

ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE
DO TURISMO NACIONAL

65 DESTINOS INDUTORES
DO DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO REGIONAL

BONITO

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	18
3.6 Marketing e promoção do destino.....	21
3.7 Políticas públicas.....	23
3.8 Cooperação regional	25
3.9 Monitoramento.....	28
3.10 Economia local	30
3.11 Capacidade empresarial.....	32
3.12 Aspectos sociais.....	34
3.13 Aspectos ambientais	37
3.14 Aspectos culturais	40
4. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE	43

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 cidades não 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.

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 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

Bonito é um município localizado no estado do Mato Grosso do Sul, na região Centro-Oeste do país. Está distante 312 km da capital Campo Grande. Com uma população de 14.851 habitantes e 4.934,425 km² de extensão territorial, o município possui um PIB de R\$ 194.303.769,00 e PIB *per capita* de R\$ 10.924,53, segundo dados do IBGE (2010).

O destino faz parte da região turística Bonito e Serra da Bodoquena, juntamente com municípios como Bela Vista e Caracol. Os principais segmentos turísticos nos quais Bonito é comercializado são Ecoturismo e Turismo de Aventura.

Os principais atrativos de Bonito, conforme constatado durante a pesquisa de campo, são a Gruta do Lago Azul, o Rio Sucuri e o Aquário Natural, além dos eventos programados Festival de Inverno e Festival da Guavira.

Bonito conta com uma oferta de serviços e equipamentos com 54 meios de hospedagem (RAIS), 34 estabelecimentos de alimentação (RAIS) e 56 guias de turismo (CADASTUR).

3. RESULTADOS

A pesquisa em Bonito foi realizada entre os dias 22 e 26 de agosto 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.

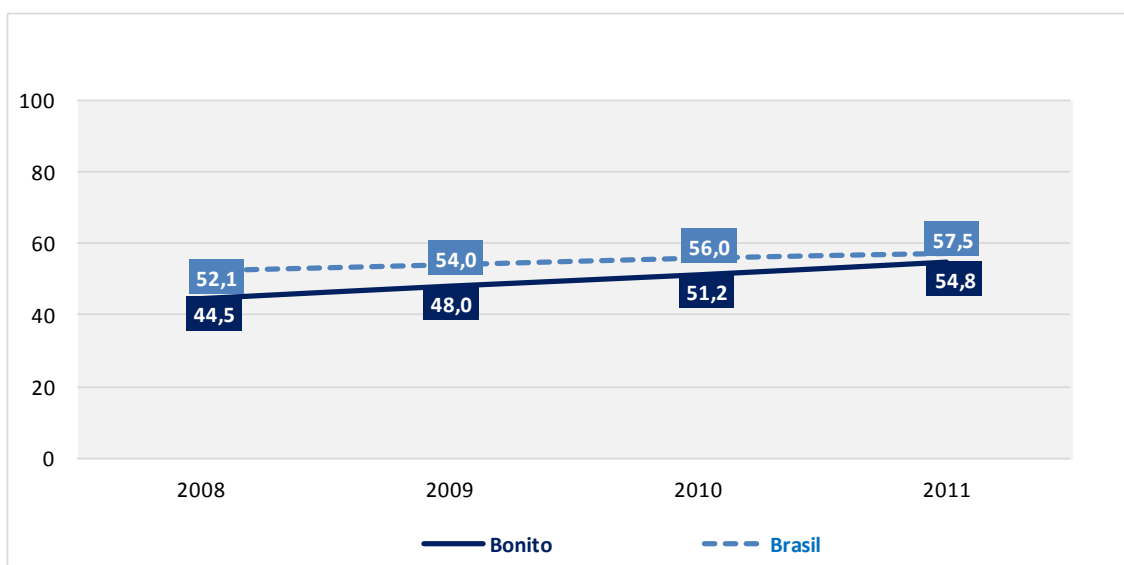
Além dos índices alcançados pelo destino em cada dimensão, serão destacados os principais fatores que contribuíram para tais resultados.

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 54,8 pontos (escala de 0 a 100). Este resultado ficou acima do índice obtido em 2010 (51,2), como é possível conferir no gráfico 1:

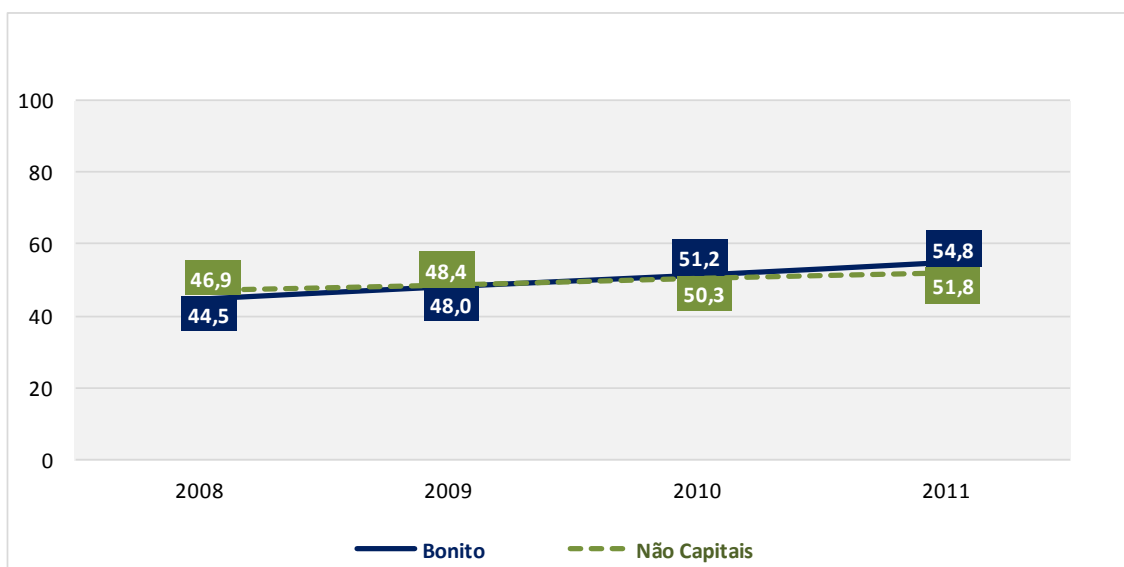
Gráfico 1. Índices gerais de competitividade – destino x Brasil: 2008-2011



É possível observar no gráfico acima o comportamento dos indicadores do destino nos últimos quatro anos da pesquisa. Em 2011, constatou-se a evolução do índice; porém, o destino manteve o seu nível de competitividade no nível 3.

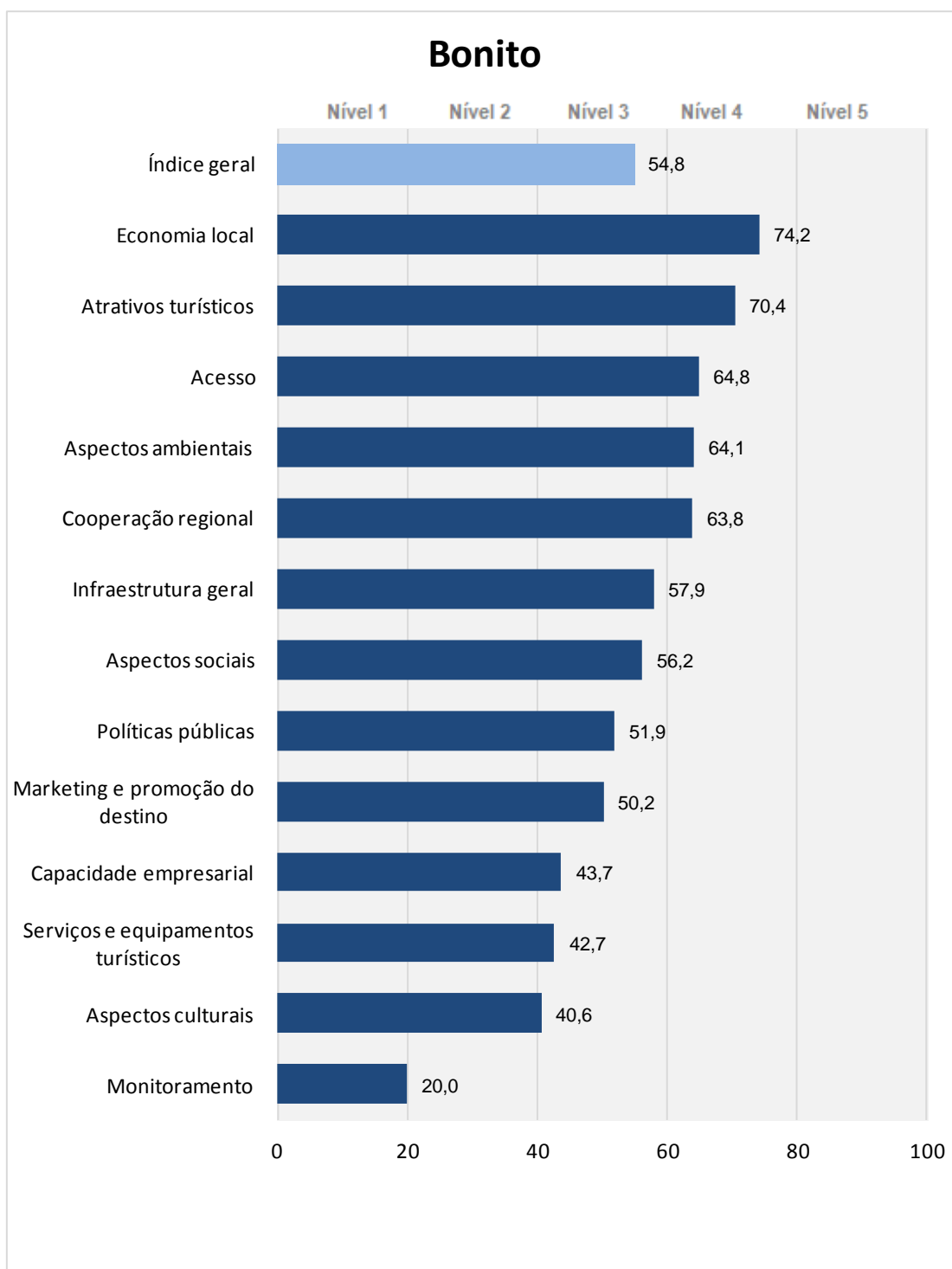
Podemos analisar o desempenho do destino juntamente com as linhas que apontam os resultados da média Brasil (gráfico 1) e das não capitais (gráfico 2), que demonstram que o índice do destino segue a tendência nacional de evolução gradual. Considerando os resultados obtidos por todas as 65 cidades avaliadas em 2011, a média Brasil, índice referencial da competitividade nacional, foi de 57,5. A média dos índices das não capitais foi de 51,8.

