

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

BONITO

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 .....	9
2.2. Infraestrutura geral .....	11
2.3. Acesso .....	14
2.4. Serviços e equipamentos turísticos .....	17
2.5. Atrativos turísticos.....	20
2.6. Marketing e promoção do destino .....	23
2.7. Políticas públicas.....	25
2.8. Cooperação regional.....	29
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 .....	48

## 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 100<sup>1</sup>:



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

---

<sup>1</sup> Para o posicionamento em níveis, segundo a escala proposta, utilizou-se o critério de arredondamento das pontuações. Por exemplo: abaixo de 20,5, a pontuação posiciona-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.

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 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 Bonito foi realizada entre os dias 12 e 16 de maio 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.

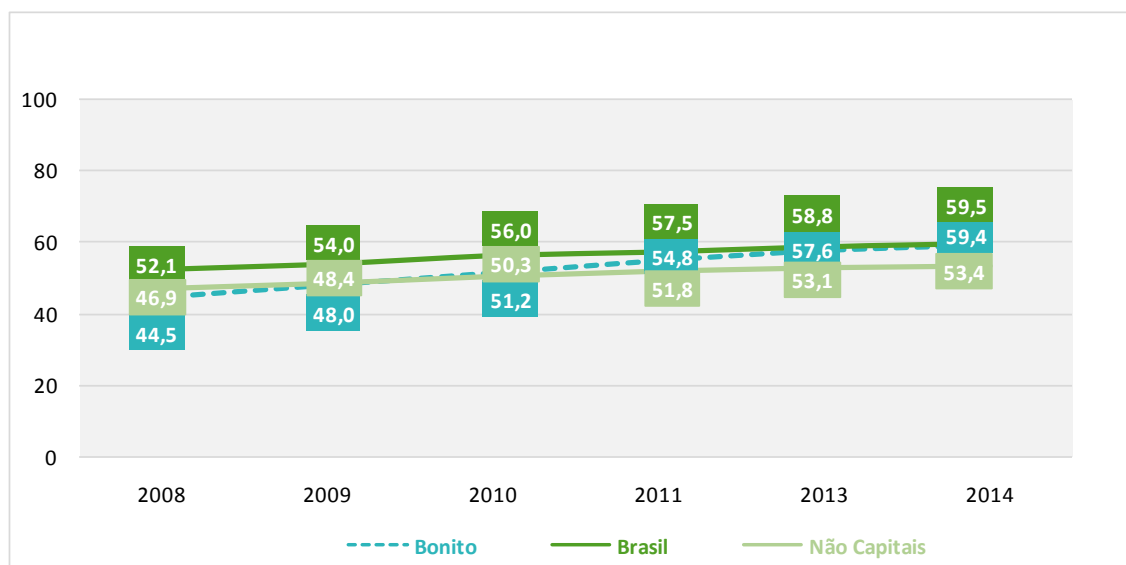
Ressalta-se que, além de todo o planejamento realizado pela Fundação Getúlio Vargas para a realização do Índice de Competitividade, fatores externos podem influenciar a coleta de informações em campo e conseqüentemente o sucesso da pesquisa, como: realização de todas as entrevistas programadas, visita *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 1.

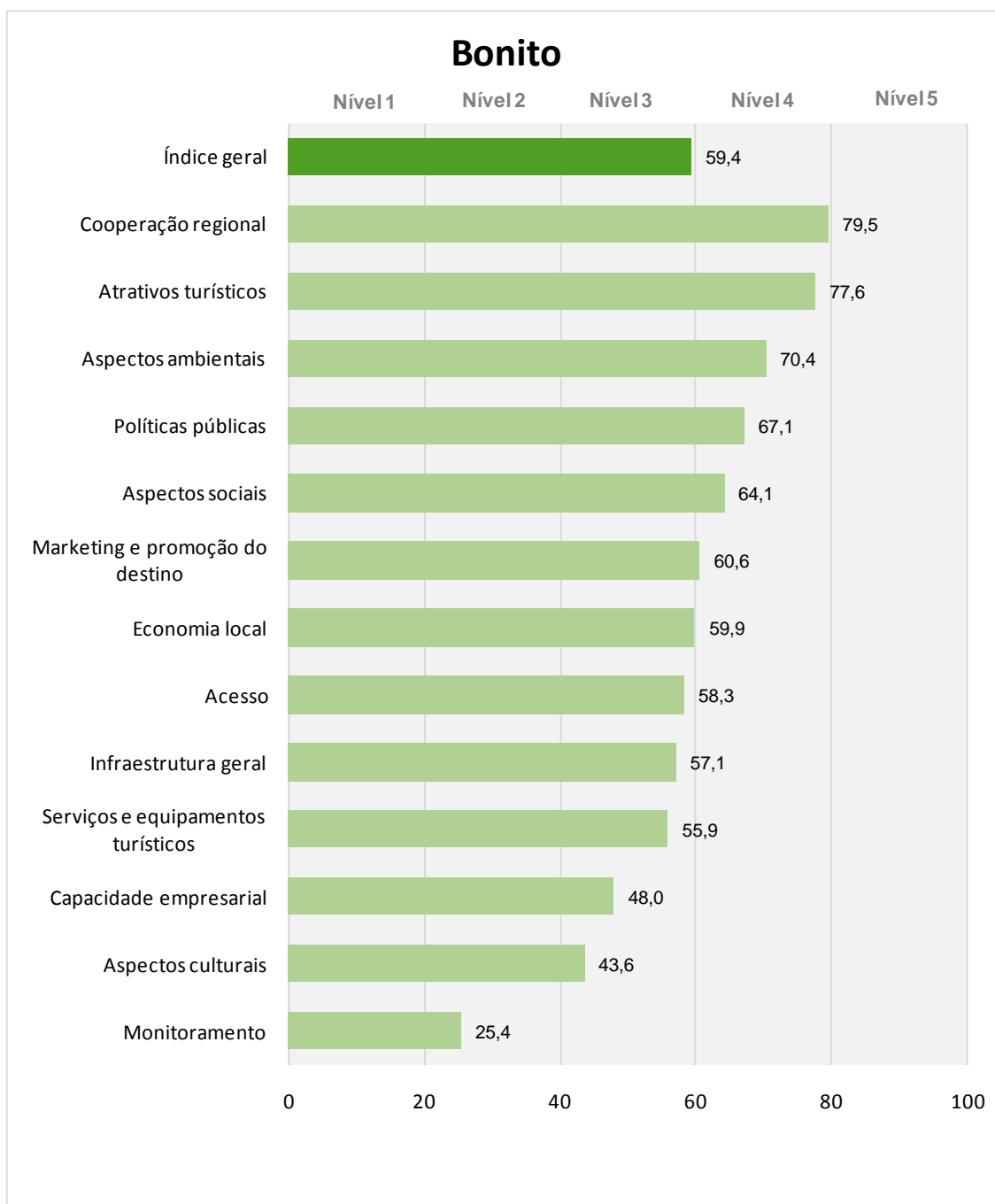
**Gráfico 1. Índices gerais de competitividade – destino x Brasil: 2008-2014**



No ano de 2014, o índice geral de competitividade registrado pelo destino ficou acima do registrado no ano anterior, permanecendo no nível 3, como é possível observar no Gráfico 1. Este índice manteve-se estável em relação à média nacional, mas posicionou-se acima da média do grupo das não capitais no índice geral.

Os resultados apresentados a seguir apontam que, das 13 dimensões avaliadas, as que obtiveram melhores desempenhos, com índices acima do nível 4, foram *Cooperação regional*, *Atrativos turísticos*, *Aspectos ambientais*, *Políticas públicas*, *Aspectos sociais* e *Marketing e promoção do destino*, conforme o Gráfico 2. Por sua vez, a dimensão com o menor nível de competitividade foi *Monitoramento*, a qual não ultrapassou o nível 2.

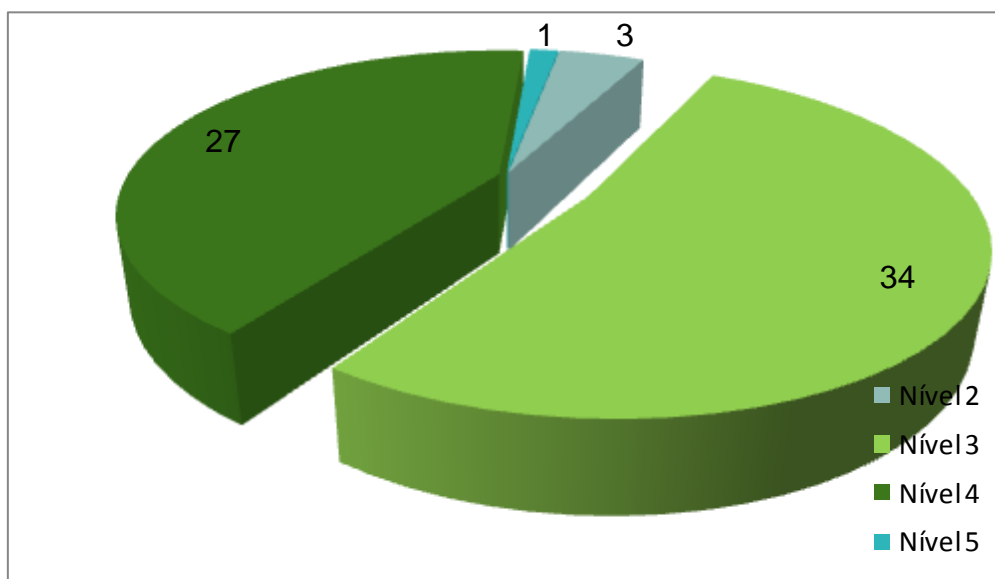
**Gráfico 2. Índices por dimensão em ordem decrescente de desempenho**



Quanto à distribuição das dimensões, conforme os cinco níveis de competitividade, observa-se que há uma concentração maior de resultados nos níveis 3 e 4, o que demonstra que, na maior parte das dimensões avaliadas, o destino apresenta desenvolvimento satisfatório a bom 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 34 destinos encontram-se no mesmo nível que Bonito; nível em que se encontra a maioria dos destinos.

