

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

CAMPO GRANDE

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	15
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	39
4. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE	42

1. ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2. ASPECTOS GERAIS

Campo Grande é a capital do estado de Mato Grosso do Sul, na região Centro-Oeste do país. Com uma população de 787.204 habitantes e 8.096km² de extensão territorial, o município possui um PIB de R\$ 10.462.085.899,00 e PIB *per capita* de R\$ 14.001,93, segundo dados do IBGE (2010).

O destino faz parte da região turística Caminho dos Ipês, juntamente com municípios como Rochedo, Corguinho e Sidrolândia. Os principais segmentos turísticos nos quais Campo Grande é comercializado são Turismo de Negócios e Eventos, Turismo Rural e Turismo de Esporte.

Os principais atrativos de Campo Grande, conforme constatado durante a pesquisa de campo, são a Morada dos Baís, o Parque das Nações Indígenas, o Museu de Arqueologia Indígena Dom Bosco e a Esplanada da Ferrovia, além de eventos programados como a Expogrande e corridas da Stock Car.

Corumbá conta com uma oferta de serviços e equipamentos com 126 meios de hospedagem (RAIS), 696 estabelecimentos de alimentação (RAIS) e 33 guias de turismo (CADASTUR).

3. RESULTADOS

A pesquisa em Campo Grande foi realizada entre os dias 19 e 23 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.

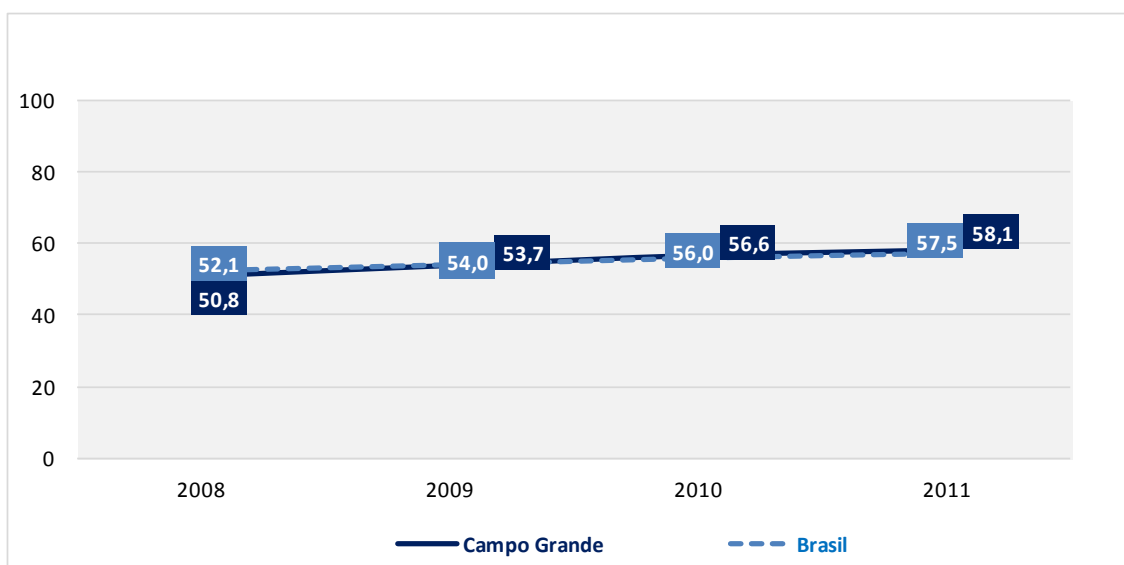
Além dos índices alcançados pelo destino em cada dimensão, serão destacados os principais fatores que contribuíram para tais resultados.

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 58,1 pontos (escala de 0 a 100). Este resultado ficou acima do índice obtido em 2010 (56,6), como é possível conferir no gráfico 1:

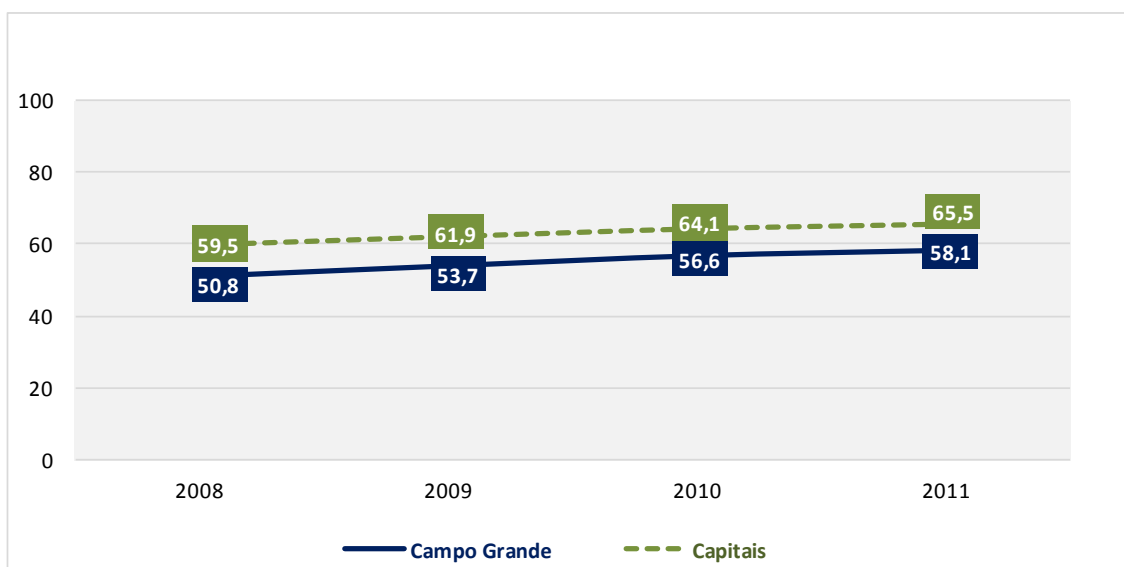
Gráfico 1. Índices gerais de competitividade – destino x Brasil: 2008-2011



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.

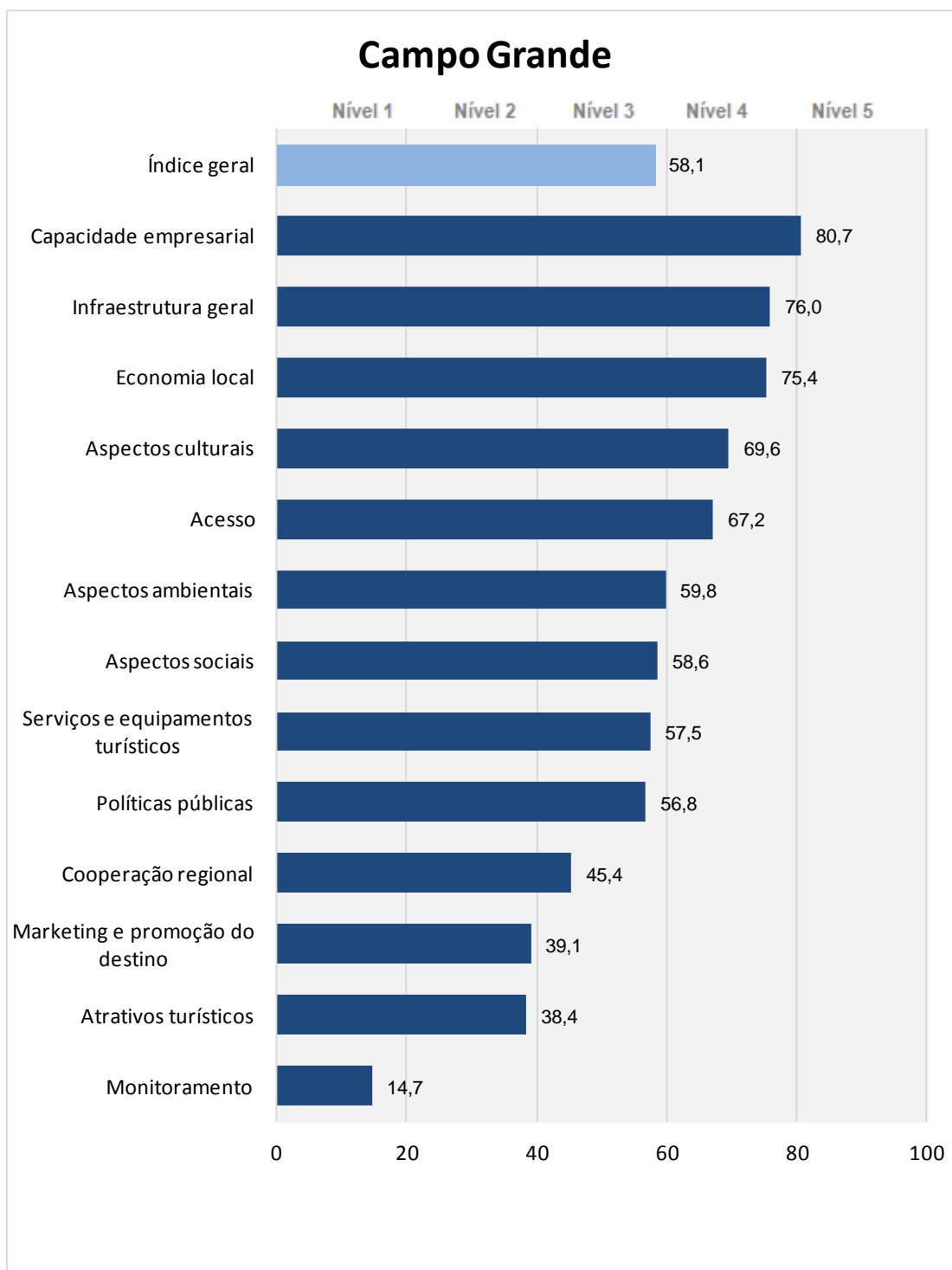
Podemos analisar o desempenho do destino juntamente com as linhas que apontam os resultados da média Brasil (gráfico 1) e das capitais (gráfico 2), que demonstram que o índice do destino segue a tendência nacional de evolução gradual. Considerando os resultados obtidos por todas as 65 cidades avaliadas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

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



Os resultados apresentados a seguir apontam que, das 13 dimensões avaliadas, as que obtiveram melhores desempenhos, com índices acima do nível 4 (61 a 80), foram *Infraestrutura geral*, *Acesso*, *Economia local*, *Capacidade empresarial* e *Aspectos culturais*, como é possível observar no gráfico 3. Por sua vez, as dimensões que enfrentam obstáculos para superar os menores níveis de competitividade são *Atrativos turísticos*, *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

