

**ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE
DO TURISMO NACIONAL**

**65 DESTINOS INDUTORES
DO DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO REGIONAL**

FOZ DO IGUAÇU

2011



APRESENTAÇÃO

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

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

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

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

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

Ministério do Turismo
Sebrae Nacional
Fundação Getulio Vargas



Ministério do
Turismo



SUMÁRIO

| | |
|--|-----------|
| 1. ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE | 4 |
| 2. ASPECTOS GERAIS | 7 |
| 3. RESULTADOS | 8 |
| 3.1 Índice geral..... | 8 |
| 3.2 Infraestrutura geral | 11 |
| 3.3 Acesso | 13 |
| 3.4 Serviços e equipamentos turísticos | 16 |
| 3.5 Atrativos turísticos | 18 |
| 3.6 Marketing e promoção do destino..... | 21 |
| 3.7 Políticas públicas..... | 24 |
| 3.8 Cooperação regional | 26 |
| 3.9 Monitoramento..... | 29 |
| 3.10 Economia local | 31 |
| 3.11 Capacidade empresarial..... | 33 |
| 3.12 Aspectos sociais..... | 36 |
| 3.13 Aspectos ambientais | 38 |
| 3.14 Aspectos culturais | 41 |
| 4. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE | 44 |

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 cidades não capitais. Estes dados poderão ser comparados aos resultados obtidos nos anos anteriores, o que permitirá observar a evolução dos índices, graças à série histórica que vem sendo construída.

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

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

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

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

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

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

2. ASPECTOS GERAIS

Foz do Iguaçu é um município localizado no estado do Paraná, na região Sul do país. Está distante 637 km da capital Curitiba. Com uma população de 256.088 habitantes e 617,702 km² de extensão territorial, o município possui um PIB de R\$ 6.010.670.541,00 e PIB *per capita* de R\$ 18.831,07, segundo dados do IBGE (2010).

O destino faz parte da região turística Cataratas do Iguaçu e Caminhos ao Lago de Itaipu, juntamente com municípios como Guairá, São Miguel do Iguaçu e Marechal Cândido Rondon. Os principais segmentos turísticos nos quais Foz do Iguaçu é comercializado são Ecoturismo, Turismo de Negócios e Eventos e Turismo Cultural.

Os principais atrativos de Foz do Iguaçu, conforme constatado durante a pesquisa de campo, são as Cataratas do Iguaçu, o Parque Nacional do Iguaçu, o Lago de Itaipu e a Hidrelétrica Binacional de Itaipu, além dos eventos programados como o Festival de Turismo das Cataratas do Iguaçu e o Cultivando Água Boa.

Foz do Iguaçu conta com uma oferta de serviços e equipamentos com 161 meios de hospedagem (RAIS), 374 estabelecimentos de alimentação (RAIS) e 639 guias de turismo (CADASTUR).

3. RESULTADOS

A pesquisa em Foz do Iguaçu foi realizada entre os dias 01 e 05 de agosto de 2011, quando foram entrevistados diversos representantes dos setores público, privado, associações de classe, dentre outros, para coletar os dados que compõem o índice de competitividade do destino.

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

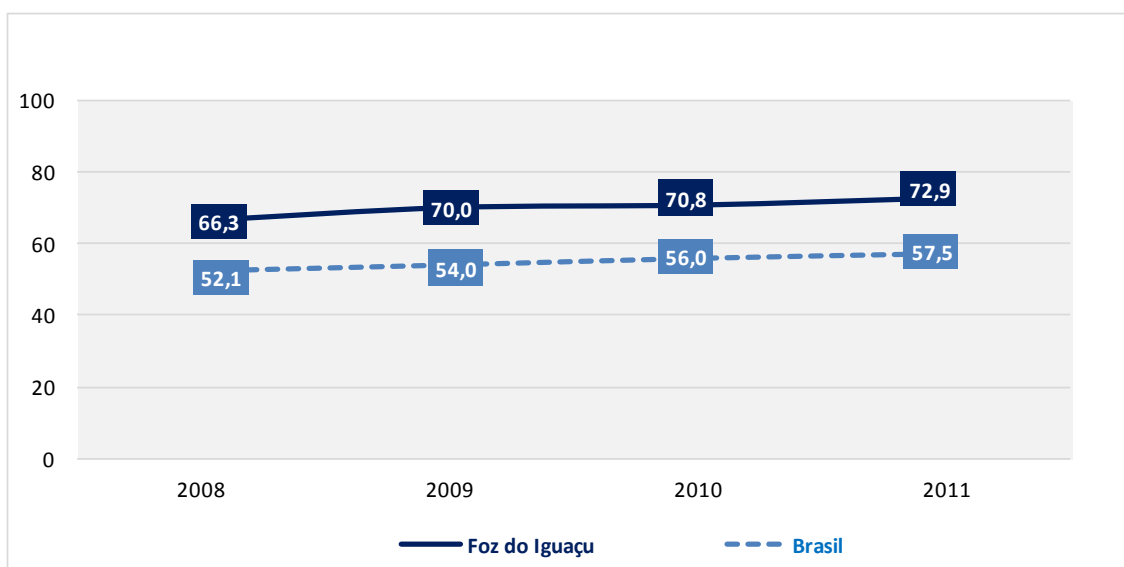
Além dos índices alcançados pelo destino em cada dimensão, serão destacados os principais fatores que contribuíram para tais resultados.

3.1 Índice geral

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

O índice geral do destino em 2011 foi 72,9 pontos (escala de 0 a 100). Este resultado ficou acima do índice obtido em 2010 (70,8), como é possível conferir no gráfico 1:

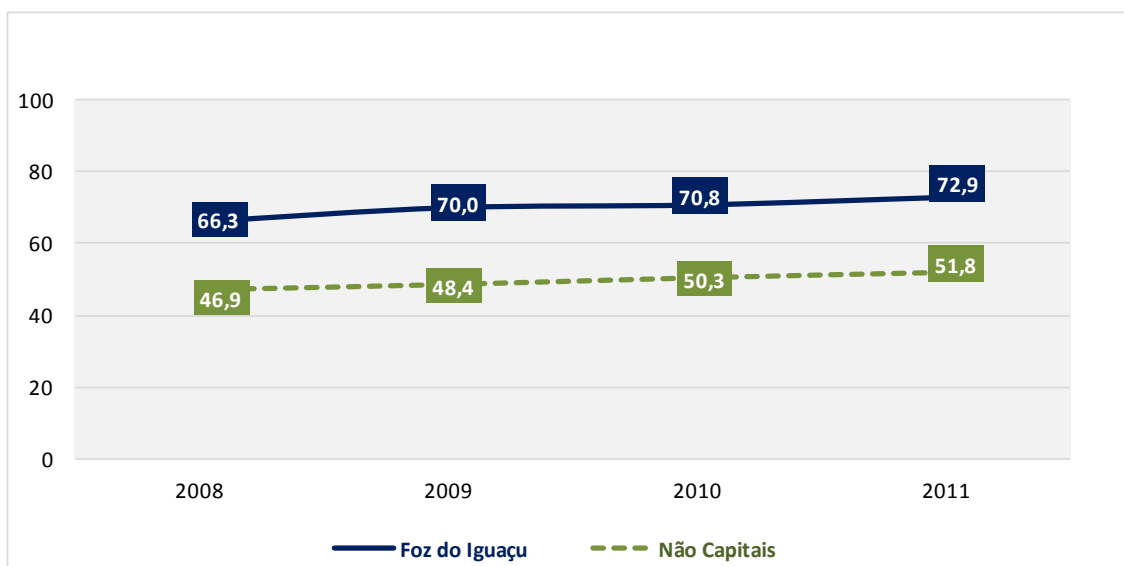
Gráfico 1. Índices gerais de competitividade – destino x Brasil: 2008-2011



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 4.

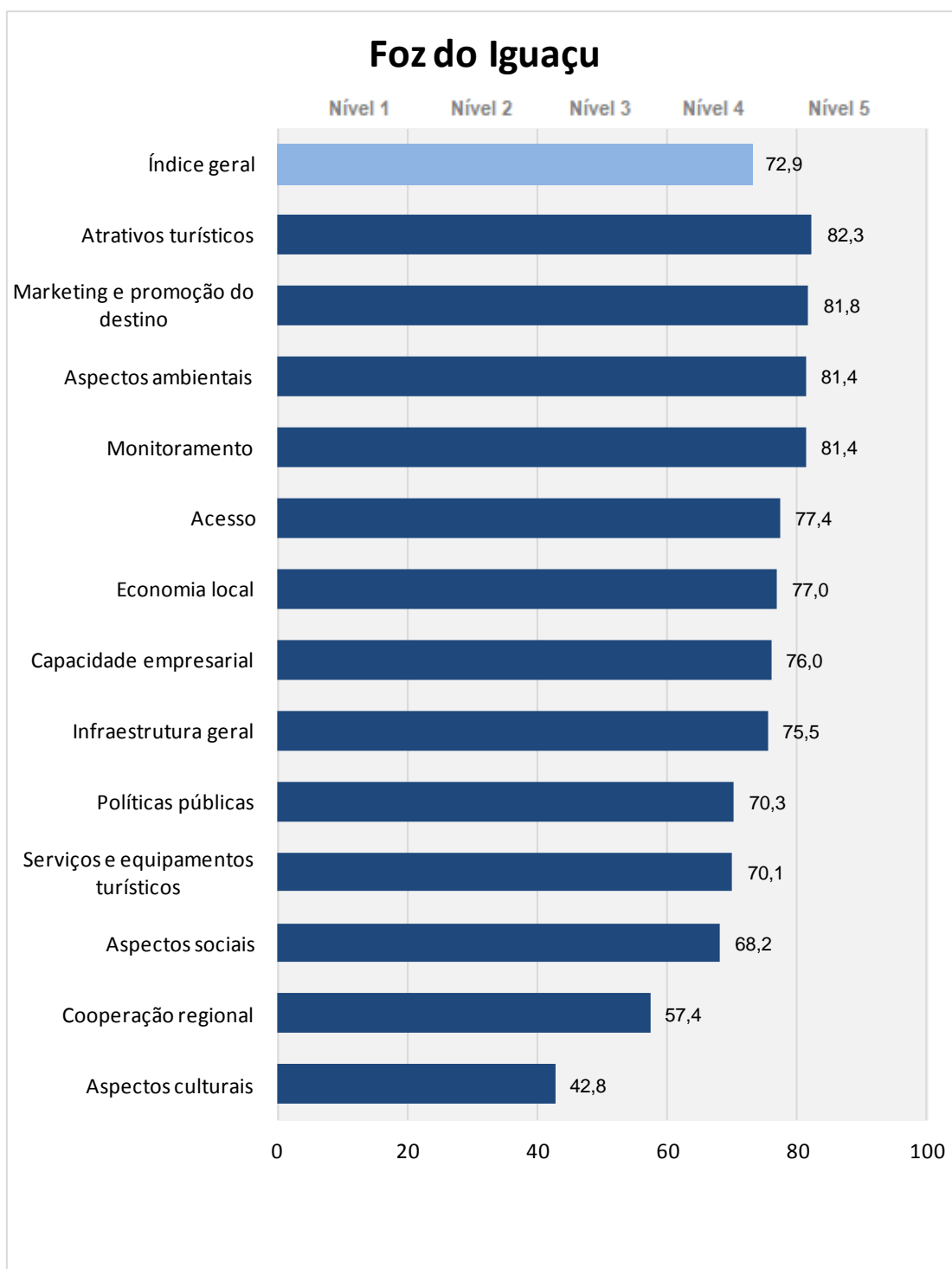
Podemos analisar o desempenho do destino juntamente com as linhas que apontam os resultados da média Brasil (gráfico 1) e das não capitais (gráfico 2), que demonstram que o índice do destino segue a tendência nacional de evolução gradual. Considerando os resultados obtidos por todas as 65 cidades avaliadas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

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



Os resultados apresentados a seguir apontam que, das 13 dimensões avaliadas, 07 dimensões alcançaram o nível 4 de competitividade (61 a 80), como é possível observar no gráfico 3. Por sua vez, as dimensões *Cooperação regional* e *Aspectos culturais* registraram índices referentes ao nível 3 (41 a 60), o menor nível registrado pelo destino.