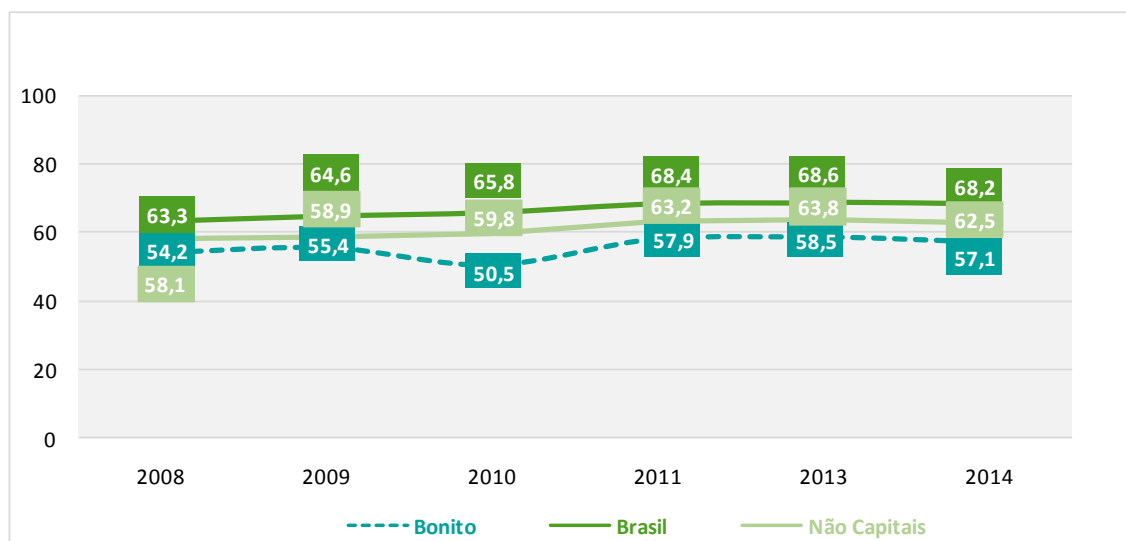
**Gráfico 3. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice geral**



## 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.

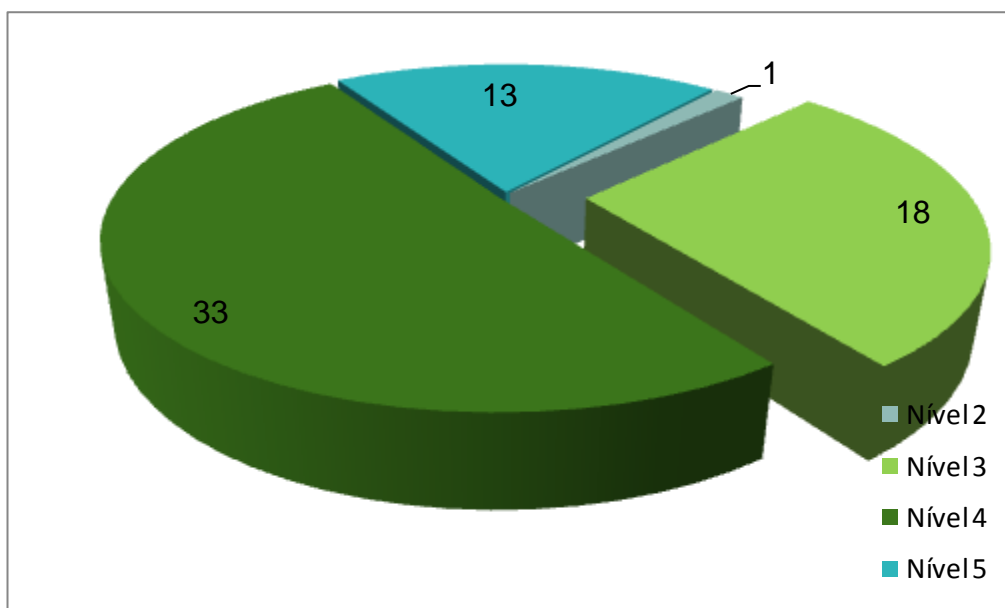
**Gráfico 4. Índices Infraestrutura geral – destino x Brasil: 2008-2014**



Na dimensão *Infraestrutura geral*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou abaixo em relação ao ano anterior, mantendo-se no nível 3, como é possível observar no Gráfico 4. Este índice posiciona-se abaixo da média nacional na dimensão, e abaixo da média do grupo das não 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 18 destinos se encontram no mesmo nível que Bonito; enquanto a maioria 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:

- Disponibilidade, no destino, de serviço público de atendimento médico em emergências 24 horas com atendimento em nível de primeiros socorros, estrutura para pequenas cirurgias e laboratório de análise;
- Existência de Defesa Civil e Guarda Municipal no destino;
- Presença de ciclofaixa, ainda que em apenas parte das áreas turísticas;
- Existência de elementos de drenagem pluvial nas áreas turísticas;
- Evidência de limpeza pública e da conservação urbana no entorno das áreas turísticas;
- Existência de lixeiras, telefones públicos e iluminação na maioria das áreas turísticas; e
- Presença de elementos de acessibilidade, como calçadas livres e faixas de pedestres acessíveis para pessoas com deficiência em grande parte do centro turístico do destino.

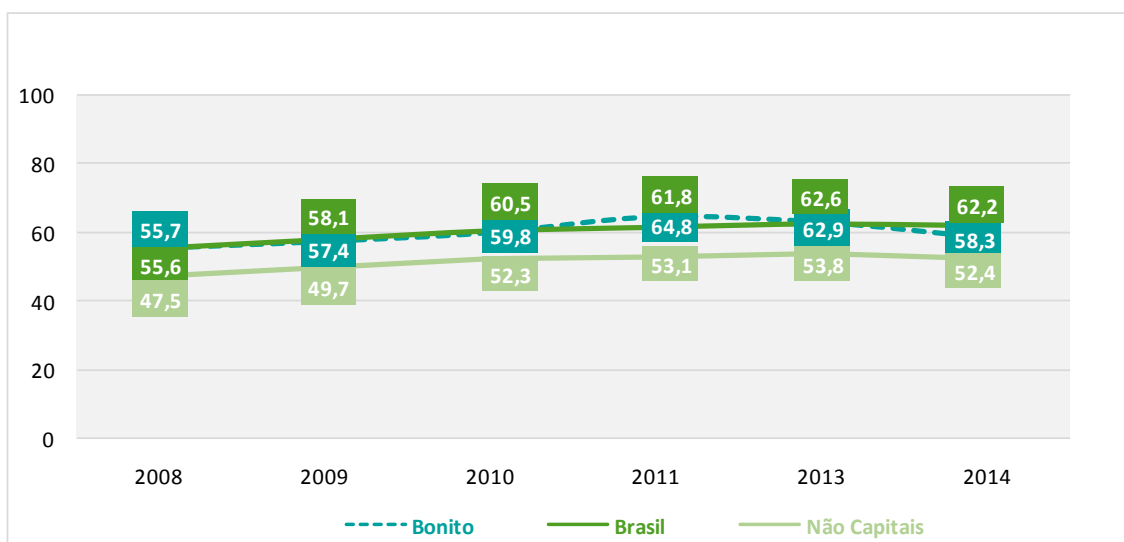
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

- Fornecimento descontínuo de energia elétrica durante o período da alta temporada;
- Inexistência de programa de proteção ao turista na Polícia Civil;
- Ausência de Corpo de Bombeiros com grupo de busca e salvamento;
- Ausência de banheiros públicos no entorno das áreas turísticas; e
- Inexistência elementos de acessibilidade, como vagas de estacionamento exclusivas para pessoas com deficiência, semáforos sonoros e banheiros adaptados nas áreas turísticas.

### 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.

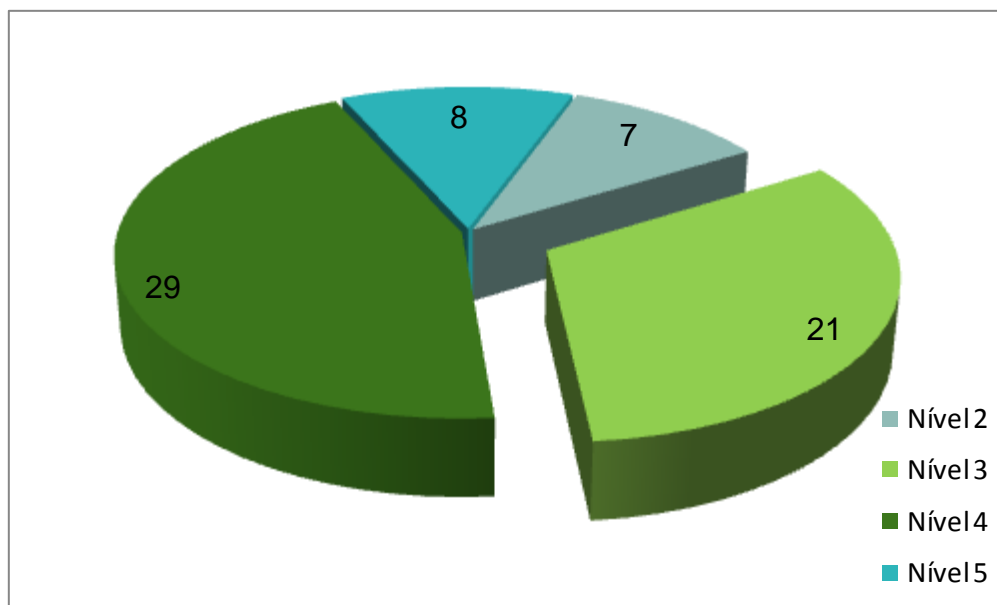
**Gráfico 6. Índices Acesso – destino x Brasil: 2008-2014**



Na dimensão *Acesso*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou abaixo em relação ao ano anterior, caindo para o nível 3, como é possível observar no Gráfico 6. Este índice posiciona-se abaixo da média nacional na dimensão, mas acima da média do grupo das não 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 21 destinos se encontram no mesmo nível que Bonito; enquanto a maioria dos destinos indutores encontra-se no nível 4.

**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 um aeroporto com voos regulares dentro do território municipal – Aeroporto Regional de Bonito – ainda que com poucos voos semanais. O referido aeroporto conta com assentos, sanitários limpos e bem conservados e sinalização interna em idioma estrangeiro;

- Serviço de táxi para atender àqueles que desembarcam no terminal aéreo quando há oferta de voos;
- Além do aeroporto mencionado, o destino também é atendido pelo Aeroporto Internacional de Campo Grande, localizado entre 201 a 300 km do destino;
- Existência de linhas de ônibus intermunicipais regulares que atendam ao destino e de um terminal rodoviário em território municipal, cuja estrutura conta com lanchonete, banheiros e rampas acessíveis à plataforma de embarque e desembarque;
- Oferta de táxi para o deslocamento dos que embarcam e desembarcam na rodoviária;
- Disponibilidade de serviço de táxi regularizado e padronizado; e
- Oferta de ligação aérea direta entre o aeroporto do destino e seu principal centro emissor de turista nacional – Estado de São Paulo.

