

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

CORUMBÁ

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 .....	23
2.11. Capacidade empresarial.....	25
2.12. Aspectos sociais .....	26
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 100<sup>1</sup>:

**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;

---

<sup>1</sup> 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 Corumbá foi realizada entre os dias 1 e 5 de julho 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.

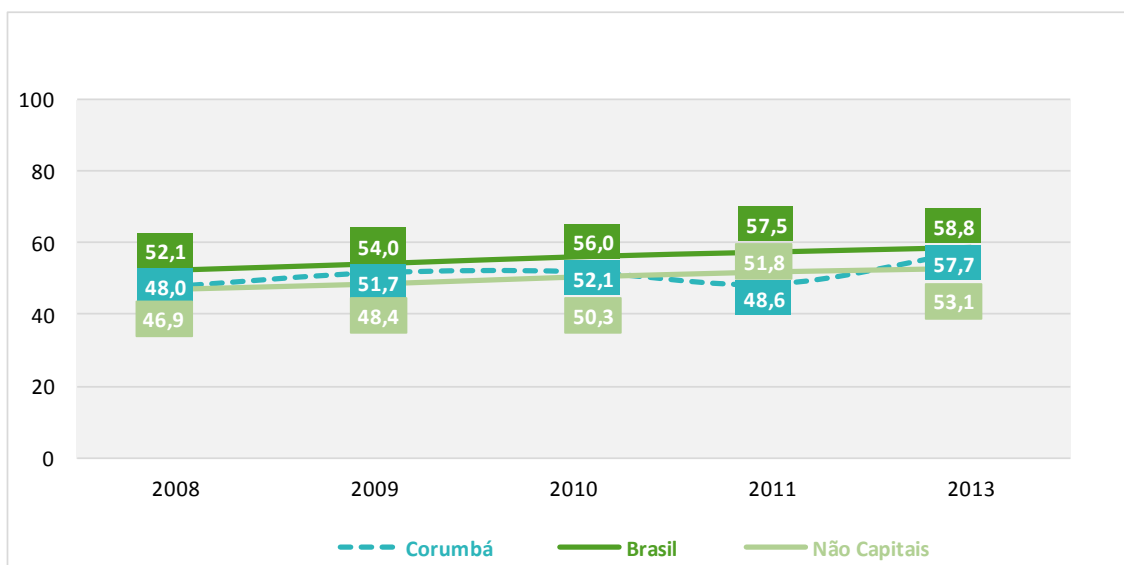
Além dos índices alcançados pelo destino em cada dimensão, serão destacados, a seguir, os principais fatores que contribuíram para tais resultados.

### 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 57,7 (nível 3). Esse resultado, apresentado no gráfico a seguir, ficou acima do índice obtido em 2011 (48,6):

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

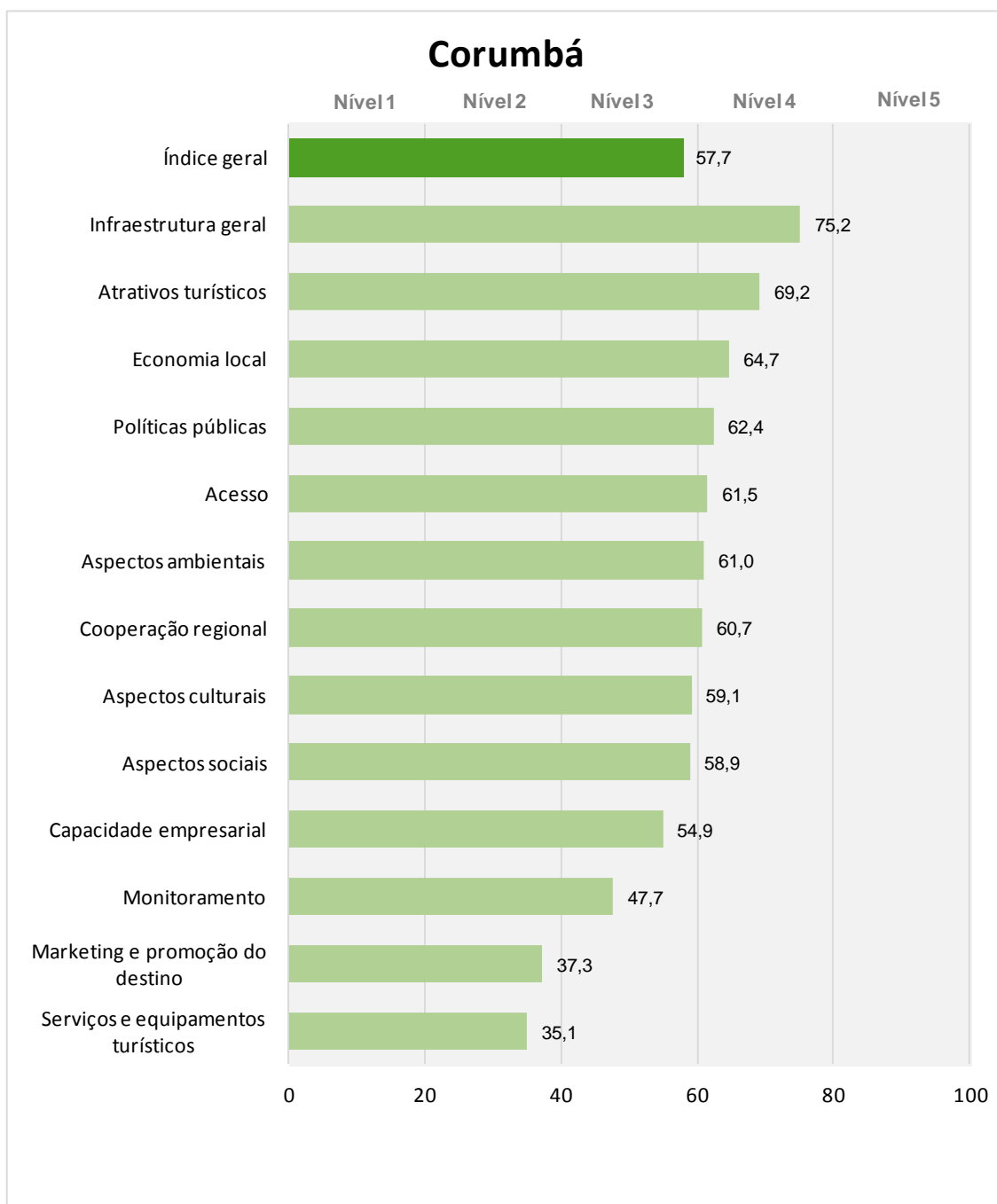


Observa-se no Gráfico 1 o comportamento dos indicadores do destino ao longo das cinco edições da pesquisa. Em 2013, o índice evoluiu, mantendo-se no mesmo nível de competitividade que 2011.

