

ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE
DO TURISMO NACIONAL

65 DESTINOS INDUTORES
DO DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO REGIONAL

CUIABÁ

2011



APRESENTAÇÃO

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

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

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

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

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

Ministério do Turismo

Sebrae Nacional

Fundação Getulio Vargas



Ministério do
Turismo



SUMÁRIO

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

1. ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2. ASPECTOS GERAIS

Cuiabá é a capital do estado do Mato Grosso, na região Centro-Oeste do país. Com uma população de 551.098 habitantes e 3.362,755 km² de extensão territorial, o município possui um PIB de R\$9.014.928.982,00 e PIB *per capita* de R\$16.549,14, segundo dados do IBGE (2010).

O destino faz parte da Região Turística Metropolitana, juntamente com o município de Várzea Grande. Os principais segmentos turísticos nos quais Cuiabá é comercializada são Turismo de Negócios e Eventos e Turismo Cultural.

Os principais atrativos de Cuiabá, conforme constatado durante a pesquisa de campo, são o Rio Cuiabá, a Comunidade São Gonçalo Beira Rio, o Sesc Arsenal, além dos eventos programados Expo Agro e Festa de São Benedito.

Cuiabá conta com uma oferta de serviços e equipamentos com 108 meios de hospedagem (RAIS), 607 estabelecimentos de alimentação (RAIS) e 64 guias de turismo (CADASTUR).

3. RESULTADOS

A pesquisa em Cuiabá foi realizada entre os dias 12 e 16 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.

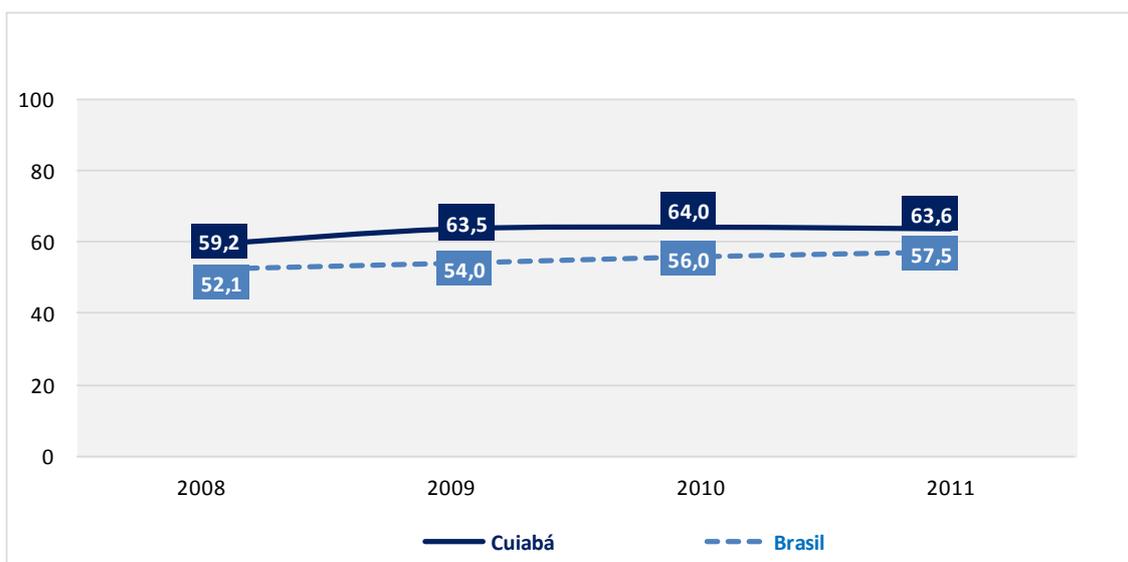
Além dos índices alcançados pelo destino em cada dimensão, serão destacados os principais fatores que contribuíram para tais resultados.

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 63,6 pontos (escala de 0 a 100). Este resultado ficou abaixo do índice obtido em 2010 (64,0), como é possível conferir no gráfico 1:

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



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

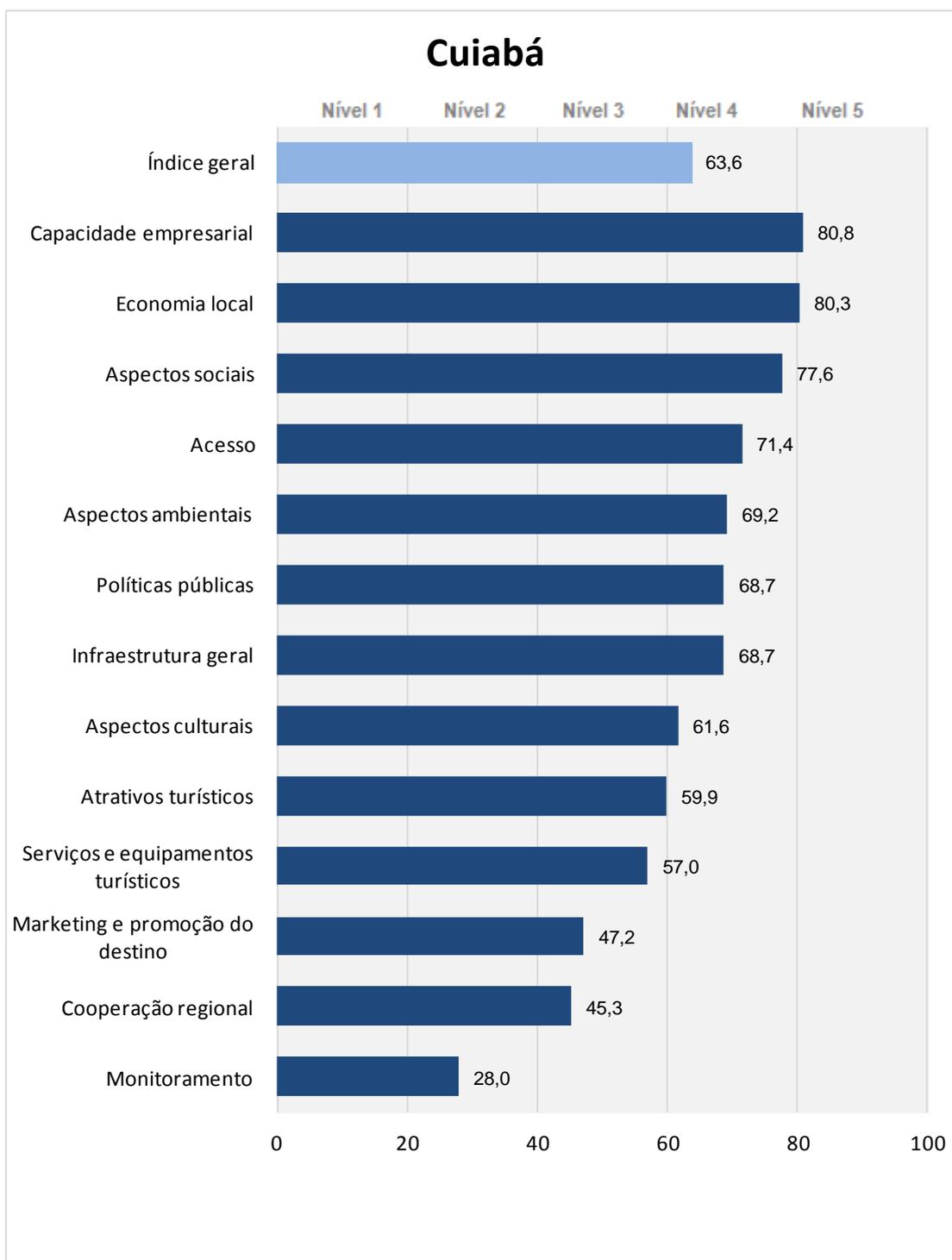
Podemos analisar o desempenho do destino juntamente com as linhas que apontam os resultados da média Brasil (gráfico 1) e das capitais (gráfico 2), que demonstram que o índice do destino permaneceu estável, ao contrário da tendência nacional de evolução gradual. Considerando os resultados obtidos por 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, 08 dimensões alcançaram o nível 4 de competitividade (61 a 80), como é possível observar no gráfico 3. Por sua vez, a dimensão que enfrenta obstáculo para superar o menor nível de competitividade é *Monitoramento*, a qual não ultrapassou o nível 2 (21 a 40).

Gráfico 3. Índices por dimensão em ordem decrescente de desempenho

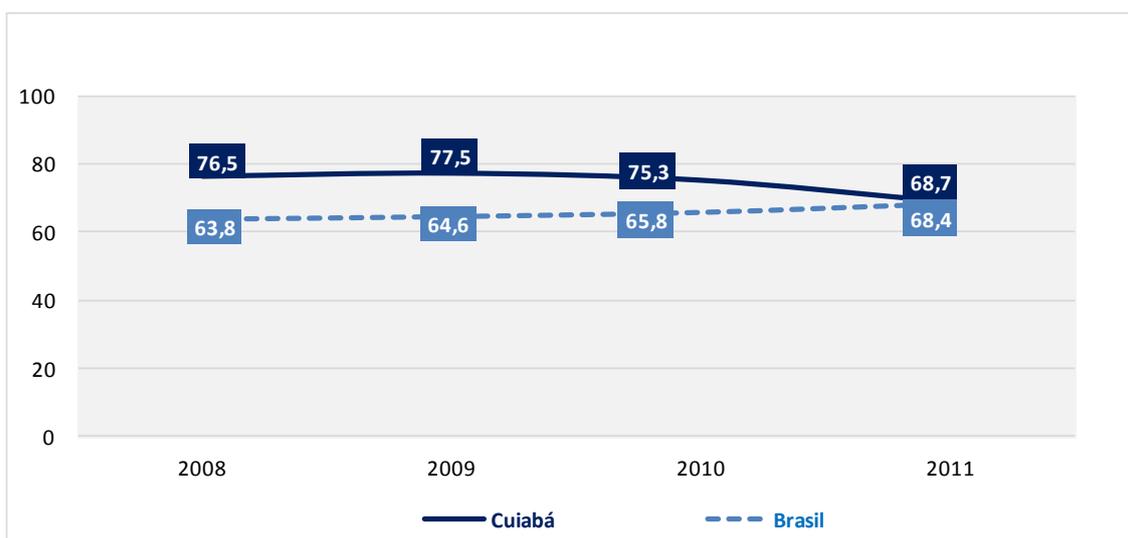


3.2 Infraestrutura geral

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. Cuiabá registrou 68,7 pontos nesta dimensão, um índice abaixo 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, acima do resultado do destino nesta dimensão.

