

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

CALDAS NOVAS

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

<b>1. ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE .....</b>	<b>4</b>
<b>2. ASPECTOS GERAIS .....</b>	<b>7</b>
<b>3. RESULTADOS .....</b>	<b>8</b>
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 .....	26
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
<b>4. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE .....</b>	<b>43</b>

## 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 100<sup>1</sup>.

- **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 não

---

<sup>1</sup> 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

Caldas Novas é um município localizado no estado de Goiás, na região Centro-Centro do país. Está distante 160km da capital Goiânia. Com uma população de 1.302.001 habitantes e 732,801km<sup>2</sup> de extensão territorial, o município possui um PIB de R\$693.522.626,00 e PIB *per capita* de R\$10.512,70 segundo dados do IBGE (2010).

O destino faz parte da Região Turística das Águas Quentes, juntamente com os municípios Buriti Alegre, Cachoeira Dourada, Inaciolândia, Itumbiara, Lagoa Santa, Quirinópolis, Rio Quente, São Simão e Três Ranchos. Os principais segmentos turísticos nos quais Caldas Novas é comercializada são Turismo de Saúde, Ecoturismo e Turismo Náutico.

Os principais atrativos de Caldas Novas, conforme constatado durante a pesquisa de campo, são as Águas Termais, por meio dos parques aquáticos, o Lago Corumbá, o Parque Estadual Serra de Caldas, a Feira do Luar, além dos eventos programados Natal dos Sonhos, Festival do Folclore e outros.

Caldas Novas conta com uma oferta de serviços e equipamentos com 69 meios de hospedagem (RAIS), 145 estabelecimentos de alimentação (RAIS) e 22 guias de turismo (CADASTUR).

### 3. RESULTADOS

A pesquisa em Caldas Novas foi realizada entre os dias 29 de agosto e 2 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.

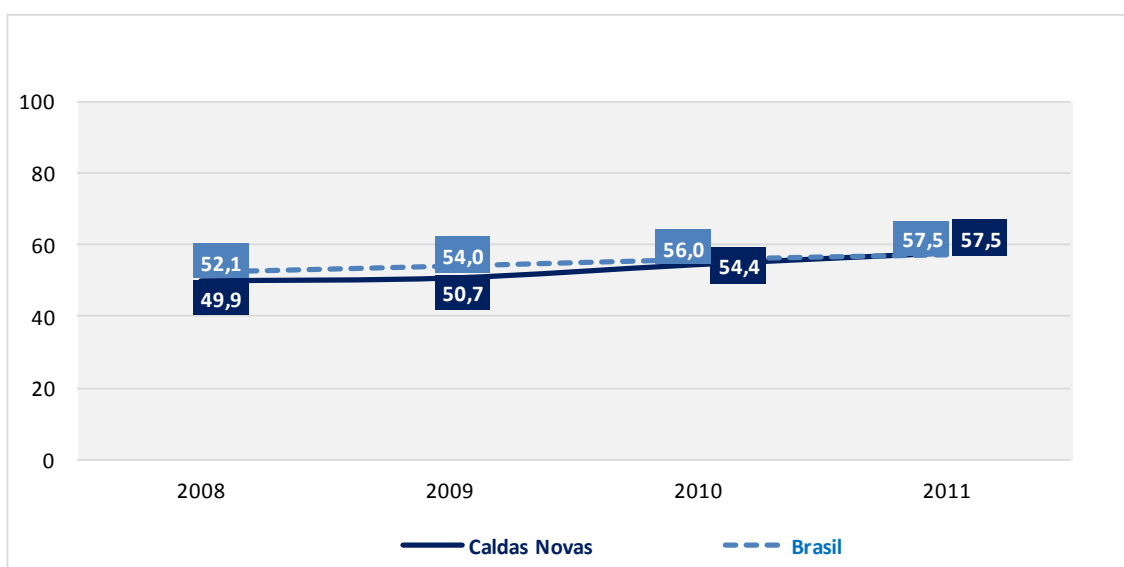
Além dos índices alcançados pelo destino em cada dimensão, serão destacados os principais fatores que contribuíram para tais resultados.

#### 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 57,5 pontos (escala de 0 a 100). Este resultado ficou acima do índice obtido em 2010 (54,4), como é possível conferir no gráfico 1:

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

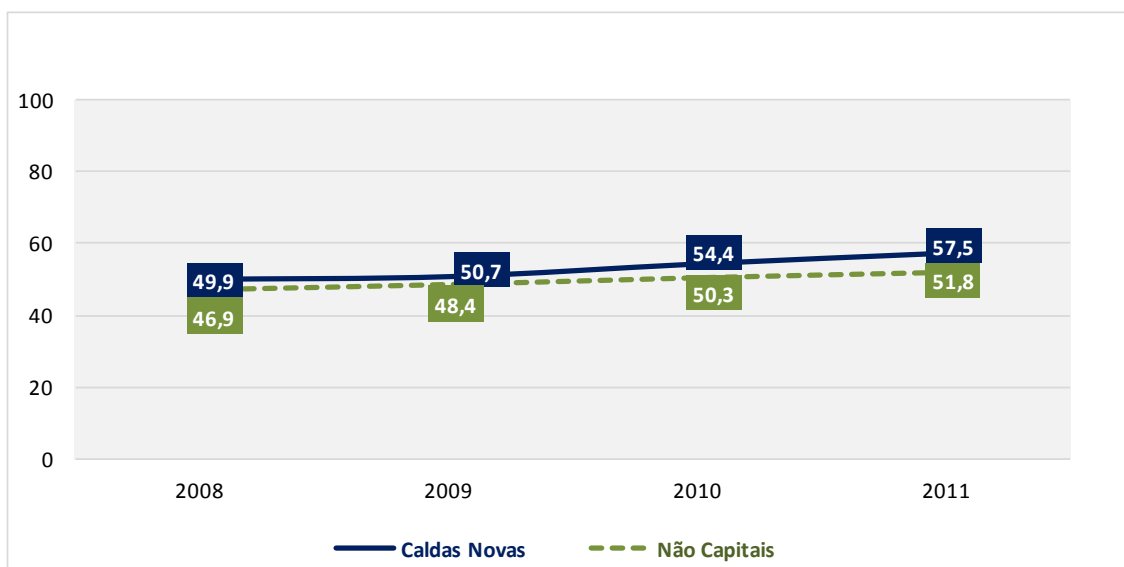




É possível observar no gráfico acima o comportamento dos indicadores do destino nos últimos quatro anos da pesquisa. Em 2011, constatou-se a evolução do índice; porém, o destino manteve o seu nível de competitividade no nível 3.

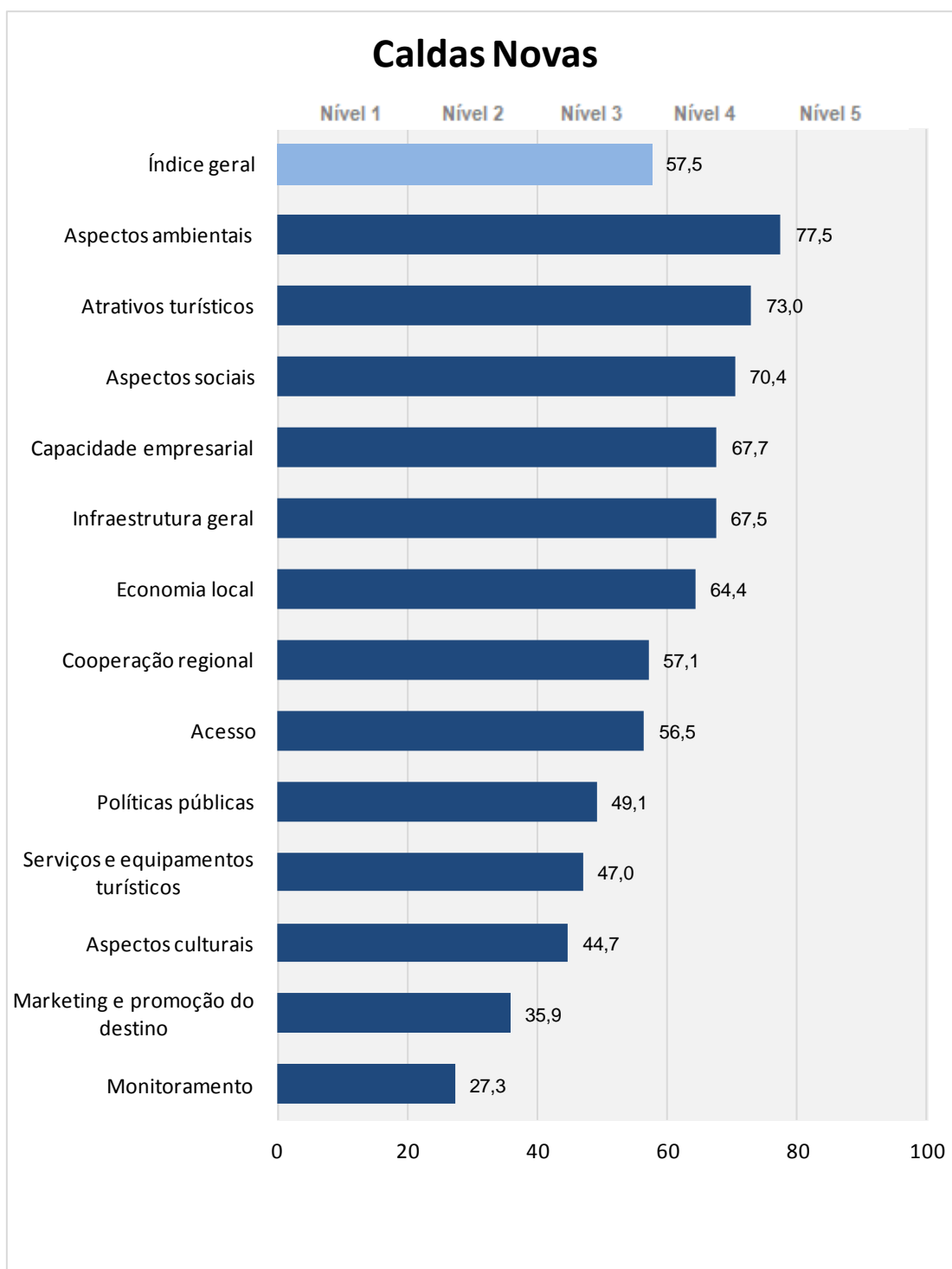
Podemos analisar o desempenho do destino juntamente com as linhas que apontam os resultados da média Brasil (gráfico 1) e das não capitais (gráfico 2), que demonstram que o índice do destino segue a tendência nacional de evolução gradual. Considerando os resultados obtidos por todas as 65 cidades avaliadas 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 *Infraestrutura geral*, *Atrativos turísticos*, *Economia local*, *Capacidade empresarial*, *Aspectos sociais* 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 *Marketing e promoção do destino* e *Monitoramento*, as quais não ultrapassaram o nível 2 (21 a 40).