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 Infraestrutura geral, Atrativos turísticos, Economia local, Políticas públicas, Acesso, Aspectos ambientais e Cooperação regional, conforme o gráfico a seguir. Por sua vez, as dimensões com os menores níveis de competitividade são *Marketing* e promoção do destino e Serviços e equipamentos turísticos, as quais não ultrapassaram o nível 2 (abaixo de 40,4).

**Gráfico 2. Índices por dimensão em ordem decrescente de desempenho**



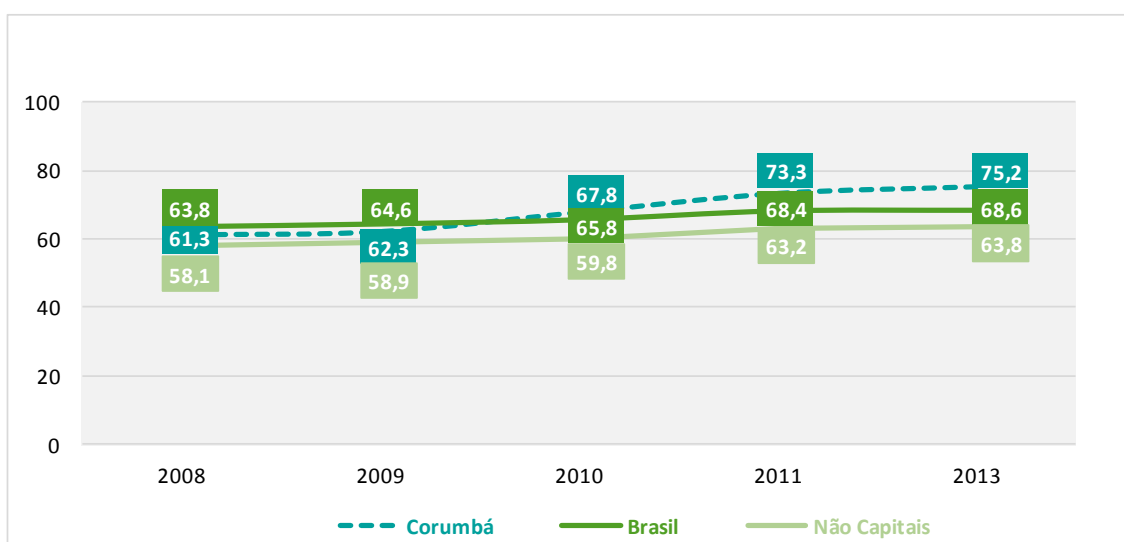


## 2.2. Infraestrutura geral

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. Corumbá registrou 75,2 nessa dimensão em 2013 (nível 4), índice acima 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), abaixo 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, pequenas cirurgias, cirurgias de emergência e setor de transfusão;
- Fornecimento ininterrupto de energia elétrica no período de alta temporada;
- Presença de Corpo de Bombeiros com grupo de busca e salvamento;
- Existência de Defesa Civil e Guarda Municipal no destino;
- Existência de elementos de drenagem nas áreas turísticas; e

- Presença de órgão responsável pela conservação urbana – Secretaria Municipal de Infraestrutura, Habitação e Serviços Públicos.

Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

- Ausência de grupamento de polícia especializado no atendimento ao turista;
- Inexistência de programa de proteção ao turista na Polícia Civil; e
- Ausência de lixeiras, banheiros públicos e telefones públicos no entorno das áreas turísticas.

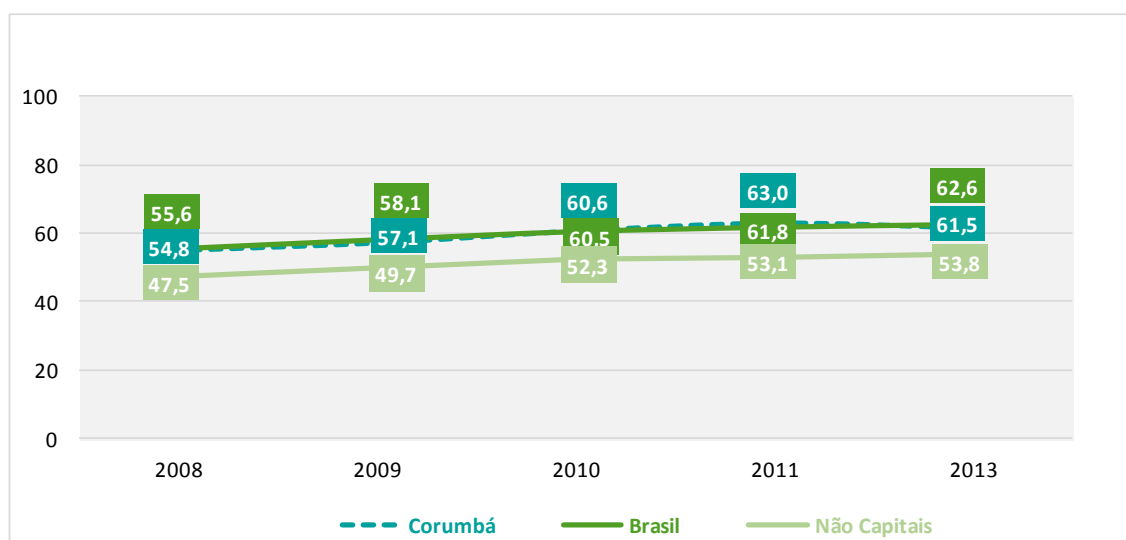
Além desses fatores, foram considerados na composição do índice, indicadores de saúde como a expectativa de vida da população, o número de estabelecimentos com atendimento de urgência, o número de postos ambulatoriais de atendimento, o número de profissionais de saúde e o número de leitos.

### **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 61,5 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 Internacional de Corumbá, com restaurantes e lanchonetes, locadoras de veículos, serviço de táxi, facilidade para pessoas com deficiência, Infraero e sinalização interna em idioma estrangeiro;
- Opções de transporte público ou concessões para atender àqueles que desembarcam no terminal aéreo Aeroporto Internacional de Corumbá – ônibus convencional e táxi convencional, conforme visita técnica ao município;
- 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 serviço de táxi, facilidades para pessoas com deficiência, sanitários limpos e conservados e serviços de lanchonetes;
- Oferta de transportes para o deslocamento dos que embarcam e desembarcam na rodoviária – ônibus convencional, ônibus executivo e táxi convencional;
- Disponibilidade de vagas públicas para estacionamento nas áreas turísticas; e
- Serviços de táxi regularizados e padronizados.