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



O indicador de Cuiabá 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 diversos níveis de complexidade de atendimento;
- Aumento do efetivo da Polícia Militar durante a alta temporada ou durante grandes eventos;
- Aumento no número de policiais civis durante a alta temporada ou durante grandes eventos;
- Oferta 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, a Secretaria de Desenvolvimento Urbano;
- Oferta de lixeiras, banheiros públicos e telefones públicos no entorno das áreas turísticas;
- Adoção de quesitos de embelezamento nas áreas públicas – praças, jardins, estátuas, iluminação cenográfica em alguns atrativos culturais;
- Existência de programa para a conservação de praças feito em parceria com os comerciantes.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- O fornecimento descontínuo de energia elétrica no período de alta temporada, com relatos de problemas com picos e queda de energia;
- Ausência de um grupamento da Polícia Militar especializado no atendimento ao turista;
- Inexistência de um programa de proteção ao turista na Polícia Civil;
- Conservação do mobiliário urbano nas áreas turísticas (lixeiras e telefones públicos em estado precário).

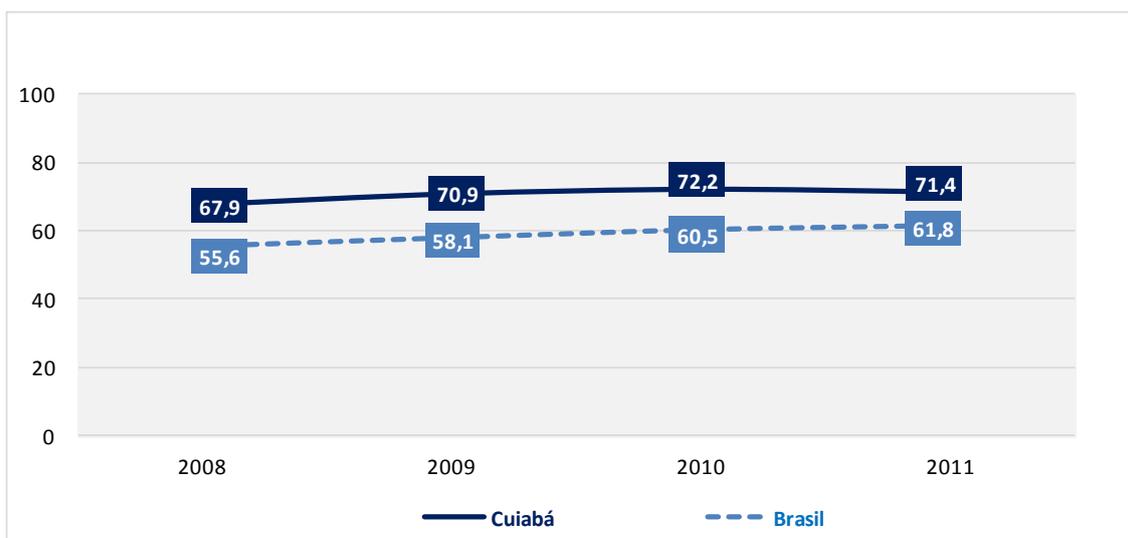
Além destes fatores, foram considerados na composição do índice números de saúde, como a expectativa de vida da população, número de estabelecimentos com atendimento de urgência, número de postos ambulatoriais de atendimento, número de profissionais de saúde e número de leitos.

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.

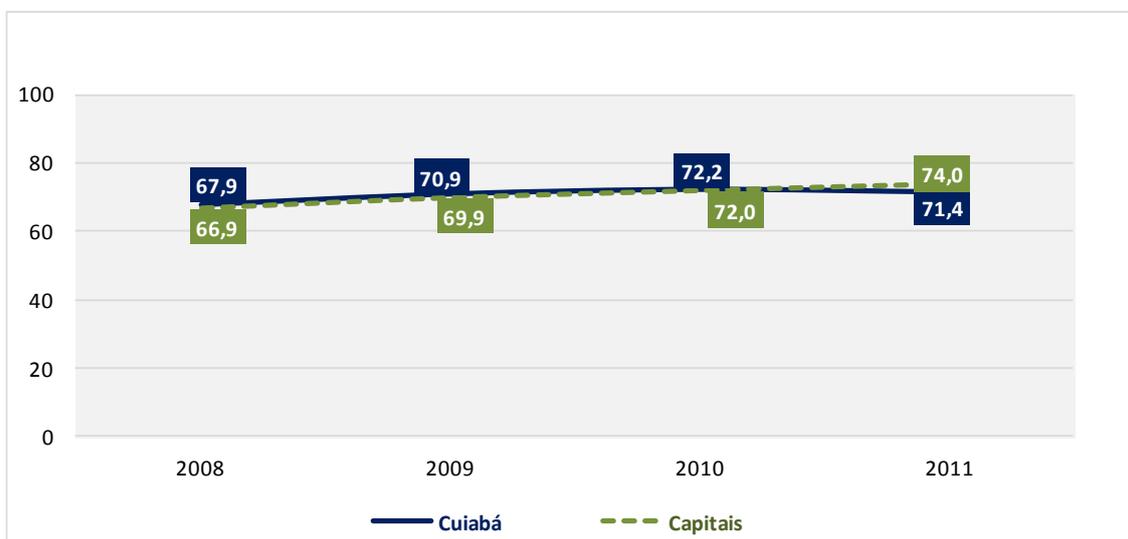
Em *Acesso*, a média Brasil em 2011 foi 61,8. Cuiabá registrou 71,4 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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 em município limítrofe – Aeroporto Internacional Marechal Rondon, em Várzea Grande;
- Estrutura do terminal aeroportuário que atende ao destino, que conta com centro de atendimento ao turista, restaurante, lanchonetes, lojas, locadoras de veículos e táxis;
- Existência de um terminal rodoviário, com centro de atendimento ao turista, lojas, restaurantes e lanchonetes, facilidade para pessoas com mobilidade reduzida, serviço bancário, dentre outros, além de ofertar transportes para o deslocamento dos que embarcam e desembarcam na rodoviária – como táxis e ônibus;
- Disponibilidade de serviços de táxis regularizados e padronizados no destino;
- 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:

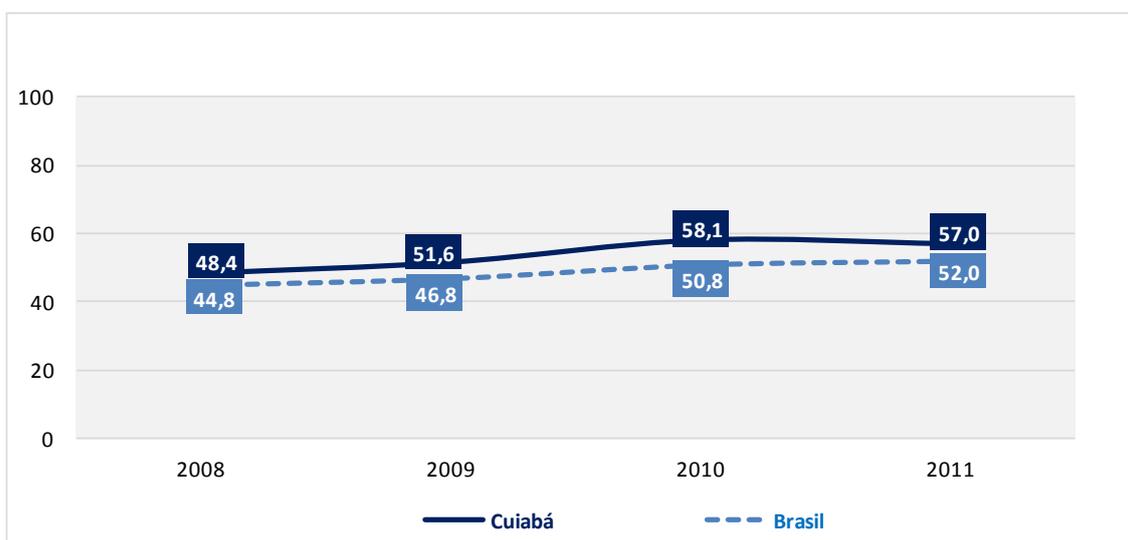
- Estrutura do terminal aeroportuário que atende ao destino – em visita técnica foi constatada a presença de estruturas em apenas um dos terminais (embarque), limitando a oferta de serviços para passageiros ou acompanhantes;
- Condições da principal rodovia de acesso de fluxo turístico ao destino – BR 364;
- Carência de transportes públicos no aeroporto;
- Inexistência de uma linha regular de transporte turístico (ônibus ou similar) que interligue os principais atrativos do destino;
- Existência de congestionamentos em qualquer época do ano;
- 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. Cuiabá registrou 57,0 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 Cuiabá foi influenciado de forma positiva por diversos fatores, entre os quais:

- Oferta de sinalização turística viária nos padrões internacionais recomendados.
- Existência de sinalização turística descritiva ou interpretativa em parte dos atrativos, disponível em idioma estrangeiro;
- Existência de quatro centros de atendimento ao turista no destino, com estrutura e diversidade de serviços, flexibilidade de horários e de dias de funcionamento;
- Existência de um centro de convenções no destino – Centro de Eventos do Pantanal – com capacidade para mais de um evento, independentes e simultâneos, salas modulares, auditórios, estacionamento próprio e adequado ao porte e com cumprimento de quesitos de acessibilidade para deficientes físicos;
- A localização do centro de convenções em relação às áreas turísticas;
- Oferta de outros espaços para a realização de eventos – como salas em hotéis para eventos de pequeno, médio e grande porte, pavilhão de exposições e centros de conferências;
- Existência de organizações representativas dos meios de hospedagem, que discutem e defendem os interesses dos empreendimentos do destino;

- A maioria dos meios de hospedagem possui unidades habitacionais em bom estado de conservação, com instalações modernas ou recém reformadas, oferecendo acesso à internet nas unidades habitacionais;
- Presença de empresas de receptivo que oferecem diversos serviços aos turistas, como city tour, passeios para destinos do entorno, visitas guiadas, by night, 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, o Sindicato de Guias de Turismo do Estado do Mato Grosso;
- Presença no município de instituições de qualificação profissional que ofertam cursos livres, técnicos e de graduação e capacitação nas áreas relacionadas ao turismo, como instituições do Sistema S (Sebrae, Senac e Senai) e faculdades públicas e privadas;
- Existência de uma organização representativa de restaurantes e similares, que discute e defende os interesses dos empreendimentos de alimentação.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

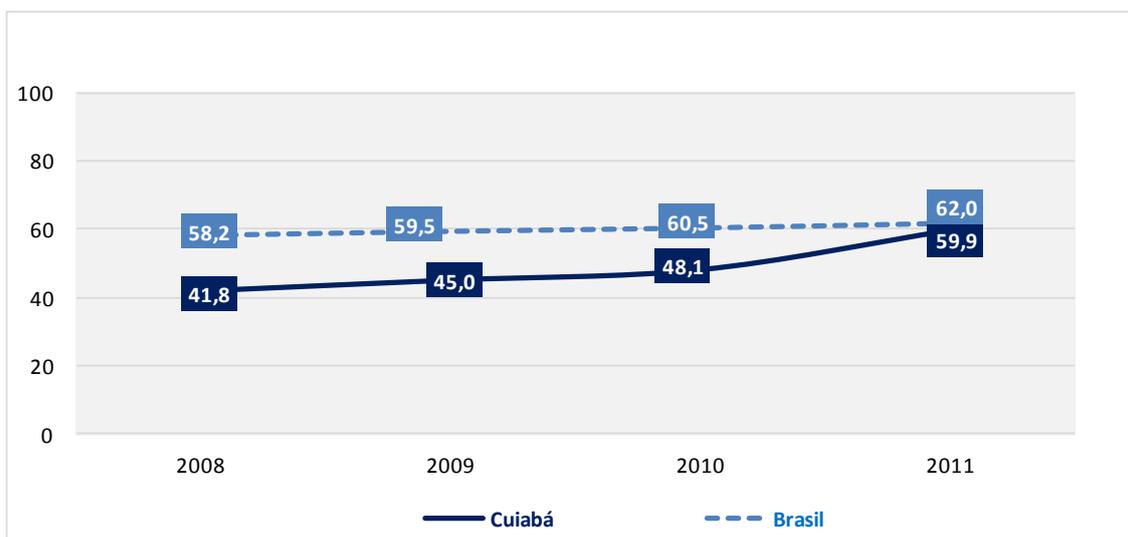
- Cobertura e estado de conservação da sinalização turística viária, além da ausência desta sinalização em idioma estrangeiro – como foi possível constatar durante visita técnica ao município entre os dias 12/09/2011 e 16/09/2011;
- Cobertura da sinalização turística descritiva ou interpretativa nos atrativos;
- Oferta insuficiente de transporte público para o Centro de Eventos indicado;
- Ausência de incentivo formal ao uso de tecnologias que priorizem a questão ambiental em estabelecimentos de hospedagem;
- 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 e a maioria 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. Cuiabá registrou 59,9 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 Cuiabá foi influenciado de forma positiva por diversos fatores, entre os quais:

- Existência de atrativos naturais para os quais há fluxo turístico como o Parque Mãe Bonifácia, o Rio Cuiabá na região da comunidade São Gonçalo Beira Rio e o Lago do Manso;
- Evidência de preservação ambiental do entorno do principal atrativo natural indicado – o Parque Mãe Bonifácia –, conforme pode ser observado em visita técnica realizada entre os dias 12/09/2011 e 16/09/2011;
- O destino conta com atrativos culturais para os quais há fluxo turístico, como o Sesc Arsenal, além da Casa do Artesão e da Comunidade São Gonçalo Beira Rio;
- A preservação urbanística do entorno do principal atrativo cultural indicado – Sesc Arsenal –, que conta com estrutura de apoio aos visitantes;
- Existência de eventos programados que atraem turistas como o Encontro Internacional de Negócios da Pecuária (ENIPEC), a Expo Agro e a Festa de São Benedito;
- Estrutura disponível no local em que acontece o principal evento programado indicado – O Encontro Internacional de Negócios da Pecuária (ENIPEC) – além da conservação urbanística e ambiental do entorno deste local e pela adoção de alguns quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência no local em que acontece o evento – Centro de Eventos do Pantanal;

- O destino conta com atrativo de realizações técnicas e científicas que gera a atração de visitantes ao longo do ano com interesse específico, independentemente de uma data especial no calendário de eventos – Universidade Federal do Mato Grosso.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

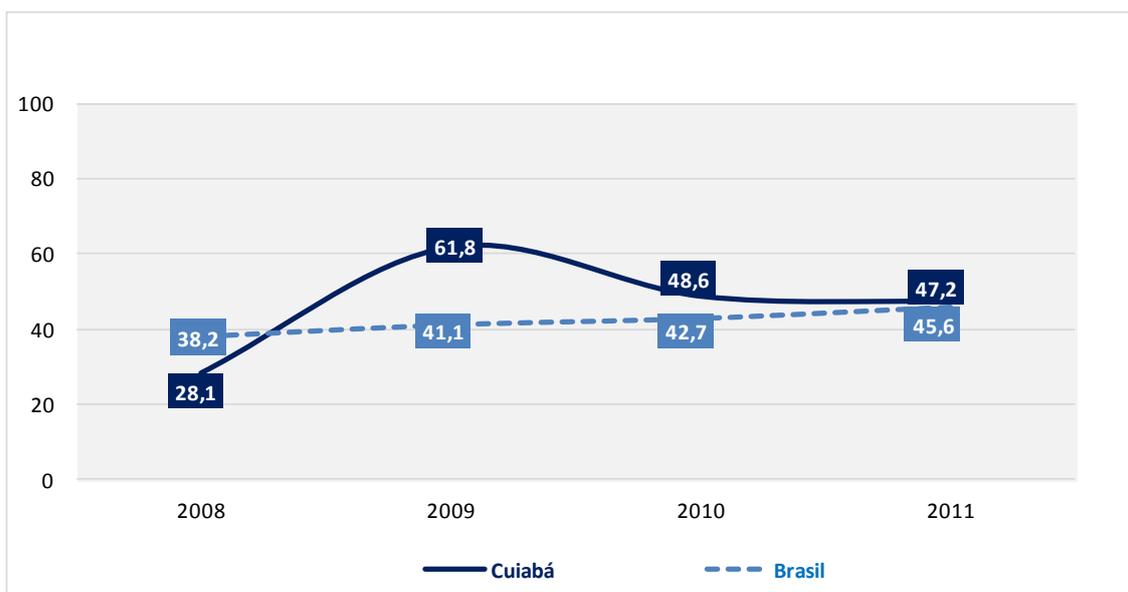
- Inexistência de estudo de capacidade de carga ou suporte para o principal atrativo natural, a fim de minimizar o impacto da atividade turística sobre os recursos;
- A estrutura disponível no principal atrativo natural necessita de melhorias, por exemplo, na conservação de banheiros, no fornecimento de informações aos visitantes, além da carência de recursos que viabilizem o acesso ou circulação de pessoas com mobilidade reduzida;
- A carência de um estudo de capacidade de carga aplicado ao principal atrativo cultural indicado – Sesc Arsenal – e a falta de recursos para pessoas com deficiência no local;
- Não há no destino o monitoramento da capacidade de carga ou suporte da realização técnica ou científica 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*).

