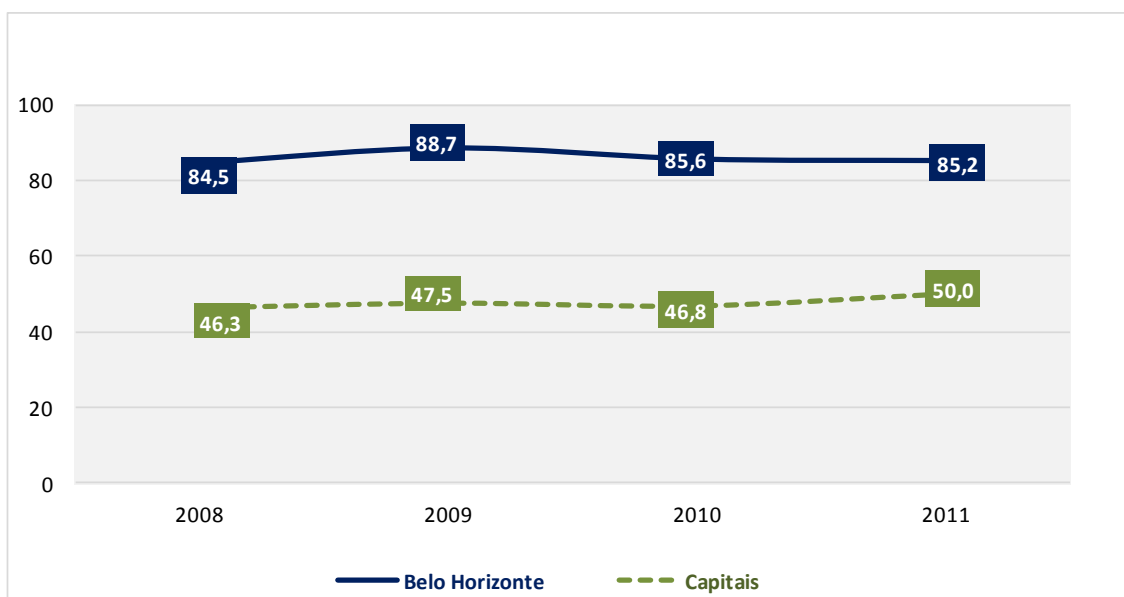
Em *Marketing e promoção do destino*, a média Brasil em 2011 foi 45,6. Belo Horizonte registrou 85,2 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Existência de um plano de marketing formal, com metas e responsabilidades definidas, elaborado com a colaboração de diversos atores, fundamentado em pesquisa sobre a demanda turística, que contempla a relação com agências e operadoras, com indicadores de desempenho definidos e com diversas ações previstas já executadas – criação de marca e elaboração de material promocional;
- O destino participou de eventos regionais, estaduais, nacionais e internacionais nos últimos dois anos;
- Há participação contínua em feiras e eventos não voltados ao setor de turismo, de forma a ampliar a promoção do destino no mercado especializado nacional;
- Os resultados dos eventos dos quais o destino participa são avaliados por meio de contagem de visitantes e de contatos estabelecidos. Esta prática ocorre em eventos de turismo e em eventos de outros setores não diretamente ligados ao turismo;
- O destino turístico produziu, nos últimos 5 anos, eventos próprios para se promover fora de seu território, como o Casa de Minas, em São Paulo;
- Existe material promocional institucional disponível em idioma estrangeiro, que deixa claro ao visitante a preocupação com a prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes;
- É produzido material promocional que apresenta a estrutura disponível para eventos;
- O material promocional do destino passa por revisão ortográfica profissional, tanto em português como em idioma estrangeiro;
- Disponibilidade de uma agenda de eventos disponível para consulta gratuitamente, tanto impressa quanto *on-line*;
- Belo Horizonte oferece ao turista uma central telefônica de informações turísticas através da qual os visitantes podem obter informações sobre atrativos, equipamentos e serviços disponíveis no destino;
- A página institucional do município na internet – acessível pelo endereço www.pbh.gov.br – traz informações turísticas sobre o destino;
- Existência de uma página oficial de turismo do destino, acessível pelo endereço www.belo Horizonte.mg.gov.br.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

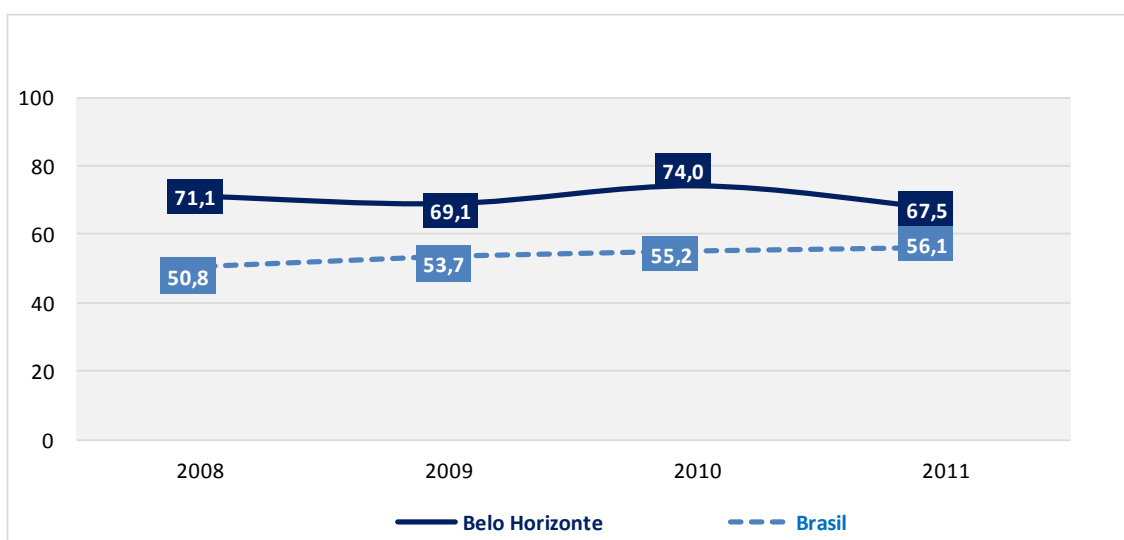
- O material promocional do destino Belo Horizonte não alerta o visitante sobre a importância de preservar o meio ambiente;
- Faltam ações no ambiente virtual que deixem claro aos potenciais turistas a preocupação do destino em prevenir a exploração sexual de crianças e adolescentes no turismo e em preservar o meio ambiente.

3.7 Políticas públicas

Para avaliar a dimensão *Políticas públicas* foram considerados os seguintes aspectos: (i) estrutura municipal para apoio ao turismo; (ii) grau de cooperação com o governo estadual; (iii) grau de cooperação com o governo federal; (iv) planejamento para a cidade e para a atividade turística; e (v) grau de cooperação público-privada.

