

ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE
DO TURISMO NACIONAL

65 DESTINOS INDUTORES
DO DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO REGIONAL

OURO PRETO

2011



APRESENTAÇÃO

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

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

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

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

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

Ministério do Turismo

Sebrae Nacional

Fundação Getulio Vargas



Ministério do
Turismo



SUMÁRIO

1. ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE	4
2. ASPECTOS GERAIS	7
3. RESULTADOS	8
3.1 Índice geral.....	8
3.2 Infraestrutura geral	11
3.3 Acesso	13
3.4 Serviços e equipamentos turísticos	15
3.5 Atrativos turísticos	18
3.6 Marketing e promoção do destino.....	20
3.7 Políticas públicas.....	23
3.8 Cooperação regional	25
3.9 Monitoramento.....	28
3.10 Economia local	30
3.11 Capacidade empresarial.....	32
3.12 Aspectos sociais.....	34
3.13 Aspectos ambientais	36
3.14 Aspectos culturais	38
4. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE	42

1. ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2. ASPECTOS GERAIS

Ouro Preto é um município localizado no estado de Minas Gerais, na região Sudeste do país. Está distante 96 km da capital, Belo Horizonte. Com uma população de 70.227 habitantes e 1.245,114km² de extensão territorial, o município possui um PIB de R\$ 2.556.887.537 e PIB *per capita* de R\$ 36.922,03, segundo dados do IBGE (2010).

O destino faz parte da região turística Circuito do Ouro, juntamente com municípios como Mariana e Congonhas. Os principais segmentos turísticos nos quais Ouro Preto é comercializado são o Turismo Cultural, o Ecoturismo e Turismo de Negócios e Eventos.

Os principais atrativos de Ouro Preto, conforme constatado durante a pesquisa de campo, são o Centro Histórico, considerado Patrimônio da Humanidade pela Unesco, o Museu da Inconfidência, a Igreja de São Francisco de Assis e o Parque do Itacolomi, além de eventos programados como o Carnaval de Ouro Preto, os festejos da Semana Santa e o Festival de Inverno.

Ouro Preto conta com uma oferta de serviços e equipamentos com 75 meios de hospedagem (RAIS), 127 estabelecimentos de alimentação (RAIS) e 30 guias de turismo (CADASTUR).

3. RESULTADOS

A pesquisa em Ouro Preto foi realizada entre os dias 15 e 19 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.

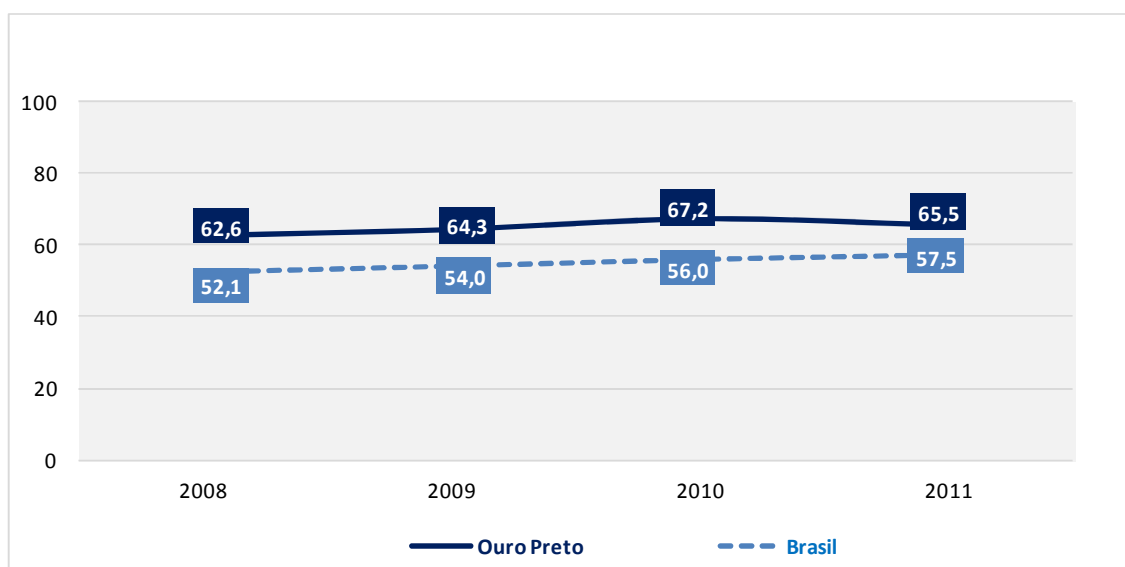
Além dos índices alcançados pelo destino em cada dimensão, serão destacados os principais fatores que contribuíram para tais resultados.

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 65,5 pontos (escala de 0 a 100). Este resultado ficou abaixo do índice obtido em 2010 (67,2), como é possível conferir no gráfico 1:

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



É possível observar no gráfico acima o comportamento dos indicadores do destino nos últimos quatro anos da pesquisa. Em 2011, constatou-se uma pequena diminuição do índice, o que fez com que o nível de competitividade do destino se mantivesse no nível 4.

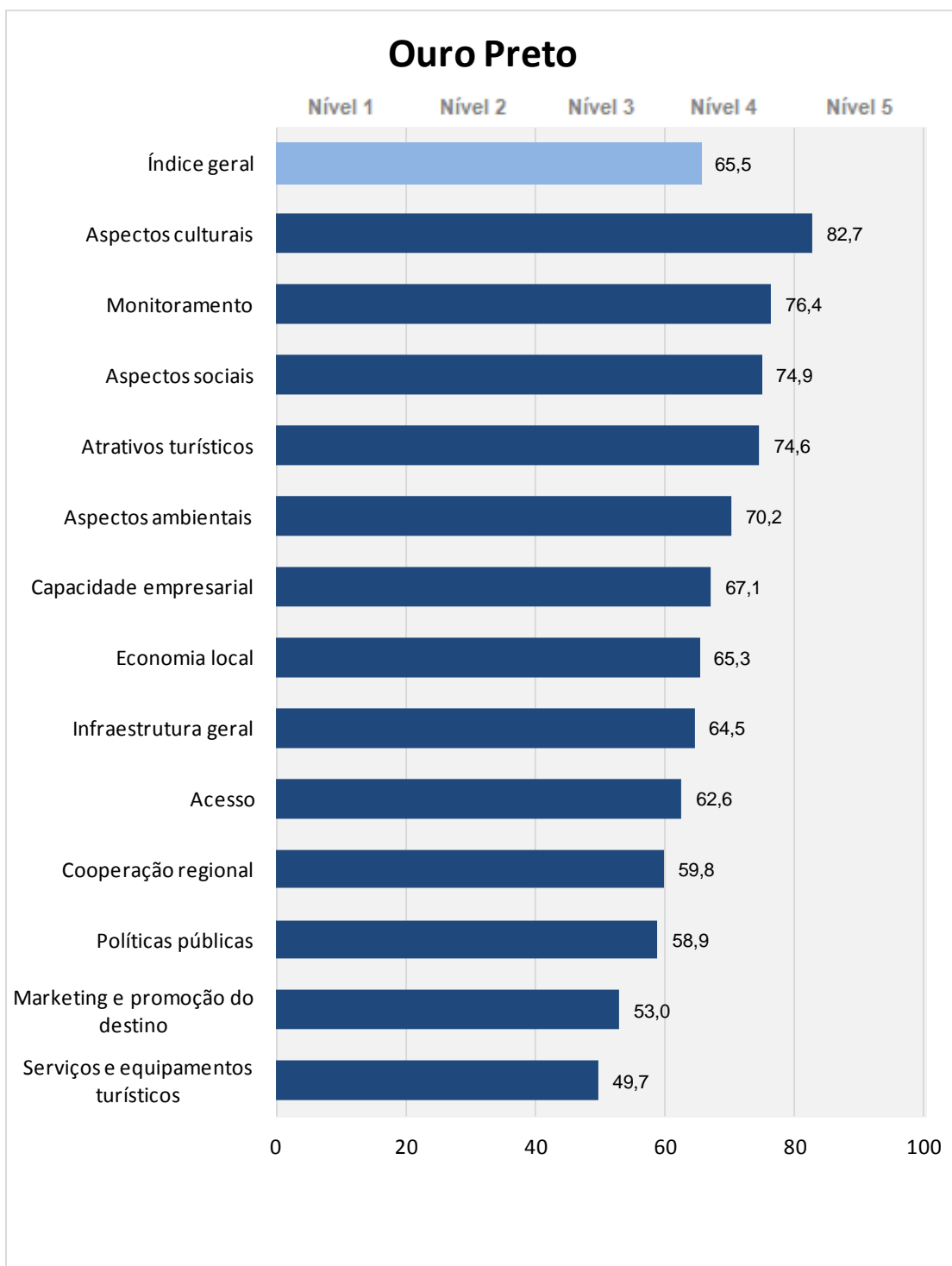
Podemos analisar o desempenho do destino juntamente com as linhas que apontam os resultados da média Brasil (gráfico 1) e das não capitais (gráfico 2), que demonstram que o índice do destino não seguiu a tendência nacional de evolução gradual. Considerando os resultados obtidos por todas as 65 cidades avaliadas em 2011, a média Brasil, índice referencial da competitividade nacional, foi 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, 09 dimensões alcançaram índices acima do nível 4 (61 a 80), como é possível observar no gráfico 3. As dimensões *Cooperação regional*, *Políticas públicas*, *Marketing e promoção do destino* e *Serviços e equipamentos turísticos*, 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

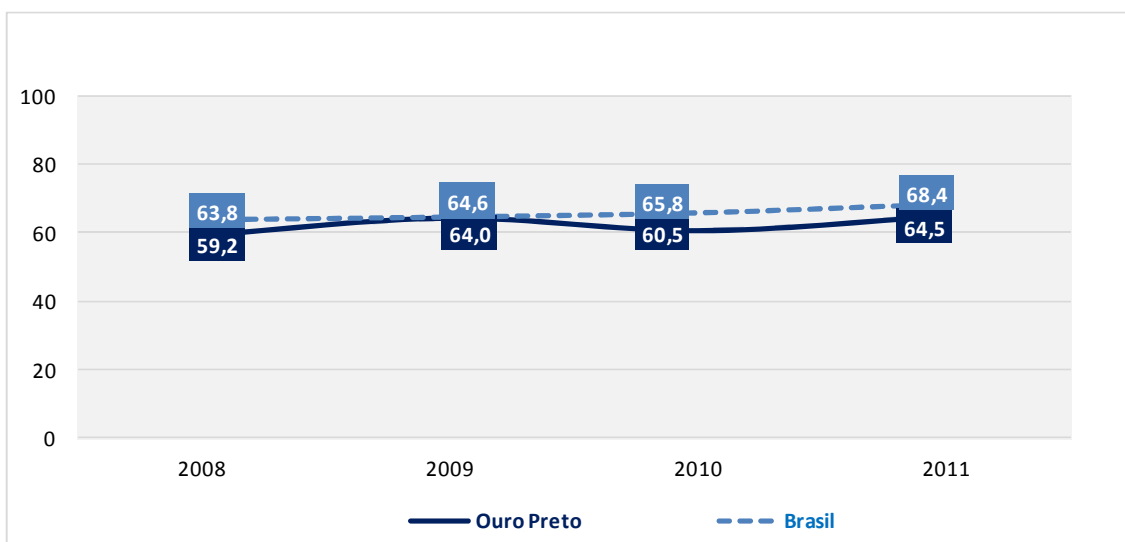


3.2 Infraestrutura geral

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.

