

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

BONITO

2013



APRESENTAÇÃO

Com o intuito de auxiliar destinos turísticos, fornecendo informações que contribuam para a análise, a conjugação e o equilíbrio dos 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 2008, 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 ao desenvolvimento da atividade turística.

O presente relatório apresenta individualmente os valores que o destino obteve nas 13 dimensões abordadas pelo estudo e reúne as análises sobre os resultados consolidados. Tais resultados foram gerados a partir de respostas coletadas no município pela Fundação Getulio Vargas de maio a agosto de 2013.

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

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO.....	2
SUMÁRIO.....	3
1. ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE	4
2. RESULTADOS	6
2.1. Índice geral	6
2.2. Infraestrutura geral	9
2.3. Acesso	10
2.4. Serviços e equipamentos turísticos	12
2.5. Atrativos turísticos	14
2.6. Marketing e promoção do destino	16
2.7. Políticas públicas.....	18
2.8. Cooperação regional.....	20
2.9. Monitoramento	22
2.10. Economia local	24
2.11. Capacidade empresarial.....	25
2.12. Aspectos sociais	27
2.13. Aspectos ambientais.....	28
2.14. Aspectos culturais.....	30
3. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE	33

1. ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE

A fim de dar continuidade ao trabalho iniciado em 2008, o **Ministério do Turismo (Mtur)**, o **Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae Nacional)** e a **Fundação Getulio Vargas (FGV)** consolidam, no presente documento, os resultados da edição 2013 do *Índice de Competitividade do Turismo Nacional*.

Para realizar este estudo, pesquisadores da Fundação Getulio Vargas permanecem uma semana em cada destino aplicando um questionário com perguntas que incluem dados primários e secundários em 13 dimensões – Infraestrutura geral, Acesso, Serviços e equipamentos turísticos, Atrativos turísticos, Marketing e promoção do destino, Políticas públicas, Cooperação regional, Monitoramento, Economia local, Capacidade empresarial, Aspectos sociais, Aspectos ambientais e Aspectos culturais.

Todas as perguntas que integram as 13 dimensões do questionário compõem o Índice de Competitividade do destino, ou seja, 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 índices 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 fins de análise, os índices de competitividade foram divididos em cinco níveis com escala de 0 a 100¹:

Nível 1: intervalo entre 0 e 20;

Nível 2: intervalo entre 21 e 40;

Nível 3: intervalo entre 41 e 60;

Nível 4: intervalo entre 61 e 80;

¹ Para o posicionamento em níveis, segundo a escala proposta, utilizou-se o critério de arredondamento das pontuações. Por exemplo: abaixo de 20,4, a pontuação posicionou-se no nível 1 (entre 0 e 20); acima de 20,5, classificou-se no nível 2 (entre 21 e 40), e assim por diante.

Nível 5: destinos com índices entre 81 e 100.

Serão apresentados, portanto, os resultados consolidados do destino em 2013: o índice geral de competitividade do destino e o indicador em cada uma das 13 dimensões avaliadas. O documento apresenta ainda a média Brasil (média dos indicadores obtidos pelos 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 cinco edições da pesquisa, é importante observar os critérios estatísticos nos quais esse levantamento se baseia. Considerou-se que o índice se manteve estável em casos de 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 das não capitais), recomenda-se que cada destino analise seus resultados de forma crítica, ponderando questões ligadas às suas características geográficas, econômicas e ao posicionamento, a fim de entender que os resultados de determinada dimensão serão influenciados por esses fatores. Dessa forma, não se espera que alguns destinos alcancem, necessariamente, o índice mais alto em todas as dimensões. Isso é especialmente aplicado a alguns destinos não capitais ou que estejam direcionados a nichos específicos de mercado.

Uma leitura criteriosa e consciente dos índices obtidos poderá fornecer referências para 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 tirar partido de vantagens competitivas, norteando a elaboração de políticas públicas que eliminem, gradativamente, os entraves ao desenvolvimento sustentável da atividade turística.

2. RESULTADOS

A pesquisa em Bonito foi realizada entre os dias 24 e 28 de junho de 2013, período em que foram entrevistados diversos representantes dos setores público e privado, associações de classe, entre outros, para coletar os dados que compõem o índice de competitividade do destino.

Aplicou-se, também, o método de observação *in loco* para a avaliação dos destinos. Em complemento aos dados coletados em campo, a pesquisa utilizou diversas informações disponíveis em fontes oficiais.

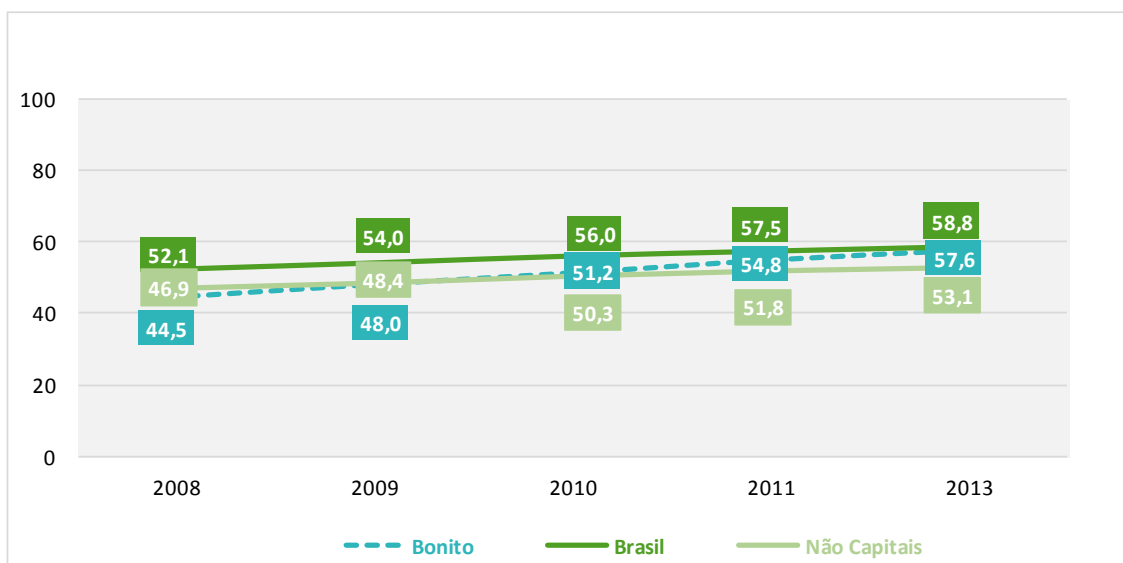
Além dos índices alcançados pelo destino em cada dimensão, serão destacados, a seguir, os principais fatores que contribuíram para tais resultados.

2.1. 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 2013 foi de 57,6 (nível 3). Esse resultado, apresentado no gráfico a seguir, ficou acima do índice obtido em 2011 (54,8):