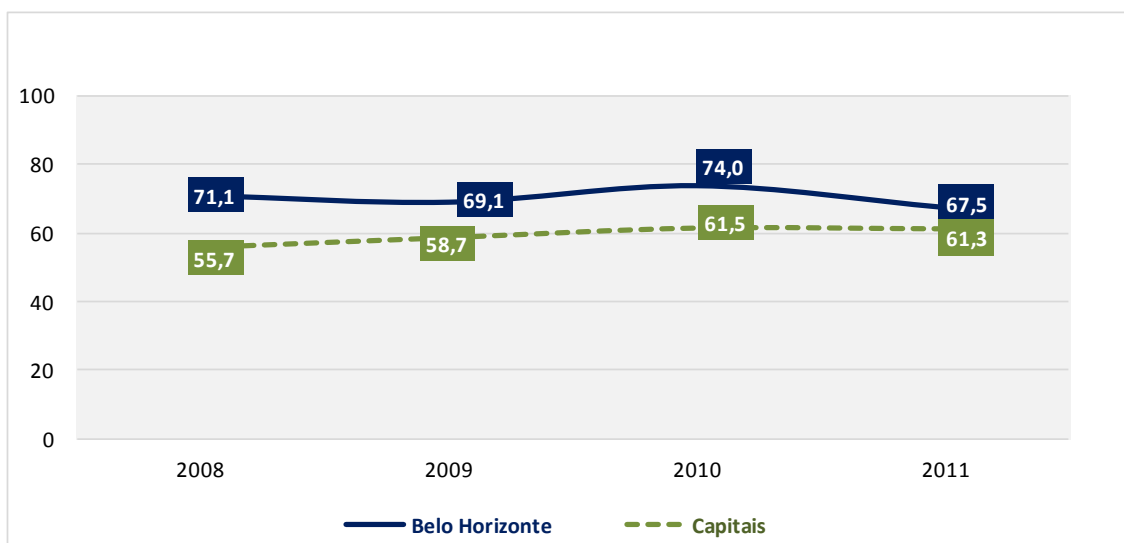
Em *Políticas públicas*, a média Brasil em 2011 foi 56,1. Belo Horizonte registrou 67,5 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Existência de uma empresa municipal com a atribuição exclusiva de coordenar e incentivar o desenvolvimento do turismo e que dispõe de recurso próprio – Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte – Belotur;
- No ano anterior, a Belotur desenvolveu projetos em conjunto com secretarias municipais em atividades relacionadas ao turismo, entre eles, o projeto de sinalização turística viária, realizado em parceria com a Secretaria Municipal de Transportes;
- Presença de uma instância de governança local ativa – em formato de Conselho de Turismo – dedicada ao acompanhamento da atividade turística;
- Houve, no ano anterior, investimentos diretos do governo estadual em projetos que visavam a competitividade do turismo;
- Além de atuar em cooperação com o Ministério do Turismo em programas ou convênios, o destino registrou investimentos diretos do governo federal em projetos ligados ao turismo no ano anterior;
- O destino participou de programa de modernização administrativa ou fiscal – PMAT – na gestão municipal nos últimos cinco anos;

- Foram realizadas ações executadas em parceria com a iniciativa privada ou com entidades de classe representativas do setor ao longo do ano anterior.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

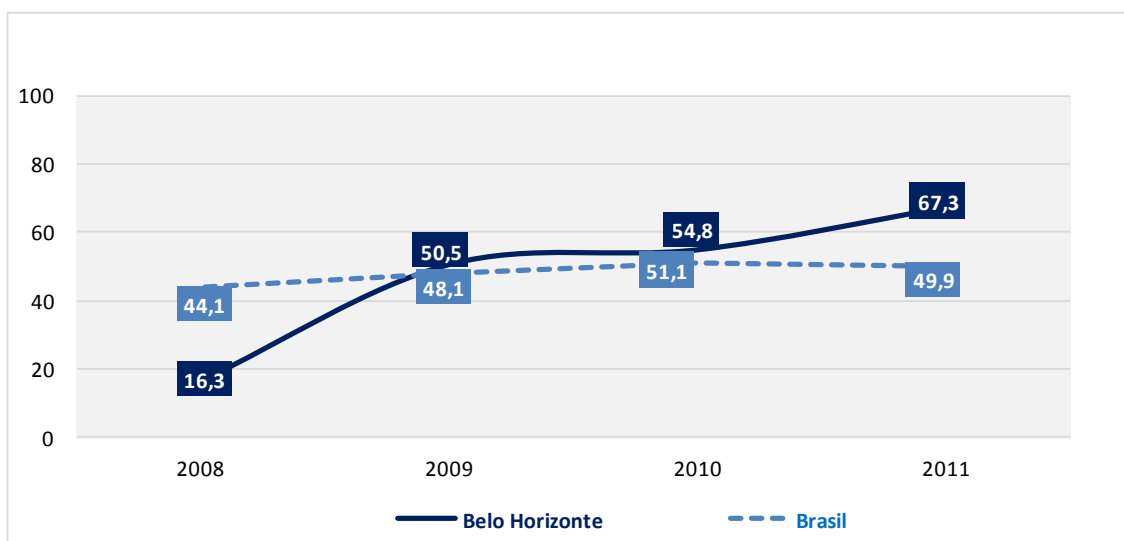
- O destino não recebeu recursos de emendas parlamentares para o turismo no ano anterior, segundo lei orçamentária anual de 2010;
- O Plano Diretor Municipal encontra-se desatualizado, ainda que exista um projeto de revisão desse plano em pauta de votações;
- Belo Horizonte não desenvolve ações da Política Municipal de Turismo em vigor, que define diretrizes e metas do setor para os próximos anos.

3.8 Cooperação regional

O *Índice de Competitividade* analisou as seguintes variáveis referentes à *Cooperação regional*: (i) governança; (ii) projetos de cooperação regional; (iii) planejamento turístico regional; (iv) roteirização; e (v) promoção e apoio à comercialização de forma integrada.