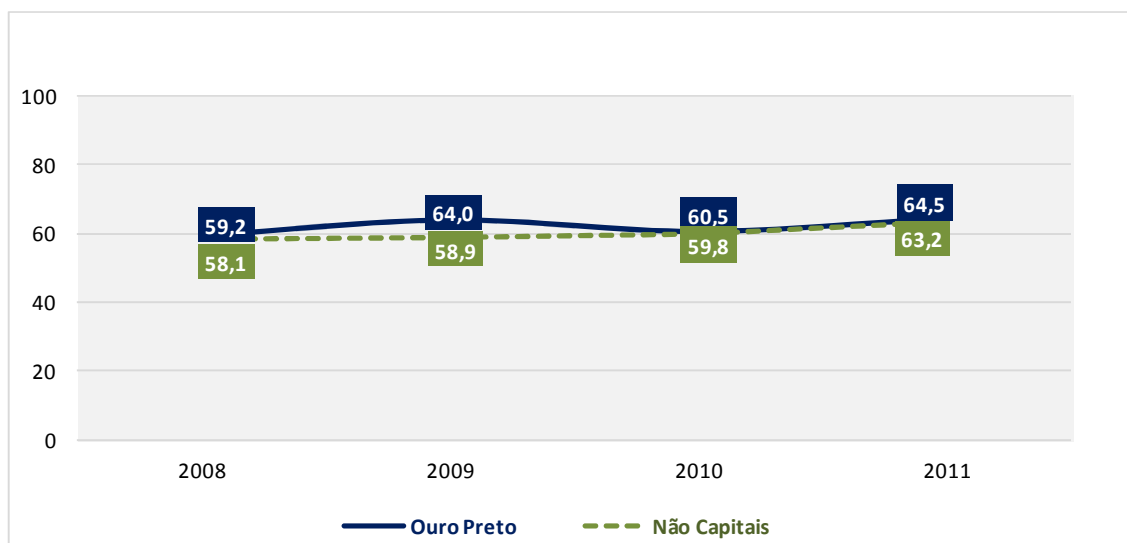
Em *Infraestrutura geral*, a média Brasil em 2011 foi 68,4. Ouro Preto registrou 64,5 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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 Ouro Preto foi influenciado de forma positiva por diversos fatores, entre os quais:

- Disponibilidade de serviço público de atendimento médico a emergências 24 horas no destino com alguns níveis de complexidade de atendimento;
- Fornecimento ininterrupto de energia elétrica no período de alta temporada;
- Aumento do efetivo da Polícia Militar e do 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;
- Oferta de lixeiras e banheiros públicos no entorno das áreas turísticas;
- Adoção de quesitos de embelezamento nas áreas públicas – como fiação subterrânea, iluminação cenográfica e peças de arte expostas nas ruas;
- Existência de programa para a conservação de mobiliário urbano ou de áreas verdes (realizado em parceria com o programa Monumenta).

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Ausência de um grupamento da Polícia Militar especializado no atendimento ao turista;
- Inexistência de um programa de proteção ao turista na Polícia Civil;
- Não há espaços específicos para o estacionamento ou a parada (embarque e desembarque) de veículos turísticos nas áreas turísticas.

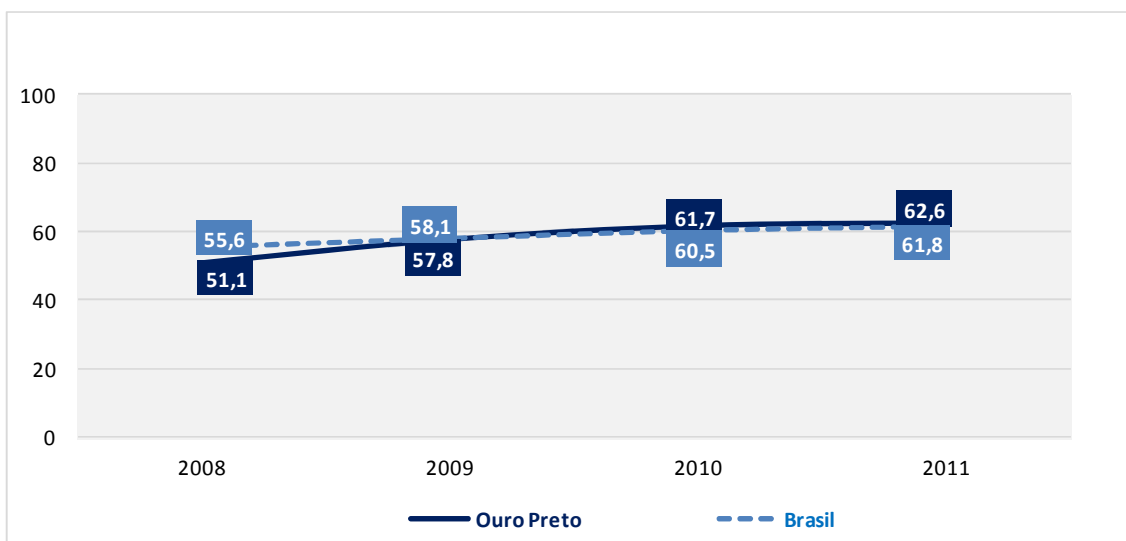
Além destes fatores, foram considerados na composição do índice números de saúde, como a expectativa de vida da população, número de estabelecimentos com atendimento de urgência, número de postos ambulatoriais de atendimento, número de profissionais de saúde e número de leitos.

3.3 Acesso

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

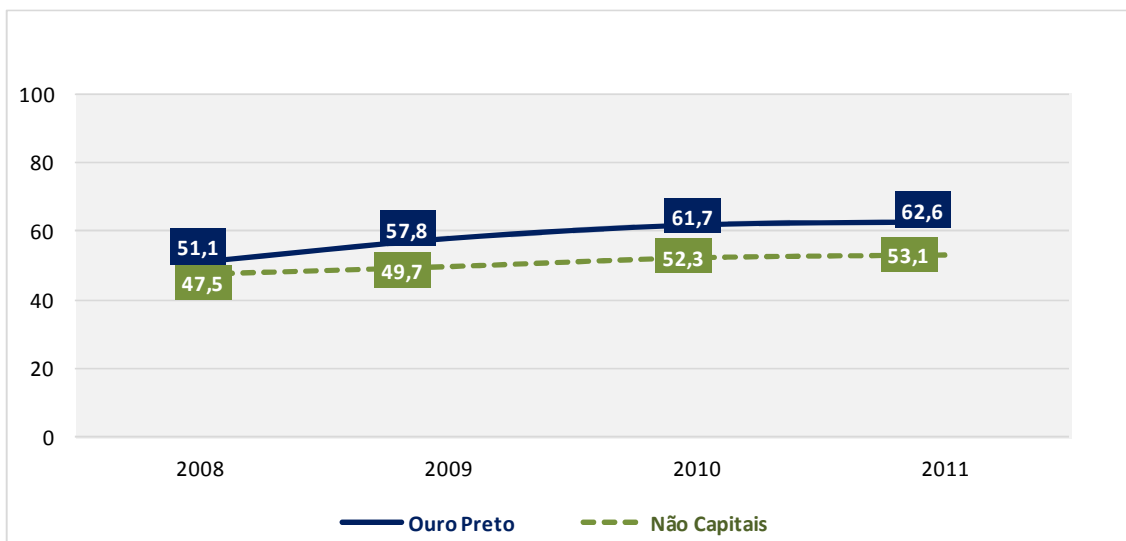
Em *Acesso*, a média Brasil em 2011 foi 61,8. Ouro Preto registrou 62,6 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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 que atende ao município fora de seu território – Aeroporto Internacional Tancredo Neves (Confins);
- Estrutura do terminal aeroportuário que atende ao destino, que conta com locadoras de veículos, serviço de câmbio, centro de atendimento ao turista, dentre outros;
- As condições da principal rodovia de acesso de fluxo turístico ao destino – BR 356;
- Existência de um terminal rodoviário com iluminação, limpeza e facilidades para pessoas com deficiência;
- Existência de linhas de transporte urbano que atendam às principais atrações turísticas.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

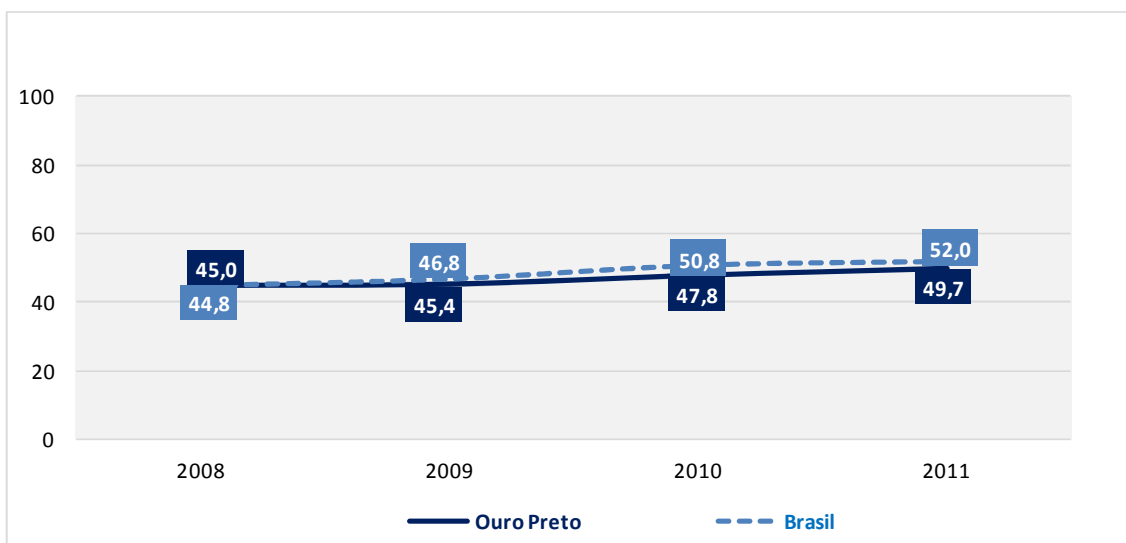
- Distância entre o aeroporto que atende ao município e o centro do destino – acima de 100 km;
- Inexistência de uma linha regular de transporte turístico (ônibus ou similar) que interliga os principais atrativos do destino;
- Existência de congestionamentos em qualquer época do ano;
- Carência de vagas para estacionamento nas áreas turísticas.