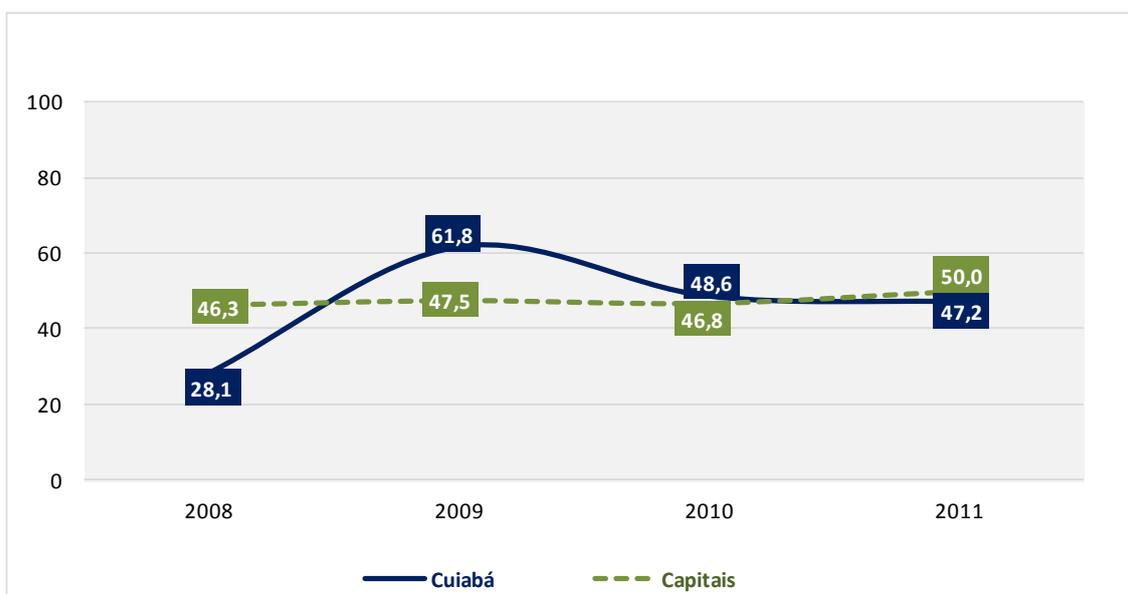
Em *Marketing e promoção do destino*, a média Brasil em 2011 foi 45,6. Cuiabá registrou 47,2 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



O indicador de Cuiabá 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 Salão do Turismo, ABAV, entre outros;
- Há participação em feiras e eventos não voltados ao setor de turismo, de forma a ampliar a promoção do destino no mercado especializado nacional e no mercado internacional como o Encontro Mundial da Juventude em Madrid;
- Os resultados dos eventos dos quais o destino participa são avaliados por meio de pesquisas nos próprios eventos, contagem e apuração do número de negócios efetivados etc. 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, e que passa por revisão ortográfica profissional, tanto em português como em idioma estrangeiro;
- É produzido material promocional que apresenta a estrutura disponível para eventos;
- A página institucional do município na internet – acessível pelo endereço www.cuiaba.mt.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 destino não promoveu qualquer evento próprio para divulgar seus atrativos e equipamentos fora de seu território nos últimos cinco anos;
- O material promocional do destino Cuiabá, não alerta o visitante sobre ações de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes, tampouco sobre a importância de preservar o meio ambiente;
- Carência de uma agenda de eventos disponível gratuitamente para consulta;

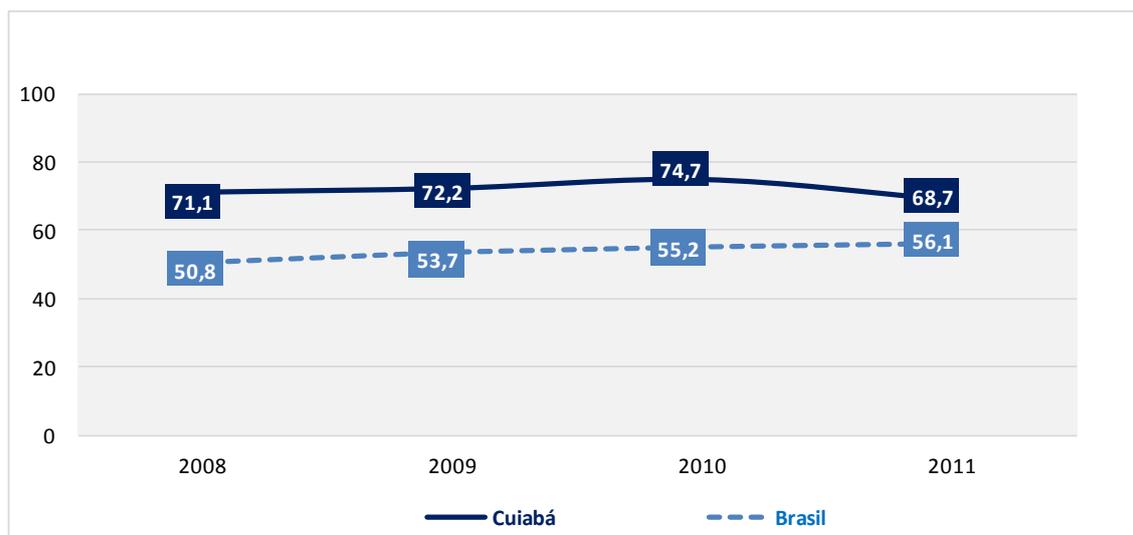
- Não existe central telefônica específica de informações turísticas através da qual os visitantes possam obter informações sobre atrativos, equipamentos e serviços disponíveis no destino;
- Não há informações em idioma estrangeiro na página de turismo do destino – acessível pelo endereço www.turismocuiaba.com.br –, 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.

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.

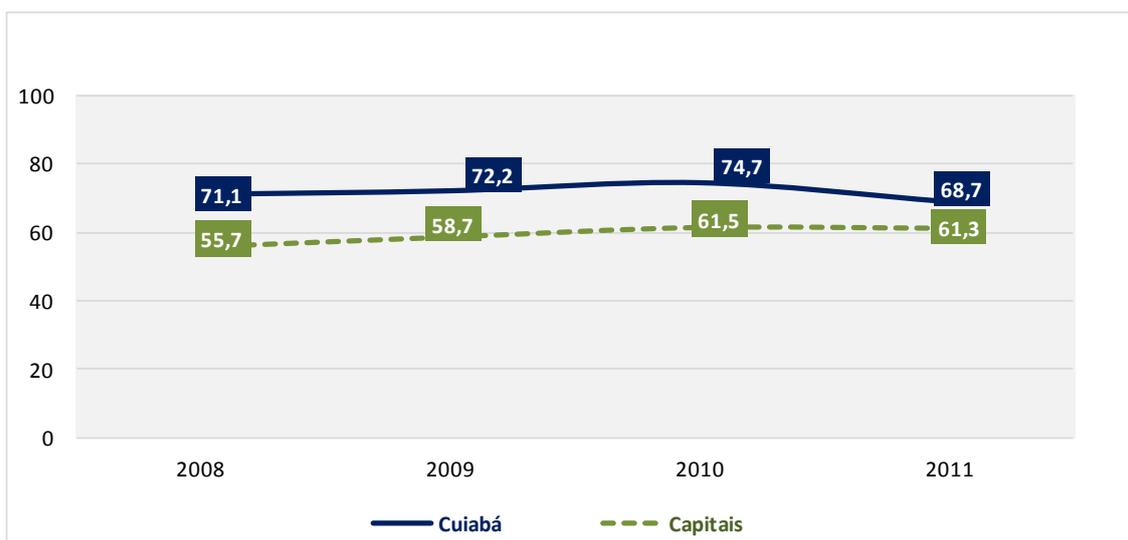
Em *Políticas públicas*, a média Brasil em 2011 foi 56,1. Cuiabá registrou 68,7 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Existência de uma secretaria municipal com a atribuição exclusiva de coordenar ou incentivar o desenvolvimento do turismo, a Secretaria Municipal de Turismo, que dispõe de recurso próprio;
- Existência de servidores públicos concursados ativos dedicados ao setor do turismo, apesar de o número ainda ser inadequado;
- Houve, no ano anterior, investimentos diretos do governo estadual em projetos que visavam a competitividade do turismo em áreas como infraestrutura e treinamento para o 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 na gestão municipal nos últimos cinco anos, como o Programa Nacional de Apoio à Gestão Administrativa e Fiscal dos Municípios Brasileiros (PNAFM);

- 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; citando o Projeto Caminhos do Sabor, com a Abrasel.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

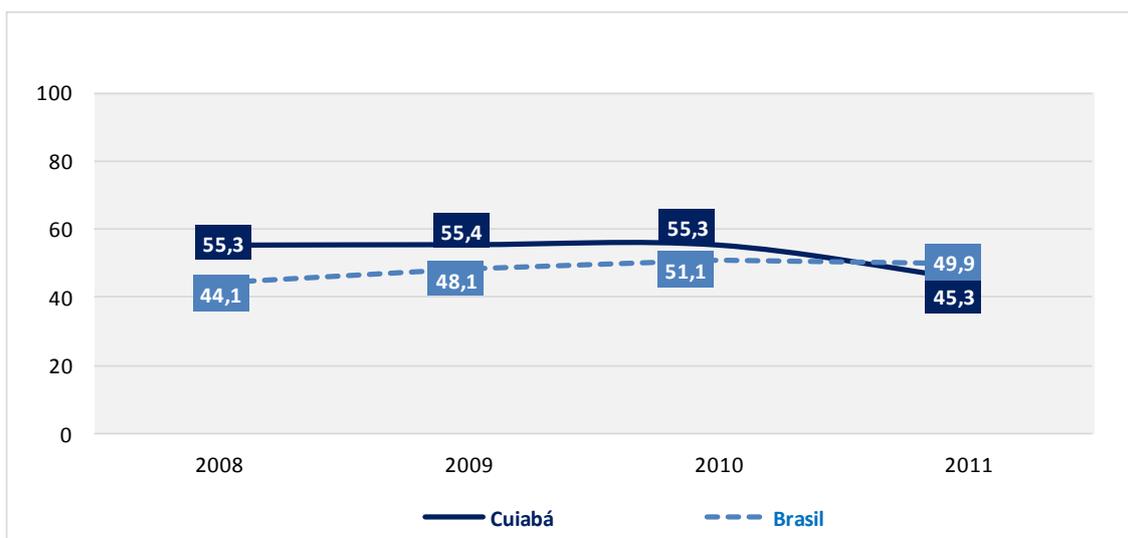
- O recurso próprio do órgão gestor de turismo está inativo;
- Não foram desenvolvidos projetos, que não a realização de eventos, em conjunto com outras secretarias em atividades relacionadas ao turismo no último ano;
- O destino não recebeu recursos de emendas parlamentares para o turismo no ano anterior, segundo lei orçamentária anual de 2010;
- Verificou-se ainda que o município não possui um Conselho Municipal de Turismo ativo, dedicado ao acompanhamento da atividade turística;
- Cuiabá 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.