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

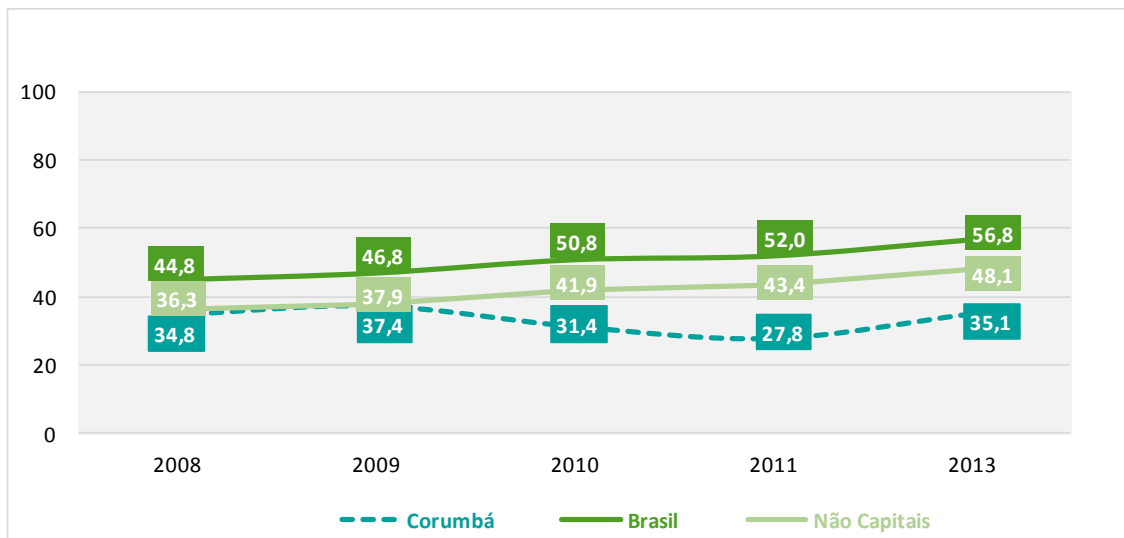
- Inexistência de terminal aquaviário e ferroviário que atenda ao destino;
- Inexistência de linha regular de transporte turístico (ônibus ou similar) que interligue os principais atrativos do destino;
- Existência de congestionamentos no destino;
- Inexistência de linhas de transporte urbano que atendam às principais atrações turísticas; e
- Oferta escassa de ligações aéreas diretas entre o aeroporto do destino e seus principais centros emissivos de turistas nacionais e 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 35,1 nessa dimensão em 2013 (nível 2), 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), acima do resultado do destino nesta dimensão.

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

- Existência de Centro de Atendimento ao Turista no destino e que oferece diversos serviços, como contatos de prestadores de serviços turísticos, informações e material promocional sobre o destino e sobre a região o qual o destino está inserido e atendimento bilíngue – inglês e espanhol;
- Centro de convenções no destino – o equipamento considerado foi Centro de Convenções do Pantanal Miguel Gomes, com estrutura física que conta com auditórios, estacionamento próprio, capacidade para mais de um evento, independentes e simultâneos, brigada de incêndio e ambulatório, facilidades para pessoas com deficiência, acesso a internet, restaurante e cafeteria;
- Localização do centro de convenções próximo às áreas turísticas;
- Oferta de espaços para a realização de eventos – anfiteatro, salas em hotéis para eventos de pequeno porte, espaços multifuncionais e centro de conferências;
- Disponibilidade de acesso à *internet* nas unidades habitacionais da maioria dos meios de hospedagem;

- Presença de empresas de receptivo que oferecem diversos serviços aos turistas, inclusive com atendimento em idioma estrangeiro – inglês e espanhol;
- Disponibilidade de guias de turismo registrados pelas normas do **MTur**;
- Instituições de qualificação profissional que oferecem cursos livres de capacitação nas áreas relacionadas ao turismo no município, como de hotelaria, turismo, bares e restaurantes, e de organizadores de eventos, e curso de mestrado na área de Fronteira;
- Existência de instruções próprias para orientar empresas e ambulantes, que vendem refeições ao público, a respeito da higiene na preparação dos alimentos; e
- Presença de restaurantes com padrão turístico no destino – capacidade para atender turistas estrangeiros -, e de estabelecimentos que fortalecem a gastronomia regional.

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

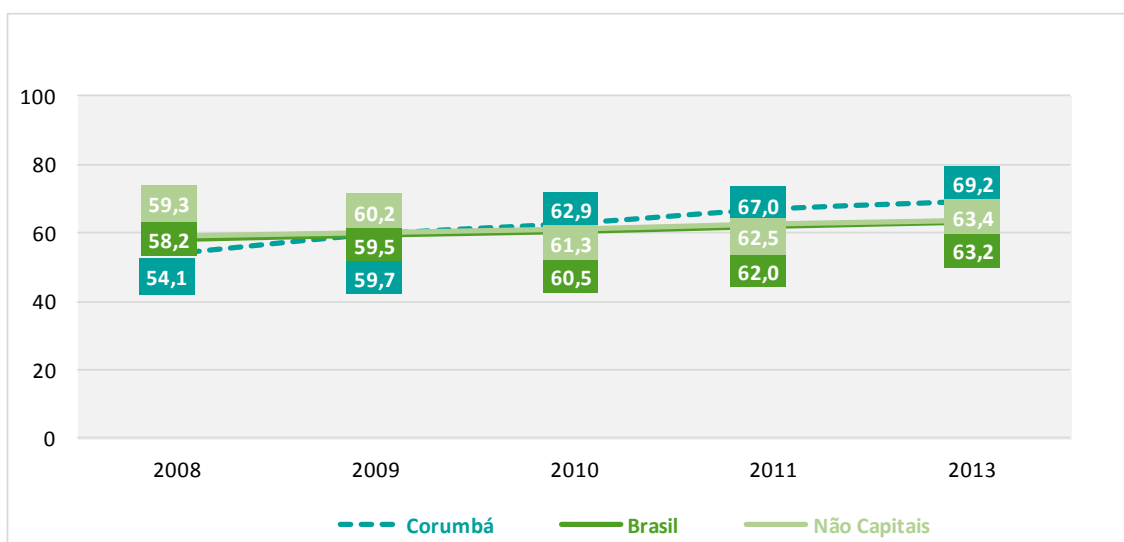
- Inexistência de sinalização turística viária nos padrões internacionais recomendados e de sinalização turística descritiva ou interpretativa nos atrativos;
- Carência de transporte público para o principal centro de convenções;
- Ausência de políticas locais de incentivo ao uso de tecnologias que priorizem a questão ambiental em estabelecimentos de hospedagem;
- Não cumprimento dos quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida por parte da maioria dos meios de hospedagem; e
- Ausência de oferta local de serviços para qualificação profissional – cursos técnicos e de graduação - em áreas relacionadas ao turismo.

