

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

CALDAS NOVAS

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.....	19
2.6. Marketing e promoção do destino .....	22
2.7. Políticas públicas.....	25
2.8. Cooperação regional.....	28
2.9. Monitoramento .....	30
2.10. Economia local .....	33
2.11. Capacidade empresarial.....	35
2.12. Aspectos sociais .....	37
2.13. Aspectos ambientais.....	40
2.14. Aspectos culturais.....	43
3. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE .....	46

## 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 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

---

<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 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 Caldas Novas foi realizada entre os dias 17 e 21 de março 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.

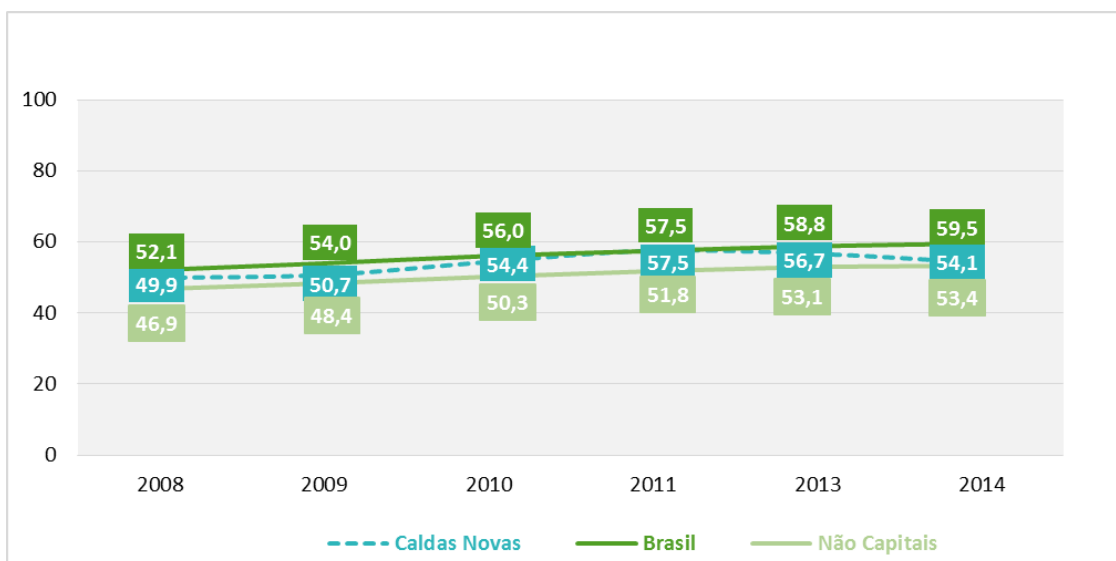
Ressalta-se que, além de todo o planejamento realizado pela Fundação Getúlio Vargas para a realização do Índice de Competitividade, fatores externos podem influenciar a coleta de informações em campo e conseqüentemente o sucesso da pesquisa, como: realização de todas as entrevistas programadas, visita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



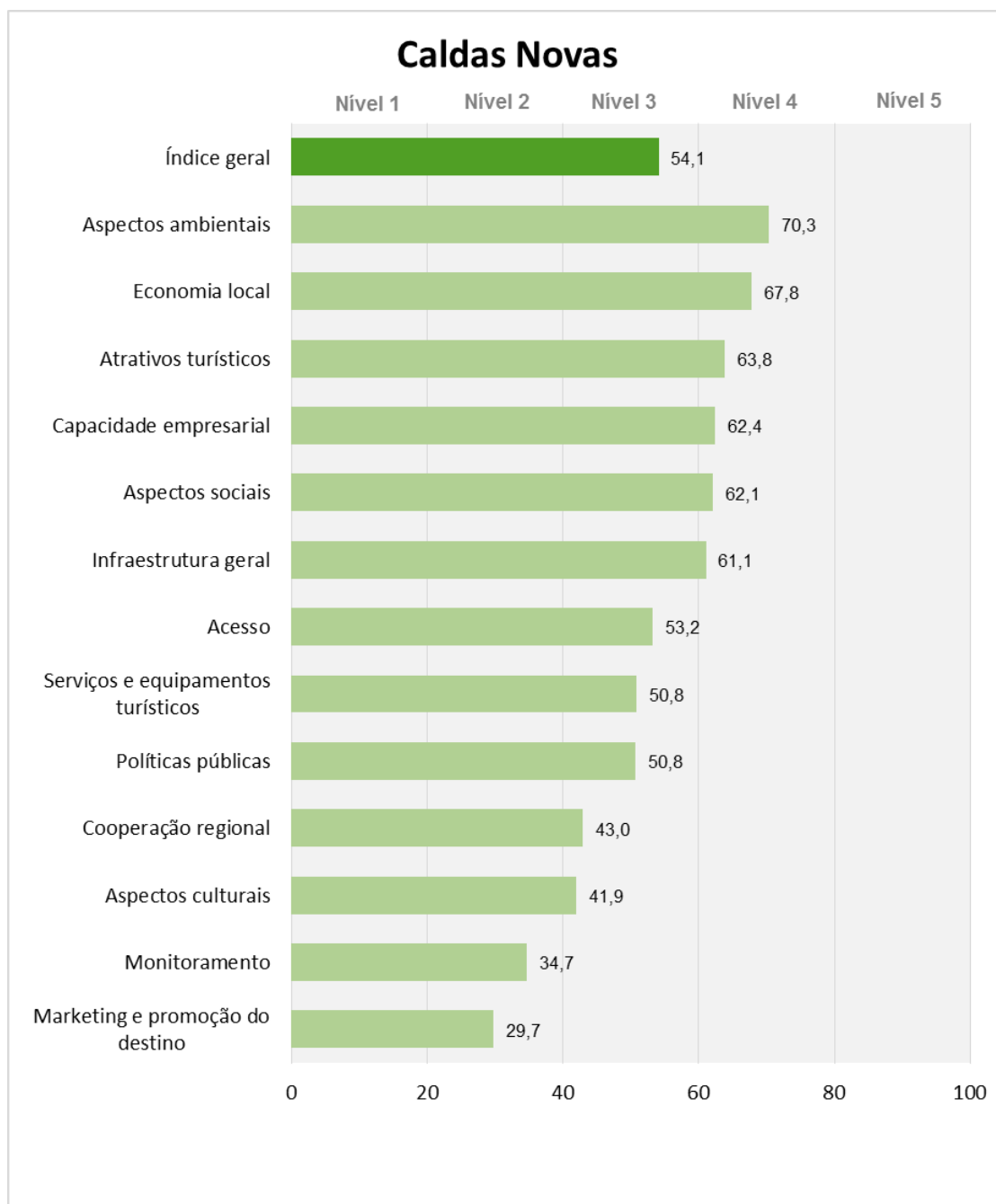
**Gráfico 1. Índices gerais de competitividade – destino x Brasil: 2008-2014**



No ano de 2014, o índice geral de competitividade registrado pelo destino ficou abaixo do ano anterior, mantendo-se no nível 3, como é possível observar no Gráfico 1. Este índice posicionou-se abaixo da média nacional, e 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 *Aspectos ambientais*, *Economia local*, *Atrativos turísticos*, *Capacidade empresarial*, *Aspectos sociais* e *Infraestrutura geral*, conforme o Gráfico 2. Por sua vez, as dimensões com os menores níveis de competitividade são *Monitoramento e Marketing e promoção do destino*, as quais não ultrapassaram o nível 2.

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

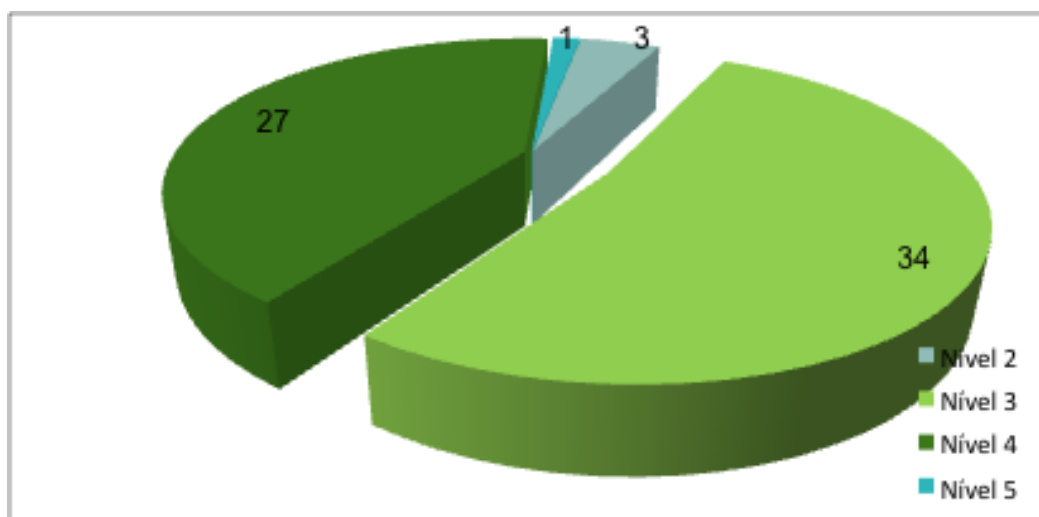


Quanto à distribuição das dimensões, conforme os cinco níveis de competitividade, observa-se que há uma concentração maior de resultados nos níveis 3 e 4, o que demonstra que, na maior parte das dimensões avaliadas, o destino apresenta desenvolvimento satisfatório a bom, no quesitos avaliados.