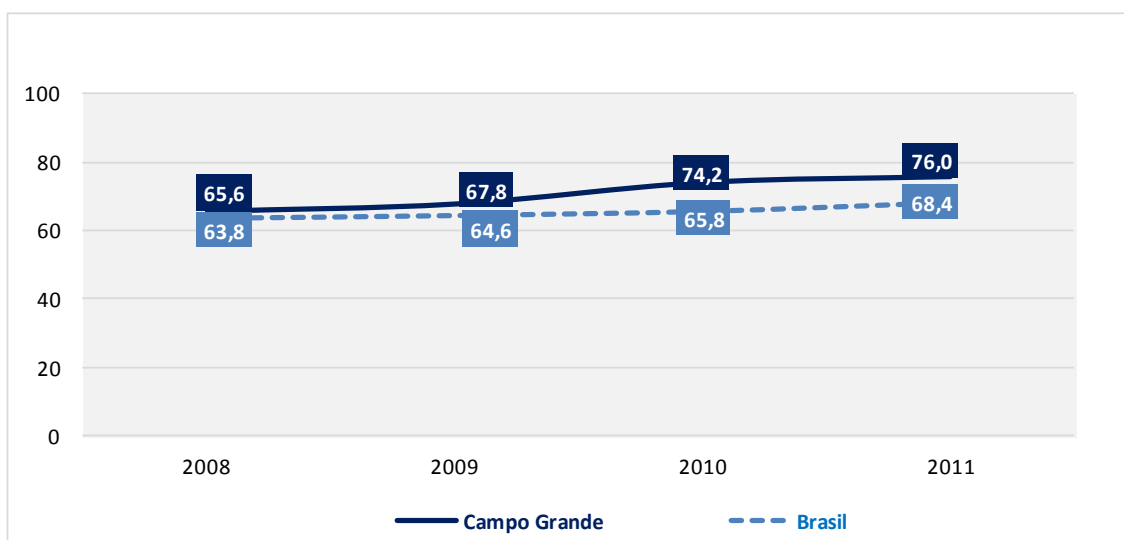


3.2 Infraestrutura geral

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.

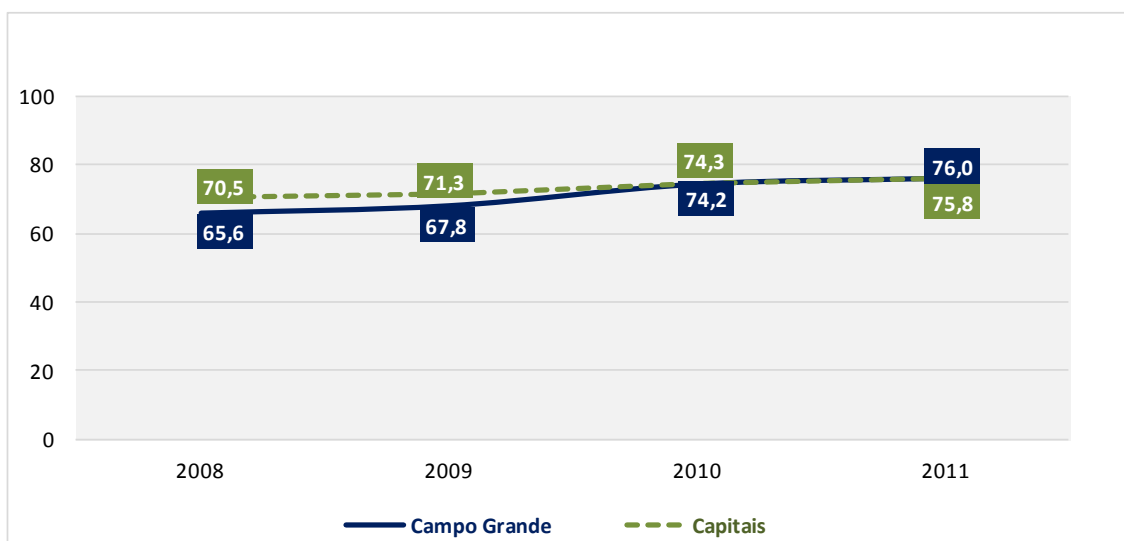
Em *Infraestrutura geral*, a média Brasil em 2011 foi 68,4. Campo Grande registrou 76,0 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Disponibilidade de serviço público de atendimento médico a emergências 24 horas no destino com alguns níveis de complexidade de atendimento;
- Fornecimento ininterrupto de energia elétrica no período de alta temporada;
- Existência de um programa de proteção ao turista na Polícia Civil;
- Oferta de Corpo de Bombeiros com grupo de busca e salvamento;
- Existência de Defesa Civil no destino;
- Oferta de elementos de drenagem nas áreas turísticas;
- Presença de órgão responsável pela conservação urbana;
- Estado de conservação do mobiliário urbano nas áreas turísticas;
- Existência de programa para a conservação de mobiliário urbano ou de áreas verdes – programa de revitalização do Centro – e disponibilização, nas áreas turísticas, de espaços específicos para o estacionamento ou a parada (embarque e desembarque) de veículos turísticos;
- Adoção de quesitos de embelezamento nas áreas públicas – praças, jardins, estátuas em locais públicos e iluminação cenográfica permanente.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Ausência de um grupamento da Polícia Militar especializado no atendimento ao turista;
- O fato de não haver reforço do efetivo da Polícia Militar durante a alta temporada ou grandes eventos;
- Ausência de lixeiras e banheiros públicos no entorno das áreas turísticas.

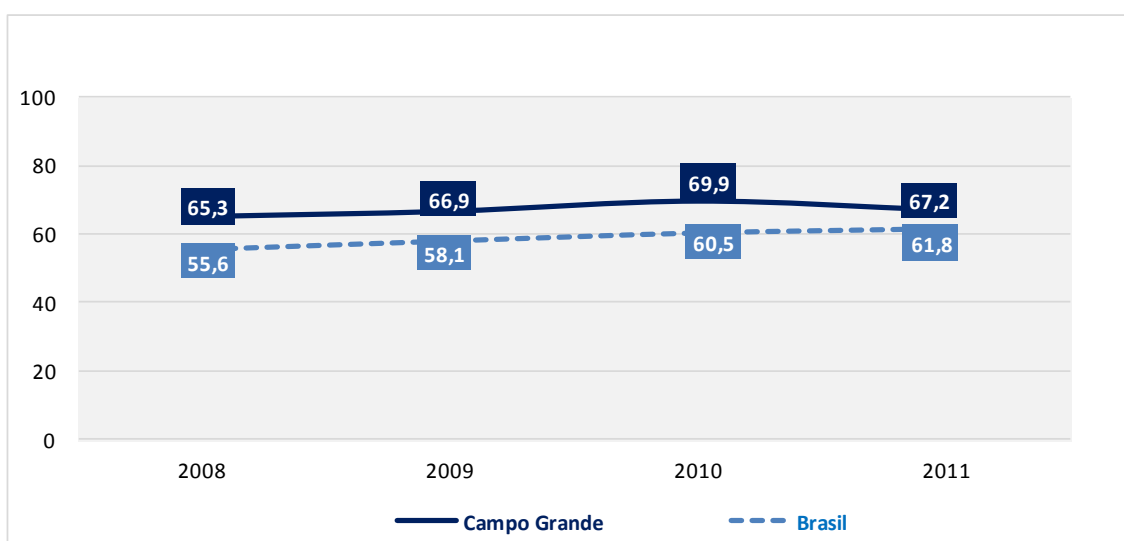
Além destes fatores, foram considerados na composição do índice números de saúde, como a expectativa de vida da população, número de estabelecimentos com atendimento de urgência, número de postos ambulatoriais de atendimento, número de profissionais de saúde e número de leitos.

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.

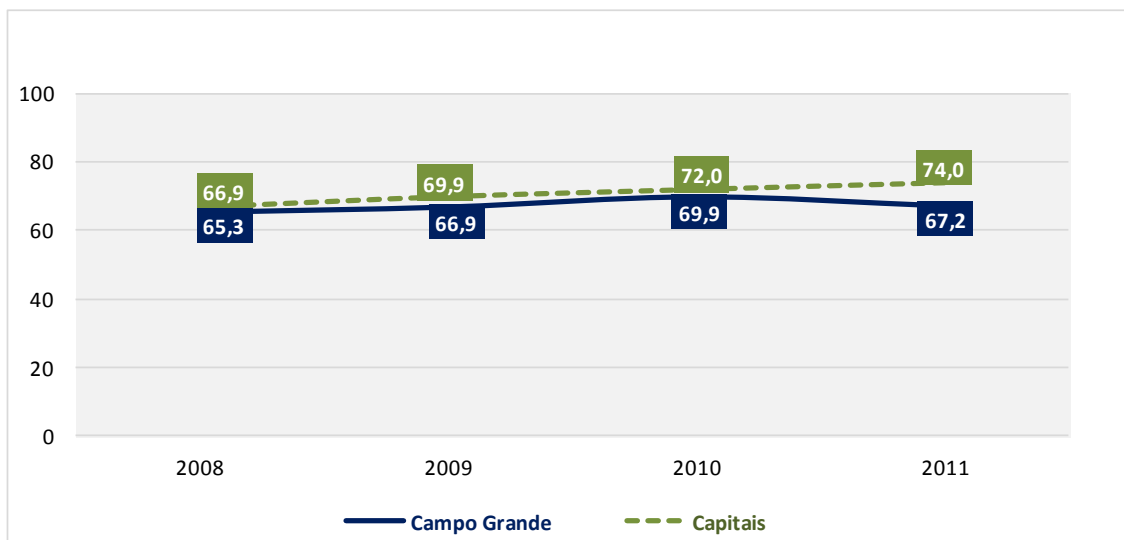
Em Acesso, a média Brasil em 2011 foi 61,8. Campo Grande registrou 67,2 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Disponibilidade de um aeroporto dentro do território municipal – Aeroporto Internacional de Campo Grande;
- Estrutura do terminal aeroportuário do destino, que conta com centro de atendimento ao turista, serviço bancário e de câmbio, facilidades para pessoas com deficiência e sinalização interna em idioma estrangeiro;
- Variedade de opções de transporte público ou concessões para atender àqueles que desembarcam no terminal aéreo que atende ao destino – táxi especial e ônibus e táxi convencionais, conforme foi possível constatar durante a visita técnica ao município, realizada entre o período de 19/09/2011 a 23/09/2011;
- As condições da principal rodovia de acesso de fluxo turístico ao destino – BR262;

- Existência de um terminal rodoviário recém-construído e equipado com centro de atendimento ao turista, facilidades para pessoas com deficiência, locadoras de veículos, lojas, lanchonetes e condições de limpeza e conforto aos que ali embarcam e desembarcam, paras os quais também há oferta de transporte – ônibus e táxi convencionais;
- Visitantes contam com uma linha regular de transporte turístico (ônibus ou similar) que interliga os principais atrativos do destino e na qual são oferecidas informações em idioma estrangeiro;
- Não são comuns congestionamentos durante a alta temporada;
- Existência de linhas de transporte urbano que atendam às principais atrações turísticas;
- Disponibilidade de serviços de táxis regularizados e padronizados;
- Oferta 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:

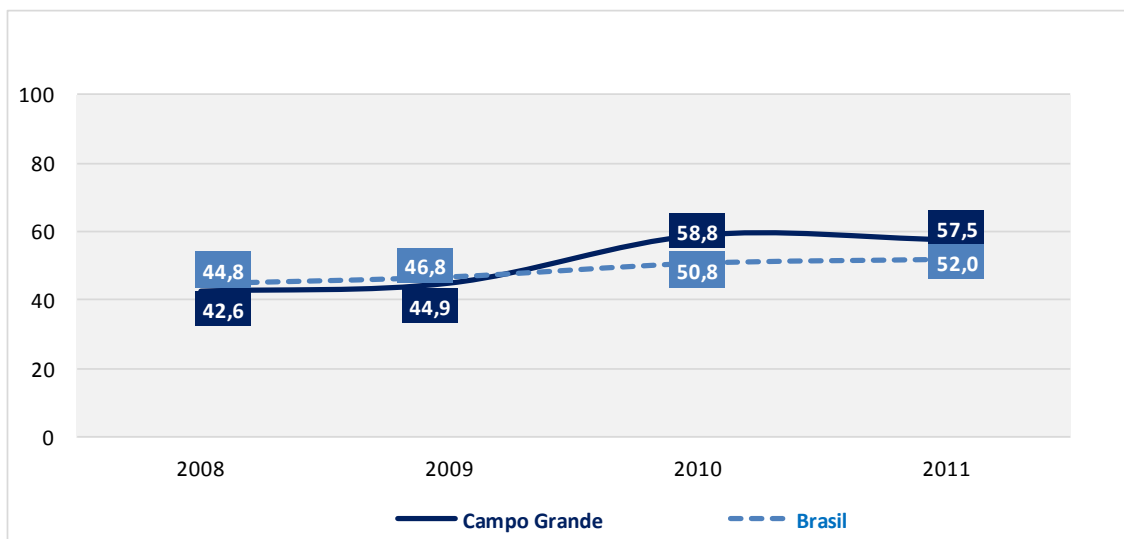
- Estrutura do terminal aeroportuário do destino – em visita técnica foram constatadas experiências de desconforto para os passageiros, como a existência de apenas uma esteira de bagagens para atender voos simultâneos e de gotejamento no sistema de ar condicionado;
- Impossibilidade de o visitante optar por embarcar e desembarcar nos principais atrativos enquanto circula na linha regular de transporte turístico (ônibus ou similar);
- Carência de vagas para estacionamento nas áreas turísticas;
- Oferta incipiente de ligações aéreas diretas entre o aeroporto que atende o destino e seus principais centros emissivos 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.

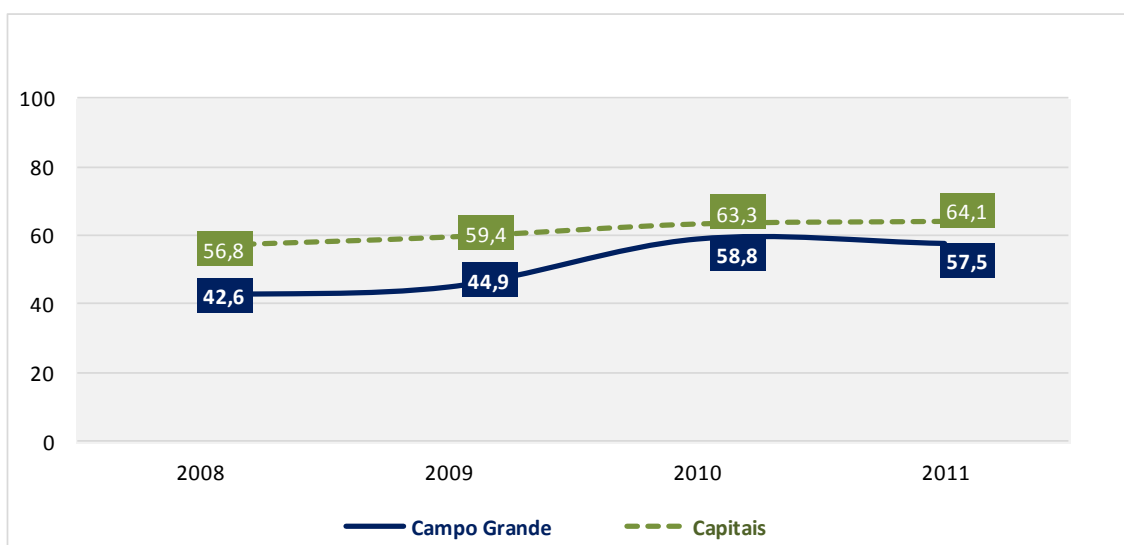
Em *Serviços e equipamentos turísticos*, a média Brasil em 2011 foi 52,0. Campo Grande registrou 57,5 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Oferta de sinalização turística viária;
- Existência de sete centros de atendimento ao turista no destino, dotados de oferta de estrutura e diversidade de serviços, com flexibilidade de horários e dias de funcionamento;
- Presença de um centro de convenções no destino – o equipamento considerado foi o Palácio Popular da Cultura, que tem capacidade para mais de um evento simultaneamente, brigada de incêndio, salas multiuso e auditório com 1049 assentos fixos, além de localizar-se próximos às áreas turísticas;
- Existência de mais de um centro de convenções que atende ao destino;
- Oferta de outros espaços para a realização de eventos – espaços multifuncionais, parque de exposições e salas em hotéis para eventos de pequeno/médio porte;
- Existência de uma organização representativa dos meios de hospedagem e empreendimentos de alimentação, que discute e defende os interesses dos empreendimentos do destino;
- A maioria dos meios de hospedagem possui unidades habitacionais em bom estado de conservação, modernas ou recém-reformadas, oferecendo acesso à internet nas unidades habitacionais;
- Incentivo formal à adoção de tecnologias que priorizem a questão ambiental em estabelecimentos de hospedagem, por meio de exigências de licenciamento para edificação ou reforma;
- 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 que representa a atividade;
- Presença no município de instituições de qualificação profissional que ofertam cursos livres, técnicos, de graduação e de capacitação nas áreas relacionadas ao turismo, como organização de eventos, atendimento, gastronomia e gestão em turismo.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

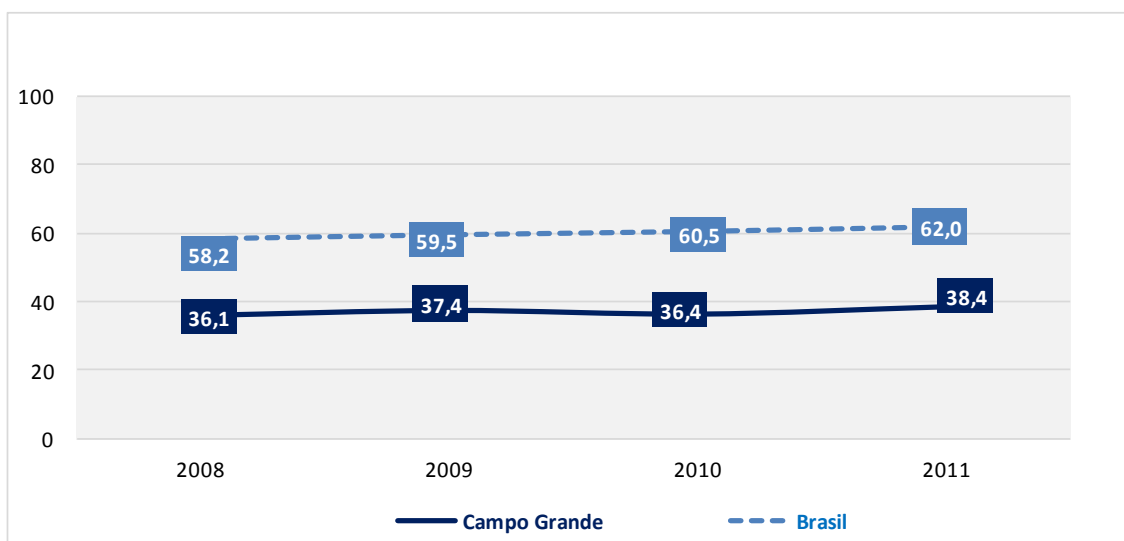
- A sinalização turística viária não atende aos padrões internacionais recomendados, como na sua localização e no seu tamanho – como foi possível constatar durante visita técnica ao município entre os dias 19/09/2011 e 23/09/2011;
- Ausência de sinalização turística viária em idioma estrangeiro;
- Não há sinalização turística descritiva ou interpretativa nos principais atrativos;
- Carência de vagas de estacionamento nas áreas turísticas;
- Não adequação do principal centro de convenções indicado a pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida;
- 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;
- 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.

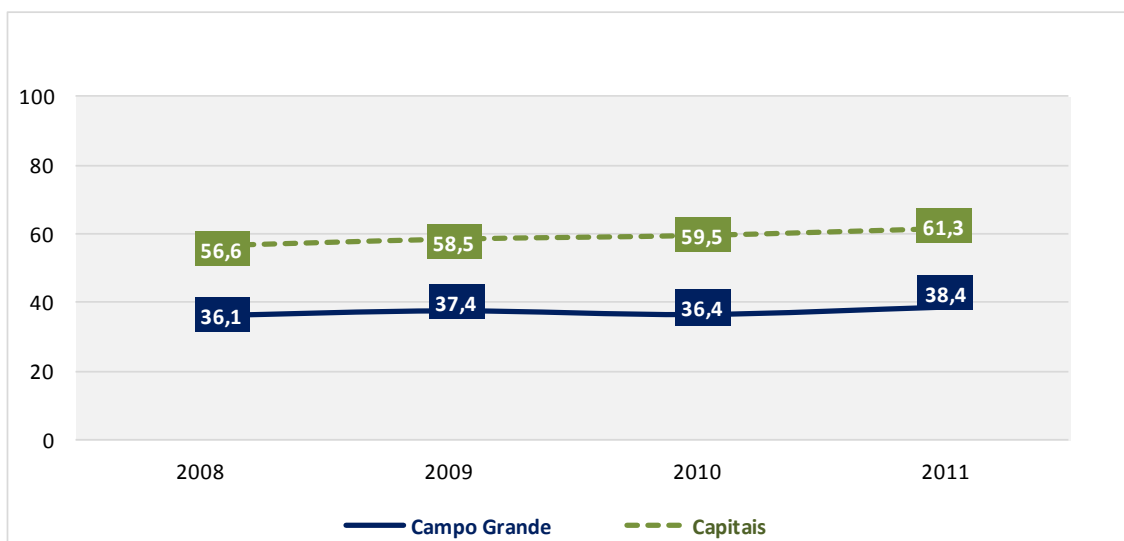
Em *Atrativos turísticos*, a média Brasil em 2011 foi 62,0. Campo Grande registrou 38,4 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