Gráfico 1. Índices gerais de competitividade – destino x Brasil: 2008-2013

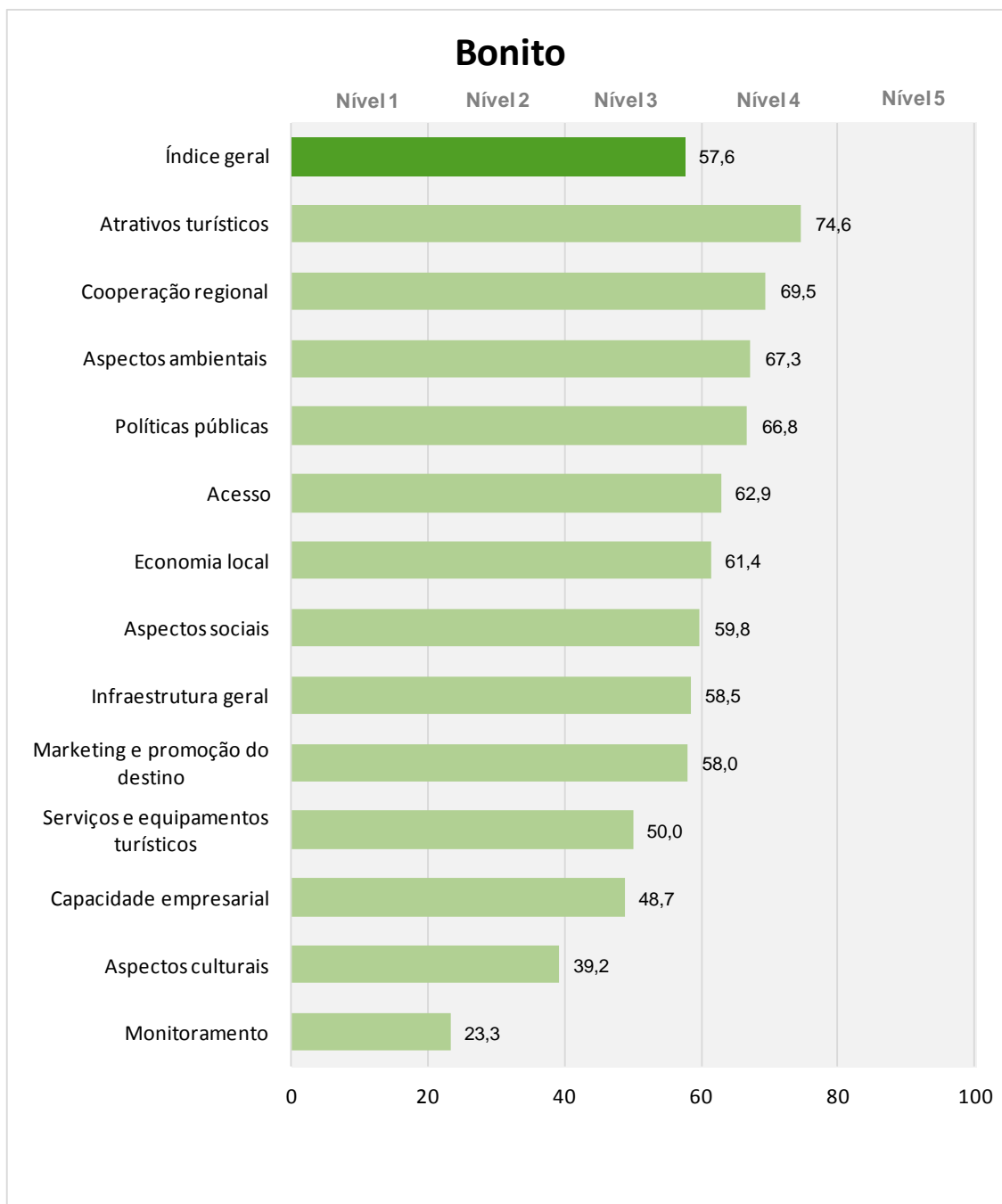


Observa-se no Gráfico 1 o comportamento dos indicadores do destino ao longo das cinco edições da pesquisa. Em 2013, o índice evoluiu, mantendo-se no mesmo nível de competitividade que 2011.

O Gráfico 1 apresenta a média Brasil e média das não capitais, demonstrando que o índice do destino seguiu a tendência nacional de evolução gradual. Considerando os resultados obtidos por todos os 65 destinos avaliados em 2013, a média Brasil, índice referencial da competitividade nacional, foi de 58,8. A média dos índices das não capitais foi de 53,1.

Os resultados apresentados a seguir apontam que, das 13 dimensões avaliadas, as que obtiveram melhores desempenhos, com índices acima do nível 4 (61 a 80), foram Atrativos turísticos, Cooperação regional, Aspectos ambientais, Políticas públicas, Acesso e Economia local, conforme o gráfico a seguir. Por sua vez, as dimensões com os menores níveis de competitividade são Aspectos culturais e Monitoramento, as quais não ultrapassaram o nível 2 (abaixo de 40,4).

Gráfico 2. Índices por dimensão em ordem decrescente de desempenho

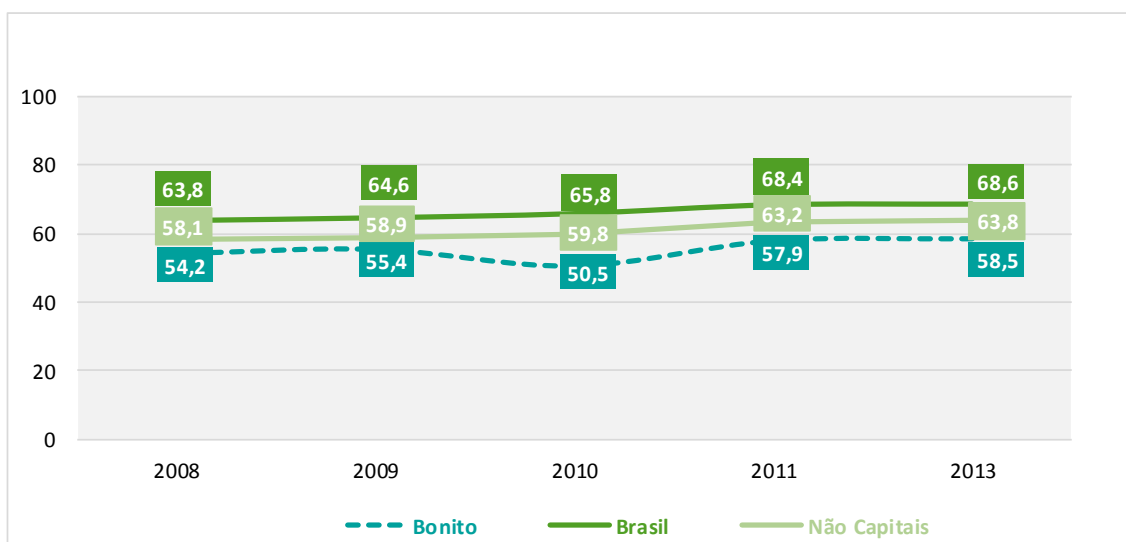


2.2. Infraestrutura geral

O *Índice de Competitividade do Turismo Nacional* considerou 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 2013 foi de 68,6. Bonito registrou 58,5 nessa dimensão em 2013 (nível 3), índice estável em relação ao do obtido pelo destino em 2011, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 3. Índices Infraestrutura geral – destino x Brasil: 2008-2013



A média das não capitais avaliadas foi de 63,8 (nível 4), acima do resultado do destino nesta dimensão.

O indicador foi influenciado de forma positiva por fatores, tais como:

- Disponibilidade, no destino, de serviço público de atendimento médico em emergências 24 horas com atendimento em nível de primeiros socorros, estrutura para pequenas cirurgias e cirurgias de emergência e laboratório de análises;
- Presença de um grupamento especial de atendimento ao turista na Polícia Militar;
- Existência de Defesa Civil e Guarda Municipal no destino;

- Existência de elementos de drenagem nas áreas turísticas;
- Presença de órgão responsável pela conservação urbana – Secretaria Municipal de Obras; e
- Disponibilidade de lixeiras, telefones públicos, iluminação e abrigos de táxis no entorno das áreas turísticas.

Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

- Fornecimento descontínuo de energia elétrica no período de baixa e alta temporada;
- Inexistência de programa de proteção ao turista na Polícia Civil; e
- Ausência de Corpo de Bombeiros com grupo de busca e salvamento.

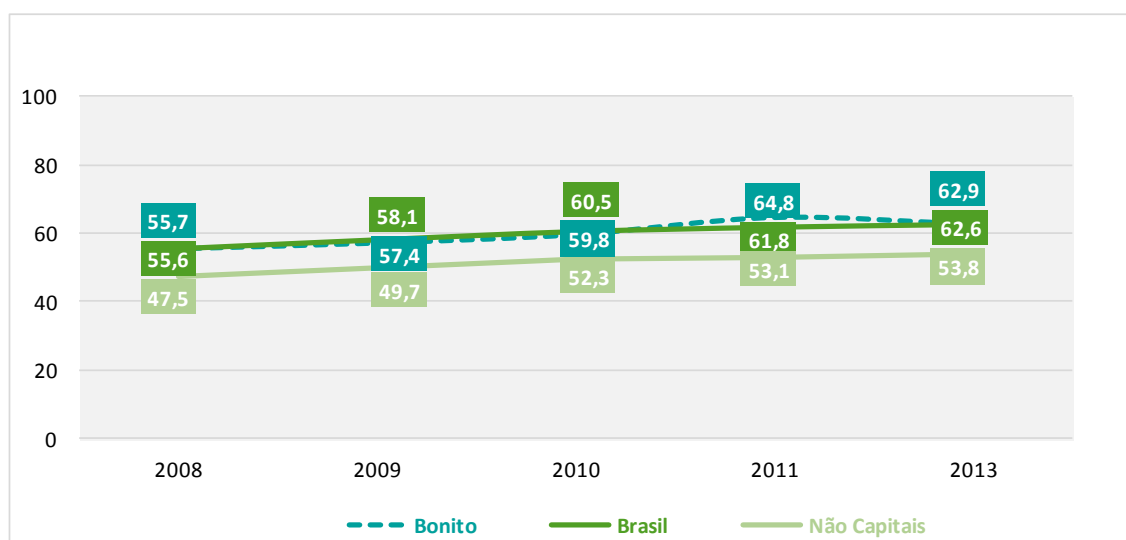
Além desses fatores, foram considerados na composição do índice, indicadores de saúde como a expectativa de vida da população, o número de estabelecimentos com atendimento de urgência, o número de postos ambulatoriais de atendimento, o número de profissionais de saúde e o número de leitos.