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



Os resultados apresentados a seguir apontam que, das 13 dimensões avaliadas, as que obtiveram melhores desempenhos, com índices acima do nível 4 (61 a 80), foram *Acesso*, *Cooperação regional*, *Atrativos turísticos*, *Economia local* e *Aspectos ambientais*, como é possível observar no gráfico 3. Por sua vez, as dimensões que enfrentam obstáculos para superar os menores níveis de competitividade são *Monitoramento* e *Aspectos culturais*, as quais não ultrapassaram o nível 2 (21 a 40).

Gráfico 3. Índices por dimensão em ordem decrescente de desempenho

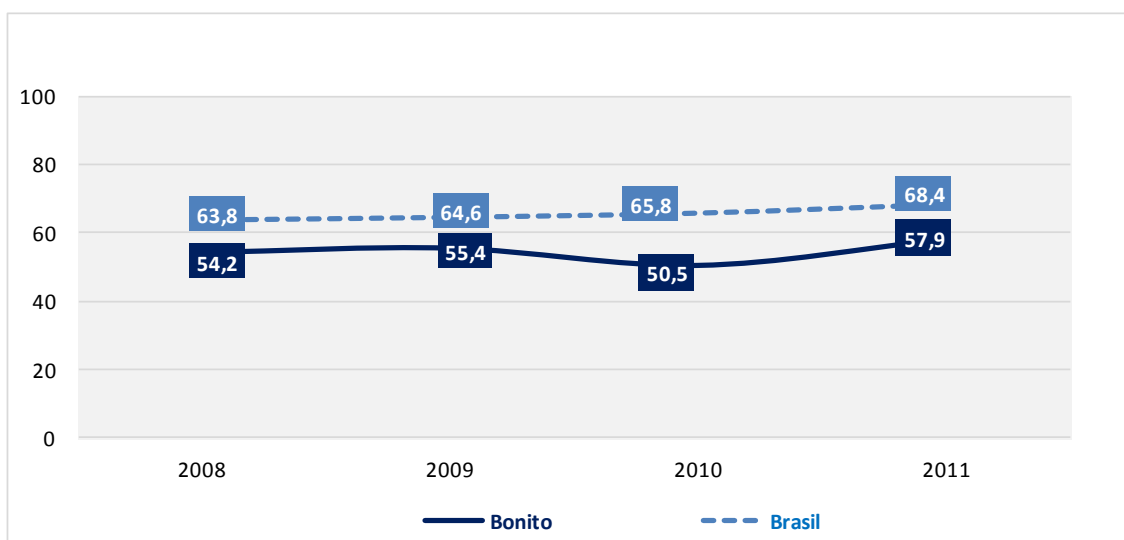


3.2 Infraestrutura geral

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

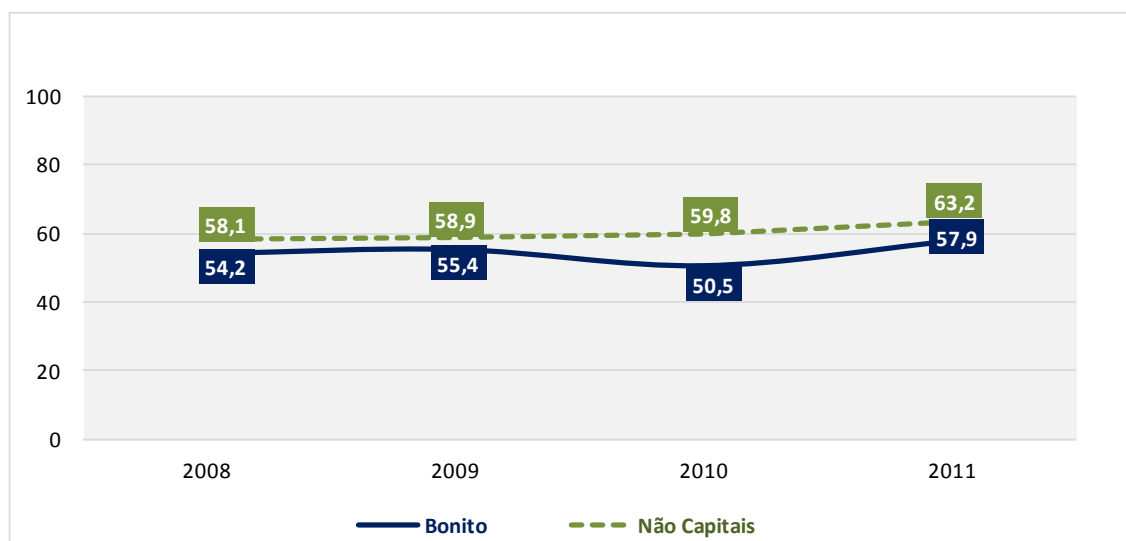
Em *Infraestrutura geral*, a média Brasil em 2011 foi 68,4. Bonito registrou 57,9 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 63,2 pontos, acima do resultado do destino nesta dimensão.

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



O indicador de Bonito 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;
- Aumento do efetivo da Polícia Militar durante a alta temporada ou durante grandes eventos;
- Aumento no número de policiais civis durante a alta temporada ou durante grandes eventos;
- Oferta adequada de lixeiras, banheiros públicos e telefones públicos no entorno das áreas turísticas;
- Oferta de elementos de drenagem nas áreas turísticas;
- Presença de órgão responsável pela conservação urbana – Secretaria Municipal de Obras;
- Existência de programa para a conservação de mobiliário urbano ou de áreas verdes;
- Existência de espaços específicos nas áreas turísticas para o estacionamento ou a parada (embarque e desembarque) de veículos turísticos;
- Adoção de quesitos de embelezamento nas áreas públicas – praças, estátuas e iluminação cenográfica permanente.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- O fornecimento descontínuo de energia elétrica em qualquer período do ano, segundo relatos de fontes locais;
- Ausência de um grupamento da Polícia Militar especializado no atendimento ao turista;
- Inexistência de um programa de proteção ao turista na Polícia Civil;
- Ausência de um Corpo de Bombeiros com grupo de busca e salvamento;
- Inexistência de Defesa Civil no destino.

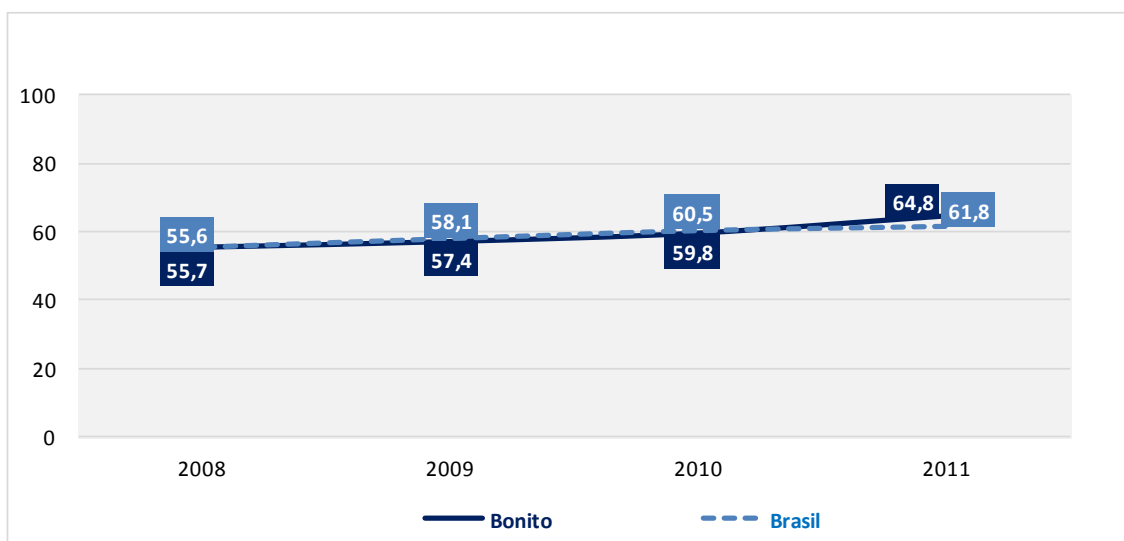
Além destes fatores, foram considerados na composição do índice números de saúde, como a expectativa de vida da população, número de estabelecimentos com atendimento de urgência, número de postos ambulatoriais de atendimento, número de profissionais de saúde e número de leitos.

3.3 Acesso

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

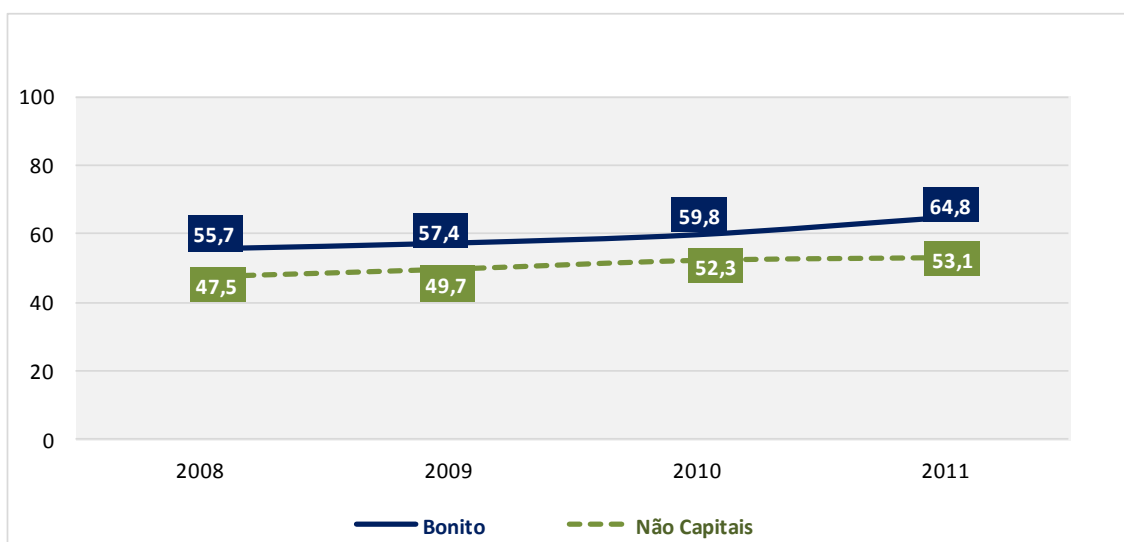
Em *Acesso*, a média Brasil em 2011 foi 61,8. Bonito registrou 64,8 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 53,1 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