## 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 69,2 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: Pantanal, Rio Uruguai e Estrada Parque do Pantanal;
- Evidência de conservação ambiental do entorno do principal atrativo natural indicado – Pantanal –, conforme observado em visita técnica;
- Presença de atrativos culturais com fluxo turístico, dos quais foram indicados como principais: Casario Histórico do Porto Geral às margens do Rio Uruguai, Museu da História do Pantanal - MUHPAN;
- Evidência de conservação urbanística do entorno do principal atrativo cultural indicado e de adoção de quesitos de acessibilidade;
- Existência de eventos programados que atraem turistas, entre os quais: Carnaval de Corumbá, Arraial do Banho de São João e Festival da América do Sul;

- O local onde acontece o principal evento programado indicado – Carnaval de Corumbá – conta com estrutura física boa, conservação urbanística e ambiental no seu entorno e alguns quesitos de acessibilidade para pessoas portadoras de necessidades especiais; e
- 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 Pantanal, principal atrativo indicado nesta categoria.

Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

- Inexistência de estudo de capacidade de carga ou suporte para o principal atrativo natural - Pantanal a fim de minimizar o impacto da atividade turística sobre os recursos; e
- Ausência de estudo de capacidade de carga para o principal atrativo cultural indicado – Casario Histórico do Porto Geral às margens do Rio Uruguai.

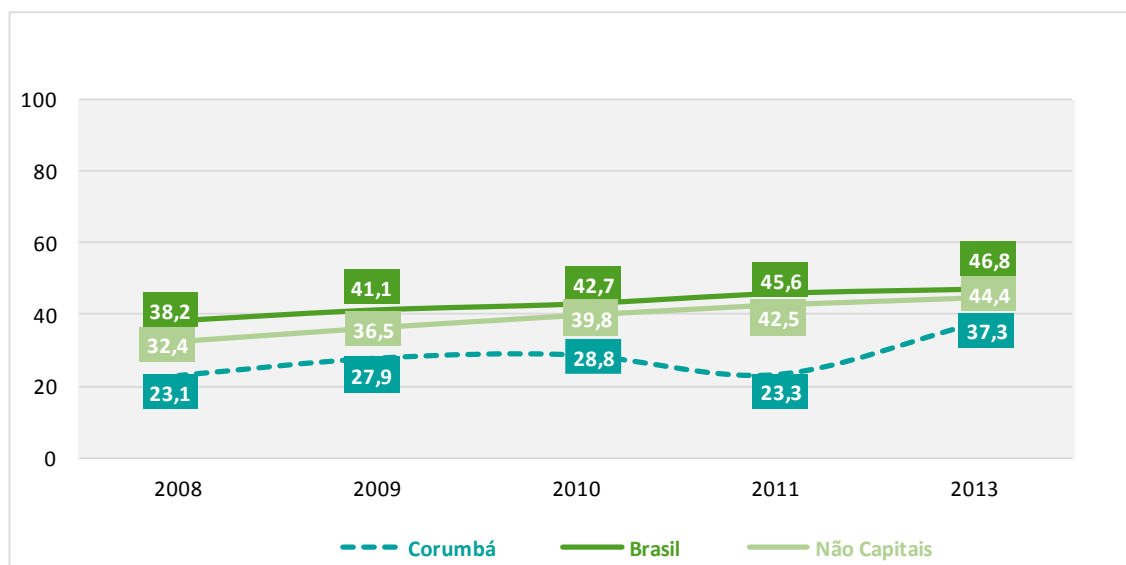
## **2.6. Marketing e promoção do destino**

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 37,3 nessa dimensão em 2013 (nível 2), 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), acima 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:

- 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;
- Existência de material promocional institucional, que deixa claro, ao visitante, a preocupação com a prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes;
- 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 *on line*; e
- Existência de página promocional de turismo e de informações turísticas sobre o destino na página institucional do município na *internet* – acessível pelo endereço [www.corumba.ms.gov.br](http://www.corumba.ms.gov.br).

Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

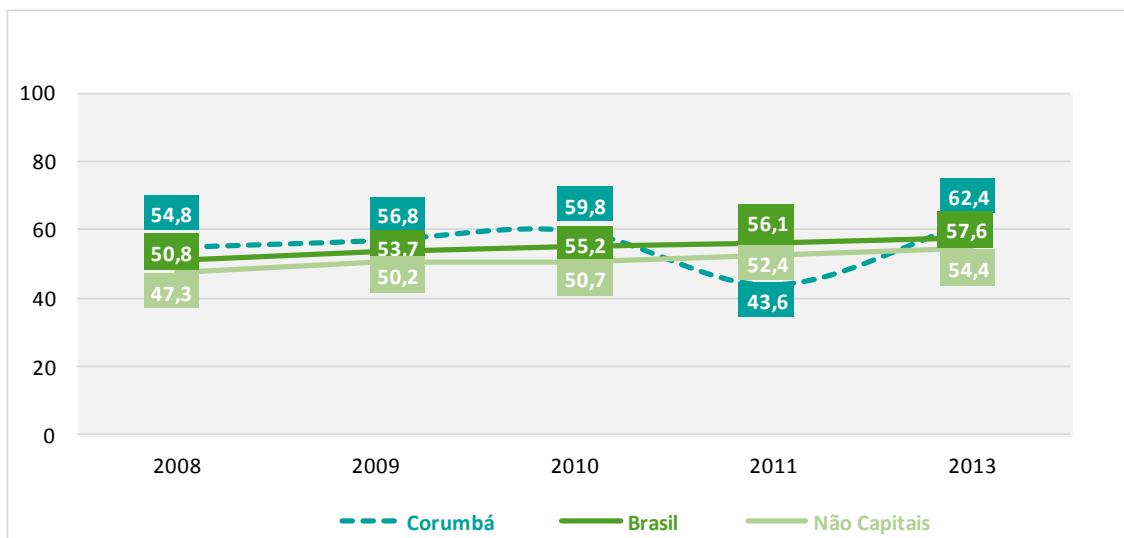
- Inexistência de plano de *marketing* formal para o destino, o qual poderia ser elaborado com a colaboração de diversos atores, contendo metas e seus indicadores de desempenho, atribuição de responsabilidades, e fundamentado em pesquisa sobre a demanda turística, contemplando a relação com agências e operadoras;
- Não existe plano similar de *marketing* regional, que estabeleça ações e metas de mercado para o turismo no destino;
- Resultados dos eventos de turismo e/ou dos eventos de outros segmentos dos quais a cidade participa não são avaliados, o que poderia ser feito por meio de pesquisa nos próprios eventos, contagem de visitantes recebidos nos estandes, bem como de negócios estabelecidos, entre outras ações;
- O destino não promoveu evento próprio para divulgar seus atrativos e equipamentos fora de seu território nos últimos cinco anos;
- O material promocional do destino não inclui idioma estrangeiro, não alerta o visitante sobre a importância de preservar o meio ambiente; e
- Ausência de informações em idioma estrangeiro na página promocional de turismo do destino e que deixem claro aos potenciais turistas a preocupação do destino em prevenir a exploração sexual de crianças e adolescentes no turismo e em conservar o meio ambiente.