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 se encontram no mesmo nível que Caldas Novas, nível em que se encontra a maioria dos destinos indutores.

**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.

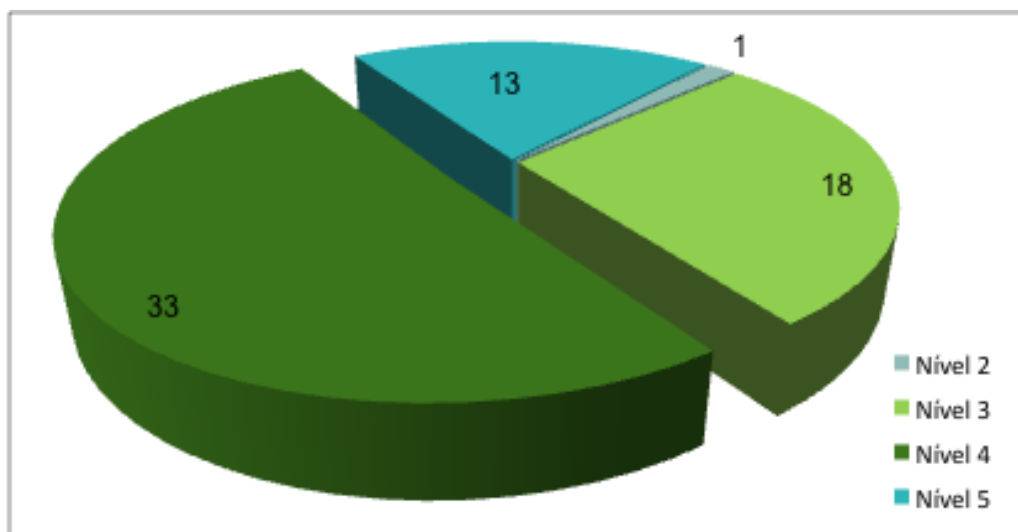
**Gráfico 4. Índices Infraestrutura geral – destino x Brasil: 2008-2014**



Na dimensão *Infraestrutura geral*, o índice registrado pelo destino em 2014 manteve-se estável em relação ao ano anterior, permanecendo no nível 4, como é possível observar no Gráfico 4. Este índice posicionou-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 33 destinos se encontram no mesmo nível que Caldas Novas, nível em que se encontra a maioria dos destinos indutores.

**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 diversos níveis de complexidade: estrutura para cirurgias de emergência, primeiros socorros, laboratório de análises, setor de transfusão, etc;
- Presença de um grupamento especializado na Polícia Militar para o atendimento ao turista;
- Presença de Corpo de Bombeiros com grupo de busca e salvamento;
- Existência de Defesa Civil no destino, ainda que sem estrutura própria;
- 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.

Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

- Fornecimento descontínuo de energia elétrica, especialmente durante a alta temporada;
- Inexistência de programa de proteção ao turista na Polícia Civil;
- Carência de lixeiras, banheiros públicos e telefones públicos no entorno das áreas turísticas.

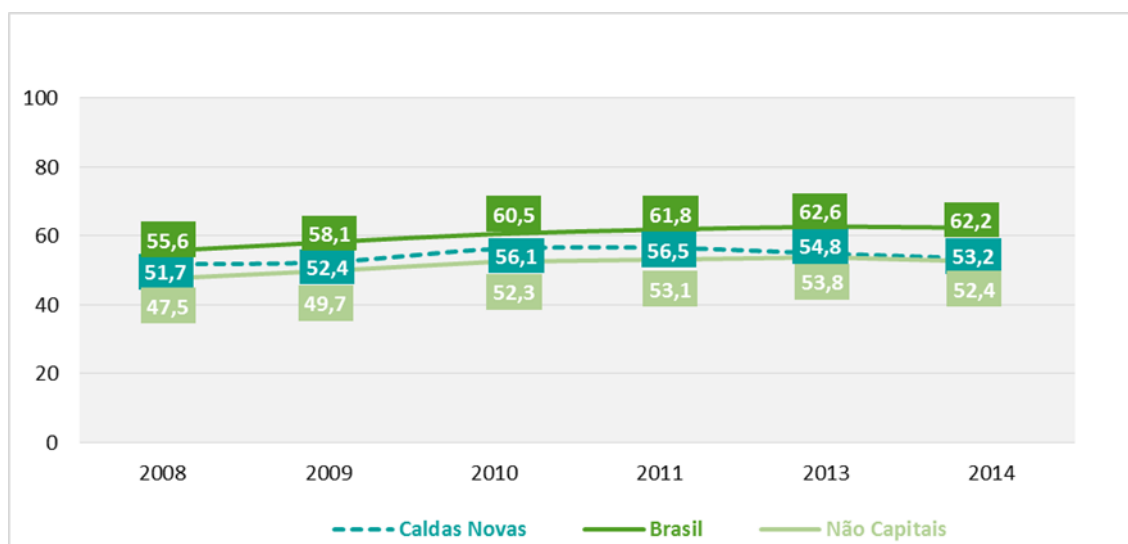
- Falta de elementos de acessibilidade que permitam a circulação de pessoas, deficientes físicos e pessoas com necessidades especiais nas áreas turísticas do destino.

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.

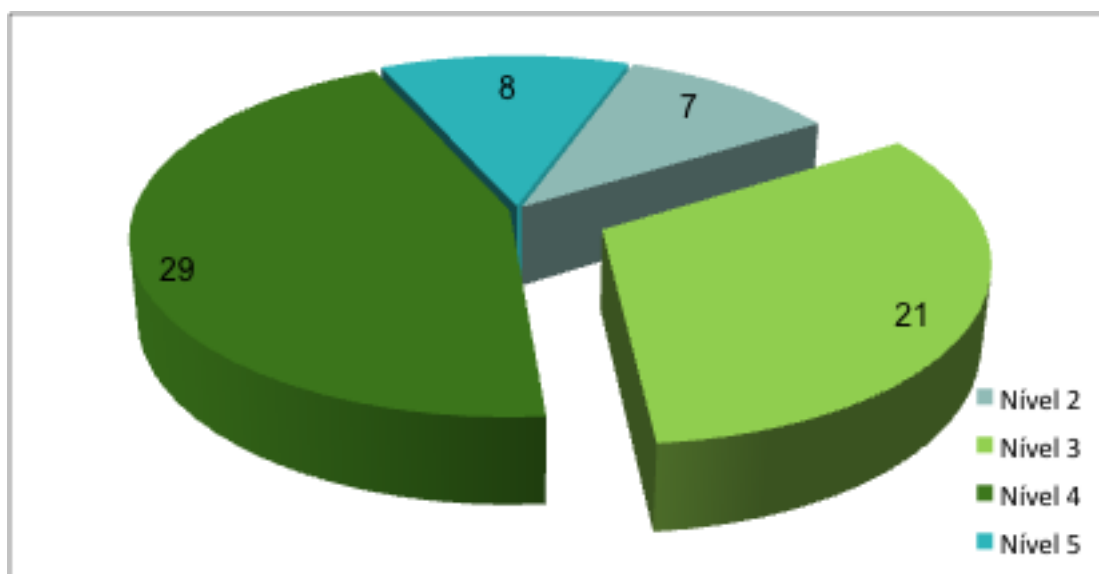
**Gráfico 6. Índices Acesso – destino x Brasil: 2008-2014**



Na dimensão *Acesso*, o índice registrado pelo destino em 2014 abaixo do ano anterior, mantendo-se no nível 3, como é possível observar no Gráfico 6. Este índice posicionou-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 Caldas Novas, enquanto a maior parte 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 Municipal Nelson Ribeiro Guimarães, que conta com locadora de veículos, sinalização interna em idioma estrangeiro, conforto e espaço para os passageiros na área de embarque;
- Além desse aeroporto, o destino é atendido pelo Aeroporto Internacional Santa Genoveva (Goiânia), localizado entre 101 a 200 km do destino;
- Existência de linhas de ônibus intermunicipais e interestaduais regulares que atendam ao destino;

- Existência de um terminal rodoviário no destino com oferta de transportes para o deslocamento dos que embarcam e desembarcam na rodoviária – ônibus e taxis convencionais e moto-taxi;
- Oferta de opções de transporte urbano que atendem às principais atrações turísticas, tais como – taxi e moto-taxi;
- Disponibilidade de serviço de táxi regularizado e padronizado, que ofereça facilidade como o pagamento por cartões de crédito.

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

- Carência de transporte público para os que embarcam ou desembarcam no terminal aeroportuário do destino, que dispõe somente de táxi convencional;
- Inexistência de serviços e facilidades que atendam ao destino no terminal rodoviário, tais como: centro de atendimento ao turista, locadora de veículos e sinalização em idioma estrangeiro, bem como a necessidade de melhorias na estrutura da área de embarque, sanitários, assentos para usuários, etc;
- 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;
- Carência de facilidades no serviço de taxi do destino, como sistema de chamada via aplicativos para smartphones e falta na maioria dos táxis, tabela visível com os preços praticados;
- Oferta escassa de ligações aéreas diretas entre o aeroporto do destino e seus principais centros emissivos de turistas nacionais indicados na pesquisa;
- O estado da GO-139, principal rodovia de acesso ao destino, segundo pesquisa realizada pela Confederação Nacional de Transporte – CNT, avaliado como ruim.