3.4 Serviços e equipamentos turísticos

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

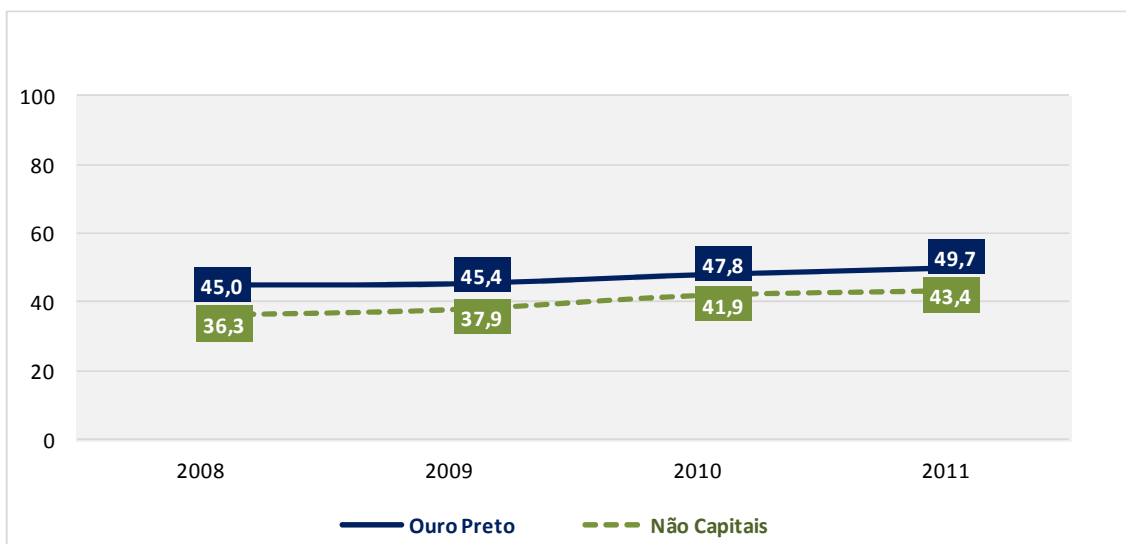
Em *Serviços e equipamentos turísticos*, a média Brasil em 2011 foi 52,0. Ouro Preto registrou 49,7 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Existência de centros de atendimento ao turista no destino, com flexibilidade de horários de funcionamento e atendimento em idioma estrangeiro;
- Existência de um centro de convenções no destino – o equipamento considerado foi o Parque Metalúrgico Centro de Artes e Convenções da UFOP – que conta com salas multiuso, estacionamento adequado ao porte, capacidade para mais de um evento simultaneamente e cumpre quesitos de acessibilidade;
- Existência de uma organização representativa dos meios de hospedagem, que discute e defende os interesses dos empreendimentos do destino;
- A maioria dos meios de hospedagem possui instalações em bom estado de conservação, modernas ou recém reformadas, oferecendo acesso à internet nas unidades habitacionais;
- Presença de empresas de receptivo que oferecem diversos serviços aos turistas, inclusive com atendimento em idiomas estrangeiros;
- Presença no município de instituições de qualificação profissional que ofertam cursos livres, de graduação e capacitação nas áreas relacionadas ao turismo, como a Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP) e o Senac;
- 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:

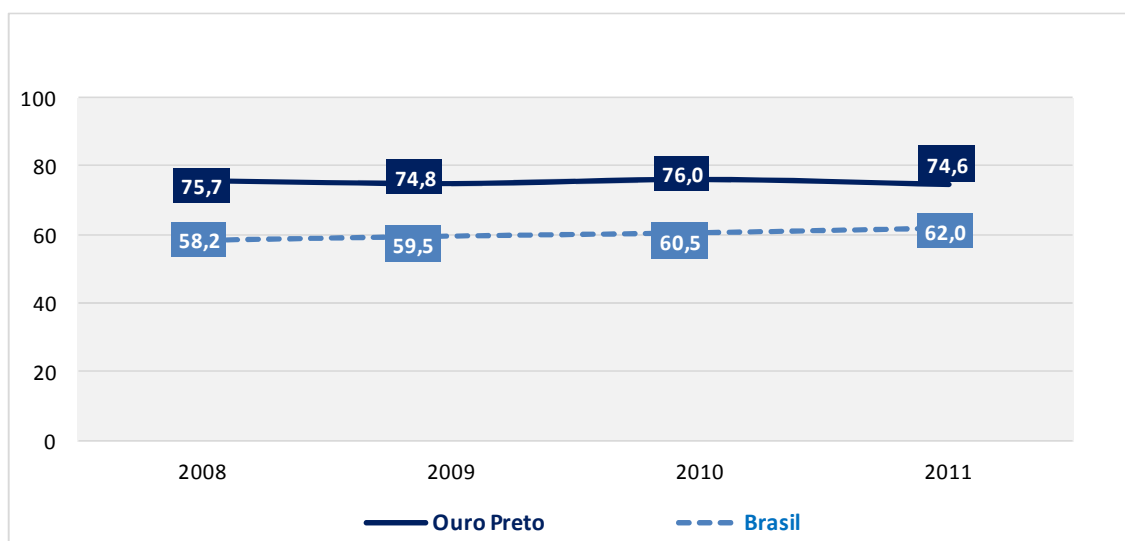
- Inexistência de sinalização turística viária nos padrões internacionais recomendados;
- Ausência de incentivo formal para que os meios de hospedagem priorizem a questão ambiental e de sustentabilidade;
- A maioria dos meios de hospedagem não cumpre quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida;
- A maior parte dos meios de hospedagem do destino não adota algum tipo de fonte de energia renovável;
- A maioria dos empreendimentos de alimentação não adota quesitos de acessibilidade.

3.5 Atrativos turísticos

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

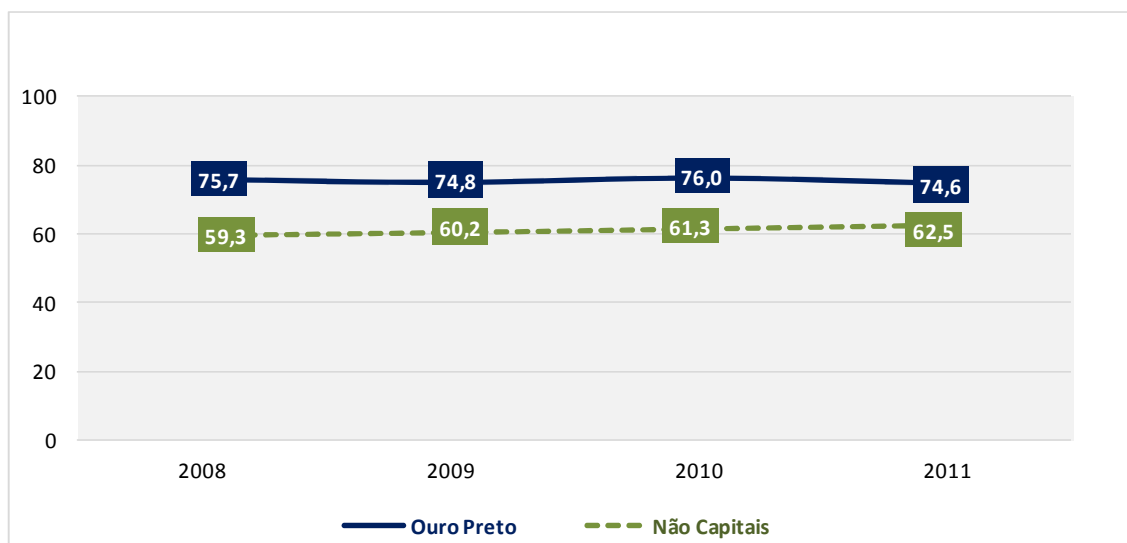
Em *Atrativos turísticos*, a média Brasil em 2011 foi 62,0. Ouro Preto registrou 74,6 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



O indicador de Ouro Preto 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 – Parque do Itacolomi –, conforme pode ser observado em visita técnica realizada entre os dias 15 e 19 de agosto de 2011;
- Manutenção da estrutura disponível neste 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 Centro Histórico, considerado patrimônio da humanidade pela Unesco;
- A preservação urbanística do entorno do principal atrativo cultural indicado é evidente;
- Há estrutura de apoio aos visitantes neste atrativo cultural;
- Existência de eventos programados que atraem turistas;
- O destino conta ainda com atrativos de realizações técnicas, científicas ou artísticas 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 na Estação Ecológica do Tripuí, local em que acontece a principal realização técnica, científica e artística indicada – há monitoramento da capacidade de carga ou suporte.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