## 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 62,4 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 com a atribuição exclusiva de coordenar ou incentivar o desenvolvimento do turismo – Fundação de Turismo do Pantanal, que dispõe de recurso próprio extraorçamentário;
- A Fundação de Turismo desenvolveu, no ano anterior, projetos em conjunto com outras secretarias em atividades relacionadas ao turismo, entre eles, ações de sensibilização, de preservação do patrimônio cultural e de turismo religioso;
- Recebimento de recursos provenientes de emendas parlamentares no ano anterior;
- Recebimento de investimentos diretos do governo estadual em projetos que visavam ao desenvolvimento do turismo;
- 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;
- Existência de Plano Diretor Municipal, que contempla o setor de turismo; 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:

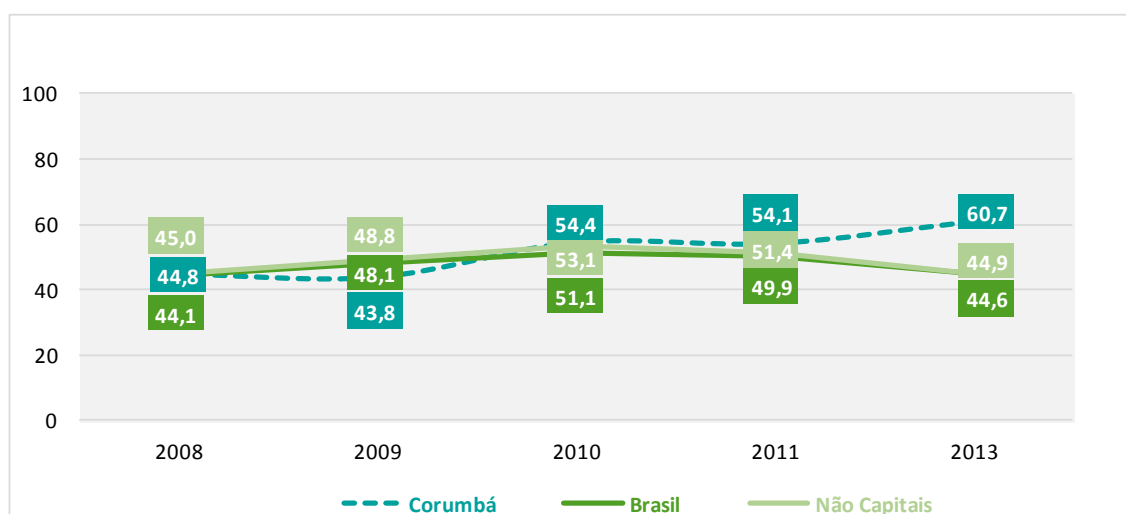
- Ausência de instância de governança local ativa – fórum ou conselho municipal de turismo - dedicada ao acompanhamento da atividade turística; e
- Corumbá não segue nenhum planejamento formal para o setor de turismo que defina diretrizes e metas do setor para os próximos anos.

## 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 60,7 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 de Turismo do Pantanal – que conta com a participação ativa de diversos atores do segmento turístico da região do Pantanal, e 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 municípios que representa;
- A instância de governança regional mantém reuniões bimestrais, dispõe de suporte – oferecido por **Sebrae** – para a condução de suas atividades;
- Existência de projetos de cooperação regional compartilhados entre o município avaliado e outros destinos da região do Pantanal, entre eles, Geopark, Rota Bonito-Pantanal e Travessia do Pantanal;
- Existência de plano de desenvolvimento turístico integrado para a região, no qual estão previstas atribuição de responsabilidades e metas de mercado, cujas ações e projetos contemplam o município avaliado;
- O destino integra roteiros regionais, comercializados por operadores e/ou agências, estruturados com a participação de atores do *trade* turístico;
- No ano anterior, o destino participou de eventos para a promoção e comercialização dos roteiros regionais e da região turística dos quais faz parte, e realizou ações promocionais, em parceria com outros destinos da mesma região, com agentes/operadores de turismo receptivo;
- Existência de página institucional da região turística na *internet* – acessível no endereço [www.pantanalecoturismo.tur.br](http://www.pantanalecoturismo.tur.br); e
- O destino produz/coproduz material promocional dos roteiros turísticos e da região turística da qual faz parte.