Gráfico 3. Índices por dimensão em ordem decrescente de desempenho

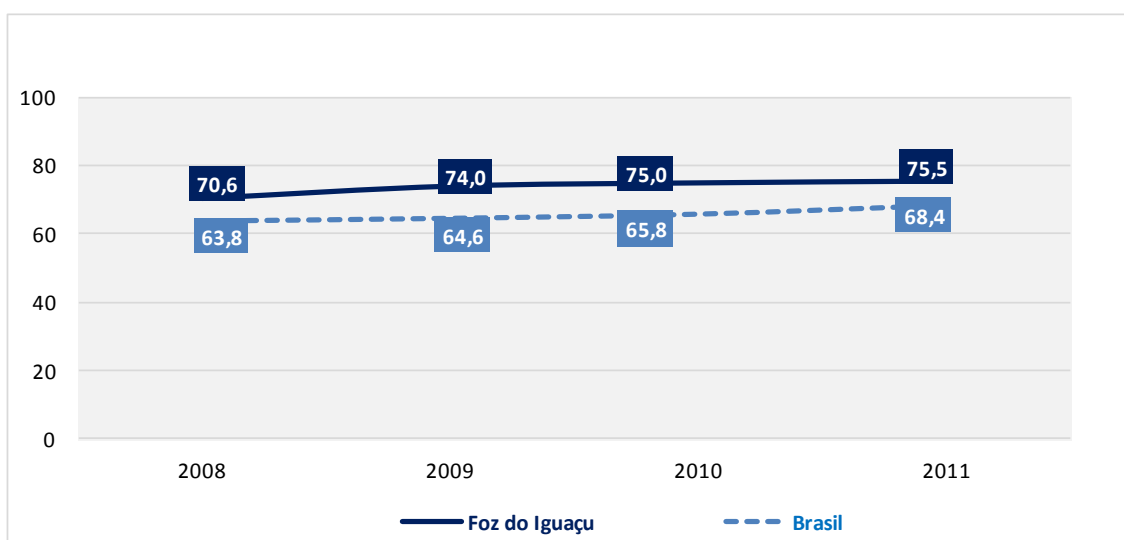


3.2 Infraestrutura geral

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.

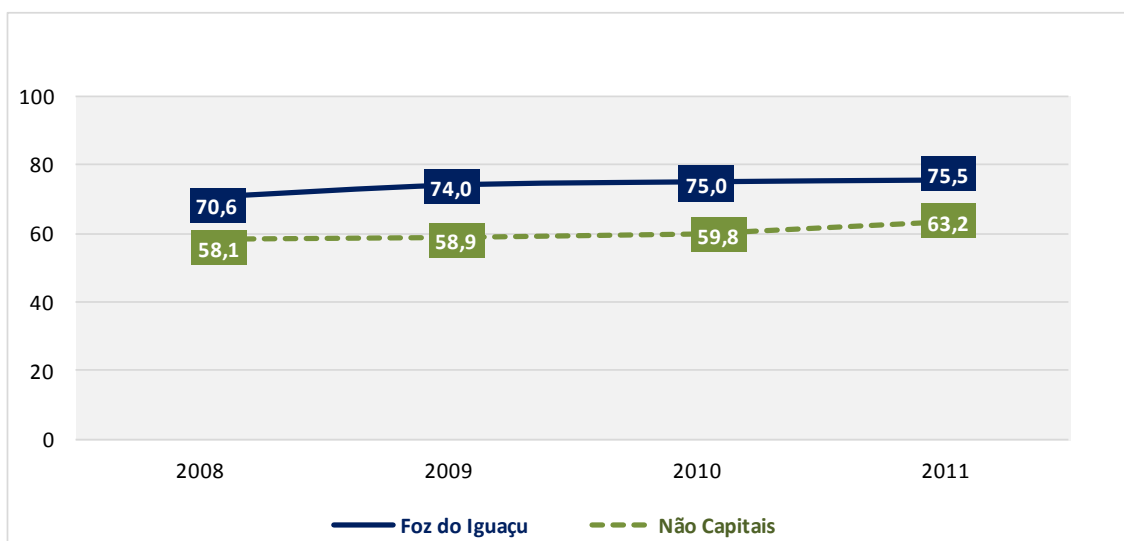
Em *Infraestrutura geral*, a média Brasil em 2011 foi 68,4. Foz do Iguaçu registrou 75,5 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



O indicador de Foz do Iguaçu 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;
- Serviço de resgate emergencial (ambulância simples e UTI - SAMU);
- Fornecimento ininterrupto de energia elétrica no período de alta temporada;
- Existência de delegacia especializada no atendimento e proteção ao turista na Polícia Civil;
- 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;
- Presença de órgão responsável pela conservação urbana;
- Oferta de lixeiras e telefones públicos no entorno das áreas turísticas;
- Adoção de quesitos de embelezamento nas áreas públicas – praças, jardins, iluminação cenográfica de alguns atrativos e fiação subterrânea;
- Estado de conservação do mobiliário urbano nas áreas turísticas;
- Disponibilidade, nas áreas turísticas, de espaços específicos para o estacionamento ou a parada (embarque e desembarque) de veículos turísticos.

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;
- Carência de banheiros nas áreas turísticas e entorno;
- O destino não aplica programas para a conservação de mobiliário urbano ou de áreas verdes.

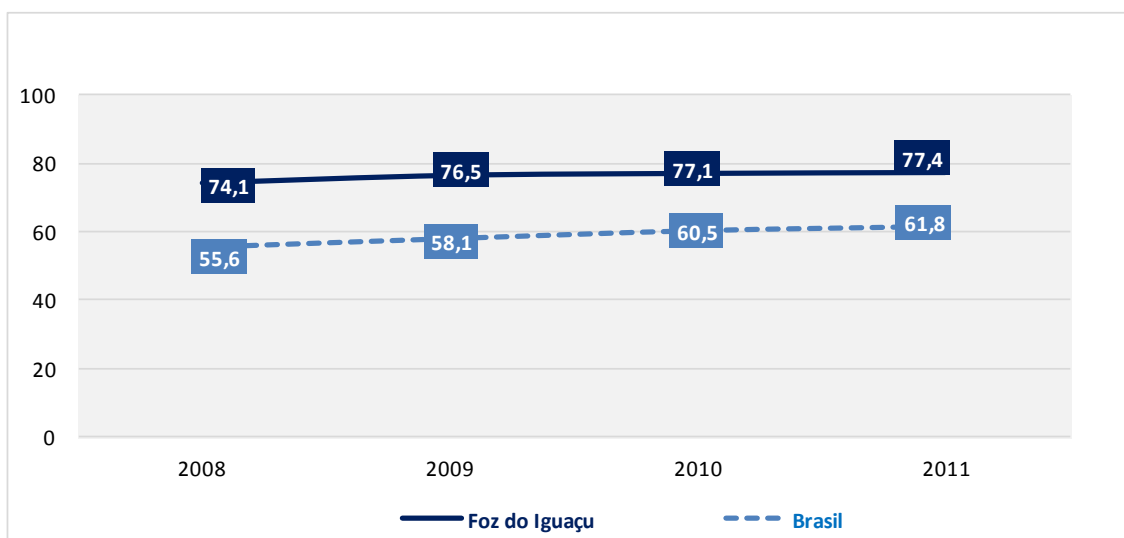
Além destes fatores, foram considerados na composição do índice números de saúde, como a expectativa de vida da população, número de estabelecimentos com atendimento de urgência, número de postos ambulatoriais de atendimento, número de profissionais de saúde e número de leitos.

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.

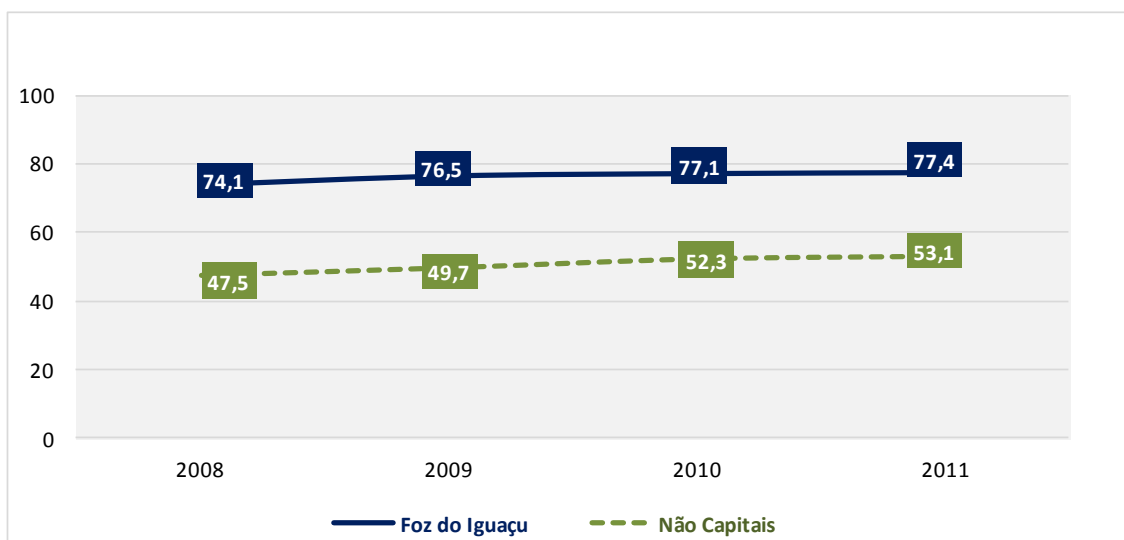
Em *Acesso*, a média Brasil em 2011 foi 61,8. Foz do Iguaçu registrou 77,4 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Disponibilidade de um aeroporto dentro do território municipal – Aeroporto Internacional de Foz do Iguaçu – Cataratas;
- Estrutura do terminal aeroportuário do destino, que conta com serviços bancários, lojas, locadoras de veículos, serviço de câmbio, centro de atendimento ao turista, etc.;
- Variedade de opções de transporte público ou concessões para atender àqueles que desembarcam no terminal aéreo que atende ao destino – ônibus convencional, táxi convencional e táxi especial, conforme foi possível constatar durante a visita técnica ao município, realizada em agosto de 2011;
- As boas condições da principal rodovia de acesso de fluxo turístico ao destino – BR-277;
- Estrutura do terminal rodoviário que atende ao destino com oferta de equipamentos e serviços: centro de atendimento ao turista, serviços bancários, lojas, além de conforto e limpeza para os usuários;
- Oferta de transportes para o deslocamento dos que embarcam e desembarcam na rodoviária – ônibus convencional, ônibus executivo com ar-condicionado e táxi convencional;
- Não são comuns congestionamentos durante a alta temporada;
- Disponibilidade de vagas públicas para estacionamento nas áreas turísticas;
- 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 emissores de turistas nacionais.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Inexistência de uma linha regular de transporte turístico (ônibus ou similar) que interliga os principais atrativos do destino;
- Os veículos urbanos de transporte público que atendem às principais atrações turísticas não são dotados de tecnologia sustentável e nem de condicionadores de ar ou aquecedores;