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

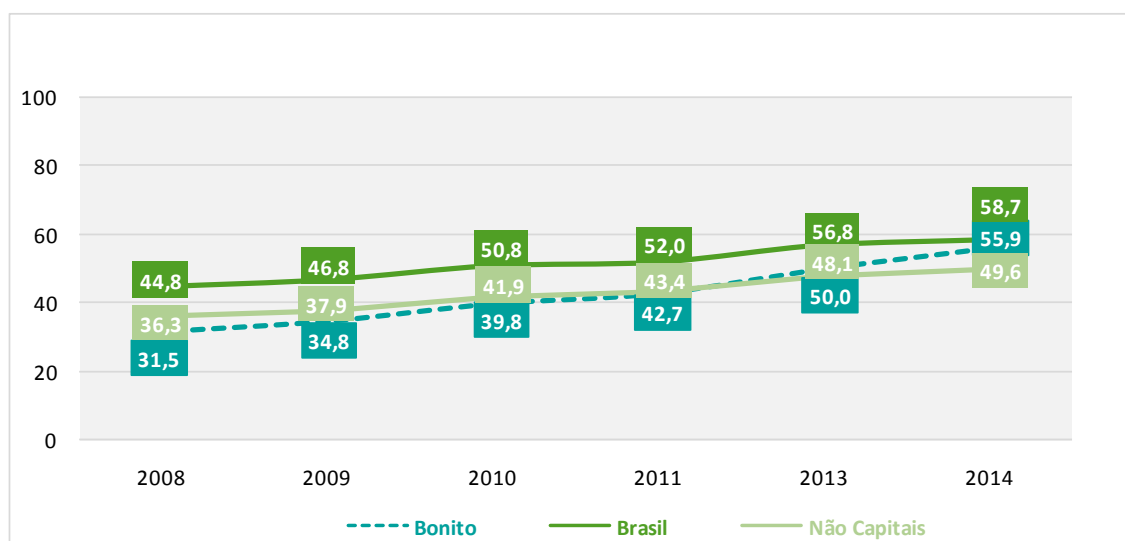
- Carência de serviços no terminal aeroportuário do destino conforme constatado em visita técnica ao local, tais como: lojas, lanchonete e centro de atendimento ao turista;
- Inexistência de linhas de ônibus interestaduais regulares que atendam ao destino;
- Inexistência de linha regular de transporte turístico (ônibus ou similar) que interligue os principais atrativos do destino;
- Existência de congestionamentos e carência de vagas durante o período da alta temporada nas áreas turísticas do destino;
- Carência de facilidades no serviço de táxi do destino, como o pagamento com cartão de crédito;
- Indisponibilidade de ligações aéreas diretas entre o aeroporto do destino e seus principais centros emissores de turistas internacionais; e
- O estado da BR 060, principal rodovia de acesso ao destino, segundo pesquisa realizada pela Confederação Nacional de Transporte – CNT, que foi 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.

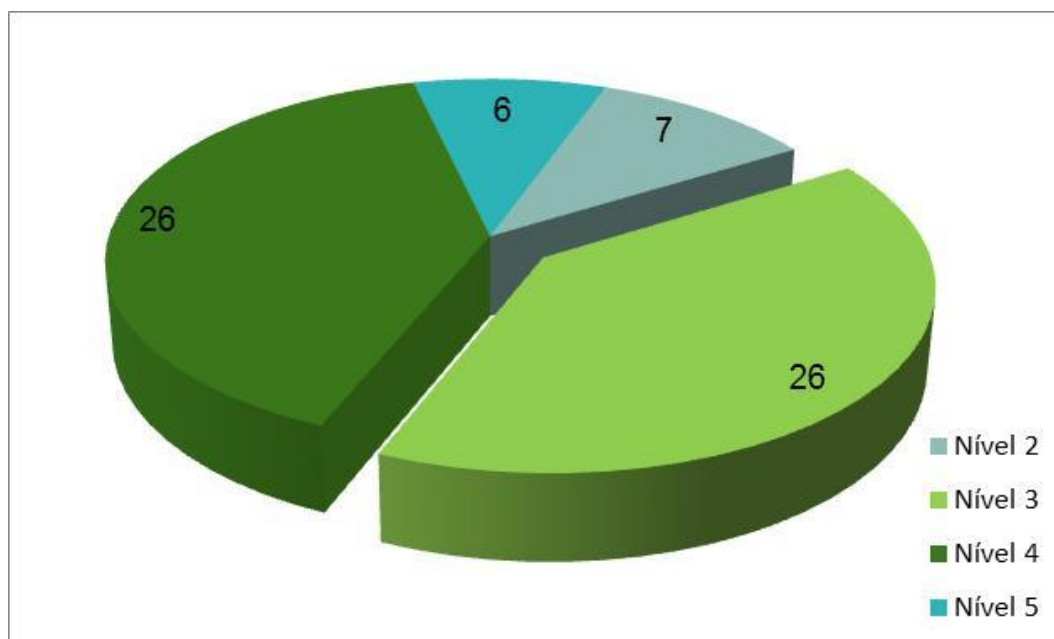
**Gráfico 8. Índices Serviços e equipamentos turísticos – destino x Brasil: 2008-2014**



Na dimensão *Serviços e equipamentos turísticos*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do registrado no ano anterior, mantendo-se no nível 3, como é possível observar no Gráfico 8. Este índice posiciona-se abaixo da média nacional na dimensão, mas acima da média do grupo das não 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 26 destinos se encontram no mesmo nível que Bonito.

**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, em bom estado de conservação e com informações disponíveis em idioma estrangeiro;
- Presença de sinalização turística descritiva ou interpretativa dos atrativos do destino, disponível também em idioma estrangeiro;
- Existência de Centro de Atendimento ao Turista no destino, localizado na entrada da cidade, que oferece diversos serviços e disponibiliza contatos de prestadores de serviços, informações sobre Bonito e destinos do entorno;
- Presença de centro de convenções no destino – tendo sido indicado como principal o Centro de Convenções de Bonito, que possui salas multiuso/modulares, auditórios, área de feiras climatizada, acesso à internet, acessibilidade para pessoas com deficiência e brigada de incêndio;
- Localização do Centro de Convenções de Bonito, próximo aos meios de hospedagem, ao aeroporto e ao centro da cidade;

- Oferta de outros espaços para a realização de eventos – espaços multifuncionais e salas em hotéis para eventos de pequeno e médio porte;
- Existência de políticas locais para que os meios de hospedagem priorizem a questão ambiental ou de sustentabilidade, através de um programa do Sebrae;
- Disponibilidade de acesso à internet nas unidades habitacionais e cumprimento de quesitos de acessibilidade na maior parte dos meios de hospedagem do destino;
- Presença de empresas de receptivo que oferecem diversos serviços aos turistas (transfer, atividades de aventura, visitas em grupo guiadas), inclusive em idioma estrangeiro;
- Disponibilidade de guias de turismo registrados no CADASTUR e capacitados para o atendimento em outros idiomas;
- Existência de organização representativa de guias – AGTB – Associação de Guias de Turismo de Bonito;
- Instituições de qualificação profissional que oferecem cursos livres de capacitação nas áreas relacionadas ao turismo no município;
- Valorização da gastronomia regional por parte dos restaurantes do destino, por meio da aplicação de receitas baseadas em ingredientes típicos regionais; e
- Participação frequente do empresariado local do setor de alimentação em cursos, públicos ou privados, com o objetivo de ampliar seu conhecimento sobre gestão do negócio e manipulação de alimentos.

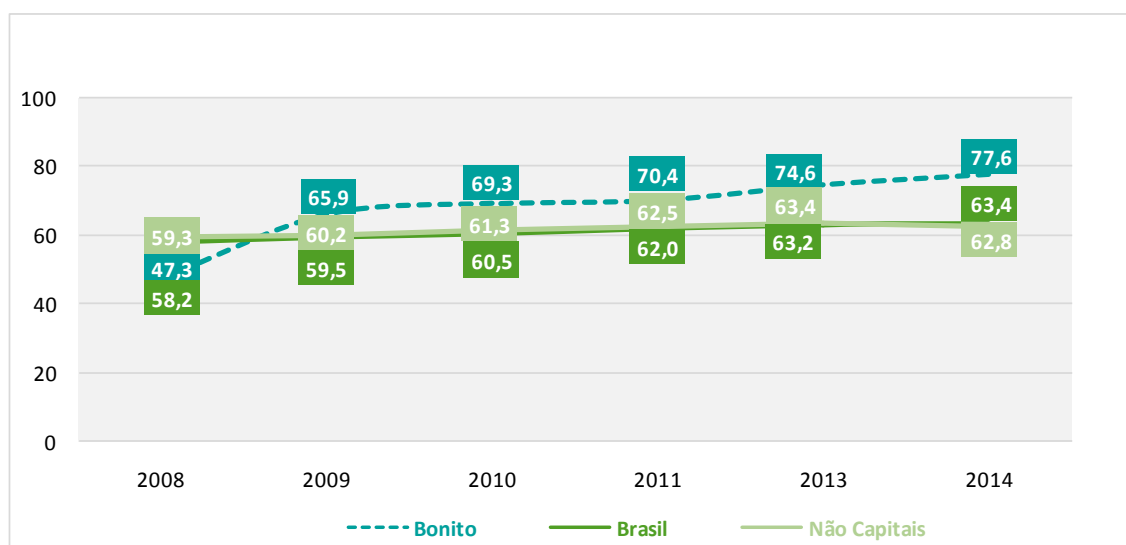
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador, constam os seguintes:

- Inexistência de transporte público para o principal centro de convenções;
- Carência de cursos técnicos e de graduação em áreas relacionadas ao turismo;
- Ausência de fiscalização regular da Vigilância Sanitária nos estabelecimentos de alimentação do destino; e
- Escassez de estabelecimentos de alimentação de diversas categorias de acordo com a avaliação do Guia 4 Rodas.