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

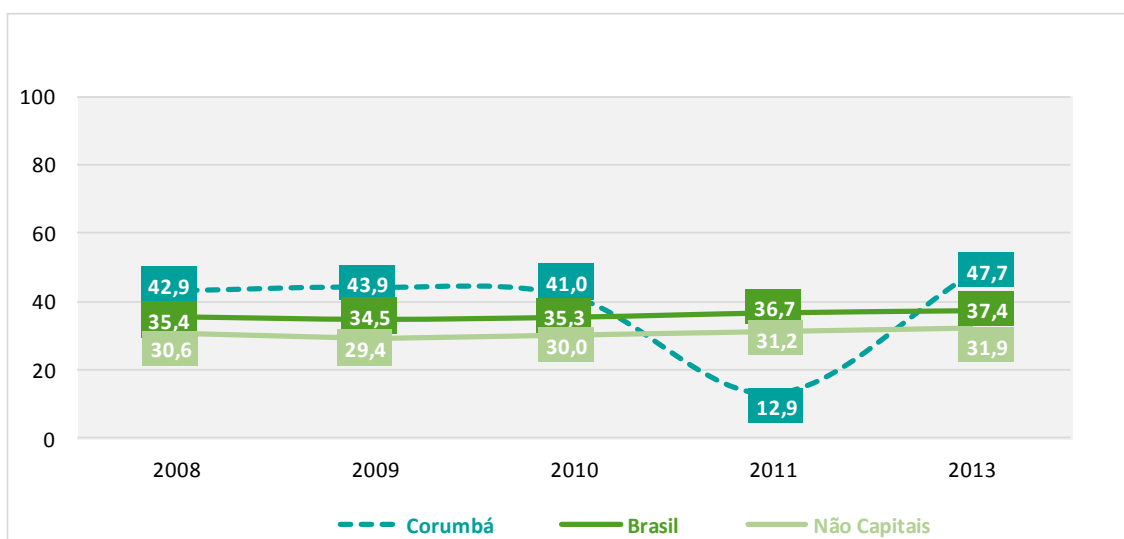
- A instância de governança regional – Fórum Regional de Turismo do Pantanal – não está formalmente constituída e não conta com recurso próprio;
- Não realização de ações para mobilizar atores do setor de turismo do destino para a importância da cooperação regional, no ano anterior; e
- Os roteiros regionais dos quais o destino faz parte não foram elaborados com base em informações de um inventário ou cadastro da oferta turística, e neles não foi previsto o monitoramento de aspectos relacionados à sustentabilidade à época de sua elaboração.

## 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 47,7 nessa dimensão em 2013 (nível 3), 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), abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

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

- Existência de pesquisa de oferta – Inventário – atualizada;
- Aproveitamento e divulgação dos dados coletados na pesquisa de demanda e de oferta em planejamento, políticas públicas e ações de *marketing* e promoção;
- Monitoramento periódico dos impactos econômicos gerados pelo turismo; e
- Existência de setor específico de estudos no âmbito da administração pública local, Gerência de Políticas Públicas, que realiza pesquisas em turismo.

Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

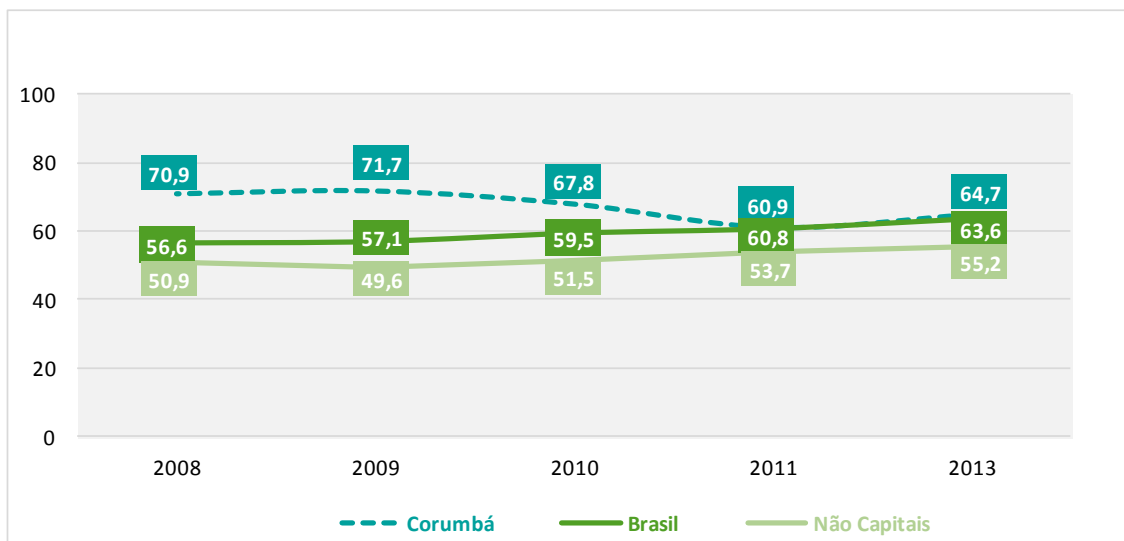
- Ausência de um conjunto de estatísticas turísticas e de relatórios de conjuntura turística;
- Não acompanhamento dos objetivos da política em turismo em nível estadual e federal; e
- Não monitoramento dos impactos sociais e ambientais gerados pelo turismo.

## 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 64,7 nessa dimensão em 2013 (nível 4), índice acima 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;
- Presença de caixas eletrônicos de autoatendimento para saques com cartões de crédito internacionais;
- Existência de políticas locais ou regionais de incentivo à formalização de estabelecimentos comerciais e de prestadores de serviços; e
- Existência de um polo de produção industrial significativo – mineradora e cimentaria – que movimenta a economia local.

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

- Ausência de benefícios locais de isenção ou redução de impostos ou taxas para as atividades características do turismo;
- Indisponibilidade de benefícios financeiros locais ou regionais (linhas especiais de financiamento) para empreendimentos e serviços ligados ao setor;



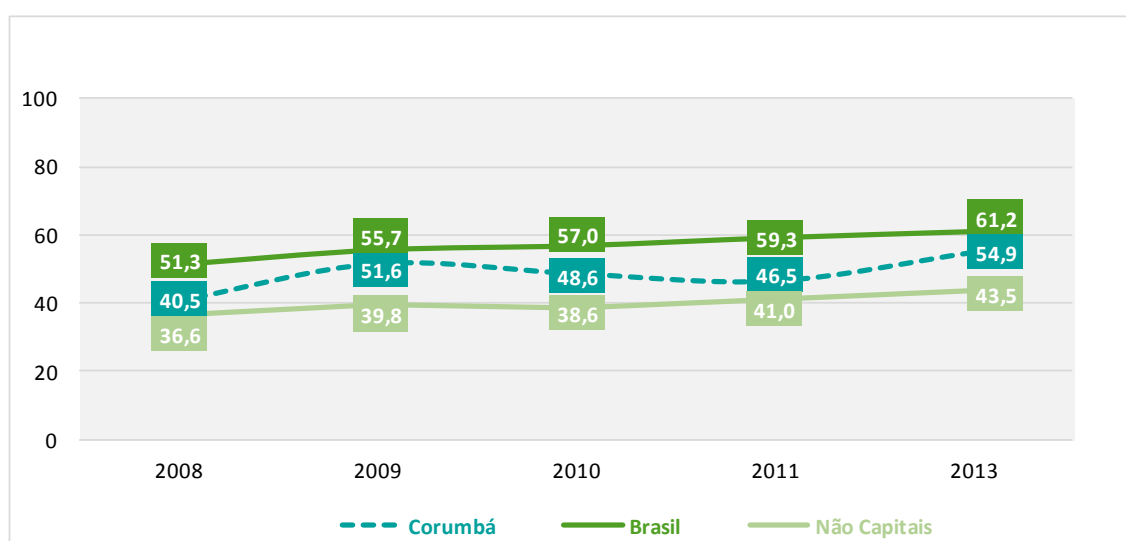
- Inexistência de um *Convention & Visitors Bureau* do destino ou da região da qual o destino faz parte, instituição que poderia auxiliar o destino na captação de eventos, na promoção e divulgação dos atrativos e no planejamento turístico em curto, médio e longo prazo; e
- Incapacidade do destino de alavancar o fluxo turístico receptivo em função do polo de produção industrial existente.