Gráfico 3. Índices por dimensão em ordem decrescente de desempenho

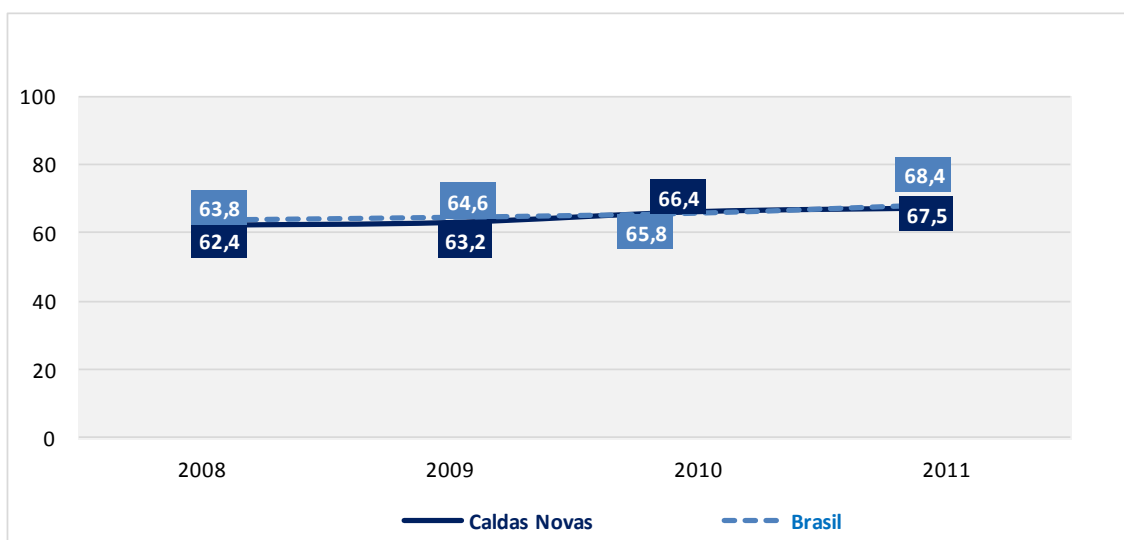


### 3.2 Infraestrutura geral

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. Caldas Novas registrou 67,5 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, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

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



O indicador de Caldas Novas 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 baixa e alta temporada;
- Aumento do efetivo da Polícia Militar durante a alta temporada ou durante grandes eventos;
- Oferta de Corpo de Bombeiros com grupo de busca e salvamento;
- Existência de Defesa Civil no destino;
- Oferta de elementos de drenagem nas áreas turísticas como meio-fio e bueiros;
- Presença de órgão responsável pela conservação urbana – Secretaria Municipal de Obras e Infraestrutura;
- Oferta de lixeiras, banheiros públicos e telefones públicos no entorno das áreas turísticas;
- Adoção de quesitos de embelezamento nas áreas públicas – praças, jardins, fontes temáticas.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Na alta temporada, os serviços de atendimento 24h operam acima da capacidade;
- Ausência de um grupamento da Polícia Militar especializado no atendimento ao turista e de um programa de proteção ao turista na Polícia Civil;
- O fato de não haver reforço do efetivo da Polícia Civil durante a alta temporada ou grandes eventos;
- Inexistência de Núcleos de Defesa Civil e/ou de um grupo de busca e salvamento na Defesa Civil;
- Inexistência de Guarda Municipal;
- Conservação do mobiliário urbano nas áreas turísticas (telefones, banheiros públicos e abrigos de ônibus);
- O destino não aplica programas para a conservação de mobiliário urbano ou de áreas verdes;
- Não há espaços específicos para o estacionamento ou a parada (embarque e desembarque) de veículos turísticos nas áreas turísticas.

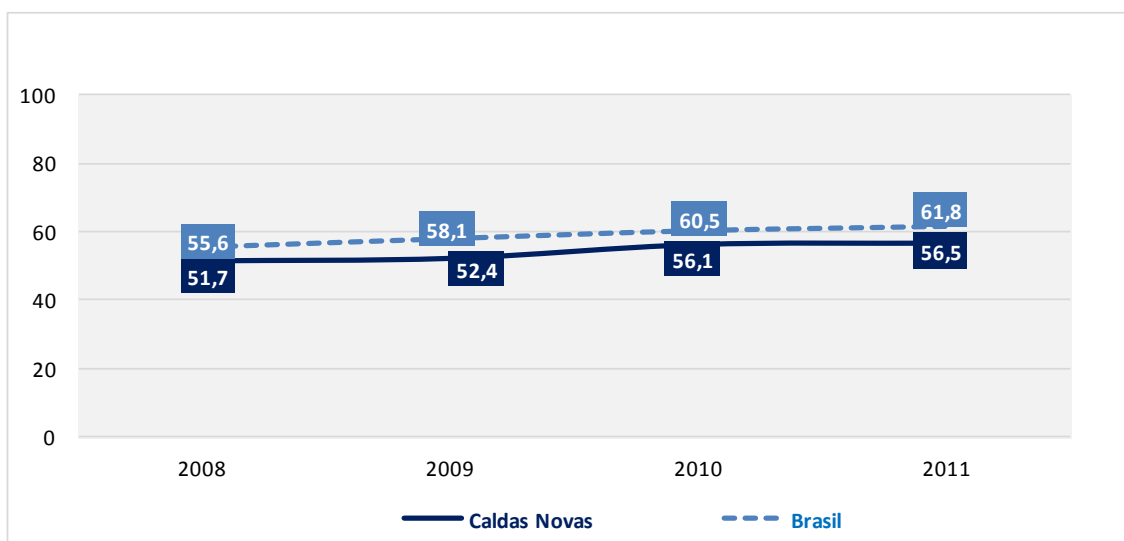
Além destes fatores, foram considerados na composição do índice números de saúde, como a expectativa de vida da população, número de estabelecimentos com atendimento de urgência, número de postos ambulatoriais de atendimento, número de profissionais de saúde e número de leitos.

### **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 emissivos de turistas.

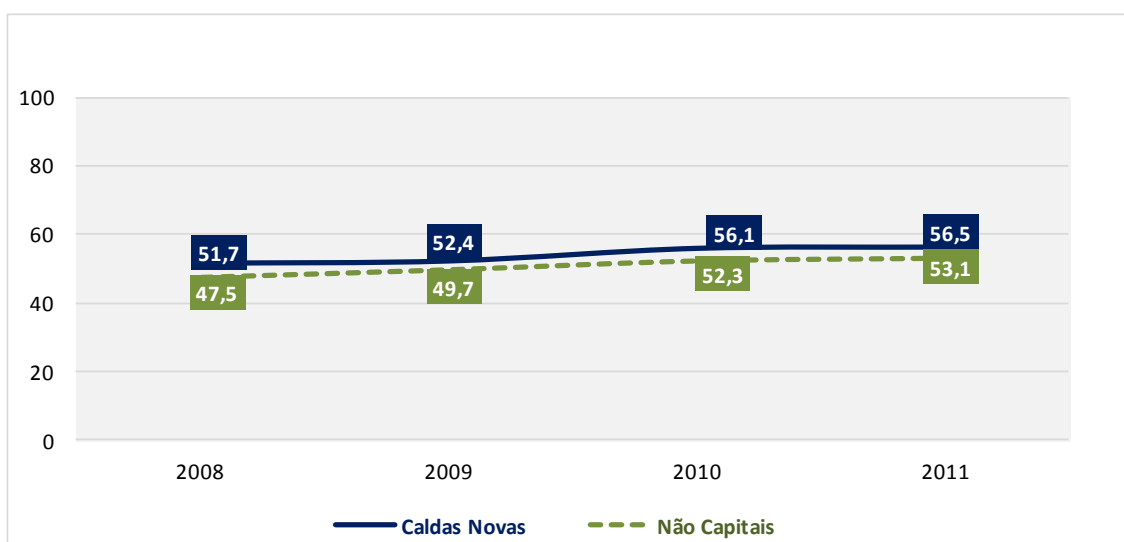
Em *Acesso*, a média Brasil em 2011 foi 61,8. Caldas Novas registrou 56,5 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

**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 que recebe voos fretados – Aeroporto Municipal Nelson Ribeiro Guimarães;
- Estrutura do terminal aeroportuário do destino, que conta com lojas, lanchonetes e sanitários;
- Disponibilidade de um aeroporto que atende ao município fora de seu território – Aeroporto Internacional Santa Genoveva, em Goiânia;
- Estrutura do terminal aeroportuário de Goiânia, que conta com lanchonetes, serviço de táxi, locadoras de veículos, facilidades para pessoas com deficiência, entre outros serviços;
- Variedade de opções de transporte público ou concessões para atender àqueles que desembarcam no terminal aéreo de Goiânia – táxis e ônibus, conforme foi possível constatar durante a visita técnica ao município, realizada entre o período de 29/08/2011 à 2/09/2011;
- As condições da principal rodovia de acesso de fluxo turístico ao destino – BR 153;
- Existência de um terminal rodoviário com as seguintes estruturas: centro de atendimento ao turista, lanchonetes, serviço de táxi, serviço bancário, sanitários, além de oferta de transportes para o deslocamento dos que embarcam e desembarcam na rodoviária – como ônibus e táxis.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Ausência de voos regulares comerciais no aeroporto do município;
- Distância entre o Aeroporto Santa Genoveva e o centro de Caldas Novas – acima de 100Km;
- Estrutura disponível no terminal rodoviário que atende ao destino – sanitários, limpeza e assentos inadequados;
- Inexistência de uma linha regular de transporte turístico (ônibus ou similar) que interligue os principais atrativos do destino;
- Existência de congestionamentos durante a alta temporada ou grandes eventos;
- Carência de vagas para estacionamento nas áreas turísticas;

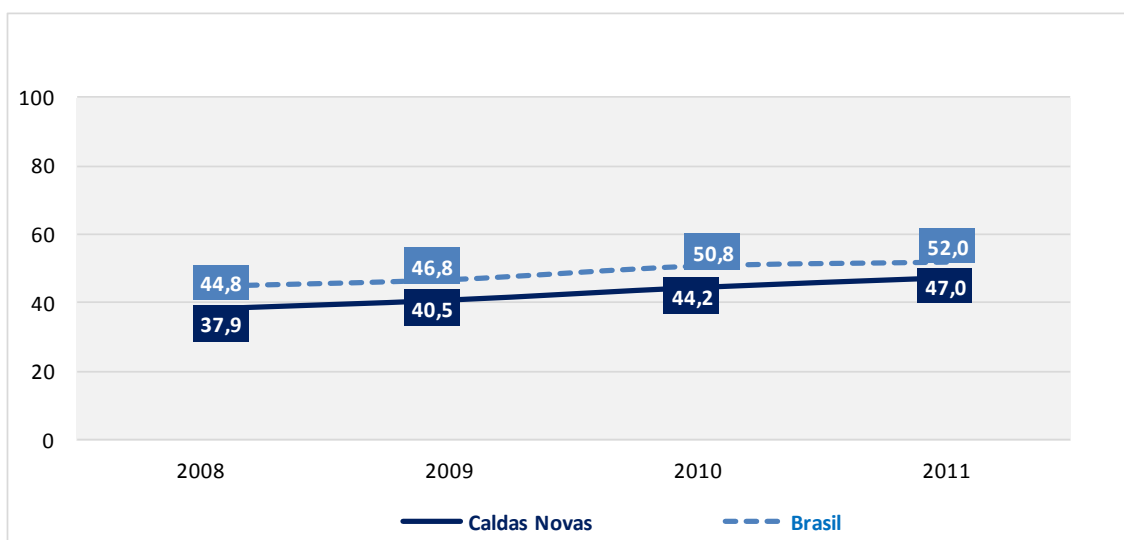
- Inexistência de linhas de transporte urbano que atendam às principais atrações turísticas;
- Ausência de ligações aéreas diretas entre o aeroporto Santa Genoveva e os principais centros emissores de turistas internacionais.