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



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

- Disponibilidade de um aeroporto dentro do território municipal – Aeroporto Regional de Bonito;
- Disponibilidade de um aeroporto que atende ao município fora de seu território – Aeroporto Internacional de Campo Grande;
- Estrutura do terminal aeroportuário de Campo Grande, que conta com centro de atendimento ao turista, locadoras de veículos, serviço bancário, conforto, sanitários, restaurantes e lojas;
- Existência de um terminal rodoviário que disponibiliza opções de transporte público para os passageiros;
- Visitantes contam com uma linha regular de transporte turístico (ônibus ou similar) que interliga os principais atrativos do destino;
- Disponibilidade de vagas públicas para estacionamento nas áreas turísticas;
- Disponibilidade de serviços de táxis regularizados e padronizados;
- Oferta de ligações aéreas diretas entre o aeroporto que atende ao município e seus principais centros emissivos de turistas nacionais.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Distância entre o aeroporto de Campo Grande e o centro do destino – acima de 100 km;
- Estrutura do terminal aeroportuário do destino – em visita técnica foi constatada a inexistência de restaurantes ou lanchonetes, lojas, locadoras de veículos, serviço bancário e facilidades para pessoas com deficiência;
- Carência de transporte público aos que embarcam ou desembarcam no terminal aeroportuário do destino;
- Estrutura disponível no terminal rodoviário que atende ao destino – ausência de centro de atendimento ao turista, locadoras de veículos, serviço bancário e facilidades para pessoas com deficiência;
- Indisponibilidade de informações em outros idiomas para quem circula na linha regular de transporte turístico (ônibus ou similar);
- Impossibilidade de o visitante optar por embarcar e desembarcar nos principais atrativos enquanto circula na linha regular de transporte turístico;

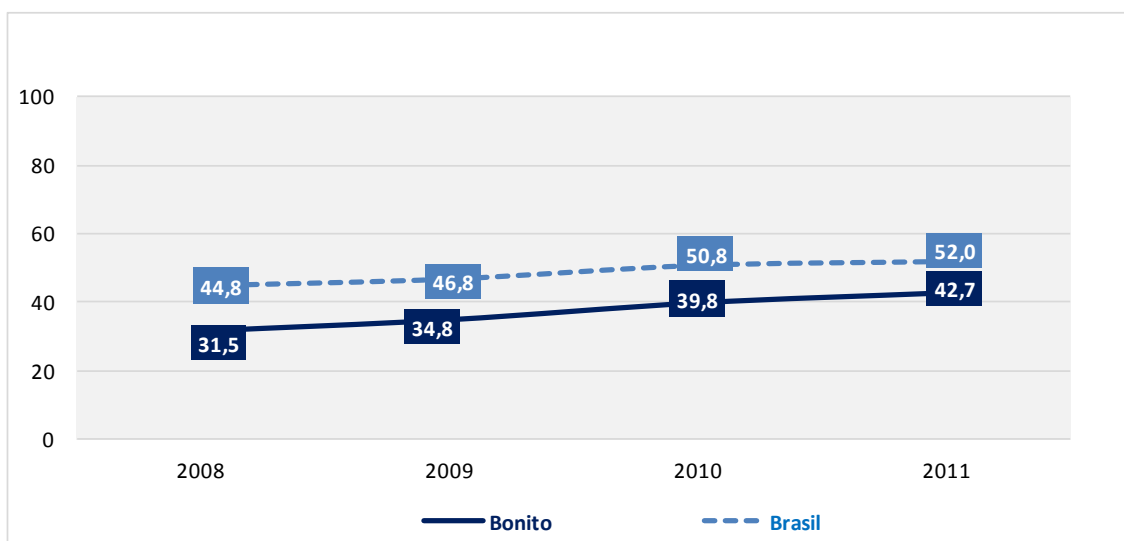
- Existência de congestionamentos durante a alta temporada;
- Inexistência de linhas de transporte urbano que atendam às principais atrações turísticas.

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.

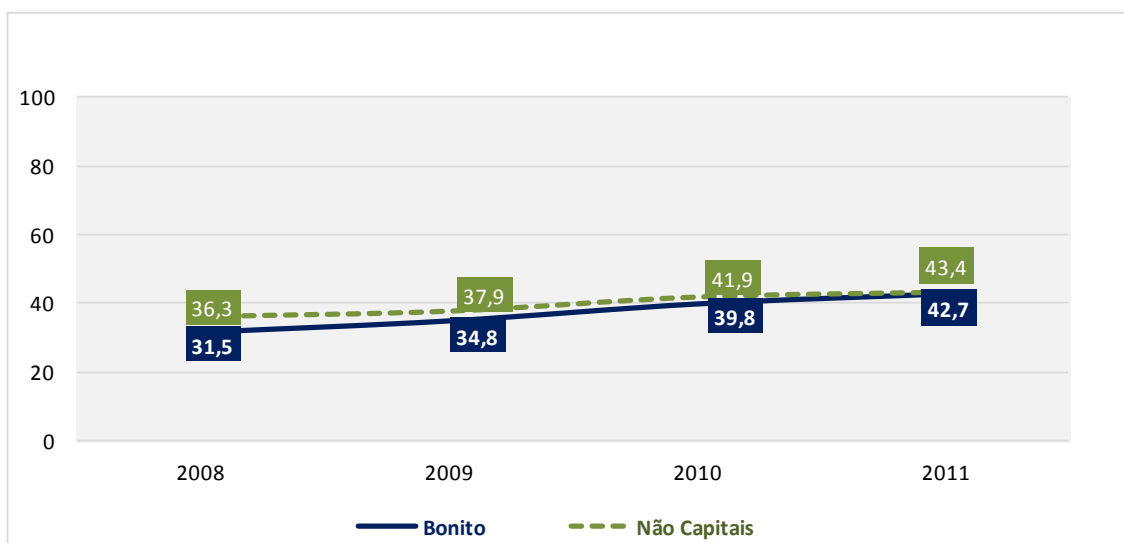
Em *Serviços e equipamentos turísticos*, a média Brasil em 2011 foi 52,0. Bonito registrou 42,7 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 43,4 pontos, acima do resultado do destino nesta dimensão.

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



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

- Oferta e cobertura da sinalização turística viária nos padrões internacionais recomendados, com informações disponíveis em idioma estrangeiro e em bom estado de conservação;
- Existência de sinalização turística descritiva ou interpretativa nos atrativos, disponível em idioma estrangeiro;
- Existência de um centro de atendimento ao turista no destino, com ampla diversidade de serviços e flexibilidade de horários e de dias de funcionamento – dias úteis e fins de semana/feriado;
- Existência de um centro de convenções no destino – o equipamento considerado foi o Centro de Convenções de Bonito;
- Estrutura disponível no centro de convenções, sua capacidade e localização em relação às áreas turísticas;
- Oferta de outros espaços para a realização de eventos – centro de conferências, espaços multifuncionais e salas em hotéis;
- Existência de uma organização representativa dos meios de hospedagem, que discute e defende os interesses dos empreendimentos do destino – a Associação Bonitense de Hotelaria;
- Presença de empresas de receptivo que oferecem diversos serviços aos turistas, inclusive com atendimento em idiomas estrangeiros;

- Disponibilidade de guias de turismo registrados pelas normas do Ministério do Turismo (MTur);
- Existência de uma organização de guias ou condutores que representa a atividade;
- Presença no município de instituições de qualificação profissional que ofertam cursos livres, de graduação e de capacitação nas áreas relacionadas ao turismo, como Turismo, Hotelaria e Guias de turismo;
- Existência de uma organização representativa de restaurantes e similares, que discute e defende os interesses dos empreendimentos de alimentação – Abrasel Regional.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

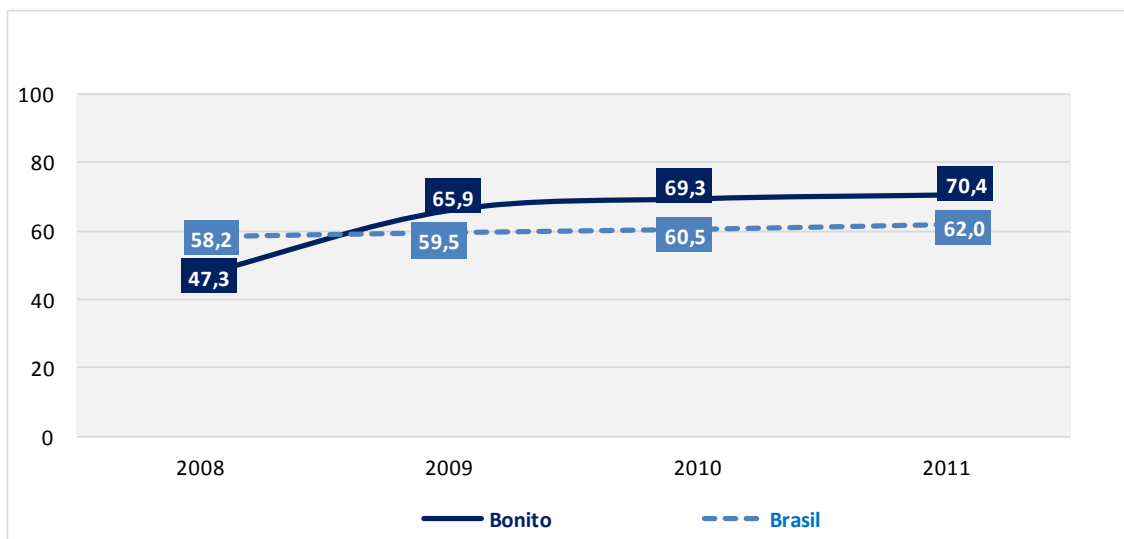
- Oferta de transporte público para o principal centro de convenções;
- Ausência de incentivo formal ao uso de tecnologias que priorizem a questão ambiental em estabelecimentos de hospedagem, utilizando algum tipo de fonte de energia renovável;
- A maioria dos meios de hospedagem não cumpre quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida;
- Não existe incentivo formal para que estabelecimentos de alimentação adotem tecnologias que priorizem a questão ambiental, utilizando algum tipo de fonte de energia renovável;
- A maioria dos empreendimentos de alimentação não adota quesitos de acessibilidade;
- Tanto os meios de hospedagem como os empreendimentos de alimentação não priorizam a questão ambiental, como a reciclagem do lixo, reutilização da água, entre outras ações.

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.