O indicador de Campo Grande 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 e a manutenção da estrutura disponível no local – Parque das Nações Indígenas –, conforme pode ser observado em visita técnica realizada entre os dias 19/09/2011 e 23/09/2011;
- O destino conta com atrativos culturais para os quais há fluxo turístico, tendo sido o principal indicado a Morada dos Baís;
- A preservação urbanística do entorno do principal atrativo cultural indicado é evidente;
- Há estrutura de apoio aos visitantes neste atrativo cultural;
- Existência de eventos programados que atraem turistas;
- Estrutura disponível no local em que acontece o principal evento programado indicado – a Expogrande -, além da conservação urbanística e ambiental do entorno deste local;
- O destino conta com atrativos de realizações técnicas e científicas que geram a atração de visitantes ao longo de todo o ano com interesse específico, independentemente de uma data especial no calendário de eventos;
- Ficou constatado que, no local em que acontece a principal realização técnica e científica indicada – Embrapa – há monitoramento da capacidade de carga ou suporte;
- São adotados quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência na Embrapa.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Inexistência de estudo de capacidade de carga ou suporte para o principal atrativo natural indicado – Parque das Nações Indígenas –, a fim de minimizar o impacto da atividade turística sobre os recursos;
- Não há recursos que confirmem acessibilidade para pessoas com deficiência no principal atrativo natural indicado;
- A carência de um estudo de capacidade de carga aplicado ao principal atrativo cultural indicado – Morada dos Baís;

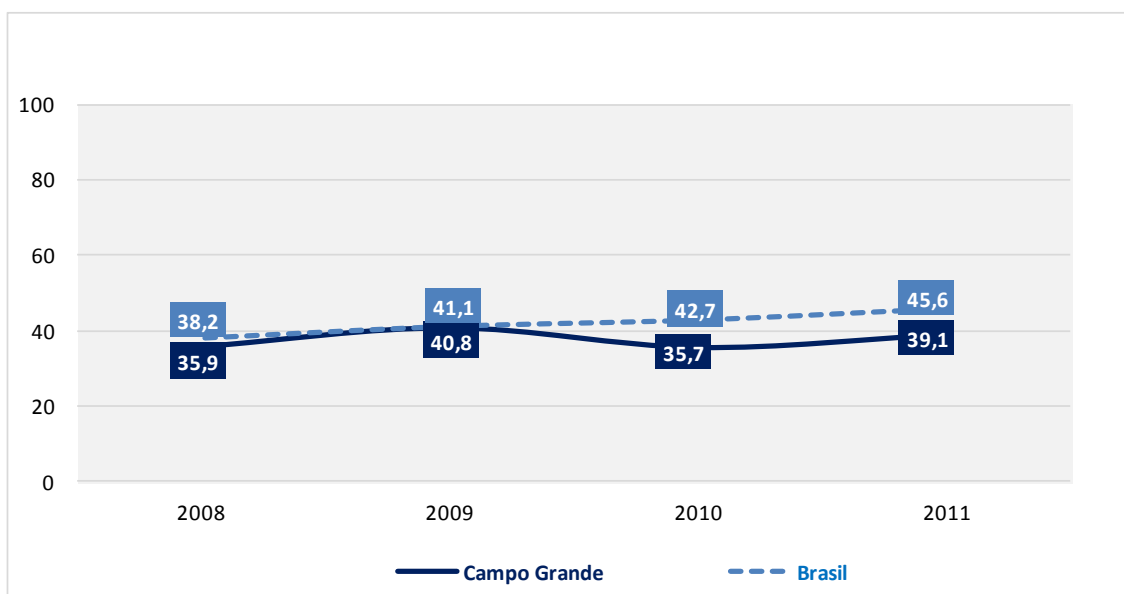
- Não há condições de acessibilidade para pessoas com deficiência no principal atrativo cultural indicado;
- A falta de recursos que confirmam acessibilidade para pessoas com deficiência no local em que acontece o principal evento programado.

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*).

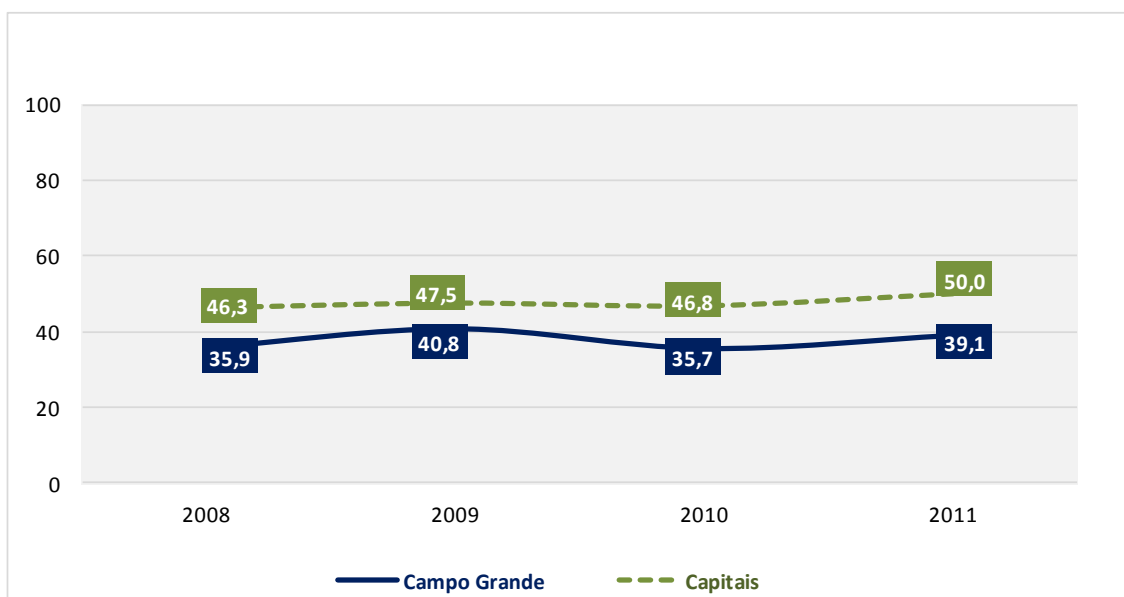
Em *Marketing e promoção do destino*, a média Brasil em 2011 foi 45,6. Campo Grande registrou 39,1 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- O destino participou de eventos regionais 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 nacional;
- Os resultados dos eventos dos quais o destino participa são avaliados por meio de contagem de visitantes, de relacionamentos estabelecidos e apuração do valor dos negócios efetivados. Esta prática ocorre em eventos de turismo e em eventos de outros setores não diretamente ligados ao turismo;
- 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;
- 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 *on-line*;
- Campo Grande oferece ao turista uma central telefônica de informações turísticas através da qual os visitantes podem obter informações sobre atrativos, equipamentos e serviços disponíveis no destino;

- A página institucional do município na internet – acessível pelo endereço www.capital.ms.gov.br – traz informações turísticas sobre o destino.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

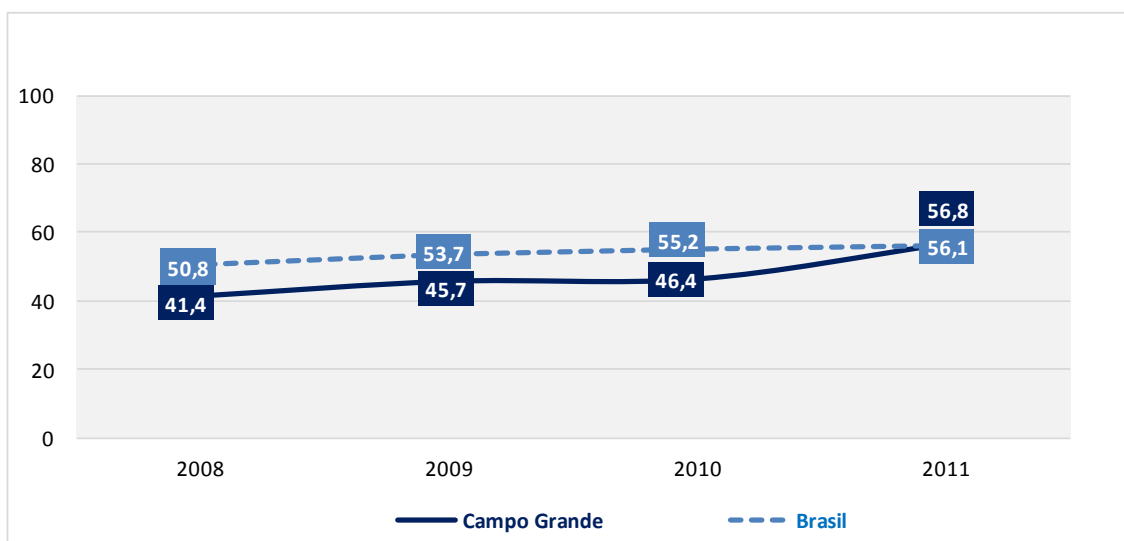
- Inexistência de um plano de marketing formal para o destino, o qual poderia ser elaborado com a colaboração de diversos atores, contendo metas e responsabilidades definidas, fundamentado em pesquisa sobre a demanda turística, contemplando a relação com agências e operadoras e definindo indicadores de desempenho;
- Não existe nenhum plano similar de marketing regional que o contemple com ações e metas de mercado para o turismo no destino;
- O município participou de forma incipiente de alguns eventos nacionais e internacionais nos últimos dois anos;
- O destino não promoveu qualquer evento próprio para divulgar seus atrativos e equipamentos fora de seu território nos últimos cinco anos;
- Inexistência de um material promocional específico que apresentasse a estrutura disponível para eventos no destino;
- Não há informações em idioma estrangeiro na página de turismo do destino – www.capital.ms.gov.br/sedesc – que também tem pouca visibilidade nos mecanismos de busca *on-line*.

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.