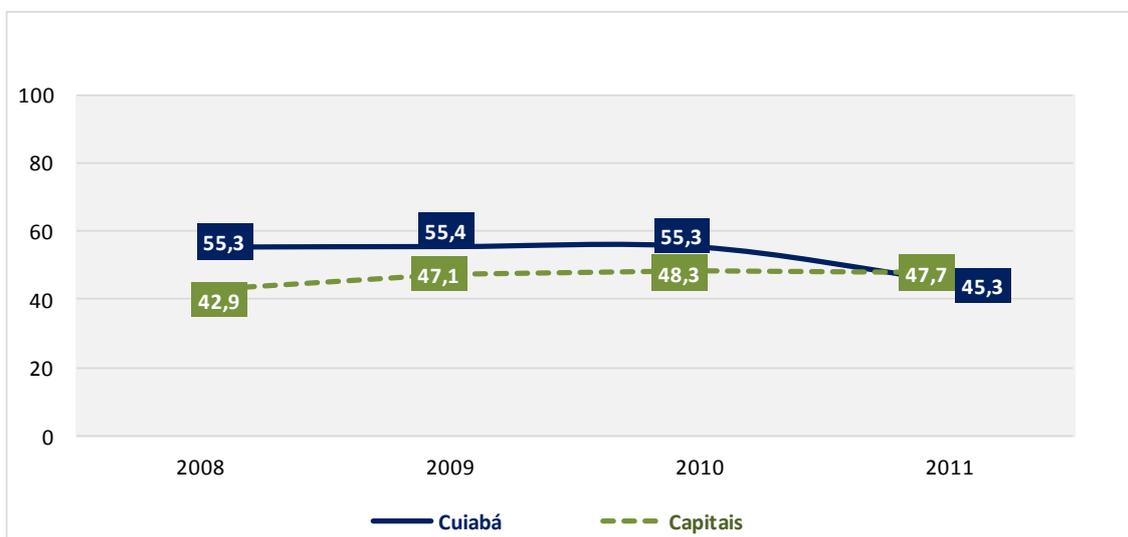
Em *Cooperação regional*, a média Brasil em 2011 foi 49,9. Cuiabá registrou 45,3 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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 – Conselho Regional do Pólo Cerrado;
- A instância está representada no Fórum Estadual de Turismo;
- Foram realizadas ações para mobilizar atores do segmento turístico do destino para a importância da cooperação regional no ano anterior;
- Existem projetos de cooperação regional compartilhados entre o município avaliado e outros destinos da região Turística Metropolitana, entre eles, o Projeto Travessia do Pantanal;
- 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 do Turismo Sustentável (PDITS);
- Além disso, o destino integra roteiros regionais, comercializados por operadores e agências, elaborados com informações de um inventário ou cadastro da oferta turística e estruturados com a participação de atores do *trade* turístico;
- No ano anterior, o destino participou de eventos para a promoção e comercialização dos roteiros regionais e da região turística dos quais faz parte.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

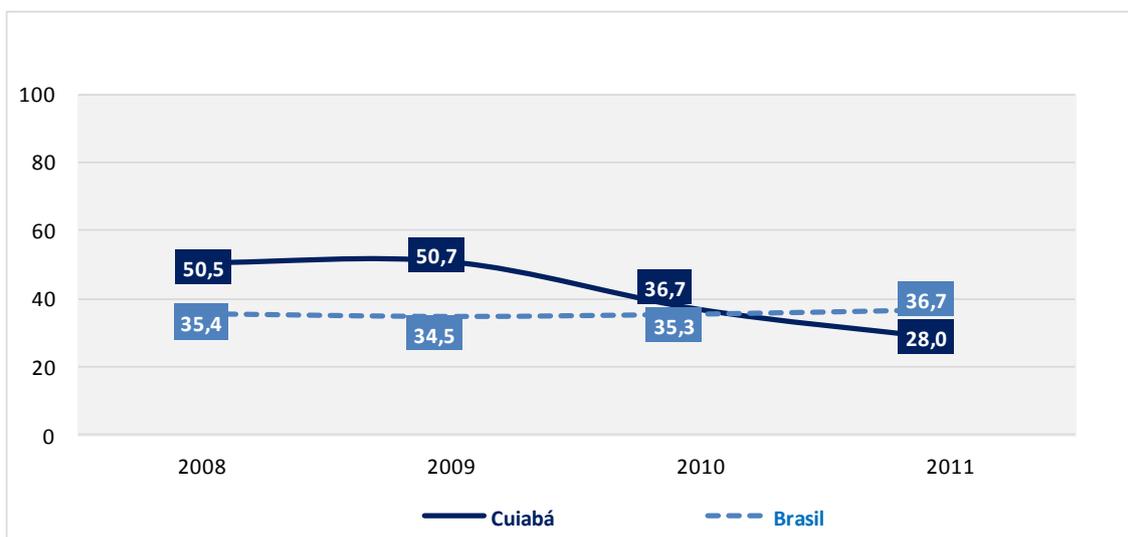
- O fato de a instância de governança regional – Conselho Regional do Pólo Cerrado – não manter reuniões periódicas, não dispor de um gestor executivo com dedicação exclusiva ou parcial à coordenação das atividades, não contar com recurso próprio, nem dispor de suporte para a condução de suas atividades;
- Nos roteiros regionais dos quais o destino faz parte não são monitorados os impactos econômicos, socioculturais e ambientais gerados pelo turismo, como a elaboração de Estudo de Impacto Ambiental (EIA), por exemplo;
- Inexistência de uma página institucional da região turística na internet;
- Cuiabá não participa de 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.

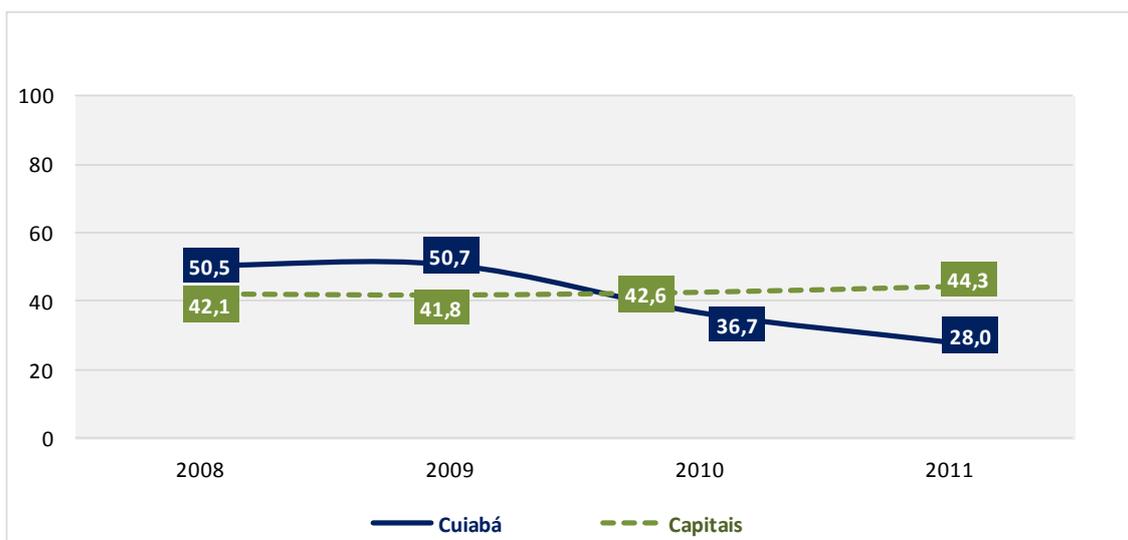
Em *Monitoramento*, a média Brasil em 2011 foi 36,7. Cuiabá registrou 28,0 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

- Existência de pesquisa de oferta atualizada – Inventário;
- Existência de instituição que realiza pesquisas em turismo, focadas no destino ou na região turística da qual o destino faz parte – Universidade Federal do Mato Grosso.