## 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 54,9 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, e de escolas de formação em idioma estrangeiro;
- Presença de grupos de redes nacionais do setor de turismo, no segmento de locação de automóveis; e
- Presença 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.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador, estão:

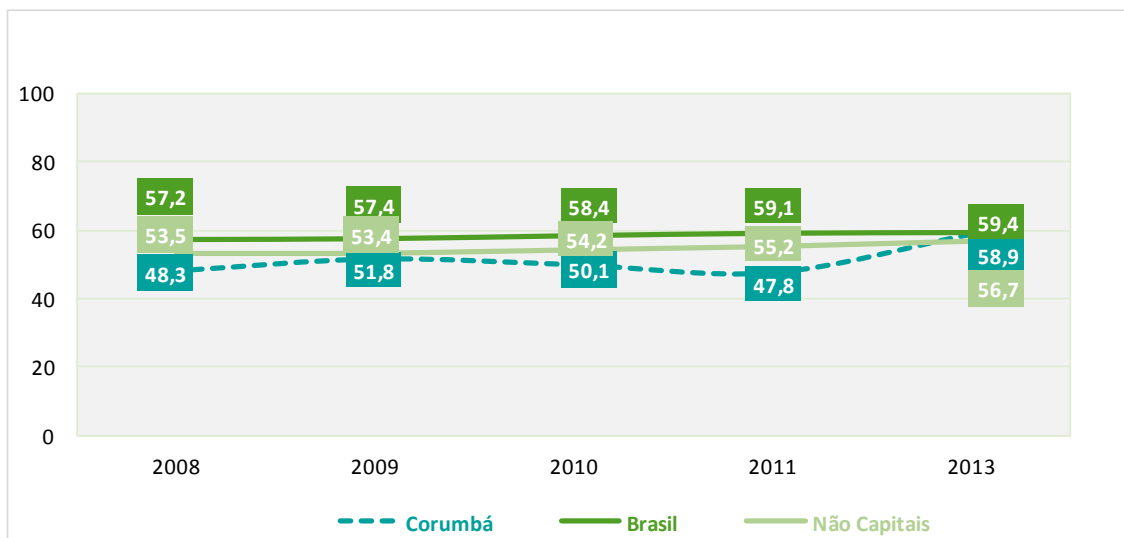
- Carência de pessoal local qualificado para trabalhar em hotelaria;
- Ausência de grupos de redes nacionais ou internacionais do setor de turismo, como redes de meios de hospedagem; e
- Inexistência de adensamentos de empreendimentos turísticos que fomentem o empreendedorismo como arranjos produtivos locais.

## 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 58,9 (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;
- 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;
- 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; e

- Envolvimento da sociedade civil organizada com o desenvolvimento da atividade turística, por meio de associações de moradores, sindicatos, ONGs/OSCIPs, cooperativas e associações de classe.

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

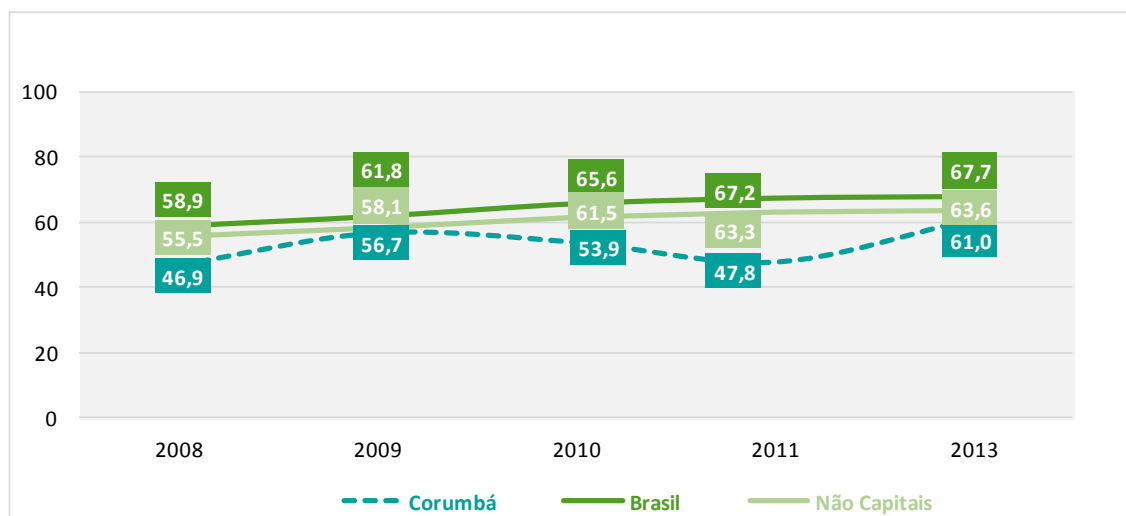
- Utilização de mão de obra informal durante a alta temporada, segundo relatos obtidos em campo;
- Ausência de sensibilização do turista para o respeito à comunidade local, à cultura e ao patrimônio; e
- A população não é consultada sobre atividades ou projetos turísticos, seja por meio de audiência pública.

### **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 61,0 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), acima 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 - Fundação do Meio Ambiente do Pantanal;
- Existência de Conselho Municipal de Meio Ambiente ativo;
- Rede pública de distribuição de água;
- Realização de campanhas educativas periódicas para o uso racional da água;
- Disponibilidade de sistema público de coleta de esgoto com configuração de separador absoluto que atende ao destino;
- Destinação pública de resíduos sólidos residenciais e comerciais para aterro sanitário;
- Disponibilidade de serviços de coleta seletiva residencial; e
- Presença de Unidades de Conservação com atividade turística em território municipal – Parque Municipal Piraputangas - com plano de manejo.