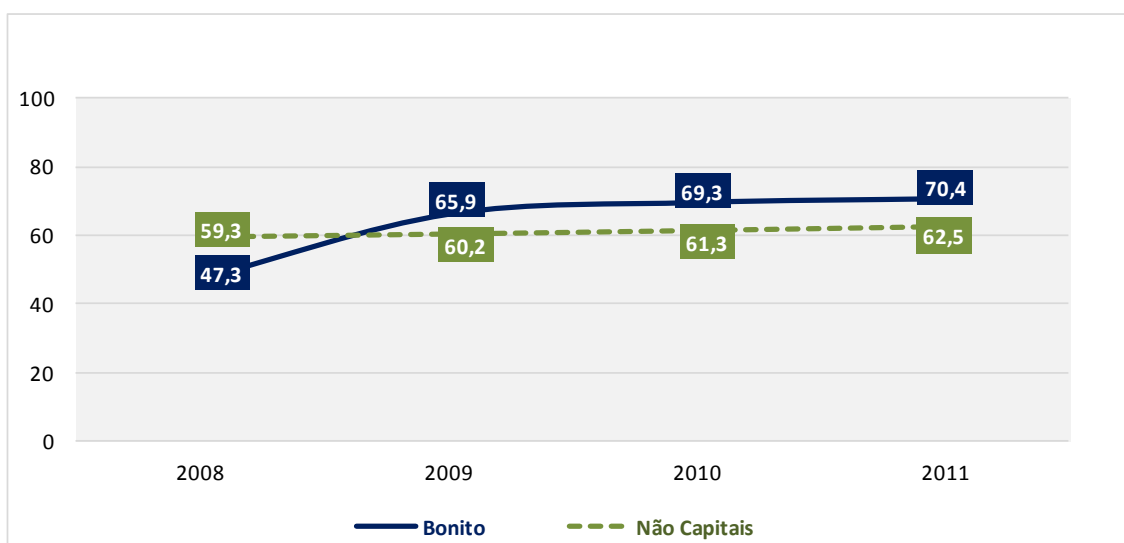
Em *Atrativos turísticos*, a média Brasil em 2011 foi 62,0. Bonito registrou 70,4 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 62,5 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

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



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

- Existência de atrativos naturais para os quais há fluxo turístico;
- Evidência de preservação ambiental do entorno do principal atrativo natural indicado – Gruta do Lago Azul;
- Manutenção da estrutura disponível no local e respeito ao limite de capacidade de carga/suporte, conforme previsto no estudo de capacidade de carga do principal atrativo natural;
- O destino conta com atrativos culturais para os quais há fluxo turístico, tendo sido o principal indicado a Fábrica Taboa;
- A preservação urbanística do entorno do principal atrativo cultural indicado e a estrutura de apoio aos visitantes neste local;
- Existência de eventos programados que atraem turistas;
- A conservação urbanística e ambiental no entorno do local em que acontece o principal evento programado indicado – Festival de Inverno;
- O destino conta com atrativos de realização técnica e científica 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 indicada, há monitoramento da capacidade de carga ou suporte.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Carência de recursos que viabilizem o acesso ou circulação de pessoas com deficiência no principal atrativo natural indicado – Gruta do Lago Azul;
- A carência de um estudo de capacidade de carga aplicado ao principal atrativo cultural indicado – Fábrica Taboa;
- Não há condições de acessibilidade para pessoas com deficiência no principal atrativo cultural indicado;
- Inexistência de um estudo de capacidade de carga para o principal evento programado – Festival de Inverno;
- A falta de recursos que confirmem acessibilidade para pessoas com deficiência no local em que acontece o Festival de Inverno;

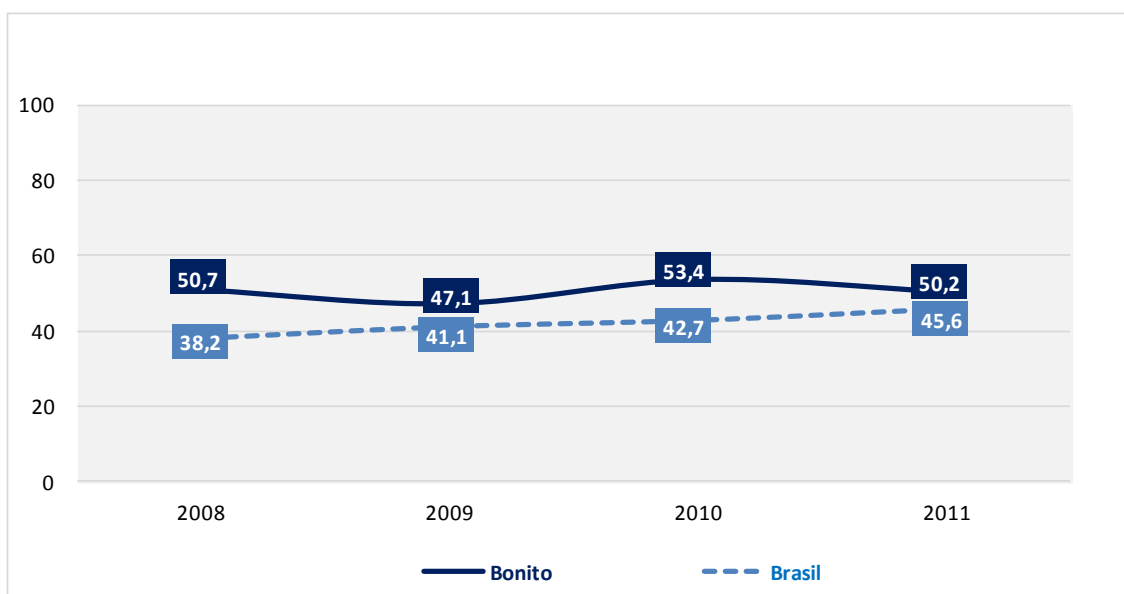
- O estado da estrutura disponível no local em que acontece o principal evento programado indicado, que necessita de melhorias;
- O atrativo em que a principal realização técnica acontece não adota quesitos de acessibilidade para visitantes com deficiência.

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*).

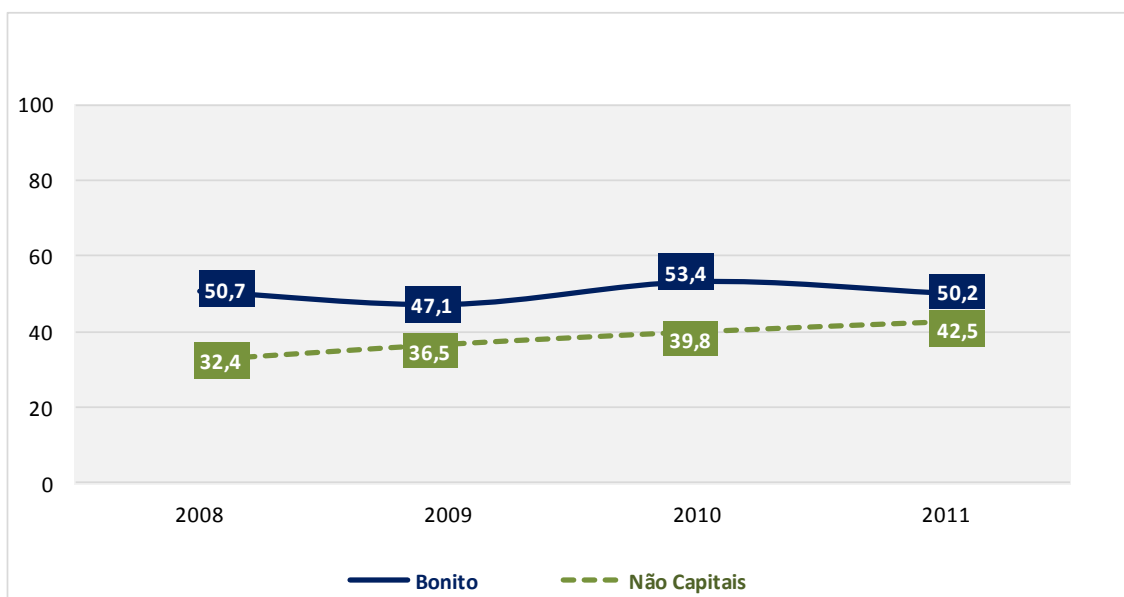
Em *Marketing e promoção do destino*, a média Brasil em 2011 foi 45,6. Bonito registrou 50,2 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 42,5 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

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



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

- O destino participou de eventos regionais, estaduais e nacionais 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;
- O destino turístico produziu, nos últimos cinco anos, eventos próprios para se promover fora de seu território;
- 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 e com a preservação do meio ambiente;
- 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 impressa e *on-line* disponível para consulta gratuitamente;
- A página institucional do município na internet – acessível pelo endereço www.bonito.ms.gov.br – traz informações turísticas sobre o destino;

- O destino possui uma página específica de turismo na internet, acessível pelo endereço www.bonito-ms.com.br.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

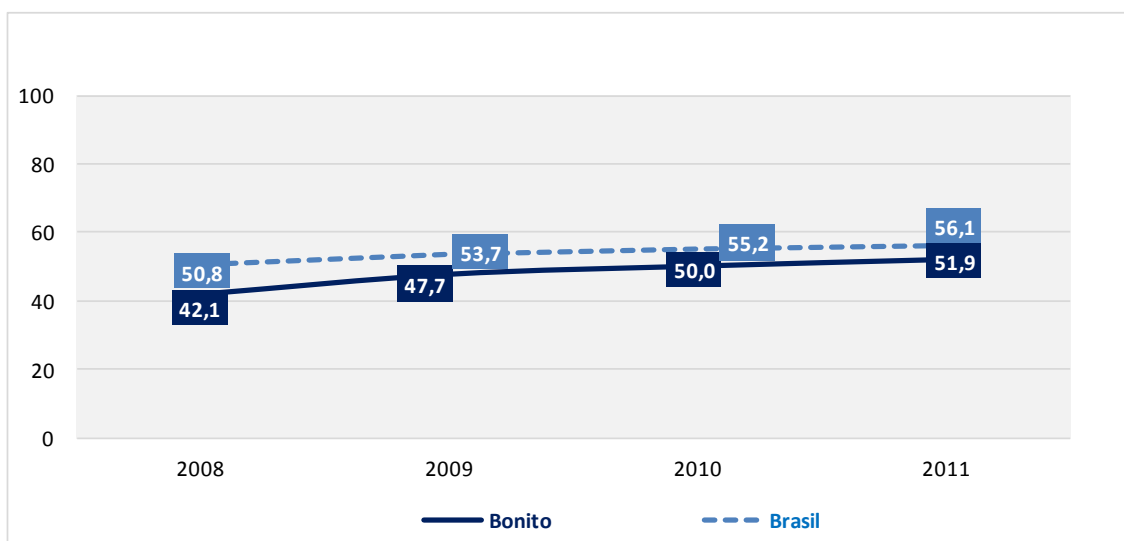
- Inexistência de um plano de marketing formal para o destino, o qual poderia ser elaborado com a colaboração de diversos atores, contendo metas e responsabilidades definidas, fundamentado em pesquisa sobre a demanda turística, contemplando a relação com agências e operadoras e definindo indicadores de desempenho;
- Não existe nenhum plano similar de marketing regional, que o contemple com ações e metas de mercado para o turismo no destino;
- Os resultados dos eventos de turismo e dos eventos de outros segmentos dos quais Bonito participa não são avaliados;
- Não existe central telefônica específica de informações turísticas através da qual os visitantes possam obter informações sobre atrativos, equipamentos e serviços disponíveis no destino;
- A página apontada como específica de turismo de Bonito na internet – www.bonito-ms.com.br – não traz alertas aos visitantes para a necessidade de preservação ambiental do destino;
- Não há informações em idioma estrangeiro na página de turismo do destino e 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.

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.