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, nem 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 periódico dos impactos econômicos, sociais, ambientais e culturais gerados pelo turismo;

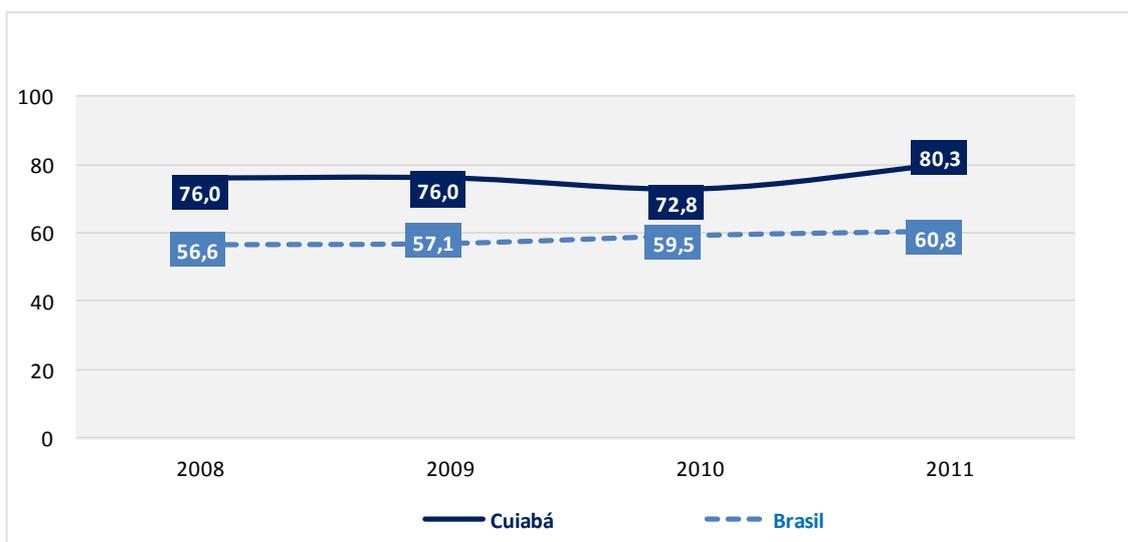
- A administração pública local não possui um setor específico de estudos que realize pesquisas em turismo.

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.

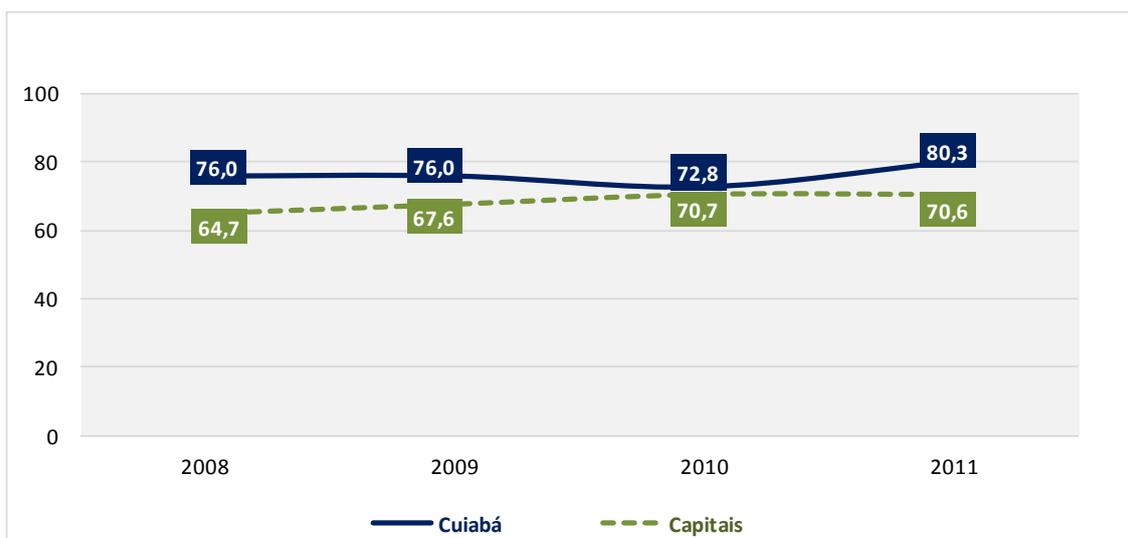
Em *Economia local*, a média Brasil em 2011 foi 60,8. Cuiabá registrou 80,3 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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 Cuiabá 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, como os programas orientados pelo Sebrae;
- São oferecidos benefícios de isenção ou redução de impostos ou taxas para as atividades características do turismo, como descontos de ISS em Hotelaria;
- São oferecidos benefícios financeiros locais ou regionais (linhas especiais de financiamento) para o empresariado local – Fundo Constitucional do Centro-Oeste;
- Atuação de um *Convention & Visitors Bureau* regional – a Fundação Pantanal *Conventions & Visitors Bureau*;
- Existência de um polo industrial e físico de negócios significativos para movimentar a economia local, que tende a gerar fluxo turístico receptivo em consequência de sua existência.

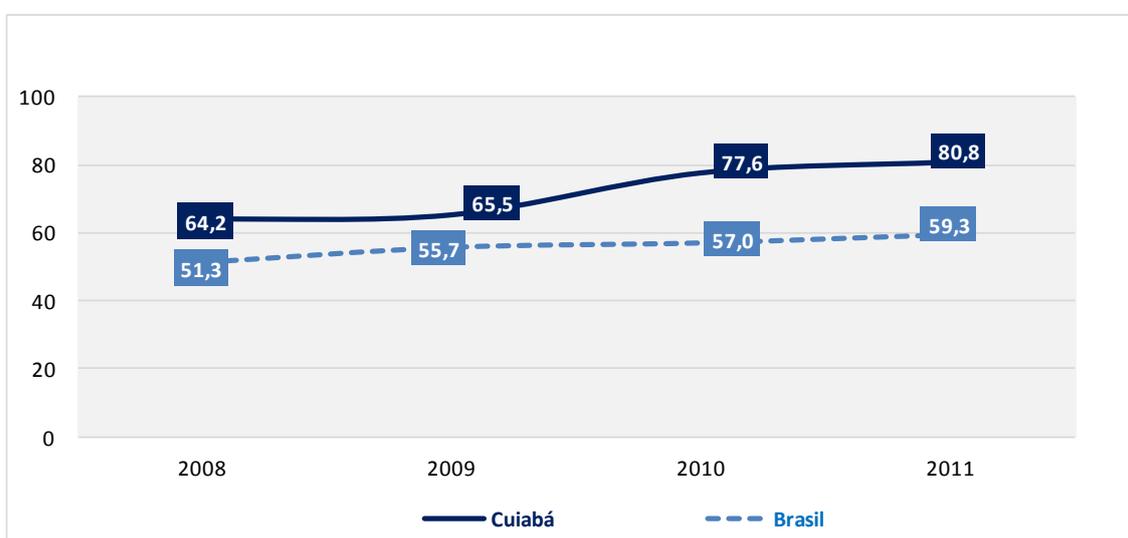
Em *Economia local*, não foi identificado nenhum aspecto que tenha contribuído negativamente para o indicador. Porém, dados econômicos de fontes secundárias também foram observados, como o PIB, PIB *per capita* e volume de operações de crédito, por exemplo.

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.

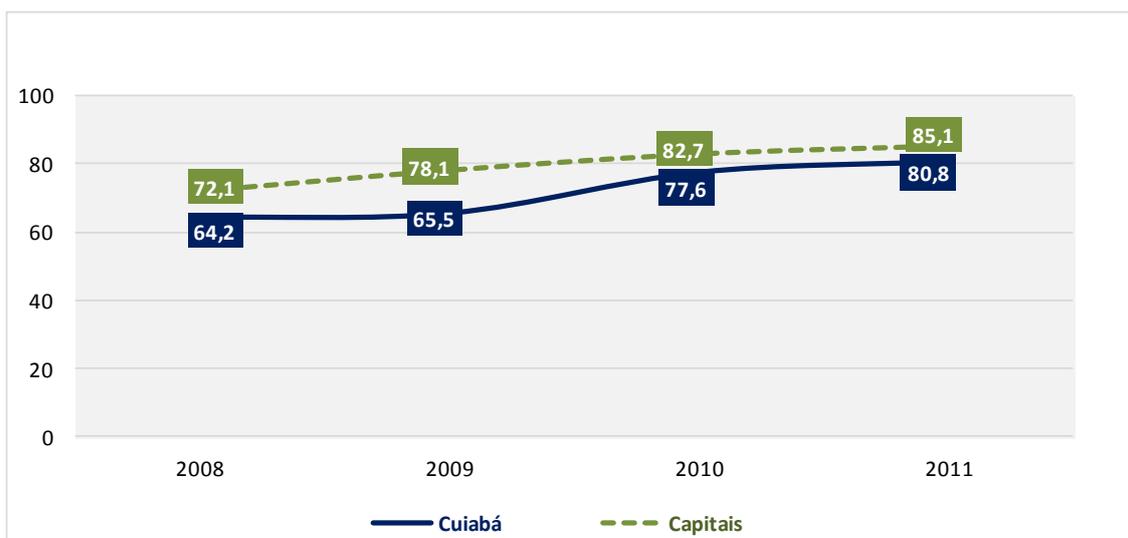
Em *Capacidade empresarial*, a média Brasil em 2011 foi 59,3. Cuiabá registrou 80,8 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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 Cuiabá 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, universidades públicas e privadas, 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 ou administrativos em meios de hospedagem, agências ou operadoras e estabelecimentos de alimentos e bebidas;
- 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, como os programas oferecidos pelo Sebrae, Abrasel, Abih, e outros;
- Foi constatada a existência de adensamentos de empreendimentos turísticos que fomentam o empreendedorismo, como a Praça Central, o bairro das Goiabeiras e a Comunidade São Gonçalo Beira Rio;

- Presença de empresas de grande porte, filiais ou subsidiárias com mais de mil funcionários e de empresas que produzem ou exportam mercadorias de alto valor agregado ou perecíveis como a Soja, dentre outros.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador está:

- Existência de barreiras à entrada de novos empreendimentos turísticos, entre elas a falta de incentivos fiscais, a falta de pessoal capacitado e dificuldades para a obtenção de licenciamento ambiental.