## 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.

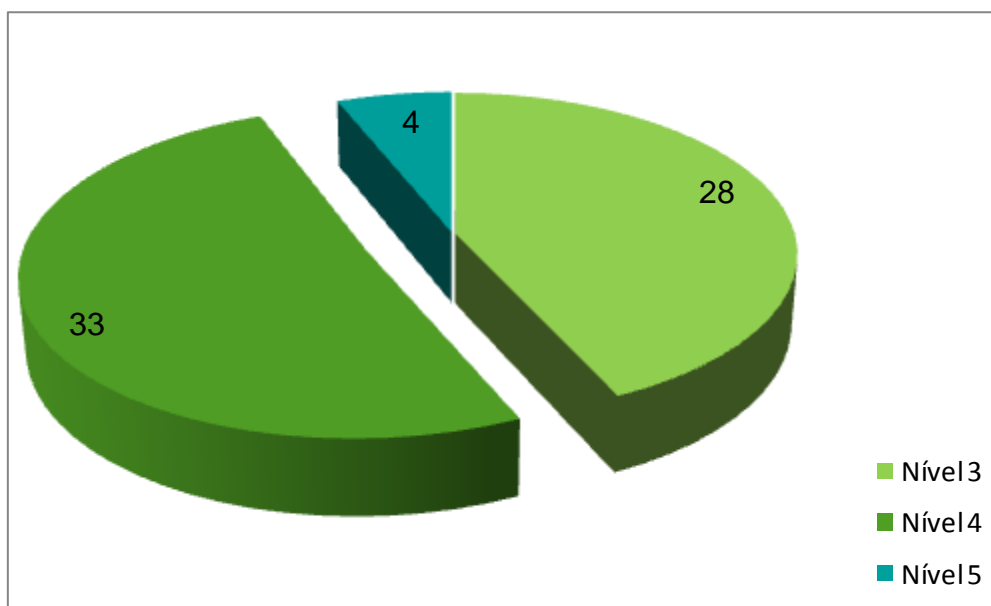
**Gráfico 10. Índices Atrativos turísticos – destino x Brasil: 2008-2014**



Na dimensão *Atrativos turísticos*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do registrado no ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 10. Este índice posiciona-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das não 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 Bonito; 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 quais os principais são a Gruta Lago Azul, o Rio Sucuri (com a flutuação) e o Rio Formoso (com os passeios de bote);
- Evidência de conservação ambiental no entorno do principal atrativo natural indicado – Gruta Lago Azul –, conforme observado em visita técnica;
- Respeito ao limite de capacidade de carga/suporte, conforme previsto no Plano de Manejo da Gruta Lago Azul, que minimiza o impacto da atividade turística sobre os recursos naturais;
- Manutenção da estrutura física disponível na Gruta Lago Azul, que dispõe de balcão de visitantes, lanchonete, loja de souvenir, sinalização indicativa e banheiros;
- Presença de atrativos culturais com fluxo turístico, sendo os principais: a Fábrica de Taboa (produção de cachaça, oficina de artesanato, degustação e venda de produtos), a Casa da Memória Raída e a Feira do Artesão;
- Evidência de conservação urbanística e ambiental no entorno da Fábrica de Taboa;

- Estrutura disponível na Fábrica de Taboa, que conta com centro de visitantes, loja de souvenir, sinalização descritiva, banheiros, visitas guiadas e elementos de acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida;
- Existência de sinalização turística viária indicativa para o principal atrativo cultural indicado;
- Existência de eventos programados que atraem turistas, sendo os principais indicados: o Festival de Inverno, o Festival da Guavira e a Festa do Laço;
- O local onde acontece o principal evento programado indicado – Festival de Inverno – que conta com estrutura física boa e com alguns quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência;
- Acesso facilitado ao local onde ocorre o Festival de Inverno devido à existência de pavimentação das vias de acesso e sinalização turística indicativa adequada;
- Existência de atrativos de realização técnica e científica<sup>2</sup> que atraem visitantes ao longo de todo o ano com interesse específico, independentemente de uma data especial no calendário de eventos, com destaque para o Modelo de Gestão Turístico e Ambiental dos Atrativos Naturais de Bonito (Voucher Único); e
- Adoção de quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência nas principais áreas turísticas do destino, consequência da implementação do Modelo de Gestão Turístico e Ambiental.

Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

- Carência de recursos que viabilizem a circulação de pessoas com deficiência no principal atrativo natural;
- A via de acesso à Gruta Lago Azul não é pavimentada; e
- Inexistência de estudo de capacidade de carga para o principal atrativo cultural indicado – Fábrica de Taboa.

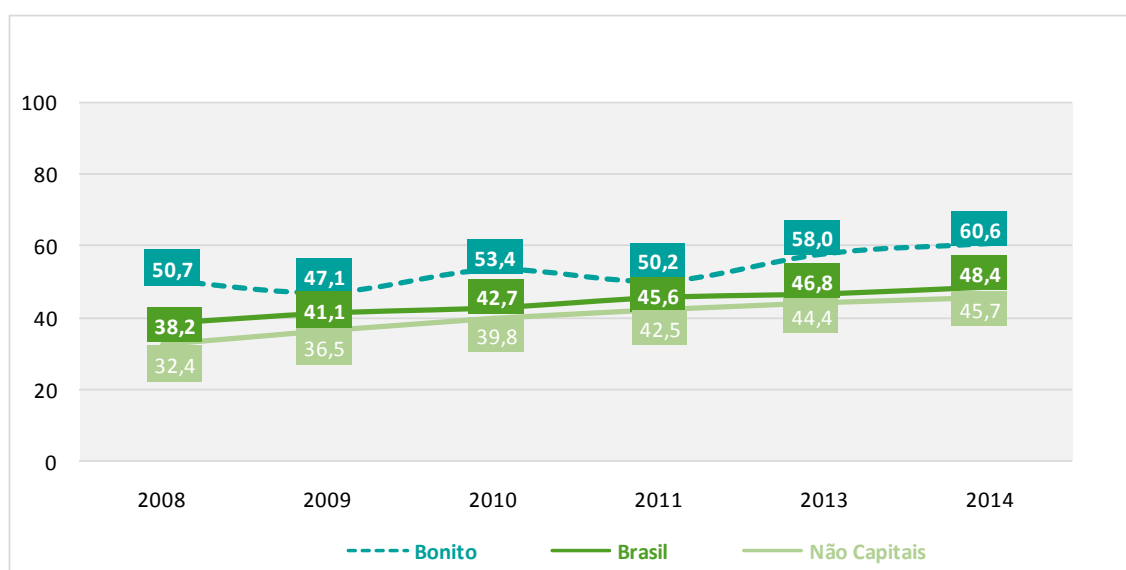
---

<sup>2</sup> 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.

## 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.

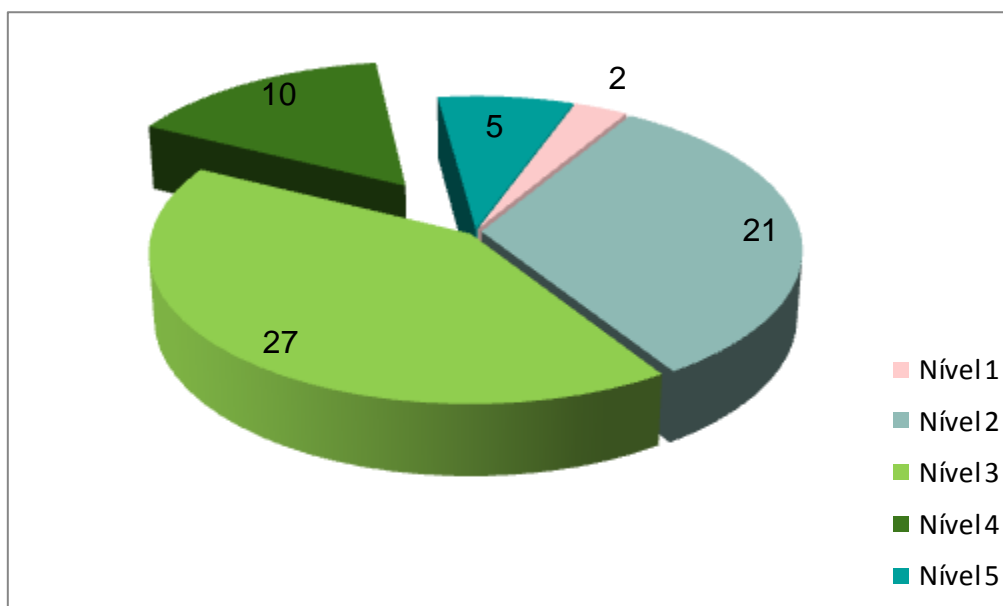
**Gráfico 12. Índices Marketing e promoção do destino – destino x Brasil: 2008-2014**



Na dimensão *Marketing e promoção do destino*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do registrado no ano anterior, alcançando um nível superior (nível 4), como é possível observar no Gráfico 12. Este índice posiciona-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das não 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 10 destinos se encontram no mesmo nível que Bonito; enquanto grande parte dos destinos indutores se encontra 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:

- 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 de contagem de visitantes recebidos nos estandes e dos negócios efetivados;
- Participação do destino em rodadas de negócios em eventos e feiras de turismo no ano anterior;
- Produção, no ano anterior, de evento próprio internacional para promoção do destino fora de seu território durante a Conferência Internacional de Ecoturismo (ESTC) no Quênia;
- Existência de marca promocional turística do destino – Curta Viva Bonito;
- Existência de material promocional institucional (folhetos, manuais impressos para a comercialização dos atrativos do destino) disponível inclusive em idioma estrangeiro e distribuído no Centro de Atendimento ao Turista, nos meios de hospedagem e nos eventos promocionais;



- Existência de material promocional que apresenta informações sobre a oferta de espaços estruturados para eventos no destino;
- Realização de ações de promoção do destino, no ano anterior, dentre as quais podemos citar *famtour*, *press trips* e ações promocionais para públicos específicos;
- Existência de página institucional do município na internet – acessível pelo endereço [www.bonito.ms.gov.br/](http://www.bonito.ms.gov.br/) – na qual são divulgadas informações turísticas sobre o destino;
- Existência de página promocional de turismo do destino, acessível pelo endereço [www.turismo.bonito.ms.gov.br](http://www.turismo.bonito.ms.gov.br), atualizada periodicamente;
- Presença oficial do destino em redes sociais (Facebook), com o intuito de divulgar suas atrações e eventos; e
- Existência de aplicativo para smartphones oficial do destino: Guia Bonito, com informações turísticas disponíveis em português e inglês.

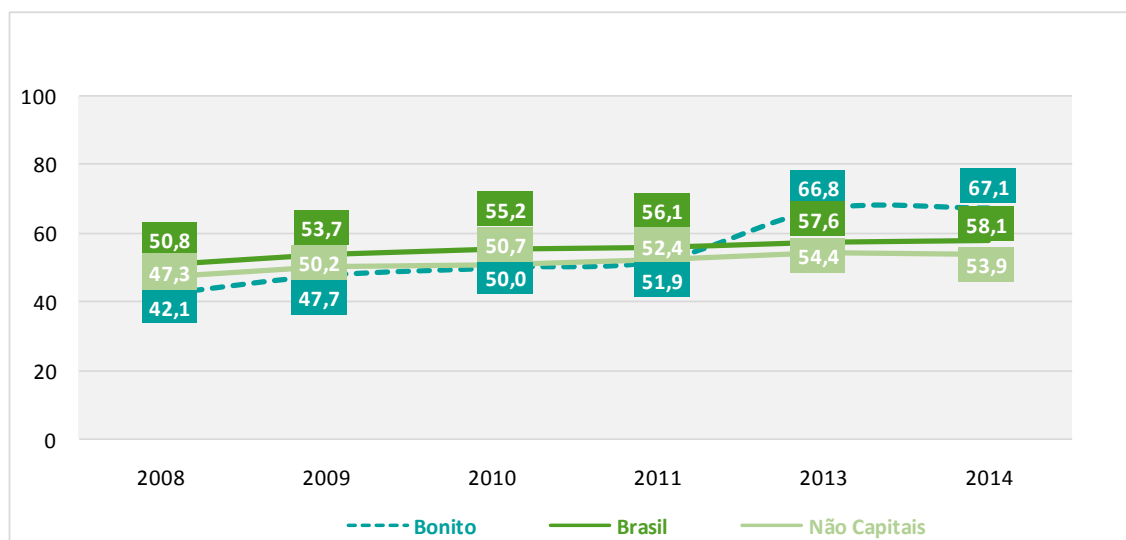
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

- Inexistência de plano de marketing formal para o destino, o qual poderia ser elaborado com a colaboração de diversos atores, fundamentado em pesquisa sobre a demanda turística, possuir indicadores de desempenho definidos e contemplar a relação com agências e operadoras de turismo; e
- Ausência de informações em idioma estrangeiro na página promocional de turismo do destino na Internet.