### 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. Caldas Novas registrou 47,0 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

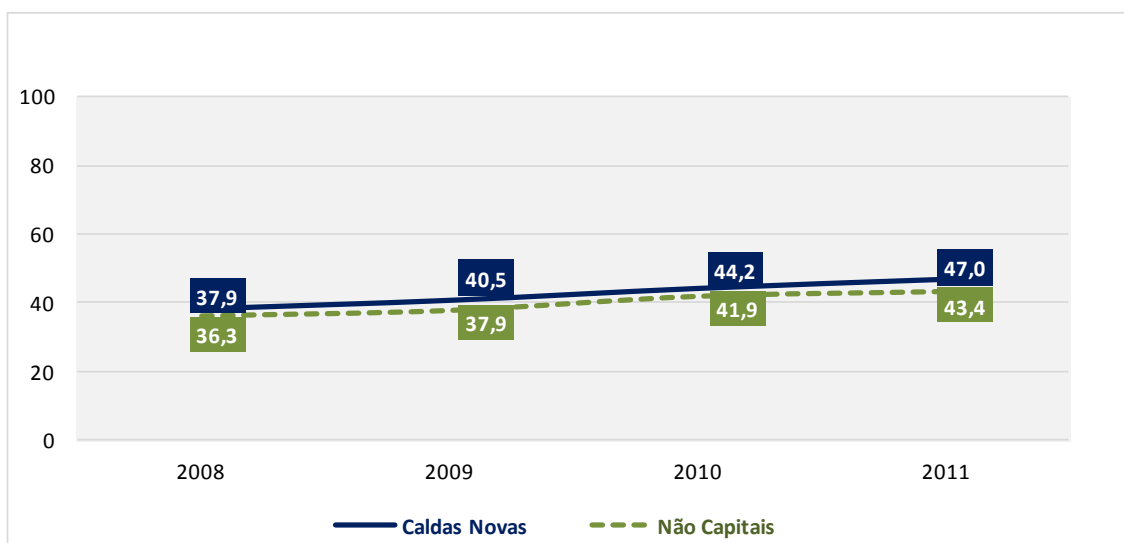
**Gráfico 8. Índices serviços e equipamentos turísticos – destino x Brasil: 2008-2011**



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



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



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

- Oferta de sinalização turística viária nos padrões internacionais recomendados;
- Oferta de sinalização turística descritiva ou interpretativa nos atrativos, disponível em idioma estrangeiro;
- Existência de dois centros de atendimento ao turista no destino, com estrutura e diversidade de serviços para atendimento ao turista como contato de operadoras e guias, fornecimento de informações sobre o destino e entorno, folders e propagandas de serviços, além de mapas informativos. Os centros de atendimento ao turista funcionam de 6 a 12 horas durante todo o ano, inclusive fins de semana e feriados.
- Existência de espaços para a realização de eventos, como equipamentos hoteleiros, ginásios esportivos, espaços para eventos artísticos e culturais e o Centro de Convenções Ilídia Maria de Souza;
- Existência de uma organização representativa dos meios de hospedagem, que discute e defende os interesses dos empreendimentos do destino como o Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares (SINDIHORBS) e Associação de Gerentes de Hotéis de Caldas Novas (AGECAN);
- 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;

- Cumprimento de quesitos de acessibilidade na maioria dos meios de hospedagem;
- Presença de empresas de receptivo que oferecem diversos serviços aos turistas como city tour, traslados, passeios para destinos de entorno, 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 que representa a atividade, a Associação de Guias de Turismo de Caldas Novas (AGTCAN);
- Presença no município de instituições de qualificação profissional que ofertam cursos livres, de graduação e capacitação nas áreas relacionadas ao turismo, como as instituições do Sistema S e universidade pública;
- Existência de uma organização representativa de restaurantes e similares, que discute e defende os interesses dos empreendimentos de alimentação – Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares (SINDHORBS).

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

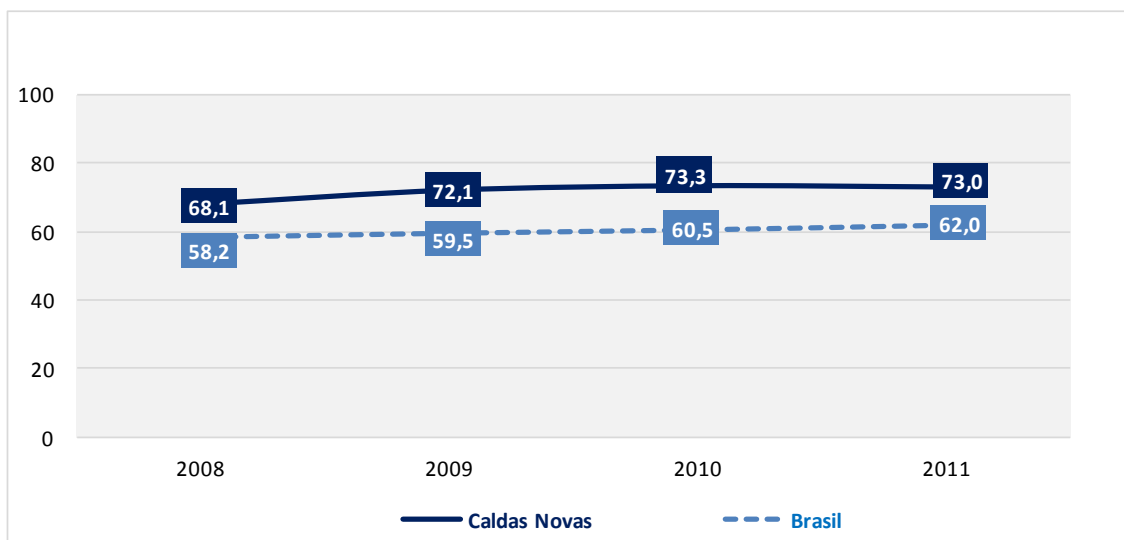
- O estado de conservação de parte da sinalização turística viária – como foi possível constatar durante visita técnica ao município entre os dias 29/08/2011 e 02/09/2011;
- Ausência de sinalização turística viária em idioma estrangeiro;
- Ausência de incentivo formal ao uso de tecnologias que priorizem a questão ambiental em estabelecimentos de hospedagem;
- Inexistência de um sistema de padronização local de qualidade hoteleira;
- Não existe incentivo formal para que estabelecimentos de alimentação adotem tecnologias que priorizem a questão ambiental;
- A maioria dos empreendimentos alimentação não adota quesitos de acessibilidade.

### 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.

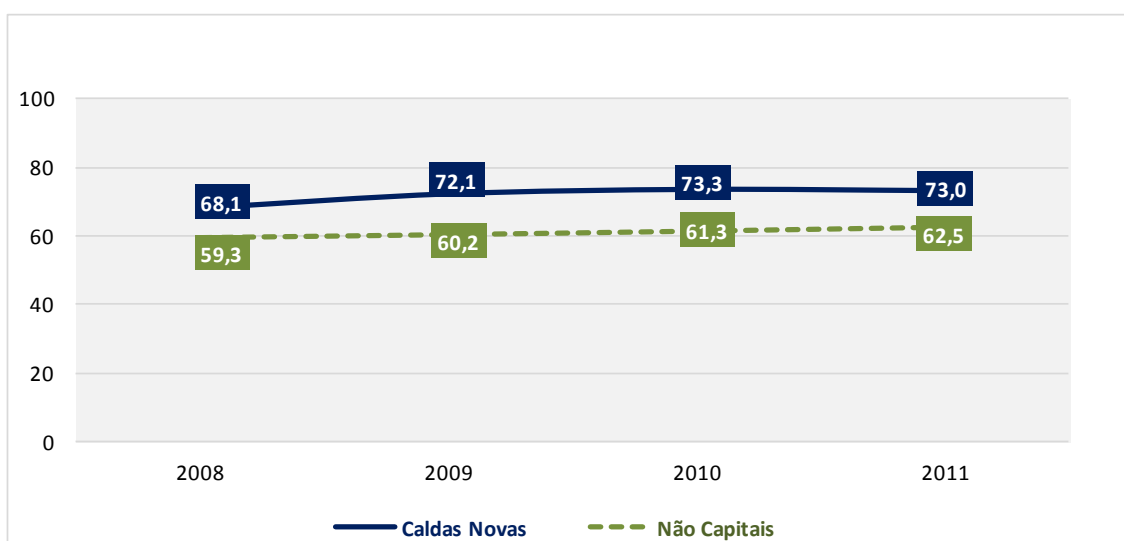
Em *Atrativos turísticos*, a média Brasil em 2011 foi 62,0. Caldas Novas registrou 73,0 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

**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 Caldas Novas foi influenciado de forma positiva por diversos fatores, entre os quais:

- Existência de atrativos naturais para os quais há fluxo turístico como as Águas Termais, o Parque Estadual Serra de Caldas Novas e o Lago Corumbá;
- Evidência de preservação ambiental do entorno do principal atrativo natural indicado – Águas termais/ Acqua Park –, e manutenção da estrutura disponível no local, com informações aos visitantes, banheiros, conservação de estruturas, dentre outras;
- Respeito ao limite de capacidade de carga/suporte, conforme previsto no estudo de capacidade de carga para a utilização as águas termais;
- São adotados alguns quesitos de acessibilidade no principal atrativo natural – em especial para pessoas com mobilidade reduzida 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 Casarão dos Gonzaga;
- A preservação urbanística do entorno do Casarão dos Gonzaga e o monitoramento do limite de capacidade de carga/controle de visitantes neste atrativo;
- Existência de eventos programados que atraem turistas como o Caldas Country, o Natal dos Sonhos e o Festival de Folclore;
- Estrutura disponível no local em que acontece o principal evento programado indicado – Caldas Country –, além da conservação urbanística e ambiental do entorno deste local;
- O destino conta com atrativos de realizações técnicas que geram a atração de visitantes ao longo de todo o ano com interesse específico, independentemente de uma data especial no calendário de eventos: Projeto recarga do lençol freático, o Parque Estadual Serra de Caldas Novas e a Usina Corumbá.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Carência de recursos que viabilizem o acesso ou circulação de pessoas com outros tipos de deficiência (exemplo: deficiência visual) no principal atrativo natural;

