

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

BELO HORIZONTE

2014



APRESENTAÇÃO

Com o objetivo de conhecer e entender a realidade dos principais destinos turísticos brasileiros e também como forma de fornecer subsídios para o planejamento e para a formulação de políticas públicas que contribuam para o desenvolvimento das localidades turísticas, 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 gera índices em 13 setores ligados à atividade turística, denominados como dimensões neste Índice, os quais permitem 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.

Com este documento, o Ministério do Turismo, o Sebrae Nacional e a Fundação Getulio Vargas esperam fornecer 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..... | 8 |
| 2.1. Índice geral | 8 |
| 2.2. Infraestrutura geral..... | 11 |
| 2.3. Acesso..... | 14 |
| 2.4. Serviços e equipamentos turísticos..... | 16 |
| 2.5. Atrativos turísticos | 20 |
| 2.6. Marketing e promoção do destino..... | 22 |
| 2.7. Políticas públicas | 25 |
| 2.8. Cooperação regional | 28 |
| 2.9. Monitoramento..... | 31 |
| 2.10. Economia local..... | 34 |
| 2.11. Capacidade empresarial | 36 |
| 2.12. Aspectos sociais..... | 39 |
| 2.13. Aspectos ambientais | 41 |
| 2.14. Aspectos culturais | 44 |
| 3. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE..... | 47 |

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 2014 do *Índice de Competitividade do Turismo Nacional*.

Com o intuito de entender as transformações do mercado turístico nos últimos anos, o Índice de Competitividade Turística é atualizado sistematicamente para captar com profundidade o desenvolvimento dos principais destinos turísticos brasileiros. Tais atualizações objetivam deixar o Índice em consonância com debates contemporâneos e com tendências do mercado turístico nacional e internacional – posto que a competitividade é um fenômeno dinâmico e um recurso básico pode se tornar obsoleto ao longo do tempo. Desta forma, espera-se fornecer elementos fundamentais para o planejamento e tomada de decisão das localidades pesquisadas e para a ampliação de suas vantagens competitivas.

Como ocorre desde o primeiro ano, para o cálculo do índice de competitividade estabeleceu-se uma série de critérios junto a especialistas em diversas áreas, com o intuito de definir a importância e o peso de cada dimensão do estudo. Em seguida, foram atribuídos pontos às perguntas e pesos também às variáveis. A soma ponderada da pontuação resulta no índice geral de competitividade do destino.

Na fase de pesquisa de campo, os pesquisadores da FGV permanecem uma semana em cada destino aplicando um formulário, por meio de um *tablet*, com perguntas que incluem dados primários e secundários, as quais estão agrupadas em 13 dimensões (Figura 1). Cada uma das dimensões consideradas possui subdivisões, que são chamadas de variáveis. O detalhamento de todos os quesitos avaliados na pesquisa encontra-se na publicação Relatório Brasil 2014, no capítulo que descreve os aspectos metodológicos.

Figura 1. Dimensões do Índice de Competitividade



Além do levantamento de dados por meio de entrevistas e de dados secundários, são realizadas visitas técnicas aos principais equipamentos e atrativos turísticos do destino. Nesta etapa, muitos pontos são observados pelo pesquisador, como as principais características físicas dos atrativos turísticos e da estrutura urbana do destino.

Todas as perguntas que integram as 13 dimensões do questionário compõem o Índice de Competitividade do destino, ou seja, mensuram:

A capacidade crescente de gerar negócios nas atividades econômicas relacionadas com o setor de turismo, de forma sustentável, proporcionando ao turista uma experiência positiva

Para fins de análise, os índices de competitividade foram divididos em cinco níveis, em uma escala de 0 a 100¹:



O presente relatório apresenta os resultados consolidados do destino em 2014: 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), a média das cidades não capitais, além da distribuição dos 65 destinos pesquisados em relação aos cinco níveis de competitividade nas 13 dimensões estudadas. Estes dados poderão ser comparados aos resultados obtidos nos anos anteriores, o que permitirá observar a evolução dos índices, devido à série histórica que vem sendo construída.

Para que o município avaliado possa comparar os resultados das últimas 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, recomenda-se que cada destino analise seus resultados de forma crítica, ponderando questões ligadas às suas

¹ Para o posicionamento em níveis, segundo a escala proposta, utilizou-se o critério de arredondamento das pontuações. Por exemplo: abaixo de 20,5, a pontuação posicionou-se no nível 1 (entre 0 e 20); acima de 20,6, classifica-se no nível 2 (entre 21 e 40), e assim por diante.

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 nível mais alto de competitividade 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 a atividade turística, norteando a elaboração de políticas públicas que potencializem suas vantagens competitivas e eliminem, gradativamente, os entraves ao desenvolvimento sustentável da atividade turística.

2. RESULTADOS

A pesquisa em Belo Horizonte foi realizada entre os dias 31 de março e 04 de abril de 2014, período em que foram entrevistados diversos representantes do setor público e privado, associações de classe, entre outros, para coletar os dados que compõem o índice de competitividade do destino.

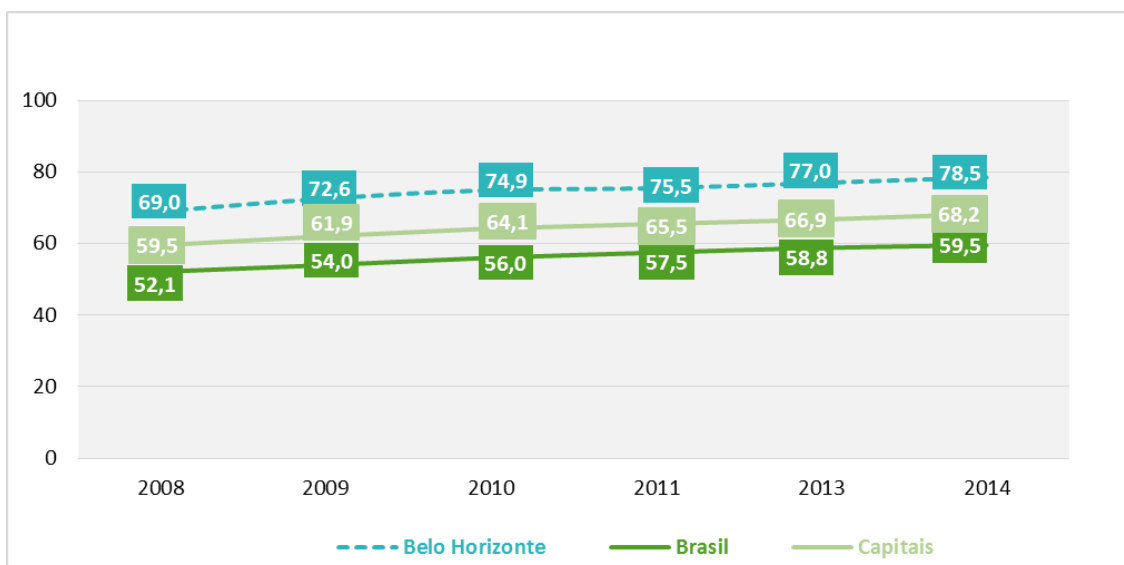
Além dos índices alcançados pelo destino em cada dimensão, serão destacados, a seguir, os principais fatores que contribuíram para tais resultados.

Ressalta-se que, além de todo o planejamento realizado pela Fundação Getúlio Vargas para a realização do Índice de Competitividade, fatores externos podem influenciar a coleta de informações em campo e conseqüentemente o sucesso da pesquisa, como: realização de todas as entrevistas programadas, visita *in loco* a todos os atrativos e equipamentos turísticos indicados, disponibilização prévia de agenda de entrevistas completa e com respondentes qualificados, apoio institucional do órgão oficial de turismo, fidedignidade das informações repassadas. Dessa forma, o apoio dos municípios na realização do estudo é imprescindível nesta fase de pesquisa de campo.

2.1. Índice geral

O índice geral de competitividade do destino refere-se à soma ponderada das 13 dimensões avaliadas e está representado no Gráfico a seguir.

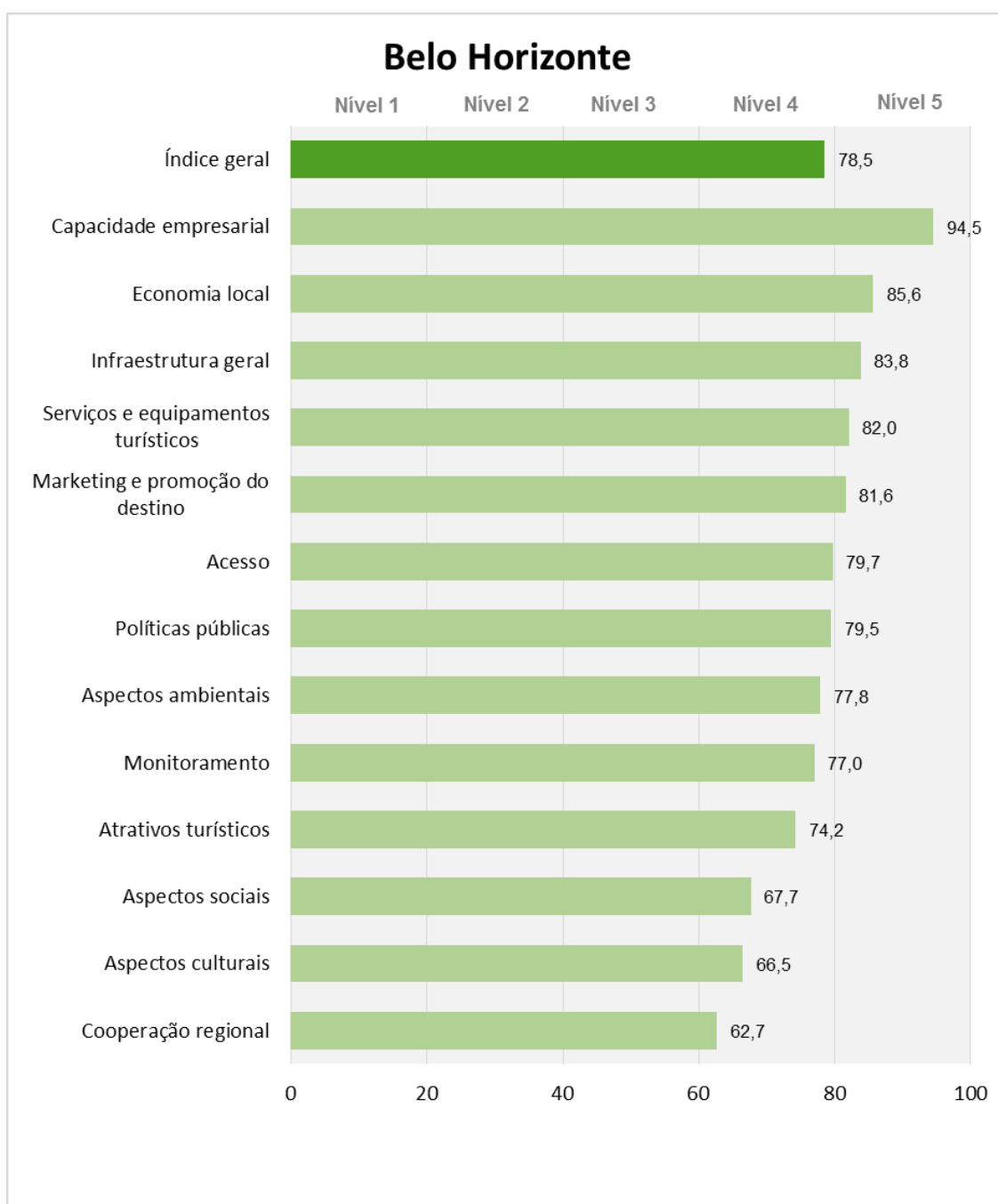
Gráfico 1. Índices gerais de competitividade – destino x Brasil: 2008-2014



No ano de 2014, o índice geral de competitividade registrado pelo destino ficou acima do ano anterior, mantendo o nível 4, como é possível observar no Gráfico 1. Este índice posicionou-se acima da média nacional e acima da média do grupo das capitais no índice geral.