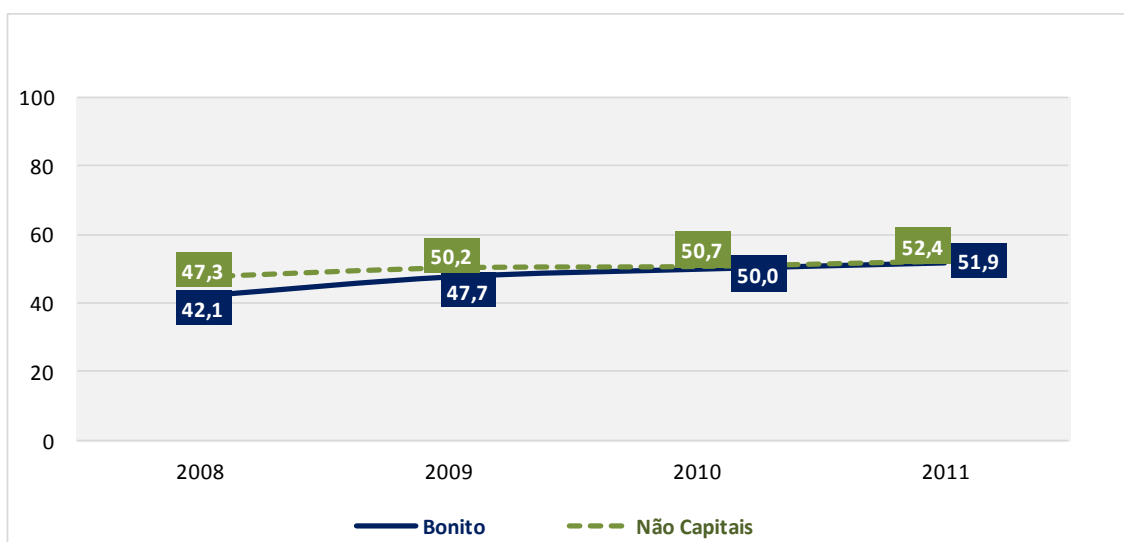
Em *Políticas públicas*, a média Brasil em 2011 foi 56,1. Bonito registrou 51,9 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 52,4 pontos, acima do resultado do destino nesta dimensão.

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



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

- Existência de um órgão municipal – Secretaria de Turismo, Indústria e Comércio – com atribuição de coordenar e incentivar o desenvolvimento do turismo, ainda que não exclusivo do turismo, e que dispõe de recurso próprio;
- No ano anterior, a Secretaria de Turismo, Indústria e Comércio desenvolveu projetos em conjunto com outras secretarias, como Obras, Assistência Social e Meio Ambiente, em atividades relacionadas ao turismo;
- Foram recebidos recursos provenientes de emendas parlamentares, segundo lei orçamentária anual de 2010;
- 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;
- Existe um Plano Diretor Municipal, revisado recentemente, que contempla o setor de turismo;
- O destino conta com planejamento formal para o setor de turismo;
- Foram realizados projetos e ações 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:

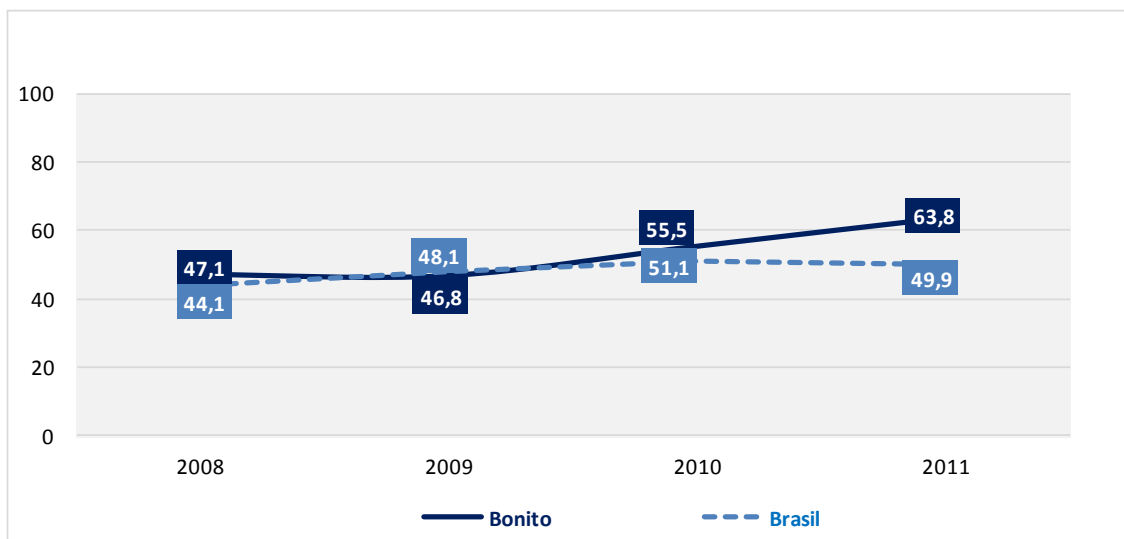
- Bonito não registrou, no ano anterior, investimentos diretos do governo federal em projetos ligados ao turismo;
- O destino não participou de nenhum programa de modernização administrativa ou fiscal na gestão municipal nos últimos cinco anos.

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.

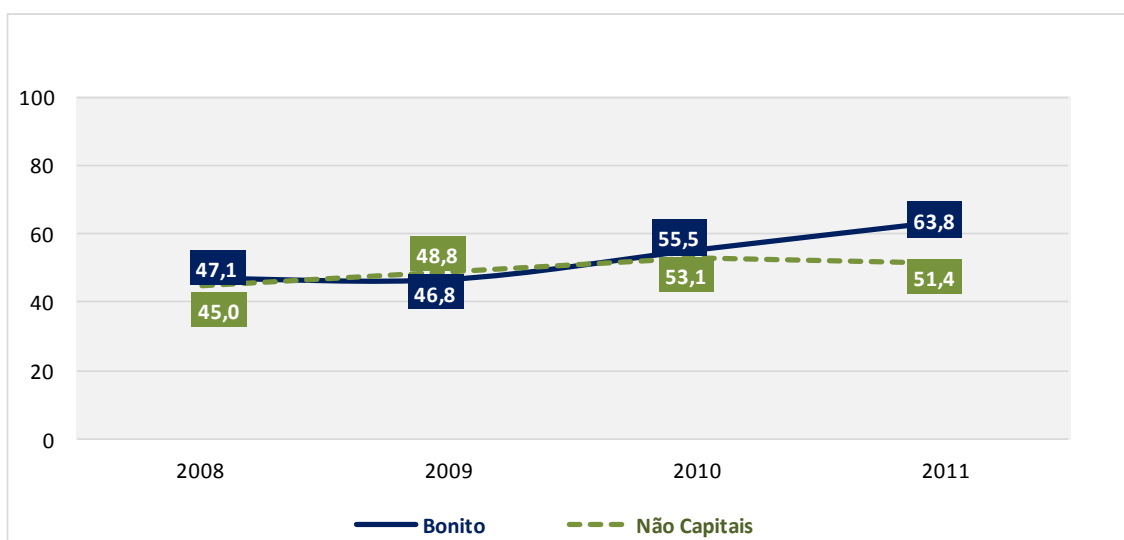
Em *Cooperação regional*, a média Brasil em 2011 foi 49,9. Bonito registrou 63,8 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 51,4 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

Gráfico 17. Índices cooperação regional – destino x não 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 – Fórum Regional do Turismo de Bonito/Serra da Bodoquena – que conta com a participação ativa de diversos atores do segmento turístico da região e está constituída de acordo com os princípios do Programa de Regionalização do Turismo;
- A instância regional dispõe de um gestor executivo com dedicação parcial à coordenação, mantém reuniões bimestrais e está representada no Fórum Estadual de Turismo;
- Foram realizadas ações para mobilizar atores do segmento turístico do destino para a importância da cooperação regional no ano anterior;
- Existência de um plano de desenvolvimento turístico integrado para a região, Plano de Desenvolvimento do Turismo Integrado da Serra da Bodoquena, no qual estão previstas responsabilidades e metas de mercado e cujas ações e projetos contemplam o município avaliado;
- Além disso, o destino integra roteiros regionais, comercializados por operadores e agências e estruturados com a participação de atores do *trade* turístico;
- A elaboração dos roteiros regionais dos quais o destino faz parte considerou os princípios de sustentabilidade constantes nos documentos do Plano de Regionalização e o monitoramento dos impactos ambientais da região;
- No ano anterior, o destino participou de eventos para a promoção e comercialização dos roteiros regionais e da região turística dos quais faz parte, e realizou ações promocionais, em parceria com outros destinos da mesma região, com agentes/operadores de turismo receptivo;
- O destino produz material promocional da região turística e dos roteiros turísticos dos quais faz parte.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

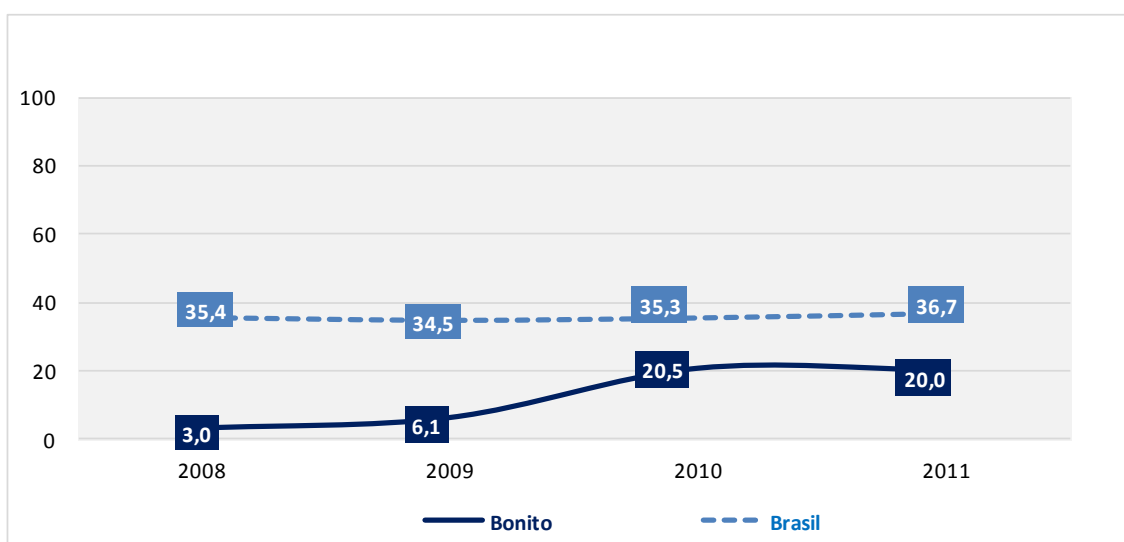
- O fato de a instância de governança regional – Bonito Serra da Bodoquena – não estar formalmente constituída, não contar com recurso próprio, nem dispor de suporte para a condução de suas atividades;
- Os roteiros regionais dos quais o destino faz parte não foram elaborados com base em informações de um inventário ou cadastro da oferta turística.

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.