2.3. Acesso

Nesta dimensão foram consideradas 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 2013 foi de 62,6. O destino registrou 62,9 nessa dimensão em 2013 (nível 4), índice abaixo do obtido em 2011, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 4. Índices Acesso – destino x Brasil: 2008-2013



A média das não capitais avaliadas foi de 53,8 (nível 3), abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

Entre os fatores que contribuíram favoravelmente para o índice de competitividade do destino nesta dimensão, constam:

- Aeroporto dentro do território municipal – Aeroporto Regional de Bonito, com serviço de táxi quando há oferta de voos, assentos, iluminação, sanitários conservados e limpos, pavimentação da pista, facilidades para Pessoas com Deficiência e sinalização interna em idioma estrangeiro;
- Aeroporto que atende ao município fora de seu território – Aeroporto Internacional de Campo Grande, com Centro de Atendimento ao Turista, lojas, restaurantes e lanchonetes, serviço de táxi, serviço bancário, serviço de câmbio, assentos, iluminação, limpeza, sanitários conservados, facilidades para pessoas com deficiência, serviço de ouvidoria, Infraero e sinalização interna em idioma estrangeiro;
- Opções de transporte público ou concessões para atender àqueles que desembarcam no terminal aéreo Aeroporto Internacional de Campo Grande – ônibus convencional, táxi especial e serviço de van, conforme visita técnica ao município;

- Existência de um terminal rodoviário no destino, com oferta de transportes para o deslocamento dos que embarcam e desembarcam na rodoviária – táxi convencional e mototáxi;
- Linha regular de transporte turístico (ônibus ou similar) – transporte compartilhado;
- Disponibilidade de vagas públicas para estacionamento nas áreas turísticas;
- Serviços de táxi regularizados e padronizados; e
- Oferta de ligação aérea direta entre o aeroporto do destino e seu principal centro emissor de turista nacional – Estado de São Paulo.

Entre os fatores limitantes à evolução do indicador, constam os seguintes:

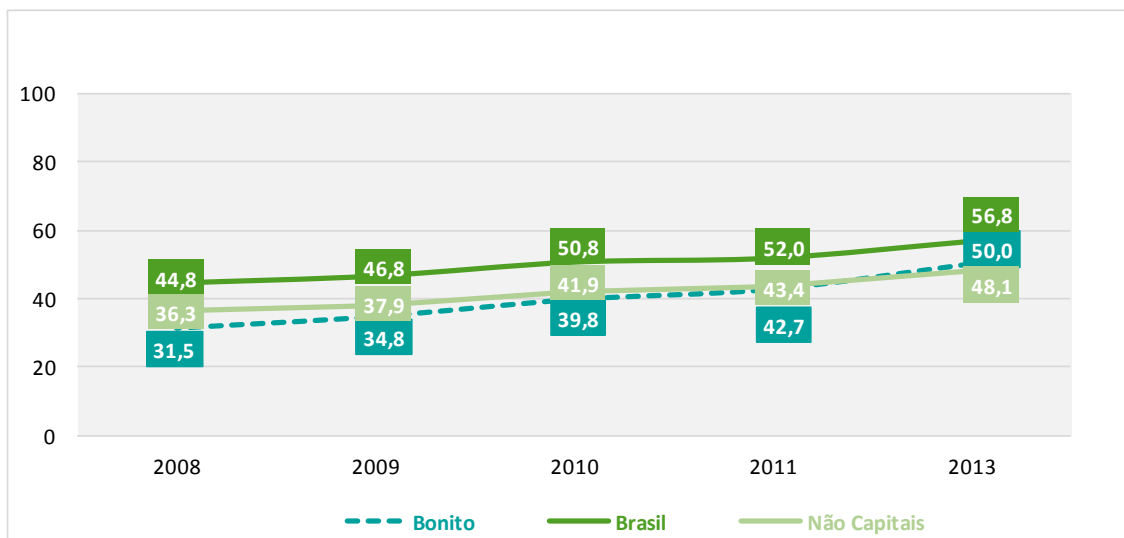
- Carência de transporte para os que embarcam ou desembarcam no terminal aeroportuário que atende ao destino – Aeroporto Regional de Bonito;
- Inexistência de serviços no terminal rodoviário que atendam ao destino, tais como: centro de atendimento ao turista, lojas, assentos e facilidades para Pessoas com Deficiência;
- Indisponibilidade de informações em idioma estrangeiro para quem circula na linha regular de transporte turístico (ônibus ou similar) – transporte compartilhado;
- Existência de congestionamentos no destino; e
- Oferta escassa de ligações aéreas diretas entre o aeroporto do destino e seus principais centros emissores de turistas internacionais.

2.4. Serviços e equipamentos turísticos

A dimensão *Serviços e equipamentos turísticos* contemplou as seguintes variáveis: (i) sinalização turística; (ii) Centro de Atendimento ao Turista - CAT; (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 2013 foi de 56,8. O destino registrou 50,0 nessa dimensão em 2013 (nível 3), índice acima do obtido em 2011, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 5. Índices Serviços e equipamentos turísticos – destino x Brasil: 2008-2013



A média das não capitais avaliadas foi de 48,1 (nível 3), abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

O indicador foi influenciado de forma positiva pela verificação de fatores, entre os quais:

- Sinalização turística viária nos padrões internacionais recomendados pelo **MTur**, conservada e com informações disponíveis em idioma estrangeiro;
- Sinalização turística descritiva ou interpretativa nos atrativos, e disponível também em idioma estrangeiro;
- Existência de Centro de Atendimento ao Turista no destino e que oferece diversos serviços, como contatos de prestadores de serviços, informações sobre Bonito e sobre destinos do entorno, e display com mapas e *folders*;
- Central telefônica de informações turísticas;
- Centro de convenções no destino – o equipamento considerado foi Centro de Convenções de Bonito, que conta com auditórios, salas modulares, arena

aberta, estacionamento próprio, brigada de incêndio e ambulatório. Localizado próximo às áreas turísticas;

- Oferta de espaços para a realização de eventos – salas modulares, parque de exposições e salas em hotéis para eventos de pequenos/médio porte;
- Existência de políticas locais de incentivo à adoção de tecnologias que priorizem a questão ambiental em estabelecimentos de hospedagem, por meio de sistema de reciclagem de resíduos, de uso de fontes de energia renováveis e de programas de certificação ambiental;
- 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 idioma estrangeiro;
- Existência de organização representativa de guias, AGTB – Associação de Guias de Turismo de Bonito, e de guias de turismo registrados no **MTur**;
- Instituições de qualificação profissional que oferecem cursos livres e técnicos de capacitação nas áreas relacionadas ao turismo no município, como de Guias de Turismo; e
- Presença de estabelecimento de alimentação com padrão turístico - com capacidade para atender turistas estrangeiros.