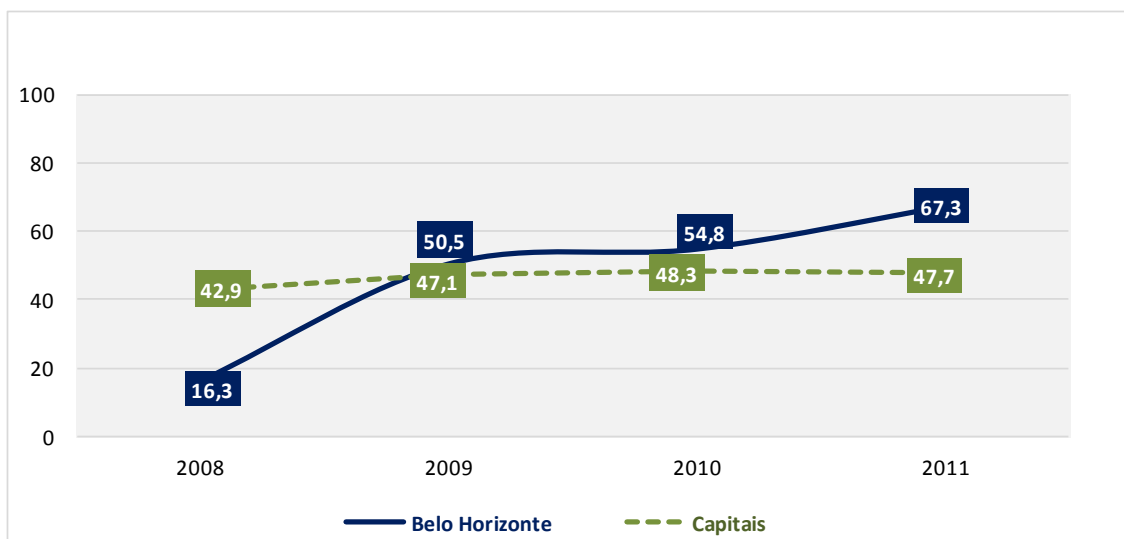
Em *Cooperação regional*, a média Brasil em 2011 foi 49,9. Belo Horizonte registrou 67,3 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- O destino faz parte de uma instância de governança regional – Circuito Turístico de Belo Horizonte – que conta com a participação ativa dos gestores municipais do destino;
- A instância regional dispõe de um gestor executivo com dedicação parcial à coordenação e realiza parcerias com os setores públicos e privados do município;
- A instância está representada no Conselho Estadual de Turismo;
- Existem projetos de cooperação regional compartilhados entre o município avaliado e outros destinos. Dentre os principais projetos estão o Escadaria e o BH+1dia;
- Existência de um plano de desenvolvimento turístico integrado para o Circuito de Belo Horizonte;
- Além disso, o destino integra roteiros regionais, comercializados por operadores e agências, elaborados com informações de um inventário ou cadastro da oferta turística, estruturados com a participação de atores do *trade* turístico;
- No ano anterior, o destino participou de eventos para a promoção e comercialização dos roteiros regionais dos quais faz parte;
- O destino produz material promocional dos roteiros turísticos dos quais faz parte.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

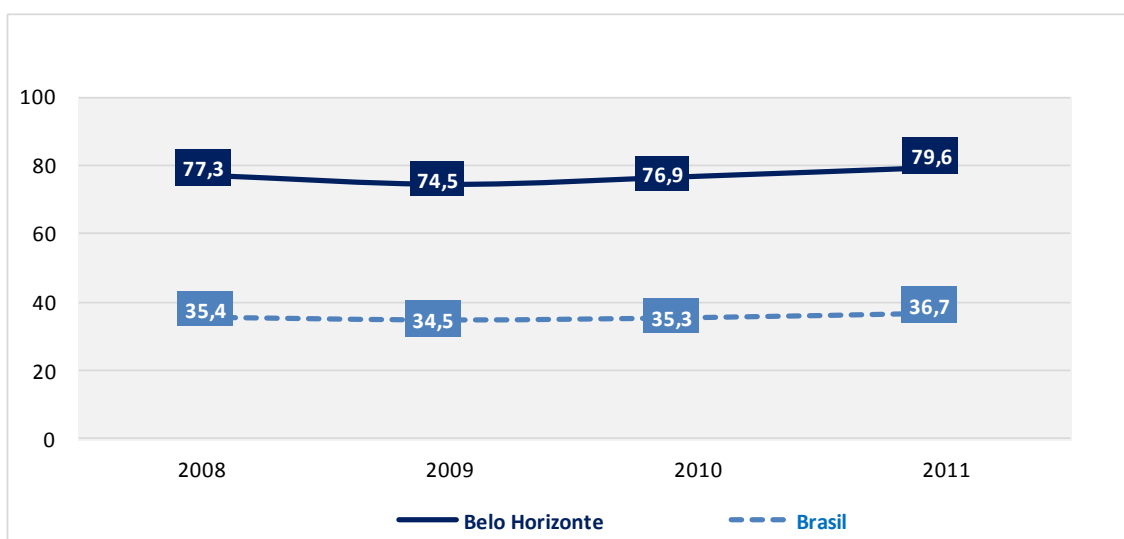
- O fato de a instância de governança regional – Circuito Turístico de Belo Horizonte – não manter reuniões periódicas e não dispor de um gestor executivo com dedicação exclusiva à coordenação;
- O destino não participou de consórcio público ligado a projetos turísticos com outro destino do entorno;
- Os roteiros regionais dos quais o destino faz parte não considerou questões de sustentabilidade, nem o monitoramento dos impactos econômicos, socioculturais e ambientais, como a elaboração de Estudo de Impacto Ambiental (EIA).

3.9 Monitoramento

Na dimensão *Monitoramento* foram analisados os seguintes quesitos: (i) pesquisa de demanda; (ii) pesquisa de oferta; (iii) sistema de estatísticas do turismo; (iv) medição dos impactos da atividade turística; e (v) setor específico de estudos e pesquisas.

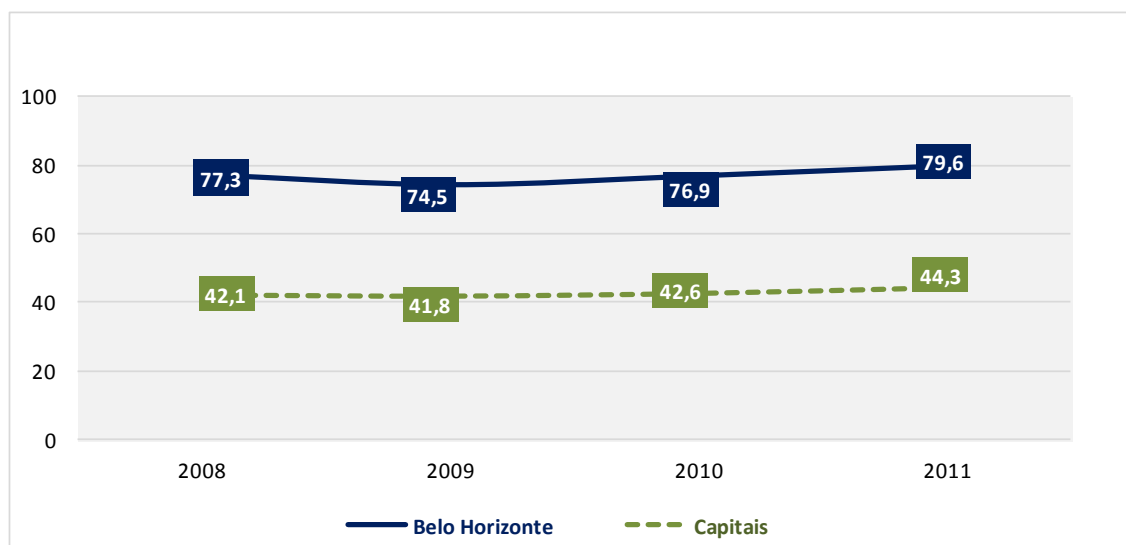
Em *Monitoramento*, a média Brasil em 2011 foi 36,7. Belo Horizonte registrou 79,6 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



Na dimensão *Monitoramento*, o indicador de Belo Horizonte foi influenciado de forma positiva por diversos fatores, entre os quais:

- É realizada pesquisa de demanda periódica, levantamento que gera dado relevante para o planejamento do turismo no destino;
- Existência de pesquisa de oferta – inventário e cadastramento – atualizada;
- Aproveitamento e divulgação dos dados coletados nas pesquisas de demanda e de oferta em planejamento, políticas públicas, ações de marketing e promoção, etc.;
- O destino conta com um sistema de indicadores de desempenho para o setor de turismo;
- Disponibilidade de um conjunto técnico de estatísticas turísticas de Belo Horizonte;
- É realizado acompanhamento contínuo dos objetivos da política em turismo em nível municipal;
- Há monitoramento periódico dos impactos econômicos gerados pelo turismo, realizado pelo Instituto Estrada Real;
- Há monitoramento periódico dos impactos sociais gerados pelo turismo, realizado pelo *Convention & Visitors Bureau* de Belo Horizonte, apesar de não ser aproveitado pela administração pública local;

- A administração pública local possui um setor específico de estudos que realiza pesquisas em turismo há mais de cinco anos.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

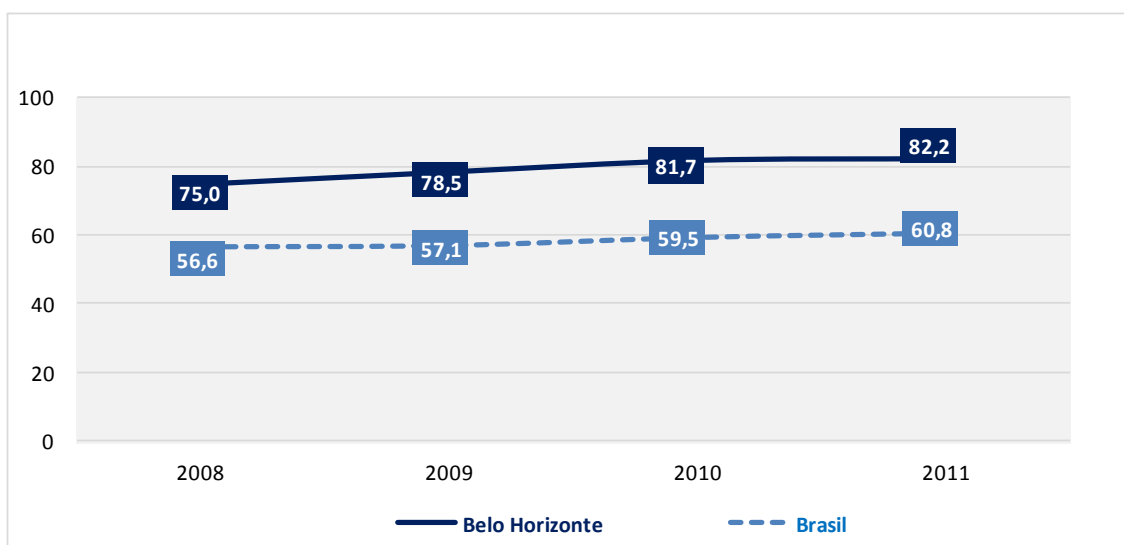
- Não há relatórios de conjuntura turística dos segmentos relacionados ao turismo;
- O destino não acompanha os objetivos da política em turismo em nível estadual e em nível federal;
- Não há monitoramento dos impactos ambientais e culturais gerados pelo turismo.

3.10 Economia local

Para avaliar a dimensão *Economia local* foram considerados os seguintes aspectos: (i) aspectos da economia local; (ii) infraestrutura de comunicação; (iii) infraestrutura e facilidades para negócios; e (iv) empreendimentos ou eventos alavancadores.

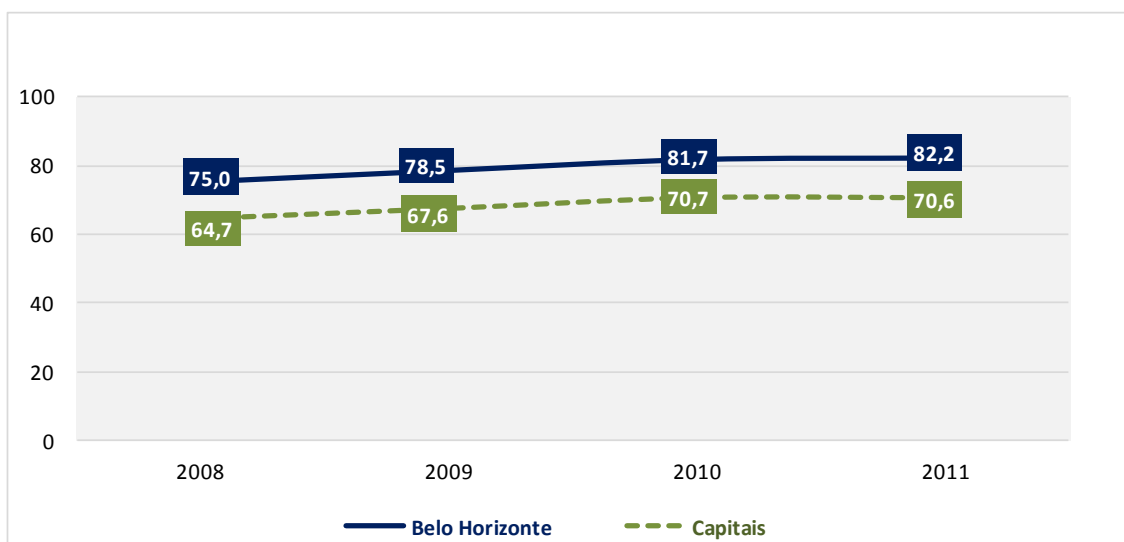
Em *Economia local*, a média Brasil em 2011 foi 60,8. Belo Horizonte registrou 82,2 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Oferta de serviços de acesso à internet em banda larga no destino;
- Disponibilidade de acesso gratuito à internet em locais públicos;
- Presença de caixas eletrônicos de autoatendimento disponíveis 24 horas para saques com cartões de crédito internacionais;
- Existência de casas de câmbio para turistas estrangeiros;
- O destino aplica políticas de incentivo à formalização de estabelecimentos comerciais e de prestadores de serviços, com apoio do Sebrae;
- São oferecidos benefícios financeiros locais ou regionais (linhas especiais de financiamento) para empreendimentos e serviços ligados ao setor;
- Atuação de um *Convention & Visitors Bureau* exclusivo da região metropolitana de Belo Horizonte;
- Existência de polos de informática e proximidade a polos físicos de produção metalúrgica, significativos para movimentar a economia local, que tende a gerar fluxo turístico receptivo em consequência de sua existência.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador está:

- O destino não oferece benefícios de isenção ou redução de impostos ou taxas para as atividades características do turismo.

Além deste fator, dados econômicos de fontes secundárias também foram observados, como o PIB, PIB *per capita* e volume de operações de crédito².