## 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.

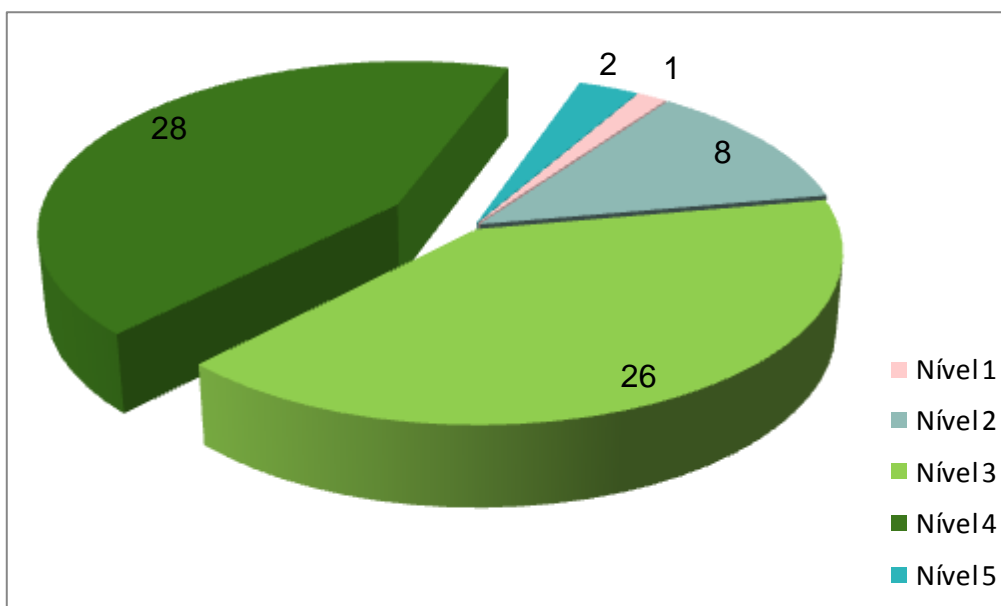
**Gráfico 14. Índices Políticas públicas – destino x Brasil: 2008-2014**



Na dimensão *Políticas públicas*, o índice registrado pelo destino em 2014 manteve-se estável em relação ao ano anterior, como é possível observar no Gráfico 14. Este índice posiciona-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das não 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 Bonito; nível em que se encontra grande parte 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 um órgão municipal – Secretaria Municipal de Turismo, Indústria e Comércio – com atribuição de coordenar e incentivar o desenvolvimento do turismo, ainda que não exclusivo do turismo, e que dispõe de recurso próprio extraorçamentário para coordenar o desenvolvimento do setor;
- A Secretaria de Turismo, Indústria e Comércio desenvolveu projetos em conjunto com outras secretarias no ano anterior, a citar: Secretaria Municipal de Educação no projeto Conhecer Bonito e Secretaria Municipal de Meio Ambiente na conscientização do trade para a coleta seletiva;
- Existência de página do órgão gestor de turismo na internet, acessível pelo endereço [www.turismo.bonito.ms.gov.br](http://www.turismo.bonito.ms.gov.br), na qual são divulgadas informações sobre a organização do órgão gestor e as ações desenvolvidas pela pasta;
- Existência de instância de governança local ativa – em formato de Conselho Municipal de Turismo – dedicada ao acompanhamento da atividade turística, e que realiza reuniões mensais;

- Representação do órgão municipal de turismo no fórum ou conselho estadual do turismo;
- 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, em áreas como acesso, marketing e cultura;
- 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 – Planejamento Estratégico 2013-2016 – e de um Plano Municipal de Turismo, agora transformado em lei (LEI 1302 de 20 de setembro de 2013); e
- Execução de ações em parceria com a iniciativa privada ou com entidades de classe representativas do setor ao longo do ano anterior em áreas como participação em feiras e eventos, elaboração de material promocional e atividades de treinamento e capacitação voltadas para o turismo.

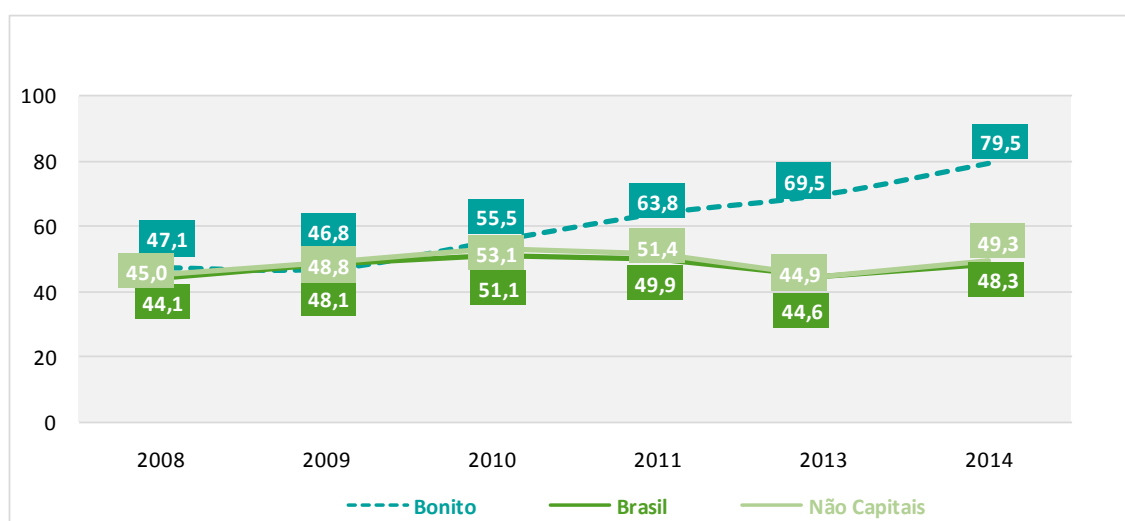
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador está:

- Inexistência de órgão gestor exclusivo da pasta turismo – Secretaria Municipal de Turismo, Indústria de Comércio.

## 2.8. Cooperação regional

O *Estudo de Competitividade* considerou as seguintes variáveis referentes à *Cooperação regional*: (i) governança; (ii) projetos de cooperação regional; (iii) planejamento turístico regional; (iv) roteirização; e (v) promoção e apoio à comercialização de forma integrada.

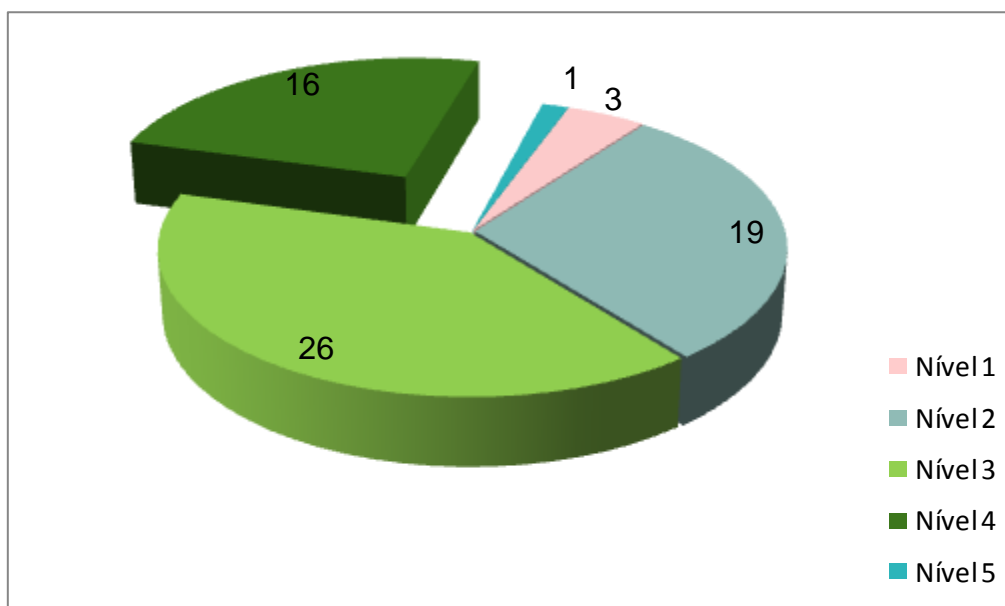
**Gráfico 16. Índices Cooperação regional – destino x Brasil: 2008-2014**



Na dimensão *Cooperação regional*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do registrado no ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 16. Este índice posiciona-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das não 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 Bonito; enquanto grande 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, Fórum Regional Bonito-Serra da Bodoquena, responsável por gerir projetos e ações referentes à região turística da qual o destino faz parte, que conta com a participação ativa de diversos atores do segmento turístico da região de mesmo nome e segue os princípios do Programa de Regionalização do Turismo do Ministério do Turismo;
- A instância dispõe de um gestor executivo com dedicação parcial à coordenação, realiza reuniões mensais e parcerias com os setores públicos e privados dos municípios que a instância de governança regional representa;
- Existência de projetos de cooperação regional compartilhados entre Bonito e outros destinos da região Bonito-Serra da Bodoquena, entre eles, o Roteiro Integrado Pantanal-Serra da Bodoquena;
- Existência de plano de desenvolvimento turístico integrado em vigor – PDITS do Polo Serra da Bodoquena 2012-2016 –, envolvendo três municípios, e do qual já foram inclusive executadas algumas ações e projetos, como

pavimentação e melhorias de rodovias, o Projeto Executivo de Drenagem Urbana do Município de Bodoquena, entre outras;

- O fato de o destino integrar roteiros turísticos regionais, comercializados por operadores e/ou agências locais, nacionais e internacionais;
- Participação do destino em eventos para a promoção e comercialização da região turística da qual faz parte, no ano anterior; e
- Participação do destino em rodadas de negócios em eventos e feiras de turismo para promover a região ou os roteiros regionais, no ano anterior.