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

- Inexistência de Código Ambiental Municipal;

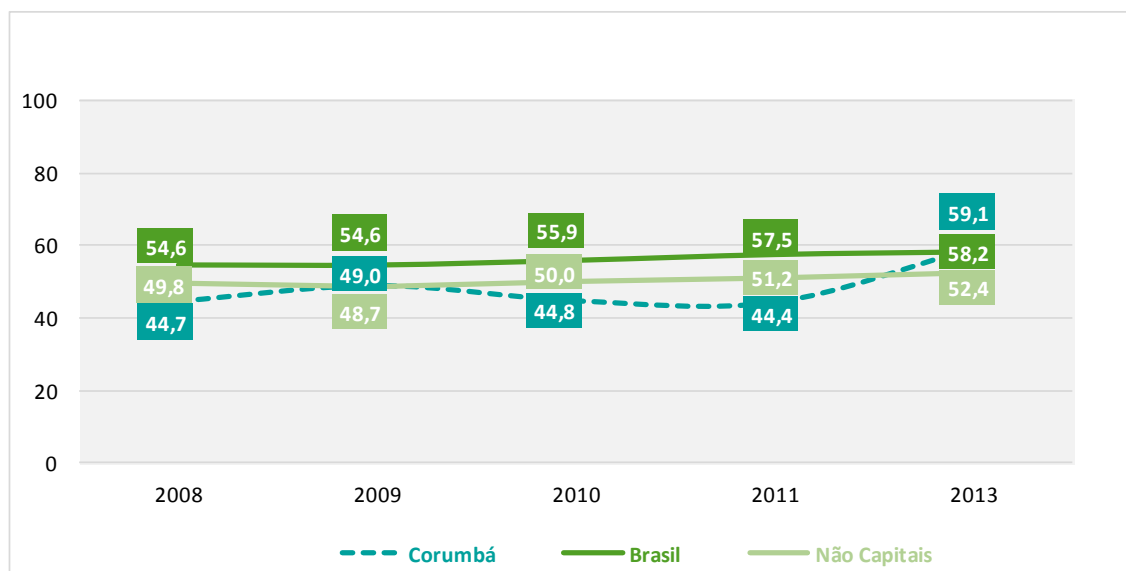
- Presença de atividades potencialmente poluidoras, com alvará de funcionamento ou de localização no território municipal, como Mineradoras e Cimentaria;
- Ausência de estação de tratamento de água para a sua reutilização; e
- Ausência de conselho gestor na principal Unidade de Conservação indicada – Parque Municipal Piraputangas.

## 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 59,1 nessa dimensão em 2013 (nível 3), um índice acima 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), abaixo 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– cerâmicas decorativas, acessórios de couro de peixe e utensílios em madeira – reconhecida em esfera local e nacional;
- Existência de culinária típica pela qual o destino é reconhecido em esfera regional: arroz de carreteiro, chipa, saltenha, peixe à urucum e sarrabulho;
- Presença de tradições culturais evidentes e típicas do seu território, entre elas Cururu – música com viola de cocho, e Siriri – dança típica, e presença de manifestações religiosas no destino – Arraial do Banho de São João e Festa da Nossa Senhora do Carmo;
- Existência de comunidade tradicional no território municipal - quilombolas;
- Presença de grupos artísticos de manifestação popular tradicional: MJ6 - grupo de música MPB, Escolas de samba, Oficina de dança folclórica, Moinho Cultural - balé clássico;
- Existência de patrimônio imaterial registrado que se constitui em atrativo turístico, para os quais aplica-se política de preservação de bens culturais imateriais – Modo de fazer da Viola de Cocho;
- Existência de patrimônio artístico tombado considerado atrativo turístico, tal como: Conjunto histórico, arquitetônico e paisagístico de Corumbá ou Casario do Porto de Corumbá;
- Existência de sítio arqueológico tombado ou registrado – o mais visitado é o de Lajedo;
- Existência de bens tombados como patrimônio histórico – Conjunto histórico, arquitetônico e paisagístico de Corumbá ou Casario do Porto de Corumbá;
- Existência de bem reconhecido como Patrimônio da Humanidade pela UNESCO – Bioma Pantanal;
- Presença de órgão da administração local com atribuição exclusiva de incentivar o desenvolvimento da cultura;
- O destino aplica política municipal de cultura que, entre outros benefícios, ajuda a manter um calendário de manifestações culturais;
- Existência de legislação municipal de cultura e fundo municipal de cultura, este último exclusivo;
- O destino aderiu ao Sistema Nacional de Cultura; e
- Existência de projeto para implementação de turismo cultural baseado em ações de preservação do patrimônio histórico, e de fomento ao turismo religioso.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador, estão:

- O fundo municipal de cultura não é efetivo; 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 Corumbá, é possível concluir que, em 2013, houve evolução do indicador de competitividade do destino (Índice geral) em comparação com o ano anterior da pesquisa<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> 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			Corumbá		
	2010	2011	2013	2010	2011	2013	2010	2011	2013
Índice geral	56,0	57,5	58,8	50,3	51,8	53,1	52,1	48,6	57,7
Infraestrutura geral	65,8	68,4	68,6	59,8	63,2	63,8	67,8	73,3	75,2
Acesso	60,5	61,8	62,6	52,3	53,1	53,8	60,6	63,0	61,5
Serviços e equipamentos turísticos	50,8	52,0	56,8	41,9	43,4	48,1	31,4	27,8	35,1
Atrativos turísticos	60,5	62,0	63,2	61,3	62,5	63,4	62,9	67,0	69,2
Marketing e promoção do destino	42,7	45,6	46,8	39,8	42,5	44,4	28,8	23,3	37,3
Políticas públicas	55,2	56,1	57,6	50,7	52,4	54,4	59,8	43,6	62,4
Cooperação regional	51,1	49,9	44,6	53,1	51,4	44,9	54,4	54,1	60,7
Monitoramento	35,3	36,7	37,4	30,0	31,2	31,9	41,0	12,9	47,7
Economia local	59,5	60,8	63,6	51,5	53,7	55,2	67,8	60,9	64,7
Capacidade empresarial	57,0	59,3	61,2	38,6	41,0	43,5	48,6	46,5	54,9
Aspectos sociais	58,4	59,1	59,4	54,2	55,2	56,7	50,1	47,8	58,9
Aspectos ambientais	65,6	67,2	67,7	61,5	63,3	63,6	53,9	47,8	61,0
Aspectos culturais	55,9	57,5	58,2	50,0	51,2	52,4	44,8	44,4	59,1

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.