Entre os fatores limitantes à evolução do indicador, constam os seguintes:

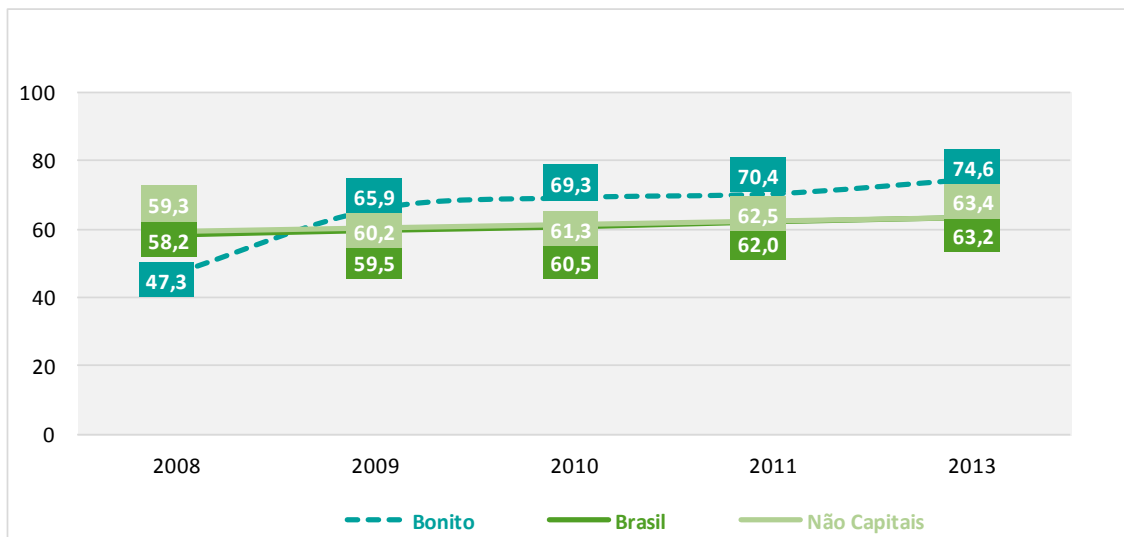
- Inexistência de transporte público para o principal centro de convenções;
- Carência de oferta local de serviços para qualificação profissional – cursos de graduação - em áreas relacionadas ao turismo; e
- Ausência de instruções próprias, no destino, quanto à manipulação e preparo com higiene dos alimentos oferecidos por parte dos estabelecimentos de alimentação.

2.5. Atrativos turísticos

Na dimensão *Atrativos turísticos*, o *Estudo 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 2013 foi de 63,2. O destino registrou 74,6 nessa dimensão em 2013 (nível 4), um índice acima do obtido em 2011, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 6. Índices Atrativos turísticos – destino x Brasil: 2008-2013



A média das não capitais avaliadas foi de 63,4 (nível 4), abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

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

- Existência de atrativos naturais para os quais há fluxo turístico, tais como: Gruta Lago Azul, Rio Sucuri - flutuação e Rio Formoso – passeio de bote;
- Evidência de conservação ambiental do entorno do principal atrativo natural indicado – Gruta Lago Azul –, conforme observado em visita técnica;
- Controle de visitantes no principal atrativo natural conforme consta no Plano de Manejo da Gruta Lago Azul, que minimiza o impacto da atividade turística sobre os recursos naturais;
- Presença de atrativos culturais com fluxo turístico, dos quais foram indicados como principais: Fábrica de Taboa (produção de cachaça, oficina de artesanato, degustação e venda de produtos), Casa da Memória Raída e Feira do Artesão;
- Adoção de quesitos de acessibilidade e evidência de conservação urbanística do entorno do principal atrativo cultural indicado – Fábrica de Taboa;

- Existência de eventos programados que atraem turistas, entre os quais: Festival de Inverno, Festival da Guavira e Encontro do Clube do Laço;
- O local onde acontece o principal evento programado indicado – Festival de Inverno – conta com estrutura física boa e com alguns quesitos de acessibilidade para pessoas portadoras de necessidades especiais;
- Existência de atrativos de realizações técnicas, científicas ou artísticas que atraem visitantes ao longo de todo o ano com interesse específico, independentemente de uma data especial no calendário de eventos, com destaque para o Modelo de Gestão Turístico e Ambiental do Município de Bonito, principal atrativo indicado nesta categoria; e
- Os quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência (cadeirantes e cegos) são adotados nas principais áreas turísticas do destino, consequência da implementação do Modelo de Gestão Turístico e Ambiental.

Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

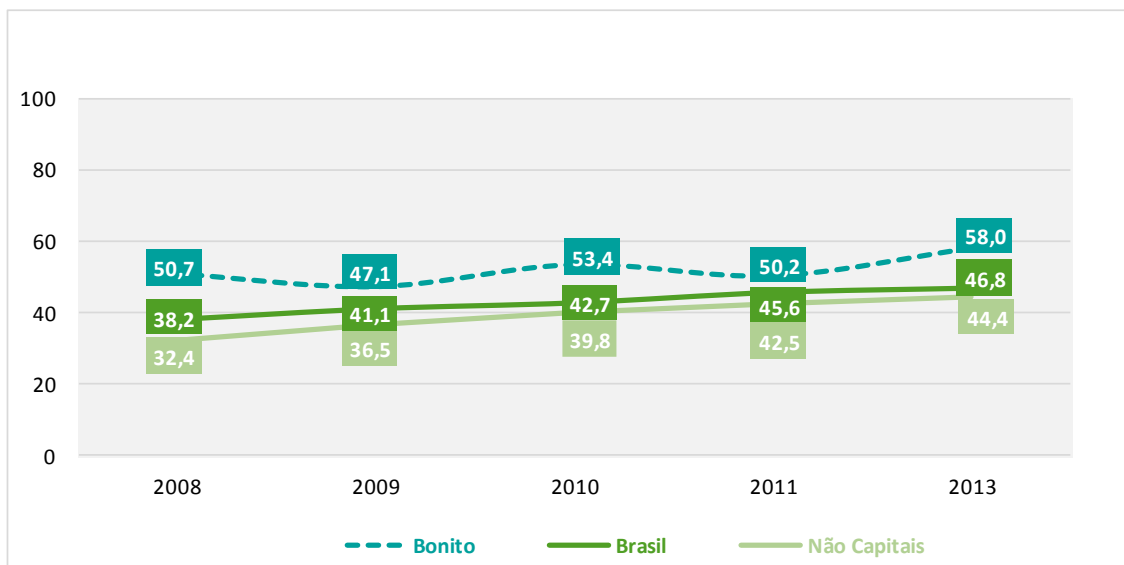
- Estrutura disponível na Gruta Lago Azul carece de melhorias, por exemplo, corrimão na trilha de acesso a gruta, piso menos escorregadio, delimitação de subida e descida;
- Carência de recursos que viabilizem o acesso ou circulação de pessoas com deficiência no principal atrativo natural; e
- Inexistência de estudo de capacidade de carga para o principal atrativo cultural indicado – Fábrica de Taboa.

2.6. *Marketing e promoção do destino*

Na dimensão *Marketing e promoção do destino* foram consideradas 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 2013 foi de 46,8. O destino registrou 58,0 nessa dimensão em 2013 (nível 3), um índice acima do obtido em 2011, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 7. Índices Marketing e promoção do destino – destino x Brasil: 2008-2013



A média das não capitais avaliadas foi de 44,4 (nível 3), abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

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

- O município é contemplado por um plano de *marketing* regional, que prevê metas de mercado para o turismo no destino, apesar de não possuir um plano de *marketing* do destino, com metas e análises de ambientes definidos;
- Participação em feiras e eventos do setor de turismo nos últimos dois anos;
- Participação contínua em feiras e eventos de outros setores (não voltados especificamente ao setor de turismo), de forma a ampliar a promoção do destino para públicos específicos no mercado nacional e no mercado internacional;
- Avaliação dos resultados dos eventos dos quais o destino participa, por meio de contatos de relacionamentos estabelecidos, contagem do número e apuração do valor de negócios efetivados. Esta prática ocorre em eventos de turismo e em eventos de outros setores não diretamente ligados ao turismo;
- O destino produziu, nos últimos cinco anos, eventos próprios para se promover fora de seu território;
- Existência de material promocional institucional disponível em idioma estrangeiro, que deixa claro, ao visitante, a preocupação com a prevenção à

exploração sexual de crianças e adolescentes e com a preservação do meio ambiente;

- O material promocional do destino passa por revisão ortográfica profissional;
- Existência de material promocional que apresenta a oferta de espaços estruturados para eventos no destino;
- Agenda de eventos disponível para consulta gratuitamente e online;
- Informações turísticas sobre o destino na página institucional do município na internet – acessível pelo endereço www.bonito.ms.gov.br; e
- Existência de página promocional de turismo do destino, acessível pelo endereço www.bonito-ms.com.br, que sinaliza ao visitante a preocupação do destino em prevenir a exploração sexual de crianças e adolescentes no turismo e em preservar o meio ambiente.

Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

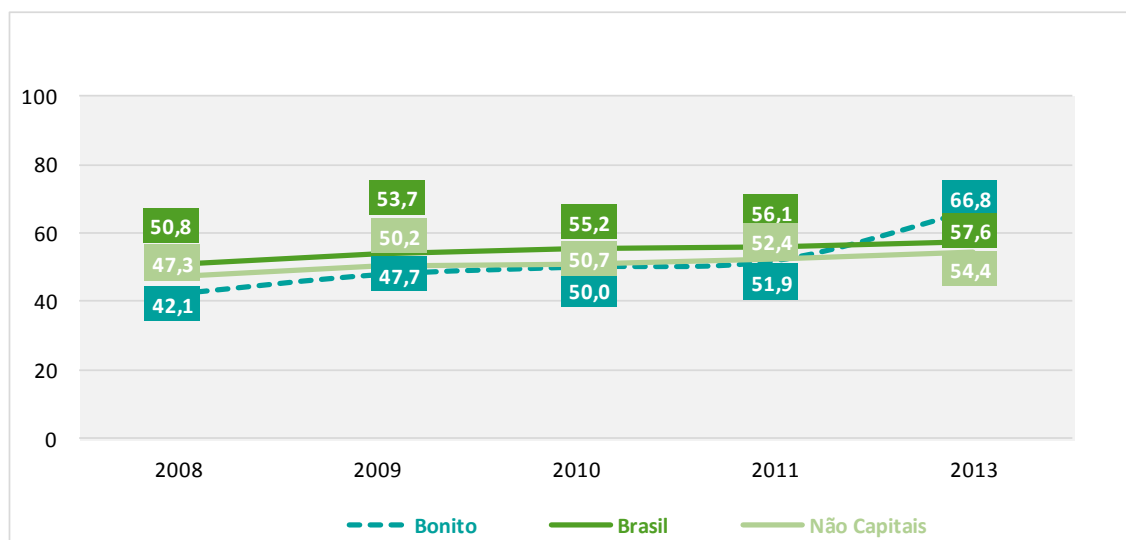
- Inexistência de plano de *marketing* formal para o destino, o qual poderia ser elaborado com a colaboração de diversos atores, contendo metas e seus indicadores de desempenho, atribuição de responsabilidades, e fundamentado em pesquisa sobre a demanda turística, contemplando a relação com agências e operadoras; e
- Ausência de informações em idioma estrangeiro na página promocional de turismo do destino.

2.7. 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 2013 foi de 57,6. O destino registrou 66,8 nessa dimensão em 2013 (nível 4), um índice acima do obtido em 2011, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 8. Índices Políticas públicas – destino x Brasil: 2008-2013



A média das não capitais avaliadas foi de 54,4 (nível 3), abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

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

- Existência de um órgão municipal – Secretaria de Turismo, Indústria e Comércio - com atribuição de coordenar ou incentivar o desenvolvimento do turismo - ainda que não exclusivo do turismo – e que dispõe de recurso próprio extraorçamentário para coordenar e incentivar o desenvolvimento do setor;
- A Secretaria de Turismo, Indústria e Comércio desenvolveu, no ano anterior, projetos em conjunto com outras secretarias - Cultura e Esportes - em atividades relacionadas ao turismo, entre eles: Projeto Arte para Todos, Caça Talentos, Eventos Esportivos;
- Recebimento de recursos provenientes de emendas parlamentares no ano anterior;
- Presença de instância de governança local ativa – em formato de Conselho Municipal de Turismo - dedicada ao acompanhamento da atividade turística;
- Recebimento de investimentos diretos do governo estadual em projetos que visavam ao desenvolvimento do turismo, nas áreas de infraestrutura geral, acesso, marketing e promoção do destino, educação, cultura, esportes e assistência social;

- Além de atuar em cooperação com o Ministério do Turismo em programas ou convênios, foram feitos investimentos diretos do governo federal no destino em projetos ligados ao turismo, no ano anterior nas áreas de infraestrutura geral, acesso, infraestrutura turística e educação;
- Existência de Plano Diretor Municipal, revisado recentemente, que contempla o setor de turismo;
- Existência de planejamento formal para o setor de turismo – Planejamento Estratégico do Turismo 2013-2016; e
- Execução de ações e projetos em parceria com a iniciativa privada ou com entidades de classe representativas do setor ao longo do ano anterior.

Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

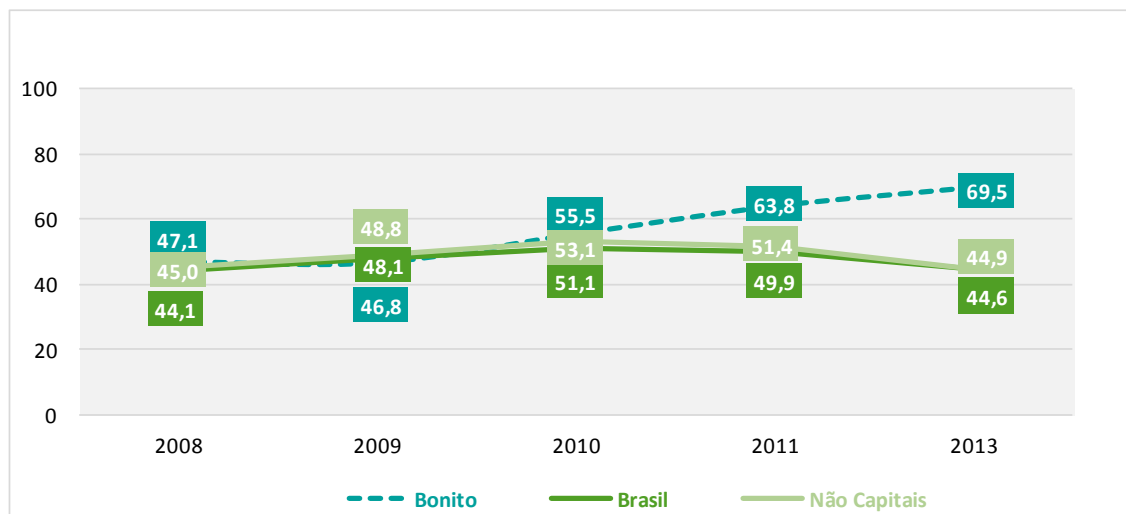
- O órgão gestor de turismo não é exclusivo da pasta turismo – Secretaria de Turismo, Indústria e Comércio.

2.8. Cooperação regional

O *Estudo de Competitividade* considerou 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 2013 foi de 44,6. O destino registrou 69,5 nessa dimensão em 2013 (nível 4), índice acima do obtido em 2011, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 9. Índices Cooperação regional – destino x Brasil: 2008-2013



A média das não capitais avaliadas foi de 44,9 (nível 3), abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

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

- O destino faz parte de uma instância de governança regional – Fórum Regional Bonito-Serra da Bodoquena – que conta com a participação ativa de diversos atores do segmento turístico da região de mesmo nome, que foi constituída seguindo os princípios do Programa de Regionalização do Ministério do Turismo;
- A instância de governança regional dispõe de um gestor executivo com dedicação parcial à coordenação e realiza parcerias com os setores públicos e privados dos oito municípios que representa e mantém reuniões mensais,
- Foram realizadas duas oficinas para mobilizar atores do segmento turístico do destino para a importância da cooperação regional, no ano anterior;
- Existência de projetos de cooperação regional compartilhados entre o município avaliado e outros destinos da região Bonito-Serra da Bodoquena, entre eles, criação de Conselho Municipal de Turismo em cinco destinos da região e ação de *benchmark* com empresários e gestores da região;
- Existência de plano de desenvolvimento turístico integrado para a região – Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo – PDITS do Polo da Serra da

Bodoquena, no qual estão previstas atribuição de responsabilidades e metas de mercado, cujas ações e projetos contemplam o município avaliado;

- O destino integra roteiros regionais – Bonito/Pantanal - comercializados por operadores e/ou agências, elaborados com informações de inventário ou cadastro da oferta turística, estruturados com a participação de atores do *trade* turístico;
- A elaboração dos roteiros regionais dos quais o destino faz parte considerou questões de sustentabilidade, como estudo de capacidade de carga dos atrativos, estudos e relatórios de impacto ao meio ambiente e princípios de sustentabilidade do Programa de Regionalização do Turismo;
- No ano anterior, o destino participou de eventos para a promoção e comercialização dos roteiros regionais dos quais faz parte, em parceria com agentes/operadores de turismo receptivo, como o Evento de Ecoturismo na África do Sul, e realizou ações promocionais - publicidade em ônibus em Nova York; e
- O destino produz/coproduz material promocional da região turística e de roteiros turísticos do qual faz parte.