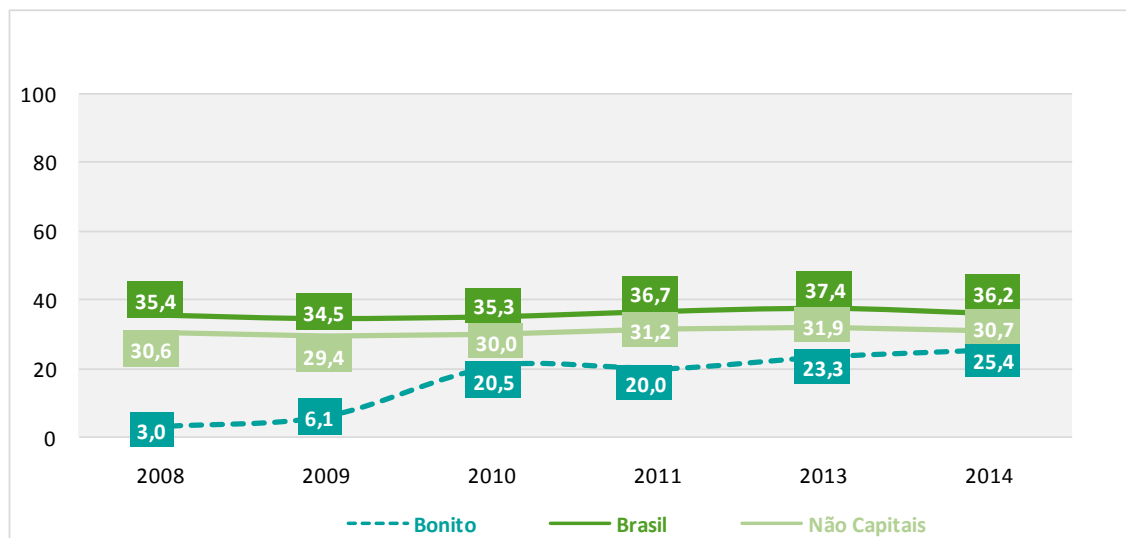
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador nesta dimensão, estão:

- O fato de a instância de governança regional – Fórum Regional Bonito-Serra da Bodoquena – não dispor de fonte de recurso próprio e nem de suporte para a condução de suas atividades; e
- Inexistência de página institucional da região turística ou dos roteiros turísticos regionais na Internet.

## 2.9. Monitoramento

Na dimensão *Monitoramento* foram considerados os seguintes quesitos: (i) pesquisa de demanda; (ii) pesquisa de oferta; (iii) sistema de estatísticas do turismo; (iv) medição dos impactos da atividade turística; e (v) setor específico de estudos e pesquisas.

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

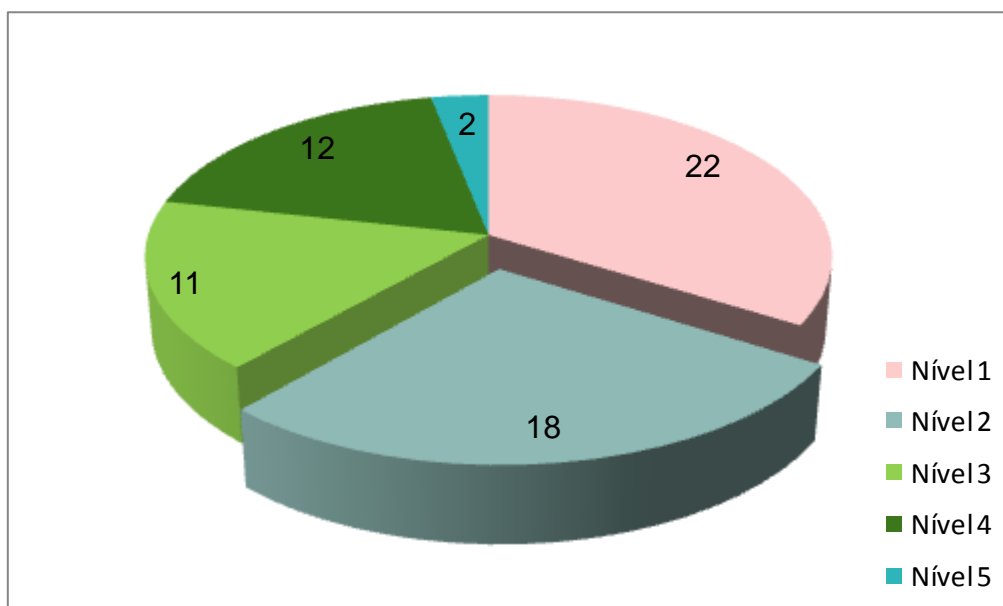


Na dimensão *Monitoramento*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do registrado no ano anterior, mantendo-se no nível 2, como é possível observar no Gráfico 18. Este índice posiciona-se abaixo da média nacional na dimensão, e abaixo da média do grupo das não capitais.

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 18 destinos se encontram no mesmo nível que Bonito; enquanto grande parte dos destinos indutores encontra-se no nível 1.



**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:

- Realização de pesquisas de perfil de turistas e do controle de visitantes nos atrativos naturais do destino;
- Existência de pesquisa de oferta turística atualizada – cadastramento de equipamentos e atrativos turísticos;
- Aproveitamento dos dados coletados na pesquisa de oferta em planejamento e ações de marketing e promoção;
- Disponibilidade de um conjunto técnico de estatísticas turísticas reunidas e disponíveis para consulta;
- Acompanhamento contínuo dos objetivos da política em turismo em âmbito municipal e federal; e
- Monitoramento periódico dos impactos econômicos e ambientais gerados pelo turismo, realizado por meio do controle de visitantes em todos os atrativos naturais do destino e da exigência de certificação ambiental pela Secretaria Municipal de Meio Ambiente e de licença ambiental pela Secretaria Estadual de Meio Ambiente.

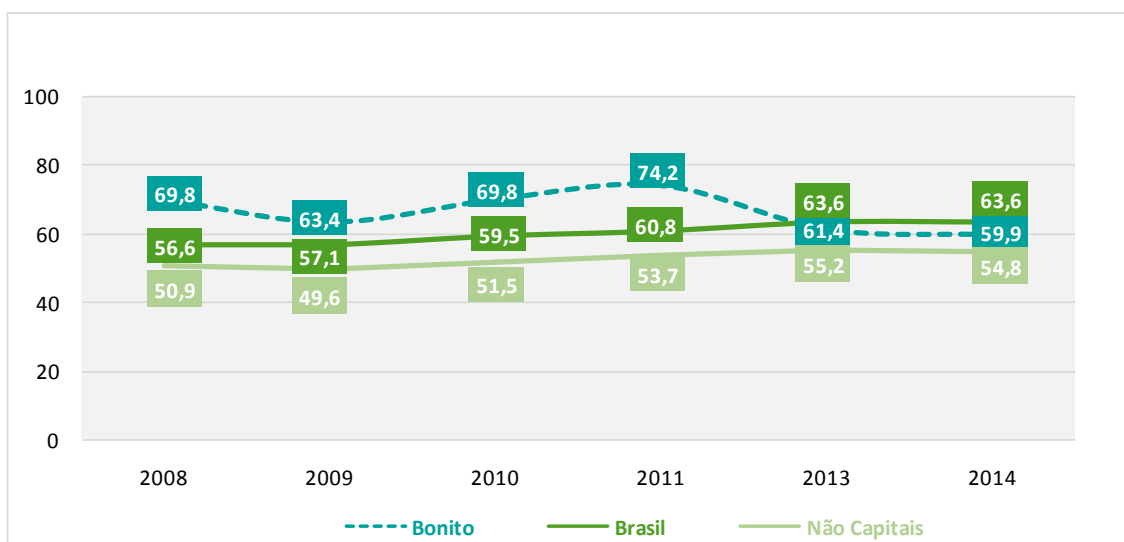
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

- Ausência de pesquisa de demanda turística periódica, que poderia gerar dados relevantes para a gestão, o planejamento e a divulgação de informações sobre a atividade turística no destino;
- Ausência de relatórios de conjuntura turística;
- Inexistência de estudos e monitoramentos sobre os impactos sociais gerados pelo turismo; e
- Ausência de um setor específico de estudos que realize pesquisas em turismo na administração pública local.

## 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.

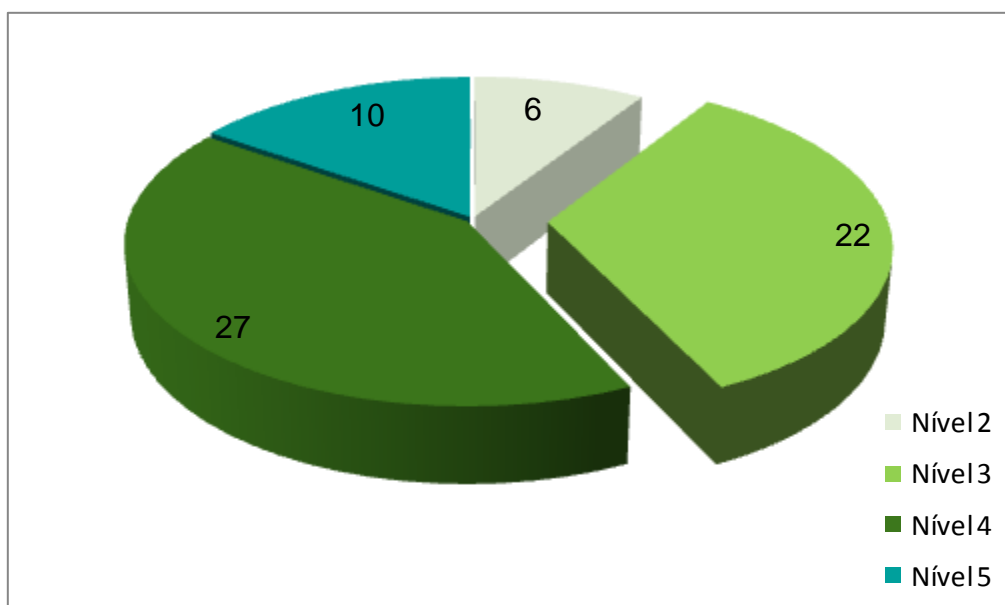
**Gráfico 20. Índices Economia local – destino x Brasil: 2008-2014**



Na dimensão *Economia local*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou abaixo em relação ao ano anterior, caindo para o nível 3, como é possível observar no Gráfico 20. Este índice posiciona-se abaixo da média nacional na dimensão, mas acima da média do grupo das não 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 22 destinos se encontram no mesmo nível que Bonito; enquanto grande 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:

- Bonito possui cobertura para quatro operadoras de telefonia móvel: Claro, Oi, Tim e Vivo;
- Acesso gratuito à internet em locais públicos, como na praça principal, no balneário e na gruta;

- 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: Lei Complementar Municipal 84/2010; e
- Presença de um *Convention & Visitors Bureau* que atua regionalmente.