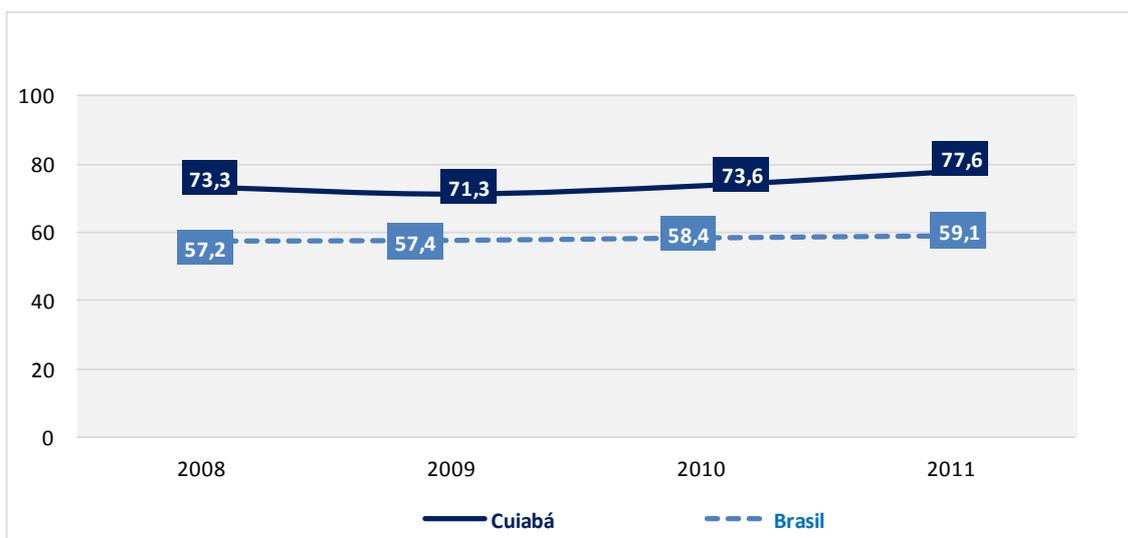
Apesar dos fatores positivos, em algumas questões não foram identificados todos os itens avaliados, o que fez com que o destino não atingisse a pontuação máxima em todas as questões.

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.

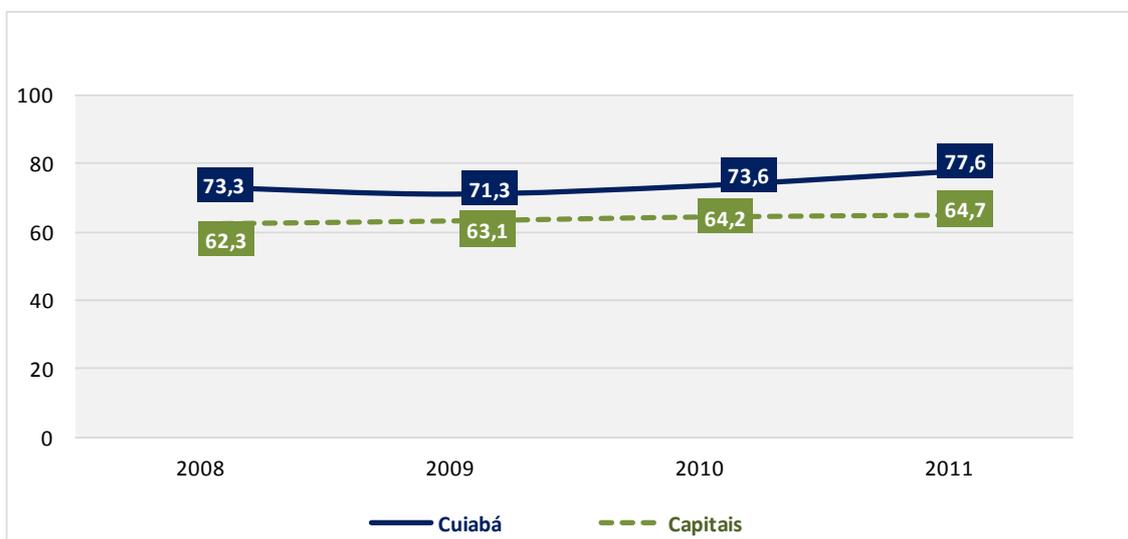
Em *Aspectos sociais*, a média Brasil em 2011 foi 59,1. Cuiabá registrou 77,6 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- São realizados investimentos em educação além do percentual obrigatório de 25%;
- Adoção de políticas de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes por parte do poder público municipal;
- Aplicação de programa específico de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes no turismo, que conta com o apoio da iniciativa privada, do terceiro setor e do poder público;
- São aplicados programas de incentivo ao uso dos equipamentos turísticos pela população local, ações contínuas realizadas por órgãos municipais e por parte da iniciativa privada ou entidades ligadas ao turismo como forma de alavancar a preservação dos espaços e a circulação de turistas;
- A população local se envolve na elaboração do orçamento participativo;
- O município sensibiliza os cidadãos sobre a importância da atividade turística para o destino; em vista da Copa de 2014, são abordados impactos positivos e negativos da atividade;
- A população é consultada sobre atividades ou projetos turísticos via audiências públicas;

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 em atividades como hotelaria, bares e restaurantes e organização de eventos;
- Não há sensibilização do turista sobre o respeito à comunidade local e 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.

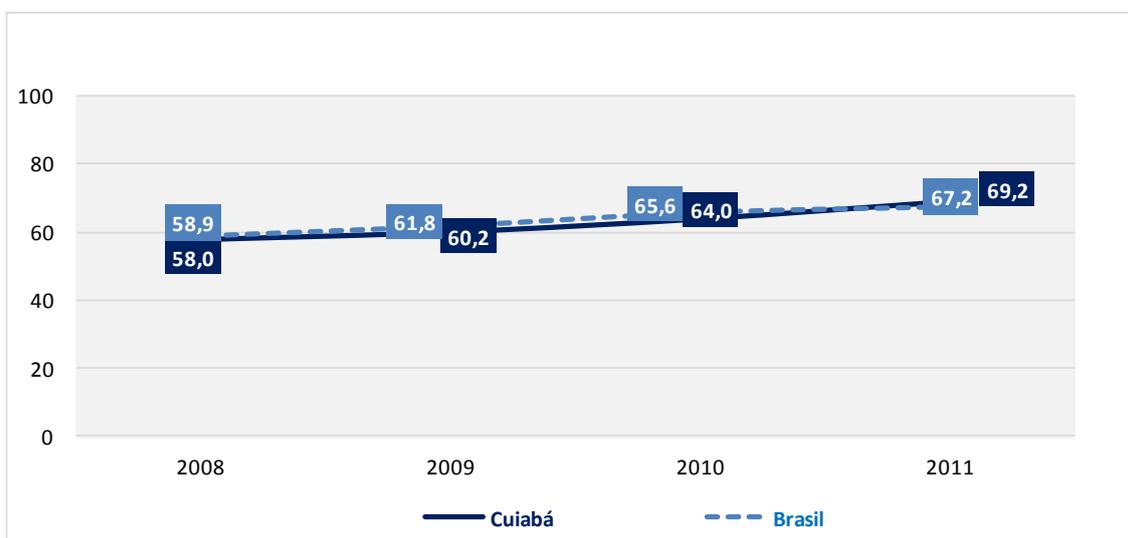
Além destes fatores, também foram considerados indicadores sociais do município, como percentual de habitantes com acesso ao ensino, Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB) e Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M), dentre outros.