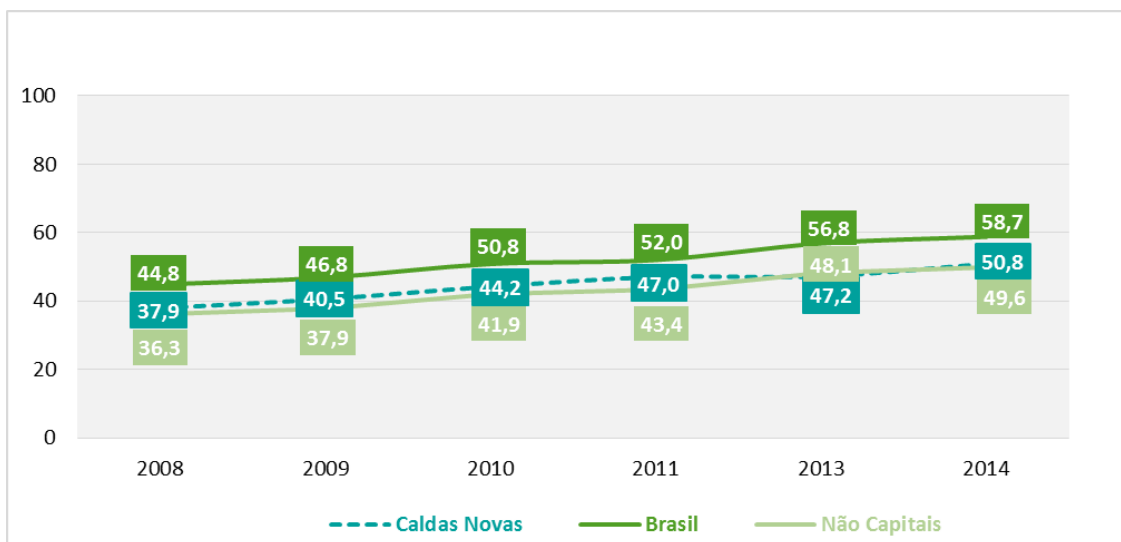
#### **2.4. Serviços e equipamentos turísticos**

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.

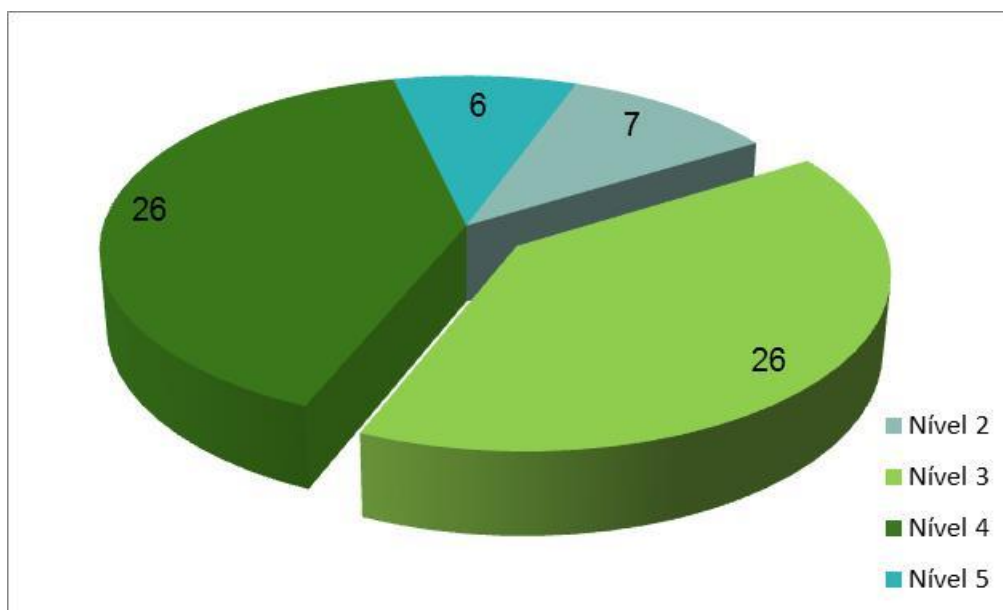
**Gráfico 8. Índices Serviços e equipamentos turísticos – destino x Brasil: 2008-2014**



Na dimensão *Serviços e equipamentos turísticos*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do ano anterior, mantendo-se no nível 3, como é possível observar no Gráfico 8. Este índice posicionou-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 Caldas Novas.

**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;
- Existência de sinalização turística descritiva ou interpretativa em alguns atrativos do destino;
- Existência de Centro de Atendimento ao Turista no destino, localizado na sede do órgão oficial de turismo e que oferece serviços, como contato de guias e agências de turismo, folhetos e propagandas dos serviços turísticos, acesso à internet, além de profissionais que fornecem informações sobre o destino etc;
- Oferta de espaços para a realização de eventos – centro de eventos, salas em hotéis para eventos de médio e grande porte, espaços multifuncionais, etc;
- Disponibilidade de acesso à internet nas unidades habitacionais na maior parte dos meios de hospedagem do destino;
- Cumprimento de quesitos de acessibilidade na maioria dos meios de hospedagem;
- Disponibilidade de guias de turismo registrados no CADASTUR;
- Existência de organização representativa de guias;

- Valorização e o fortalecimento da gastronomia regional por parte dos restaurantes do destino, por meio da aplicação de receitas baseadas em ingredientes típicos locais e regionais;
- Presença de instituições de qualificação que oferecem cursos livres regulares e de graduação ou de especialização nas áreas relacionadas ao turismo no município.

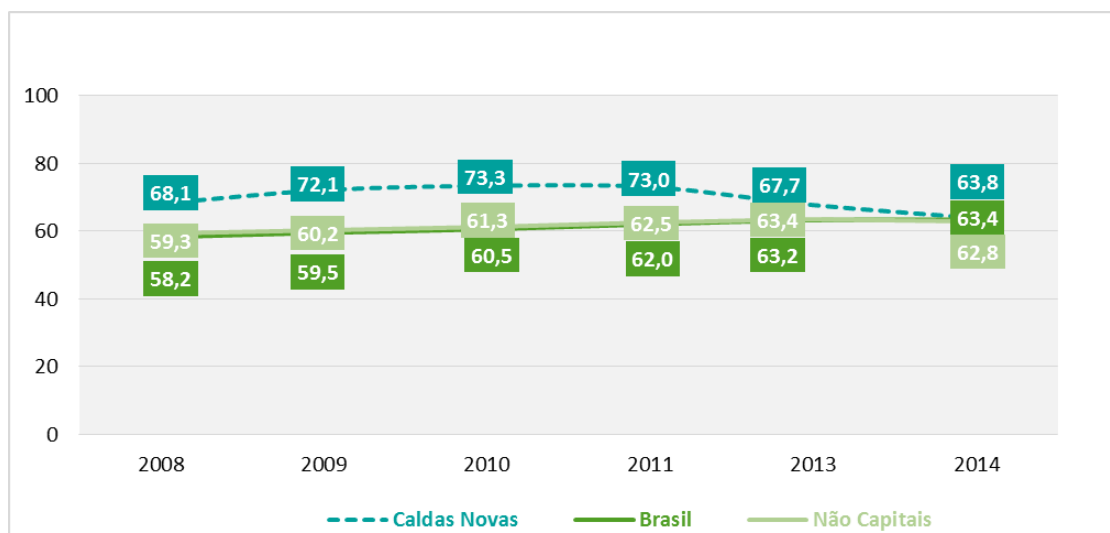
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador, constam os seguintes:

- Estado precário de conservação em parte da sinalização turística viária, constatado durante visita técnica ao município;
- Ausência de sinalização turística viária em idioma estrangeiro;
- Indisponibilidade de sinalização turística descritiva ou interpretativa em idioma estrangeiro;
- Inexistência de sinalização com mapa turístico informativo nas áreas turísticas;
- Ausência de um centro de convenções no destino;
- Ausência de políticas locais de incentivo ao uso de tecnologias que priorizem a questão ambiental em meios de hospedagem;
- Carência de empresas de receptivo e guias de turismo que ofereçam atendimento em idiomas estrangeiros;
- 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.