Entre os fatores limitantes à evolução do indicador nesta dimensão, estão:

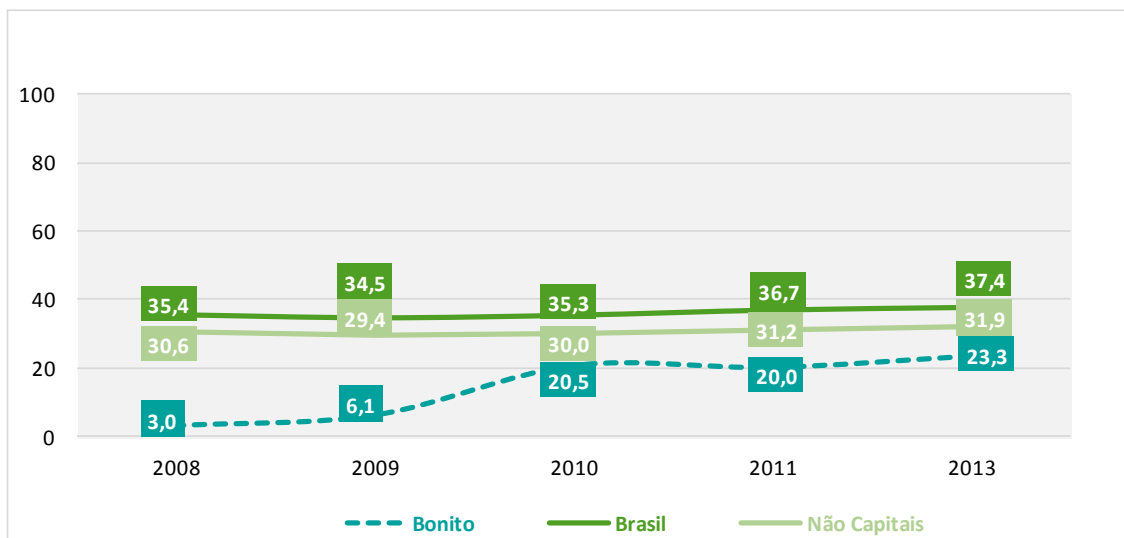
- A instância de governança regional – Fórum Regional Bonito-Serra da Bodoquena – não está formalmente constituída, não conta com recurso próprio e nem dispõe de suporte para a condução de suas atividades; e
- Inexistência de página institucional da região turística na *internet*.

2.9. Monitoramento

Na dimensão *Monitoramento* foram considerados 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 2013 foi de 37,4. O destino registrou 23,3 nessa dimensão em 2013 (nível 2), índice acima do obtido em 2011, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 10. Índices Monitoramento – destino x Brasil: 2008-2013



A média das não capitais avaliadas foi de 31,9 (nível 2), acima do resultado do destino nesta dimensão.

Na dimensão *Monitoramento*, o indicador foi influenciado de forma positiva por:

- Existência de pesquisa de perfil do turista no âmbito do segmento turístico do destino - ecoturismo;
- Existência de pesquisa de oferta atualizada – cadastramento de equipamentos e atrativos turísticos;
- Aproveitamento e divulgação dos dados coletados na pesquisa de oferta em planejamento, políticas públicas e ações de marketing e promoção;
- Disponibilidade de um conjunto de estatísticas turísticas;
- Elaboração de relatórios de conjuntura turística;
- Acompanhamento contínuo dos objetivos da política em turismo em nível municipal por meio de relatórios de visitaçao dos equipamentos e atrativos turísticos; e
- Monitoramento periódico dos impactos econômicos, sociais e ambientais gerados pelo turismo;

Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

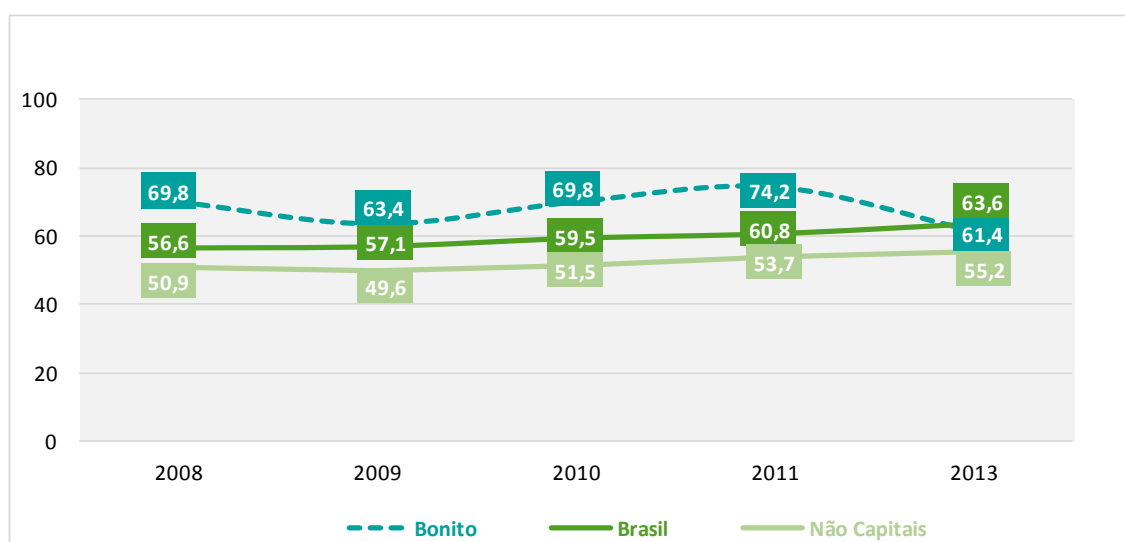
- Não realização de pesquisa de demanda periódica para coleta de dados relevantes para a gestão, o planejamento e a divulgação de informações sobre o destino;
- Não acompanhamento dos objetivos da política em turismo em nível estadual e federal; e
- A administração pública local não possui um setor específico de estudos que realize pesquisas em turismo.

2.10. 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 2013 foi de 63,6. O destino registrou 61,4 nessa dimensão em 2013 (nível 4), índice abaixo do obtido em 2011, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 11. Índices Economia local – destino x Brasil: 2008-2013



A média das não capitais avaliadas foi de 55,2 (nível 3), abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

Nesta dimensão, dados econômicos de fontes secundárias também foram observados, como o PIB, PIB *per capita* e volume de operações de crédito.

O indicador foi influenciado de forma positiva nesta dimensão por fatores como:

- Acesso gratuito à *internet* em locais públicos – praça central;
- Presença de caixas eletrônicos de autoatendimento para saques com cartões de crédito internacionais;
- Existência de casas de câmbio para turistas estrangeiros;
- Oferta de benefícios financeiros locais ou regionais (linhas especiais de financiamento) para empreendimentos e serviços ligados ao setor por meio do Fundo do Centro-Oeste/Banco do Brasil e Sicredi; e
- Atuação de um *Convention & Visitors Bureau* exclusivo do destino.