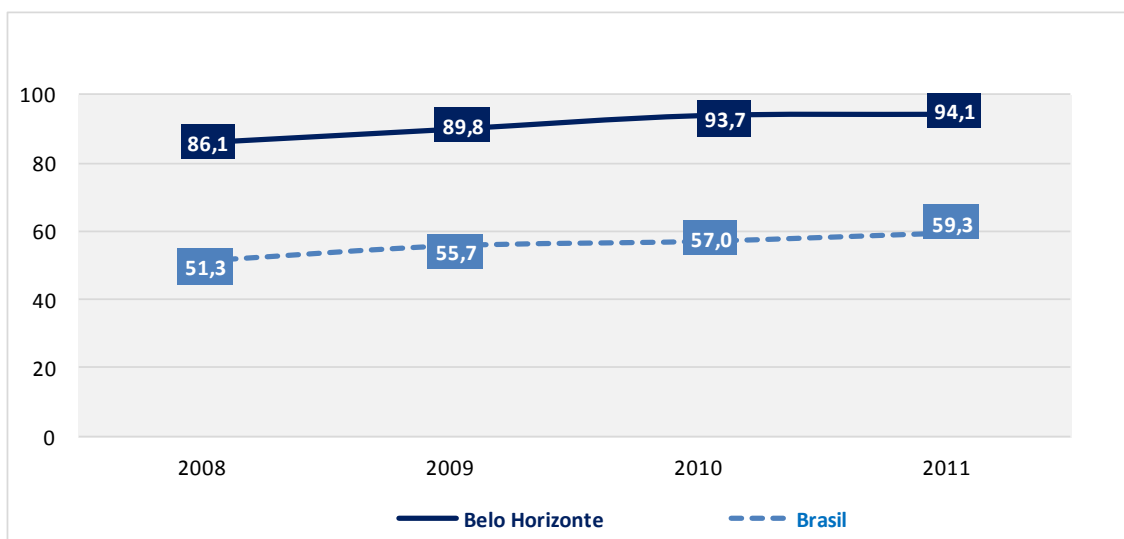
3.11 Capacidade empresarial

O *Índice de Competitividade* analisou os seguintes quesitos referentes à *Capacidade empresarial*: (i) capacidade de qualificação e aproveitamento do pessoal local; (ii) presença de grupos nacionais e internacionais do setor de turismo; (iii) concorrência e barreiras de entrada; e (iv) presença de empresas de grande porte, filiais ou subsidiárias.

Em *Capacidade empresarial*, a média Brasil em 2011 foi 59,3. Belo Horizonte registrou 94,1 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

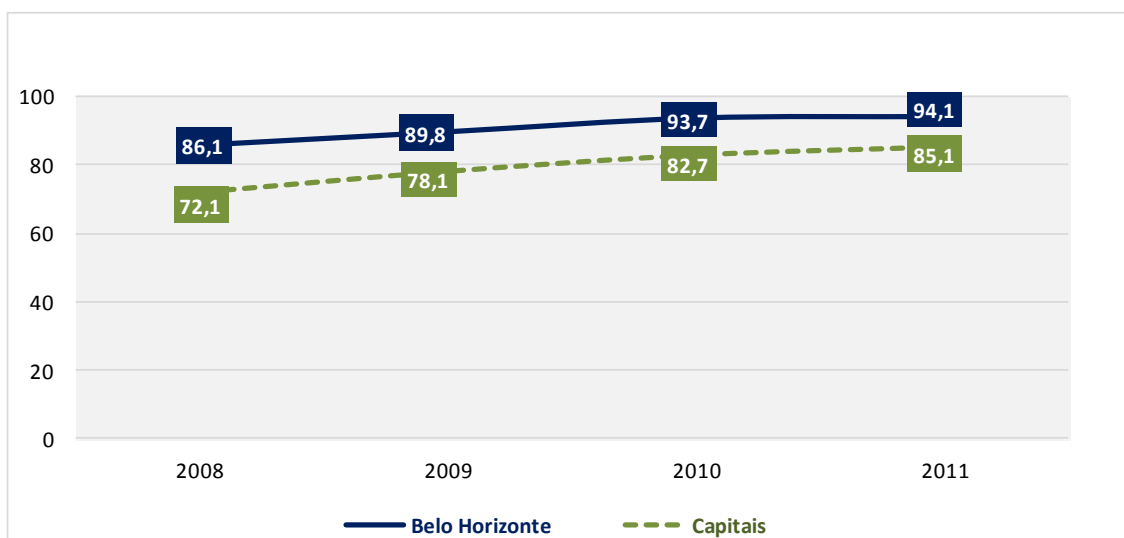
² Nas perguntas que consideraram tais dados, a pontuação foi atribuída por meio da utilização do método estatístico de quartil. Sendo assim, em algumas destas questões, o destino não se enquadrou no quartil equivalente à pontuação máxima da questão.

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



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

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



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

- Presença de instituições de ensino com programas regulares de formação técnica, superior e de cursos livres e a oferta de escolas de formação em idioma estrangeiro;
- Em entrevistas com o empresariado local, foi constatado que existe pessoal local qualificado para trabalhar em cargos administrativos em meios de hospedagem, agências ou operadoras e estabelecimentos de alimentos e bebidas;
- Aplicação de programa de qualificação especificamente voltado para empresários ou gerentes de empreendimentos turísticos, promovido pela própria Belotur;
- Presença de grupos nacionais e internacionais do setor de turismo, como redes de locação de automóveis, cadeias de restaurantes e redes de meios de hospedagem;
- 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.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Carência de pessoal local qualificado para trabalhar em cargos de gerência em estabelecimentos de alimentos e bebidas;
- Não existem adensamentos de empreendimentos turísticos que fomentem o empreendedorismo como arranjos produtivos locais;
- Foram sinalizadas barreiras à entrada de novos empreendimentos turísticos – entre elas a falta de terrenos e de escassez de mão de obra qualificada disponível, além de dificuldades para obtenção de licenciamento ambiental.