Os resultados apresentados a seguir apontam que, das 13 dimensões avaliadas, as que obtiveram melhores desempenhos, com índices no nível 5, foram *Capacidade Empresarial*, *Economia local*, *Infraestrutura geral* e *Serviços e equipamentos turísticos* e *Marketing e promoção do destino*, conforme o Gráfico 2.

Gráfico 2. Índices por dimensão em ordem decrescente de desempenho

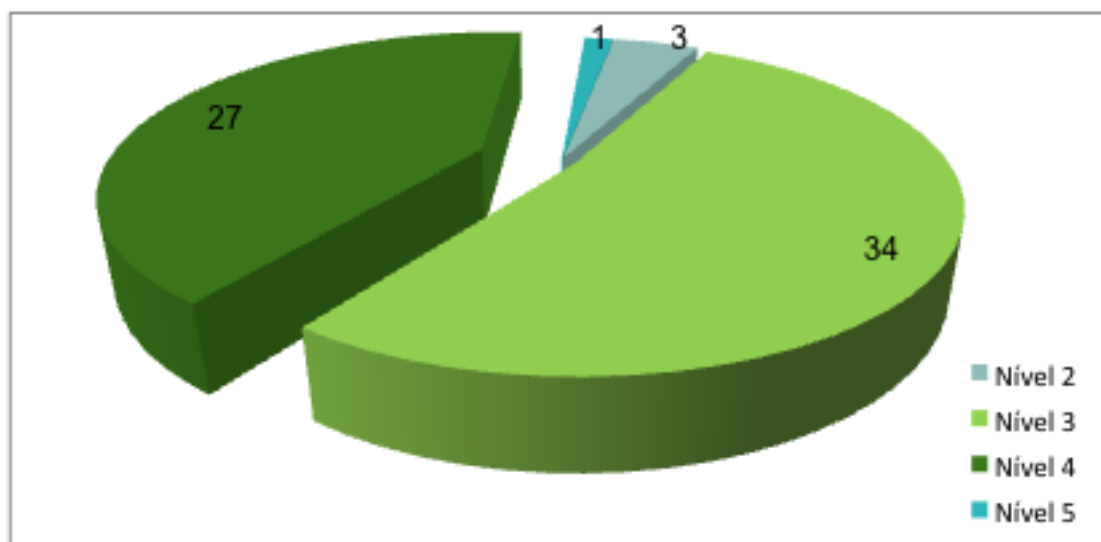


Quanto à distribuição das dimensões, conforme os cinco níveis de competitividade, observa-se que há uma concentração nos níveis 4 e 5, o que demonstra que o destino apresenta bom desenvolvimento ou mesmo diferencial nos quesitos avaliados.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 3 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado.

Observa-se que 27 (vinte e sete) destinos se encontram no mesmo nível que Belo Horizonte. A maior parte dos destinos indutores encontra-se no nível 3.

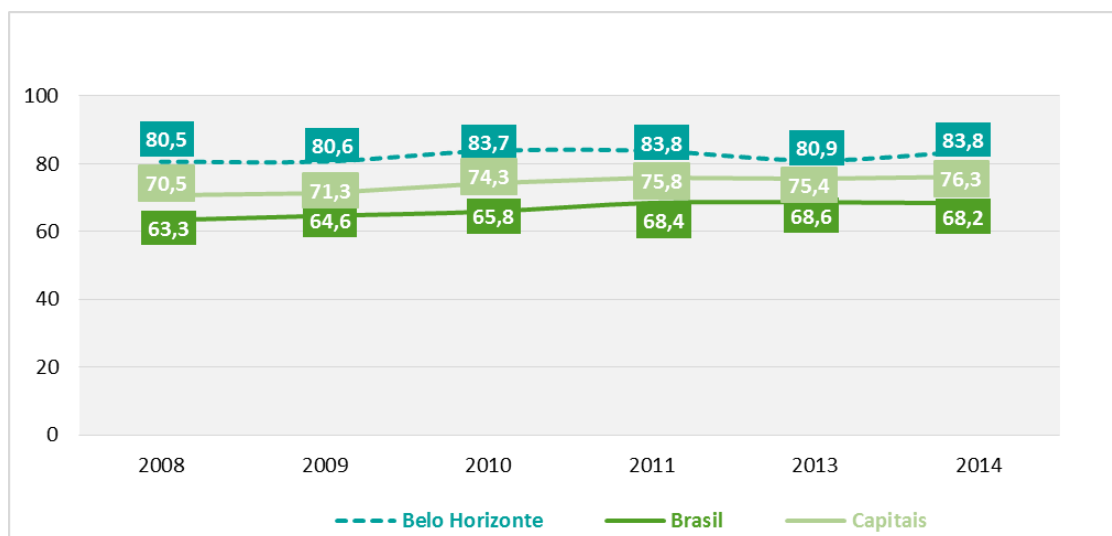
Gráfico 3. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice geral



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.

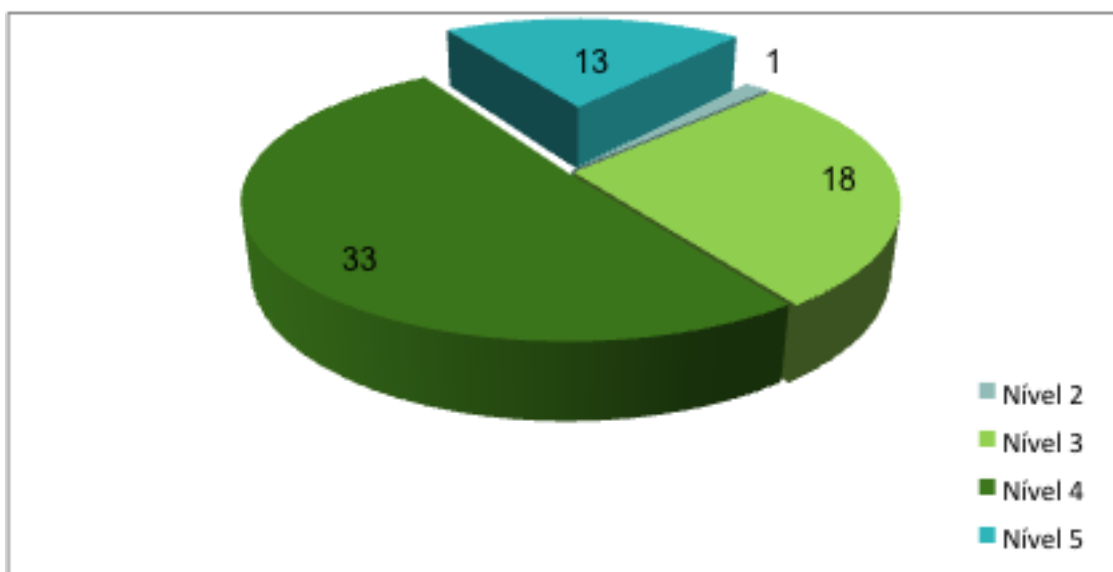
Gráfico 4. Índices Infraestrutura geral – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Infraestrutura geral*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do ano anterior, mantendo-se no nível 5, como é possível observar no Gráfico 4. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 5 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Infraestrutura geral*. Observa-se que 13 destinos se encontram no mesmo nível que Belo Horizonte (nível 5); enquanto a maior parte dos destinos indutores encontra-se no nível 4.

Gráfico 5. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Infraestrutura geral



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

- Reconhecida como um importante polo de saúde, a cidade dispõe de serviço público de atendimento médico em emergências 24 horas com atendimento em diversos níveis: estrutura para cirurgias de emergência, setor de transfusão, laboratório de análises, radiologia, etc;
- Fornecimento contínuo de energia elétrica no destino durante todo o ano;
- Presença de Corpo de Bombeiros com grupo de busca e salvamento;
- Existência de Defesa Civil e Guarda Municipal no destino;
- Existência de monitoria e vigilância em parte das áreas turísticas;
- Existência de elementos de drenagem pluvial nas áreas turísticas;
- Evidência da limpeza pública e da conservação urbana no entorno das áreas turísticas;
- Existência de elementos de acessibilidade como – calçadas com piso regular, pisos táteis, rampas para cadeirantes, banheiros adaptados, vagas exclusivas em estacionamento - na maior parte das áreas turísticas do destino.

Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

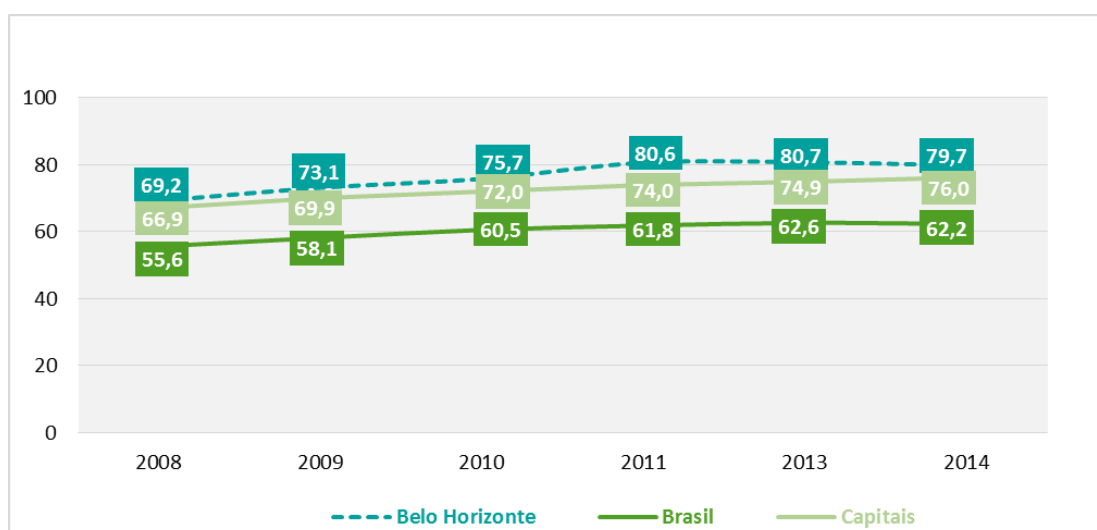
- Ausência de grupamento especializado na Polícia Militar para atendimento ao turista;
- Inexistência de delegacia ou programa de proteção ao turista na Polícia Civil;
- Relatos de inundação e retenção de água em alguns pontos próximos aos atrativos turísticos;
- Carência de lixeiras, banheiros públicos e telefones públicos no entorno das áreas turísticas em bom estado de conservação.

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

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.

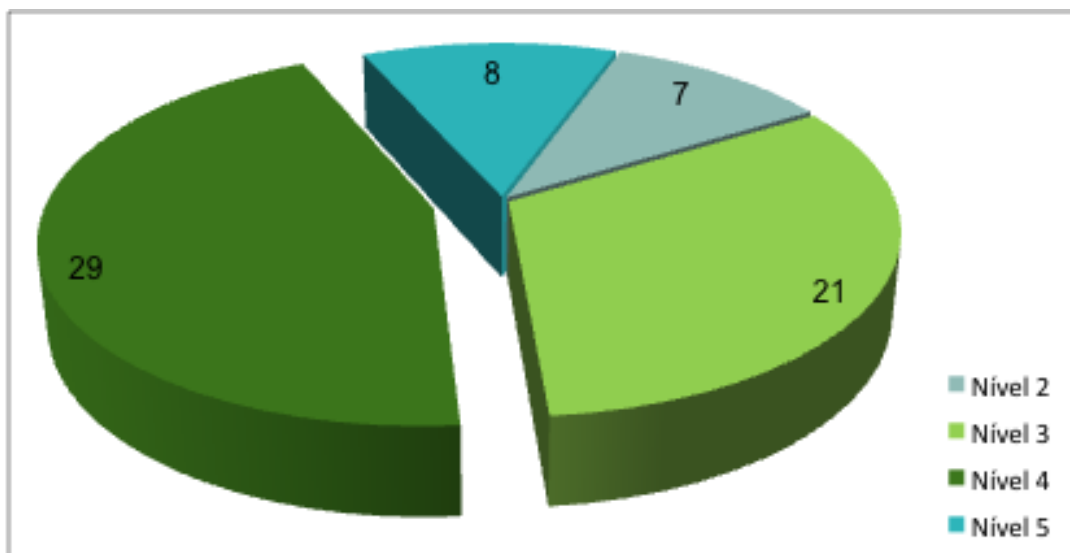
Gráfico 6. Índices Acesso – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Acesso*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou abaixo do ano anterior, caindo para o nível 4, como é possível observar no Gráfico 6. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 7 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Acesso*. Observa-se que 29 destinos se encontram no mesmo nível que Belo Horizonte, nível em que se encontra a maioria dos destinos indutores.