Entre os fatores que limitam a evolução do indicador, estão:

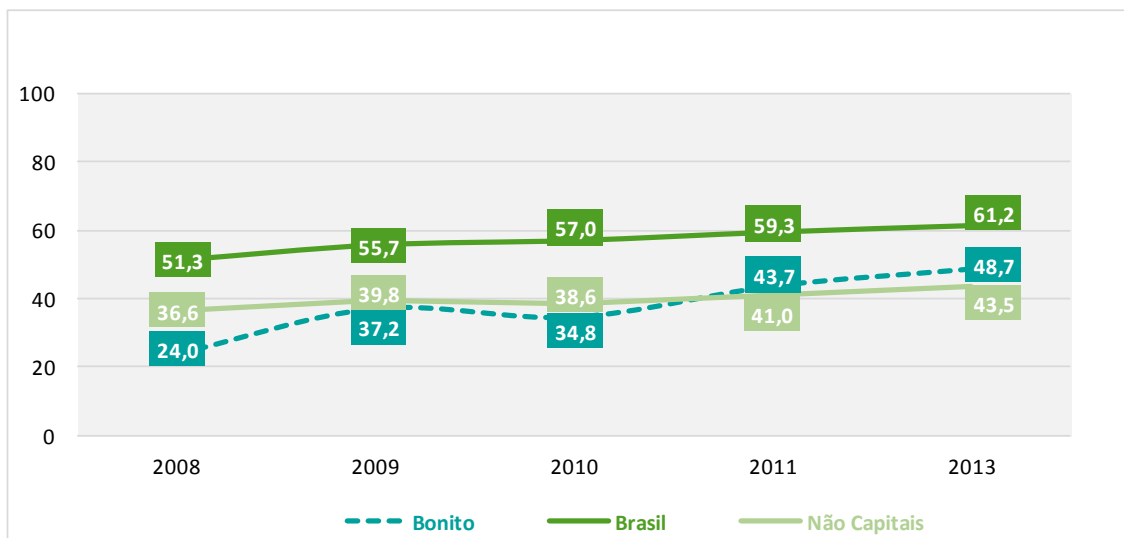
- Ausência de políticas locais ou regionais de incentivo à formalização de estabelecimentos comerciais e de prestadores de serviços;
- Ausência de benefícios locais de isenção ou redução de impostos ou taxas para as atividades características do turismo; e
- Inexistência de um polo de produção/negócios capaz de movimentar a economia local e, conseqüentemente, alavancar o fluxo turístico receptivo.

2.11. Capacidade empresarial

O *Estudo de Competitividade* considerou 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 2013 foi de 61,2. O destino registrou 48,7 nessa dimensão em 2013 (nível 3), índice acima do obtido pelo destino em 2011, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 12. Índices Capacidade empresarial – destino x Brasil: 2008-2013



A média das não capitais avaliadas foi de 43,5 (nível 3), abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

O indicador 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;
- Existência de escolas de formação em idioma estrangeiro – inglês;
- Pessoal local qualificado para trabalhar em cargos de gerência ou administrativos em meios de hospedagem, de acordo com a opinião dos entrevistados;
- Presença de grupos de redes regionais de meios de hospedagem;
- Existência de adensamentos de empreendimentos turísticos que fomentam o empreendedorismo como arranjos produtivos locais; e
- A não identificação de barreiras de entrada para novos empreendimentos turísticos no destino.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador, estão:

- Ausência de grupos de redes nacionais ou internacionais do setor de turismo, como empresas dos segmentos de locação de automóveis e redes de meios de hospedagem; e

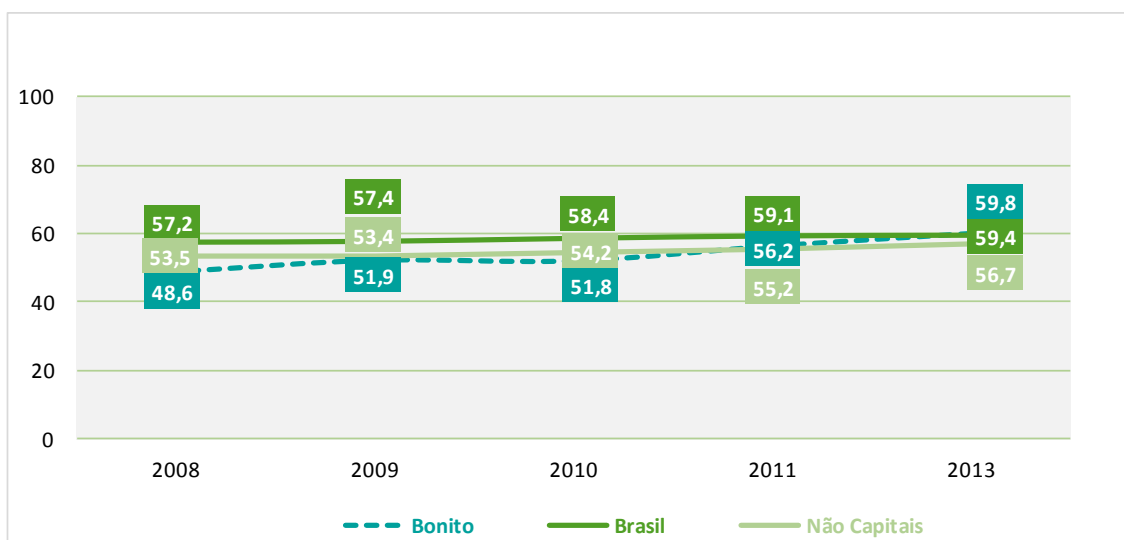
- Inexistência de empresas de grande porte, filiais ou subsidiárias com mais de mil funcionários e de empresas que exportam mercadorias de alto valor agregado ou perecíveis.

2.12. Aspectos sociais

O *Estudo de Competitividade* considerou 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 2013 foi de 59,4. O destino registrou 59,8 (nível 3) nessa dimensão em 2013, índice acima do obtido em 2011, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 13. Índices Aspectos sociais – destino x Brasil: 2008-2013



A média das não capitais avaliadas foi de 56,7 (nível 3), abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

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), foram alguns dos dados considerados na composição do índice da dimensão *Aspectos Sociais*.

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

- Investimentos em educação acima do percentual obrigatório de 25%;
- Adoção de políticas de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes por parte do poder público municipal, que conta com o apoio da iniciativa privada, do terceiro setor;
- Existência de programas de incentivo ao uso dos equipamentos turísticos pela população local, ações contínuas realizadas por órgãos municipais;
- Sensibilização dos cidadãos sobre a importância da atividade turística para o destino – por meio da Lei Municipal que institui a Disciplina de Turismo aos alunos de oitavo e nono ano das escolas municipais, e conscientização do turista para a preservação do meio ambiente;
- A população costuma ser consultada sobre atividades ou projetos turísticos por meio do Conselho Municipal de Turismo e audiências públicas; e
- Envolvimento da comunidade local com a atividade turística por meio de associações de moradores, organizações não governamentais, sindicatos e associações de classe.

Entre os fatores limitantes para a evolução do indicador, estão:

- Utilização de mão de obra informal durante a alta temporada, segundo relatos obtidos em campo;
- Inexistência de programa específico de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes no turismo; e
- Ausência de sensibilização do turista para o respeito à comunidade local e para o respeito à cultura e ao patrimônio.

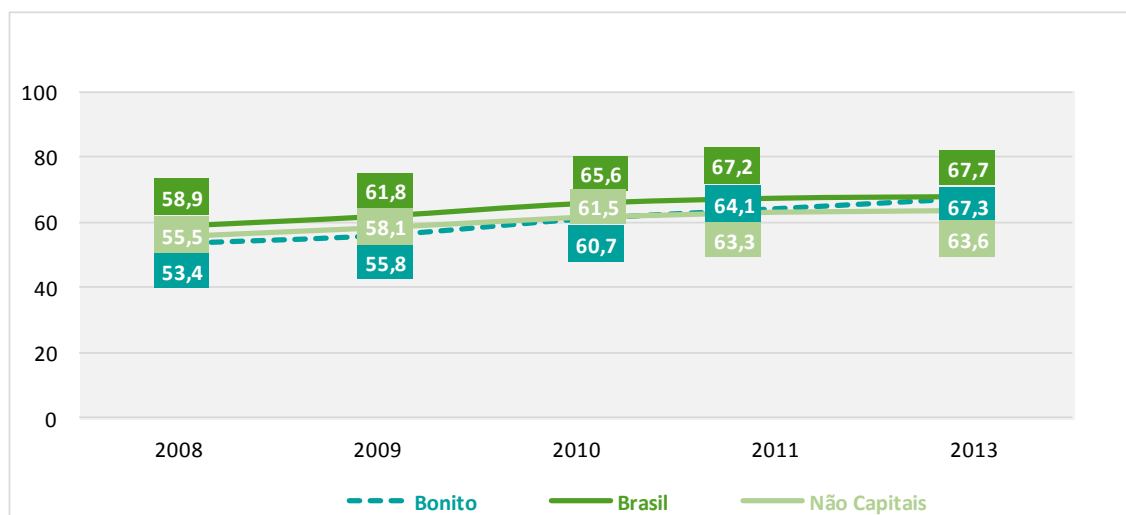
2.13. Aspectos ambientais

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 2013 foi de 67,7. O destino registrou 67,3 nessa dimensão em 2013 (nível 4), índice acima do obtido em 2011, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 14. Índices Aspectos ambientais – destino x Brasil: 2008-2013