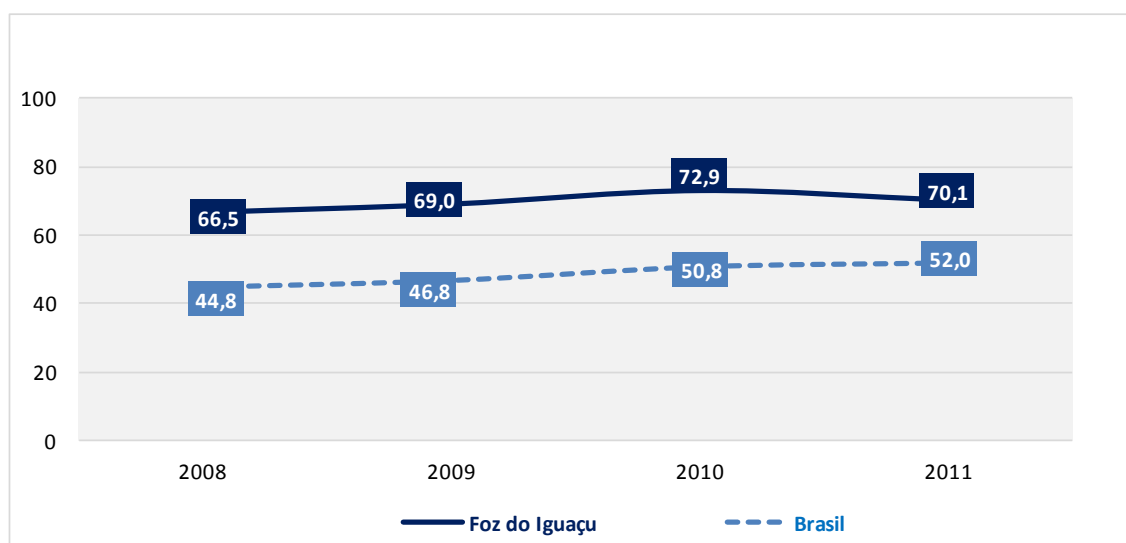
- Oferta incipiente de ligações aéreas diretas entre o aeroporto que atende o destino e seus principais centros emissores de turistas internacionais.

3.4 Serviços e equipamentos turísticos

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

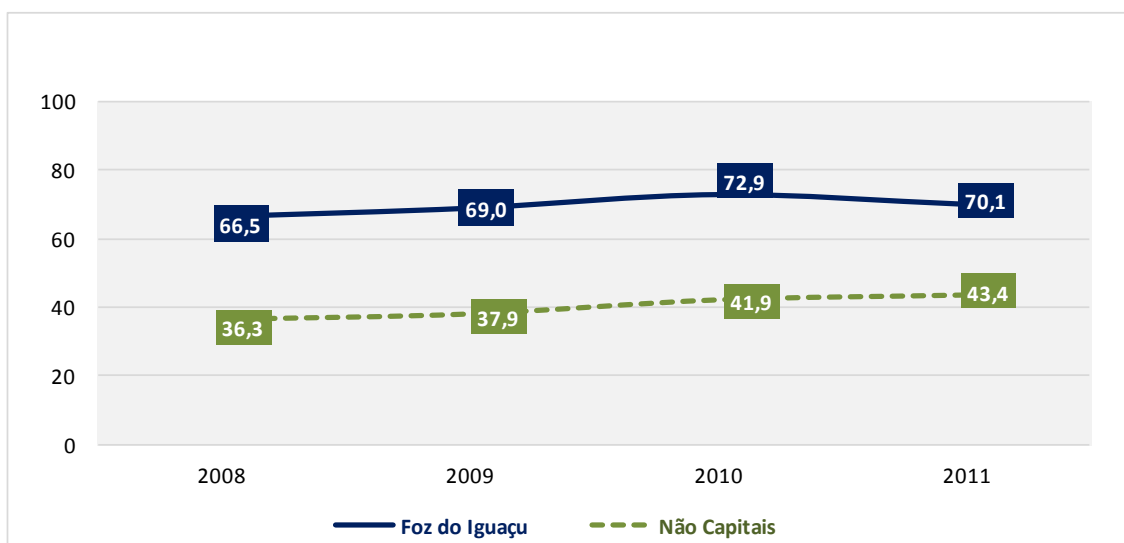
Em *Serviços e equipamentos turísticos*, a média Brasil em 2011 foi 52,0. Foz do Iguaçu registrou 70,1 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



O indicador de Foz do Iguaçu foi influenciado de forma positiva por diversos fatores, entre os quais:

- Oferta de sinalização turística viária nos padrões internacionais recomendados;
- Estado de conservação da sinalização turística viária, com informações disponíveis em idioma estrangeiro;
- Existência de sinalização turística descritiva ou interpretativa em alguns atrativos, disponível em idioma estrangeiro;
- Existência de centros de atendimento ao turista no destino, com flexibilidade de horários e funcionamento durante todo o ano;
- Oferta de estrutura e a diversidade de serviços nos centros de atendimento ao turista;
- Existência de um centro de convenções no destino – o equipamento considerado foi Centro de Convenções de Foz do Iguaçu – CECONFI;
- Estrutura disponível no centro de convenções, bem como sua capacidade e localização em relação às áreas turísticas;
- Oferta de transporte público para o principal centro de convenções indicado;
- Existência de mais de um centro de convenções que atende ao destino – *Rafain Convention Center*;
- Oferta de outros espaços para a realização de eventos;

- Existência de uma organização representativa dos meios de hospedagem, que discute e defende os interesses dos empreendimentos do destino;
- Cumprimento de quesitos de acessibilidade na maioria dos meios de hospedagem;
- 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 capacitação nas áreas relacionadas ao turismo, como gastronomia e hotelaria;
- 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:

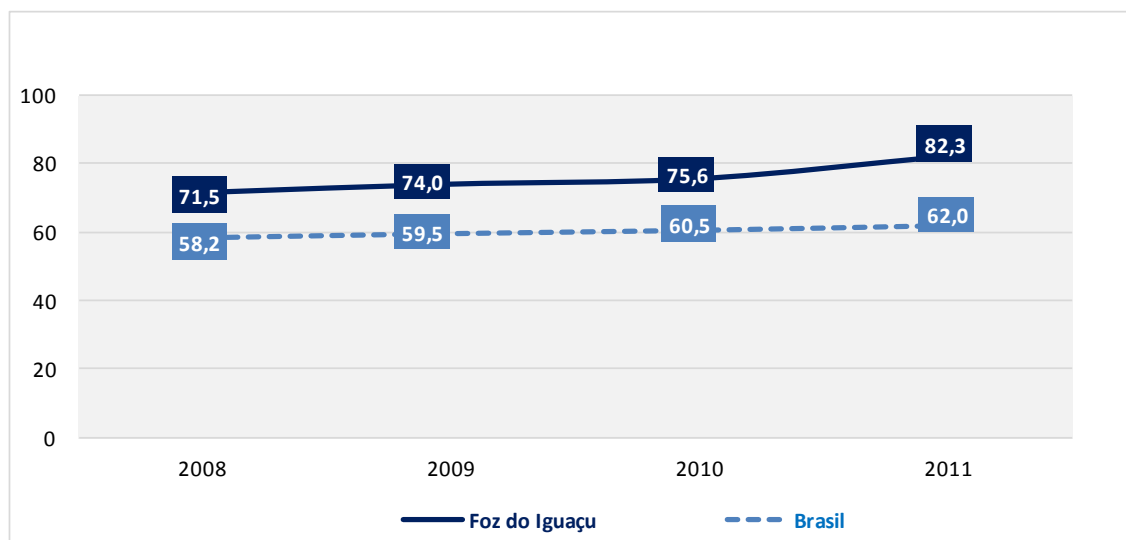
- Ausência de incentivo formal ao uso de tecnologias que priorizem a questão ambiental em estabelecimentos de hospedagem;
- Os meios de hospedagem não adotam programas para certificação em sustentabilidade ou eficiência energética;
- A maioria dos empreendimentos de alimentação não adota quesitos de acessibilidade;
- Os estabelecimentos de alimentação presentes no destino, em sua maioria, não priorizam a questão ambiental, como por exemplo, a reciclagem e reutilização dos resíduos, nem adotam fontes de energia renovável.

3.5 Atrativos turísticos

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

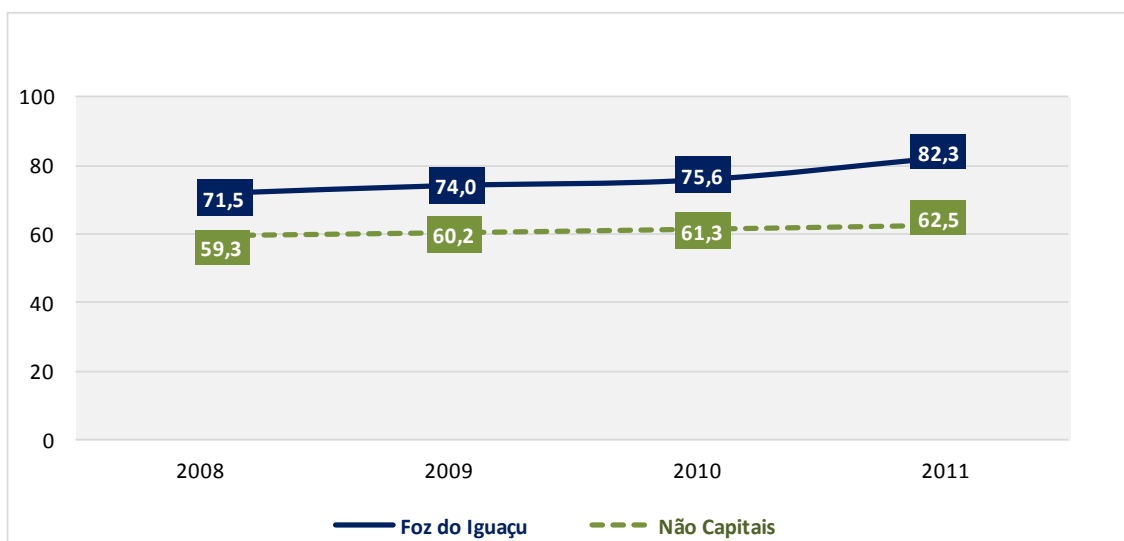
Em *Atrativos turísticos*, a média Brasil em 2011 foi 62,0. Foz do Iguaçu registrou 82,3 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