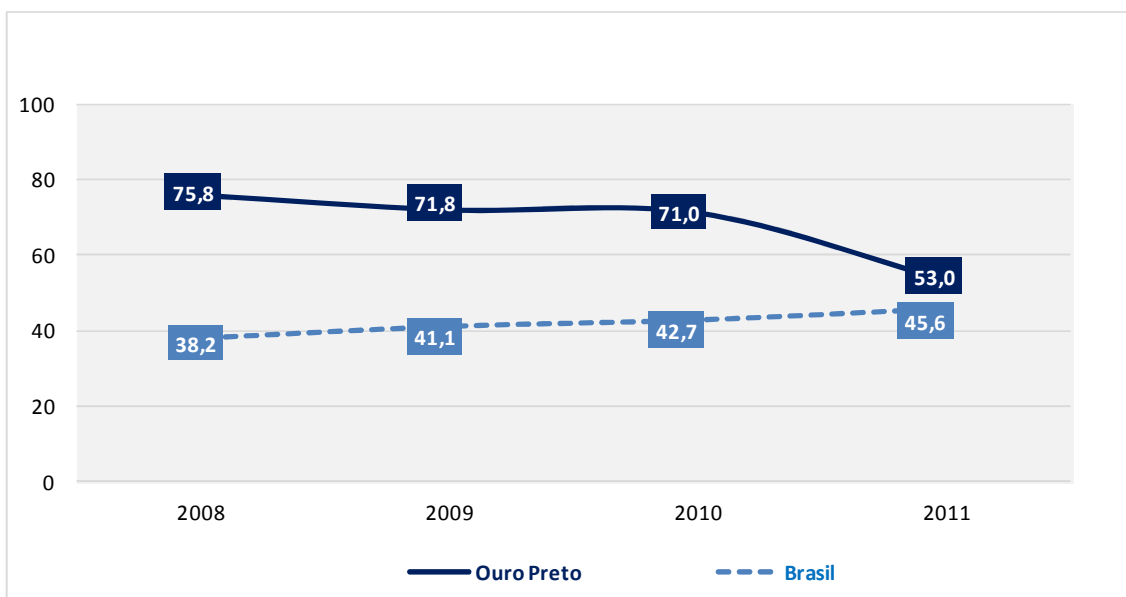
- O estudo de capacidade de carga ou suporte não é aplicado ao Parque do Itacolomi, uma vez que seu Plano de Manejo encontra-se defasado, fator que, uma vez trabalhado, poderia minimizar o impacto da atividade turística sobre os recursos;
- A carência de um estudo de capacidade de carga aplicado ao principal atrativo cultural indicado;
- Inexistência de um estudo de capacidade de carga para o principal evento programado – Carnaval – que segundo a comunidade local, traz alguns impactos negativos para o destino e já motivou ação do Ministério Público;
- A falta de recursos que confirmam acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida no local em que acontece o principal evento programado.

3.6 Marketing e promoção do destino

Na dimensão *Marketing e promoção do destino* foram analisadas as seguintes variáveis: (i) plano de marketing; (ii) participação em feiras e eventos; (iii) promoção do destino; e (iv) página do destino na internet (*website*).

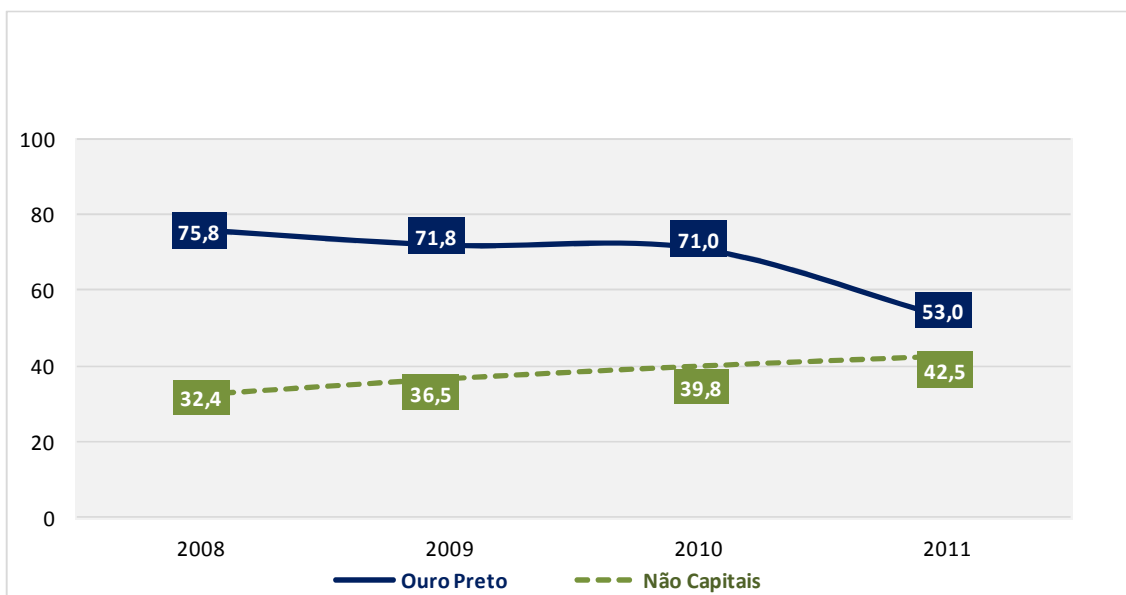
Em *Marketing e promoção do destino*, a média Brasil em 2011 foi 45,6. Ouro Preto registrou 53,0 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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 Ouro Preto 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 do setor de turismo nos últimos dois anos;
- Os resultados dos eventos dos quais o destino participa são avaliados por meio de contagem de visitantes recebidos em estandes e do número de negócios efetivados;
- O destino turístico produziu, nos últimos 5 anos, evento próprio, de caráter nacional, para se promover fora de seu território;
- Existe material promocional institucional disponível em idioma estrangeiro;
- É produzido material promocional que apresenta a estrutura disponível para eventos;
- Oferta de uma agenda de eventos disponível para consulta gratuitamente, *on-line*;
- A página institucional do município na internet – acessível pelo endereço www.ouopreto.mg.gov.br – traz informações turísticas sobre o destino;
- A principal página de turismo do destino indicada – acessível pelo endereço www.ouopreto.org.br – está disponível em idiomas estrangeiros.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Ao contrário da pesquisa do ano anterior, não foi indicada por nenhuma fonte entrevistada a existência de plano de marketing formal, atualizado e que esteja sendo utilizado pelo destino. Tal ferramenta poderia ser elaborada com a colaboração de diversos atores, contendo metas e responsabilidades definidas, fundamentado em pesquisa sobre a demanda turística, contemplando a relação com agências e operadoras e definindo indicadores de desempenho;
- Não existe nenhum plano similar de marketing regional, que o contemple com ações e metas de mercado para o turismo no destino;
- Não há participação em feiras e eventos não voltados ao setor de turismo, ações que ajudariam a ampliar a promoção do destino no mercado especializado nacional;

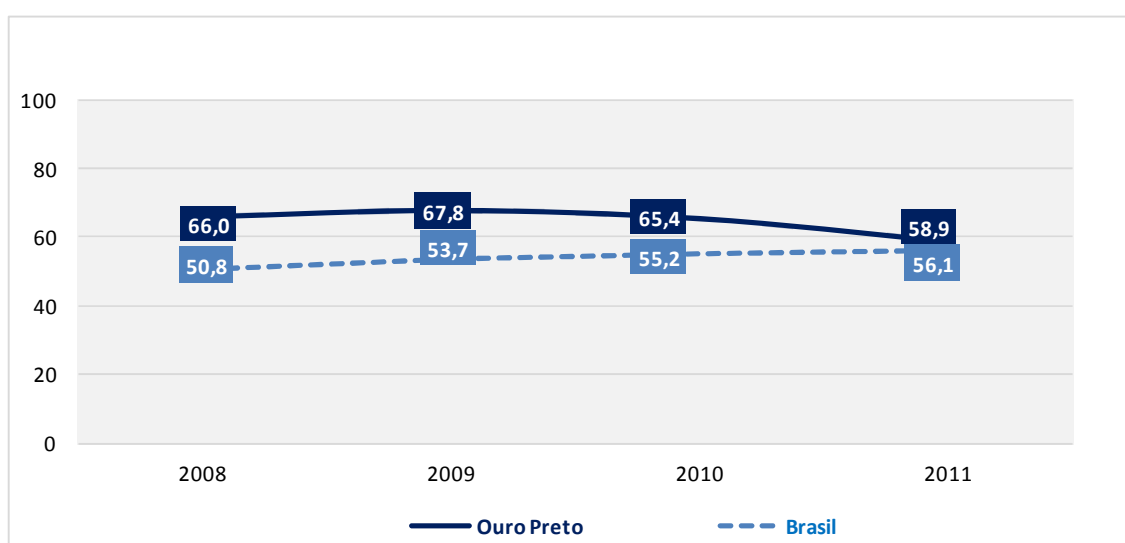
- O material promocional do destino Ouro Preto não alerta o visitante sobre ações de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes, tampouco sobre a importância de preservar o meio ambiente;
- Não existe central telefônica específica de informações turísticas através da qual os visitantes possam obter informações sobre atrativos, equipamentos e serviços disponíveis no destino;
- 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.

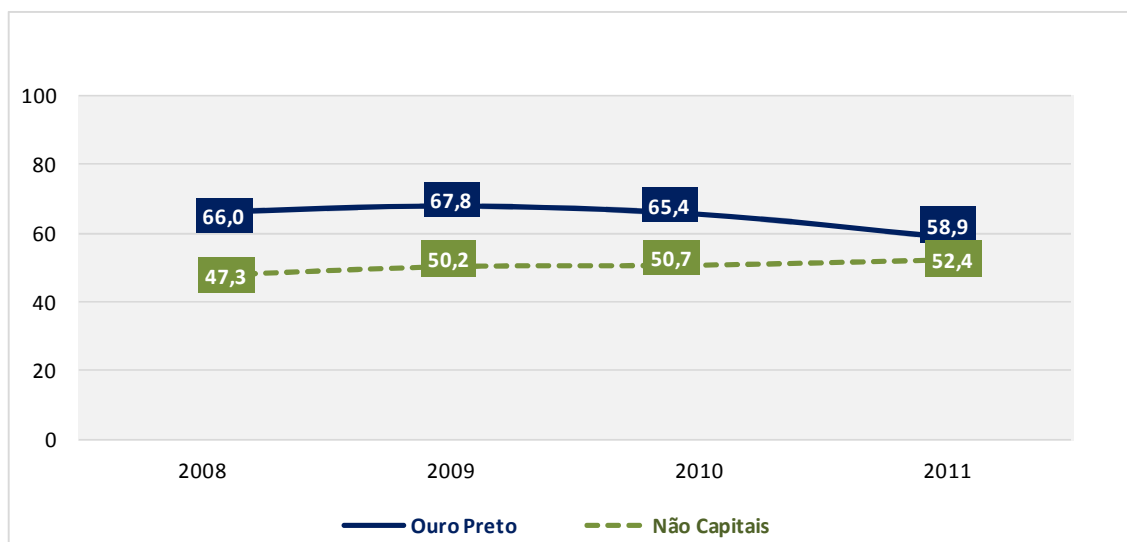
Em *Políticas públicas*, a média Brasil em 2011 foi 56,1. Ouro Preto registrou 58,9 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 52,4 pontos, 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 de coordenar ou incentivar o desenvolvimento do turismo – ainda que de forma não exclusiva;
- No ano anterior, a Secretaria Municipal de Cultura e Turismo desenvolveu projetos em conjunto com as secretarias de Obras e de Meio Ambiente em atividades relacionadas ao turismo;
- Presença de uma instância de governança local ativa – em formato de Conselho de Turismo – dedicada ao acompanhamento da atividade turística;
- 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 – Programa de Modernização de Arrecadação Tributária (PMAT) – nos últimos cinco anos;