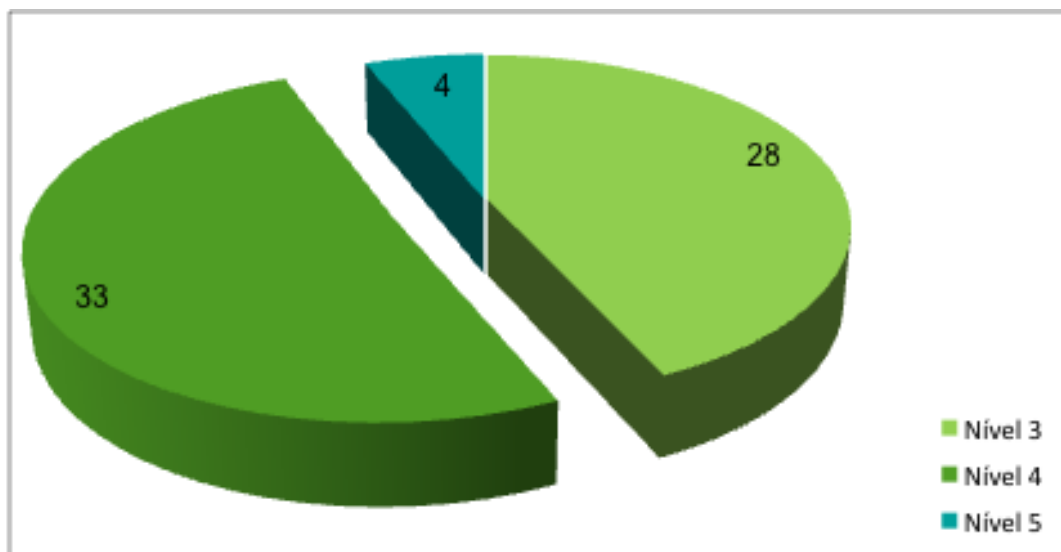
**Gráfico 10. Índices Atrativos turísticos – destino x Brasil: 2008-2014**



Na dimensão *Atrativos turísticos*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou abaixo 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 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 Caldas Novas, 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: Lagoa Termas Parque, Parque Estadual Serra de Caldas Novas e Náutico Praia Clube;
- Evidência de conservação ambiental no entorno do principal atrativo natural indicado – Lagoa Termas Parque –, conforme observado em visita técnica;
- Manutenção da estrutura física disponível no Lagoa Termas Parque, que dispõe de balcão de visitantes, restaurantes, loja de souvenir, internet sem fio, etc;
- Adoção de alguns quesitos de acessibilidade no principal atrativo natural – em especial para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida;
- Existência de sinalização de trânsito viária e de sinalização turística adequadas na via de acesso ao principal atrativo natural indicado;
- Presença de atrativos culturais com fluxo turístico, dos quais foram indicados como principais: Casarão dos Gonzaga, Cachaçaria Vale das Águas Quentes, Feira do Luar;
- Evidência de conservação urbanística e ambiental no entorno do principal atrativo cultural indicado – Casarão dos Gonzaga -;

- Existência de sinalização de trânsito viária e pavimentação das vias adequadas no acesso ao principal atrativo cultural indicado;
- Existência de eventos programados que atraem turistas, dentre os principais: Caldas Country, Verão Sertanejo e Festival de Inverno;
- Acesso facilitado ao local onde ocorre o Caldas Country devido à existência de sinalização de trânsito viária e pavimentação adequada das vias;
- Diversidade de equipamentos e opções de lazer no destino, tais como: feira de compras, polo gastronômico e casas noturnas e boates.

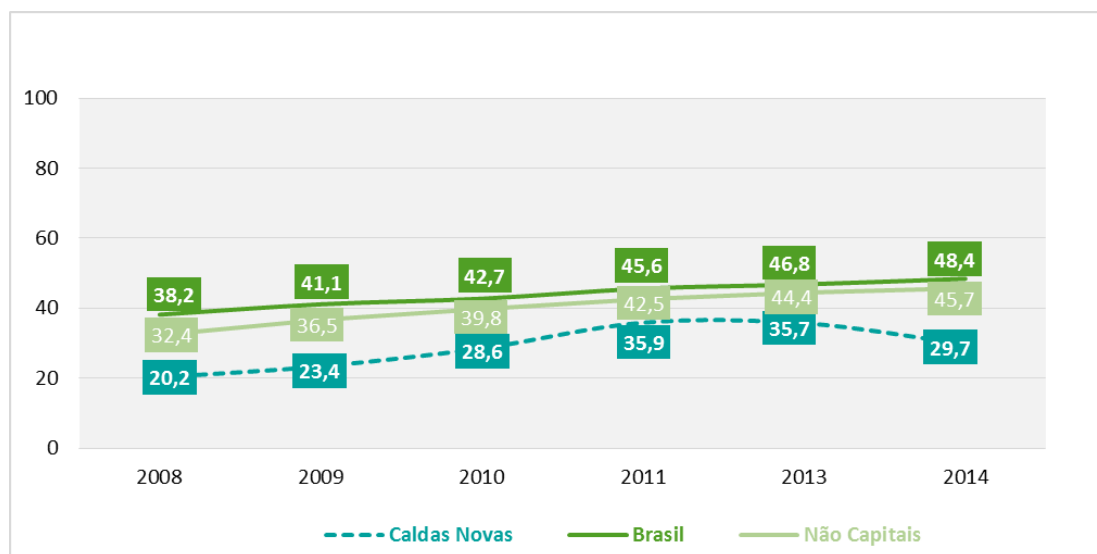
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

- Inexistência de estudo de capacidade de carga ou suporte para o principal atrativo natural para o controle de visitantes no local com intuito de minimizar o impacto da atividade turística sobre os recursos naturais;
- Inexistência de estudo de capacidade de carga ou de controle do número de visitantes para o principal atrativo cultural indicado – Casarão dos Gonzaga;
- Inexistência de estrutura de apoio aos visitantes no principal atrativo cultural, como balcão de visitantes, loja de souvenir, lanchonete, material informativo e sinalização bilíngue, etc;
- Ausência de condições de acessibilidade para pessoas com deficiência no principal atrativo cultural;
- Carência de recursos que confirmam acessibilidade plena para pessoas com deficiência no local em que acontece o principal evento programado.

## 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.

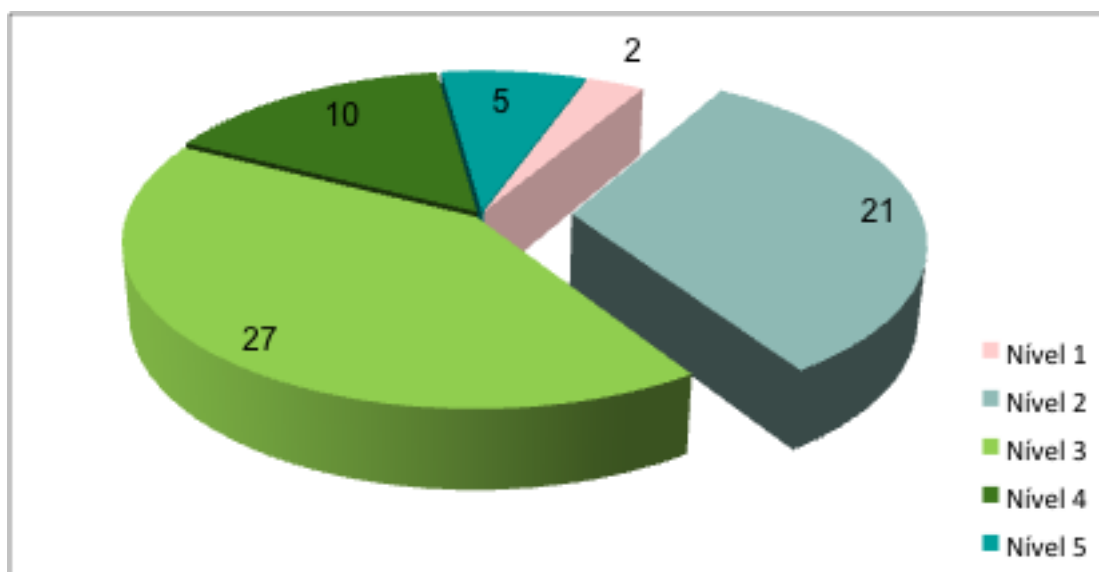
**Gráfico 12. Índices Marketing e promoção do destino – destino x Brasil: 2008-2014**



Na dimensão *Marketing e promoção do destino*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou abaixo do ano anterior, mantendo-se no nível 2, como é possível observar no Gráfico 12. Este índice posicionou-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 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 21 destinos se encontram no mesmo nível que Caldas Novas, 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:

- Participação contínua em feiras e eventos do setor de turismo e de outros setores, não diretamente ligados ao turismo, sendo que os dados coletados são sistematizados para a formação de banco de dados;
- Participação do destino em rodadas de negócios e reuniões agendadas em eventos e feiras de turismo no ano anterior;
- Existência de material promocional institucional distribuído no centro de atendimento ao turista e em eventos promocionais;
- 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: realização de eventos promocionais e publicidade em mídia especializada;
- Existência de página institucional do município na internet – acessível pelo endereço [www.caldasnovas.go.gov.br](http://www.caldasnovas.go.gov.br).



Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

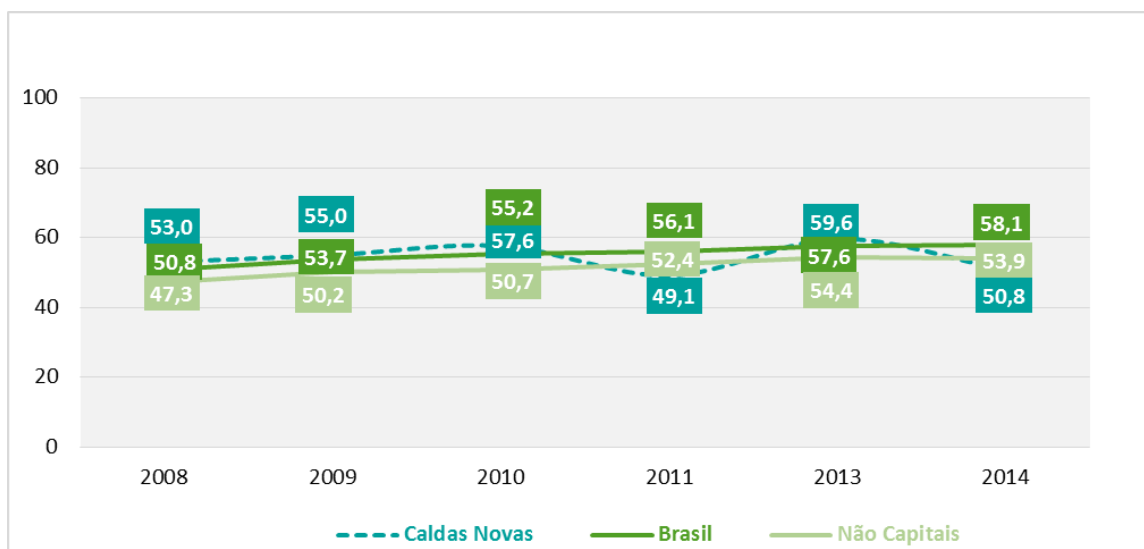
- Inexistência de plano de marketing formal para o destino, o qual poderia ser elaborado com a colaboração de diversos atores, fundamentado em pesquisa sobre a demanda turística, possuir indicadores de desempenho definidos e contemplar a relação com agências e operadoras de turismo;
- Limitada avaliação dos resultados dos eventos de turismo e dos eventos de outros segmentos dos quais Caldas Novas participa, o que poderia ser feito por meio de pesquisa nos próprios eventos aferindo o volume de negócios estabelecidos e valores efetivados;
- O fato de o destino não ter produzido eventos fora de seu território para divulgar seus atrativos e equipamentos, no ano anterior;
- Indisponibilidade do material promocional em idioma estrangeiro;
- Inexistência de material promocional específico que apresente a estrutura disponível para eventos no destino;
- Indisponibilidade de agenda de eventos para consulta por parte do turista e da população local;
- Ausência de informações turísticas na página institucional do município na internet – acessível pelo endereço [www.caldasnovas.go.gov.br](http://www.caldasnovas.go.gov.br);
- Ausência do destino nas redes sociais, o que poderia ser feito com o intuito de divulgar suas atrações e eventos;
- Inexistência de aplicativo oficial do destino para smartphones.

## 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.

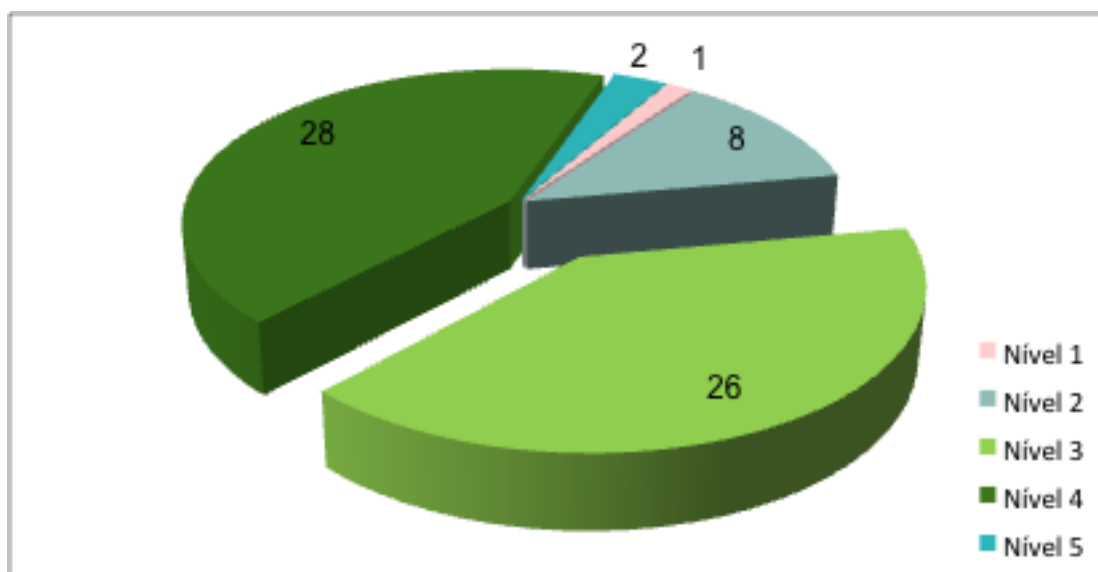
**Gráfico 14. Índices Políticas públicas – destino x Brasil: 2008-2014**



Na dimensão *Políticas públicas*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou abaixo do ano anterior, mantendo-se no nível 3, como é possível observar no Gráfico 14. Este índice posicionou-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 15 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Políticas públicas*. Observa-se que 26 destinos se encontram no mesmo nível que Caldas Novas, enquanto a maior parte dos destinos indutores encontra-se no nível 4.

**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 uma secretaria municipal com a atribuição exclusiva de coordenar ou incentivar o desenvolvimento do turismo;
- Desenvolvimento de projetos pelo órgão gestor de turismo, em conjunto com outras secretarias no ano anterior, contemplando atividades relacionadas ao turismo – como a revitalização de algumas vias em parceria com a Secretaria de Planejamento e Indústria e Comércio;
- Recebimento de investimentos diretos do governo estadual em projetos que visavam ao desenvolvimento do turismo, em áreas como acesso, cultura, esporte e lazer;
- Existência de Plano Diretor Municipal, revisado recentemente, que contempla o setor de turismo;
- Execução de ações e projetos em parceria com a iniciativa privada ou com entidades de classe representativas do setor ao longo do ano anterior – participação em eventos e feiras de turismo.

Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

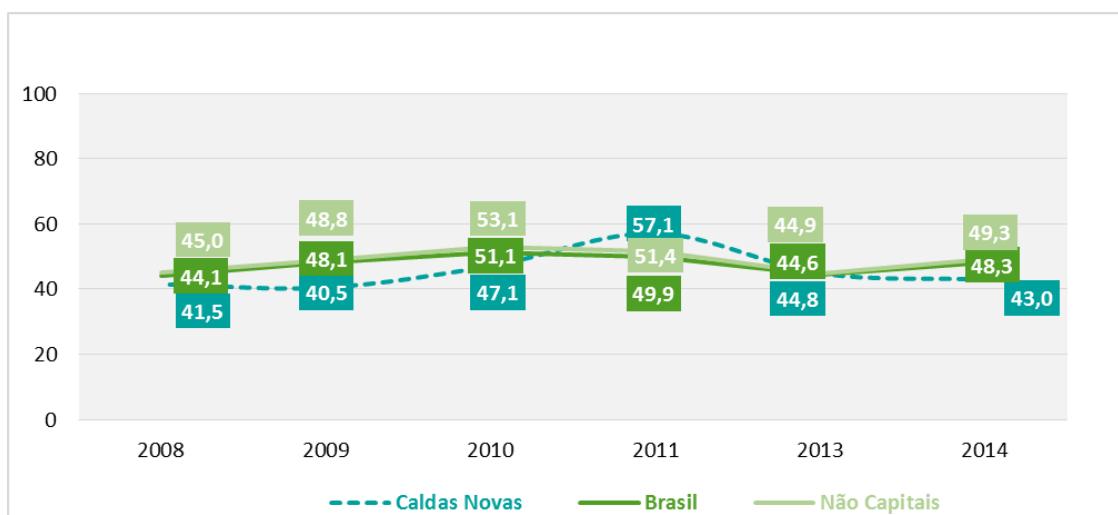
- Indisponibilidade de fonte regulamentada de recurso próprio extraorçamentário para o órgão gestor de turismo;
- Não recebimento de recursos de emendas parlamentares para o turismo no ano anterior;
- Ausência de instância de governança local ativa dedicada ao acompanhamento da atividade turística;

Inexistência de planejamento formal para o setor de turismo do destino, que defina diretrizes e metas do setor para os próximos anos.

## 2.8. Cooperação regional

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

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

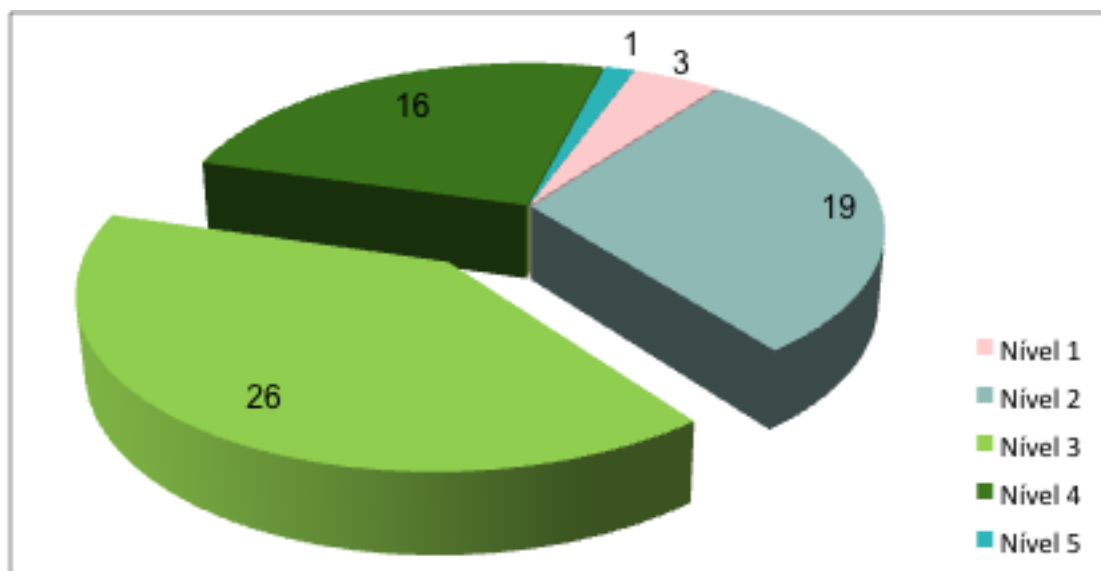


Na dimensão *Cooperação regional*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou abaixo ano anterior, mantendo-se no nível 3, como é possível observar no Gráfico 16.