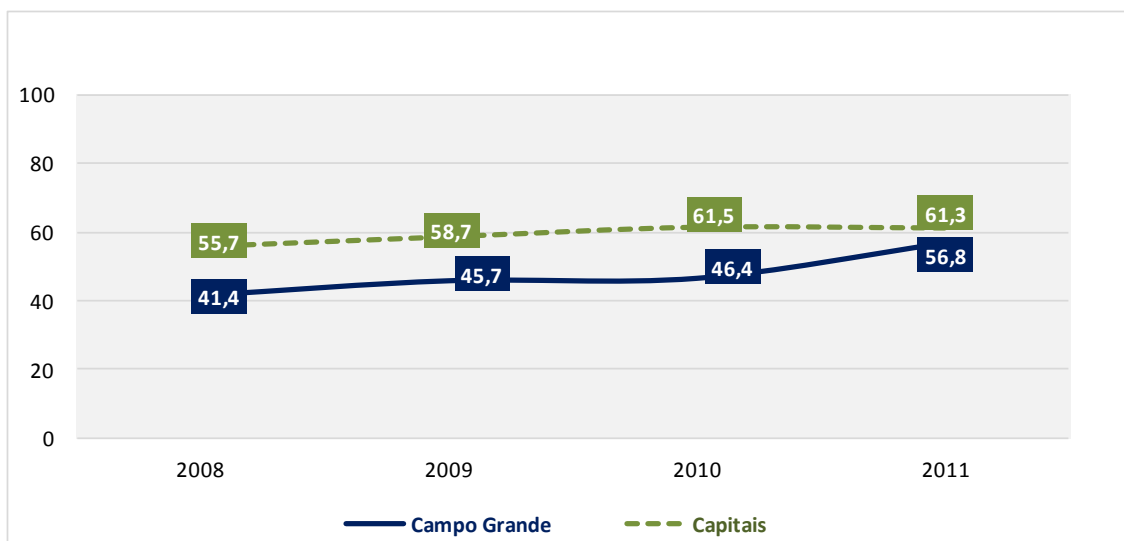
Em *Políticas públicas*, a média Brasil em 2011 foi 56,1. Campo Grande registrou 56,8 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Existência de um órgão municipal – Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Ciência e Tecnologia, Turismo e do Agronegócio, Sedesc – com atribuição de coordenar ou incentivar o desenvolvimento do turismo, ainda que não exclusivo do turismo e que dispõe de recurso próprio;
- No ano anterior, a Sedesc desenvolveu projetos em conjunto com outras secretarias 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;
- Representação da Sedesc junto ao Fórum Estadual do Turismo de Mato Grosso do Sul;
- Houve, no ano anterior, investimentos diretos do governo estadual em projetos que visavam a competitividade do turismo;
- Além de atuar em cooperação com o Ministério do Turismo em programas ou convênios, o destino registrou investimentos diretos do governo federal em projetos ligados ao turismo no ano anterior;
- O destino participou de programa de modernização administrativa ou fiscal – PNAFM – na gestão municipal nos últimos cinco anos;
- Existe um Plano Diretor Municipal que contempla o setor de turismo;
- Foram realizadas ações – voltadas, sobretudo, a treinamento, incremento de imagem e preservação de patrimônio – 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:

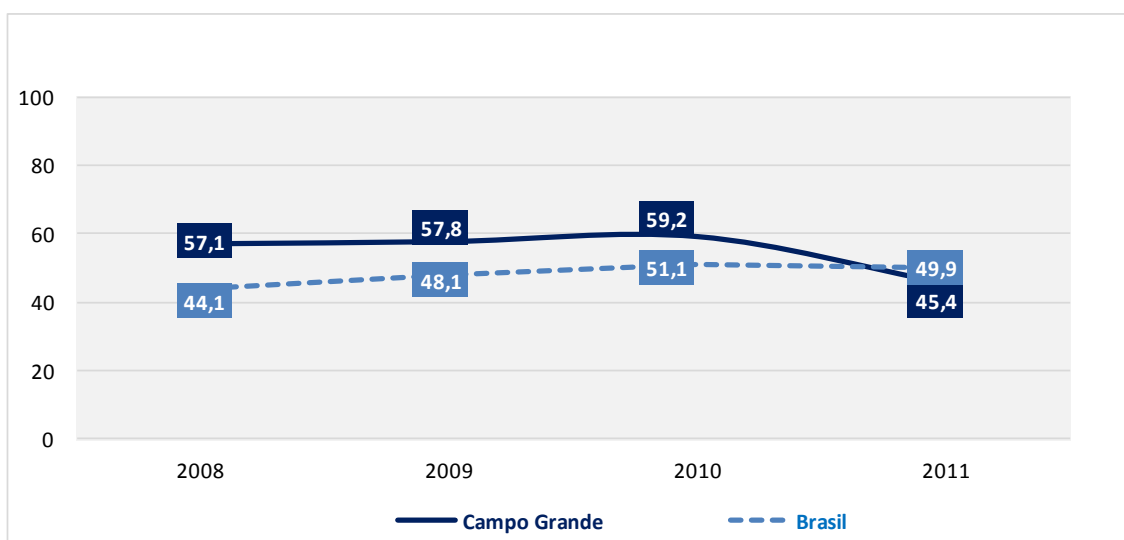
- Ausência de um órgão gestor de turismo exclusivo da pasta turismo;
- O Plano Diretor Municipal encontra-se desatualizado;
- Campo Grande não segue nenhum planejamento formal para o setor de turismo que defina diretrizes e metas do setor para os próximos anos.

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.

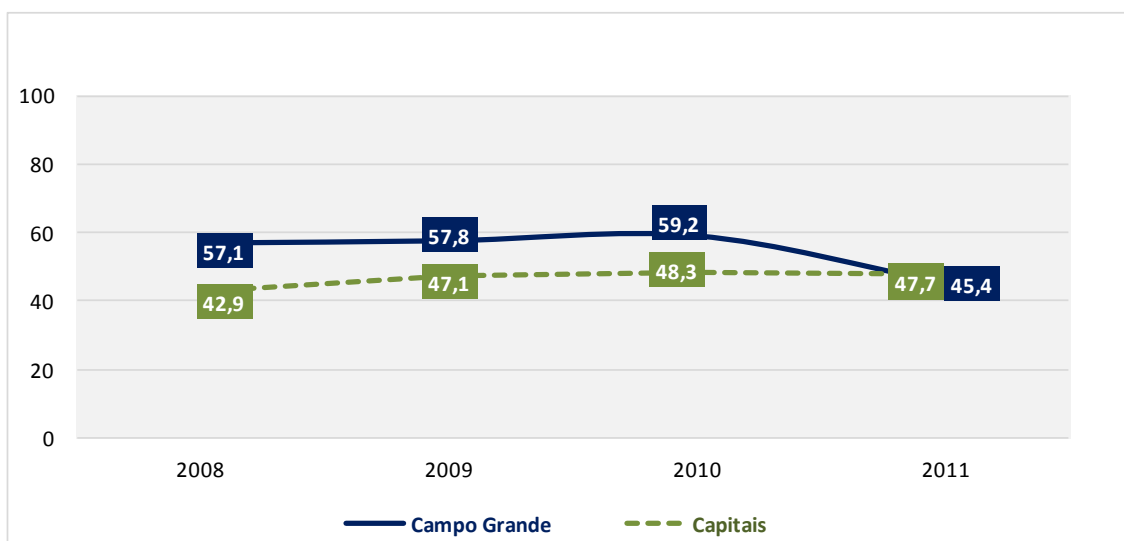
Em *Cooperação regional*, a média Brasil em 2011 foi 49,9. Campo Grande registrou 45,4 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- O destino faz parte de uma instância de governança regional – Fórum Caminho dos Ipês – que conta com a participação ativa de diversos atores do segmento turístico da região Caminho dos Ipês, e que está constituída seguindo os princípios do Programa de Regionalização do Ministério do Turismo;
- A instância regional dispõe de um gestor executivo com dedicação parcial à coordenação e mantém reuniões bimestrais;
- A instância está representada no Fórum Estadual do Turismo de Mato Grosso do Sul;
- Foram realizadas ações, de iniciativa do Sebrae e do Fórum Caminho dos Ipês, 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 cujas ações e projetos contemplam o município avaliado;
- Além disso, o destino integra roteiros regionais, estruturados com a participação de atores do *trade* turístico;
- O destino produziu material promocional da região turística da qual faz parte.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

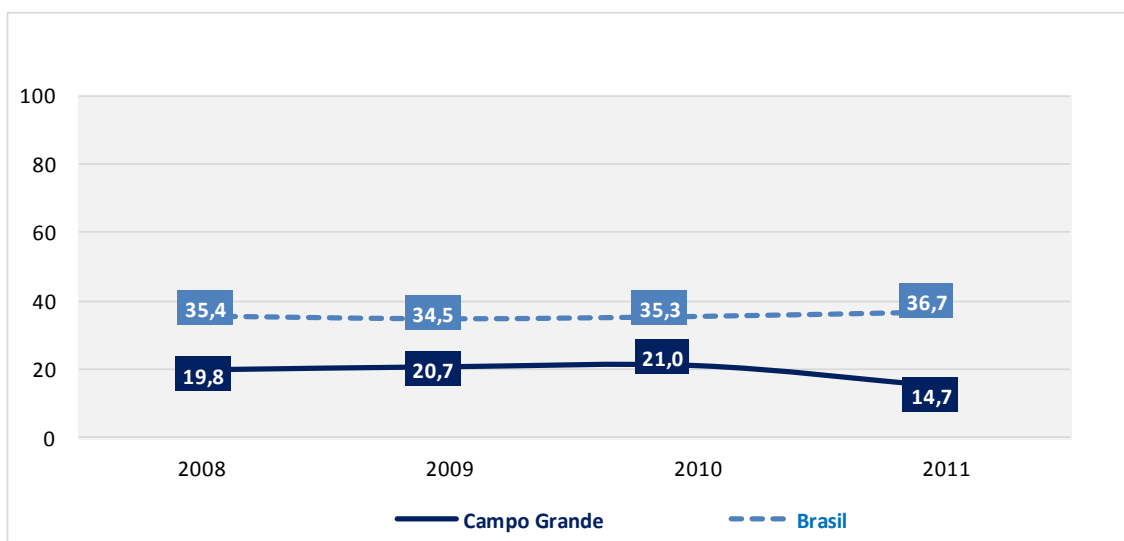
- O fato de a instância de governança regional – Fórum Caminho dos Ipês – não estar formalmente constituída, não dispor de um gestor executivo com dedicação exclusiva à coordenação, não contar com recurso próprio nem dispor de suporte para a condução de suas atividades;
- Os roteiros regionais dos quais o destino faz parte não são amplamente comercializados por operadores e/ou agências, não foram elaborados com base em informações de um inventário ou cadastro da oferta turística e neles não foram monitorados os impactos econômicos, socioculturais e ambientais, como a elaboração de Estudo de Impacto Ambiental (EIA), por exemplo;
- Não houve participação do destino em eventos para a promoção e comercialização dos roteiros regionais ou da região turística dos quais faz parte e não foram realizadas ações promocionais em parceria com outros destinos da mesma região;
- Inexistência de uma página institucional da região turística na internet.

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.