- Existe um Plano Diretor Municipal, revisado recentemente, que contempla o setor de turismo.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

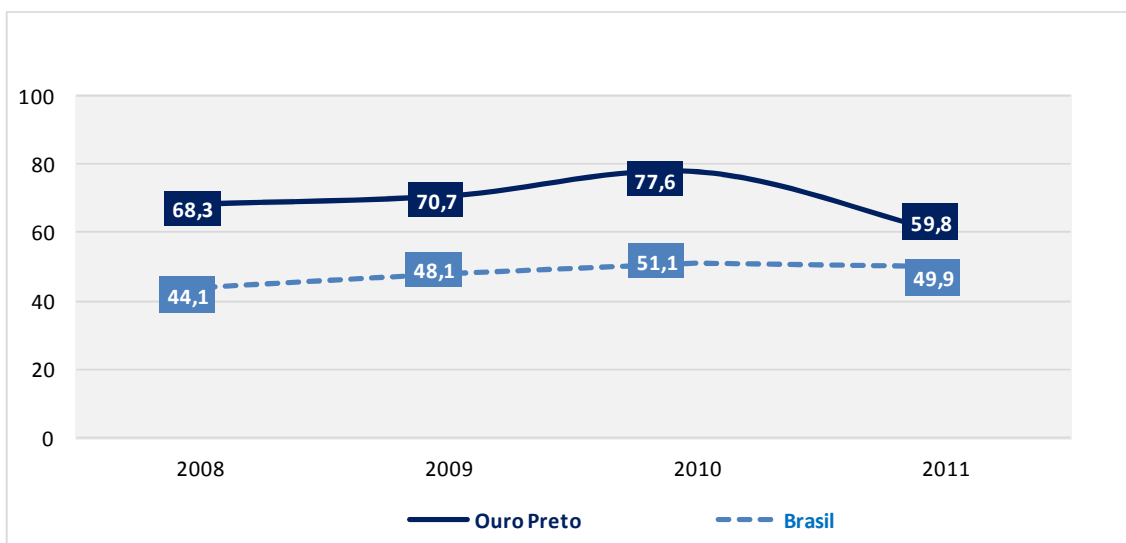
- Ausência de um órgão gestor de turismo exclusivo da pasta turismo – ainda que a Secretaria Municipal seja compartilhada entre Cultura e Turismo;
- O órgão gestor de turismo do destino não dispõe de recurso próprio para coordenar e incentivar o desenvolvimento do setor;
- O destino não recebeu recursos de emendas parlamentares para o turismo no ano anterior, segundo lei orçamentária anual de 2010;
- Ouro Preto ainda não segue um planejamento formal para o setor de turismo que defina diretrizes e metas do setor para os próximos anos – apesar de ter projetos em fase de elaboração.

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.

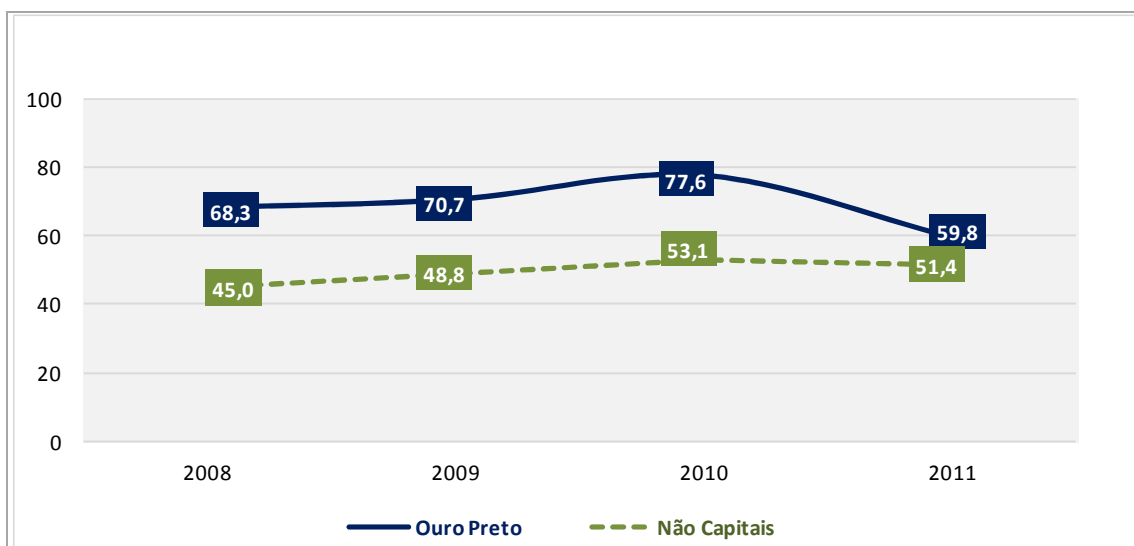
Em *Cooperação regional*, a média Brasil em 2011 foi 49,9. Ouro Preto registrou 59,8 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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 – Associação Circuito do Ouro – que conta com a participação ativa de diversos atores do segmento turístico da região do Circuito do Ouro e está formalmente constituída seguindo os princípios do Programa de Regionalização do Ministério do Turismo;
- A instância regional dispõe de um gestor executivo com dedicação exclusiva, realiza parcerias com os setores públicos e privados dos municípios que representa, mantém reuniões mensais, conta com recurso próprio e dispõe de suporte para a condução de suas atividades – suporte este oferecido pelos governos estadual e municipais, pelo setor privado e por entidades do Sistema S;
- Existem projetos de cooperação regional compartilhados entre o município avaliado e outros destinos da região do Circuito do Ouro, entre eles, o projeto Trilha Real;
- Além disso, o destino integra roteiros regionais, comercializados por operadores e agências, estruturados com a participação de atores do *trade* turístico;
- Existência de uma página institucional da região turística na internet – acessível no endereço www.circuitodoouro.org.br;
- É produzido material promocional da região e dos roteiros turísticos do qual o destino faz parte.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Não houve, no ano anterior, ações para mobilizar atores do setor de turismo do destino para a importância da cooperação regional;
- Ausência de um plano de desenvolvimento turístico integrado para a região atualizado, que determine responsabilidades e metas de mercado ou cujas ações e projetos contemplem o município avaliado;
- Os roteiros regionais dos quais o destino faz parte não foram elaborados com base em informações de um Inventário de Oferta Turística e neles não foram consideradas questões de sustentabilidade, como a elaboração de Estudo de Impacto Ambiental (EIA), por exemplo;

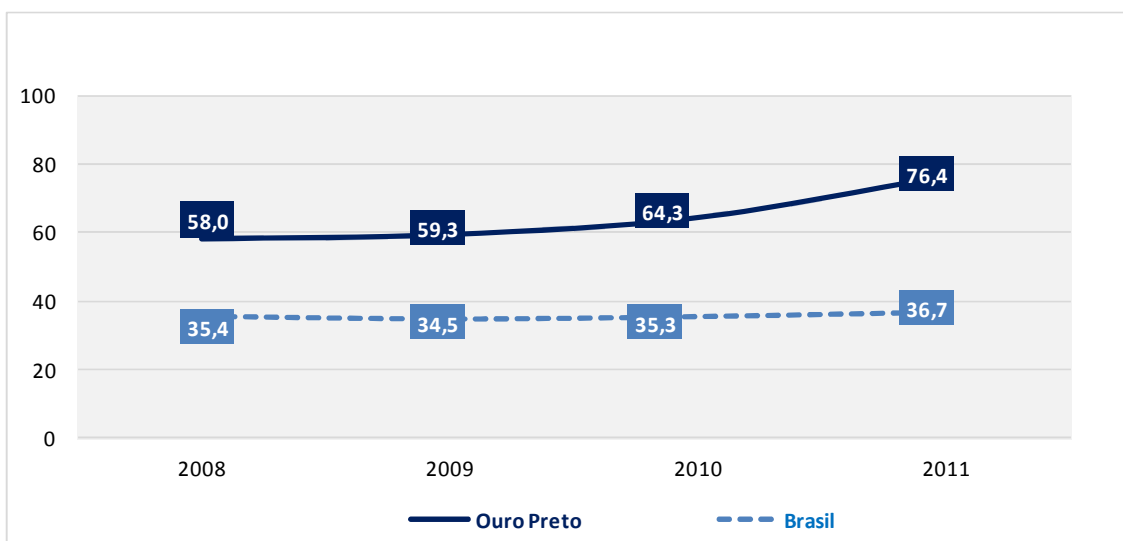
- As ações promocionais para a região dos quais o destino participou não levaram em conta a relação com agentes e operadores de turismo receptivo;
- O destino não participa de consórcio público ligado a projetos turísticos com outro destino de sua região turística.

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.