Este índice posicionou-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 17 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Cooperação regional*. Observa-se que 26 destinos se encontram no mesmo nível que Caldas Novas, nível em que se encontra a maioria dos destinos indutores.

**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 projetos de cooperação regional compartilhados entre Caldas Novas e outros destinos da região turística, entre eles, o projeto de roteiro Circuito das Águas Termais;
- Existência de plano de desenvolvimento turístico integrado em vigor para a região;
- O fato de o destino integrar roteiros turísticos regionais, comercializados por operadores e agências locais e nacionais;

- 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 da região turística da qual faz parte.

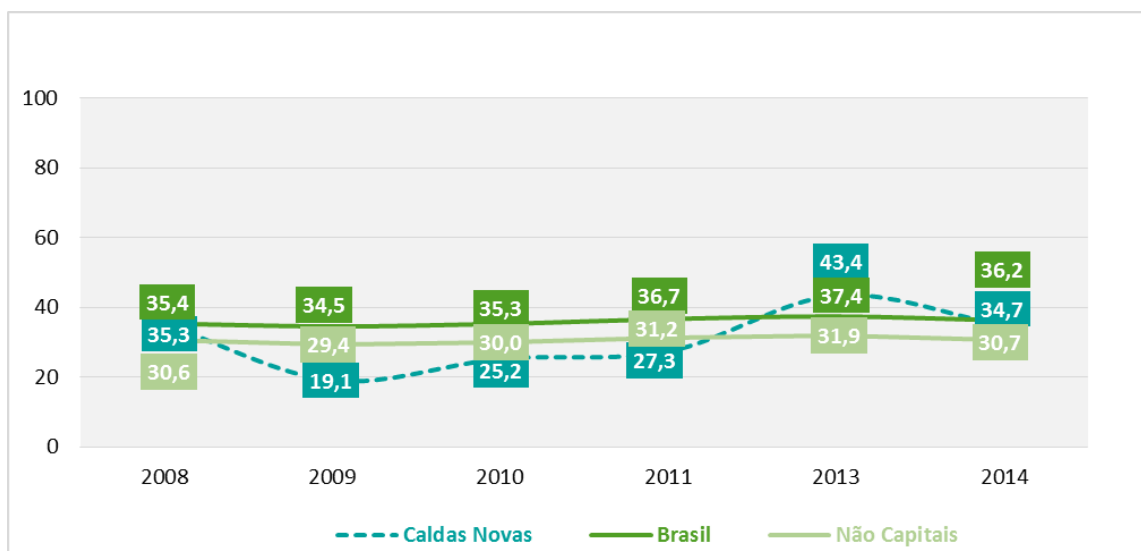
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador nesta dimensão, estão:

- Ausência de uma instância de governança regional, que reúna mais de um destino, responsável por coordenar as ações de regionalização do turismo;
- Não realização de ações para mobilizar atores do setor de turismo do destino para a importância da cooperação regional, no ano anterior;
- Não participação do destino em eventos para a promoção e comercialização dos roteiros regionais e da região turística dos quais faz parte;
- O fato de não terem sido realizadas ações promocionais em parceria com outros destinos da mesma região, como publicidade, realização de eventos, realização de *famtour* e realização de *press trips*;
- 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.

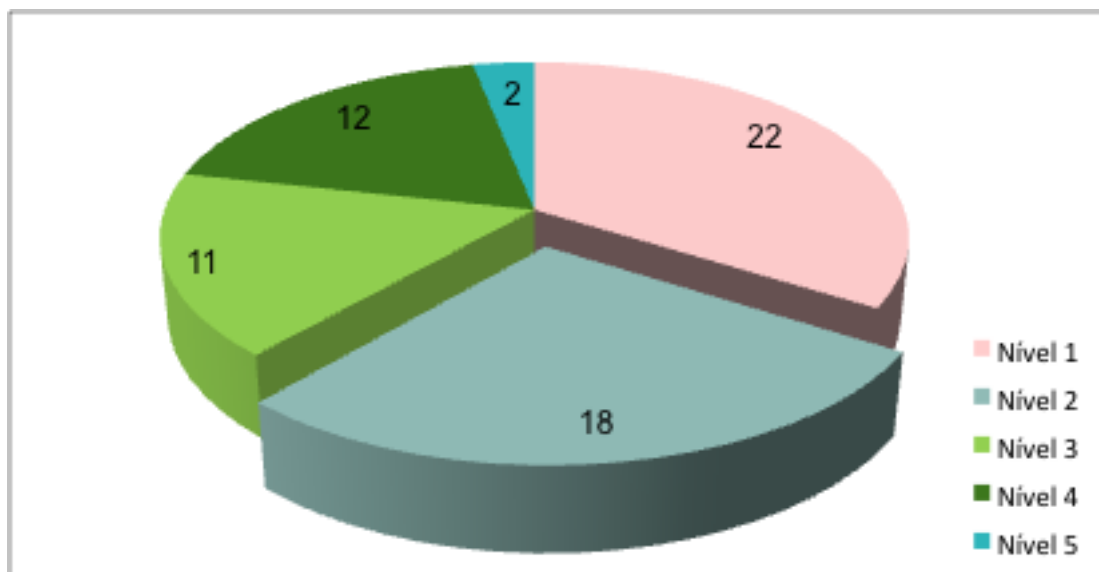
**Gráfico 18. Índices Monitoramento – destino x Brasil: 2008-2014**



Na dimensão *Monitoramento*, o índice registrado pelo destino em 2014 abaixo ano anterior, caindo para o nível 2, como é possível observar no Gráfico 18. Este índice posicionou-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 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 Caldas Novas, enquanto a maior 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:

- 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;
- Existência de pesquisa de oferta turística – Inventário – atualizada, e cujos dados são sistematizados por meio de um sistema de gerenciamento de dados SISTUR;
- 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 (hotelaria e alimentação) e sua análise, visando o acompanhamento da evolução do setor.

Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

- O fato de os dados coletados na pesquisa de demanda e na pesquisa de oferta não serem aproveitados sistematicamente no planejamento, na elaboração de políticas públicas de turismo no destino e em ações de marketing e promoção do destino;

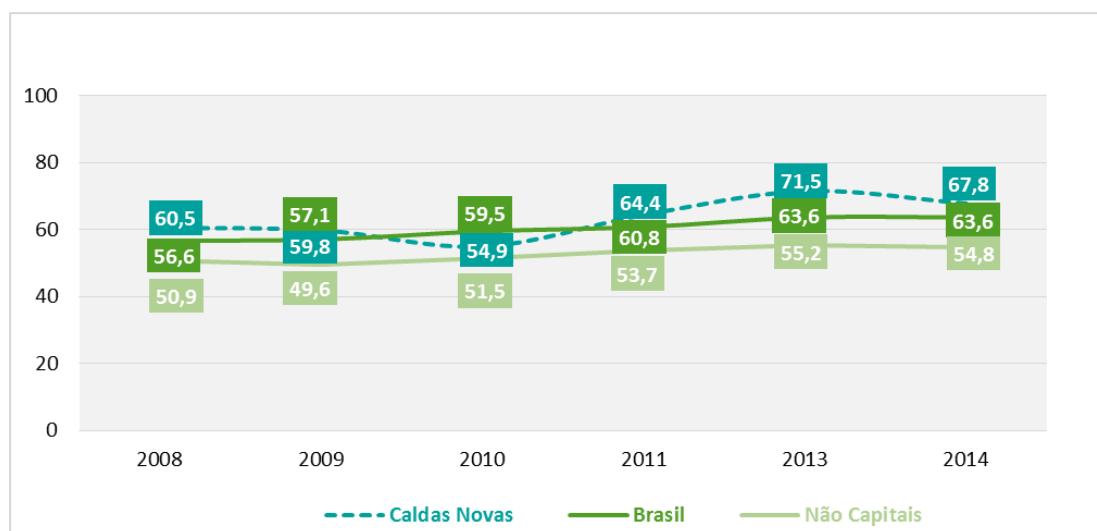


- Inexistência de estudos de demanda sobre o perfil do turista em eventos específicos;
- Ausência de acompanhamento dos objetivos da política em turismo em âmbito Estadual e Federal;
- Inexistência de estudos/monitoramento sobre os impactos econômicos, sociais e ambientais gerados pelo turismo;
- Ausência 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.