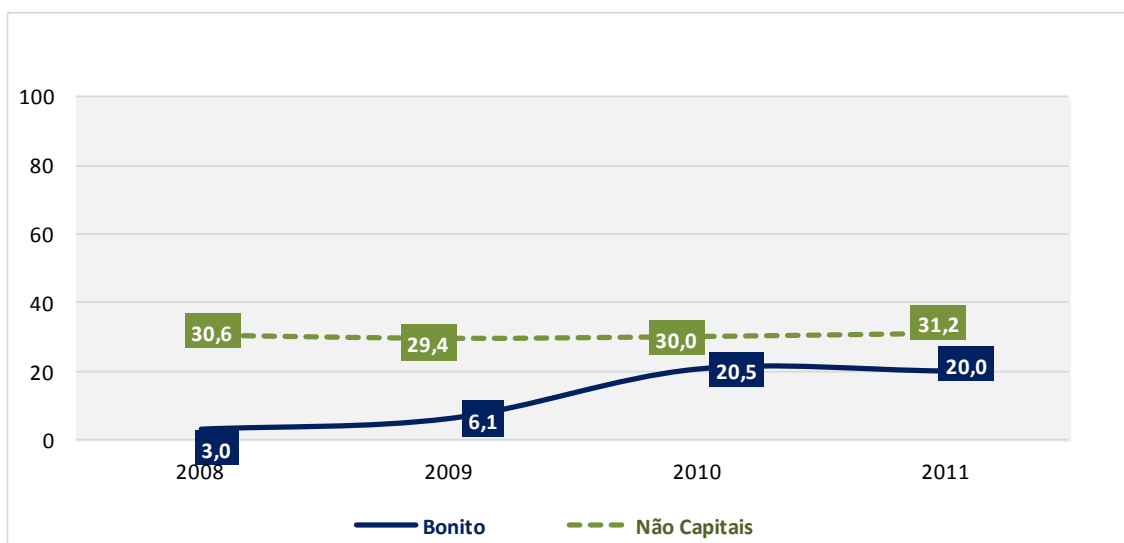
Em *Monitoramento*, a média Brasil em 2011 foi 36,7. Bonito registrou 20,0 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 31,2 pontos, acima do resultado do destino nesta dimensão.

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



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

- O destino realiza pesquisa de demanda e levantamento da oferta turística – Cadastramento dos equipamentos e atrativos turísticos;
- Aproveitamento e divulgação dos dados coletados na pesquisa de demanda e de oferta em planejamento, políticas públicas, ações de marketing e promoção;
- O destino conta com um sistema de indicadores de desempenho para o setor de turismo;
- Disponibilidade de um conjunto técnico de estatísticas turísticas;
- São elaborados para o destino relatórios de conjuntura turística dos segmentos relacionados ao turismo;
- Há monitoramento periódico dos impactos econômicos e ambientais gerados pelo turismo;
- Existência de instituição que realiza pesquisas em turismo, focadas no destino ou na região turística da qual o destino faz parte.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

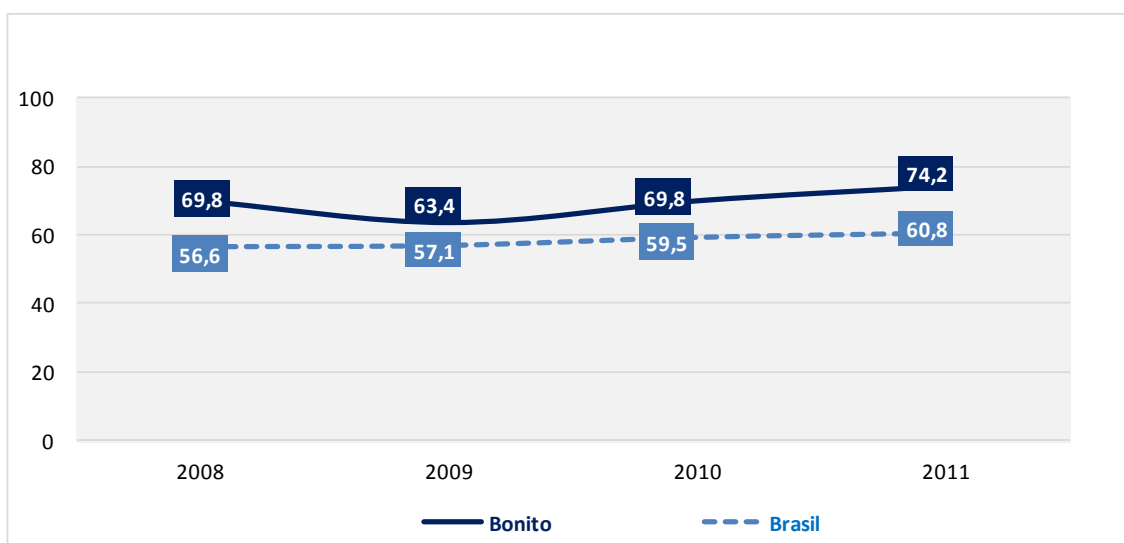
- O fato de a pesquisa de demanda não ter periodicidade definida, fator que limita o acompanhamento dos dados e o aproveitamento para o planejamento e a gestão da atividade turística;
- O destino não acompanha os objetivos da política em turismo em nível estadual ou federal;
- Não há monitoramento dos impactos sociais ou culturais gerados pelo turismo;
- A administração pública local não possui um setor específico de estudos que realize pesquisas em 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.

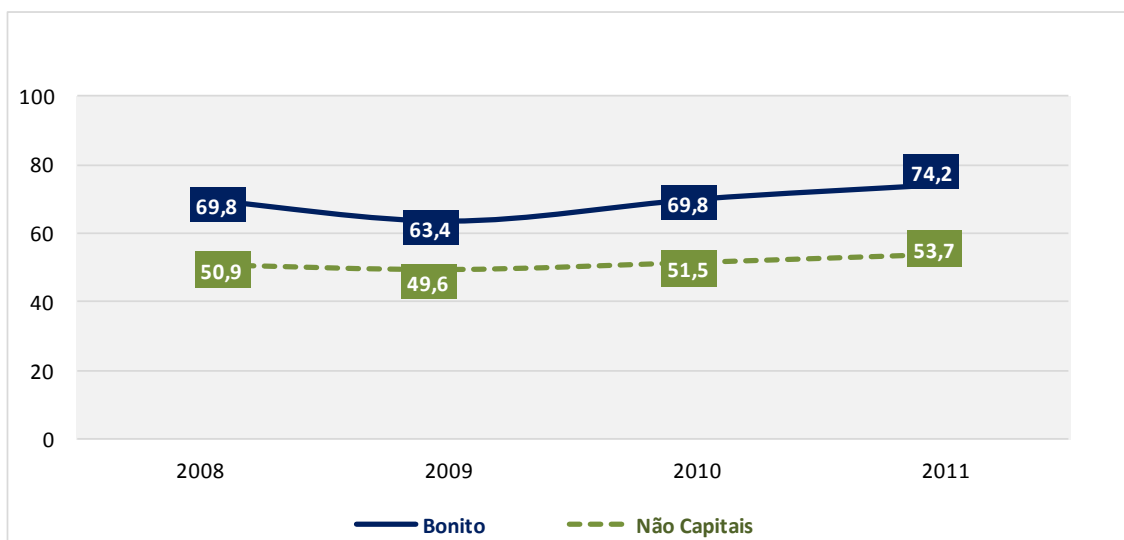
Em *Economia local*, a média Brasil em 2011 foi 60,8. Bonito registrou 74,2 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 53,7 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

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



O indicador de Bonito 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;
- Existência de casa de câmbio para turistas estrangeiros – Banco do Brasil;
- O destino aplica políticas de incentivo à formalização de estabelecimentos comerciais e de prestadores de serviços;
- São oferecidos benefícios financeiros locais ou regionais (linhas especiais de financiamento) para empreendimentos e serviços ligados ao setor de turismo;
- Atuação de um *Convention & Visitors Bureau* exclusivo do destino – Bonito *Convention & Visitors Bureau*;
- Existência de um polo físico de produção significativo para movimentar a economia local – pecuária.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Ausência de caixas eletrônicos de autoatendimento disponíveis 24 horas para saques com cartões de crédito internacionais;
- O destino não oferece benefícios de isenção ou redução de impostos ou taxas para as atividades características do turismo;
- O polo físico de produção – pecuária – não alavanca o fluxo turístico receptivo de Bonito.

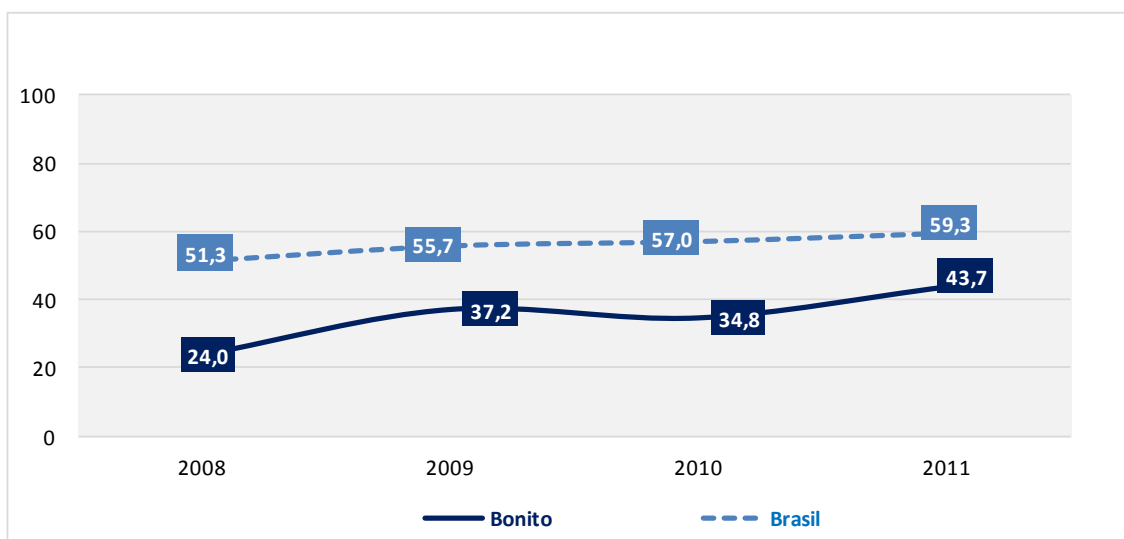
Além destes fatores, dados econômicos de fontes secundárias também foram observados, como o PIB, PIB *per capita* e volume de operações de crédito, por exemplo.