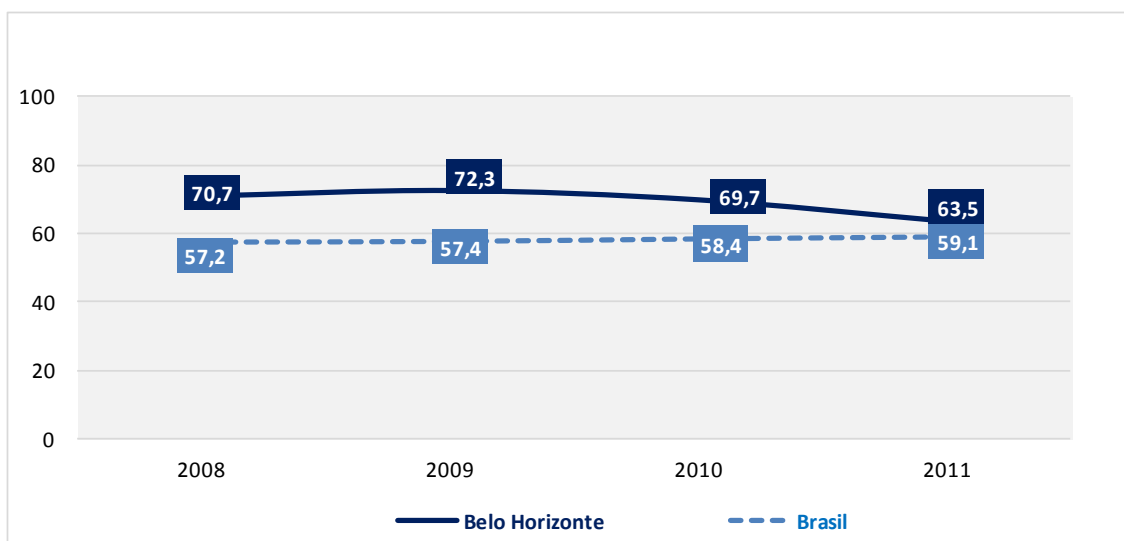
3.12 Aspectos sociais

O *Índice de Competitividade* analisou as seguintes variáveis referentes aos *Aspectos sociais*: (i) acesso à educação; (ii) empregos gerados pelo turismo; (iii) política de enfrentamento e prevenção à exploração sexual infanto-juvenil; (iv) uso de atrativos e

equipamentos turísticos pela população; e (v) cidadania, sensibilização e participação na atividade turística.

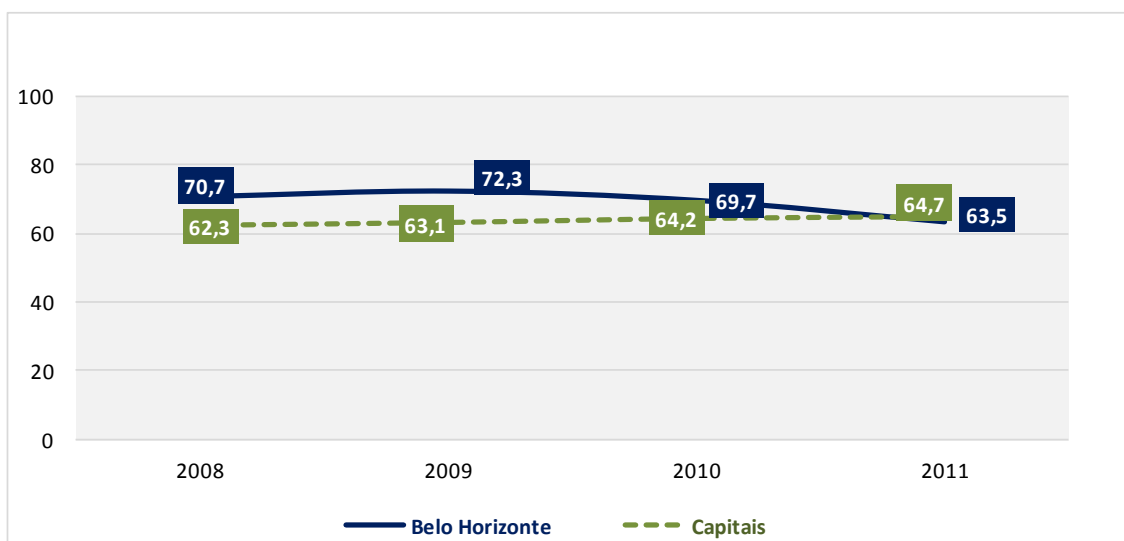
Em *Aspectos sociais*, a média Brasil em 2011 foi 59,1. Belo Horizonte registrou 63,5 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- São realizados investimentos em educação além do percentual obrigatório de 25%;
- Adoção de políticas de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes por parte do poder público municipal;
- Aplicação de programa específico de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes no turismo, que conta com o apoio da iniciativa privada, do terceiro setor e do poder público;
- A população local se envolve na elaboração do orçamento participativo.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Houve relatos de que há no destino utilização de mão de obra informal durante a alta temporada;
- Ausência de programas de incentivo ao uso dos equipamentos turísticos pela população local;
- Não há sensibilização dos cidadãos sobre os impactos da atividade turística para o destino, tanto positivos quanto negativos e não há sensibilização do turista sobre o respeito à comunidade local, à cultura e ao patrimônio;

- Não há envolvimento da comunidade com o desenvolvimento da atividade turística, o que poderia acontecer por meio de associações de moradores, sindicatos, ONGs/OSCIPs ou cooperativas.

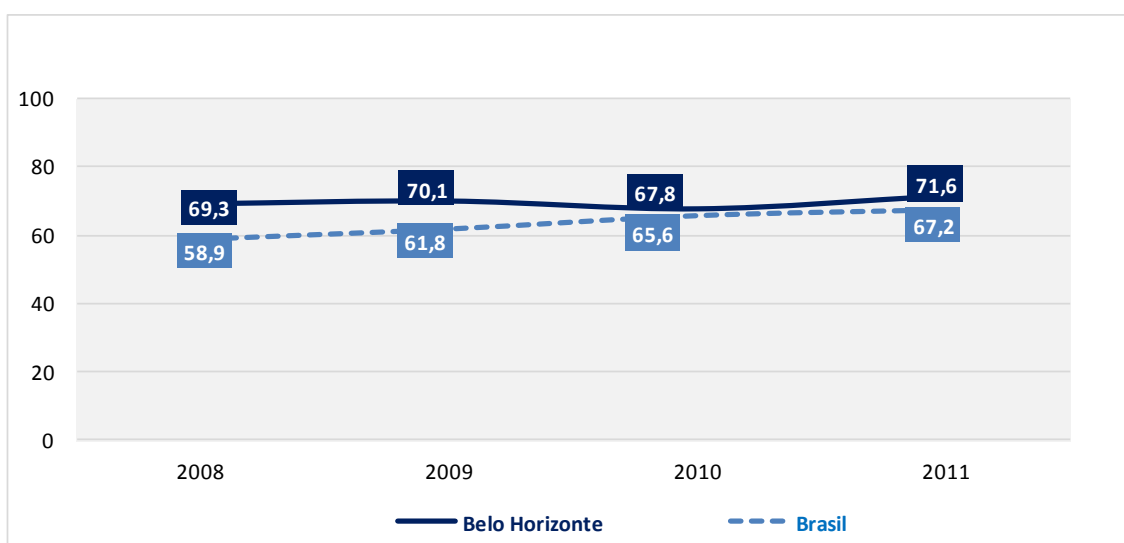
Além destes fatores, também foram considerados indicadores sociais do município, como percentual de habitantes com acesso ao ensino, Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB) e Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M), dentre outros.

3.13 Aspectos ambientais

Para avaliar a dimensão *Aspectos ambientais* foram considerados os seguintes aspectos: (i) estrutura e legislação municipal de meio ambiente; (ii) atividades em curso potencialmente poluidoras; (iii) rede pública de distribuição de água; (iv) rede pública de coleta e tratamento de esgoto; (v) coleta e destinação pública de resíduos; e (vi) unidades de conservação no território municipal.