A média das não capitais avaliadas foi de 63,6 (nível 4), abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

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

- Presença de um órgão municipal com atribuição de coordenar ou incentivar a preservação do meio ambiente- Secretaria de Meio Ambiente;
- Existência de Conselho Municipal de Meio Ambiente e de um Código Ambiental Municipal;
- Rede pública de distribuição de água que atende a grande maioria da população;
- Disponibilidade de sistema público de coleta de esgoto com configuração de separador absoluto que atende ao destino;
- Disponibilidade de serviços de coleta seletiva residencial que atende em parte a população; e

- Presença de Unidades de Conservação com atividade turística em território municipal – Parque Nacional da Serra da Bodoquena -, com conselho gestor e na qual se aplica de plano de manejo.

Entre os fatores limitantes para a evolução do indicador, figuram:

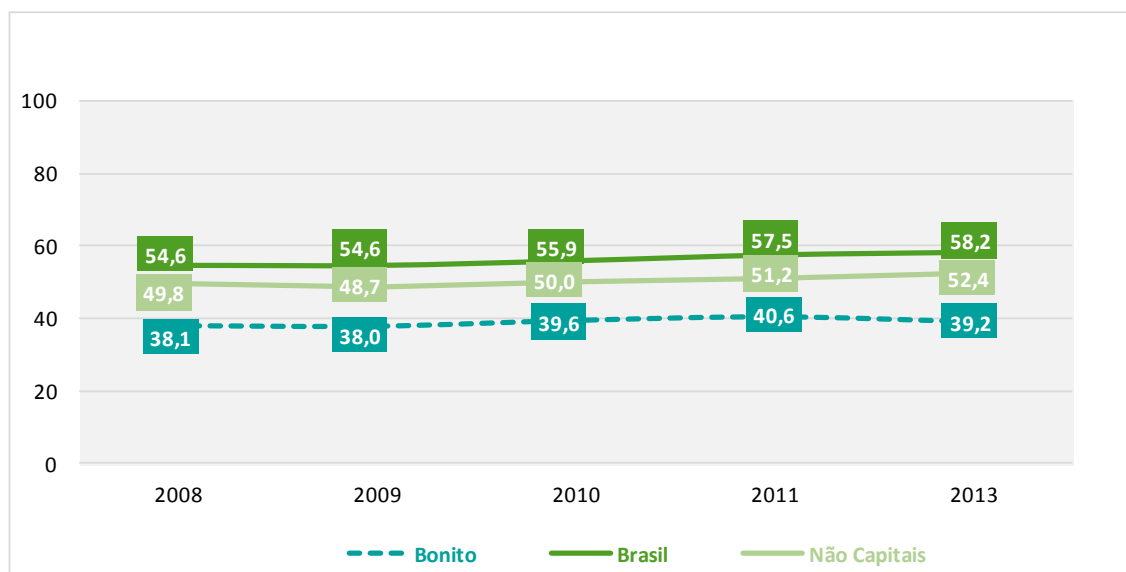
- Existência de ações judiciais públicas contra a vigência do Código Ambiental Municipal;
- Presença de atividades potencialmente poluidoras, com alvará de funcionamento, como mineradora e agricultura com utilização de defensivos;
- Ausência de estação de tratamento de água para a sua reutilização e de campanhas educativas periódicas para o uso racional da água; e
- Destinação de resíduos sólidos residenciais e comerciais para um local sem estrutura nem capacidade suficiente.

2.14. Aspectos culturais

Nesta dimensão foram considerados 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 2013 foi de 58,2. O destino registrou 39,2 nessa dimensão em 2013 (nível 2), um índice abaixo do obtido em 2011, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 15. Índices Aspectos culturais – destino x Brasil: 2008-2013



A média das não capitais avaliadas foi de 52,4 (nível 3), acima do resultado do destino nesta dimensão.

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

- Presença de atividade artesanal típica – indígena, couro, madeira – reconhecida em esfera local, e existência de culinária típica: carne de jacaré, e sopa paraguaia;
- Presença de tradições culturais evidentes e típicas da região onde está inserido, entre elas Clube do Laço e de manifestações religiosas no destino – Festa de São Pedro e Procissão do Sinhozinho;
- Existência de comunidades tradicionais no território municipal – quilombola e comunidade de pescadores no distrito de Águas de Miranda;
- Existência de bens tombados como patrimônio histórico – Gruta do Lago Azul e Gruta Nossa Senhora Aparecida;
- Presença de órgão da administração local com atribuição exclusiva de incentivar o desenvolvimento da cultura – Secretaria Municipal de Cultura; e
- O destino aderiu ao Sistema Nacional de Cultura.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador, estão:

- Inexistência de grupos artísticos de manifestação popular tradicional, que denotam a carência de produções culturais que, associadas ao turismo, poderiam fomentar o fluxo de visitantes para o município;
- Ausência de patrimônio imaterial registrado, de patrimônio artístico tombado e de sítios arqueológicos;
- Inexistência de política municipal de cultura que poderia, entre outros, prever a manutenção de calendário de manifestações culturais no destino;
- Ausência de legislação municipal de cultura, e de fundo municipal de cultura;
- O destino não conta com projeto de implementação de turismo cultural; e
- Não monitoramento da utilização turística do patrimônio cultural por meio da aplicação de plano de capacidade de suporte ou carga.

3. 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 do Brasil e do grupo das não capitais, registrados nas últimas três edições do Índice de Competitividade.

Ao realizar uma análise sobre a série histórica dos resultados de Bonito, é possível concluir que, em 2013, houve evolução do indicador de competitividade do destino (Índice geral) em comparação com o ano anterior da pesquisa².

² Como explicado anteriormente, para que o município possa comparar os resultados, é importante observar que se considerou, como estabilidade do índice, um aumento ou queda de até 1,0 ponto na comparação dos indicadores entre anos seguidos. Isto é, para que o destino considere que o índice evoluiu ou regrediu, é preciso que a diferença entre os resultados das pesquisas seja superior a 1,0 ponto, para mais ou para menos.

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

Dimensões	Brasil			Não Capitais			Bonito		
	2010	2011	2013	2010	2011	2013	2010	2011	2013
Índice geral	56,0	57,5	58,8	50,3	51,8	53,1	51,2	54,8	57,6
Infraestrutura geral	65,8	68,4	68,6	59,8	63,2	63,8	50,5	57,9	58,5
Acesso	60,5	61,8	62,6	52,3	53,1	53,8	59,8	64,8	62,9
Serviços e equipamentos turísticos	50,8	52,0	56,8	41,9	43,4	48,1	39,8	42,7	50,0
Atrativos turísticos	60,5	62,0	63,2	61,3	62,5	63,4	69,3	70,4	74,6
Marketing e promoção do destino	42,7	45,6	46,8	39,8	42,5	44,4	53,4	50,2	58,0
Políticas públicas	55,2	56,1	57,6	50,7	52,4	54,4	50,0	51,9	66,8
Cooperação regional	51,1	49,9	44,6	53,1	51,4	44,9	55,5	63,8	69,5
Monitoramento	35,3	36,7	37,4	30,0	31,2	31,9	20,5	20,0	23,3
Economia local	59,5	60,8	63,6	51,5	53,7	55,2	69,8	74,2	61,4
Capacidade empresarial	57,0	59,3	61,2	38,6	41,0	43,5	34,8	43,7	48,7
Aspectos sociais	58,4	59,1	59,4	54,2	55,2	56,7	51,8	56,2	59,8
Aspectos ambientais	65,6	67,2	67,7	61,5	63,3	63,6	60,7	64,1	67,3
Aspectos culturais	55,9	57,5	58,2	50,0	51,2	52,4	39,6	40,6	39,2

Fonte: FGV, SEBRAE, MTur, 2013

* 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.