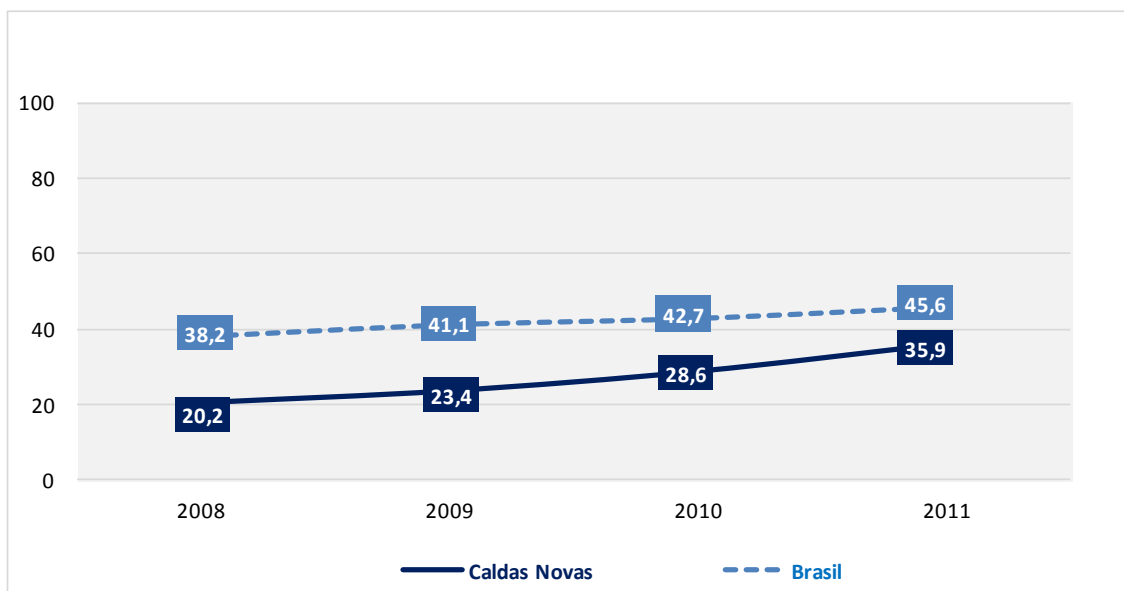
- O principal atrativo cultural necessita de melhorias nos banheiros e de recursos que viabilizem o acesso para pessoas com deficiências;
- A falta de recursos que confirmem acessibilidade para pessoas com deficiência no local em que acontece o principal evento programado;
- Não há no destino o monitoramento da capacidade de carga ou suporte da principal realização técnica sinalizada e o atrativo em que tal realização 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*).

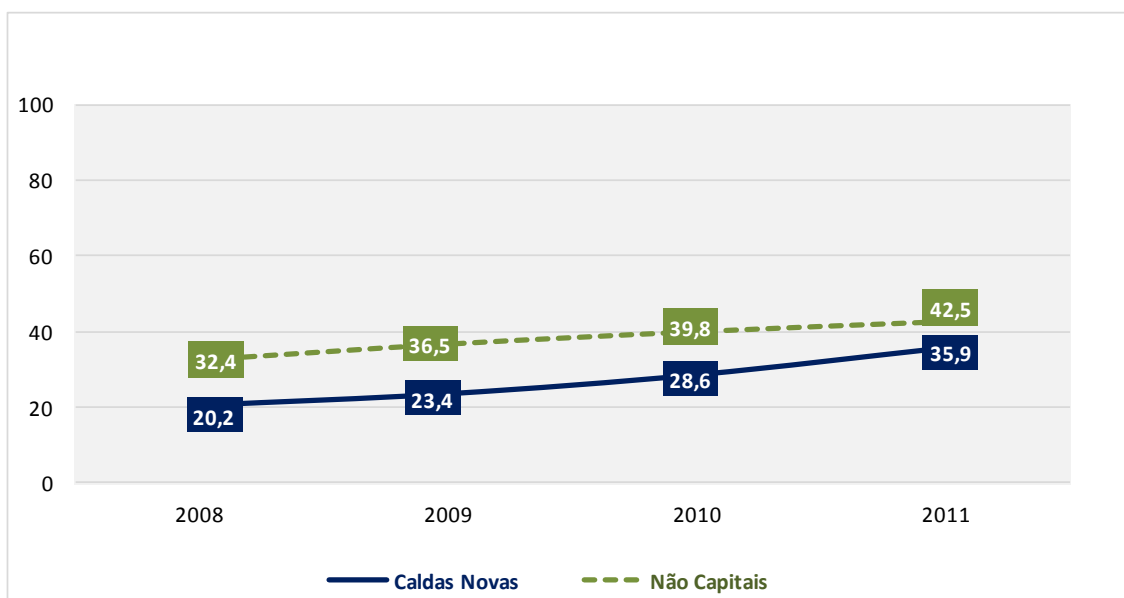
Em *Marketing e promoção do destino*, a média Brasil em 2011 foi 45,6. Caldas Novas registrou 35,9 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

**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, acima do resultado do destino nesta dimensão.

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



O indicador de Caldas Novas 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, nacionais e internacionais nos últimos dois anos como o Salão do Turismo, a ABAV, dentre outros;
- O destino turístico produziu, nos últimos 5 anos, evento próprio regional para se promover fora de seu território;
- Existe material promocional institucional disponível em idioma estrangeiro, que deixa claro ao visitante a preocupação 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 disponível para consulta gratuita e impressa;

- A página institucional do município na internet – acessível pelo endereço [www.caldasnovas.go.gov.br](http://www.caldasnovas.go.gov.br) – traz informações turísticas sobre o destino.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

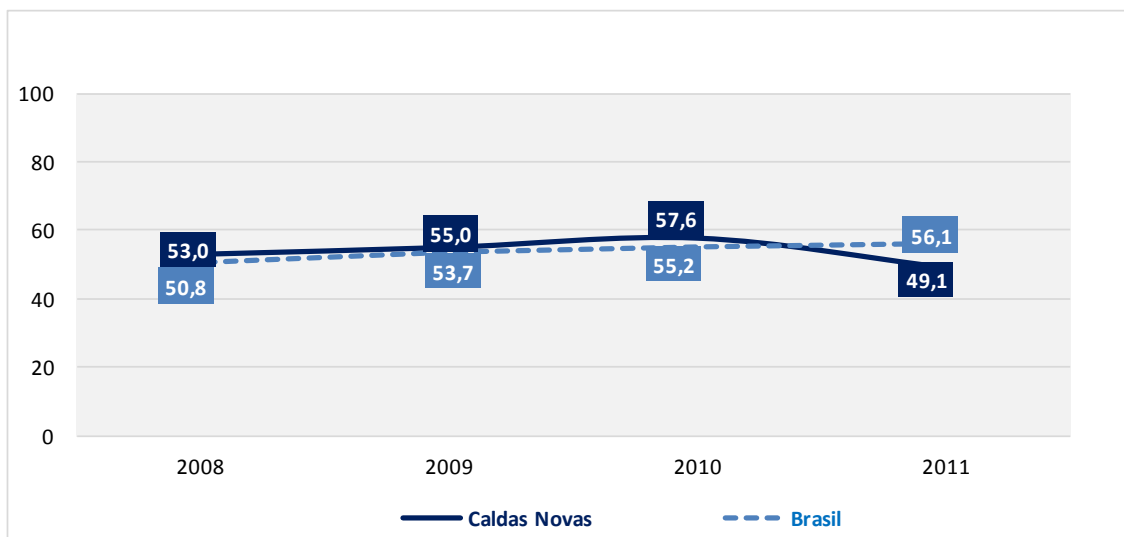
- Inexistência de um plano de marketing formal para o destino, o qual poderia ser elaborado com a colaboração de diversos atores, contendo metas e responsabilidades definidas, fundamentado em pesquisa sobre a demanda turística, contemplando a relação com agências e operadoras e definindo indicadores de desempenho;
- Não existe nenhum plano similar de marketing regional, que o contemple com ações e metas de mercado para o turismo no destino;
- Não há participação em feiras e eventos não voltados ao setor de turismo, ações que ajudariam a ampliar a promoção do destino no mercado especializado nacional ou internacional;
- Os resultados dos eventos de turismo e dos eventos de outros segmentos dos quais Caldas Novas participa precisam receber novas técnicas de avaliação;
- O material promocional do destino Caldas Novas não alerta o visitante sobre ações de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes;
- 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 e em preservar o meio ambiente;
- A página com informações turísticas do destino, acessível pelo endereço [www.caldasnovas.go.gov.br](http://www.caldasnovas.go.gov.br), não divulga informações sobre outros destinos da região turística onde está inserida.