Gráfico 7: Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Acesso



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

- Existência de dois aeroportos com voos regulares que atendem o município num raio de 100 km, sendo o principal - Aeroporto Internacional de Confins - Tancredo Neves; que conta com Centro de Atendimento ao Turista (CAT), lojas, restaurantes, serviços bancários, loja de câmbio, locadoras de veículos, facilidades para pessoas com deficiência, sinalização em idioma estrangeiro, entre outros;

- Disponibilidade de opções de transporte público ou concessões para atender àqueles que desembarcam no Aeroporto Internacional de Confins – ônibus convencional e executivo e taxi convencional e especial, conforme observado em visita técnica ao local;
- Existência de um terminal rodoviário no destino, cuja estrutura conta com – Centro de Atendimento ao Turista, lanchonetes e restaurantes, serviços bancários, internet *wi-fi*, etc.
- Oferta de transportes para o deslocamento dos que embarcam e desembarcam na rodoviária – ônibus convencional e executivo com ar-condicionado, taxi convencional, metro e BRT;
- Disponibilidade de terminal ferroviário para atender ao fluxo turístico por meio deste modal, cuja estrutura conta com conforto e segurança para os usuários;
- Oferta de opções de transporte urbano que atendem às principais atrações turísticas, tais como – metrô, ônibus circular e BRT;
- Disponibilidade de serviço de táxi regularizado e padronizado, que ofereça facilidades como sistema de chamada via aplicativos para smartphones e pagamento por cartões de crédito.

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

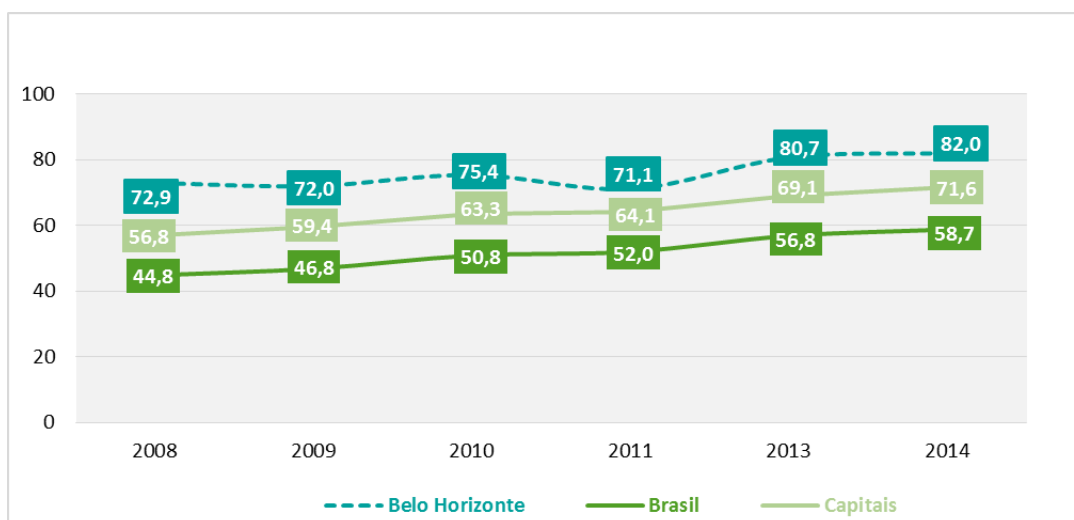
- Carência de alguns serviços no terminal rodoviário que atende ao destino, bem como o estado de conservação - elevadores inoperantes, infiltrações na área de embarque e banheiros mal conservados;
- Inexistência de linha regular de transporte turístico (ônibus ou similar) que interligue os principais atrativos do destino;
- Existência de congestionamentos nas áreas turísticas do destino;
- Carência de vagas para estacionamento nas áreas turísticas;
- O estado da BR-040, principal rodovia de acesso ao destino, segundo pesquisa realizada pela Confederação Nacional de Transporte – CNT, avaliada como regular.

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.

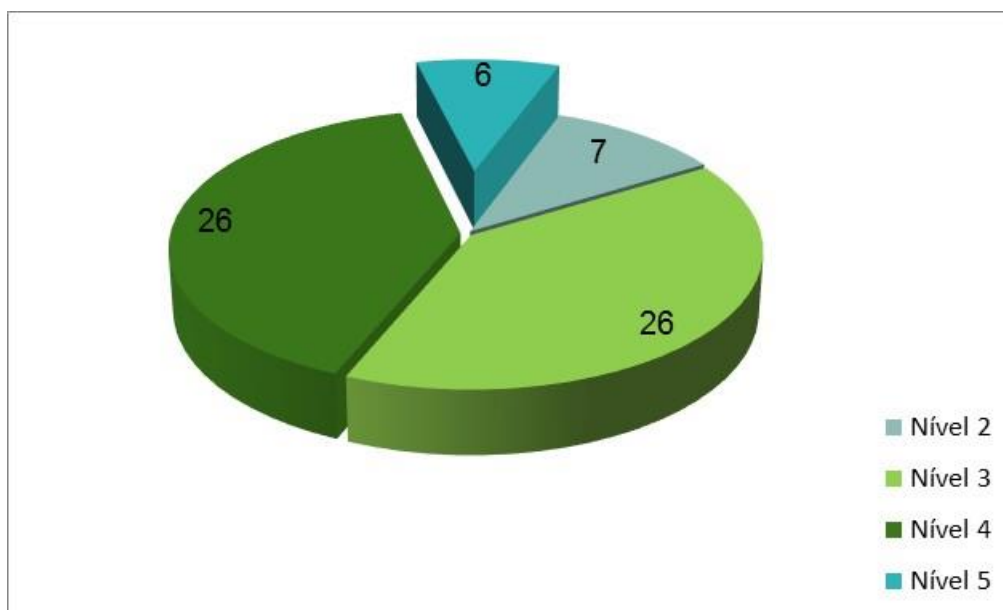
Gráfico 8. Índices Serviços e equipamentos turísticos – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Serviços e equipamentos turísticos*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do ano anterior, mantendo-se no nível 5, como é possível observar no Gráfico 8. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 9 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Serviços e equipamentos turísticos*. Observa-se que seis destinos se encontram no mesmo nível que Belo Horizonte (nível 5), enquanto a maior parte dos destinos indutores encontra-se nos níveis 3 e 4.

Gráfico 9. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Serviços e equipamentos turísticos



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

- Existência de sinalização turística viária nos padrões internacionais recomendados pelo Ministério do Turismo, com ampla cobertura no destino, em bom estado de conservação e com informações disponíveis em idioma estrangeiro;
- Existência de sinalização com mapa turístico informativo nas áreas turísticas, em bom estado de conservação;
- Existência de Centros de Atendimento ao Turista no destino, localizados em diversos pontos (aeroporto, rodoviária, nos principais atrativos e shoppings), com funcionários capacitados para o atendimento em idioma estrangeiro e que oferecem diversos serviços, como contatos de operadoras, guias e agências, profissionais que fornecem informações sobre o destino e sobre a região, além de panfletos e propagandas sobre com serviços prestados para os turistas;
- Presença de centro de convenções e eventos no destino – tendo sido indicado como principal o ExpoMinas, que possui salas multiuso / modulares, capacidade para mais de um evento independentes e simultâneos;
- Localização do centro de convenções, próximo às áreas turísticas (meios de hospedagem, rodoviária e do centro administrativo da cidade);

- Oferta de outros espaços para a realização de eventos – arenas esportivas, espaços multifuncionais, pavilhão de feiras, salas em hotéis para eventos de médio e grande porte, etc;
- Existência de políticas locais de incentivo à adoção de tecnologias que priorizem a questão ambiental em meios de hospedagem, através de Selo BH Sustentável (portaria da Secretaria de Meio Ambiente 06/2012);
- Disponibilidade de acesso à internet nas unidades habitacionais na maior parte dos meios de hospedagem do destino;
- Presença de empresas de receptivo, que oferecem diversos serviços aos turistas (city tour, passeios para destinos do entorno, atividades de aventura, traslado, *by night*, etc), inclusive com atendimento em idioma estrangeiro;
- Presença de empresas de locação de automóveis no destino;
- Disponibilidade de serviço de aluguel de bicicletas para o turista, que oferece facilidade de pagamento por cartão de crédito;
- Existência de organização representativa de guias - AGTURB - Associação dos Guias de Turismo do Brasil - seccional MG;
- Valorização e o fortalecimento da gastronomia regional por parte dos restaurantes do destino, por meio da aplicação de receitas típicas locais e regionais;
- Presença de instituições de qualificação profissional que oferecem cursos livres regulares, cursos técnicos, de graduação e especialização nas áreas relacionadas ao turismo no município.

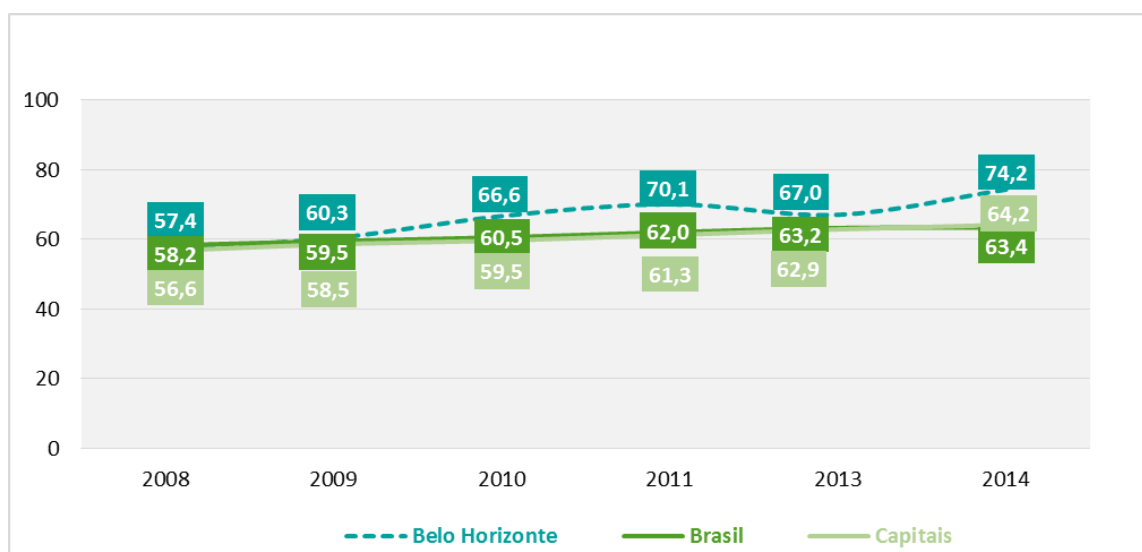
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador, constam os seguintes:

- Cobertura da sinalização turística descritiva ou interpretativa em apenas alguns atrativos do destino;
- Inexistência da sinalização turística descritiva ou interpretativa em idioma estrangeiro;
- Não cumprimento dos quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida por parte da maioria dos meios de hospedagem;
- Inexistência de capacitação sobre higiene na manipulação de alimentos para proprietários e empregados de novos estabelecimentos de alimentação, por parte do governo municipal.

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.