3.11 Capacidade empresarial

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

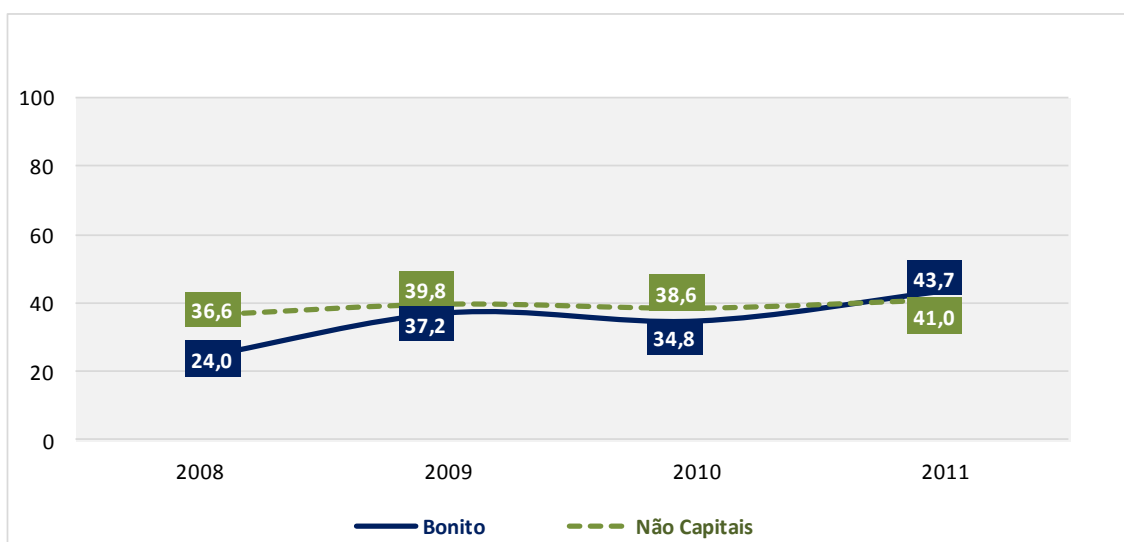
Em *Capacidade empresarial*, a média Brasil em 2011 foi 59,3. Bonito registrou 43,7 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 41,0 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

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



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

- Presença de instituições de ensino com programas regulares de formação técnica e superior;
- Oferta de cursos livres e 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 no último ano;
- Foi constatada a existência de adensamentos de empreendimentos turísticos que fomentam o empreendedorismo como arranjos produtivos locais;
- Presença de empresas que produzem mercadorias perecíveis.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Carência de pessoal local qualificado para trabalhar em cargos de gerência em agências ou operadoras e em estabelecimentos de alimentos e bebidas;
- Ausência de grupos nacionais ou internacionais do setor de turismo, como redes de locação de automóveis, cadeias de restaurantes ou redes de meios de hospedagem;
- Foram sinalizadas barreiras à entrada de novos empreendimentos turísticos, entre elas as dificuldades para obtenção de licenciamento ambiental;
- Inexistência de empresas de grande porte, filiais ou subsidiárias com mais de mil funcionários e ausência de empresas que exportam mercadorias de alto valor agregado ou perecíveis.

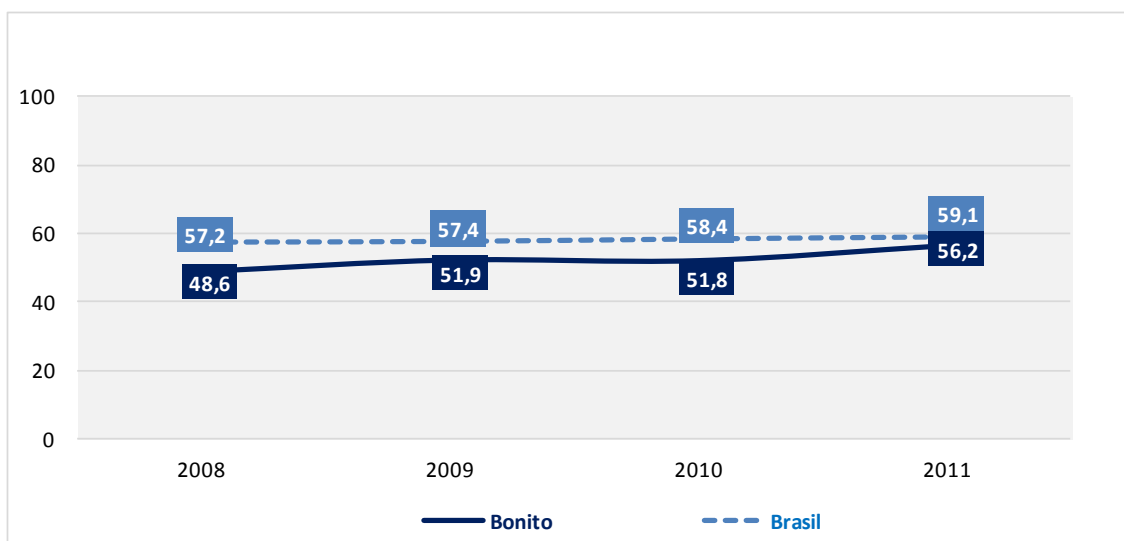
3.12 Aspectos sociais

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.

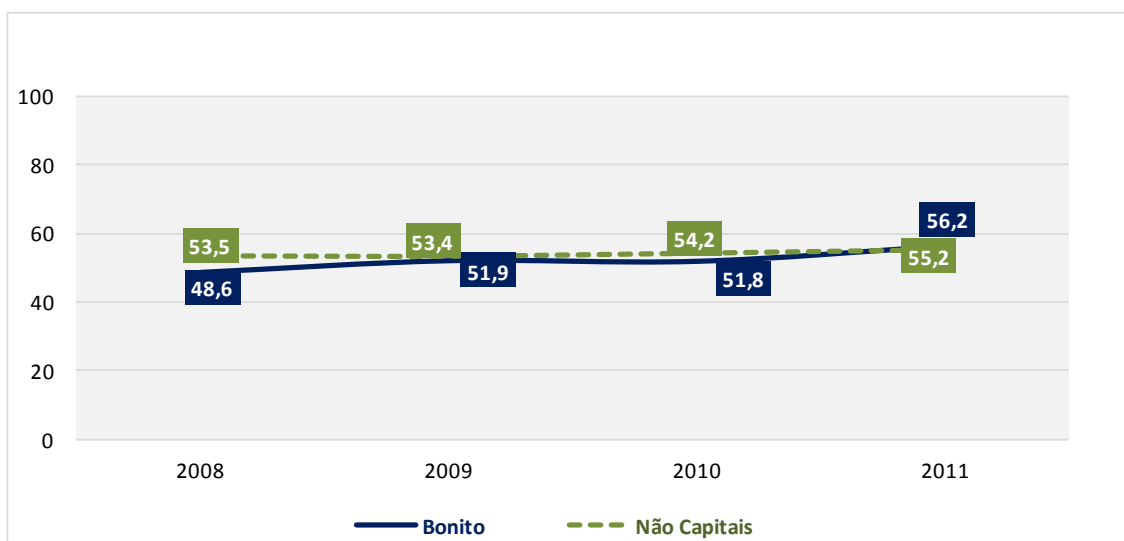
Em *Aspectos sociais*, a média Brasil em 2011 foi 59,1. Bonito registrou 56,2 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 55,2 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

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



O indicador de Bonito 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;
- São aplicados programas de incentivo ao uso dos equipamentos turísticos pela população local, ações contínuas realizadas por órgãos municipais e pela iniciativa privada ou entidades ligadas ao turismo como forma de alavancar a preservação dos espaços e a circulação de turistas;
- A população local se envolve na elaboração do orçamento do destino (orçamento participativo);
- O município sensibiliza constantemente os cidadãos sobre a importância da atividade turística para o destino e alerta o turista para a preservação do meio ambiente;
- A população participa das decisões com relação a projetos turísticos por meio do Conselho Municipal de Turismo e por meio de outros conselhos e fóruns;

- A sociedade civil organizada se envolve com a atividade turística através de associações e ONGs.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador está:

- Utilização de mão de obra informal durante a alta temporada, de acordo com relatos de entrevistados.

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 outros².

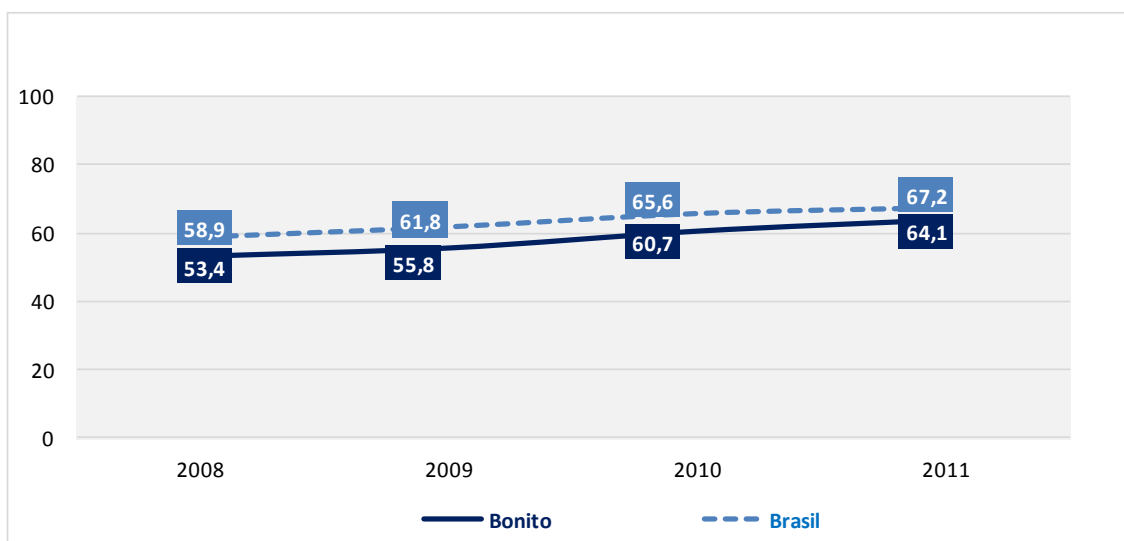
3.13 Aspectos ambientais

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. Bonito registrou 64,1 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

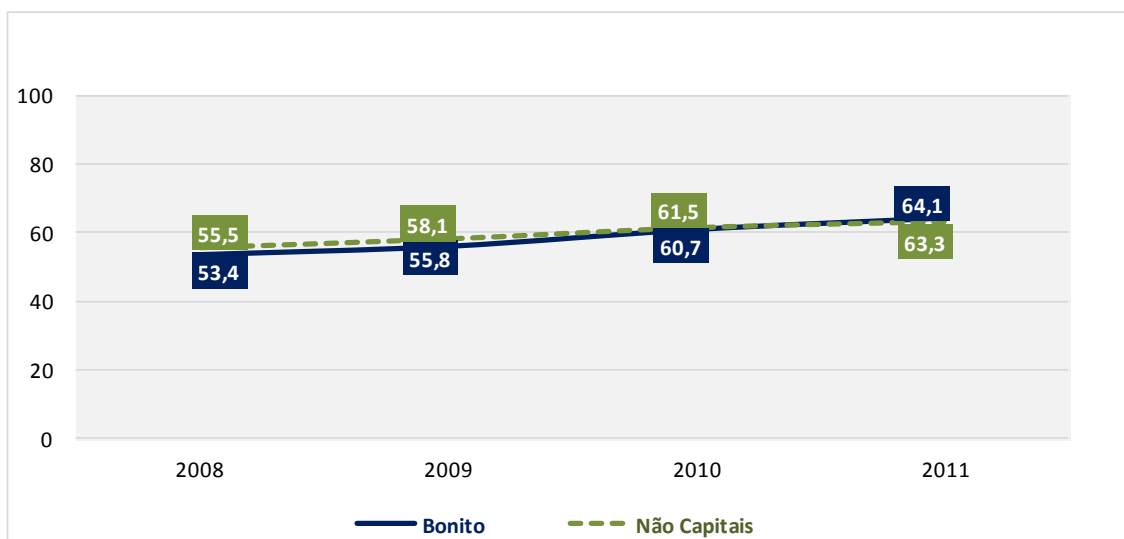
² Nas perguntas que consideraram tais dados, a pontuação foi atribuída por meio da utilização do método estatístico de quartil. Sendo assim, em algumas destas questões, o destino não se enquadrava no quartil equivalente à pontuação máxima da questão.