### 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.

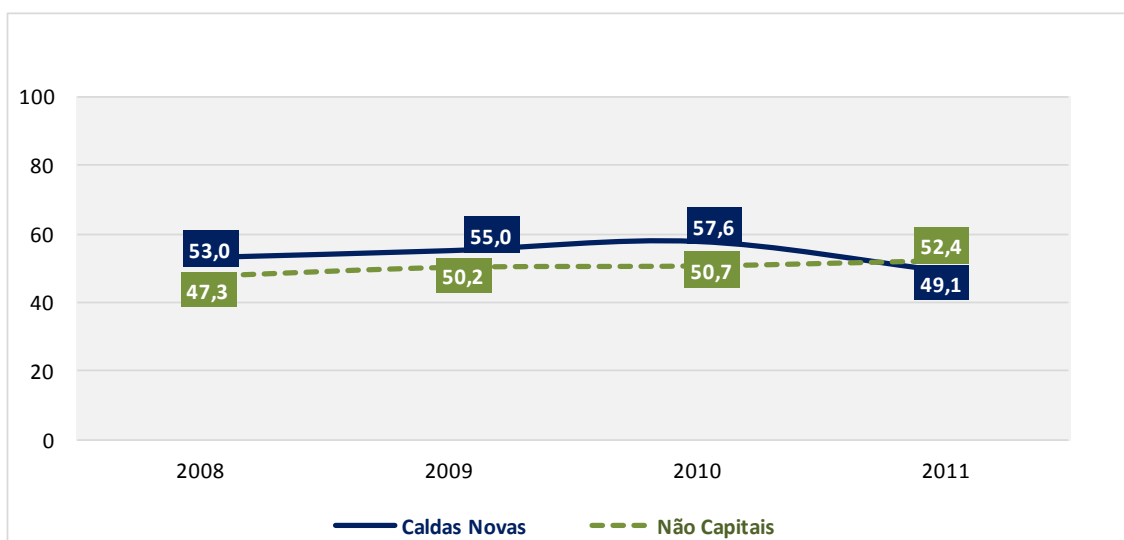
Em *Políticas públicas*, a média Brasil em 2011 foi 56,1. Caldas Novas registrou 49,1 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das 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 uma secretaria municipal com a atribuição exclusiva de coordenar e incentivar o desenvolvimento do turismo, que dispõe de recurso próprio proveniente de um fundo voltado para o turismo;
- Presença de uma instância de governança local ativa – em formato de Conselho Municipal de Turismo – dedicada ao acompanhamento da atividade turística, e que mantém representação junto ao Conselho Estadual de Turismo;
- Houve, no ano anterior, investimentos diretos do governo estadual em projetos que visavam a competitividade do turismo em áreas como Infraestrutura Geral;
- 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;
- Existe um Plano Diretor Municipal, revisado recentemente, que contempla o setor de turismo;
- Foram realizadas ações e projetos executados em parceria com a iniciativa privada ou com entidades de classe representativas do setor ao longo do ano anterior, como em treinamento e educação para o turismo, incremento da imagem do destino, participação em feiras de turismo, dentre outros.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

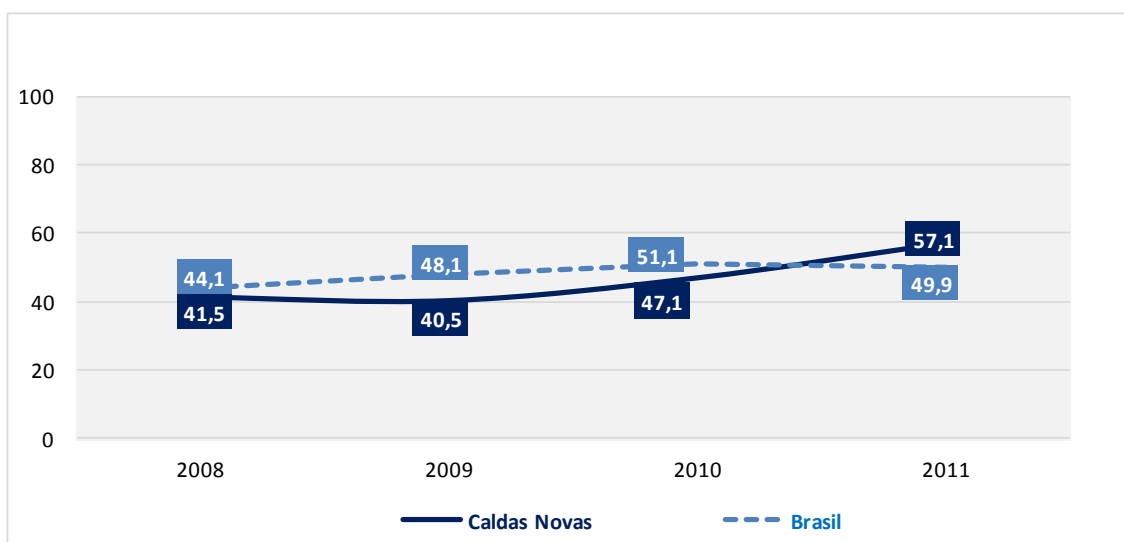
- Não foram desenvolvidos projetos em conjunto com outras secretarias, que não a realização de eventos, em atividades relacionadas ao turismo no último ano;
- O destino não recebeu recursos de emendas parlamentares para o turismo no ano anterior, segundo lei orçamentária anual de 2010;
- A cidade de Caldas Novas não participou de nenhum programa de modernização administrativa ou fiscal na gestão municipal nos últimos cinco anos;
- Caldas Novas não segue nenhum planejamento formal para o setor de turismo que defina 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.

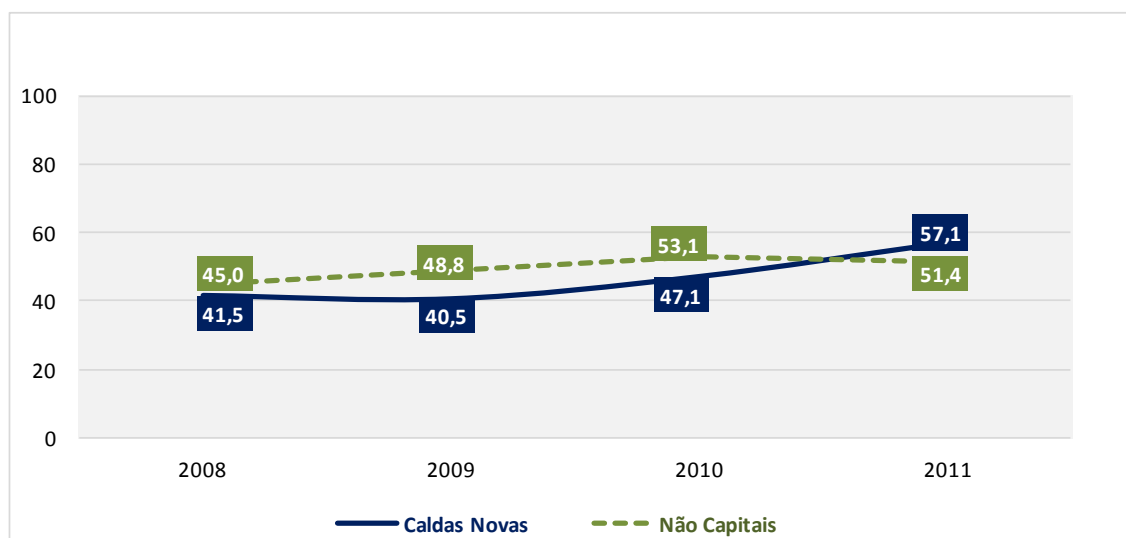
Em *Cooperação regional*, a média Brasil em 2011 foi 49,9. Caldas Novas registrou 57,1 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

**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 – o Fórum Regional das Águas – que conta com a participação ativa de diversos atores do segmento turístico da região das Águas Quentes e que 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 de suas atividades, realiza parcerias com os setores públicos e privados dos municípios que representa, mantém reuniões mensais e dispõe de suporte para a condução de suas atividades;
- A instância está representada no Conselho Estadual de Turismo;
- Foram realizadas ações como a reunião de posse da diretoria do Fórum das Águas, para mobilizar atores do segmento turístico do destino para a importância da cooperação regional no ano anterior;
- Existem projetos de cooperação regional compartilhados entre o município avaliado e outros destinos da região das Águas Quentes, entre eles, o projeto de roteirização Rota da Fé;
- Existência de um plano de desenvolvimento turístico integrado para a região, no qual estão previstas responsabilidades e metas de mercado e cujas ações e projetos contemplam o município avaliado – o Plano de Desenvolvimento

Integrado de Turismo Sustentável (PDITS) que inclui Caldas Novas e Rio Quente;

- Além disso, o destino integra roteiros regionais, comercializados por operadores e agências locais e nacionais e estruturados com a participação de atores do *trade* turístico;
- A elaboração dos roteiros regionais dos quais o destino faz parte considerou questões de sustentabilidade, como estudo de capacidade de carga dos atrativos e estudos e relatórios de impacto ambiental (EIA/RIMA);
- 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.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

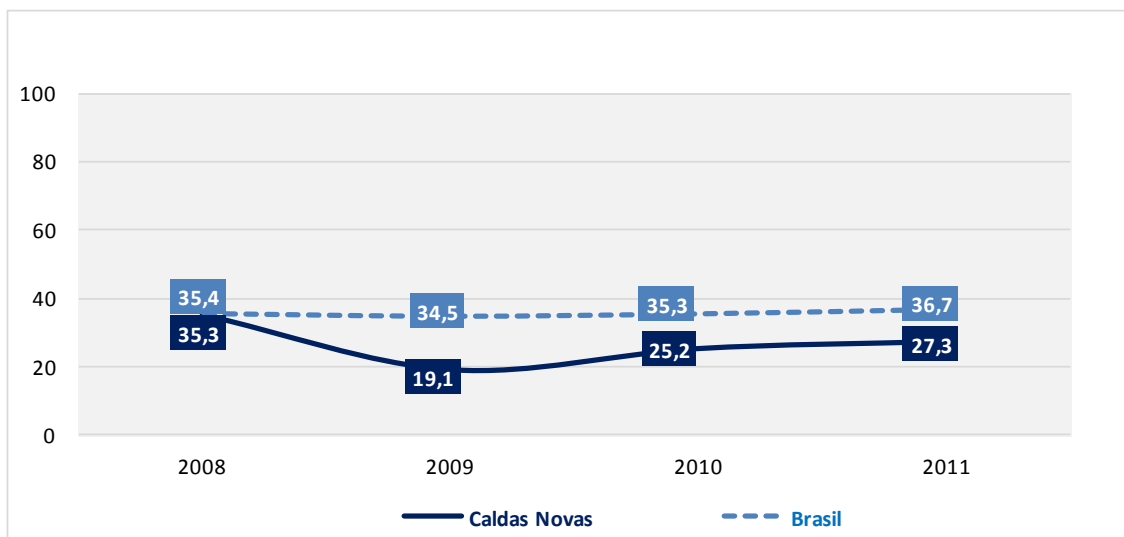
- O fato de a instância de governança regional – Fórum da Região das Águas – não estar formalmente constituída e não contar com recurso próprio;
- O destino não produz ou coproduz material promocional dos roteiros que integra.
- Os roteiros regionais dos quais o destino faz parte não foram elaborados com base em informações de um inventário ou cadastro da oferta turística;
- A elaboração dos roteiros regionais não considerou o monitoramento dos impactos ambientais, socioculturais e econômicos;
- Inexistência de uma página institucional da região turística na internet;
- Caldas Novas não participa de um consórcio público ligado a projetos turísticos com outro destino de sua região 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.