O indicador de Foz do Iguaçu 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 – Cataratas do Iguaçu –, conforme pôde ser observado em visita técnica realizada entre os dias 01 e 05 de agosto de 2011;
- Manutenção da estrutura disponível no local do principal atrativo natural;
- São adotados alguns quesitos de acessibilidade no principal atrativo natural – em especial para pessoas com deficiência física ou mobilidade reduzida;
- O destino conta com atrativos culturais para os quais há fluxo turístico, tendo sido o principal indicado o Ecomuseu de Foz do Iguaçu;
- A estrutura de apoio aos visitantes no principal atrativo cultural indicado e a preservação urbanística no entorno do mesmo;
- São adotados quesitos de acessibilidade no principal atrativo cultural – em especial para pessoas com deficiência física ou mobilidade reduzida;
- Há monitoramento do limite de capacidade de carga/controla de visitantes no principal atrativo cultural; porém, o Ecomuseu está em reforma;
- Existência de eventos programados que atraem turistas;
- Estrutura disponível no local em que acontece o principal evento programado indicado – Festival de Turismo das Cataratas do Iguaçu –, além da conservação urbanística e ambiental do entorno deste local – *Rafain*

Convention Center – e pela adoção de alguns quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência no local em que acontece o evento;

- 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 – Hidrelétrica Itaipu Binacional –, há monitoramento da capacidade de carga ou suporte e que são adotados quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência física e mobilidade reduzida.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

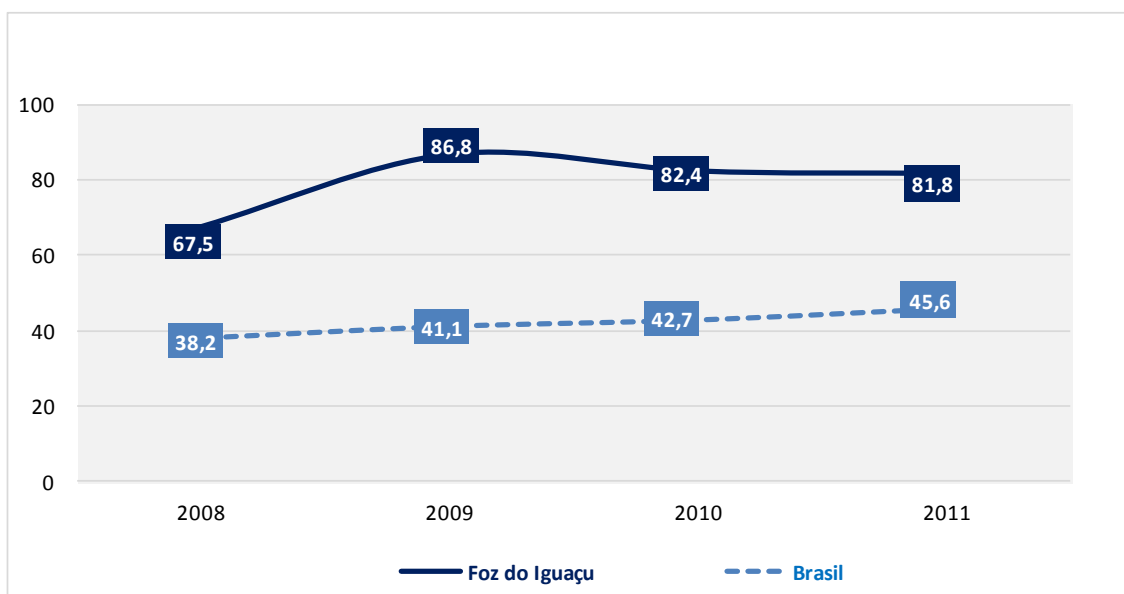
- Carência de recursos que viabilizem o acesso ou circulação de pessoas com deficiência visual e auditiva no principal atrativo natural;
- Não há condições de acessibilidade para pessoas com deficiência auditiva e visual no Ecomuseu de Foz do Iguaçu (em adaptação);
- A carência de um estudo de capacidade de carga aplicado ao principal evento programado indicado;
- A falta de recursos que confirmem acessibilidade para pessoas com deficiência auditiva e visual no local em que acontece a principal realização técnica e científica – Usina de Itaipu Binacional.

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*).

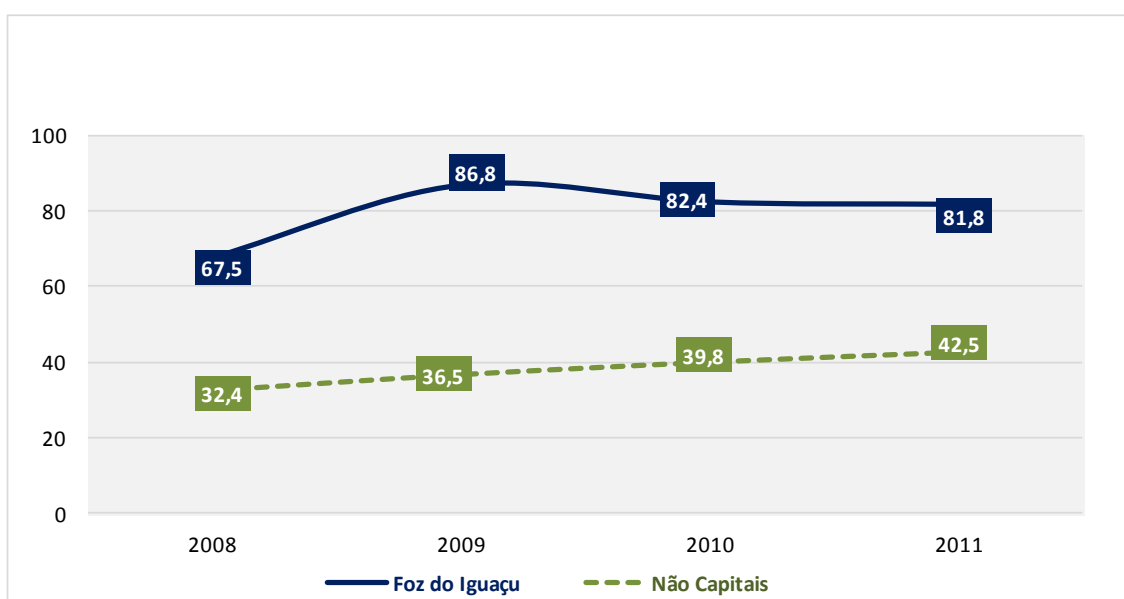
Em *Marketing e promoção do destino*, a média Brasil em 2011 foi 45,6. Foz do Iguaçu registrou 81,8 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Existência de um plano de marketing formal, com metas e responsabilidades definidas, elaborado com a colaboração de diversos atores, fundamentado em pesquisa sobre a demanda turística, que contempla a relação com agências e operadoras;
- Diversas ações previstas no plano de marketing foram executadas;
- O destino participou de eventos regionais, estaduais, nacionais e internacionais nos últimos dois anos;
- Há participação contínua em feiras e eventos não voltados ao setor de turismo, de forma a ampliar a promoção do destino no mercado especializado nacional;
- Os resultados dos eventos dos quais o destino participa são avaliados por meio de contagem de visitantes recebidos no estande e contagem de relacionamentos estabelecidos. Esta prática ocorre em eventos de turismo e em eventos de outros setores não diretamente ligados ao turismo que o município participa;
- O destino turístico produziu, nos últimos anos, eventos próprios para se promover fora de seu território;
- Existe material promocional institucional disponível em idiomas estrangeiros (inglês e espanhol);
- É produzido material promocional que apresenta a estrutura disponível para eventos (*bidding book Iguassu Convention*);
- 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*;
- Foz do Iguaçu 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 de turismo sobre o destino na internet – acessível pelo endereço www.fozdoiguacudestinodomundo.com.br – traz informações em idiomas estrangeiros (inglês e espanhol).

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

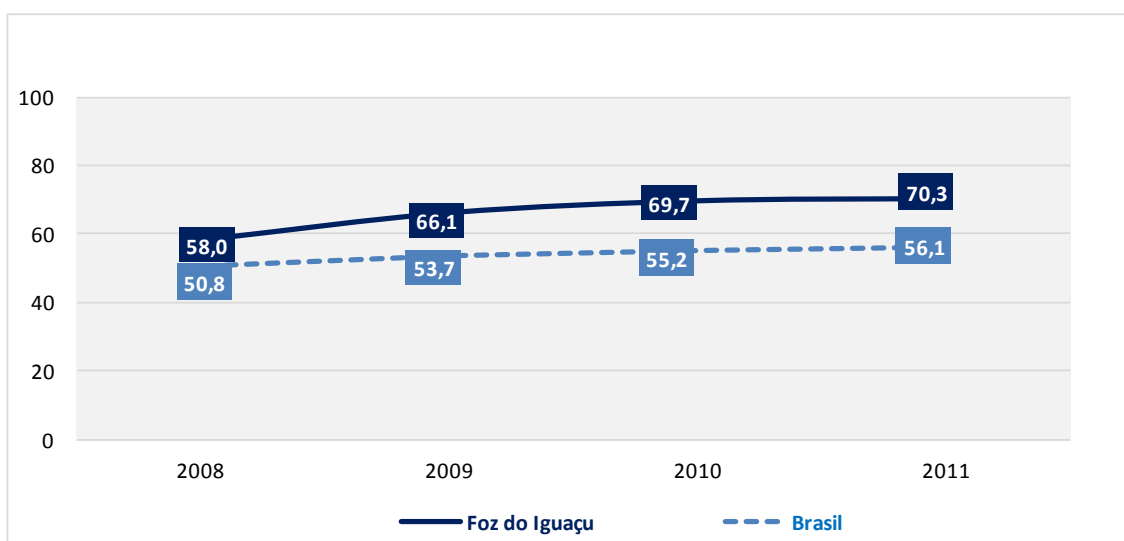
- O material promocional de Foz do Iguaçu não alerta o visitante sobre ações de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes, tampouco sobre a importância de preservar o meio ambiente;
- Carência de ações no ambiente virtual que deixem claro aos potenciais turistas a preocupação do destino 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.