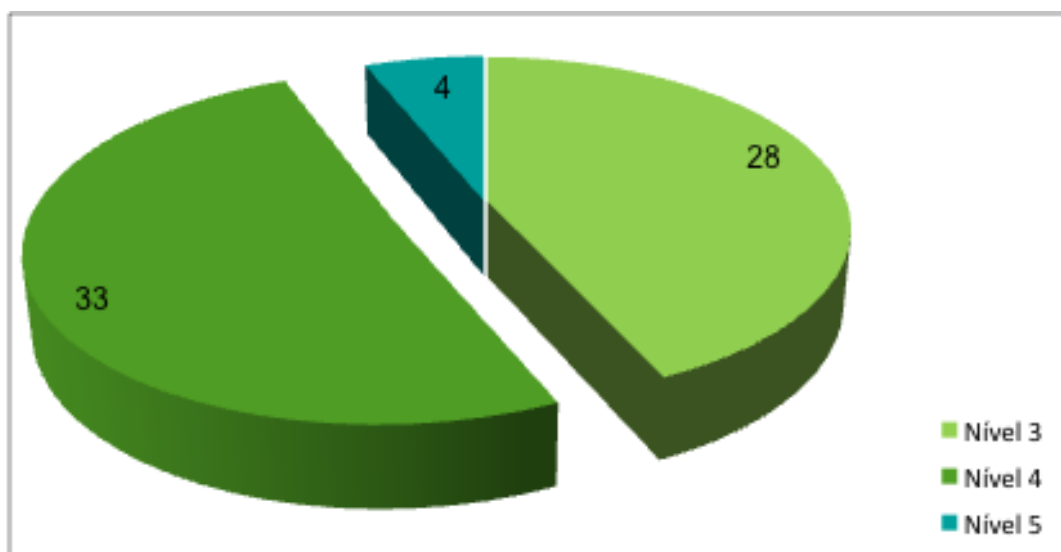
Gráfico 10. Índices Atrativos turísticos – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Atrativos turísticos*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 10. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 11 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Atrativos turísticos*. Observa-se que 33 destinos se encontram no mesmo nível que Belo Horizonte, nível em que se encontra a maioria dos destinos indutores.

Gráfico 11. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Atrativos turísticos



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

- Existência de atrativos naturais para os quais há fluxo turístico, dentre os principais a Serra do Curral, Parque Municipal e Parque Ecológico da Pampulha;
- Evidência de conservação ambiental no entorno do principal atrativo natural indicado – Serra do Curral –, conforme observado em visita técnica;
- Manutenção da estrutura física disponível no Parque da Serra do Curral, que dispõe de centro de visitante, sinalização interpretativa, material informativo, visitas guiadas, entre outros serviços;
- Existência de sinalização de trânsito, sinalização turística e pavimentação adequada nas vias de acesso ao principal atrativo natural e cultural indicados;
- Presença de atrativos culturais com fluxo turístico, dos quais foram indicados como principais: Circuito Cultural Praça da Liberdade, Conjunto Arquitetônico da Pampulha, Museu de Artes e Ofícios;
- Evidência de conservação urbanística e ambiental no entorno do Circuito Cultural Praça da Liberdade, principal atrativo indicado nessa categoria;
- Estrutura disponível no principal atrativo cultural indicado, que conta com – balcão de visitantes, loja de souvenir, lanchonetes e restaurantes, material

informativo inclusive digital, banheiros, internet *wi-fi*, sinalização, entre outras facilidades;

- Adoção de quesitos de acessibilidade no principal atrativo cultural; Existência de eventos programados que atraem turistas, dentre os principais: Festival Comida di Buteco, ExpoCachaça e Festival Internacional de Teatro de Rua;
- Existência de atrativos de realizações técnicas e científicas² 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 Polo de Tecnologia da Informação no bairro São Pedro, principal atrativo indicado nesta categoria.

Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

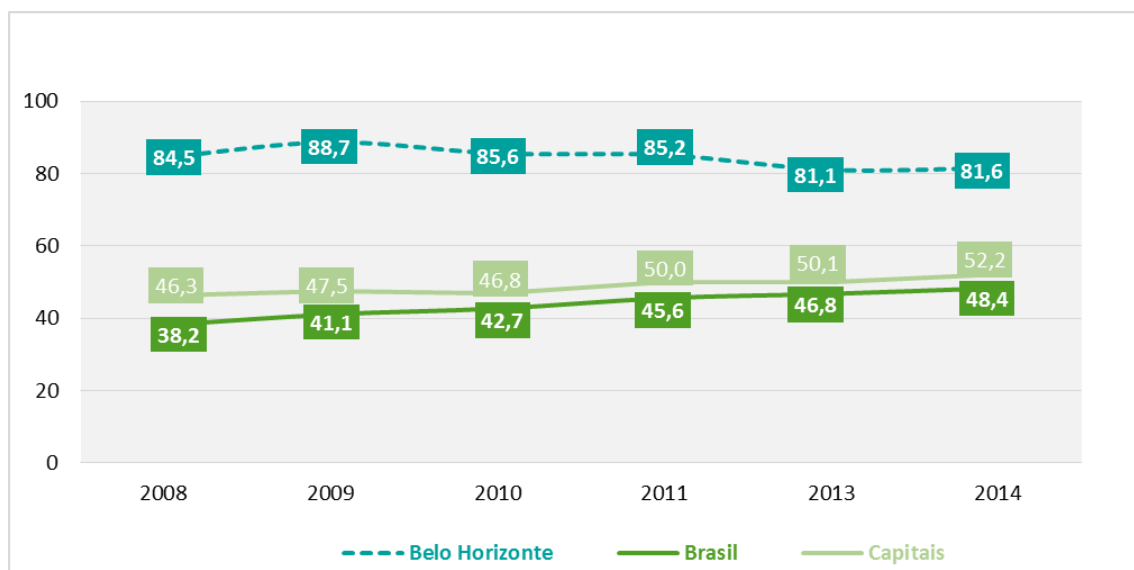
- Ausência de condições de acessibilidade para pessoas com deficiência no principal atrativo natural;
- Ausência de recursos que confirmam acessibilidade para pessoas com deficiência no local em que acontece o principal evento programado – Festival Comida di Buteco;
- Não adoção de quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência no Polo de Tecnologia da Informação, no bairro São Pedro.

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) estratégias de promoção digital.

² Realizações técnicas, científicas e artísticas são obras, instalações, atividades acadêmicas e de pesquisas que, em qualquer época do ano, independentemente de eventos, são **capazes de motivar o interesse de turistas e especialistas e, com isso, provocar a utilização de serviços e equipamentos turísticos**. Exemplos: sítios arqueológicos, locais de observação de pássaros, exposições, ateliers, escolas de dança, de música ou de artes cênicas, centros de treinamento e de excelência, campos de golfe, parques temáticos e parques aquáticos.

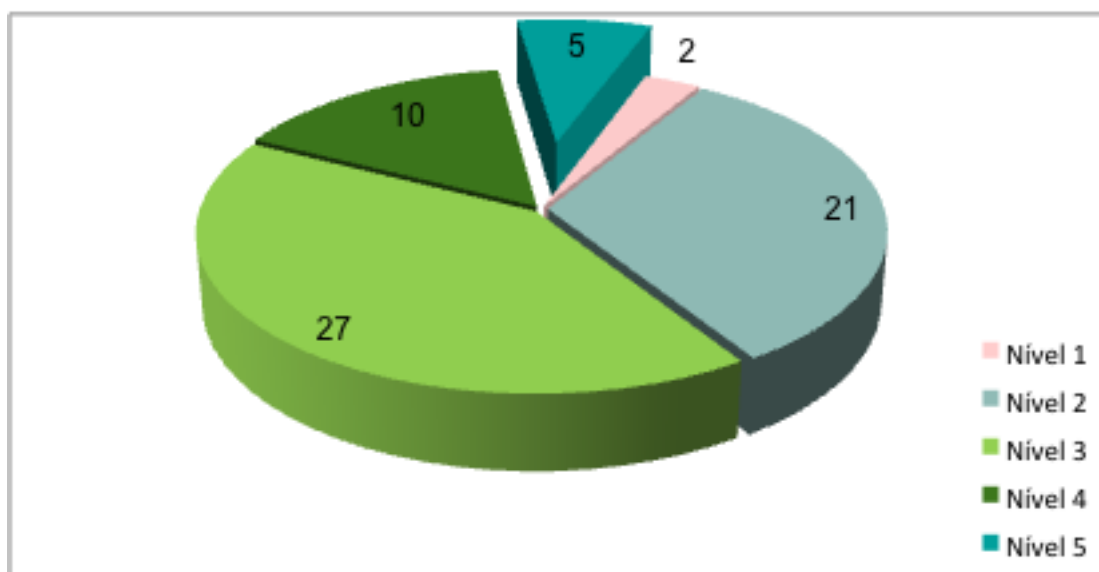
Gráfico 12. Índices Marketing e promoção do destino – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Marketing e promoção do destino*, o índice registrado pelo destino em 2014 manteve-se estável em relação ao ano anterior, mantendo-se no nível 5, como é possível observar no Gráfico 12. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 13 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Marketing e promoção do destino*. Observa-se que somente 5 destinos se encontram no mesmo nível que Belo Horizonte, enquanto a maior parte dos destinos indutores encontra-se no nível 3.

Gráfico 13. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Marketing e promoção do destino



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

- Existência de um plano de marketing formal para o destino, elaborado com a colaboração de diversos atores, fundamentado em pesquisa sobre a demanda turística, possui indicadores de desempenho definidos e contempla a relação com agências e operadoras;
- Participação contínua em feiras e eventos do setor de turismo e de outros setores, não diretamente ligados ao turismo, cujos resultados são avaliados por meio da contagem dos visitantes recebidos nos estandes;
- Participação do destino em rodadas de negócios e reuniões agendadas em eventos e feiras de turismo no ano anterior – BTM, Go to Brazil, Imex e Abav;
- Existência de marca promocional turística do destino;
- Existência de material promocional institucional (folhetos sobre as atrações turísticas, mapas, material audiovisual, guias digitais, entre outros) disponível inclusive em idioma estrangeiro, distribuído nos centros de atendimento ao turista, em eventos promocionais e eventos técnicos e científicos realizados na cidade;
- Disponibilidade de agenda de eventos para consulta: versão impressa e on-line;

- Realização de acompanhamento de notícias ou matérias específicas, específico de turismo, veiculadas na mídia sobre o destino (clipagem);
- Realização de ações de promoção do destino, no ano anterior, dentre as quais: publicidade, *press trips* e *famtours*;
- Existência de página institucional do município na internet – acessível pelo endereço www.pbh.gov.br, na qual há link para informações turísticas sobre o destino;
- Existência de página promocional de turismo do destino, acessível pelo endereço www.belo Horizonte.mg.gov.br, atualizada periodicamente, disponível também em idioma estrangeiro;
- Presença oficial do destino em redes sociais, tais como – Facebook, Twitter e Flickr, com o intuito de divulgar suas atrações e eventos;
- Existência de aplicativo oficial do destino para smartphones com informações turísticas.

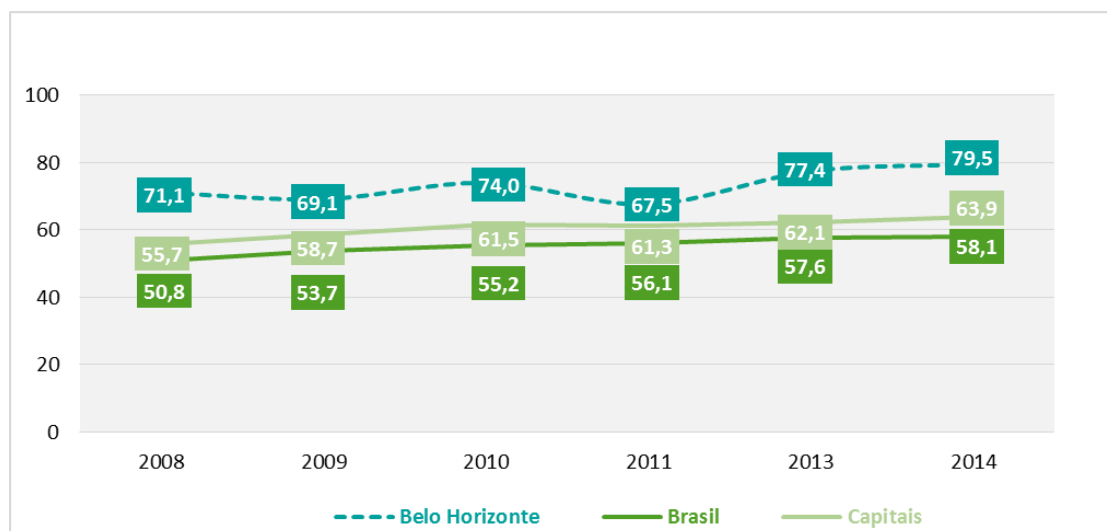
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

- Ausência de avaliação mais efetiva dos resultados dos eventos de turismo e dos eventos de outros segmentos dos quais Belo Horizonte participa, o que poderia ser feito por meio de pesquisa nos próprios eventos, bem como a aferição do volume de negócios estabelecidos;
- O fato de o destino não ter produzido eventos fora de seu território para divulgar seus atrativos e equipamentos, no ano anterior;
- Inexistência de material promocional específico que apresente a estrutura disponível para eventos no 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.