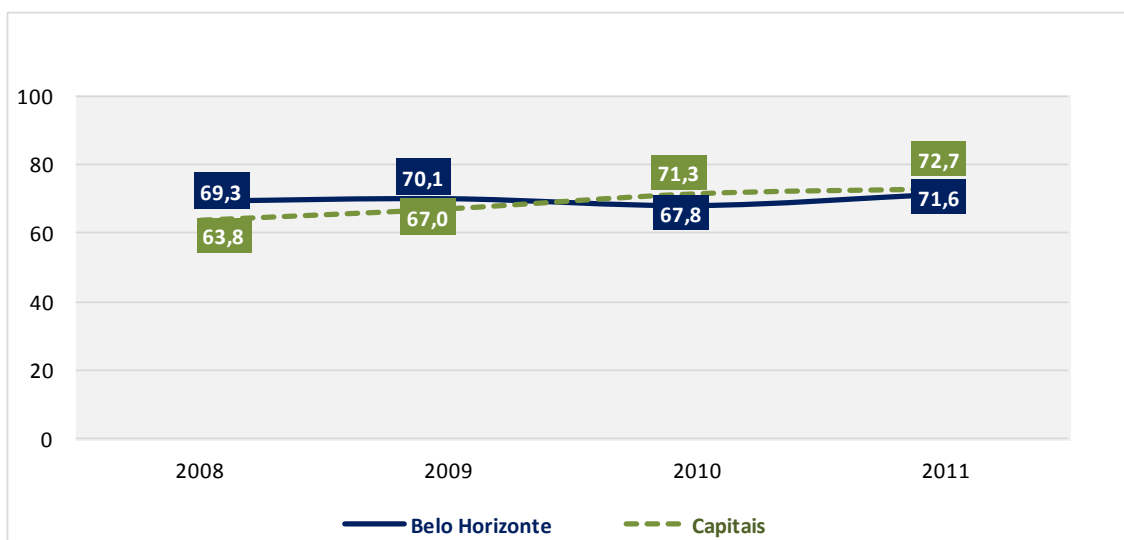
Em *Aspectos ambientais*, a média Brasil em 2011 foi 67,2. Belo Horizonte registrou 71,6 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Presença de um órgão municipal – Secretaria Municipal de Meio Ambiente – com atribuição exclusiva de coordenar ou incentivar a preservação do meio ambiente e dotado de recurso próprio;
- Presença de Conselho Municipal de Meio Ambiente atuante;
- Disponibilidade de um Fundo Municipal para o Meio Ambiente efetivo – cujos recursos estão disponíveis para serem aplicados;
- Existência de um Código Ambiental Municipal ou similar – contra o qual não há ação judicial pública;
- O município possui uma rede pública de distribuição de água, equipada com estações de tratamento;
- Há estação de tratamento de água para a sua reutilização nos conjuntos construídos pelo programa Minha Casa, Minha Vida;
- O destino é atendido por um sistema público de coleta de esgoto com configuração de separador absoluto;

- Existência de política de monitoramento da balneabilidade em ambientes naturais (como rios, lagoas ou cachoeiras);
- Tratamento de resíduos hospitalares;
- Disponibilidade de serviços de coleta seletiva residencial;
- São realizadas campanhas de educação ambiental periódicas;
- Presença de Unidades de Conservação com atividade turística em território municipal – como o Parque Municipal das Mangabeiras –, detentora de conselho gestor e onde há aplicação de plano de manejo.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

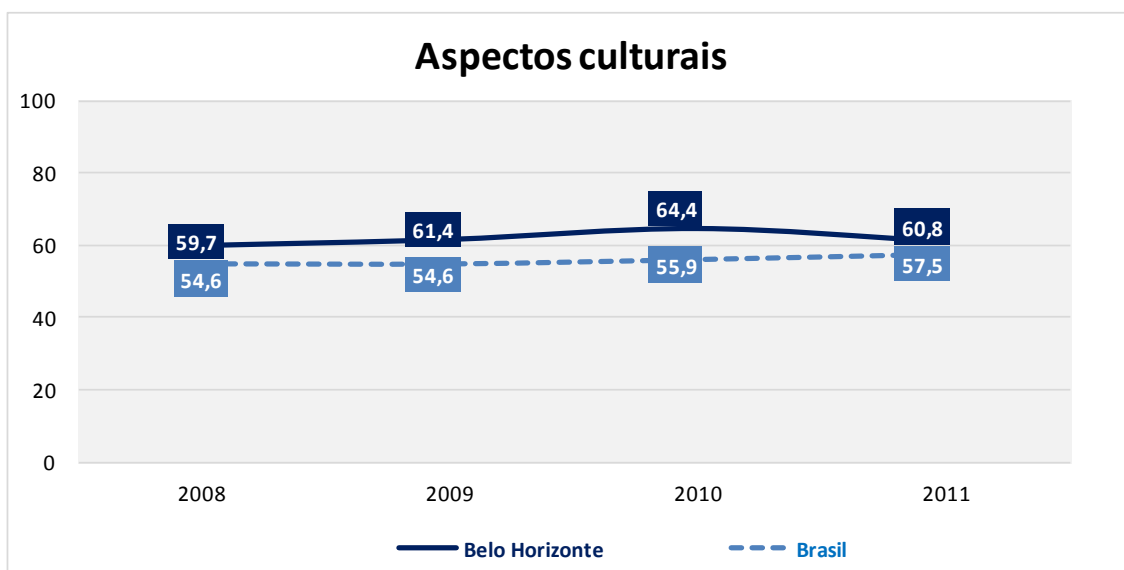
- A secretaria municipal com atribuição de coordenar ou incentivar a preservação do meio ambiente não desenvolve parcerias, projetos ou atividades relacionadas ao turismo em conjunto com a Belotur;
- Ausência de legislação específica para a adoção de fontes de energia limpa ou renovável em estabelecimentos públicos ou privados;
- Presença de atividades potencialmente poluidoras, com alvará de funcionamento ou de localização no território municipal, como retirada fluvial de areia, cimenteira e siderúrgica;
- Os resíduos sólidos residenciais e comerciais são destinados para um aterro controlado sem estrutura nem capacidade suficiente.