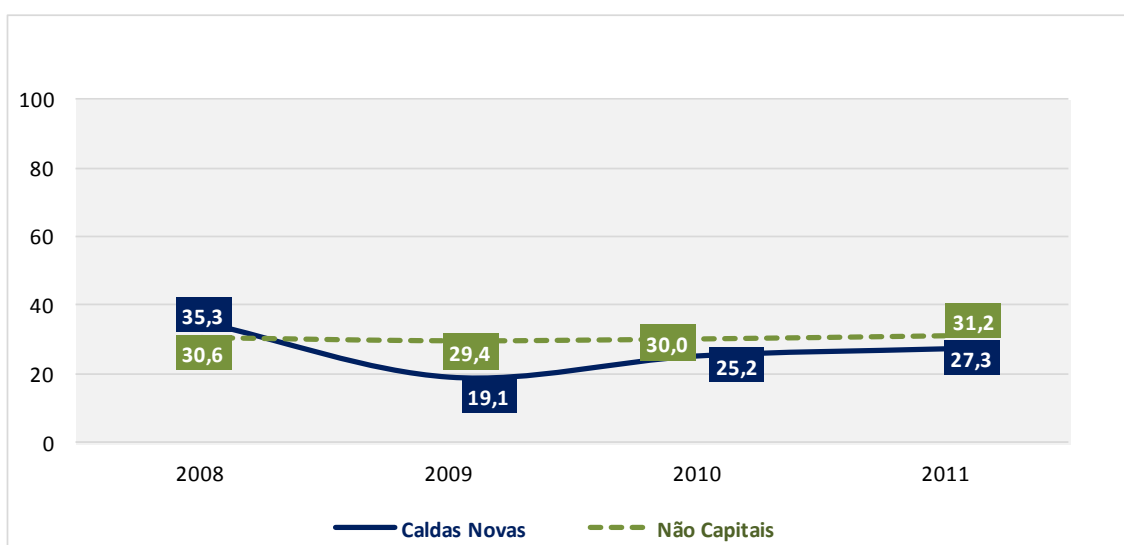
Em *Monitoramento*, a média Brasil em 2011 foi 36,7. Caldas Novas registrou 27,3 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das 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 Caldas Novas foi influenciado de forma positiva por diversos fatores, entre os quais:

- É realizada pesquisa de demanda por parte do curso de turismo da Universidade Estadual de Goiás, levantamento que gera dado relevante para o planejamento do turismo no destino;
- Existência de pesquisa de oferta – Cadastramento;
- Aproveitamento dos dados coletados na pesquisa de oferta em planejamentos e políticas públicas;
- Existência de instituição que realiza pesquisas em turismo, focadas no destino ou na região turística da qual o destino faz parte – Universidade Estadual de Goiás.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

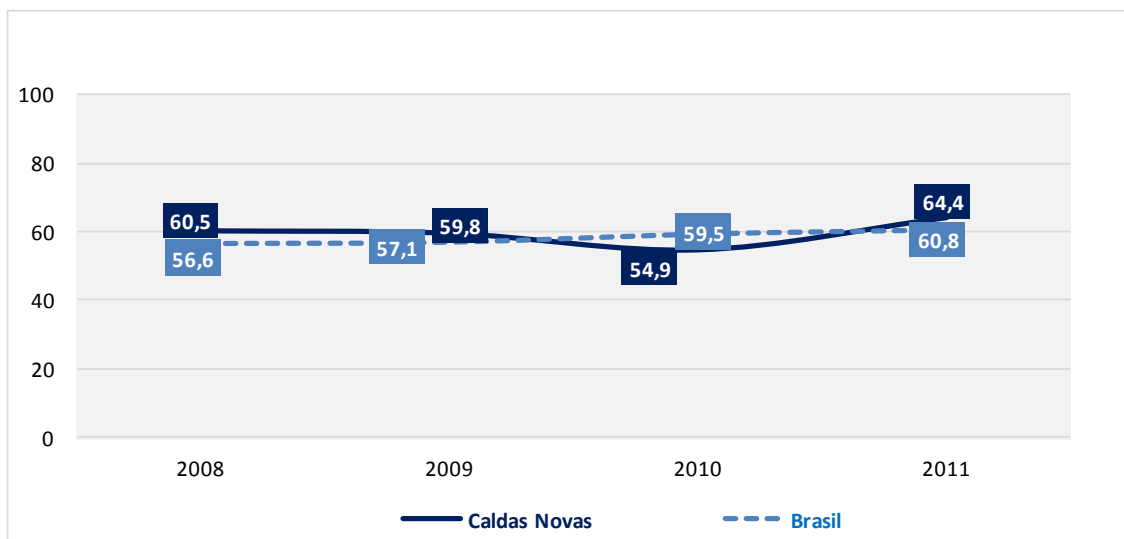
- A pesquisa de demanda não possui periodicidade definida, e o destino não aproveita os dados coletados em planejamento, tampouco em divulgação;
- Ausência de um sistema de indicadores de desempenho do setor do turismo;
- Não há um conjunto técnico de estatísticas turísticas, nem relatórios de conjuntura turística dos segmentos relacionados ao turismo;
- O destino não acompanha os objetivos da política em turismo em níveis estadual e federal;
- Não há monitoramento dos impactos econômicos, sociais, ambientais e 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.

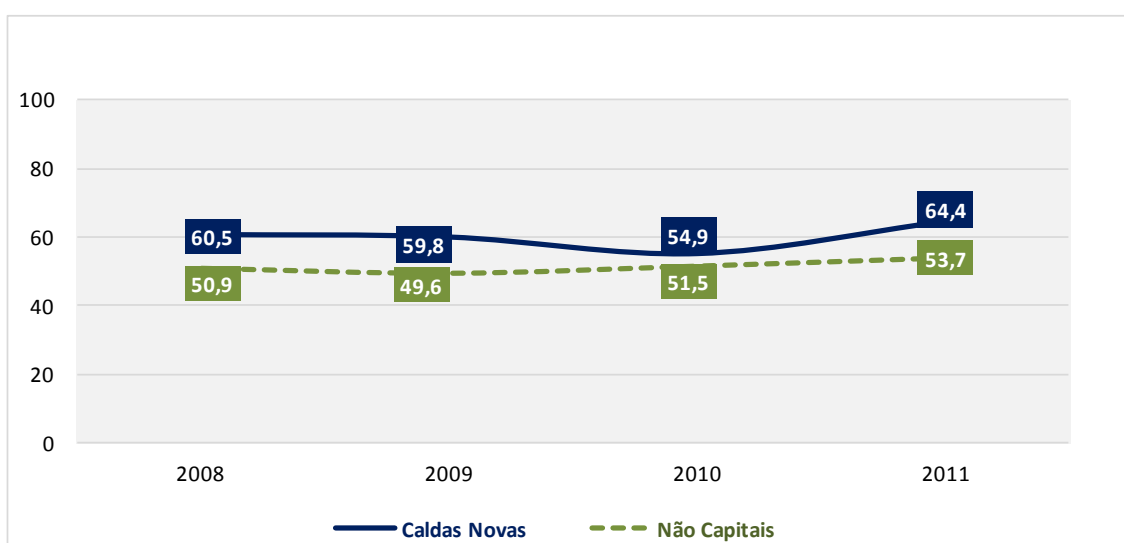
Em *Economia local*, a média Brasil em 2011 foi 60,8. Caldas Novas registrou 64,4 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

**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 Caldas Novas 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;
- O destino aplica políticas de incentivo à formalização de estabelecimentos comerciais e de prestadores de serviços, como os programas orientados pelo Sebrae,
- São oferecidos benefícios financeiros locais ou regionais (linhas especiais de financiamento) para empreendimentos e serviços ligados ao setor, como o Fundo Constitucional do Centro-Oeste;
- Atuação de um *Convention & Visitors Bureau* no destino – a Fundação Caldas Novas *Convention & Visitors Bureau*;
- Existência de um polo físico de produção e negócios significativo para movimentar a economia local – Turismo, Serviços e Soja – que tende a gerar fluxo turístico receptivo em consequência de sua existência.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Indisponibilidade de acesso gratuito à internet em locais públicos;
- 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.

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.

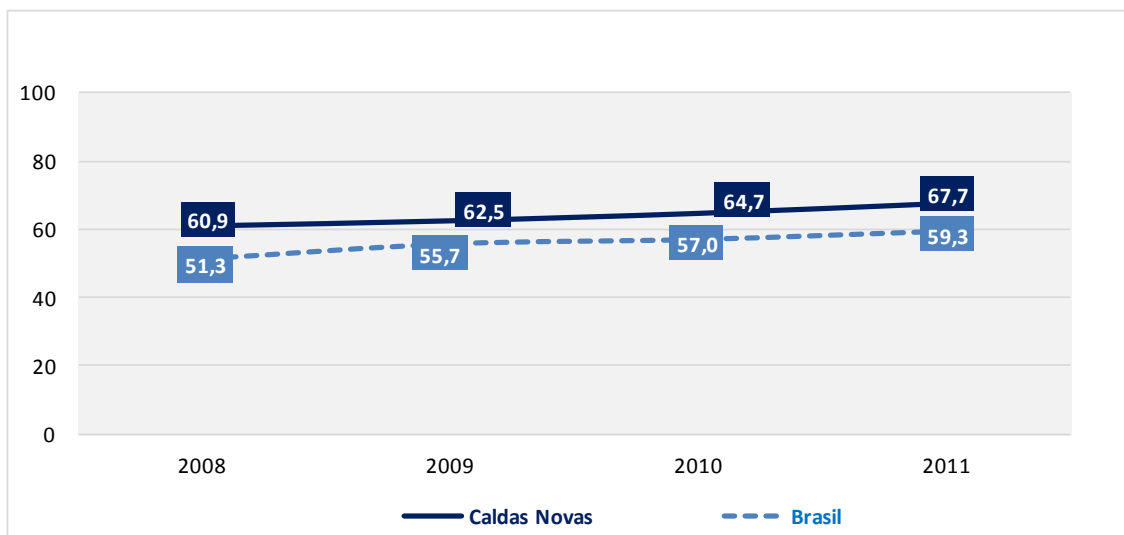
### 3.11 Capacidade empresarial

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.