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

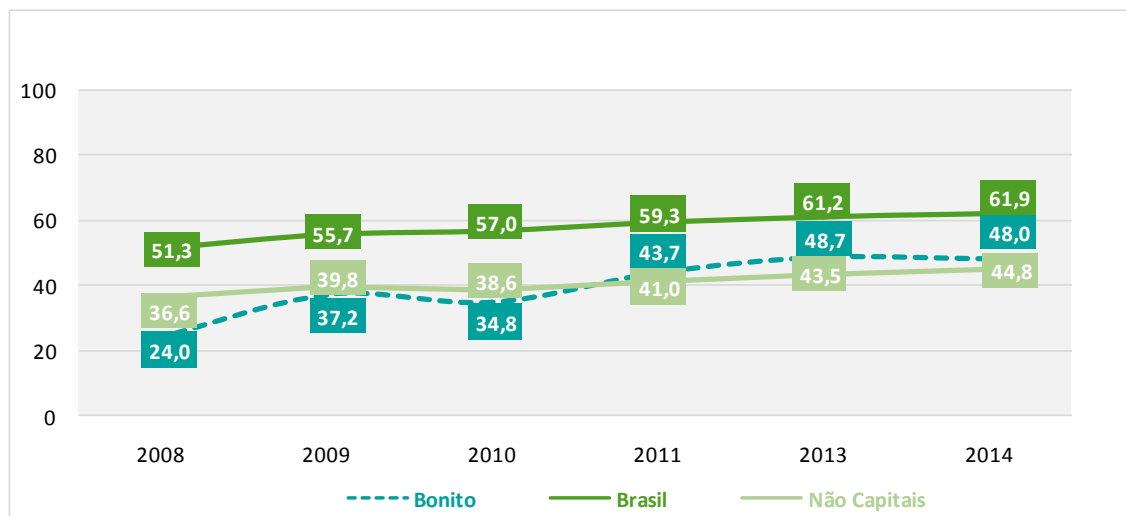
- Ausência de benefícios locais de isenção ou redução de impostos ou taxas para as atividades características do turismo;
- Ausência de empresas multinacionais de produção de bens no destino; e
- O fato de o destino não exportar mercadorias de alto valor agregado ou perecível.

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.

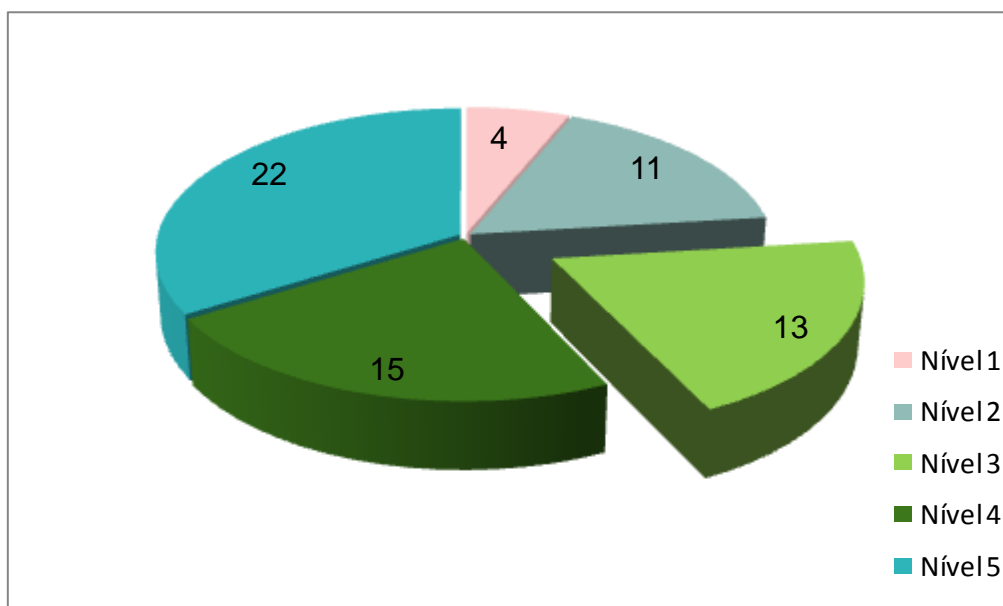
**Gráfico 22. Índices Capacidade empresarial – destino x Brasil: 2008-2014**



Na dimensão *Capacidade empresarial*, o índice registrado pelo destino em 2014 manteve-se estável em relação ao ano anterior, como é possível observar no Gráfico 22. Este índice posiciona-se abaixo da média nacional na dimensão, mas acima da média do grupo das não 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 13 destinos se encontram no mesmo nível que Bonito; enquanto grande parte dos destinos indutores encontra-se no nível 5.

**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;
- Presença de escola de formação em idioma estrangeiro – inglês;
- Existência de arranjos produtivos locais (APL) ligados ao setor de turismo no destino – APL Pé de Serra; e
- O fato de ter sido oferecido no destino, no ano anterior, curso do EMPRETEC, que ajuda a fomentar o empreendedorismo local.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador, estão:

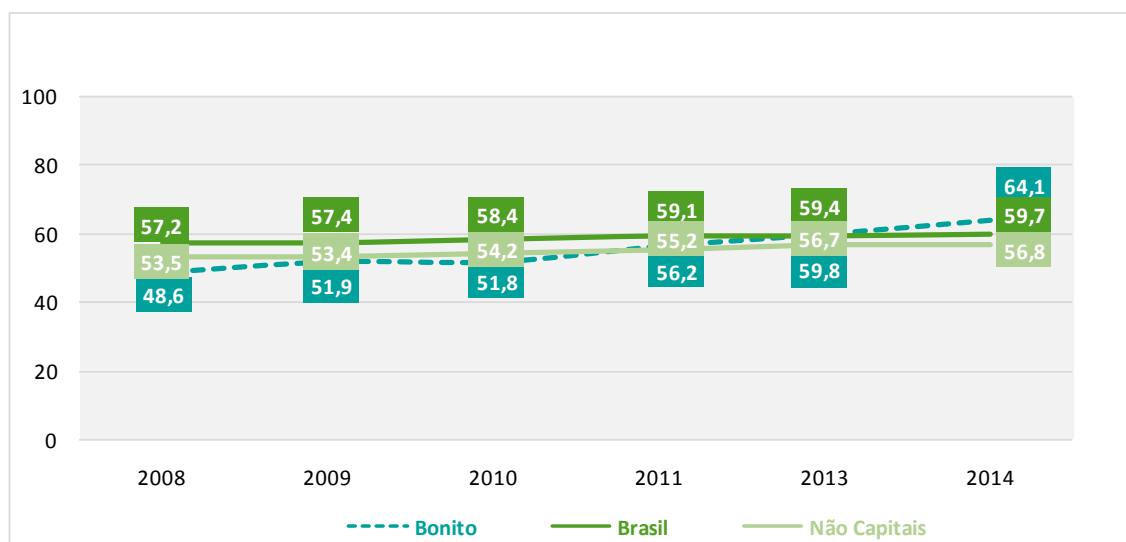
- Ausência de grupos de redes nacionais e/ou internacionais do setor de turismo, como empresas de locação de automóveis, meios de hospedagem e alimentos e bebidas; e
- Presença de barreiras à entrada de novos empreendimentos turísticos, sinalizadas pelos entrevistados durante a pesquisa, como falta de incentivos fiscais.

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**

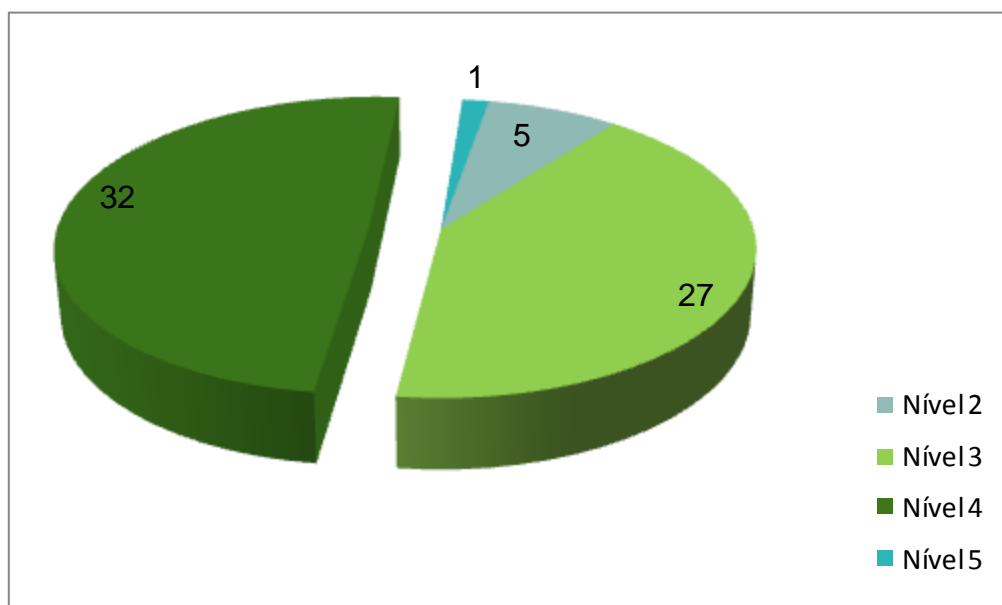


Na dimensão *Aspectos sociais*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do registrado no ano anterior, alcançando um nível superior (nível 4), como é possível

observar no Gráfico 24. Este índice posiciona-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das não 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 Bonito; 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:

- Existência de programas de incentivo ao uso dos equipamentos turísticos pela população local; ações contínuas realizadas por órgãos municipais e por parte da iniciativa privada ou entidades ligadas ao turismo;
- Sensibilização dos cidadãos sobre a importância da atividade turística para o destino por meio da Lei Municipal 1.093 de julho de 2006 que institui a Disciplina “Noções Básicas de Turismo” nas escolas municipais;



- Sensibilização do turista para a preservação do meio ambiente, realizada por meio de um Guia do Turista presente em folheterias dos passeios;
- A população costuma ser consultada sobre atividades ou projetos turísticos por meio de convocações para audiências públicas e das reuniões do Conselho Municipal do Turismo (Comtur);
- Envolvimento da comunidade local com a atividade turística por meio de sindicatos, associações e organizações não governamentais; e
- Adoção de políticas de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes por parte do poder público municipal.