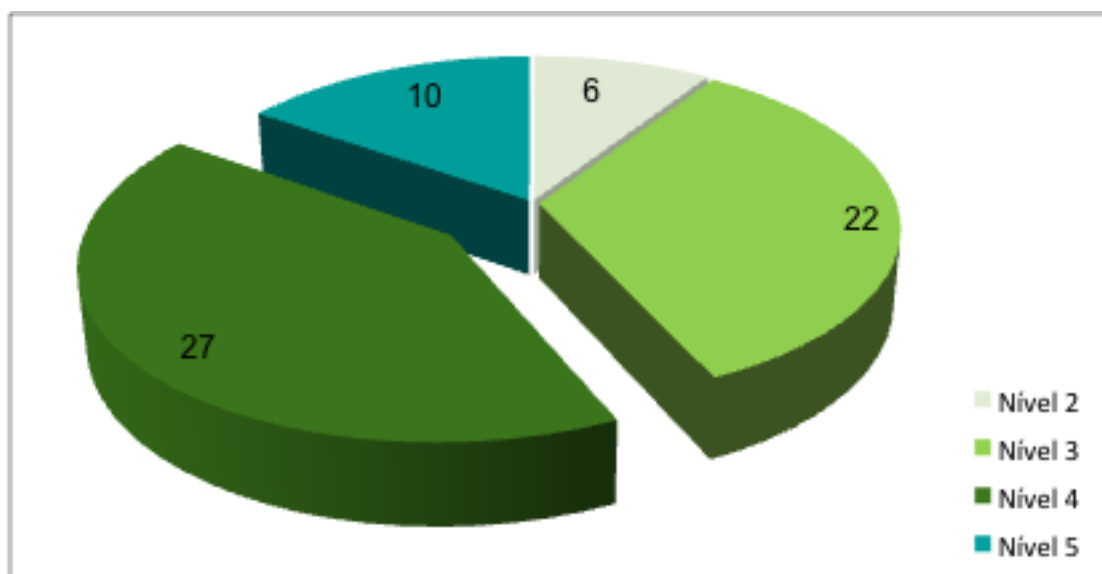
**Gráfico 20. Índices Economia local – destino x Brasil: 2008-2014**



Na dimensão *Economia local*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou abaixo do ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 20. Este índice posicionou-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 21 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Economia local*. Observa-se que 27 destinos se encontram no mesmo nível que Caldas Novas, nível em que se encontra a maioria dos destinos indutores.

**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 04 (quatro) operadoras de telefonia móvel no destino, sendo elas: Oi, TIM, Claro e Vivo com tecnologia analógica e 3G;
- Acesso gratuito à internet em locais públicos, como em praças públicas;
- Presença de caixas eletrônicos de autoatendimento para saques com cartões de crédito internacionais – interligados a Rede Banco 24h;
- Existência de lei municipal de incentivo à formalização de estabelecimentos comerciais e de prestadores de serviços: a lei complementar 09/2009;
- Atuação de um *Convention & Visitors Bureau* exclusivo do destino.

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

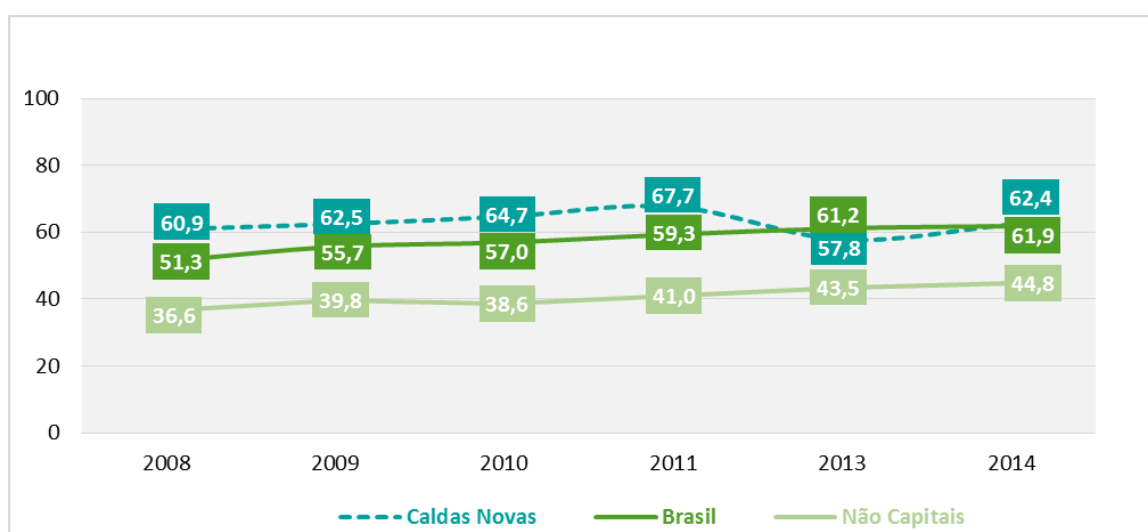
- Ausência de benefícios locais de isenção ou redução de impostos ou taxas para as atividades características do turismo;
- Ausência de empresas multinacionais de produção de bens (indústrias) no destino;
- Caldas Novas não sediou fórum ou congresso internacional no ano anterior;
- O fato de o destino não exportar mercadoria 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.

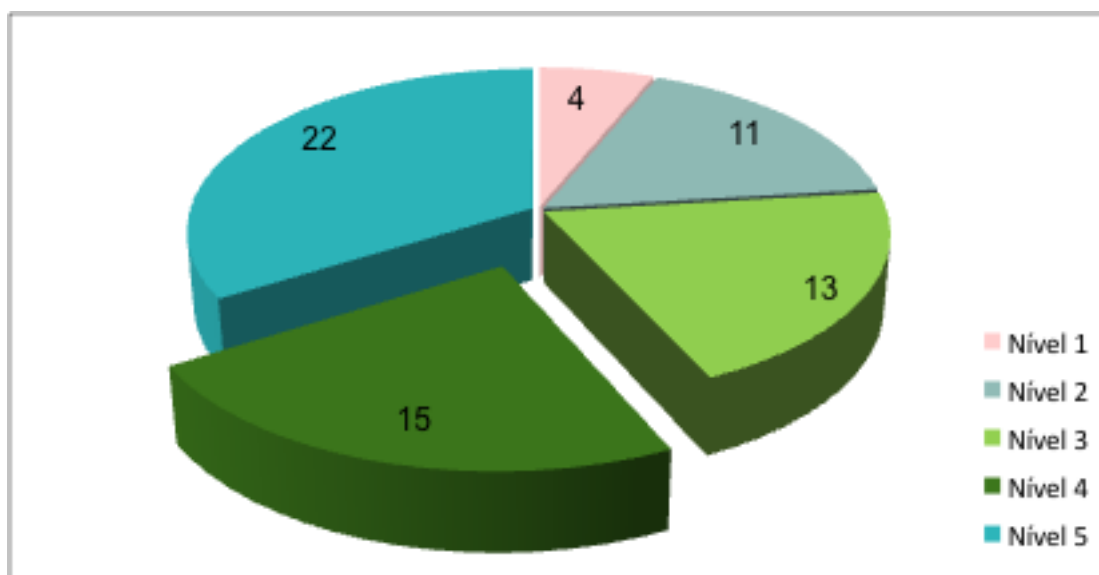
**Gráfico 22. Índices Capacidade empresarial – destino x Brasil: 2008-2014**



Na dimensão *Capacidade empresarial*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do ano anterior, alcançando um nível superior (nível 4), como é possível observar no Gráfico 22. Este índice posicionou-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 23 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Capacidade empresarial*. Observa-se que 15 destinos se encontram no mesmo nível que Caldas Novas, enquanto a maior 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 técnica e superior;
- Presença de escolas com formação em diversos idiomas estrangeiros;
- Presença de grupos nacionais de locação de automóveis;
- Presença de redes 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, curso (s) do EMPRETEC, que ajuda a fomentar o empreendedorismo local.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador, estão:

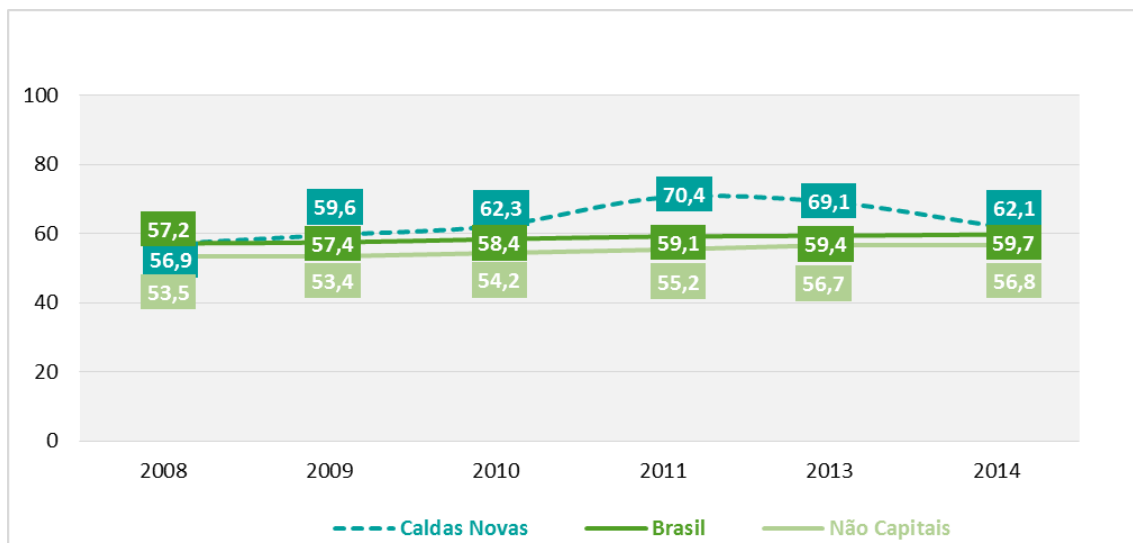
- Ausência de grupos internacionais de locação de automóveis;
- Ausência de redes nacionais de meios de hospedagem;
- Inexistência de arranjos produtivos locais (APL) ligados ao setor de turismo;
- Presença de barreiras à entrada de novos empreendimentos turísticos, sinalizadas pelos entrevistados durante a pesquisa - entre elas a falta de pessoal capacitado no destino e a ausência de incentivos fiscais para atividades características do turismo.