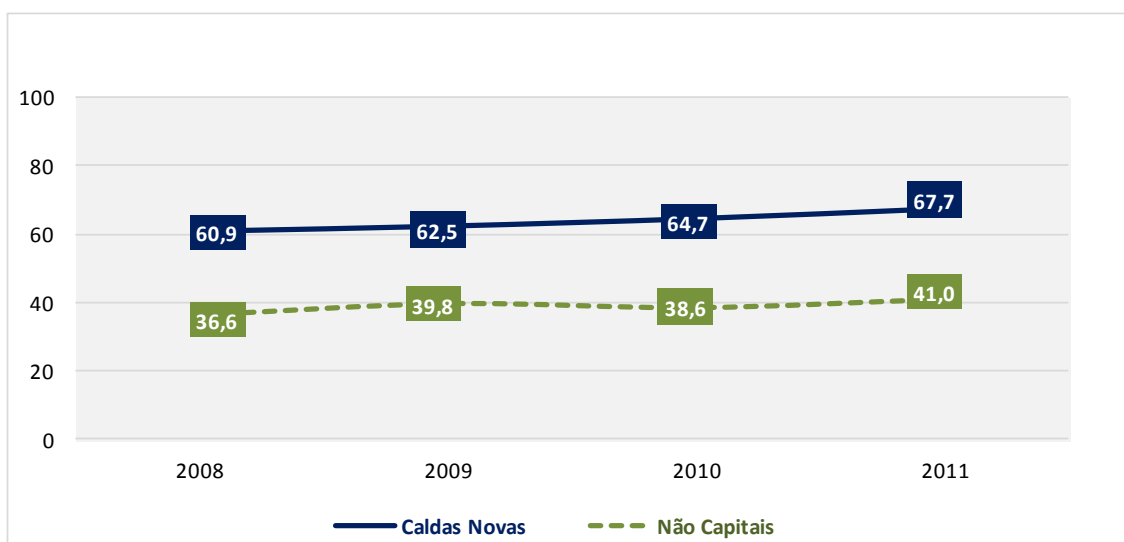
Em *Capacidade empresarial*, a média Brasil em 2011 foi 59,3. Caldas Novas registrou 67,7 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

**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 Caldas Novas 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, como as instituições do Sistema S e universidade pública, além da 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 de gerência e administrativos em meios de hospedagem e em estabelecimentos de alimentos e bebidas, em cargos de supervisão e administração geral e financeira e operações técnicas em agências ou operadoras;
- Aplicação de programa de qualificação especificamente voltado para empresários ou gerentes de empreendimentos turísticos, como o Qualifica Goiás pela Goiás Turismo e o Qualifica Brasil pelo Senac e Sindhorbs;
- Presença de grupos nacionais ou internacionais do setor de turismo, como redes de locação de automóveis, cadeias de restaurantes e redes de meios de hospedagem;
- Presença de empresa de grande porte com mais de mil funcionários e de empresas que produzem mercadorias de alto valor agregado e perecíveis.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- A carência de pessoal local qualificado para trabalhar em cargos de gerência ou administrativos em agências ou operadoras;
- Os adensamentos de empreendimentos turísticos não estão organizados como arranjos produtivos locais;
- Foram sinalizadas barreiras à entrada de novos empreendimentos turísticos – entre elas dificuldade para obtenção de licenciamento ambiental e infraestrutura para edificações.

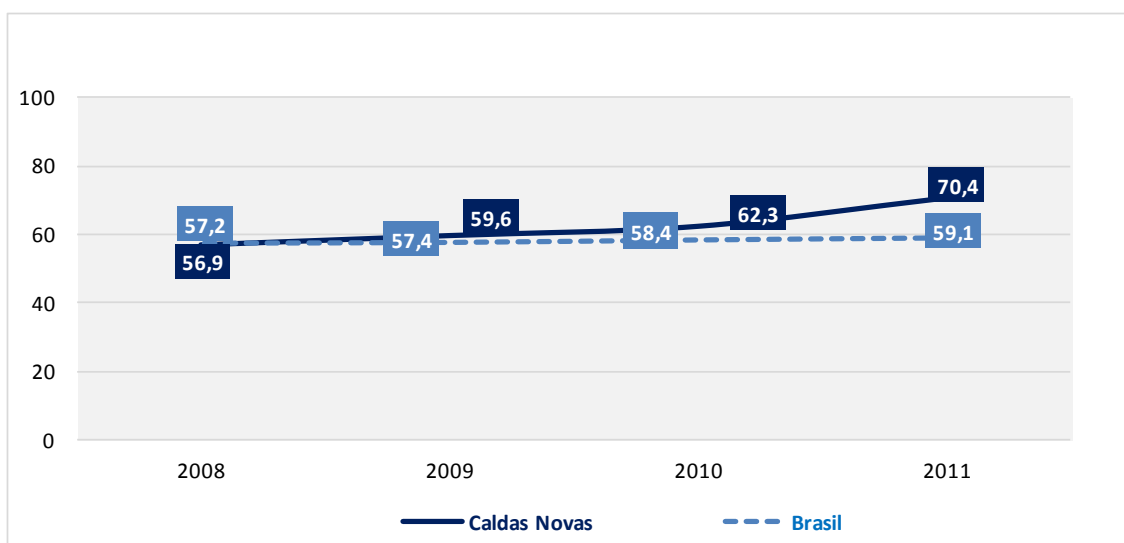
### 3.12 Aspectos sociais

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.

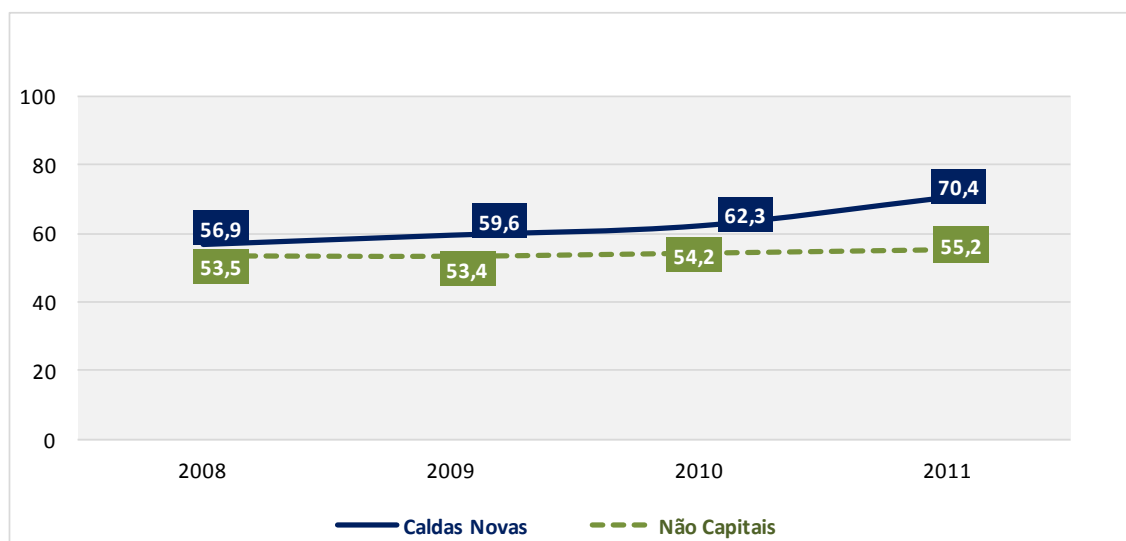
Em *Aspectos sociais*, a média Brasil em 2011 foi 59,1. Caldas Novas registrou 70,4 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

**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 Caldas Novas 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;
- São aplicados programas de incentivo ao uso dos equipamentos turísticos pela população local; ações essas que poderiam ser mais frequentes como forma de alavancar a preservação dos espaços e a circulação de turistas;
- A população local se envolve na elaboração do orçamento participativo;
- O município sensibiliza os cidadãos sobre a importância da atividade turística para o destino – por meio de programas que abordam os aspectos positivos e negativos da atividade, e alerta o turista para o respeito na preservação do meio ambiente.

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 no setor de alimentos e bebidas;

- Inexistência de programa específico de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes no turismo, ação que fortaleceria o destino ao mobilizar a iniciativa privada, o poder público municipal e o terceiro setor;
- Não há sensibilização do turista sobre o respeito 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.

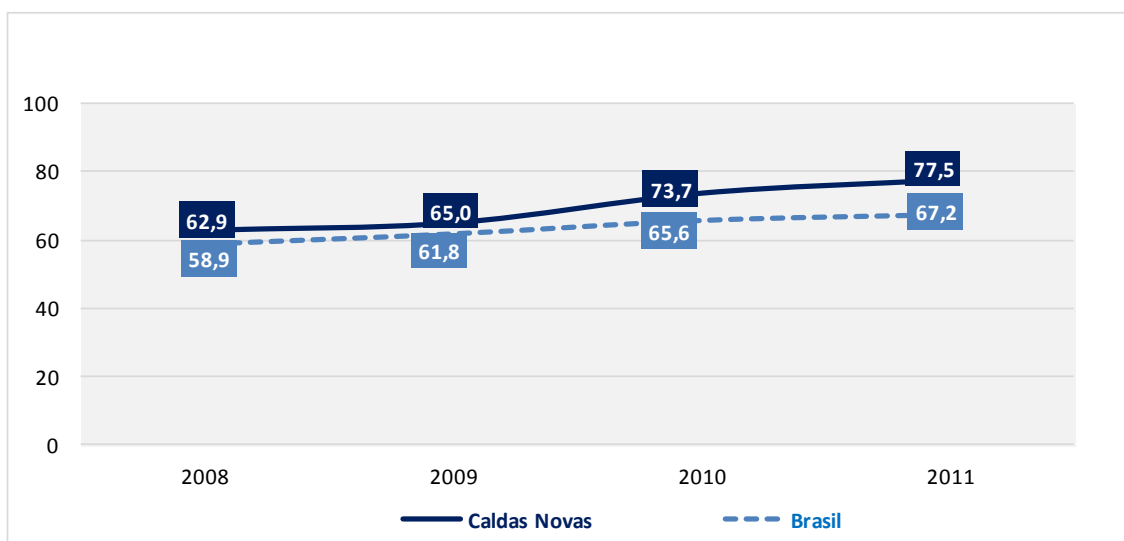
Além destes fatores, também foram considerados indicadores sociais do município, como percentual de habitantes com acesso ao ensino, Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB) e Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M), dentre outros.