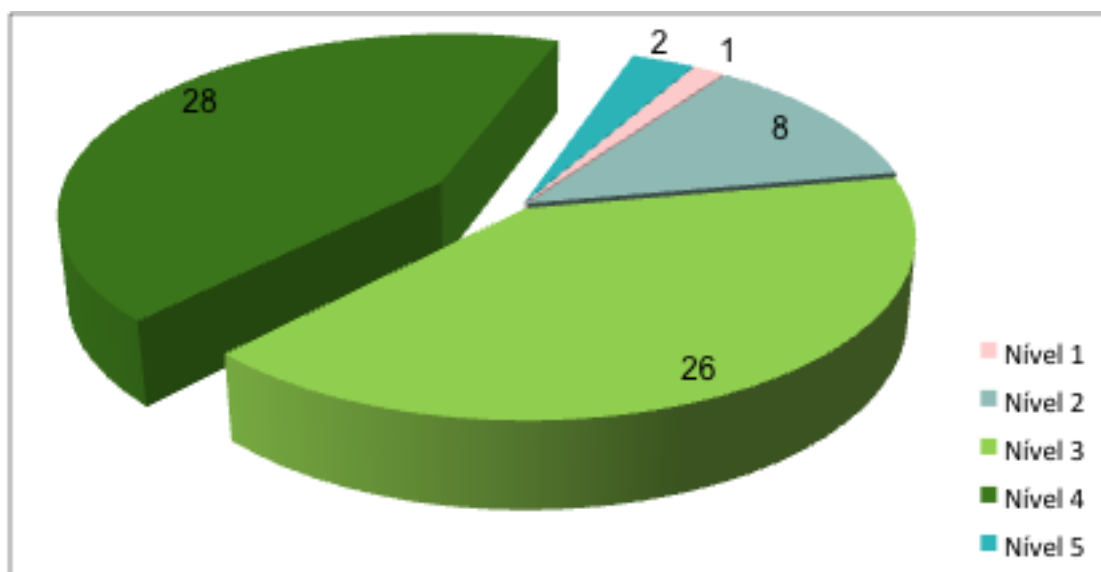
Gráfico 14. Índices Políticas públicas – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Políticas públicas*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 14. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 15 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Políticas públicas*. Observa-se que 28 destinos se encontram no mesmo nível que Belo Horizonte, nível em que se encontra a maioria dos destinos indutores.

Gráfico 15. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Políticas públicas



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

- Existência de órgão municipal com a atribuição exclusiva de coordenar ou incentivar o desenvolvimento do turismo – Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte (Belotur), e que dispõe de recurso próprio extraorçamentário para coordenar e incentivar o desenvolvimento do setor;
- Desenvolvimento de projetos pelo órgão gestor de turismo, em conjunto com outras secretarias no ano anterior, contemplando atividades relacionadas ao turismo – reestruturação dos Centros de Atendimento ao Turista em parceria com a Secretaria de Obras e projeto de sinalização turística em parceria com a BHTrans;
- Recebimento de recursos provenientes de emendas parlamentares no ano anterior;
- Existência de instância de governança local ativa – em formato de Conselho Municipal de Turismo - dedicada ao acompanhamento da atividade turística e que realiza reuniões com periodicidade (trimestral);
- Representação do órgão municipal de turismo no fórum estadual do turismo;

- Recebimento de investimentos diretos do governo estadual em projetos que visavam ao desenvolvimento do turismo, em áreas como: infraestrutura geral e turística, acesso, marketing, entre outras;
- Recebimento de investimentos diretos do governo federal em projetos ligados ao turismo no destino, no ano anterior;
- Existência de convênios firmados com o Governo Federal, no ano anterior, inclusive diretamente com o Ministério do Turismo;
- Existência de Plano Diretor Municipal que contempla o setor de turismo;
- Existência de planejamento formal específico para o setor de turismo em vigor, PDTIS – 2012/2017 e plano plurianual (BH Metas);
- Execução de ações e projetos em parceria com a iniciativa privada e com entidades de classe representativas do setor ao longo do ano anterior para a participação em feira e eventos de turismo, realização de pesquisas de oferta e demanda, realização de rodadas de negócios, entre outras.

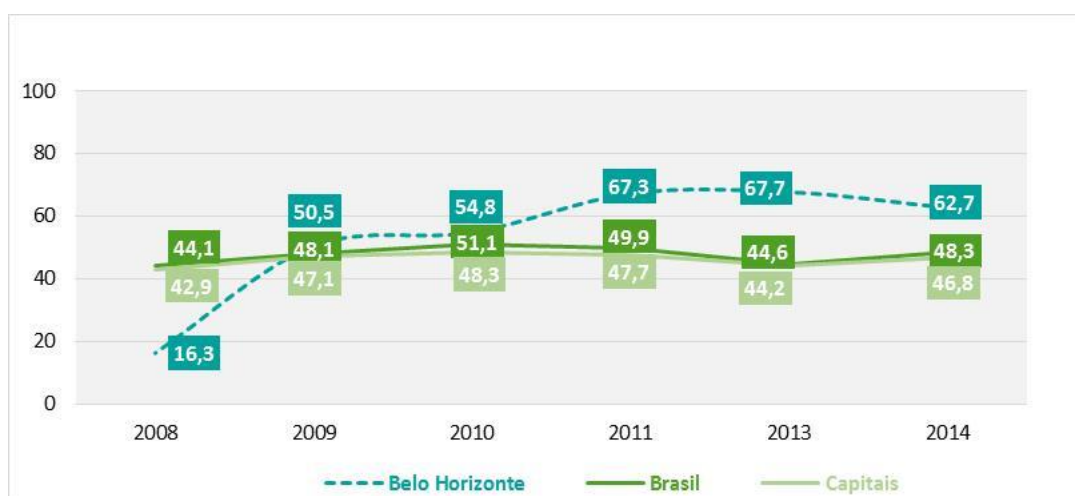
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

- Não recebimento de investimentos diretos do governo estadual em projetos para alguns setores, como: saúde (suporte de atendimento ao turista), meio ambiente e cultura;
- Algumas áreas não são contempladas por investimentos do governo federal, como: infraestrutura turística, aspectos ambientais e culturais sob a ótica do incremento à competitividade no turismo.

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.

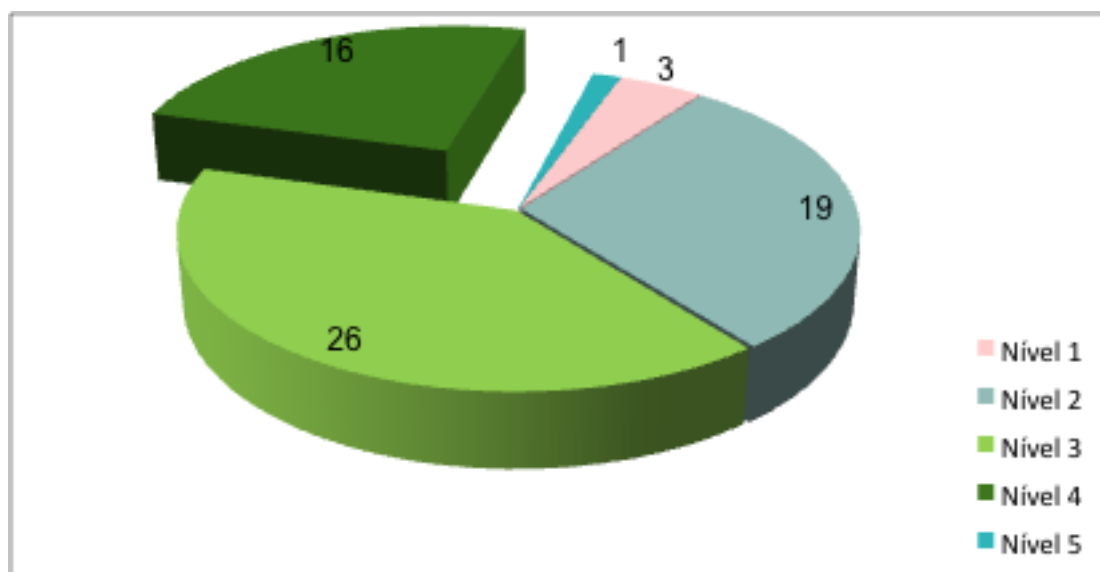
Gráfico 16. Índices Cooperação regional – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Cooperação regional*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou abaixo do ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 16. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 17 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Cooperação regional*. Observa-se que 16 destinos se encontram no mesmo nível que Belo Horizonte (nível 4), enquanto a maior parte dos destinos indutores encontra-se no nível 3.

Gráfico 17. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Cooperação regional



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

- Existência de uma instância de governança regional, Circuito Turístico de Belo Horizonte, responsável por gerir os projetos e ações referentes à região turística da qual o destino faz parte;
- Realização de ações, no ano anterior, para mobilizar atores do segmento turístico do destino sobre a importância da cooperação regional, inclusive com municípios de outras regiões turísticas;
- Existência de projetos de cooperação regional compartilhados entre Belo Horizonte e destinos de outros Circuitos Turísticos, entre eles, o Projeto de Roteirização (Três Capitais de Minas, Do Antigo ao Contemporâneo, etc);
- Existência de plano de desenvolvimento turístico integrado em vigor para a região - PDTIS;
- O fato de o destino integrar roteiros turísticos regionais, comercializados por operadores e/ou agências locais e nacionais;
- Participação do destino em eventos para a promoção e comercialização dos roteiros regionais e da região turística, no ano anterior, Go to Brazil, Abav e Salão Mineiro de Turismo;

- Realização de ações promocionais, em parceria com outros destinos da mesma região, com agentes/operadores de turismo receptivo, para divulgar a região, como *famtour*, *press trips* e ações promocionais para públicos específicos;
- Participação do destino em rodadas de negócios e reuniões agendadas em eventos e feiras de turismo para promover a região ou os roteiros regionais, no ano anterior;
- O destino coproduz material promocional dos circuitos turísticos da qual faz parte.

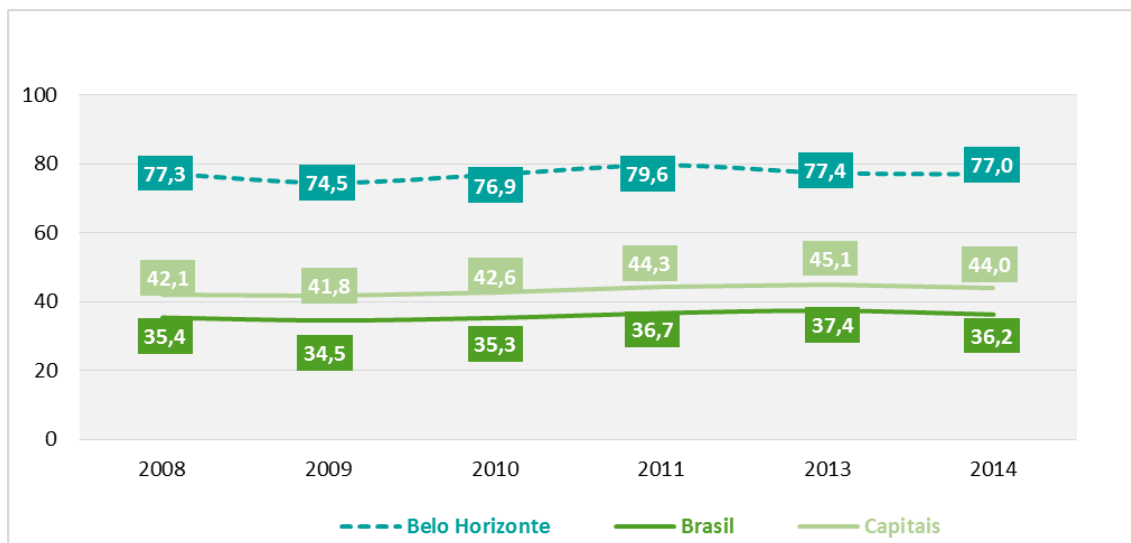
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador nesta dimensão, estão:

- O fato de a instância de governança regional não reunir mais de um destino;
 - A instância de governança não conta com a participação ativa de variados atores do segmento turístico, não mantém reuniões periódicas e não dispõe de um gestor executivo com dedicação exclusiva à coordenação;
 - As ações previstas no plano de desenvolvimento turístico regional ainda não foram implementadas;
 - Indisponibilidade de recurso próprio para a condução das atividades da instância;
 - Inexistência de página institucional da região turística ou dos roteiros turísticos regionais na internet;
- Inexistência de material promocional da região turística que o destino faz parte.