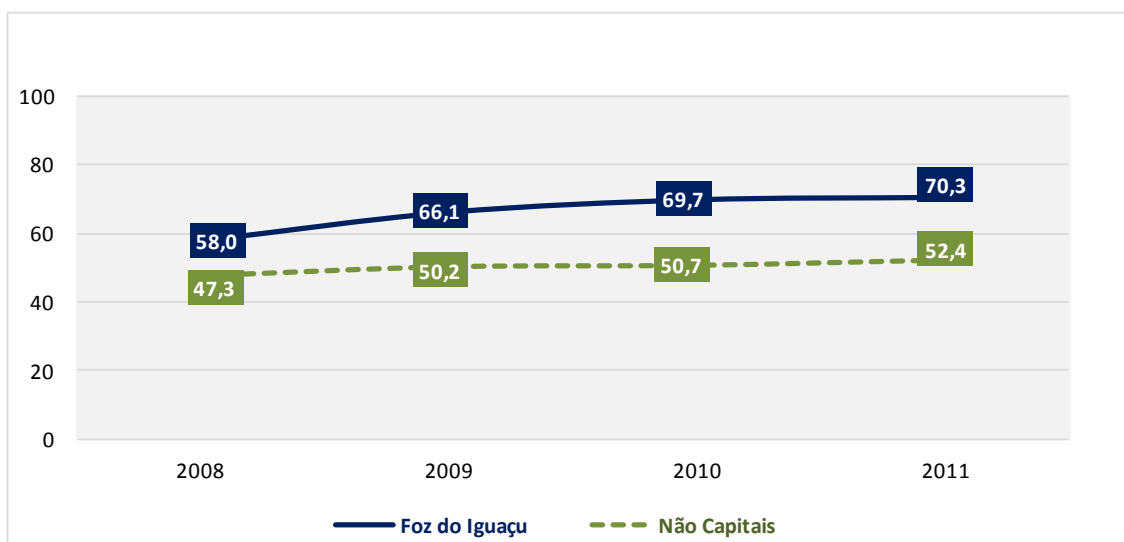
Em *Políticas públicas*, a média Brasil em 2011 foi 56,1. Foz do Iguaçu registrou 70,3 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Existência de uma secretaria municipal com a atribuição exclusiva de coordenar e incentivar o desenvolvimento do turismo;
- No ano anterior, a Secretaria de Turismo de Foz do Iguaçu desenvolveu projetos em conjunto com outras secretarias em atividades relacionadas ao turismo, entre eles, a captação de eventos esportivos e a candidatura a Copa Turismo Rural (Secretaria de Esportes);
- 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 Municipal de Turismo – dedicada ao acompanhamento da atividade turística e que mantém representação junto ao Fórum Estadual de Turismo;
- Além de atuar em cooperação com o Ministério do Turismo em programas ou convênios, o destino registrou investimentos diretos do governo federal no destino em projetos ligados ao turismo no ano anterior;

- O destino participou de programas de modernização administrativa e fiscal na gestão municipal nos últimos cinco anos – PMAT e PNAFM;
- Existe um Plano Diretor Municipal, revisado recentemente, que contempla o setor de turismo;
- O destino conta com planejamento formal para o setor de turismo – Planejamento Estratégico 2010/2012;
- 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.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

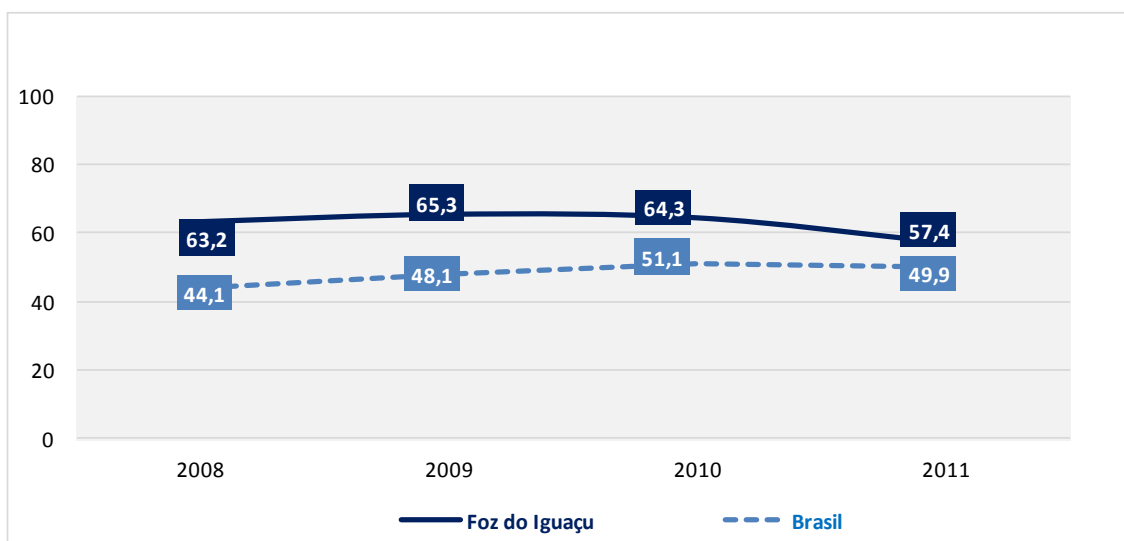
- O órgão gestor de turismo não dispõe de recurso próprio (extra-programático) para coordenar e incentivar o desenvolvimento do setor;
- Inexistência de fundo municipal de turismo ou de recursos para aplicação imediata em projetos turísticos;
- O destino não recebeu, no ano anterior, investimentos diretos do governo estadual em projetos que visam a competitividade do turismo.

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.

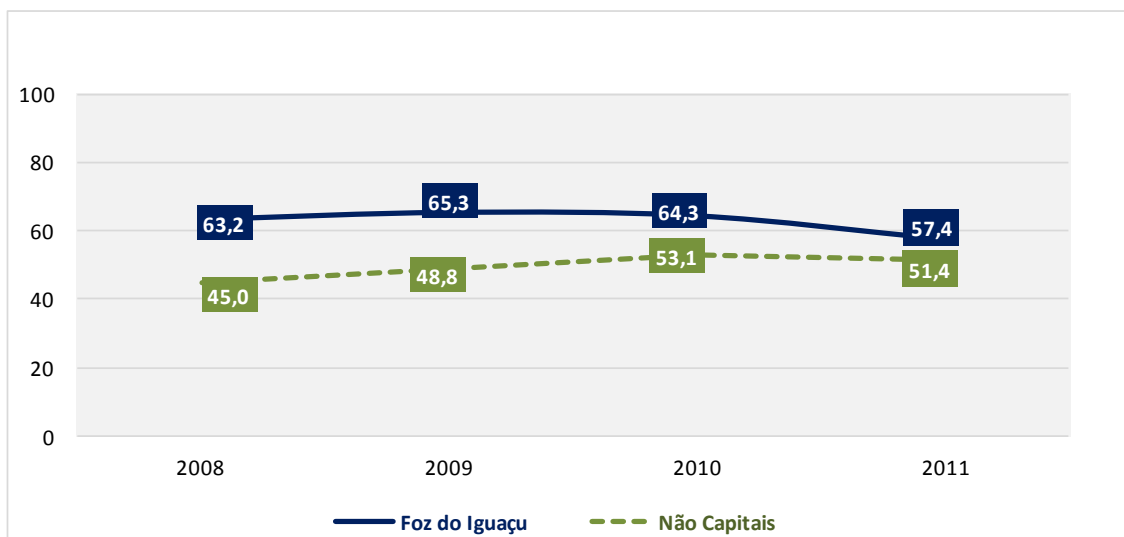
Em *Cooperação regional*, a média Brasil em 2011 foi 49,9. Foz do Iguaçu registrou 57,4 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- O destino faz parte de uma instância de governança regional – Fórum de Turismo Sustentável Cataratas e Caminhos – que conta com a participação ativa de diversos atores do segmento turístico da região e está seguindo os princípios do Programa de Regionalização do Ministério do Turismo;
- A instância regional dispõe de um gestor executivo com dedicação parcial à coordenação, realiza parcerias com os setores público e privado dos municípios que representa e mantém reuniões mensais para a condução de suas atividades;
- A instância está representada no Fórum Estadual de Turismo;
- 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;
- 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;
- Existência de uma página institucional da região turística na internet – acessível no endereço www.caminhositaipu.com.br.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- O fato de a instância de governança regional - Fórum de Turismo Sustentável Cataratas e Caminhos – não estar formalmente constituída para a condução de suas atividades;
- Não houve, no ano anterior, ações sistemáticas (seminários, oficinas, etc) para mobilizar atores do setor de turismo do destino para a importância da cooperação regional;
- O destino não compartilhou projetos de cooperação regional com outros destinos da mesma região;

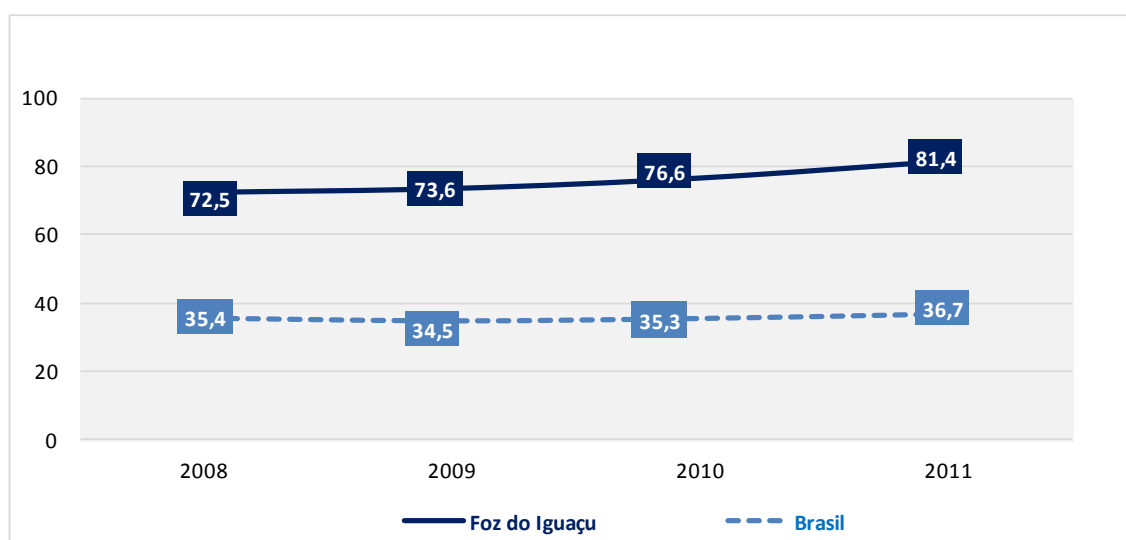
- Nos roteiros regionais dos quais o destino faz parte não são monitoradas questões de sustentabilidade, como a elaboração de Estudo de Impacto Ambiental (EIA), por exemplo;
- As ações promocionais para a região não levaram em conta a relação com agentes/operadores de turismo receptivo durante os eventos de turismo no ano anterior;
- O destino não produz ou apóia a confecção de material promocional do roteiro turístico do qual faz parte.

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.