### **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.

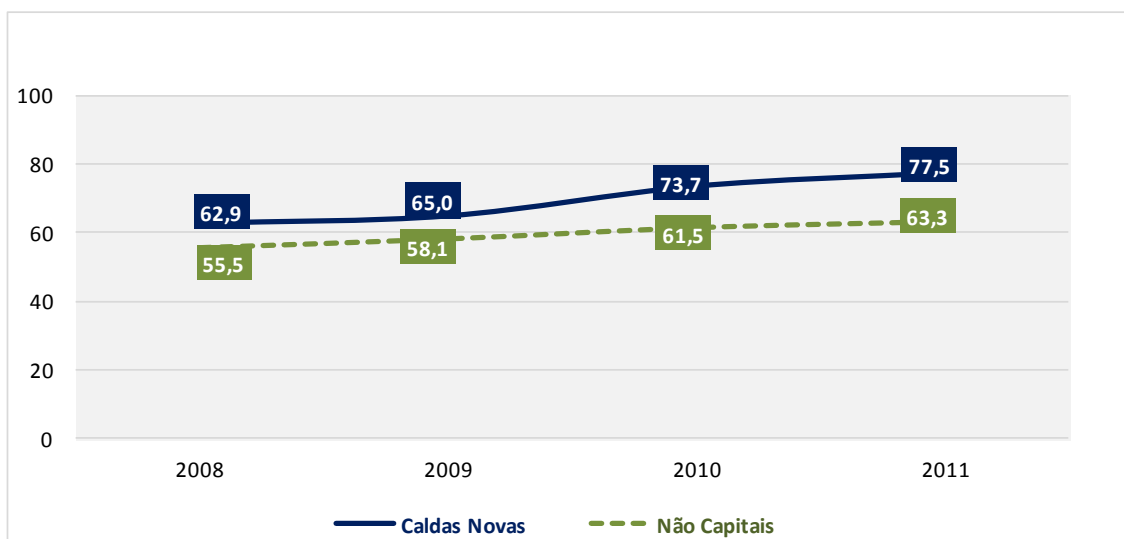
Em *Aspectos ambientais*, a média Brasil em 2011 foi 67,2. Caldas Novas registrou 77,5 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das 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 Caldas Novas 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 que recentemente desenvolveu projetos relacionados ao turismo em conjunto com a Secretaria Municipal de Turismo;
- Disponibilidade de um Fundo Municipal exclusivo para o meio ambiente;
- Existência de um Código Ambiental Municipal ou similar – contra o qual não há ação judicial pública, que cria, classifica e delimita áreas de preservação no território municipal e determina a criação de um fundo municipal para o meio ambiente;
- O município possui uma rede pública de distribuição de água e estação de tratamento. São ainda realizadas campanhas de educação periódicas para o uso racional da água;
- O destino é atendido por um sistema público de coleta de esgoto – ainda que sem configurar separador absoluto;
- Existência de política de monitoramento da balneabilidade em ambientes naturais (como rios, lagos, lagoas ou praias);
- Destinação pública de resíduos sólidos residenciais e comerciais para aterro sanitário e tratamento de resíduos hospitalares;
- São realizadas campanhas de educação ambiental periódicas;
- Presença de Unidades de Conservação com atividade turística em território municipal – Parque Estadual Serra de Caldas Novas –, 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 possui recursos próprios;
- O Conselho Municipal de Meio Ambiente encontra-se inativo;
- Ausência de legislação específica para a adoção de fontes de energia limpa ou renovável em estabelecimentos públicos ou privados;
- Índice de cobertura de rede pública de água e de coleta de esgoto, além do percentual de esgoto tratado;

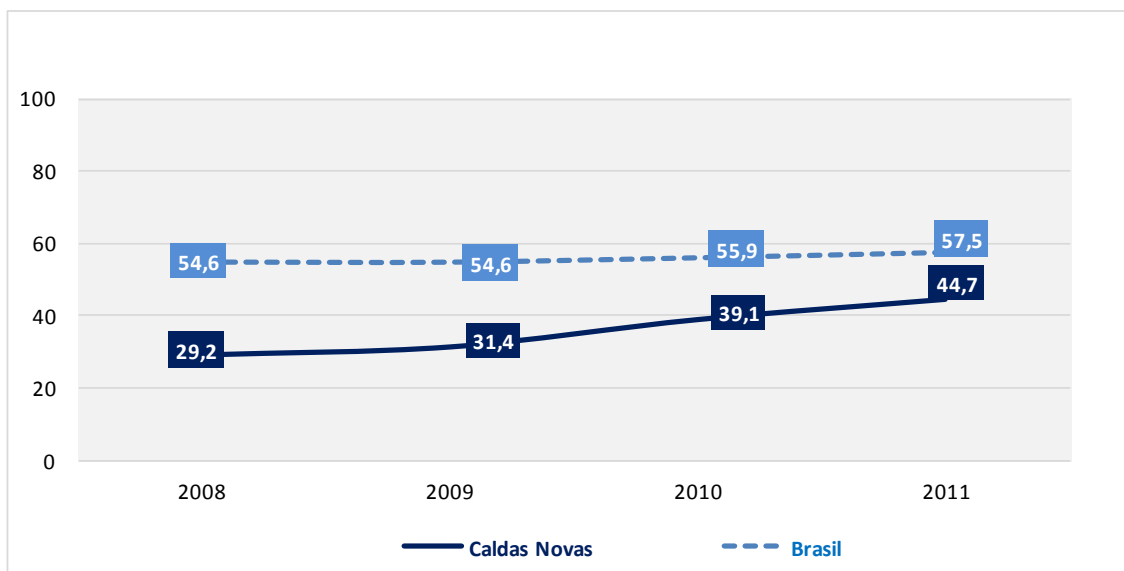
- O sistema público de coleta de esgoto não adota configuração de separador absoluto;
- Não há estação de tratamento de água para a sua reutilização;
- Presença de atividades potencialmente poluidoras, com alvará de funcionamento ou de localização no território municipal, como usina hidrelétrica, mineração e construções irregulares no Lago Corumbá.

### 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. Caldas Novas registrou 44,7 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

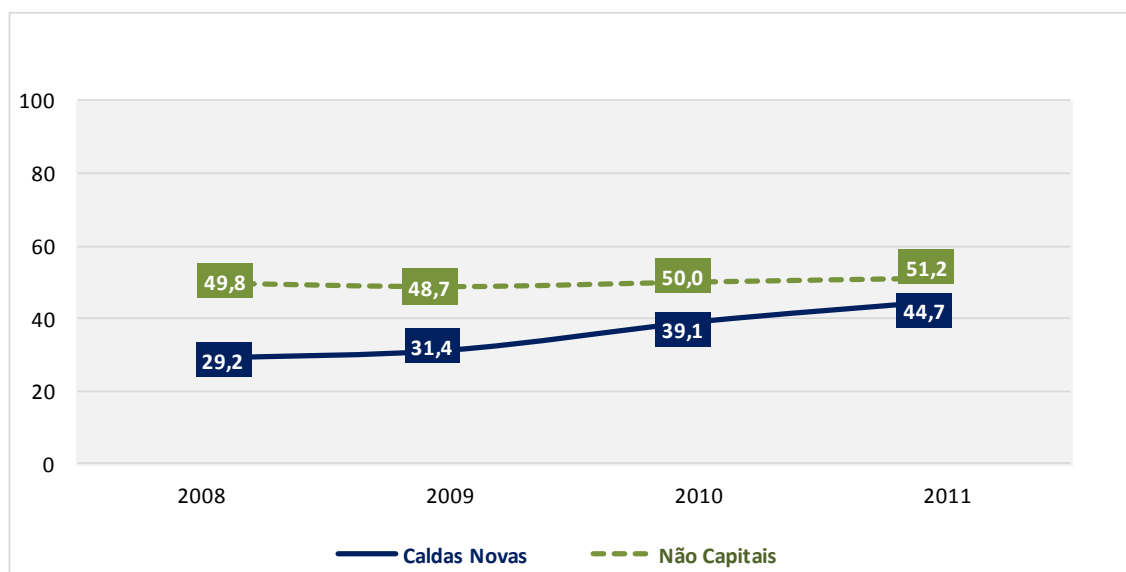
**Gráfico 28. Índices aspectos culturais – destino x Brasil: 2008-2011**



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 Caldas Novas foi influenciado de forma positiva nesta dimensão por diversos fatores, entre os quais:

- Presença de atividade artesanal típica – a base de pedras, cerâmica, palha de milho, folha de bananeira – comercializada em esfera regional;
- Existência de culinária típica pela qual o destino é reconhecido em esfera regional: pratos com pequi e guariroba, empadão goiano;
- Existem manifestações religiosas no destino – Folia de Reis, romaria ao Santuário Nossa Senhora da Salete – que atraem fluxo turístico;
- Existem comunidades tradicionais presentes no território municipal, como os ciganos;
- Presença de grupos artísticos de manifestação popular tradicional, como a Orquestra de Violeiros Estrela do Oriente;
- Existência de sítio arqueológico tombado ou registrado no Parque Estadual Serra de Caldas Novas, além de bens tombados como patrimônio histórico – o Casarão dos Gonzaga e a Igreja da Matriz;
- Presença de um órgão da administração local com atribuição exclusiva de incentivar o desenvolvimento da cultura – Secretaria Municipal de Cultura – que, no ano anterior, compartilhou projetos ou atividades em conjunto com a Secretaria de Turismo;

- O destino aplica política municipal de cultura, que dentre outros benefícios ajuda a manter um calendário de manifestações culturais;
- Existe projeto de implementação de turismo cultural para fortalecer os atrativos culturais e as manifestações culturais da cidade;
- Há monitoramento da utilização turística do patrimônio cultural aplicando controle de capacidade de suporte ou carga.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Ausência de patrimônios imateriais e artísticos tombados 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 municipal de cultura;
- O destino não aderiu ao Sistema Nacional de Cultura;
- Não há instância de governança municipal dedicada à cultura.

#### 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 Caldas Novas, 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, Serviços e equipamentos turísticos, Marketing e promoção do destino, Cooperação regional, Monitoramento, Economia local, Capacidade empresarial, Aspectos sociais, Aspectos ambientais e Aspectos culturais*.

Por fim, as dimensões *Acesso e Atrativos turísticos* registraram estabilidade de resultados em 2011 em relação a 2010.

Por fim, foi possível observar que a dimensão *Políticas públicas* 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				Caldas Novas			
	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	49,9	50,7	54,4	57,5
Infraestrutura geral	63,8	64,6	65,8	68,4	58,1	58,9	59,8	63,2	62,4	63,2	66,4	67,5
Acesso	55,6	58,1	60,5	61,8	47,5	49,7	52,3	53,1	51,7	52,4	56,1	56,5
Serviços e equipamentos turísticos	44,8	46,8	50,8	52,0	36,3	37,9	41,9	43,4	37,9	40,5	44,2	47,0
Atrativos turísticos	58,2	59,5	60,5	62,0	59,3	60,2	61,3	62,5	68,1	72,1	73,3	73,0
Marketing e promoção do destino	38,2	41,1	42,7	45,6	32,4	36,5	39,8	42,5	20,2	23,4	28,6	35,9
Políticas públicas	50,8	53,7	55,2	56,1	47,3	50,2	50,7	52,4	53,0	55,0	57,6	49,1
Cooperação regional	44,1	48,1	51,1	49,9	45,0	48,8	53,1	51,4	41,5	40,5	47,1	57,1
Monitoramento	35,4	34,5	35,3	36,7	30,6	29,4	30,0	31,2	35,3	19,1	25,2	27,3
Economia local	56,6	57,1	59,5	60,8	50,9	49,6	51,5	53,7	60,5	59,8	54,9	64,4
Capacidade empresarial	51,3	55,7	57,0	59,3	36,6	39,8	38,6	41,0	60,9	62,5	64,7	67,7
Aspectos sociais	57,2	57,4	58,4	59,1	53,5	53,4	54,2	55,2	56,9	59,6	62,3	70,4
Aspectos ambientais	58,9	61,8	65,6	67,2	55,5	58,1	61,5	63,3	62,9	65,0	73,7	77,5
Aspectos culturais	54,6	54,6	55,9	57,5	49,8	48,7	50,0	51,2	29,2	31,4	39,1	44,7

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.



Ministério do  
Turismo