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



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 63,3 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

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



O indicador de Bonito 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 e incentivar a preservação do meio ambiente, dotada de recurso próprio e que recentemente desenvolveu projetos relacionados ao turismo em conjunto com a Secretaria de Turismo, Indústria e Comércio;
- Presença de Conselho de Meio Ambiente atuante e de Fundo Municipal para o Meio Ambiente efetivo – cujos recursos estão disponíveis para serem aplicados;
- O município possui uma rede pública de distribuição de água;
- Há estação de tratamento de água que atende ao destino;
- O destino é atendido por um sistema público de coleta de esgoto com configuração de separador absoluto;
- Existência de política de monitoramento da balneabilidade em ambientes naturais (como rios, lagos, lagoas ou praias);
- Bonito faz tratamento de resíduos hospitalares;
- Disponibilidade de serviços de coleta seletiva residencial;
- São realizadas campanhas de educação ambiental periódicas.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

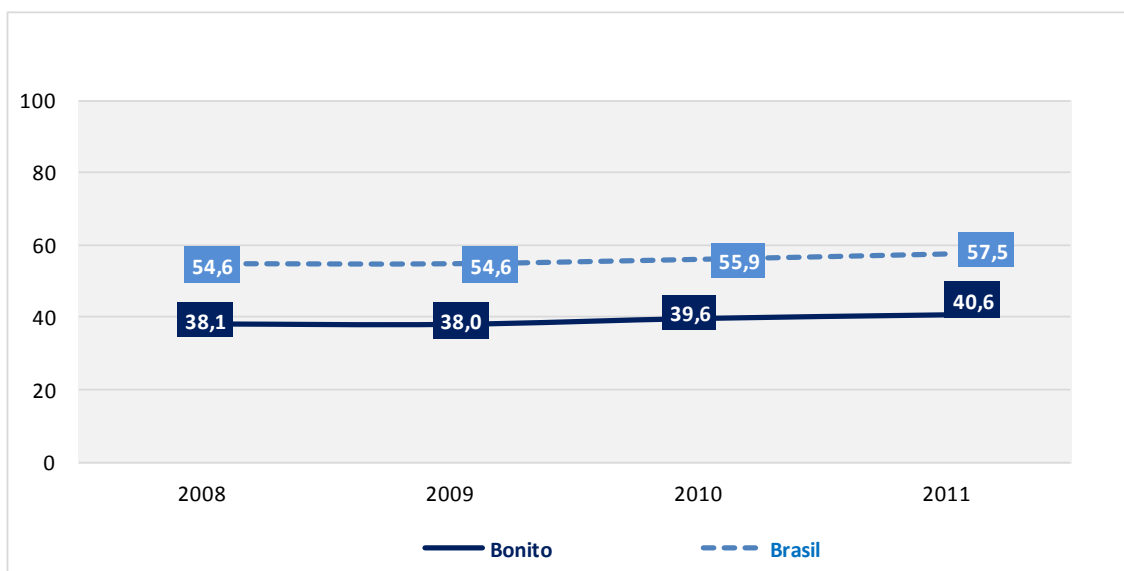
- Inexistência de Código Ambiental Municipal ou similar;
- Ausência de legislação específica para a adoção de fontes de energia limpa ou renovável em estabelecimentos públicos ou privados;
- Presença de atividades potencialmente poluidoras, com alvará de funcionamento ou de localização no território municipal, como mineração;
- Não há estação de tratamento de água para a sua reutilização;
- Carência de campanhas de educação periódicas para o uso racional da água;
- Os resíduos sólidos residenciais e comerciais são destinados para um aterro controlado;
- A principal Unidade de Conservação – Parque Nacional da Serra da Bodoquena – não possui atividade econômica relacionada com o turismo em seus limites ou plano de manejo.

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.

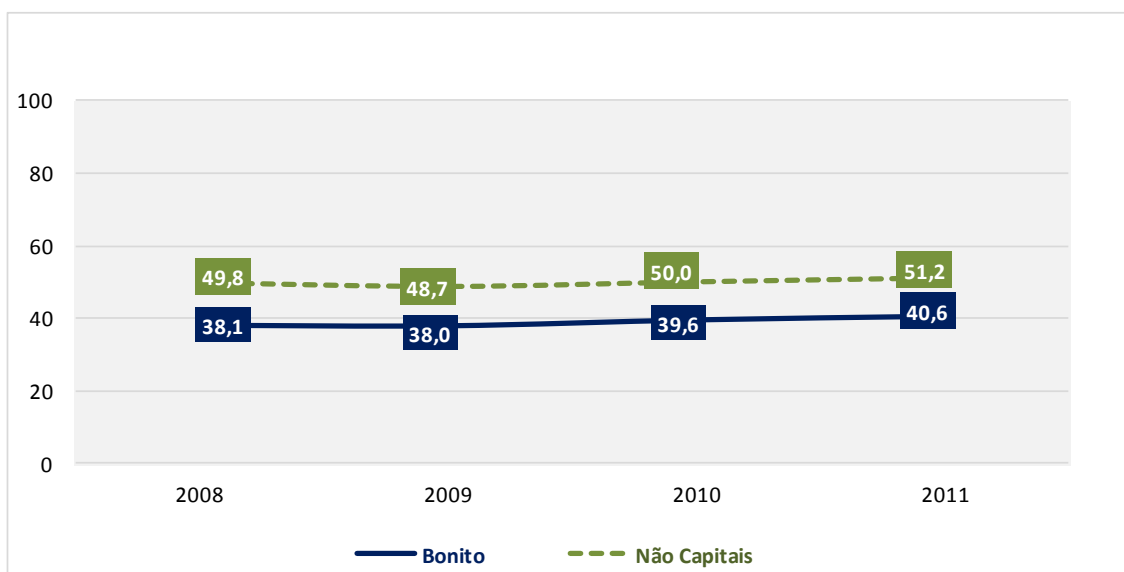
Em *Aspectos culturais*, a média Brasil em 2011 foi 57,5. Bonito registrou 40,6 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 51,2 pontos, acima do resultado do destino nesta dimensão.

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



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

- Presença de atividade artesanal típica – cerâmica indígena (etnia kadwel) e biojoias;
- Existência de culinária típica: jacaré e fruta guavira;
- O destino apresenta tradições culturais evidentes e típicas do seu território, entre elas o Clube do Laço;
- Existem manifestações religiosas no destino – Romaria Sinhozinho e Festa de São Pedro – que atraem fluxo turístico;
- Existência de comunidade tradicional presente em território municipal – quilombola;
- Presença de grupo artístico de manifestação popular tradicional, como a Trupe Teatral Brasil Bonito;
- O destino conta com um órgão da administração local com atribuição de incentivar o desenvolvimento da cultura que, no ano anterior, compartilhou projetos ou atividades em conjunto com o órgão gestor do turismo no município;
- O destino aplica política municipal de cultura, que dentre outros benefícios ajuda a manter um calendário de manifestações culturais;
- O destino aderiu ao Sistema Nacional de Cultura.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Ausência de patrimônio imaterial registrado e de patrimônio artístico ou histórico tombado que se constituam em atrativos turísticos;
- O órgão da administração local com atribuição de incentivar o desenvolvimento da cultura não dispõe de recurso próprio;
- Não existe legislação ou fundo municipal de cultura;
- O destino não conta com projeto de implementação de turismo cultural;
- 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 não capitais avaliadas.

Ao realizar uma análise sobre a série histórica dos resultados de Bonito, é possível concluir que, em 2011, houve aumento 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 *Infraestrutura geral, Acesso, Serviços e equipamentos turísticos, Políticas públicas, Cooperação regional, Economia local, Capacidade empresarial, Aspectos sociais e Aspectos ambientais*.

As dimensões *Atrativos turísticos, Monitoramento e Aspectos culturais* registraram estabilidade de resultados em 2011 em relação a 2010.

Por fim, foi possível observar que a dimensão *Marketing e promoção do destino* apresentou regressão de indicadores quando avaliadas as edições de 2011 e 2010.

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

Dimensões	Brasil				Não Capitais				Bonito			
	2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2011
Índice geral	52,1	54,0	56,0	57,5	46,9	48,4	50,3	51,8	44,5	48,0	51,2	54,8
Infraestrutura geral	63,8	64,6	65,8	68,4	58,1	58,9	59,8	63,2	54,2	55,4	50,5	57,9
Acesso	55,6	58,1	60,5	61,8	47,5	49,7	52,3	53,1	55,7	57,4	59,8	64,8
Serviços e equipamentos turísticos	44,8	46,8	50,8	52,0	36,3	37,9	41,9	43,4	31,5	34,8	39,8	42,7
Atrativos turísticos	58,2	59,5	60,5	62,0	59,3	60,2	61,3	62,5	47,3	65,9	69,3	70,4
Marketing e promoção do destino	38,2	41,1	42,7	45,6	32,4	36,5	39,8	42,5	50,7	47,1	53,4	50,2
Políticas públicas	50,8	53,7	55,2	56,1	47,3	50,2	50,7	52,4	42,1	47,7	50,0	51,9
Cooperação regional	44,1	48,1	51,1	49,9	45,0	48,8	53,1	51,4	47,1	46,8	55,5	63,8
Monitoramento	35,4	34,5	35,3	36,7	30,6	29,4	30,0	31,2	3,0	6,1	20,5	20,0
Economia local	56,6	57,1	59,5	60,8	50,9	49,6	51,5	53,7	69,8	63,4	69,8	74,2
Capacidade empresarial	51,3	55,7	57,0	59,3	36,6	39,8	38,6	41,0	24,0	37,2	34,8	43,7
Aspectos sociais	57,2	57,4	58,4	59,1	53,5	53,4	54,2	55,2	48,6	51,9	51,8	56,2
Aspectos ambientais	58,9	61,8	65,6	67,2	55,5	58,1	61,5	63,3	53,4	55,8	60,7	64,1
Aspectos culturais	54,6	54,6	55,9	57,5	49,8	48,7	50,0	51,2	38,1	38,0	39,6	40,6

Fonte: FGV, MTur, Sebrae 2012

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