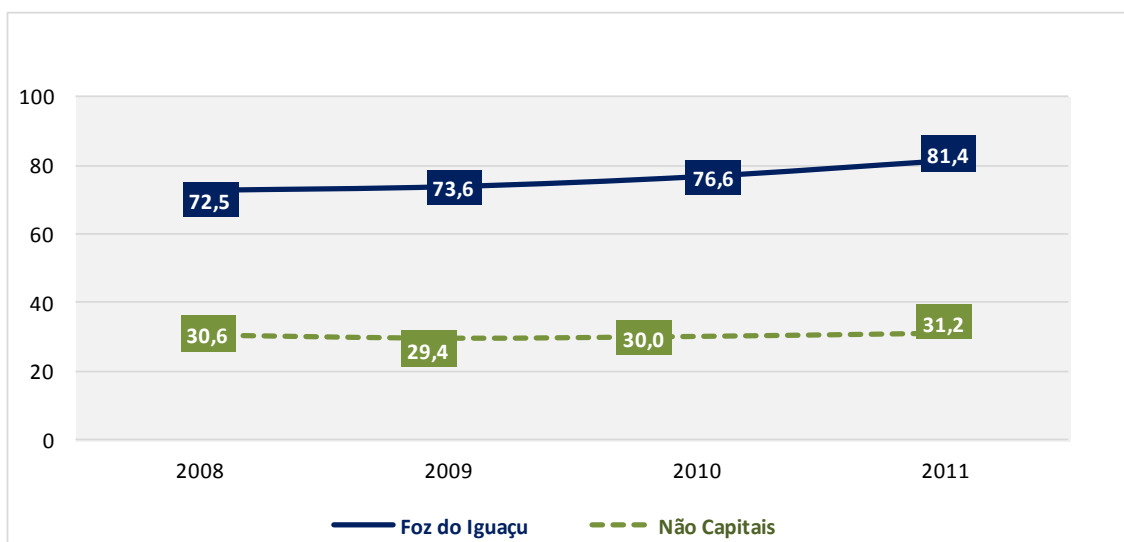
Em *Monitoramento*, a média Brasil em 2011 foi 36,7. Foz do Iguaçu registrou 81,4 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- É realizada pesquisa de demanda periódica – Parque Nacional do Iguaçu -, levantamento que gera dado relevante para o planejamento do turismo no destino;
- Existência de pesquisa de oferta – Inventário Geral da Oferta Turística – atualizada;
- Aproveitamento e divulgação dos dados coletados nas pesquisas de demanda e de oferta em relatórios gerenciais internos, na elaboração de planejamentos e políticas públicas, em ações de marketing, etc.;
- Disponibilidade de um conjunto técnico de estatísticas turísticas de Foz do Iguaçu;
- É realizado acompanhamento contínuo dos objetivos da política em turismo em nível estadual e em nível federal;
- Há monitoramento periódico dos impactos ambientais gerados pelo turismo no destino;

- A administração pública local possui um setor específico de estudos que realiza pesquisas em turismo – a Divisão de Planejamento e Estudos Turísticos;
- Existência de instituições que realizam pesquisas em turismo focadas no destino.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

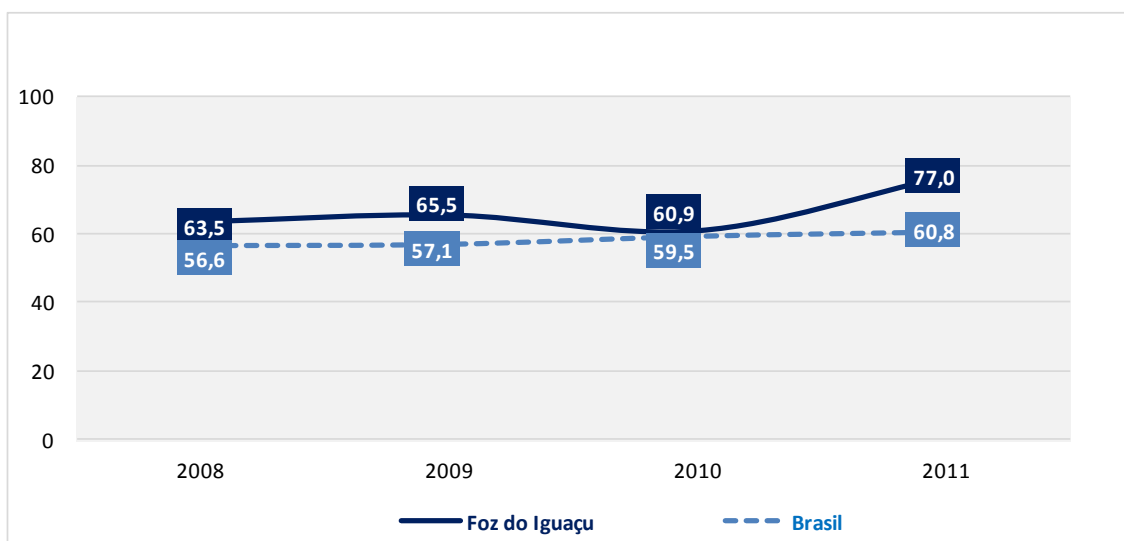
- A pesquisa de demanda realizada pela Secretaria de Estado do Turismo do Paraná, não foi efetivada em 2010 e 2011; levantamento que, quando realizado, gerava dados relevantes para a gestão, o planejamento e a divulgação de informações sobre o destino;
- Ausência de um sistema de indicadores de desempenho do setor do turismo;
- Não há a elaboração de relatórios de conjuntura turística dos segmentos relacionados ao turismo;
- Não há monitoramento dos impactos econômicos, sociais e culturais gerados pelo turismo.

3.10 Economia local

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

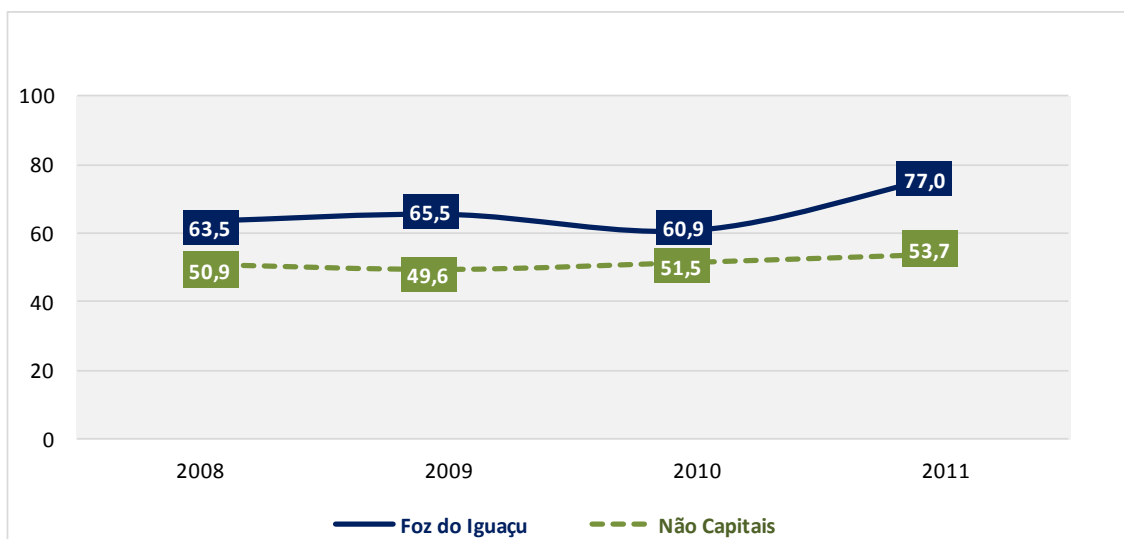
Em *Economia local*, a média Brasil em 2011 foi 60,8. Foz do Iguaçu registrou 77,0 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



O indicador de Foz do Iguaçu 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 a Casa do Empreendedor;
- Atuação de um *Convention & Visitors Bureau* exclusivo do destino – Iguassu *Convention & Visitors Bureau*.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

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

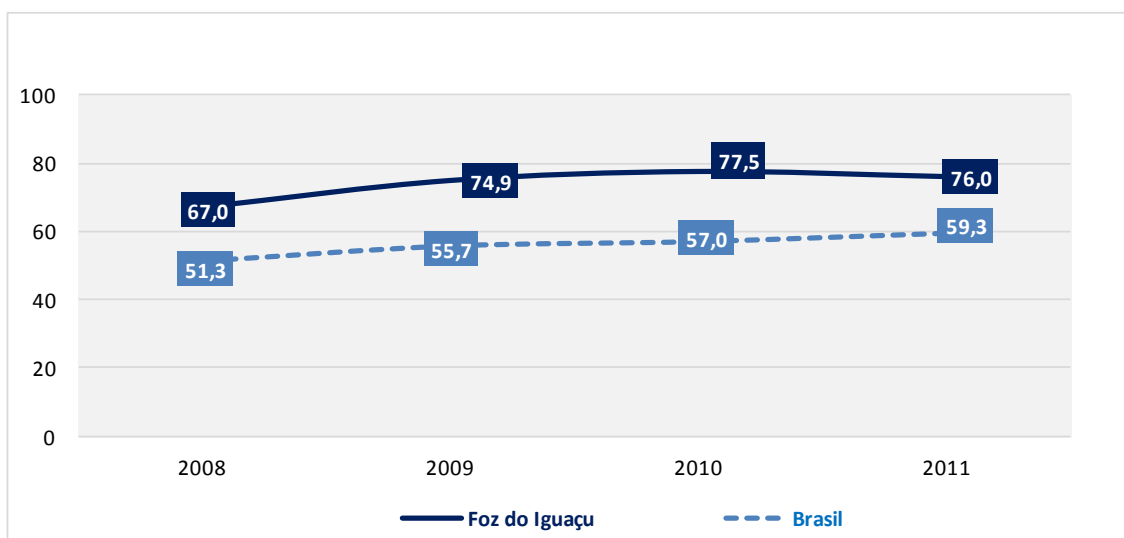
Além destes fatores, dados econômicos de fontes secundárias também foram observados, como o PIB, PIB *per capita* e volume de operações de crédito, por exemplo.

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.

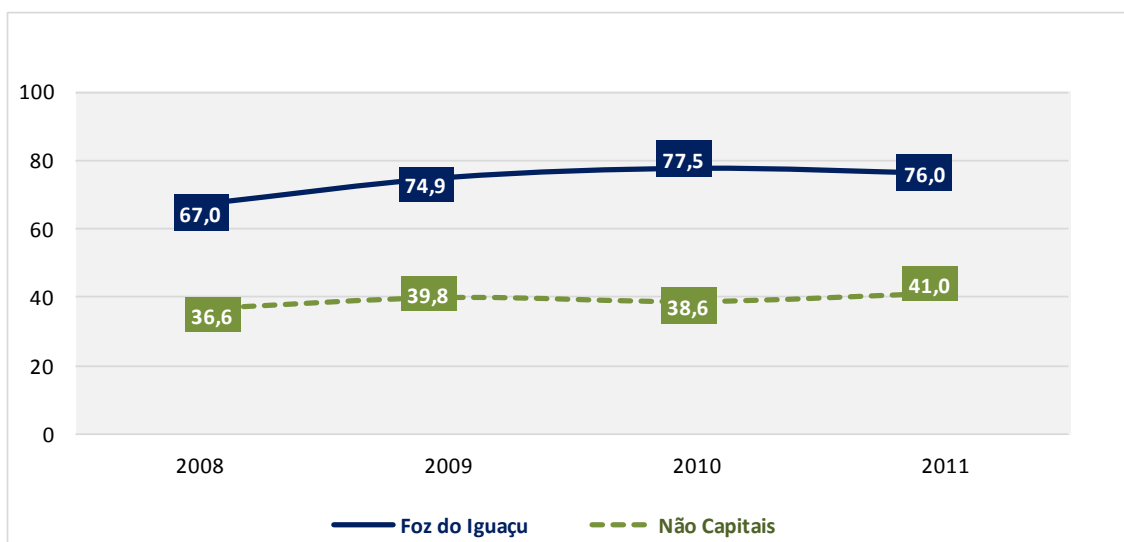
Em *Capacidade empresarial*, a média Brasil em 2011 foi 59,3. Foz do Iguaçu registrou 76,0 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Presença de instituições de ensino com programas regulares de formação técnica, de formação superior e de cursos livres e a oferta de escolas de formação em idiomas estrangeiros;
- Em entrevistas com o empresariado local, foi constatado que existe pessoal local qualificado para trabalhar em cargos operacionais, técnicos, administrativos e gerenciais em meios de hospedagem e em agências e operadoras de turismo, e que existe pessoal local qualificado em cargos administrativos e gerenciais para trabalhar em 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 o projeto que oferece cursos regulares para gestores de Turismo de Aventura e o Pró-Agência;
- Presença de empresa de grande porte com mais de mil funcionários.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