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.

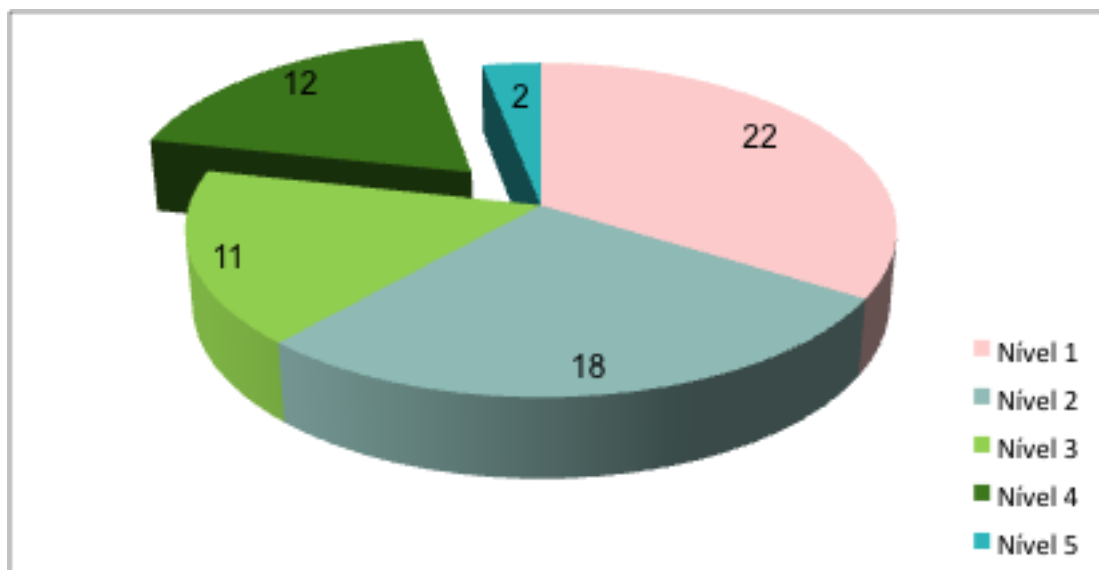
Gráfico 18. Índices Monitoramento – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Monitoramento*, o índice registrado pelo destino em 2014 manteve-se estável em relação ao ano anterior, permanecendo no nível 4, como é possível observar no Gráfico 18. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 19 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Monitoramento*. Observa-se que 12 destinos se encontram no mesmo nível que Belo Horizonte, enquanto a maior parte dos destinos indutores encontra-se nos níveis 1 e 2.

Gráfico 19. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Monitoramento



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

- Existência de pesquisa de demanda periódica que gera dados relevantes para o planejamento do turismo no destino, cuja coleta de dados é realizada tanto na alta quanto na baixa temporada;
- Realização de pesquisas de perfil de turistas em eventos específicos: Copa das Confederações, Festival Comida di Buteco, Campanha de popularização do teatro;
- Existência de pesquisa de oferta turística – Cadastramento de Equipamentos Turísticos – atualizada e cujos dados são sistematizados por meio de sistema de dados MySQL;
- Disponibilidade de um conjunto técnico de estatísticas turísticas reunidas e disponíveis para consulta;
- Elaboração de relatórios acompanhamento setoriais de atividades turísticas - relatórios conjuntura turística, documento que reúne dados de pesquisa qualitativa com representantes dos segmentos relacionados ao turismo (agências de viagem e hotelaria) e sua análise, visando o acompanhamento da evolução do setor;
- Acompanhamento contínuo dos objetivos da política em turismo em âmbito municipal – BH Metas;

- Existência de estudos sobre os impactos econômicos no turismo – relatórios do Observatório do Turismo;
- Existência de setor específico de estudos no âmbito da administração pública local, Divisão do Observatório do Turismo, dentro da Diretoria de Marketing da Belotur, que realiza pesquisas em turismo.

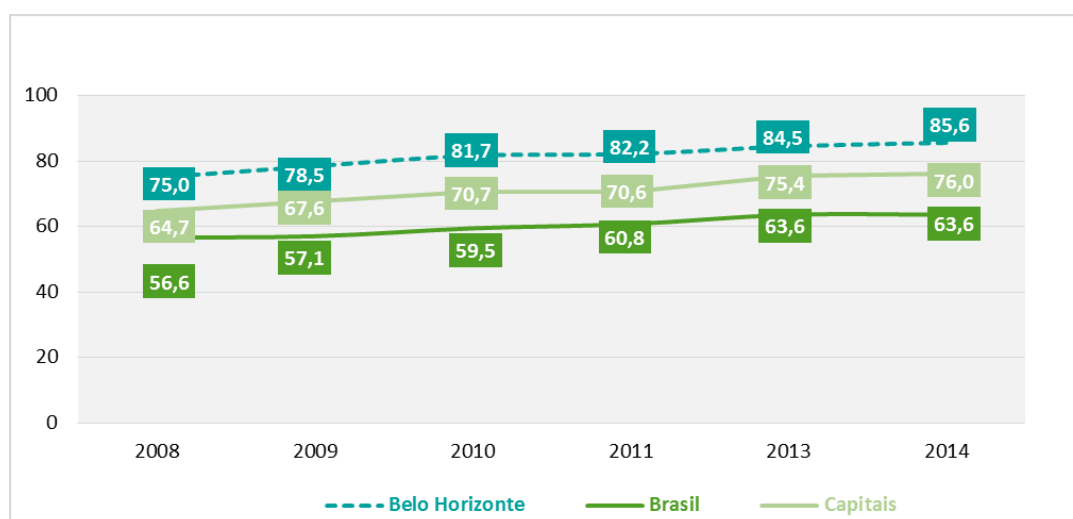
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

- Ausência de um sistema de estatísticas;
- Ausência de acompanhamento dos objetivos da política em turismo em âmbito Estadual e Federal;
- Inexistência de estudos sobre os 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.

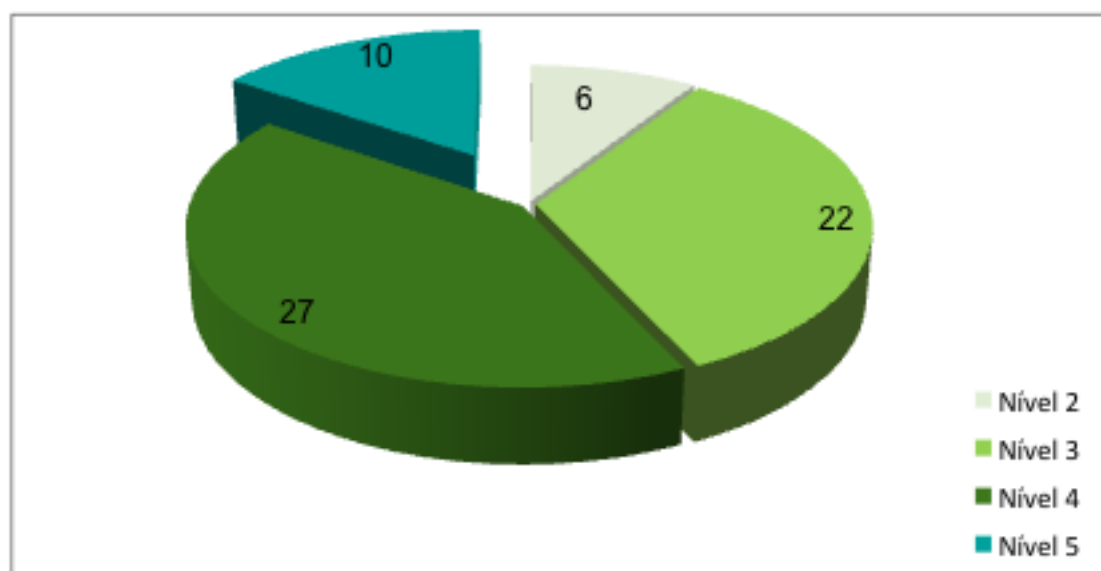
Gráfico 20. Índices Economia local – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Economia local*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do ano anterior, mantendo-se no nível 5, como é possível observar no Gráfico 20. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 21 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Economia local*. Observa-se que 10 destinos se encontram no mesmo nível que Belo Horizonte, enquanto a maior parte dos destinos indutores encontra-se no nível 4.

Gráfico 21. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Economia local



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

- Cobertura de 5 (cinco) operadoras de telefonia móvel no destino, sendo elas: Oi, Vivo, Claro, Tim e Nextel, com oferta de tecnologias 3G e 4G;
- Acesso gratuito à internet em locais públicos, como rodoviária e praças públicas;
- Presença de caixas eletrônicos de autoatendimento para saques com cartões de crédito internacionais;

- Existência de lei municipal de incentivo à formalização de estabelecimentos comerciais e de prestadores de serviços: a lei 10.640/2013;
- Atuação de um *Convention & Visitors Bureau* exclusivo da região – o Belo Horizonte Convention and Visitors Bureau – BHCVB;
- Realização de eventos internacionais (padrão ICCA) no destino, no ano anterior;
- Existência de empresas multinacionais de produção de bens (indústrias) no destino;
- Exportação de mercadoria de alto valor agregado - softwares.

Como fator limitante a evolução do indicador, está:

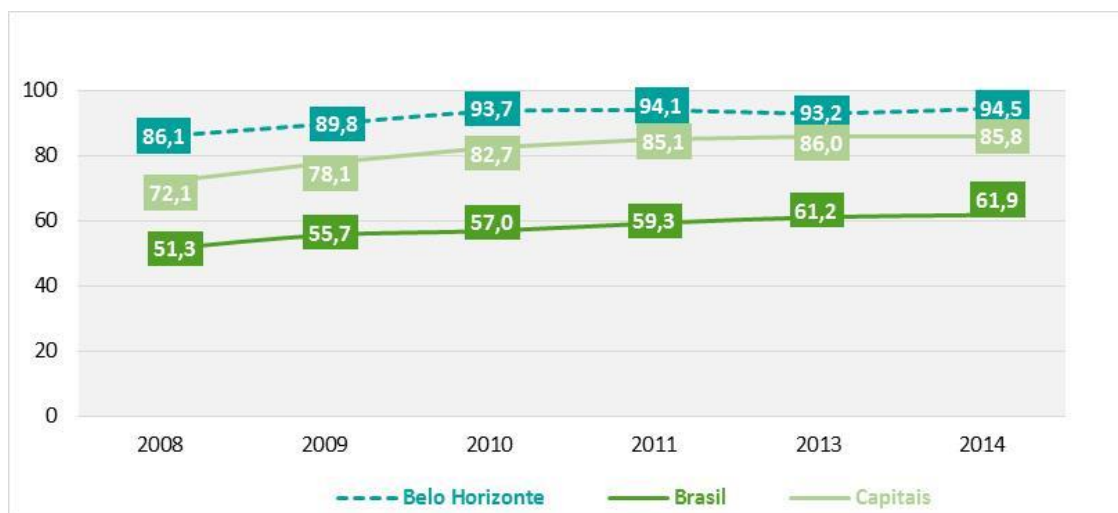
- Ausência de benefícios locais de isenção ou redução de impostos ou taxas para as atividades características do turismo.

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

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) geração de negócios e empreendedorismo.