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. Cuiabá registrou 69,2 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 Cuiabá foi influenciado de forma positiva nesta dimensão por diversos fatores, entre os quais:

- Presença de um órgão municipal com atribuição de coordenar e incentivar a preservação do meio ambiente – Secretaria de Meio Ambiente e Assuntos Fundiários – ainda que não exclusiva do meio ambiente e dotada de recurso próprio;
- Presença de Conselho Municipal de Meio Ambiente atuante e de um Fundo Municipal efetivo – cujos recursos estão disponíveis para ser aplicados;
- Existência de um Código Ambiental Municipal, contra o qual não há ação judicial pública;
- O município possui uma rede pública de distribuição de água e estação de tratamento de água;
- O destino é atendido por um sistema público de coleta de esgoto com configuração de separador absoluto;
- Existência de política de monitoramento da balneabilidade em ambientes naturais (como rios, lagos, lagoas ou praias);
- 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 Nacional Chapada do Guimarães –, detentora de conselho gestor e onde há aplicação de plano de manejo.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

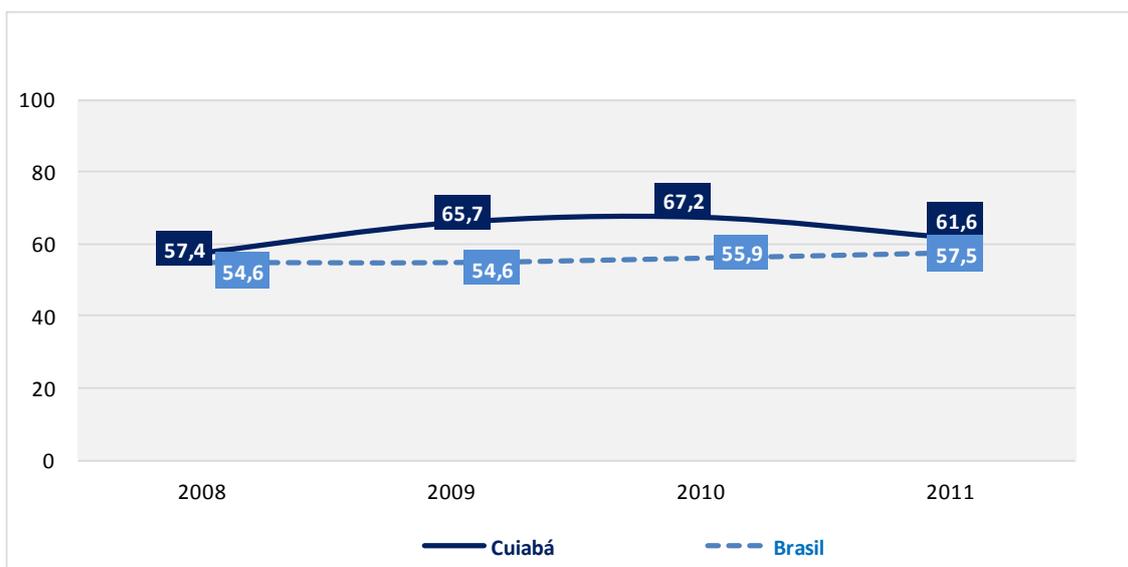
- Ausência de legislação específica para a adoção de fontes de energia limpa ou renovável em estabelecimentos públicos ou privados;
- Presença de atividades potencialmente poluidoras, com alvará de funcionamento ou de localização no território municipal, como cimenteiras, mineradoras, construções e exploração irregular nas margens do Rio Cuiabá;
- Não há estação de tratamento de água para a sua reutilização;
- Carência de campanhas de educação periódicas para o uso racional da água;
- Índice de cobertura do sistema público de coleta de esgoto com configuração de separador absoluto;
- O aterro sanitário está em seu limite de utilização;
- Inexistência de serviços de coleta seletiva residencial;
- Ausência de controle de capacidade de carga no plano de manejo da principal Unidade de Conservação indicada – o Parque Nacional da Chapada do Guimarães.

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.

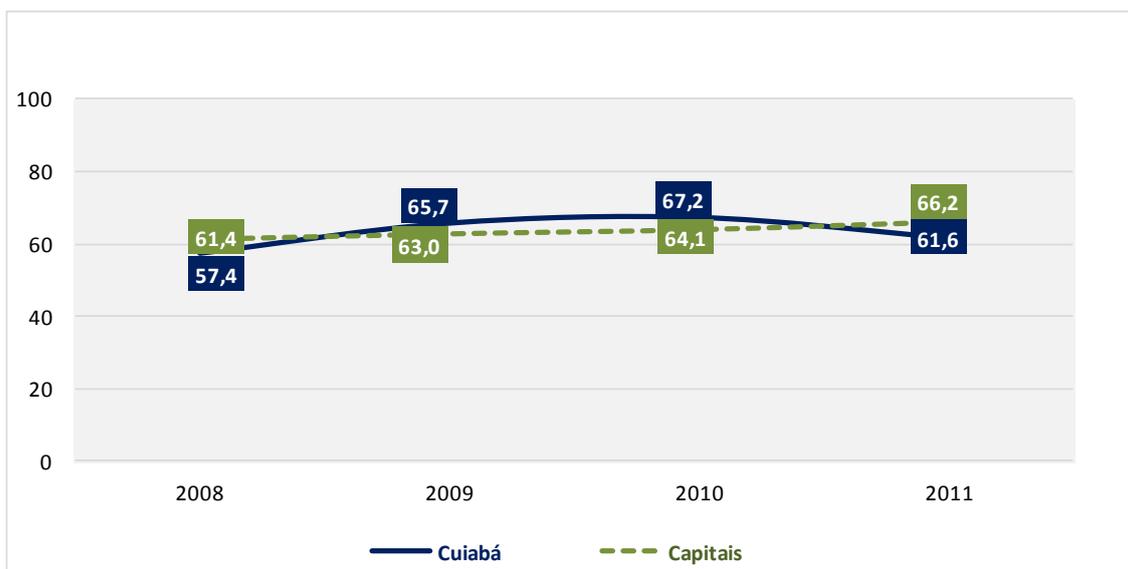
Em *Aspectos culturais*, a média Brasil em 2011 foi 57,5. Cuiabá registrou 61,6 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Presença de atividade artesanal típica – cerâmica, produtos em madeira (viola de cocho, pilão), rede e trançados – comercializada em esfera nacional;
- Existência de culinária típica pela qual o destino é reconhecido em esfera nacional: pratos com peixe (Peixada cuiabana, Mojica de pintado), Maria Izabel, dentre outros;
- O destino apresenta tradições culturais evidentes e típicas da região onde está inserido, entre elas a música e dança Siriri Cururu, o Rasqueado, lendas, entre outras;
- Existem manifestações religiosas no destino – Festa de São Benedito, Festa do Divino, Festa de São João – que atraem fluxo turístico;
- Existem comunidades tradicionais presentes no território municipal como a comunidade São Gonçalo Beira Rio e Cochipó do Ouro;
- Presença de grupos artísticos de manifestação popular tradicional, como o Flor Ribeirinha;
- Existência de patrimônio imaterial registrado – Modo de Fazer da Viola de Cocho; de patrimônios artísticos tombados – Centro Histórico, Igreja do Rosário, Sesc Arsenal, dentre outros; de sítio arqueológico tombado ou registrado – no Parque Estadual da Chapada e de bens tombados como patrimônio histórico – como o Centro Histórico;
- Presença de um órgão da administração local com atribuição exclusiva de incentivar o desenvolvimento da cultura – Secretaria Municipal de Cultura;
- O destino aplica política municipal de cultura, que dentre outros benefícios ajuda a manter um calendário de manifestações culturais;
- Existência de legislação municipal de cultura e fundo municipal de cultura, este último exclusivo e efetivo;
- O destino aderiu ao Sistema Nacional de Cultura.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- O órgão da administração local com atribuição de incentivar o desenvolvimento da cultura não dispõe de recurso próprio;
- 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 Cuiabá, é possível concluir que, em 2011, houve estabilidade do indicador de competitividade do destino (Índice geral) em comparação ao ano anterior. Como explicado anteriormente, nesta análise são consideradas diferenças de pontuação superiores a 1,0 ponto no indicador na comparação entre 2010 e 2011.

Se a análise for realizada sobre as 13 dimensões avaliadas por este estudo, é possível observar que houve evolução nos resultados dos últimos dois anos em *Atrativos turísticos, Economia local, Capacidade empresarial, Aspectos sociais e Aspectos ambientais*.

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

Por fim, foi possível observar que as dimensões *Infraestrutura geral, Serviços e equipamentos turísticos, Marketing e promoção do destino, Políticas públicas, Cooperação regional, Monitoramento e Aspectos culturais* apresentaram regressão de indicadores quando avaliadas as edições de 2011 e 2010.

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

Dimensões	Brasil				Capitais				Cuiabá			
	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	59,2	63,5	64,0	63,6
Infraestrutura geral	63,8	64,6	65,8	68,4	70,5	71,3	74,3	75,8	76,5	77,5	75,3	68,7
Acesso	55,6	58,1	60,5	61,8	66,9	69,9	72,0	74,0	67,9	70,9	72,2	71,4
Serviços e equipamentos turísticos	44,8	46,8	50,8	52,0	56,8	59,4	63,3	64,1	48,4	51,6	58,1	57,0
Atrativos turísticos	58,2	59,5	60,5	62,0	56,6	58,5	59,5	61,3	41,8	45,0	48,1	59,9
Marketing e promoção do destino	38,2	41,1	42,7	45,6	46,3	47,5	46,8	50,0	28,1	61,8	48,6	47,2
Políticas públicas	50,8	53,7	55,2	56,1	55,7	58,7	61,5	61,3	71,1	72,2	74,7	68,7
Cooperação regional	44,1	48,1	51,1	49,9	42,9	47,1	48,3	47,7	55,3	55,4	55,3	45,3
Monitoramento	35,4	34,5	35,3	36,7	42,1	41,8	42,6	44,3	50,5	50,7	36,7	28,0
Economia local	56,6	57,1	59,5	60,8	64,7	67,6	70,7	70,6	76,0	76,0	72,8	80,3
Capacidade empresarial	51,3	55,7	57,0	59,3	72,1	78,1	82,7	85,1	64,2	65,5	77,6	80,8
Aspectos sociais	57,2	57,4	58,4	59,1	62,3	63,1	64,2	64,7	73,3	71,3	73,6	77,6
Aspectos ambientais	58,9	61,8	65,6	67,2	63,8	67,0	71,3	72,7	58,0	60,2	64,0	69,2
Aspectos culturais	54,6	54,6	55,9	57,5	61,4	63,0	64,1	66,2	57,4	65,7	67,2	61,6

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.