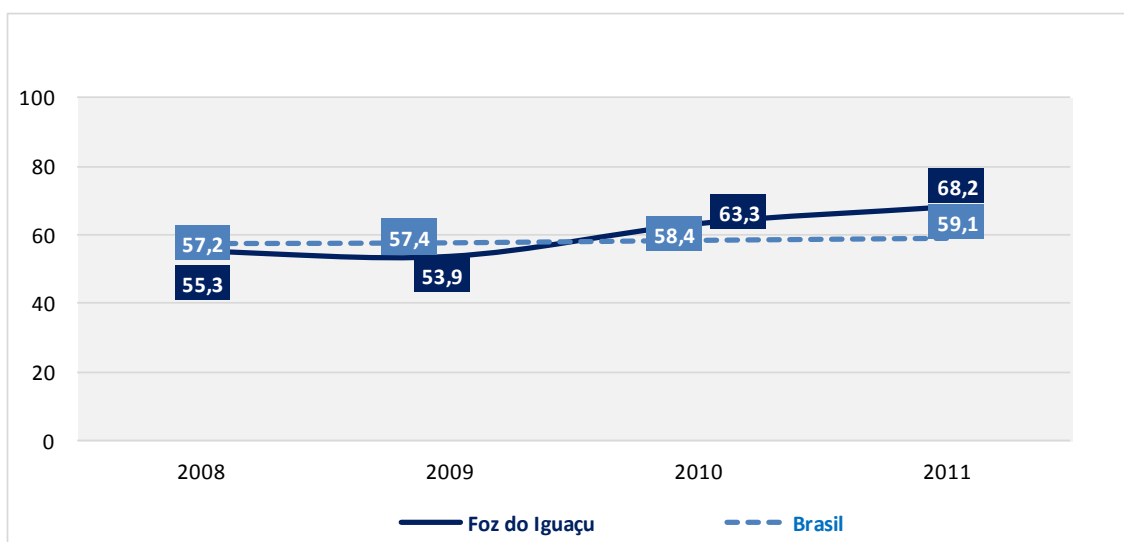
- Carência de pessoal local qualificado para trabalhar em cargos técnicos nos estabelecimentos de alimentos e bebidas;
- Não existem adensamentos de empreendimentos turísticos que fomentem o empreendedorismo, especialmente em formato de arranjos produtivos locais – APL;
- Foram sinalizadas barreiras à entrada de novos empreendimentos turísticos - entre elas falta de incentivos fiscais e falta de infraestrutura de acesso, especialmente em relação às condições do aeroporto;
- Ausência de empresas que produzam e exportam mercadorias de alto valor agregado ou perecíveis.

3.12 Aspectos sociais

O *Índice de Competitividade* analisou as seguintes variáveis referentes aos *Aspectos sociais*: (i) acesso à educação; (ii) empregos gerados pelo turismo; (iii) política de enfrentamento e prevenção à exploração sexual infanto-juvenil; (iv) uso de atrativos e equipamentos turísticos pela população; e (v) cidadania, sensibilização e participação na atividade turística.

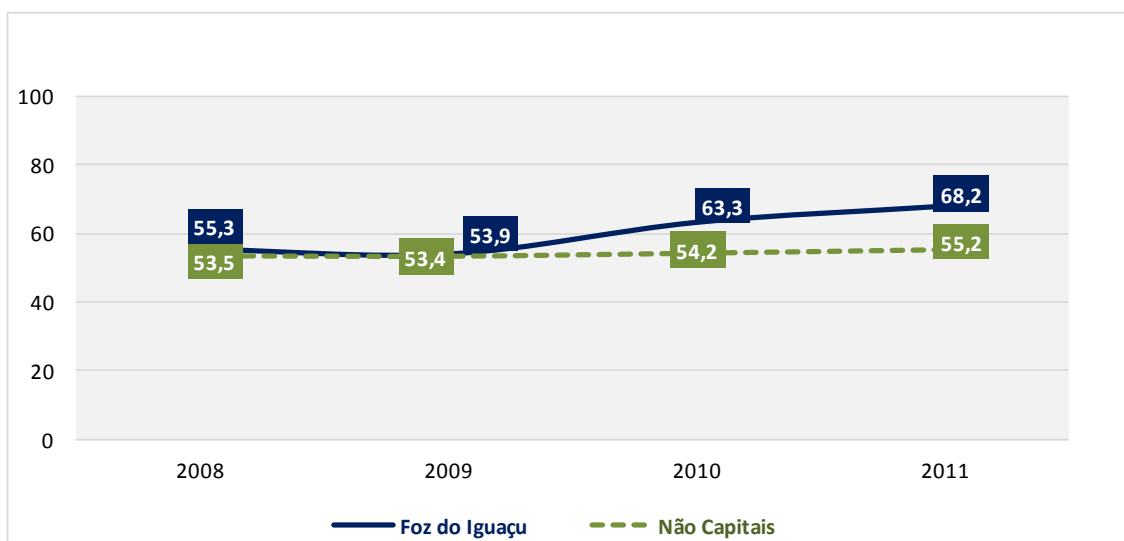
Em *Aspectos sociais*, a média Brasil em 2011 foi 59,1. Foz do Iguaçu registrou 68,2 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- São realizados investimentos em educação além do percentual obrigatório de 25%;
- Adoção de políticas de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes por parte do poder público municipal;
- São aplicados programas de incentivo ao uso dos equipamentos turísticos pela população local, ações contínuas realizadas por órgãos municipais e por parte da iniciativa privada como forma de alavancar a preservação dos espaços e a circulação de turistas;
- O município sensibiliza constantemente os cidadãos sobre a importância da atividade turística para o destino – realização de campanha nas escolas pela equipe pedagógica sobre os atrativos turísticos da cidade;
- A sociedade civil organizada se envolve, com evidente frequência no desenvolvimento do turismo no destino.

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;
- 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 existe participação efetiva da comunidade na elaboração do orçamento do destino – apenas a aprovação de orçamento previamente estabelecido;
- Não há sensibilização do turista sobre o respeito à comunidade local, à cultura e ao patrimônio;
- A população não é consultada sobre atividades ou projetos turísticos, seja por meio de conselhos, ou através de audiências públicas.

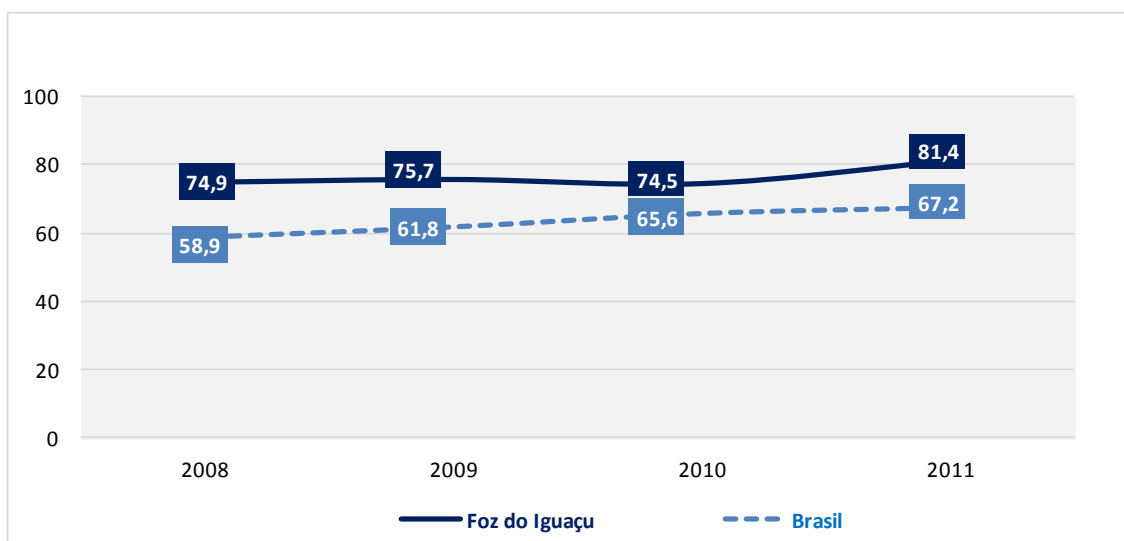
Além destes fatores, também foram considerados indicadores sociais do município, como percentual de habitantes com acesso ao ensino, Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB) e Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M), dentre outros.

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.

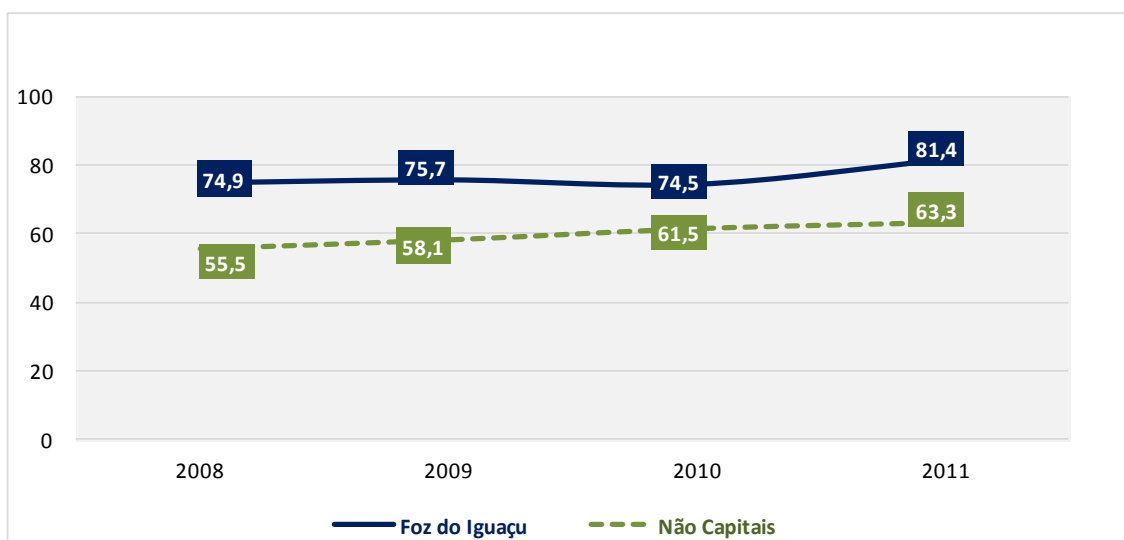
Em *Aspectos ambientais*, a média Brasil em 2011 foi 67,2. Foz do Iguaçu registrou 81,4 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Presença de Conselho Municipal do Meio Ambiente atuante;
- Existência de um Código Ambiental Municipal ou similar - contra o qual não há ação judicial pública;
- O município possui uma rede pública de distribuição e tratamento de água;
- São realizadas campanhas de educação periódicas para conscientizar a população em relação ao uso racional da água e à destinação do lixo;
- O destino é atendido por um sistema público de coleta de esgoto com configuração de separador;
- Destinação pública de resíduos sólidos residenciais e comerciais para aterro sanitário e tratamento de resíduos hospitalares;
- Disponibilidade de serviços de coleta seletiva residencial;
- Presença de Unidades de Conservação com atividade turística em território municipal – Parque Nacional do Iguaçu –, detentora de conselho gestor e onde há aplicação de plano de manejo.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Ausência de uma secretaria municipal com atribuição exclusiva de coordenar ou incentivar a preservação do meio ambiente – Secretaria de Obras e Meio Ambiente;
- A secretaria municipal com atribuição de coordenar ou incentivar a preservação do meio ambiente não possui recursos próprios e não desenvolveu parcerias, projetos ou atividades relacionadas ao turismo em conjunto com a Secretaria Municipal de Turismo no último ano;
- O município não conta com um Fundo Municipal para o meio ambiente;
- 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 usina hidrelétrica e retirada fluvial de areia;
- Não há estação de tratamento de água para reutilização que atenda ao destino;