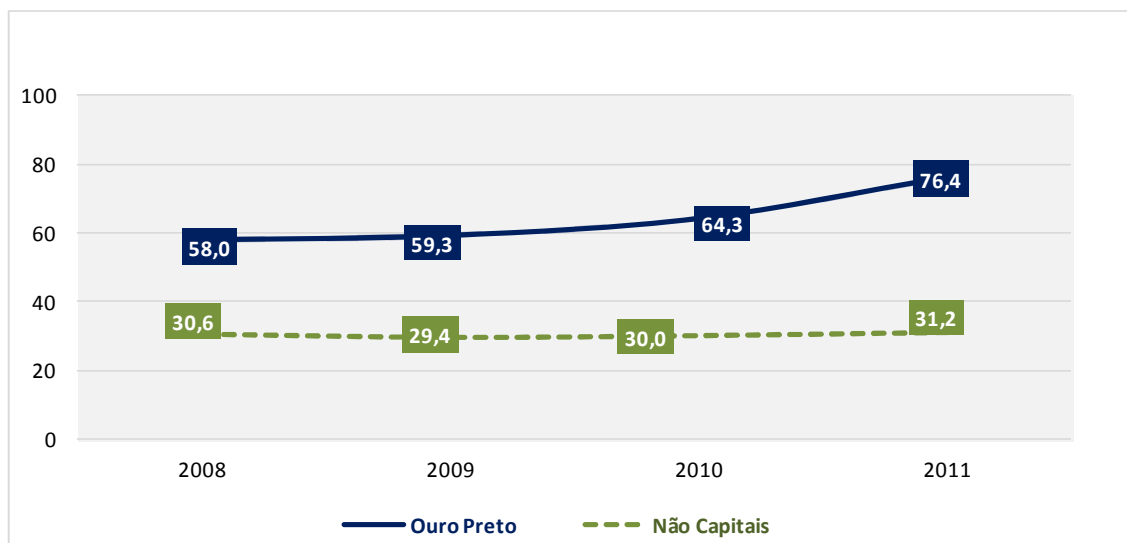
Em *Monitoramento*, a média Brasil em 2011 foi 36,7. Ouro Preto registrou 76,4 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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 Ouro Preto foi influenciado de forma positiva por diversos fatores, entre os quais:

- É realizada pesquisa de demanda periódica pela UFOP, levantamento que gera dado relevante para o planejamento do turismo no destino;
- Existência de pesquisa de oferta – Inventário – atualizada;
- Aproveitamento e divulgação dos dados coletados na pesquisa de demanda e de oferta em planejamento;
- Disponibilidade de um conjunto técnico de estatísticas turísticas de Ouro Preto;
- A administração pública local possui um setor específico de estudos que realiza pesquisas em turismo;
- Existência de instituição que realiza pesquisas em turismo, focadas no destino ou na região turística da qual o destino faz parte, a UFOP.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

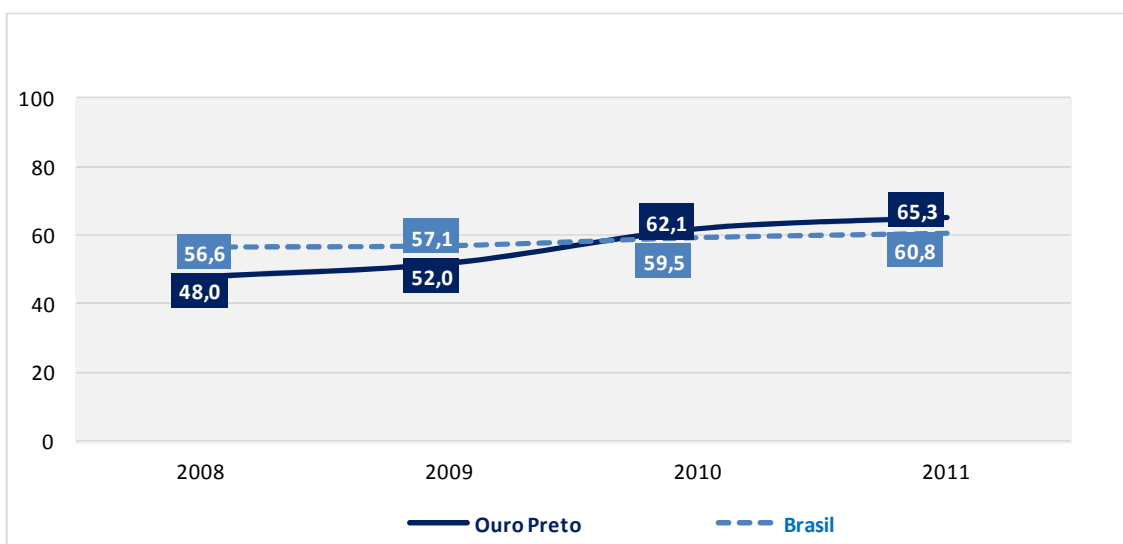
- Ausência de um sistema de indicadores de desempenho do setor do turismo;
- Não há relatórios de conjuntura turística dos segmentos relacionados ao turismo;
- Não há monitoramento dos impactos econômicos, sociais, ambientais e culturais gerados pelo turismo.

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.

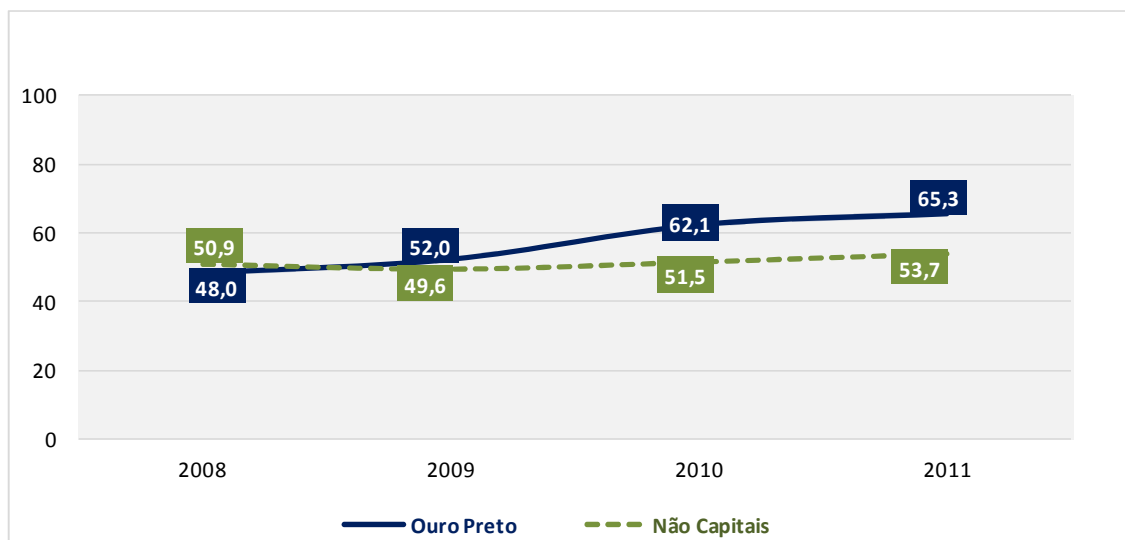
Em *Economia local*, a média Brasil em 2011 foi 60,8. Ouro Preto registrou 65,3 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das 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 Ouro Preto foi influenciado de forma positiva nesta dimensão por diversos fatores, entre os quais:

- Disponibilidade de acesso gratuito à internet em locais públicos;
- Existência de casas de câmbio para turistas estrangeiros;
- Atuação de um *Convention & Visitors Bureau* – ainda que não exclusivo do destino;
- Existência de polos físicos de produção significativos para movimentar a economia local, que tende a gerar fluxo turístico receptivo em consequência de sua existência.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Ausência de caixas eletrônicos de autoatendimento disponíveis 24 horas para saques com cartões de crédito internacionais;
- O destino não oferece benefícios de isenção ou redução de impostos ou taxas para as atividades características do turismo.

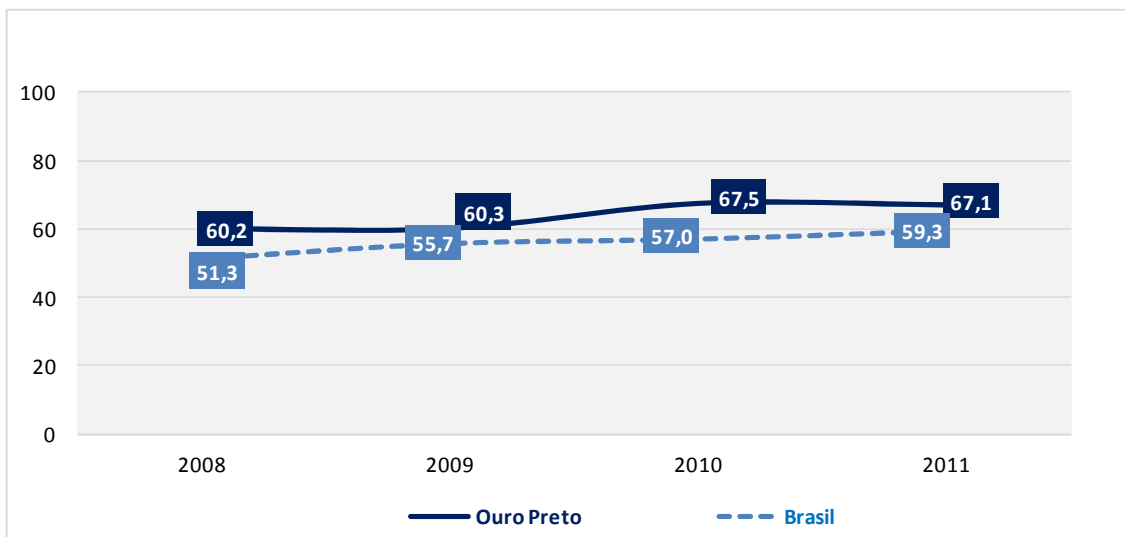
Além destes fatores, dados econômicos de fontes secundárias também foram observados, como o PIB, PIB *per capita* e volume de operações de crédito, por exemplo.