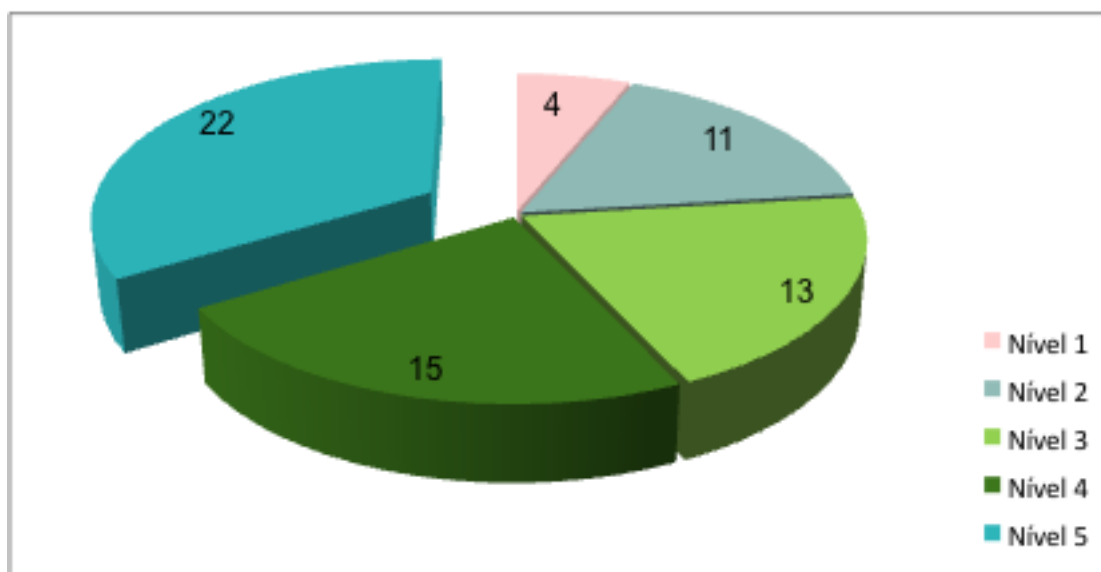
Gráfico 22. Índices Capacidade empresarial – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Capacidade empresarial*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do ano anterior, mantendo-se no nível 5, como é possível observar no Gráfico 22. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 23 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Capacidade empresarial*. Observa-se que 22 destinos se encontram no mesmo nível que Belo Horizonte, nível que se encontra a maioria dos destinos indutores.

Gráfico 23. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Capacidade empresarial



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

- Presença de instituições de ensino com programas regulares de formação técnica e formação superior;
- Presença de diversas escolas de formação regular em idiomas estrangeiros;
- Presença de grupos nacionais e internacionais de locação de automóveis;
- Presença de redes nacionais e internacionais de meios de hospedagem;
- Presença de redes nacionais e internacionais de alimentos e bebidas;
- O fato de ter sido oferecido no destino, no ano anterior, cursos do EMPRETEC, que ajuda a fomentar o empreendedorismo local.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador, estão:

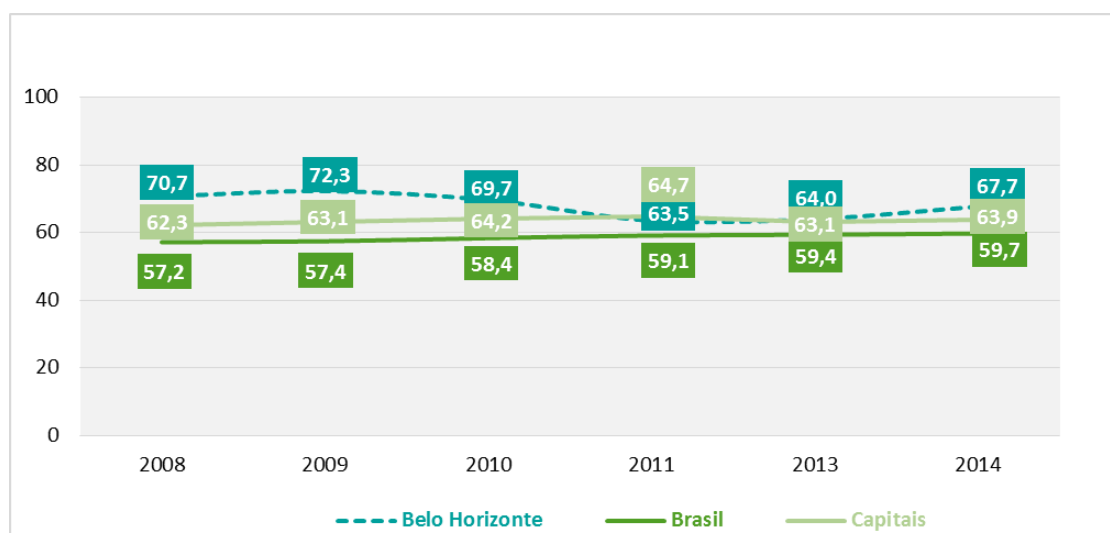
- Inexistência de arranjos produtivos locais (APL) ligados ao setor de turismo;
- Presença de barreiras à entrada de novos empreendimentos turísticos, sinalizadas pelos entrevistados durante a pesquisa - entre elas: falta de terrenos ou espaço físico, falta de incentivos fiscais, custo elevado de terrenos e aluguéis, etc.

Além disso, alguns dados secundários também ajudaram a compor a avaliação nesta dimensão, como o saldo de empresas formais (considerando abertura e fechamento) nos últimos dois anos; o salário médio, a massa salarial e sua taxa de crescimento; a taxa de criação de empregos no destino nos últimos dois anos, e o volume de exportação de bens e serviços.

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 de crianças e adolescentes; (iv) uso de atrativos e equipamentos turísticos pela população; e (v) cidadania, sensibilização e participação na atividade turística.

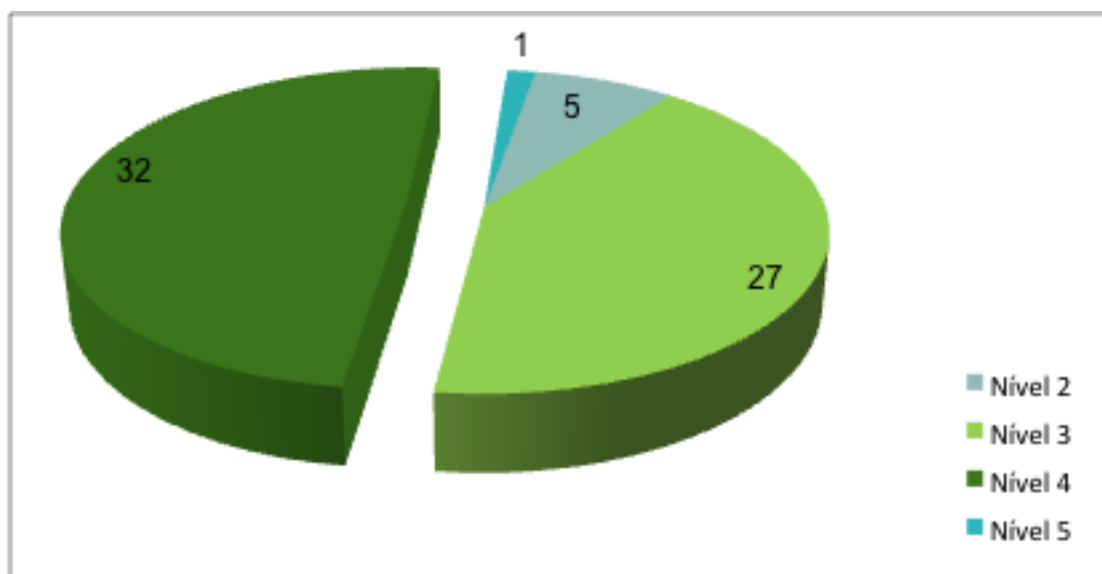
Gráfico 24. Índices Aspectos sociais – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Aspectos sociais*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 24. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 25 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Aspectos sociais*. Observa-se que 32 destinos se encontram no mesmo nível que Belo Horizonte, nível em que se encontra a maioria dos destinos indutores.

Gráfico 25. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Aspectos sociais



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

- Sensibilização dos cidadãos sobre a importância da atividade turística para o destino – campanha BH para Gente no Facebook e Twitter;
- A população costuma ser consultada sobre atividades ou projetos turísticos por meio de convocações e instrumentos não deliberativos;
- Envolvimento da comunidade local com a atividade turística e participação evidente na discussão sobre projetos turísticos, em caráter consultivo, por meio associações e entidades de classe;
- 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.

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

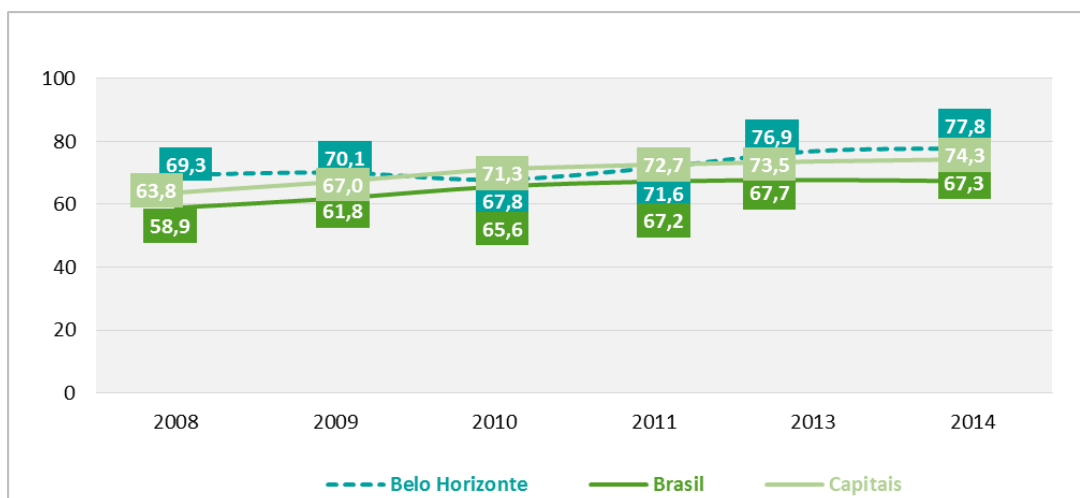
- Utilização de mão de obra informal durante a alta temporada, segundo relatos obtidos em campo, em atividades relacionadas ao turismo, como hotelaria, bares e restaurantes, receptivo e eventos;
- Presença de deficiências dos profissionais de turismo de nível técnico-administrativo, conforme indicado pelos entrevistados durante a pesquisa, principalmente no que se refere à idiomas e capacitações técnicas;
- Identificação de deficiências dos profissionais de nível operacional, como idiomas, capacitação técnica e atendimento ao cliente, segundo depoimento dos entrevistados;
- Ausência de programas regulares de incentivo ao uso dos equipamentos turísticos pela população local;
- Ausência de sensibilização do turista para o respeito à comunidade local, à cultura e ao patrimônio;
- Ocorrência de relatos de exploração sexual de crianças e adolescentes relacionada ao turismo no destino.

Além disso, 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*.

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.

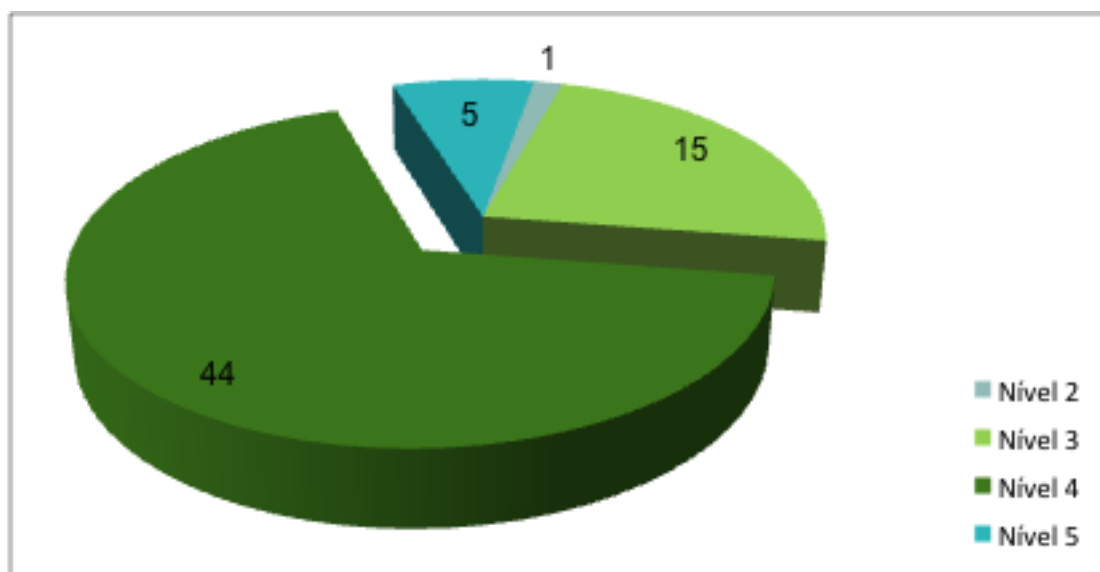
Gráfico 26. Índices Aspectos ambientais – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Aspectos ambientais*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 26. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 27 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Aspectos ambientais*. Observa-se que 44 destinos se encontram no mesmo nível que Belo Horizonte, nível em que se encontra a maioria dos destinos indutores.