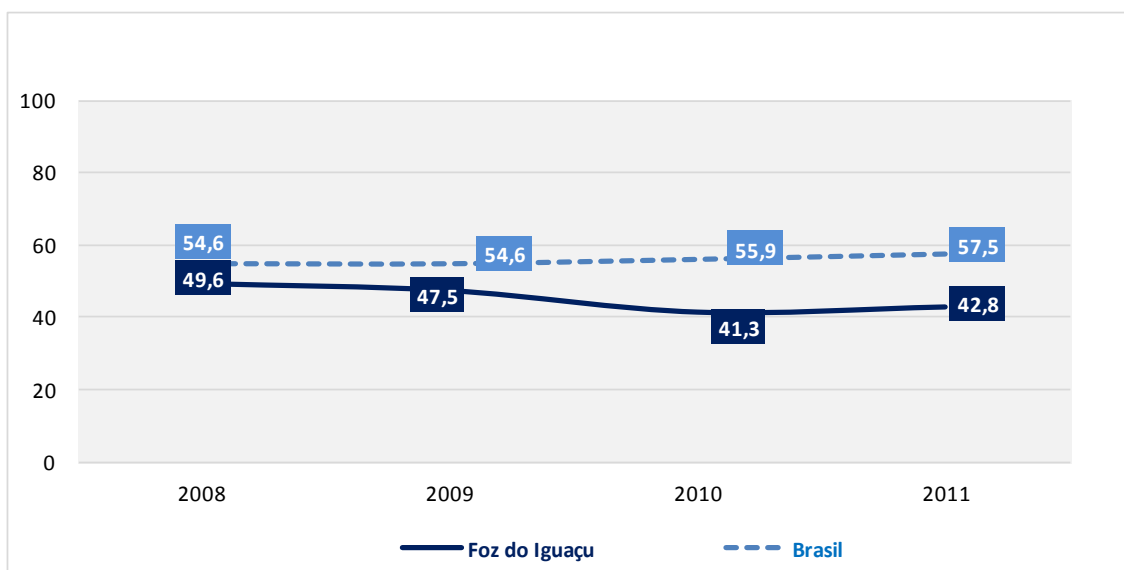
- Ausência de uma política de monitoramento da balneabilidade em ambientes naturais (como rios, lagos ou lagoas).

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.

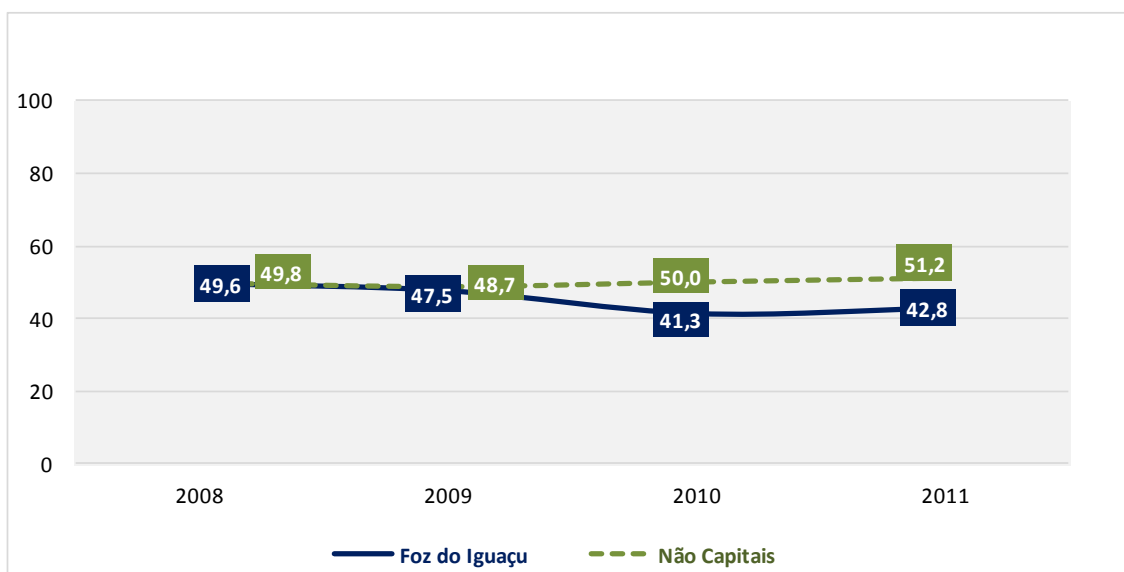
Em *Aspectos culturais*, a média Brasil em 2011 foi 57,5. Foz do Iguaçu registrou 42,8 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Presença de atividade artesanal típica – artesanatos em argila, madeira e ferro – comercializada em esfera nacional e internacional;
- O destino apresenta tradições culturais evidentes e típicas do seu território e da região onde está inserido, entre elas lendas de Naipi e Tarobá, o chimarrão, o tereré, além das tradições das culturas árabe, japonesa e chinesa;
- Existem manifestações religiosas no destino – Marcha para Jesus (evangélicos), Ramadan (árabe), Festa de São João – que atraem fluxo turístico;
- Existem comunidades tradicionais presentes no território municipal, como a comunidade árabe;
- Presença de grupos artísticos de manifestação popular tradicional – Centro de Tradições Gaúchas;
- Existência de bem reconhecido como Patrimônio da Humanidade pela UNESCO – Parque Nacional do Iguaçu;
- 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;
- Adesão ao Sistema Nacional de Cultura.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Ausência de patrimônios imateriais registrados e de patrimônios artísticos tombados que se constituam em atrativos turísticos;
- Inexistência de bens tombados como patrimônio histórico;
- Inexistência de uma política de preservação de bens culturais imateriais;
- Não existe fundo municipal de cultura;
- O destino não se beneficia ou aplica alguma política diferenciada de distribuição de recursos para o desenvolvimento de atividades que promovam a preservação de bens culturais;
- O destino não conta com projeto de implementação de turismo cultural;
- Não há monitoramento da utilização turística do patrimônio cultural aplicando controle de capacidade de suporte ou carga.

4. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE

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

Ao realizar uma análise sobre a série histórica dos resultados de Foz do Iguaçu, 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 *Atrativos turísticos, Monitoramento, Economia local, Aspectos sociais, Aspectos ambientais e Aspectos culturais*.

As dimensões *Infraestrutura geral, Acesso, Marketing e promoção do destino e Políticas públicas* registraram estabilidade de resultados em 2011 em relação a 2010.

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

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

| Dimensões | Brasil | | | | Não Capitais | | | | Foz do Iguaçu | | | |
|------------------------------------|--------|------|------|------|--------------|------|------|------|---------------|------|------|------|
| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
| Índice geral | 52,1 | 54,0 | 56,0 | 57,5 | 46,9 | 48,4 | 50,3 | 51,8 | 66,3 | 70,0 | 70,8 | 72,9 |
| Infraestrutura geral | 63,8 | 64,6 | 65,8 | 68,4 | 58,1 | 58,9 | 59,8 | 63,2 | 70,6 | 74,0 | 75,0 | 75,5 |
| Acesso | 55,6 | 58,1 | 60,5 | 61,8 | 47,5 | 49,7 | 52,3 | 53,1 | 74,1 | 76,5 | 77,1 | 77,4 |
| Serviços e equipamentos turísticos | 44,8 | 46,8 | 50,8 | 52,0 | 36,3 | 37,9 | 41,9 | 43,4 | 66,5 | 69,0 | 72,9 | 70,1 |
| Atrativos turísticos | 58,2 | 59,5 | 60,5 | 62,0 | 59,3 | 60,2 | 61,3 | 62,5 | 71,5 | 74,0 | 75,6 | 82,3 |
| Marketing e promoção do destino | 38,2 | 41,1 | 42,7 | 45,6 | 32,4 | 36,5 | 39,8 | 42,5 | 67,5 | 86,8 | 82,4 | 81,8 |
| Políticas públicas | 50,8 | 53,7 | 55,2 | 56,1 | 47,3 | 50,2 | 50,7 | 52,4 | 58,0 | 66,1 | 69,7 | 70,3 |
| Cooperação regional | 44,1 | 48,1 | 51,1 | 49,9 | 45,0 | 48,8 | 53,1 | 51,4 | 63,2 | 65,3 | 64,3 | 57,4 |
| Monitoramento | 35,4 | 34,5 | 35,3 | 36,7 | 30,6 | 29,4 | 30,0 | 31,2 | 72,5 | 73,6 | 76,6 | 81,4 |
| Economia local | 56,6 | 57,1 | 59,5 | 60,8 | 50,9 | 49,6 | 51,5 | 53,7 | 63,5 | 65,5 | 60,9 | 77,0 |
| Capacidade empresarial | 51,3 | 55,7 | 57,0 | 59,3 | 36,6 | 39,8 | 38,6 | 41,0 | 67,0 | 74,9 | 77,5 | 76,0 |
| Aspectos sociais | 57,2 | 57,4 | 58,4 | 59,1 | 53,5 | 53,4 | 54,2 | 55,2 | 55,3 | 53,9 | 63,3 | 68,2 |
| Aspectos ambientais | 58,9 | 61,8 | 65,6 | 67,2 | 55,5 | 58,1 | 61,5 | 63,3 | 74,9 | 75,7 | 74,5 | 81,4 |
| Aspectos culturais | 54,6 | 54,6 | 55,9 | 57,5 | 49,8 | 48,7 | 50,0 | 51,2 | 49,6 | 47,5 | 41,3 | 42,8 |

Fonte: FGV, MTur, Sebrae 2012

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