3.14 Aspectos culturais

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

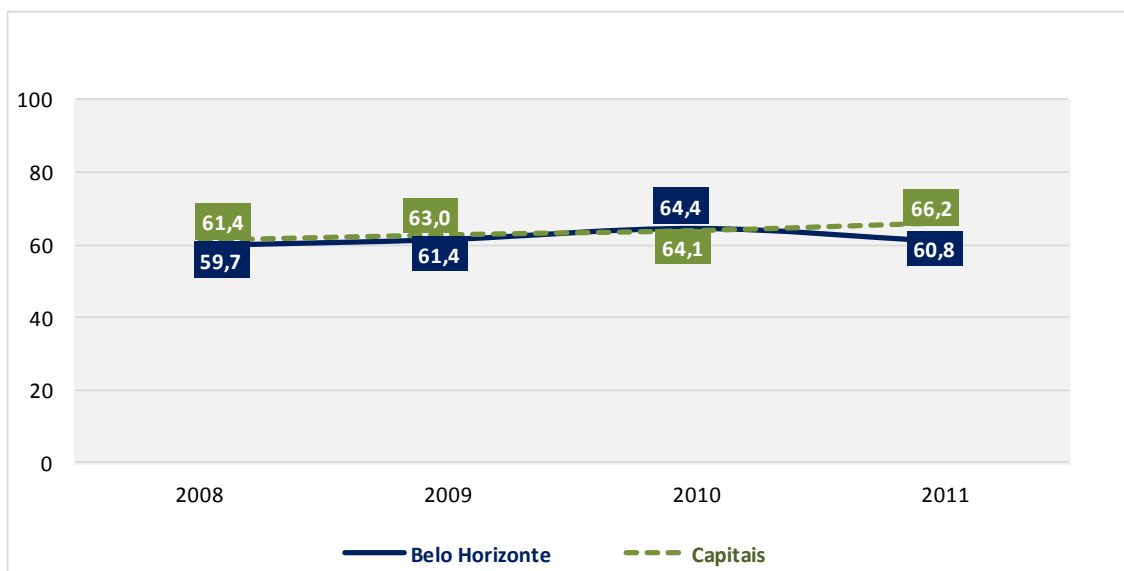
Em *Aspectos culturais*, a média Brasil em 2011 foi 57,5. Belo Horizonte registrou 60,8 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- O destino apresenta tradições culturais evidentes e típicas da região onde está inserida, entre elas a dança de quadrilha e a quantidade e frequência de bares de rua;
- Existem manifestações religiosas no destino – caminhadas pela paz, Semana Santa e Marcha para Jesus – que atraem fluxo turístico;
- Presença de grupos artísticos de manifestação popular tradicional, como os grupos Corpo, Galpão e Giramundo;
- Existência de patrimônio imaterial registrado – a localização e ambiência do Mercado Central, o modo de fazer teatro de bonecos e o ofício de lambe-lambe – que se constitui em atrativo turístico, para o qual são aplicadas políticas de preservação de bens culturais imateriais;
- Existência de patrimônio artístico tombado – Conjunto Arquitetônico da Pampulha, construções de autoria do arquiteto Oscar Niemeyer – considerado atrativo turístico;
- Existência de sítios arqueológicos pré-coloniais registrados;
- Existência de bens tombados como patrimônio histórico, como os casarios e o conjunto da Praça da Liberdade;
- Presença de um órgão da administração local com atribuição exclusiva de incentivar o desenvolvimento da cultura e que dispõe de recurso próprio – Fundação Municipal de Cultura;
- O destino aplica política municipal de cultura, que dentre outros benefícios ajuda a manter um calendário de manifestações culturais;
- Existência de legislação municipal de cultura e Fundo Municipal de Cultura, este último exclusivo e efetivo;
- Existe projeto de implementação de turismo cultural.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- O órgão da administração local com atribuição de incentivar o desenvolvimento da cultura não compartilhou projetos ou atividades em conjunto com o órgão gestor do turismo no município em 2010;
- O destino não aderiu ao Sistema Nacional de Cultura;

- Não há monitoramento da utilização turística do patrimônio cultural aplicando controle de capacidade de suporte ou carga.

4. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE

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

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

Se a análise for realizada sobre as 13 dimensões avaliadas por este estudo, é possível observar que houve evolução nos resultados dos últimos dois anos em *Acesso, Atrativos turísticos, Cooperação regional, Monitoramento e Aspectos ambientais*.

As dimensões *Infraestrutura geral, Marketing e promoção do destino, Economia local e Capacidade empresarial* registraram estabilidade de resultados em 2011 em relação a 2010.

Por fim, foi possível observar que as dimensões *Serviços e equipamentos turísticos, Políticas públicas, Aspectos sociais e Aspectos culturais* apresentaram regressão de indicadores quando avaliadas as edições de 2011 e 2010.

Tabela 1. Índices de competitividade do destino e médias Brasil e capitais

| Dimensões | Brasil | | | | Capitais | | | | Belo Horizonte | | | |
|------------------------------------|--------|------|------|------|----------|------|------|------|----------------|------|------|------|
| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
| Índice geral | 52,1 | 54,0 | 56,0 | 57,5 | 59,5 | 61,9 | 64,1 | 65,5 | 69,0 | 72,6 | 74,9 | 75,5 |
| Infraestrutura geral | 63,8 | 64,6 | 65,8 | 68,4 | 70,5 | 71,3 | 74,3 | 75,8 | 80,5 | 80,6 | 83,7 | 83,8 |
| Acesso | 55,6 | 58,1 | 60,5 | 61,8 | 66,9 | 69,9 | 72,0 | 74,0 | 69,2 | 73,1 | 75,7 | 80,6 |
| Serviços e equipamentos turísticos | 44,8 | 46,8 | 50,8 | 52,0 | 56,8 | 59,4 | 63,3 | 64,1 | 72,9 | 72,0 | 75,4 | 71,1 |
| Atrativos turísticos | 58,2 | 59,5 | 60,5 | 62,0 | 56,6 | 58,5 | 59,5 | 61,3 | 57,4 | 60,3 | 66,6 | 70,1 |
| Marketing e promoção do destino | 38,2 | 41,1 | 42,7 | 45,6 | 46,3 | 47,5 | 46,8 | 50,0 | 84,5 | 88,7 | 85,6 | 85,2 |
| Políticas públicas | 50,8 | 53,7 | 55,2 | 56,1 | 55,7 | 58,7 | 61,5 | 61,3 | 71,1 | 69,1 | 74,0 | 67,5 |
| Cooperação regional | 44,1 | 48,1 | 51,1 | 49,9 | 42,9 | 47,1 | 48,3 | 47,7 | 16,3 | 50,5 | 54,8 | 67,3 |
| Monitoramento | 35,4 | 34,5 | 35,3 | 36,7 | 42,1 | 41,8 | 42,6 | 44,3 | 77,3 | 74,5 | 76,9 | 79,6 |
| Economia local | 56,6 | 57,1 | 59,5 | 60,8 | 64,7 | 67,6 | 70,7 | 70,6 | 75,0 | 78,5 | 81,7 | 82,2 |
| Capacidade empresarial | 51,3 | 55,7 | 57,0 | 59,3 | 72,1 | 78,1 | 82,7 | 85,1 | 86,1 | 89,8 | 93,7 | 94,1 |
| Aspectos sociais | 57,2 | 57,4 | 58,4 | 59,1 | 62,3 | 63,1 | 64,2 | 64,7 | 70,7 | 72,3 | 69,7 | 63,5 |
| Aspectos ambientais | 58,9 | 61,8 | 65,6 | 67,2 | 63,8 | 67,0 | 71,3 | 72,7 | 69,3 | 70,1 | 67,8 | 71,6 |
| Aspectos culturais | 54,6 | 54,6 | 55,9 | 57,5 | 61,4 | 63,0 | 64,1 | 66,2 | 59,7 | 61,4 | 64,4 | 60,8 |

Fonte: FGV, MTur, Sebrae 2012

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



Ministério do
Turismo