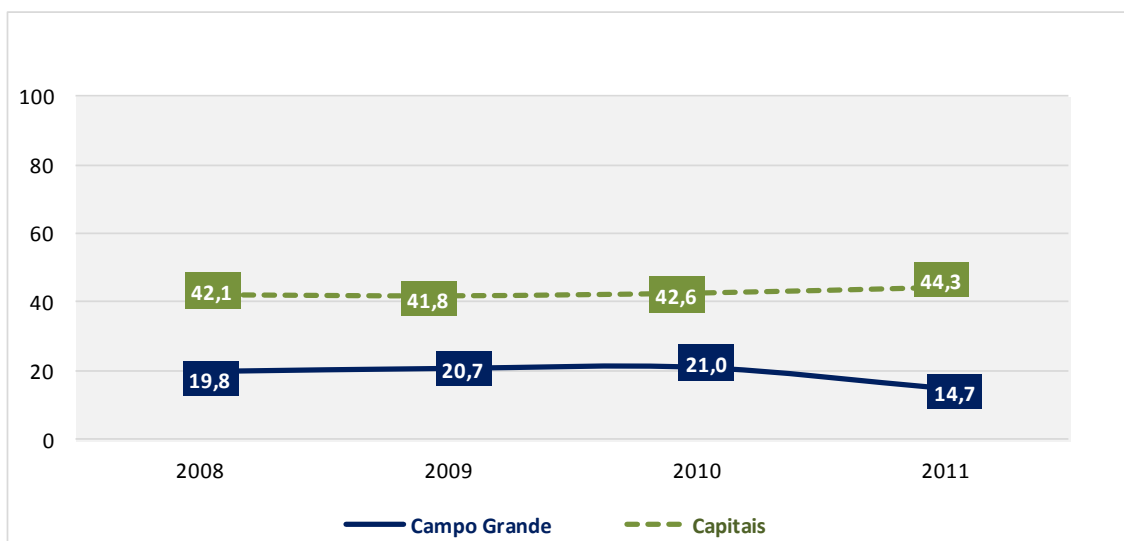
Em *Monitoramento*, a média Brasil em 2011 foi 36,7. Campo Grande registrou 14,7 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Existência de pesquisa de oferta – Cadastramento – atualizada;
- Aproveitamento e divulgação dos dados coletados na pesquisa de oferta em ações de marketing e prospecção de eventos.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

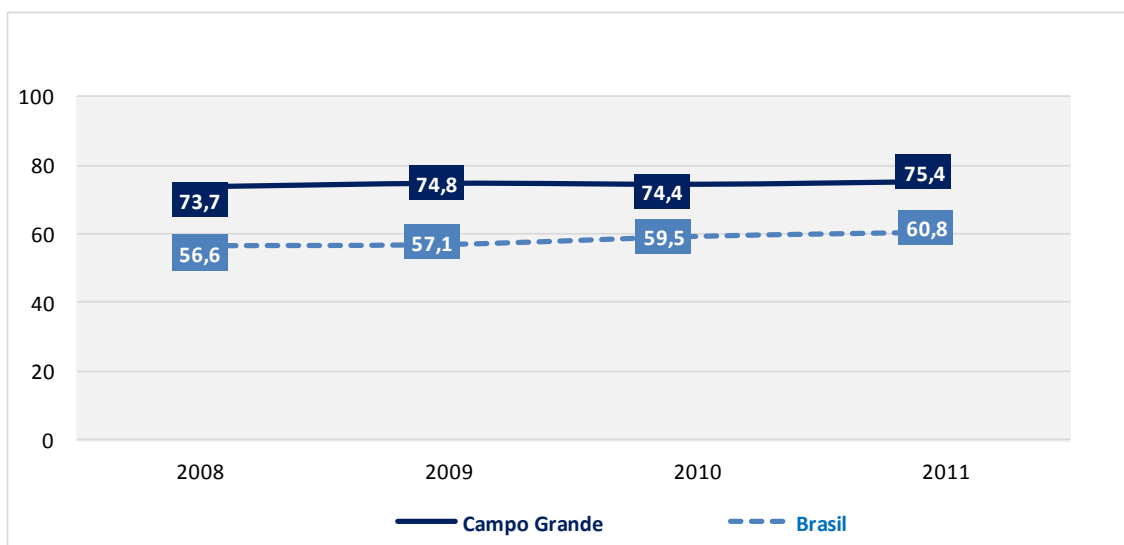
- Não é realizada pesquisa de demanda periódica, levantamento que, quando realizado, gera dados relevantes para a gestão, o planejamento e a divulgação de informações sobre o destino;
- Ausência de um sistema de indicadores de desempenho do setor do turismo;
- Não há um conjunto técnico de estatísticas turísticas e relatórios de conjuntura turística dos segmentos relacionados ao turismo;
- O destino não acompanha os objetivos da política em turismo nos 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;
- Inexistência de instituição que realize pesquisas em turismo, focadas no destino ou na região turística da qual o destino faz parte.

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.

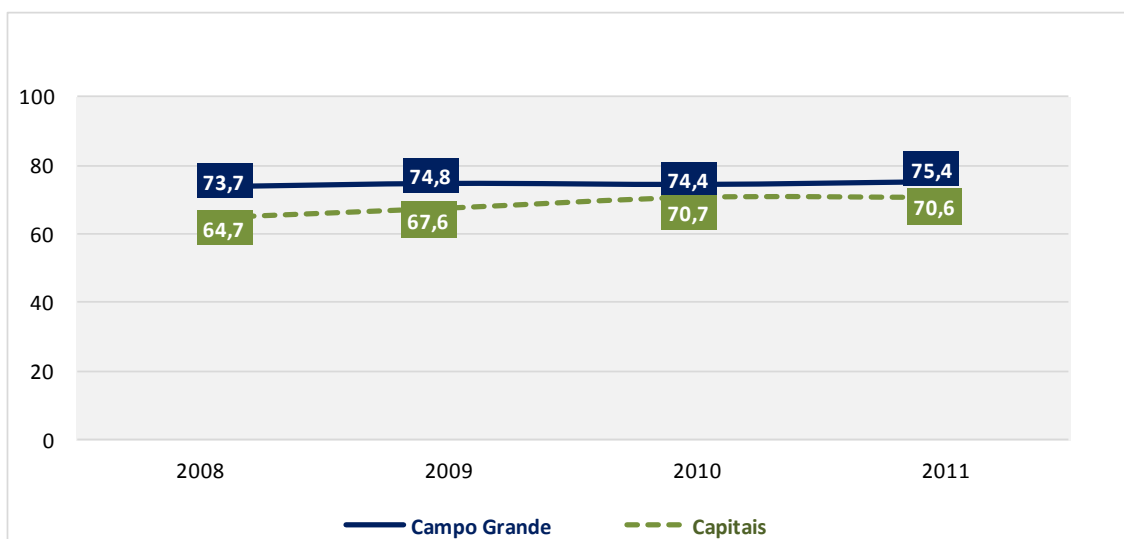
Em *Economia local*, a média Brasil em 2011 foi 60,8. Campo Grande registrou 75,4 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Oferta de serviços de acesso à internet em banda larga no destino;
- Disponibilidade de acesso gratuito à internet em locais públicos;
- Presença de caixas eletrônicos de autoatendimento disponíveis 24 horas para saques com cartões de crédito internacionais;
- Existência de casas de câmbio para turistas estrangeiros;
- O destino aplica políticas de incentivo à formalização de estabelecimentos comerciais e de prestadores de serviços, em parceria com o Sebrae;
- Atuação de um *Convention & Visitors Bureau* exclusivo do destino;
- Existência de um polo agroindustrial físico de negócios significativo para movimentar a economia local, que tende a gerar fluxo turístico receptivo em consequência de sua existência.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- O destino não oferece benefícios de isenção ou redução de impostos ou taxas para as atividades características do turismo;
- Não há benefícios financeiros locais ou regionais (linhas especiais de financiamento) para empreendimentos e serviços ligados ao setor.

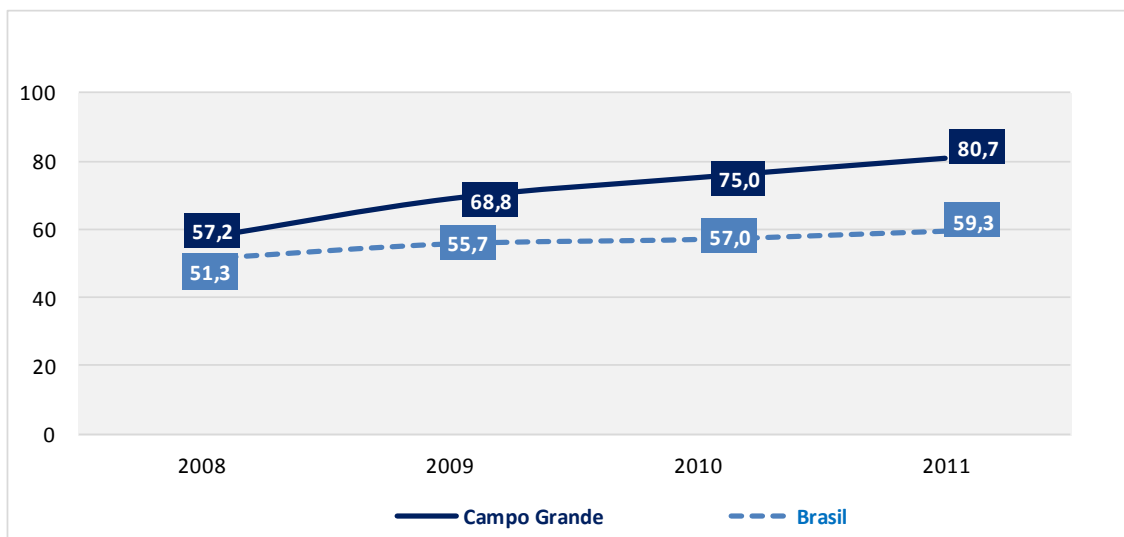
Além destes fatores, dados econômicos de fontes secundárias também foram observados, como o PIB, PIB *per capita* e volume de operações de crédito, por exemplo.

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.