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

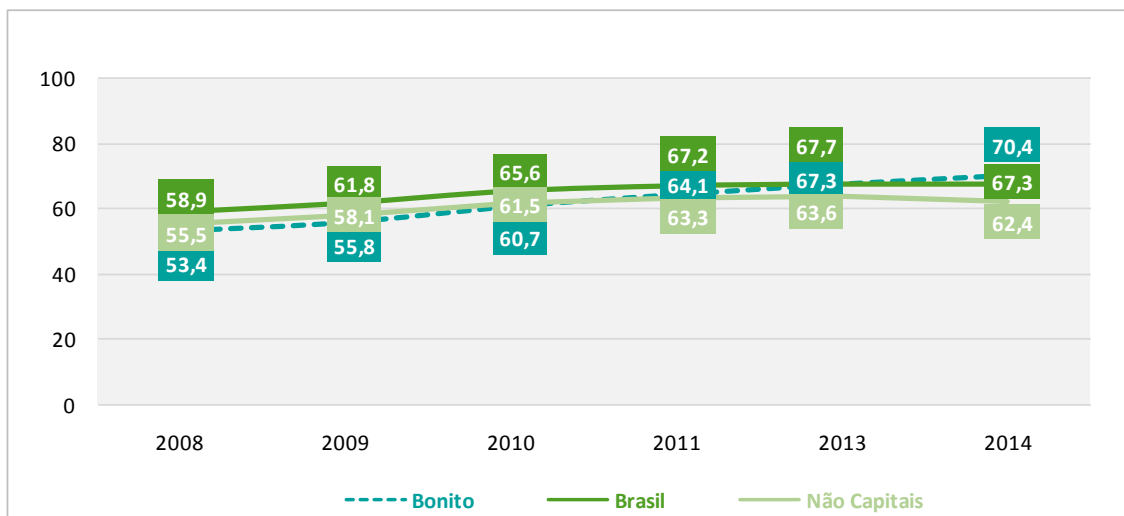
- Utilização de mão de obra informal durante a alta temporada, segundo relatos obtidos em campo; e
- Presença de deficiências dos profissionais de turismo de nível técnico-administrativo e operacional, conforme indicado pelos entrevistados durante a pesquisa, principalmente no que se refere a capacitação técnica e idiomas.

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.

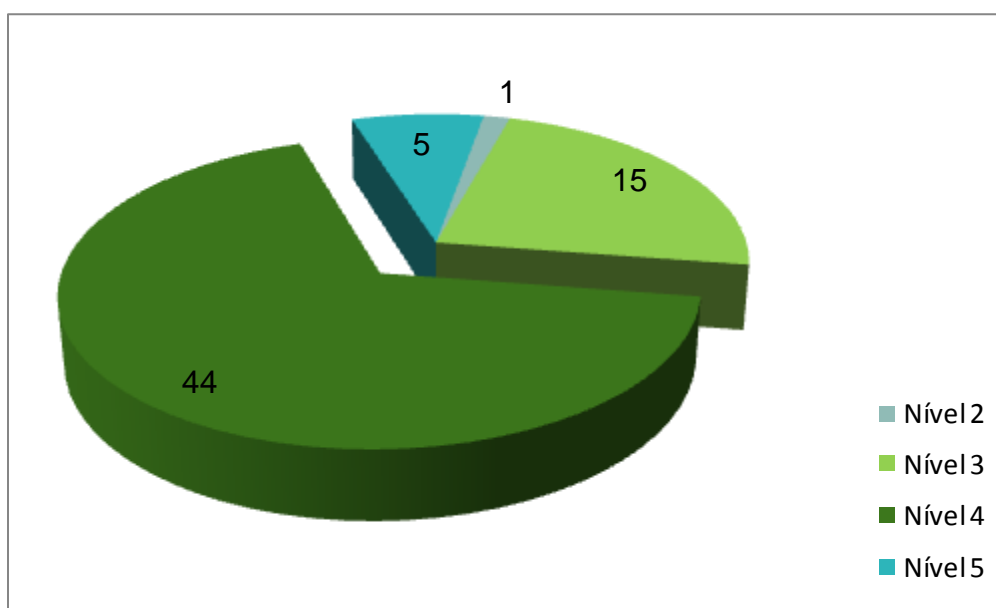
**Gráfico 26. Índices Aspectos ambientais – destino x Brasil: 2008-2014**



Na dimensão *Aspectos ambientais*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do registrado no ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 26. Este índice posiciona-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das não 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 Bonito; 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 e incentivar ações referentes ao meio ambiente – Secretaria Municipal de Meio Ambiente;
- Presença de um Conselho Municipal de Meio Ambiente ativo – Condema;
- Existência do Plano Municipal de Resíduos Sólidos, em conformidade com a Política Nacional;
- Presença de Rede pública de distribuição de água, que atende a mais de 90% da população local;
- Monitoramento da balneabilidade da água do destino realizado semanalmente;
- Disponibilidade de sistema público de coleta de esgoto que atende ao destino, com configuração de separador absoluto;
- Existência de estação de tratamento de esgoto (ETE) que atende ao destino;
- Existência de serviços de coleta seletiva de resíduos, realizada pelo poder público; e

- Presença de Unidades de Conservação no território municipal, tendo sido indicado o Parque Nacional da Serra da Bodoquena, o 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;
- Inexistência de política municipal de meio ambiente no destino, a qual poderia disciplinar sobre ações do poder público no que tange ao meio ambiente, recursos hídricos, saneamento e desenvolvimento urbano;
- Inexistência de estação de tratamento de água (ETA) para a sua reutilização;
- Presença de atividades potencialmente poluidoras com alvará de funcionamento, como mineradora e agricultura com utilização de defensivos; e
- O fato de não haver correta destinação (coleta, transporte, classificação e tratamento) dos Resíduos dos Serviços de Saúde (RSS) no destino.

## 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.

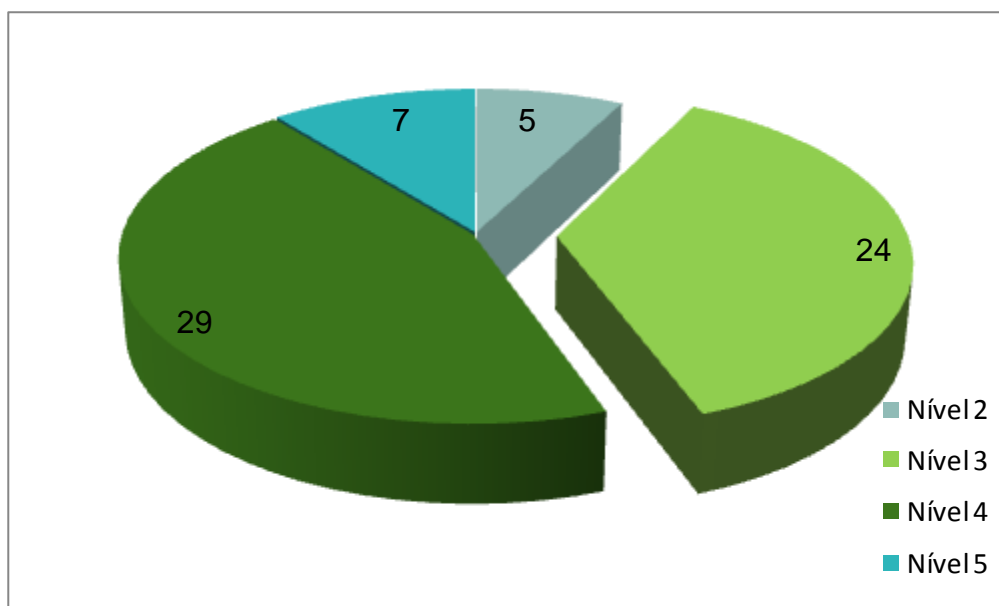
**Gráfico 28. Índices Aspectos culturais – destino x Brasil: 2008-2014**



Na dimensão *Aspectos culturais*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do registrado no ano anterior, alcançando um nível superior (nível 3), como é possível observar no Gráfico 28. Este índice posiciona-se abaixo da média nacional na dimensão, e abaixo da média do grupo das não 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 24 destinos se encontram no mesmo nível que Bonito; enquanto grande parte dos destinos indutores encontra-se no nível 4.

**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:

- Presença de artesanato típico comercializado em lojas e feiras de fácil acesso para o turista;
- Presença de uma associação de artesãos;
- Presença de tradições culturais evidentes e típicas da região onde o destino está inserido, entre elas, o Clube do Laço, e de manifestações religiosas, como a Festa de São Pedro;
- O destino realiza eventos tradicionais ou típicos, como o Festival da Guavira;
- Existência de bens tombados como patrimônio histórico pelo Iphan – Gruta Lago Azul e Gruta Nossa Senhora Aparecida;
- Presença de órgão da administração local responsável por incentivar o desenvolvimento da cultura;
- Existência de uma Política Municipal de Cultura;
- Manutenção de calendário de festas tradicionais populares; e
- Adesão do destino ao Sistema Nacional de Cultura.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador, estão:

- Inexistência de grupos artísticos de manifestação popular tradicional, que denotam a carência de produções culturais que, associadas ao turismo, poderiam fomentar o fluxo de visitantes para o município;
- Ausência de patrimônio imaterial registrado, de patrimônio artístico tombado e de sítios arqueológicos;
- Inexistência de um Plano Municipal de Cultura que, entre outros benefícios, poderia ajudar a manter um calendário de manifestações culturais;
- Inexistência de legislação municipal de fomento à cultura, bem como de fundo municipal de cultura; e
- Inexistência de projeto para implementação de turismo cultural no destino.

### 3. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE

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

Ao realizar uma análise sobre a série histórica dos resultados de Bonito, é possível concluir que, em 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 Não capitais<sup>3</sup>**

Dimensões	Brasil				Não Capitais				Bonito			
	2010	2011	2013	2014	2010	2011	2013	2014	2010	2011	2013	2014
Índice geral	56,0	57,5	58,8	59,5	50,3	51,8	53,1	53,4	51,2	54,8	57,6	59,4
Infraestrutura geral	65,8	68,4	68,6	68,2	59,8	63,2	63,8	62,5	50,5	57,9	58,5	57,1
Acesso	60,5	61,8	62,6	62,2	52,3	53,1	53,8	52,4	59,8	64,8	62,9	58,3
Serviços e equipamentos turísticos	50,8	52,0	56,8	58,7	41,9	43,4	48,1	49,6	39,8	42,7	50,0	55,9
Atrativos turísticos	60,5	62,0	63,2	63,4	61,3	62,5	63,4	62,8	69,3	70,4	74,6	77,6
Marketing e promoção do destino	42,7	45,6	46,8	48,4	39,8	42,5	44,4	45,7	53,4	50,2	58,0	60,6
Políticas públicas	55,2	56,1	57,6	58,1	50,7	52,4	54,4	53,9	50,0	51,9	66,8	67,1
Cooperação regional	51,1	49,9	44,6	48,3	53,1	51,4	44,9	49,3	55,5	63,8	69,5	79,5
Monitoramento	35,3	36,7	37,4	36,2	30,0	31,2	31,9	30,7	20,5	20,0	23,3	25,4
Economia local	59,5	60,8	63,6	63,6	51,5	53,7	55,2	54,8	69,8	74,2	61,4	59,9
Capacidade empresarial	57,0	59,3	61,2	61,9	38,6	41,0	43,5	44,8	34,8	43,7	48,7	48,0
Aspectos sociais	58,4	59,1	59,4	59,7	54,2	55,2	56,7	56,8	51,8	56,2	59,8	64,1
Aspectos ambientais	65,6	67,2	67,7	67,3	61,5	63,3	63,6	62,4	60,7	64,1	67,3	70,4
Aspectos culturais	55,9	57,5	58,2	62,0	50,0	51,2	52,4	55,6	39,6	40,6	39,2	43,6

Fonte: FGV, SEBRAE, MTur, 2014

<sup>3</sup> 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.