Gráfico 27. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Aspectos ambientais



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

- Presença de um órgão municipal com atribuição de coordenar ou incentivar ações referentes ao meio ambiente – Secretaria Municipal de Meio Ambiente;
- Presença de um Conselho Municipal de Meio Ambiente ativo;
- Existência de atividade de controle e monitoramento da qualidade do ar;
- Existência de política municipal de meio ambiente no destino, a qual disciplina sobre ações do poder público no que tange ao meio ambiente, recursos hídricos, saneamento e desenvolvimento urbano;
- Existência do Plano Municipal de Resíduos Sólidos, em conformidade com a Política Nacional;
- Existência de estação de tratamento de água (ETA) no destino;
- Realização de campanhas educativas periódicas para o uso racional da água;
- Monitoramento da balneabilidade das águas semanalmente;
- Existência de estação de tratamento de esgoto (ETE) que atende ao destino;
- Destinação pública de resíduos sólidos residenciais e comerciais para aterro sanitário;
- Correta destinação (coleta, transporte, classificação e tratamento) dos Resíduos dos Serviços de Saúde (RSS) no destino;

- Presença de Unidades de Conservação no território municipal – Parque Municipal das Mangabeiras –, a qual possui conselho gestor ativo e plano de manejo em vigor.

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

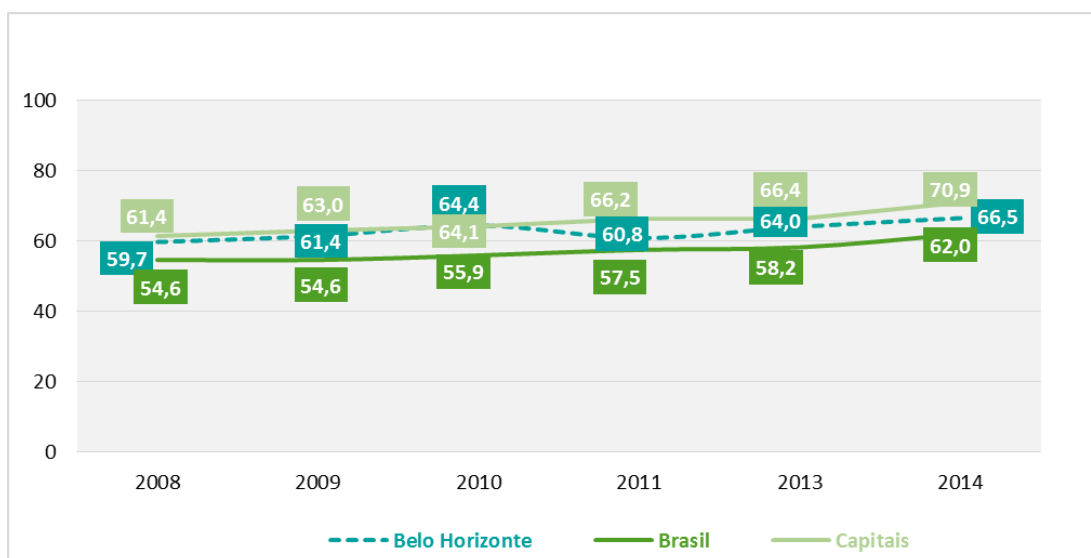
- Inexistência de um Código Ambiental Municipal em vigor;
- Inexistência de Plano Municipal de Meio Ambiente para o destino;
- Presença de atividades potencialmente poluidoras, com alvará de funcionamento ou de localização no território municipal, como mineradora, siderúrgica, cimenteira e indústria química;

Inexistência de estação pública de tratamento de água para a sua reutilização.

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.

Gráfico 28. Índices Aspectos culturais – destino x Brasil: 2008-2014

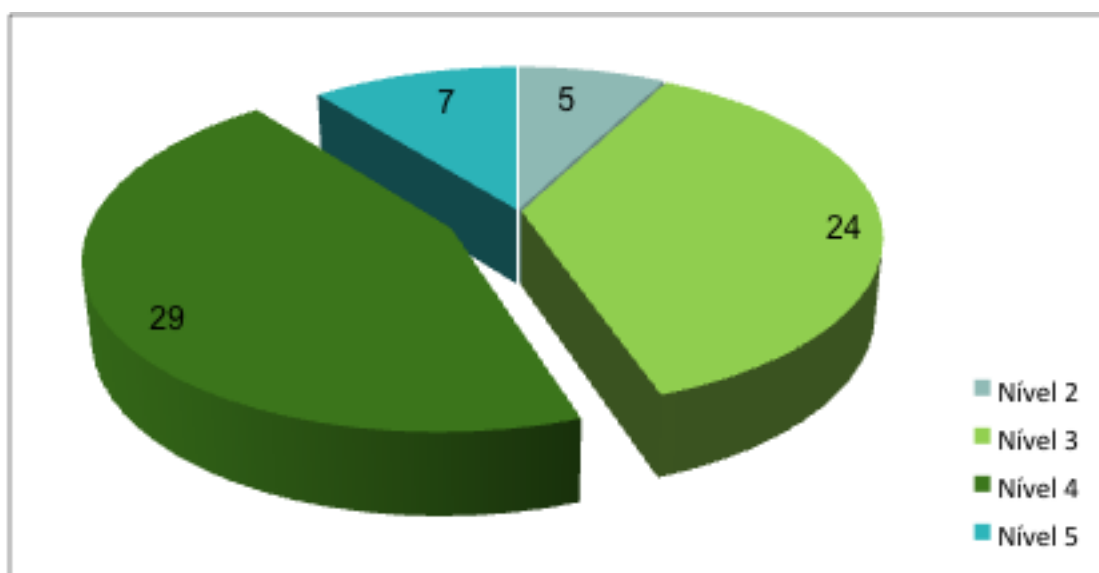


Na dimensão *Aspectos culturais*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 28. Este

índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 29 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Aspectos culturais*. Observa-se que 29 destinos se encontram no mesmo nível que Belo Horizonte, nível em que se encontra a maioria dos destinos indutores.

Gráfico 29. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Aspectos culturais



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

- Existência de culinária típica: com pratos e receitas reconhecidas e divulgadas em guias de viagens de repercussão nacional – feijão tropeiro, frango com quiabo, tutu a mineira, queijo minas (Canastra e Serro), frango com Ora-Pro-Nóbis, etc;
- Presença de grupos artísticos de manifestação popular tradicional, como - Uakti, Giramundo, Tambolele, Galpão - que se apresentam com frequência em outros estados e até mesmo em outros países;

- Existência de patrimônios imateriais registrados pelo município e que se constituem em atrativos turísticos;
- Existência de patrimônios artísticos e históricos registrados pelo município, pelo estado e tombados pelo Iphan, os quais também se constituem em atrativos turísticos, tais como: Conjunto arquitetônico e paisagístico da Pampulha, Igreja de São Francisco de Assis, Praça da Estação, Serra do Curral, Parque Municipal, entre outros;
- Existência de uma Política Municipal de Cultura;
- Manutenção de calendário de festas tradicionais populares, por meio da promoção e apoio a festas e eventos culturais;
- Existência de legislação municipal de fomento à cultura, bem como de fundo municipal de cultura efetivo e exclusivo;
- Existência de projeto para implementação de turismo cultural – Mapas das Artes e roteiros turísticos culturais em parceria com a Belotur.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador, estão:

- Inexistência de atividade artesanal típica que associada ao turismo, poderia fomentar o fluxo de visitantes para o município;
- Inexistência de um Plano Municipal de Cultura que, entre outros benefícios, ajudaria a manter um calendário de manifestações culturais.

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 capitais, registrados nas últimas três edições do Índice de Competitividade.

Ao realizar uma análise sobre a série histórica dos resultados de Belo Horizonte, é possível concluir que, em 2014, houve evolução do indicador de competitividade do destino (Índice geral) em comparação com o ano anterior da pesquisa.

Tabela 1. Índices de competitividade do destino e médias Brasil e Capitais³.

| Dimensões | Brasil | | | | Capitais | | | | Belo Horizonte | | | |
|------------------------------------|--------|------|------|------|----------|------|------|------|----------------|------|------|------|
| | 2010 | 2011 | 2013 | 2014 | 2010 | 2011 | 2013 | 2014 | 2010 | 2011 | 2013 | 2014 |
| Índice geral | 56,0 | 57,5 | 58,8 | 59,5 | 64,1 | 65,5 | 66,9 | 68,2 | 74,9 | 75,5 | 77,0 | 78,5 |
| Infraestrutura geral | 65,8 | 68,4 | 68,6 | 68,2 | 74,3 | 75,8 | 75,4 | 76,3 | 83,7 | 83,8 | 80,9 | 83,8 |
| Acesso | 60,5 | 61,8 | 62,6 | 62,2 | 72,0 | 74,0 | 74,9 | 76,0 | 75,7 | 80,6 | 80,7 | 79,7 |
| Serviços e equipamentos turísticos | 50,8 | 52,0 | 56,8 | 58,7 | 63,3 | 64,1 | 69,1 | 71,6 | 75,4 | 71,1 | 80,7 | 82,0 |
| Atrativos turísticos | 60,5 | 62,0 | 63,2 | 63,4 | 59,5 | 61,3 | 62,9 | 64,2 | 66,6 | 70,1 | 67,0 | 74,2 |
| Marketing e promoção do destino | 42,7 | 45,6 | 46,8 | 48,4 | 46,8 | 50,0 | 50,1 | 52,2 | 85,6 | 85,2 | 81,1 | 81,6 |
| Políticas públicas | 55,2 | 56,1 | 57,6 | 58,1 | 61,5 | 61,3 | 62,1 | 63,9 | 74,0 | 67,5 | 77,4 | 79,5 |
| Cooperação regional | 51,1 | 49,9 | 44,6 | 48,3 | 48,3 | 47,7 | 44,2 | 46,8 | 54,8 | 67,3 | 67,7 | 62,7 |
| Monitoramento | 35,3 | 36,7 | 37,4 | 36,2 | 42,6 | 44,3 | 45,1 | 44,0 | 76,9 | 79,6 | 77,4 | 77,0 |
| Economia local | 59,5 | 60,8 | 63,6 | 63,6 | 70,7 | 70,6 | 75,4 | 76,0 | 81,7 | 82,2 | 84,5 | 85,6 |
| Capacidade empresarial | 57,0 | 59,3 | 61,2 | 61,9 | 82,7 | 85,1 | 86,0 | 85,8 | 93,7 | 94,1 | 93,2 | 94,5 |
| Aspectos sociais | 58,4 | 59,1 | 59,4 | 59,7 | 64,2 | 64,7 | 63,1 | 63,9 | 69,7 | 63,5 | 64,0 | 67,7 |
| Aspectos ambientais | 65,6 | 67,2 | 67,7 | 67,3 | 71,3 | 72,7 | 73,5 | 74,3 | 67,8 | 71,6 | 76,9 | 77,8 |
| Aspectos culturais | 55,9 | 57,5 | 58,2 | 62,0 | 64,1 | 66,2 | 66,4 | 70,9 | 64,4 | 60,8 | 64,0 | 66,5 |

Fonte: FGV, SEBRAE, MTur, 2014

³ O resultado Brasil considera a amostra das 65 cidades analisadas. Os resultados das “Capitais” refletem a média dos índices do grupo de cidades de mesma característica geopolítica.