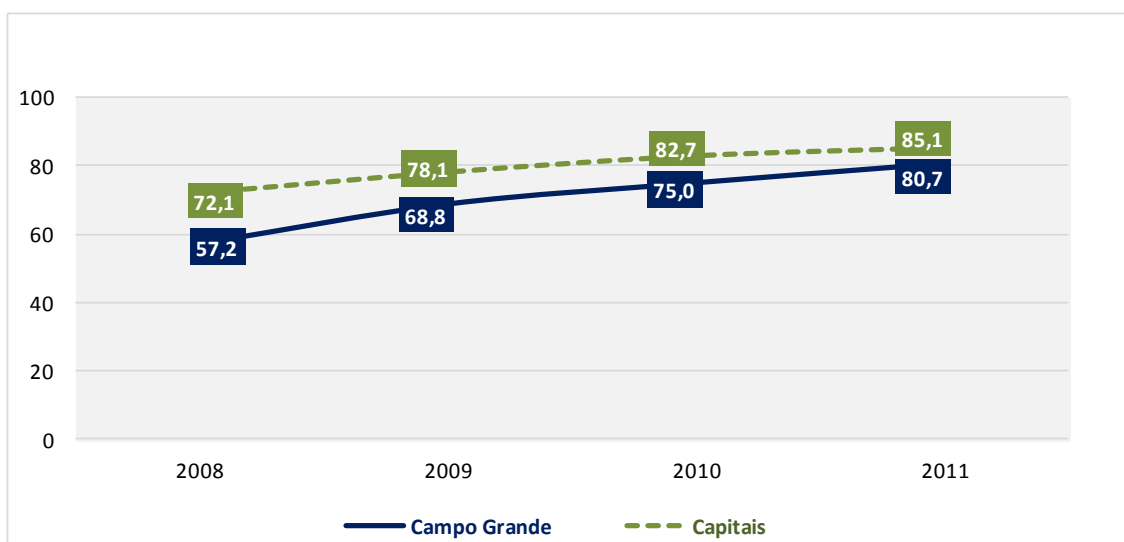
Em *Capacidade empresarial*, a média Brasil em 2011 foi 59,3. Campo Grande registrou 80,7 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Presença de instituições de ensino com programas regulares de formação técnica, superior e de cursos livres e a oferta de escolas de formação em idioma estrangeiro;
- Em entrevistas com o empresariado local, foi constatado que existe pessoal local qualificado para trabalhar em cargos administrativos em meios de hospedagem e agências ou operadoras;
- 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;
- Aplicação de programa de qualificação especificamente voltado para empresários ou gerentes de empreendimentos turísticos oferecido pelo Sebrae;
- Presença de empresas de grande porte, filiais ou subsidiárias com mais de mil funcionários e de empresas que produzem e exportam mercadorias de alto valor agregado e perecíveis.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

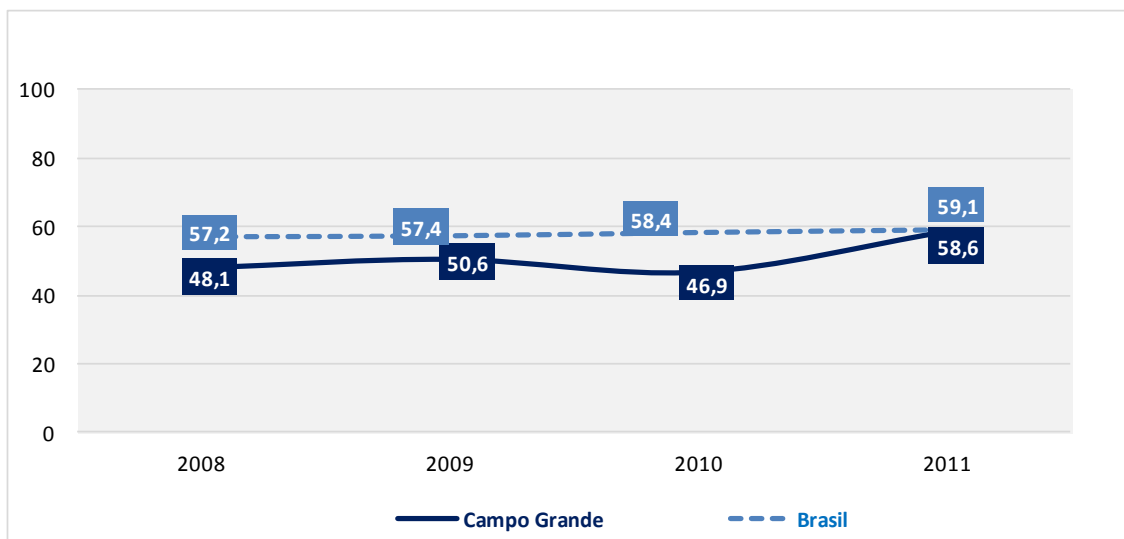
- Carência de pessoal local qualificado para trabalhar em cargos de gerência em hotelaria, agências ou operadoras e estabelecimentos de alimentação;
- Não existem adensamentos de empreendimentos turísticos que fomentem o empreendedorismo como arranjos produtivos locais;
- Foram sinalizadas barreiras à entrada de novos empreendimentos turísticos – entre elas impostos locais elevados e falta de incentivos fiscais.

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.

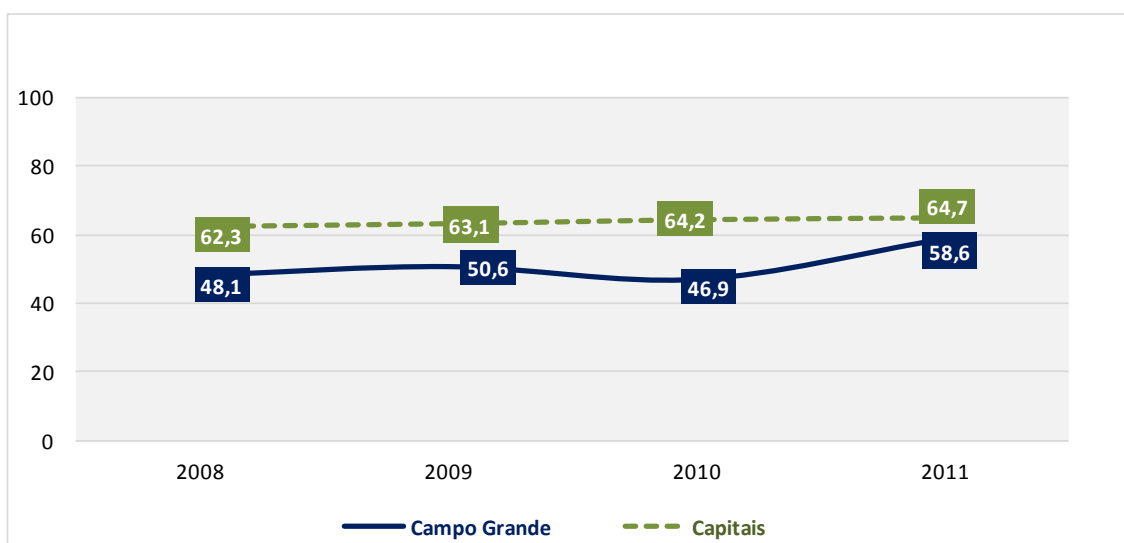
Em *Aspectos sociais*, a média Brasil em 2011 foi 59,1. Campo Grande registrou 58,6 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- 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 contínuas realizadas por órgãos municipais e por parte da iniciativa privada ou entidades ligadas ao turismo como forma de alavancar a preservação dos espaços e a circulação de turistas;
- Entrevistados alegaram não haver utilização de mão de obra informal em atividades características do turismo, ao contrário do que era sinalizado nos anos anteriores;
- A população local se envolve na elaboração do orçamento participativo;
- O município sensibiliza constantemente os cidadãos sobre a importância da atividade turística para o destino;
- A população é consultada sobre atividades ou projetos turísticos por meio de audiências públicas;
- A sociedade civil organizada, representada por sindicatos, cooperativas e organizações não governamentais, se envolve com a atividade turística.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Os investimentos direcionados pelo município para a educação não ultrapassam o percentual obrigatório de 25%;
- 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 comunidade local, à cultura e ao patrimônio.

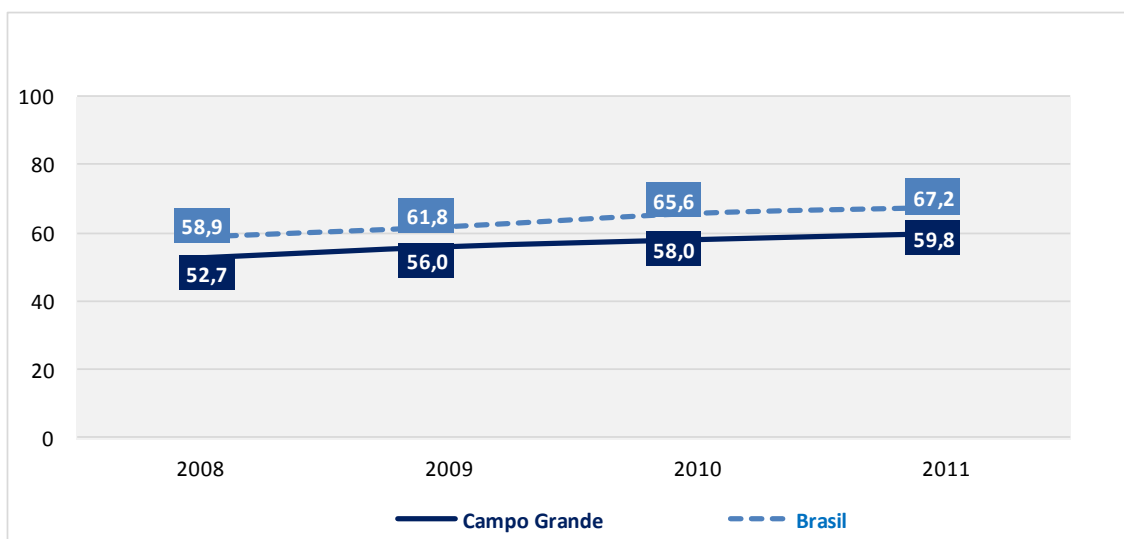
Além destes fatores, também foram considerados indicadores sociais do município, como percentual de habitantes com acesso ao ensino, Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB) e Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M), dentre outros.

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.