3.11 Capacidade empresarial

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

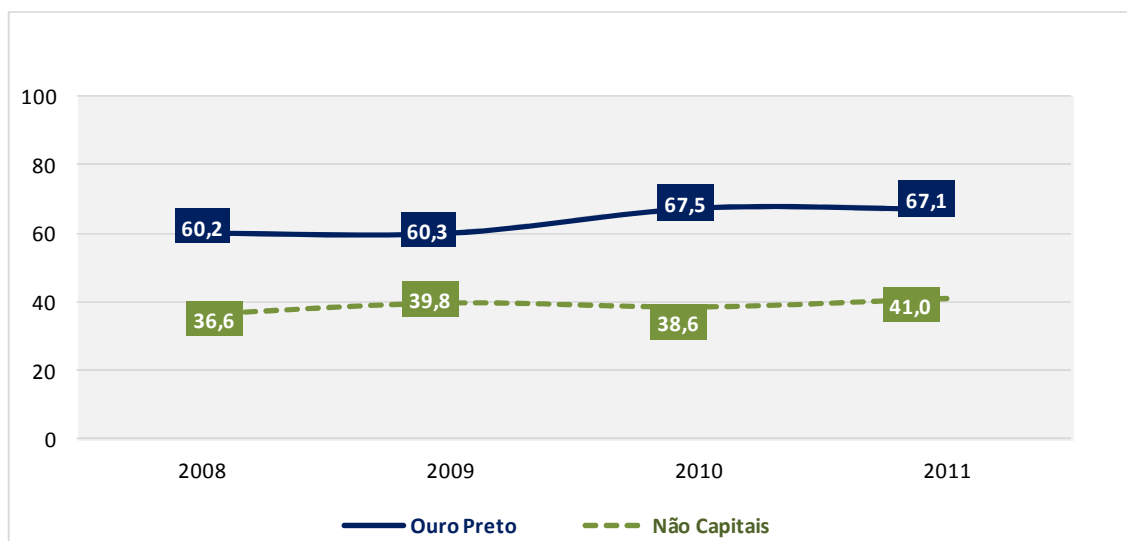
Em *Capacidade empresarial*, a média Brasil em 2011 foi 59,3. Ouro Preto registrou 67,1 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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 Ouro Preto 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, bem como a oferta de escolas de formação em idioma estrangeiro;
- Aplicação de programa de qualificação especificamente voltado para empresários ou gerentes de empreendimentos turísticos, como o realizado pelo IFMG;
- Foi constatada a existência de adensamentos de empreendimentos turísticos que fomentam o empreendedorismo como arranjos produtivos locais;
- 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 de gerência ou administrativos em hotelaria e agências ou operadoras;
- Ausência de grupos nacionais ou internacionais do setor de turismo, como cadeias de restaurantes e redes de meios de hospedagem;

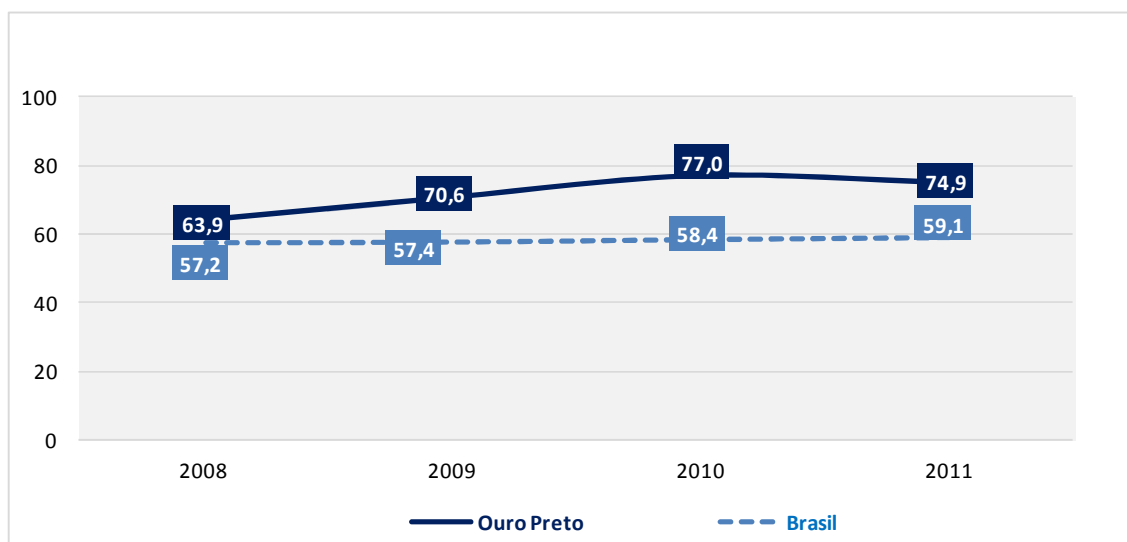
- Foram sinalizadas barreiras à entrada de novos empreendimentos turísticos – entre elas a dificuldade de se obter licenciamentos para construção ou reforma e a falta de incentivos fiscais e de espaços físicos.

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.

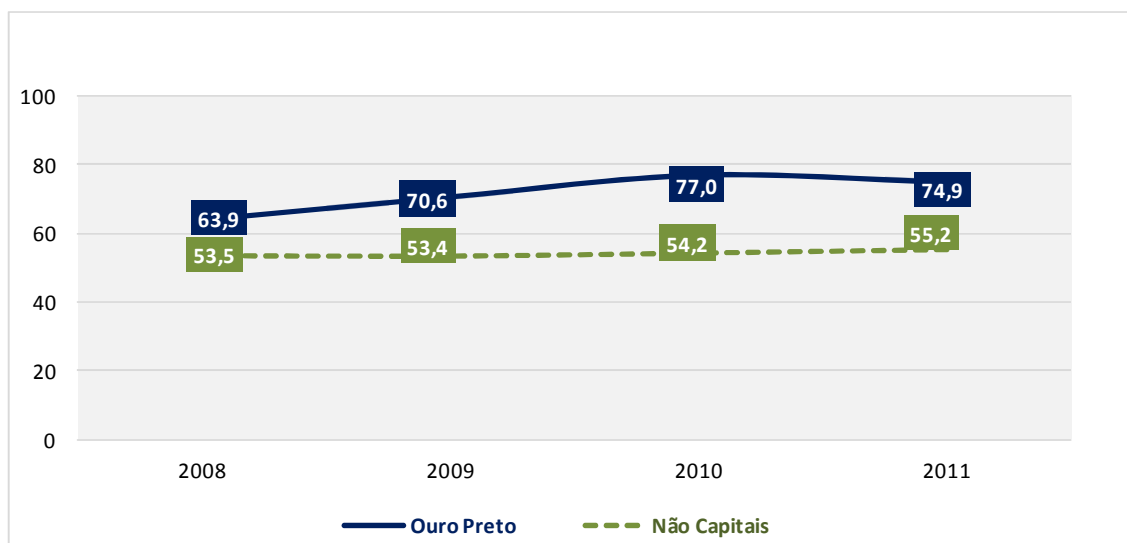
Em *Aspectos sociais*, a média Brasil em 2011 foi 59,1. Ouro Preto registrou 74,9 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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 Ouro Preto foi influenciado de forma positiva nesta dimensão por diversos fatores, entre os quais:

- São realizados investimentos em educação além do percentual obrigatório de 25%;
- 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;
- A população local se envolve na elaboração do orçamento participativo;
- O município sensibiliza constantemente os cidadãos sobre a importância da atividade turística para o destino;
- A população é consultada sobre atividades ou projetos turísticos.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Utilização de mão de obra informal durante a alta temporada, de acordo com relatos de entrevistados;
- Não há sensibilização do turista sobre o respeito à comunidade local.

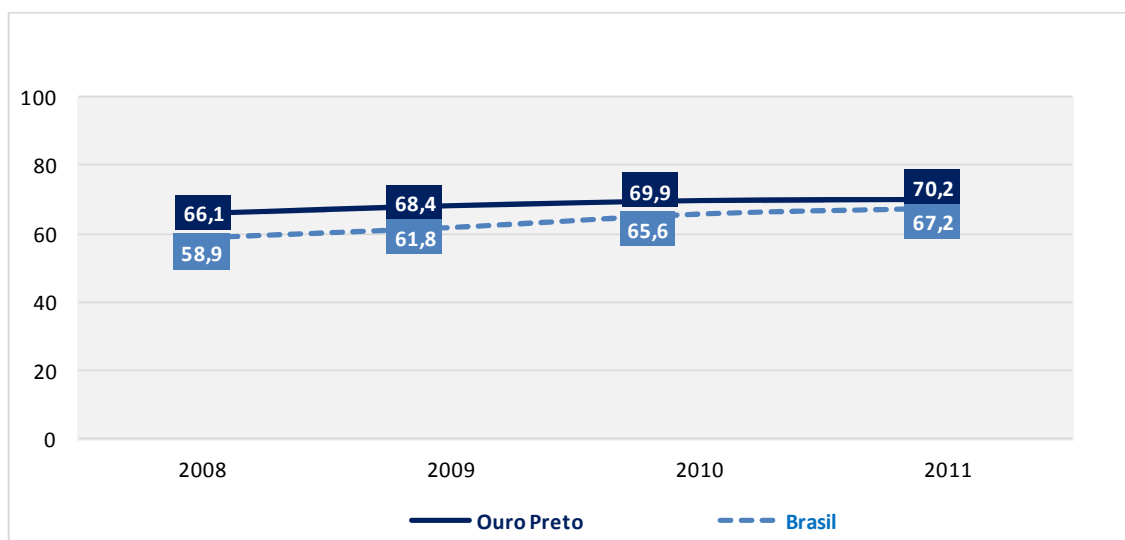
Além destes fatores, também foram considerados indicadores sociais do município, como percentual de habitantes com acesso ao ensino, Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB) e Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M), dentre outros.

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.

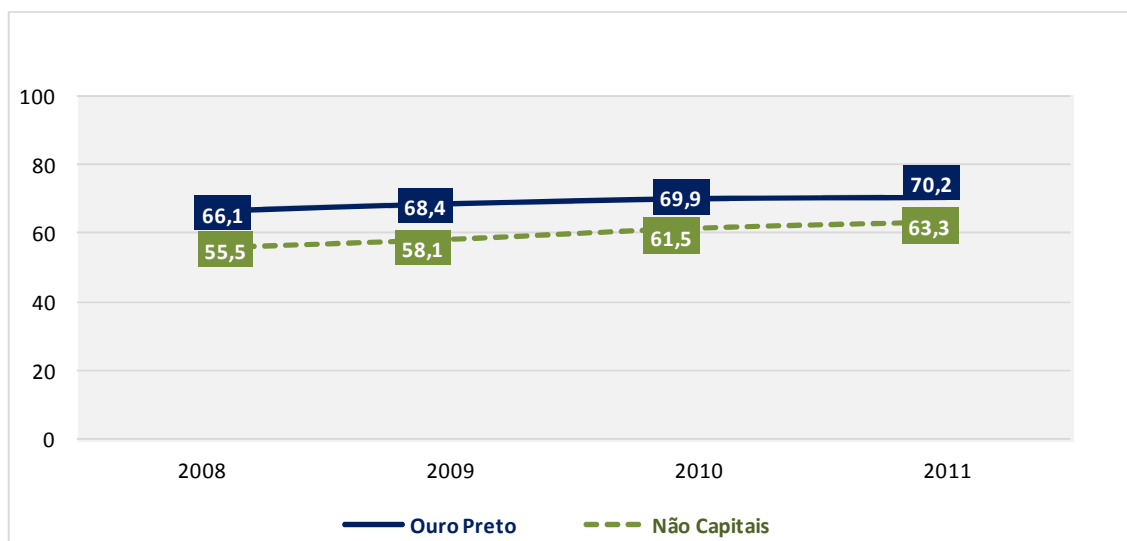
Em *Aspectos ambientais*, a média Brasil em 2011 foi 67,2. Ouro Preto registrou 70,2 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das 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 Ouro Preto foi influenciado de forma positiva nesta dimensão por diversos fatores, entre os quais:

- Presença de um órgão municipal – Secretaria Municipal de Meio Ambiente – com atribuição exclusiva de coordenar ou incentivar a preservação do meio ambiente, dotado de recurso próprio;
- Presença de Conselho Municipal de Meio Ambiente atuante;
- O município possui uma rede pública de distribuição e estação de tratamento de água;
- São realizadas campanhas de educação periódicas para o uso racional da água;
- O destino é atendido por um sistema público de coleta de esgoto com configuração de separador absoluto;
- Disponibilidade de serviços de coleta seletiva residencial;
- São realizadas campanhas educativas para conscientizar a população em relação à destinação do lixo;
- Presença de Unidades de Conservação com atividade turística em território municipal – como o Parque Estadual do Itacolomi –, detentora de conselho gestor e onde há aplicação de Plano de Manejo.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

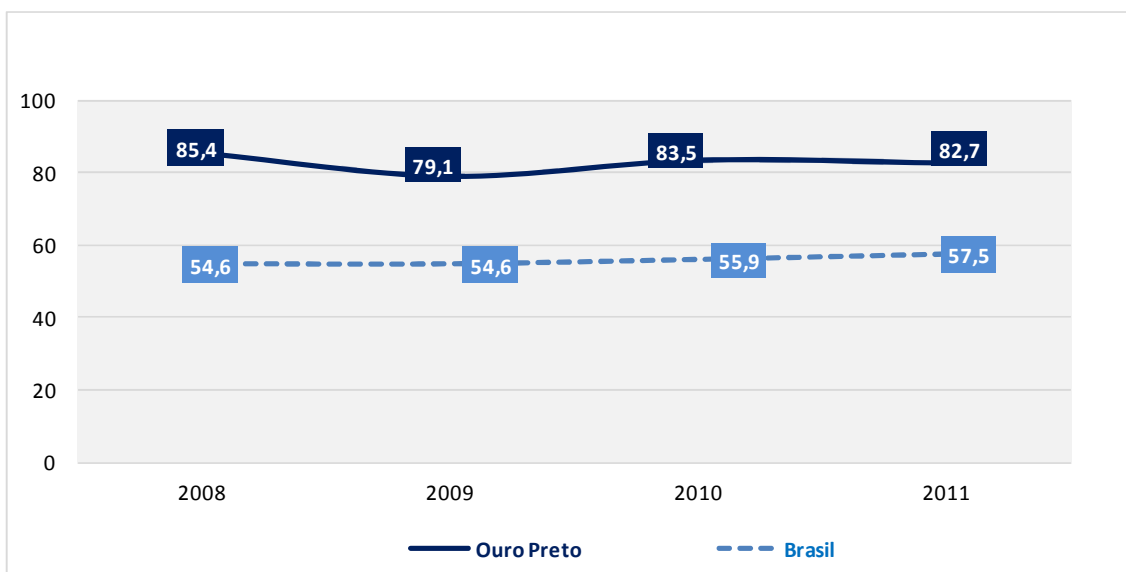
- O município não conta com um Fundo Municipal para o meio ambiente;
- Inexistência de Código Ambiental Municipal ou similar, ainda que haja projetos em fase de elaboração;
- Ausência de legislação específica para a adoção de fontes de energia limpa ou renovável em estabelecimentos públicos ou privados;
- Presença de atividades potencialmente poluidoras, com alvará de funcionamento ou de localização no território municipal, como companhias de mineração e de produção de alumínio;
- Não há estação de tratamento de água para a sua reutilização;
- Não há tratamento de resíduos hospitalares gerados no destino.

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.

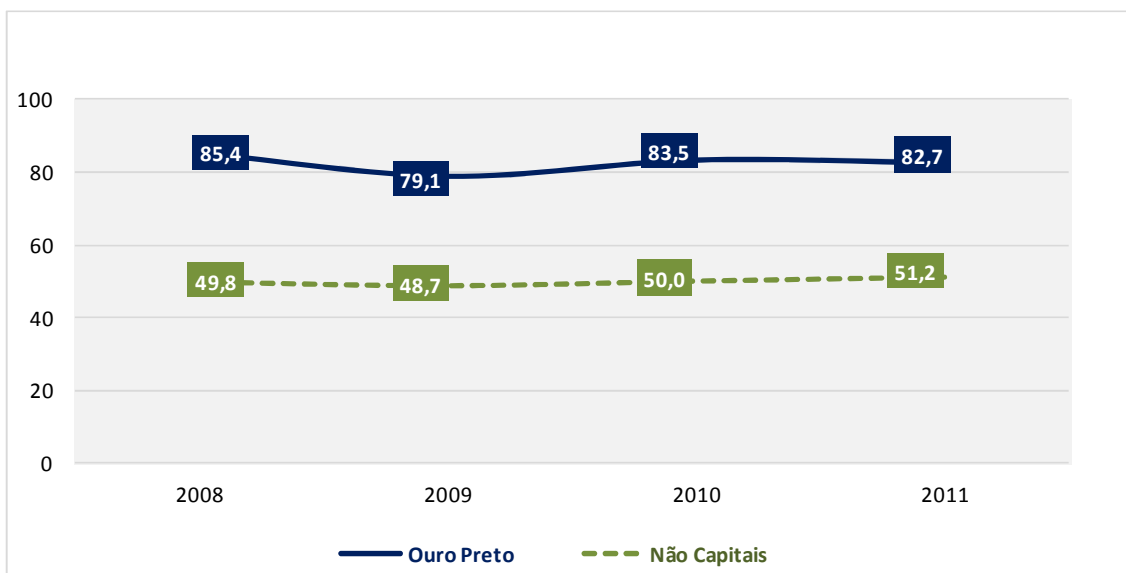
Em *Aspectos culturais*, a média Brasil em 2011 foi 57,5. Ouro Preto registrou 82,7 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Presença de atividade artesanal típica – trabalhada em pedra-sabão e topázio imperial – comercializada em esfera internacional;
- Existência de culinária típica pela qual o destino é reconhecido em esfera nacional – doces de São Bartolomeu e cafés coloniais;
- O destino apresenta tradições culturais evidentes e típicas do seu território, entre elas os congados;
- Existem manifestações religiosas no destino – festas de Nossa Senhora dos Remédios e de São Bartolomeu, além das cavalhadas de São Gonçalo – que atraem fluxo turístico;
- Existência de patrimônios imateriais registrados – entre os principais destacam-se o modo de fazer os doces de São Bartolomeu e a festa do Divino – que se constituem em atrativos turísticos, para os quais são aplicadas política de preservação de bens culturais imateriais;
- Existência de patrimônio artístico tombado – destacando-se a Igreja de São Francisco de Assis – considerado atrativo turístico;
- Existência de sítio arqueológico tombado ou registrado – Morro da Queimada;
- Existência de bens tombados como patrimônio histórico – o próprio Centro Histórico de Ouro Preto, reconhecido como Patrimônio da Humanidade pela Unesco;
- O destino aplica política municipal de cultura, que dentre outros benefícios ajuda a manter um calendário de manifestações culturais;
- O destino aderiu ao Sistema Nacional de Cultura;
- Há monitoramento da utilização turística do patrimônio cultural por meio de controle de capacidade de suporte ou carga.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Ausência de um órgão da administração local com atribuição exclusiva de incentivar o desenvolvimento da cultura – o órgão em questão também é responsável pela pasta de turismo, Secretaria Municipal de Cultura e Turismo – dotado de recurso próprio;

- Não existe legislação municipal de cultura, tampouco Fundo Municipal de Cultura efetivo.

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 Ouro Preto, é possível concluir que, em 2011, houve queda do indicador de competitividade do destino (Índice geral) em comparação ao ano anterior. Como explicado anteriormente, nesta análise são consideradas diferenças de pontuação superiores a 1,0 ponto no indicador na comparação entre 2010 e 2011.

Se a análise for realizada sobre as 13 dimensões avaliadas por este estudo, é possível observar que houve evolução nos resultados dos últimos dois anos em *Infraestrutura geral, Serviços e equipamentos turísticos, Monitoramento e Economia local*.

As dimensões *Acesso, Capacidade empresarial, Aspectos ambientais e Aspectos culturais* registraram estabilidade de resultados em 2011 em relação a 2010.

Por fim, foi possível observar que as dimensões *Atrativos turísticos, Marketing e promoção do destino, Políticas públicas, Cooperação regional e Aspectos sociais* 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				Ouro Preto			
	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	62,6	64,3	67,2	65,5
Infraestrutura geral	63,8	64,6	65,8	68,4	58,1	58,9	59,8	63,2	59,2	64,0	60,5	64,5
Acesso	55,6	58,1	60,5	61,8	47,5	49,7	52,3	53,1	51,1	57,8	61,7	62,6
Serviços e equipamentos turísticos	44,8	46,8	50,8	52,0	36,3	37,9	41,9	43,4	45,0	45,4	47,8	49,7
Atrativos turísticos	58,2	59,5	60,5	62,0	59,3	60,2	61,3	62,5	75,7	74,8	76,0	74,6
Marketing e promoção do destino	38,2	41,1	42,7	45,6	32,4	36,5	39,8	42,5	75,8	71,8	71,0	53,0
Políticas públicas	50,8	53,7	55,2	56,1	47,3	50,2	50,7	52,4	66,0	67,8	65,4	58,9
Cooperação regional	44,1	48,1	51,1	49,9	45,0	48,8	53,1	51,4	68,3	70,7	77,6	59,8
Monitoramento	35,4	34,5	35,3	36,7	30,6	29,4	30,0	31,2	58,0	59,3	64,3	76,4
Economia local	56,6	57,1	59,5	60,8	50,9	49,6	51,5	53,7	48,0	52,0	62,1	65,3
Capacidade empresarial	51,3	55,7	57,0	59,3	36,6	39,8	38,6	41,0	60,2	60,3	67,5	67,1
Aspectos sociais	57,2	57,4	58,4	59,1	53,5	53,4	54,2	55,2	63,9	70,6	77,0	74,9
Aspectos ambientais	58,9	61,8	65,6	67,2	55,5	58,1	61,5	63,3	66,1	68,4	69,9	70,2
Aspectos culturais	54,6	54,6	55,9	57,5	49,8	48,7	50,0	51,2	85,4	79,1	83,5	82,7

Fonte: FGV, MTur, Sebrae, 2012

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