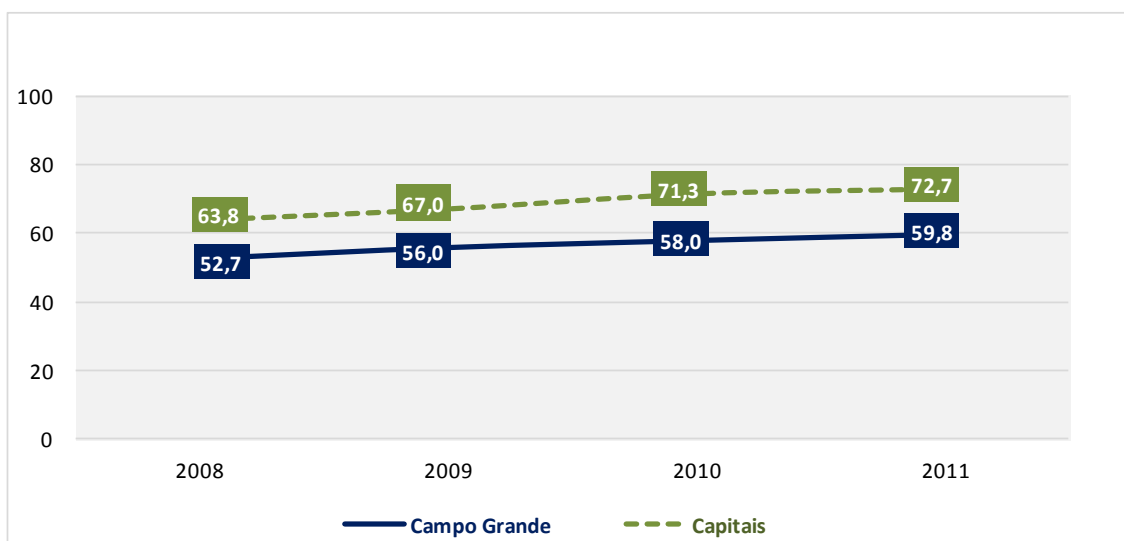
Em *Aspectos ambientais*, a média Brasil em 2011 foi 67,2. Campo Grande registrou 59,8 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Presença de um órgão municipal com atribuição de coordenar ou incentivar a preservação do meio ambiente – ainda que não exclusiva do meio ambiente – dotada de recurso;
- Presença de Conselho Municipal de Meio Ambiente atuante;
- Disponibilidade de um Fundo Municipal para o Meio Ambiente efetivo – cujos recursos estão disponíveis para ser aplicados;
- O município possui uma rede pública de distribuição de água, dotada de estação de tratamento;
- Há estações privadas de tratamento de água para a sua reutilização, em grandes empresas, conforme exigência para licenciamento;
- São realizadas campanhas de educação periódicas para o uso racional da água;
- O destino é atendido por um sistema público de coleta de esgoto com configuração de separador absoluto;
- O índice de cobertura da rede pública de esgoto no destino;
- Existência de política de monitoramento da balneabilidade em ambientes naturais (como rios e lagoas);
- Disponibilidade de serviços de coleta seletiva residencial;

- São realizadas campanhas de educação ambiental periódicas;
- Presença de Unidades de Conservação em território municipal – como a APA do Guariroba, indicada como a principal, detentora de conselho gestor e onde há aplicação de plano de manejo.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

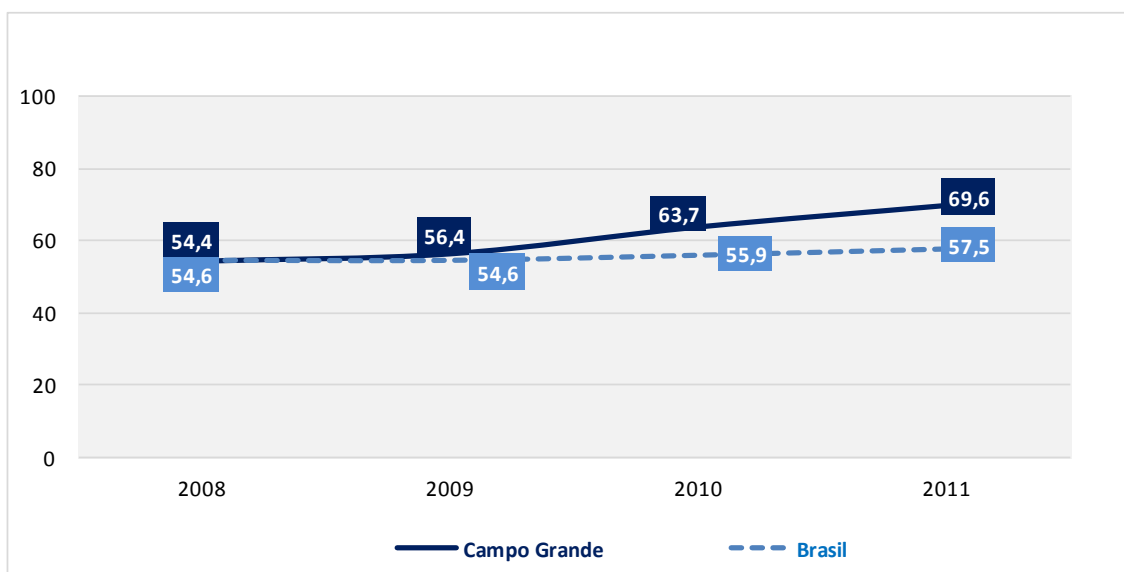
- A secretaria municipal com atribuição de coordenar ou incentivar a preservação do meio ambiente não desenvolve parcerias, projetos ou atividades relacionadas ao turismo em conjunto com a Sedesc;
- Inexistência de Código Ambiental Municipal ou similar;
- Ausência de legislação específica para a adoção 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 indústrias químicas, usinas e retirada fluvial de areia;
- Os resíduos sólidos residenciais e comerciais são destinados para um local sem estrutura nem capacidade suficiente.

3.14 Aspectos culturais

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

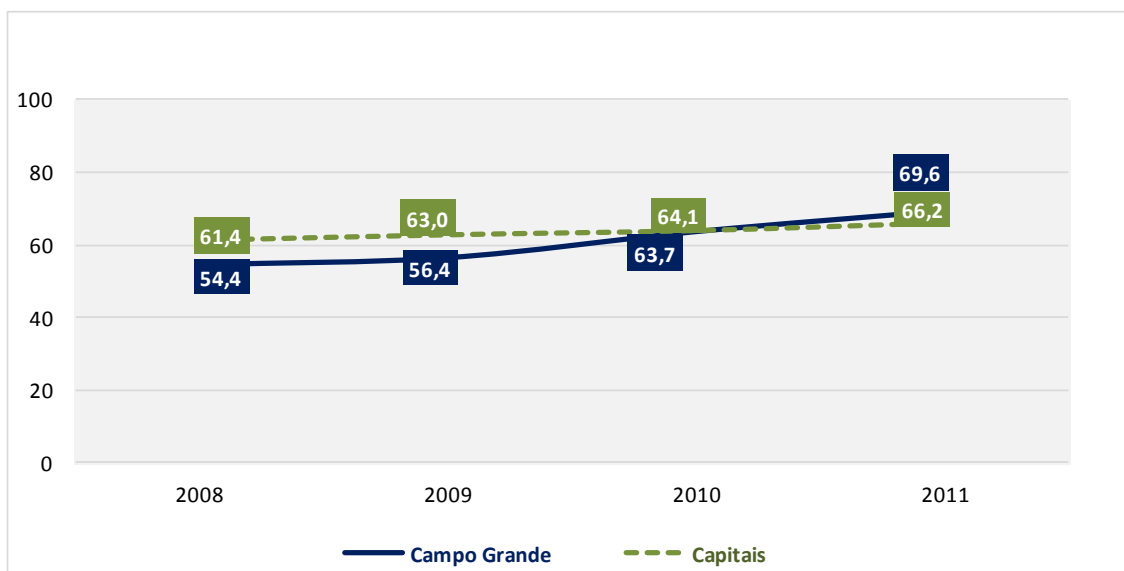
Em *Aspectos culturais*, a média Brasil em 2011 foi 57,5. Campo Grande registrou 69,6 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Presença de atividade artesanal típica – bonecas de cabaça – comercializada em esferas nacional e internacional;
- Existência de culinária típica pela qual o destino é reconhecido em esfera nacional: sobá da feira e linguiça de maracaju;
- O destino apresenta tradições culturais evidentes e típicas da região onde está inserido, entre elas as festas e costumes das colônias de imigrantes japoneses, paraguaios, libaneses e italianos;
- Existem manifestações religiosas no destino – Arraial de Santo Antônio e Marcha para Jesus – que atraem fluxo turístico;
- Existem comunidades tradicionais presentes no território municipal;
- Presença de grupos artísticos de manifestação popular tradicional, como o Chalana de Prata e a Família Espíndola;
- Existência de patrimônio imaterial registrado – sobá da feira –, de patrimônio artístico tombado – acervo Lidia Baís –, de sítio arqueológico registrado – ao longo do gasoduto Brasil-Bolívia – e de bens tombados como patrimônio histórico – Esplanada da Ferrovia, Museu José Antonio Pereira e o complexo de árvores da Av. Mato Grosso – que se constituem em atrativos turísticos;
- Presença de um órgão da administração local com atribuição exclusiva de incentivar o desenvolvimento da cultura, que dispõe de recurso próprio e 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;
- Existência de legislação municipal de cultura e Fundo Municipal de Cultura, este último exclusivo e efetivo;
- O destino aderiu ao Sistema Nacional de Cultura.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- 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 capitais avaliadas.

Ao realizar uma análise sobre a série histórica dos resultados de Campo Grande, 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, Atrativos turísticos, Marketing e promoção do destino, Políticas públicas, Capacidade empresarial, Aspectos sociais, Aspectos ambientais e Aspectos culturais*.

A dimensão *Economia local* registrou estabilidade de resultados em 2011 em relação a 2010.

Por fim, foi possível observar que as dimensões *Acesso, Serviços e equipamentos turísticos, Cooperação regional e Monitoramento* apresentaram regressão de indicadores quando avaliadas as edições de 2011 e 2010.

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

Dimensões	Brasil				Capitais				Campo Grande			
	2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2011
Índice geral	52,1	54,0	56,0	57,5	59,5	61,9	64,1	65,5	50,8	53,7	56,6	58,1
Infraestrutura geral	63,8	64,6	65,8	68,4	70,5	71,3	74,3	75,8	65,6	67,8	74,2	76,0
Acesso	55,6	58,1	60,5	61,8	66,9	69,9	72,0	74,0	65,3	66,9	69,9	67,2
Serviços e equipamentos turísticos	44,8	46,8	50,8	52,0	56,8	59,4	63,3	64,1	42,6	44,9	58,8	57,5
Atrativos turísticos	58,2	59,5	60,5	62,0	56,6	58,5	59,5	61,3	36,1	37,4	36,4	38,4
Marketing e promoção do destino	38,2	41,1	42,7	45,6	46,3	47,5	46,8	50,0	35,9	40,8	35,7	39,1
Políticas públicas	50,8	53,7	55,2	56,1	55,7	58,7	61,5	61,3	41,4	45,7	46,4	56,8
Cooperação regional	44,1	48,1	51,1	49,9	42,9	47,1	48,3	47,7	57,1	57,8	59,2	45,4
Monitoramento	35,4	34,5	35,3	36,7	42,1	41,8	42,6	44,3	19,8	20,7	21,0	14,7
Economia local	56,6	57,1	59,5	60,8	64,7	67,6	70,7	70,6	73,7	74,8	74,4	75,4
Capacidade empresarial	51,3	55,7	57,0	59,3	72,1	78,1	82,7	85,1	57,2	68,8	75,0	80,7
Aspectos sociais	57,2	57,4	58,4	59,1	62,3	63,1	64,2	64,7	48,1	50,6	46,9	58,6
Aspectos ambientais	58,9	61,8	65,6	67,2	63,8	67,0	71,3	72,7	52,7	56,0	58,0	59,8
Aspectos culturais	54,6	54,6	55,9	57,5	61,4	63,0	64,1	66,2	54,4	56,4	63,7	69,6

Fonte: FGV, MTur, Sebrae 2012

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