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.

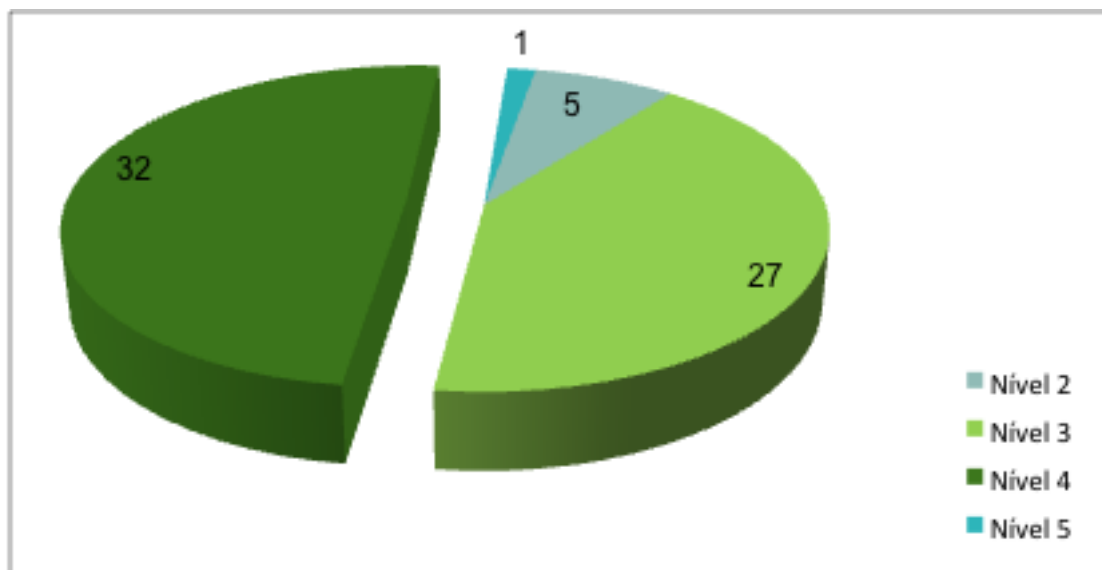
**Gráfico 24. Índices Aspectos sociais – destino x Brasil: 2008-2014**



Na dimensão *Aspectos sociais*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou abaixo 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 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 Caldas Novas, 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 e culturais pela população local, ações contínuas realizadas por órgãos municipais e algumas empresas privadas;
- Projeto de sensibilização dos turistas para a preservação do meio ambiente, realizada por meio de blitz educativas;
- A população costuma ser consultada sobre atividades ou projetos turísticos por meio de convocações para audiências públicas;
- 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, em atividades relacionadas ao turismo, como hotelaria, bares e restaurantes 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 capacitação técnica;
- Identificação de deficiências dos profissionais de nível operacional, em informática, atendimento ao cliente e capacitação técnica, segundo depoimento dos entrevistados;
- Ausência de sensibilização dos cidadãos sobre os impactos da atividade turística para o destino, tanto positivos quanto negativos;
- Não envolvimento da comunidade com o desenvolvimento da atividade turística, o que poderia ser feito por meio de associações de moradores, sindicatos, ONGs/OSCIPs, cooperativas ou outras organizações;
- Inexistência de programa específico de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes no turismo, que conte com o apoio da iniciativa privada, do terceiro setor e do poder público.

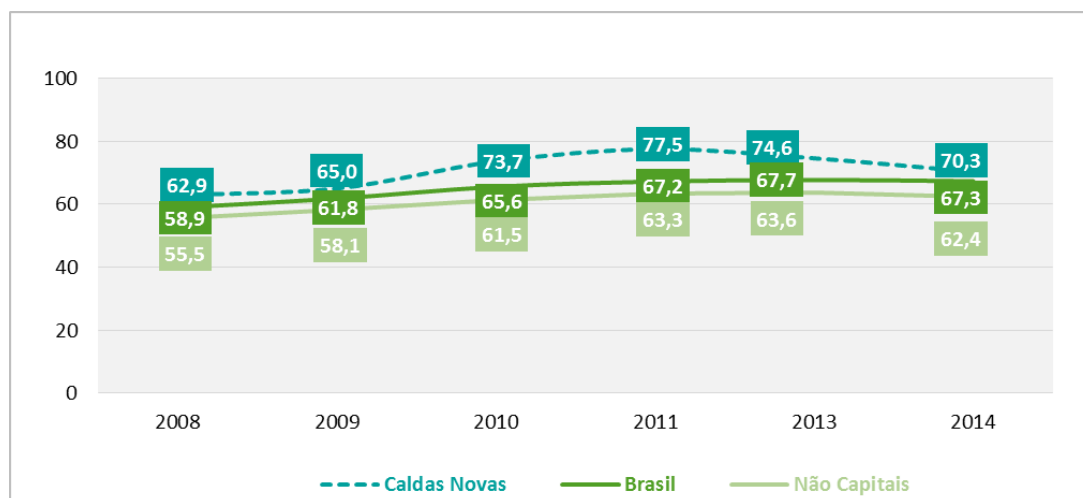
Além disso, indicadores sociais do município, como percentual de habitantes com acesso ao ensino, Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB) e Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M), foram alguns dos dados considerados na composição do índice da dimensão *Aspectos Sociais*.

### 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.



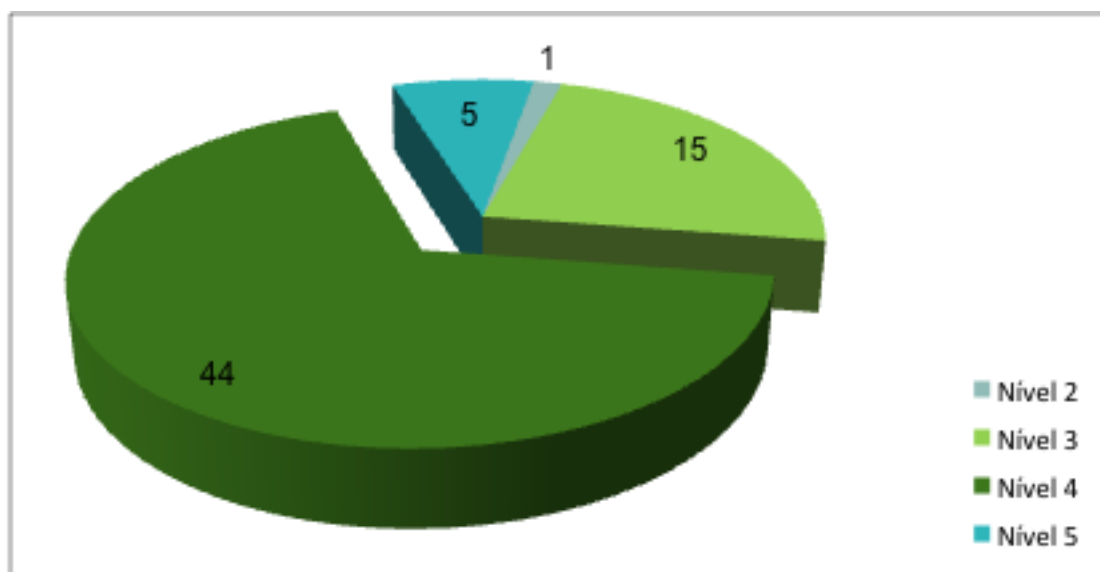
**Gráfico 26. Índices Aspectos ambientais – destino x Brasil: 2008-2014**



Na dimensão *Aspectos ambientais*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou abaixo 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 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 Caldas Novas, 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 de Meio Ambiente e Recursos Hídricos -;
- Presença de um Conselho Municipal de Meio Ambiente ativo;
- Existência de um Código Ambiental Municipal;
- Presença de rede pública de distribuição de água;
- Existência de estação de tratamento de água (ETA) no destino;
- Realização de campanhas educativas periódicas para o uso racional da água;
- Monitoramento de balneabilidade da água destino semanalmente;
- Existência de serviços de coleta seletiva de resíduos, realizada pelo poder público;
- 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 Estadual da Serra de Caldas Novas –, a qual possui conselho gestor ativo e plano de manejo em vigor.

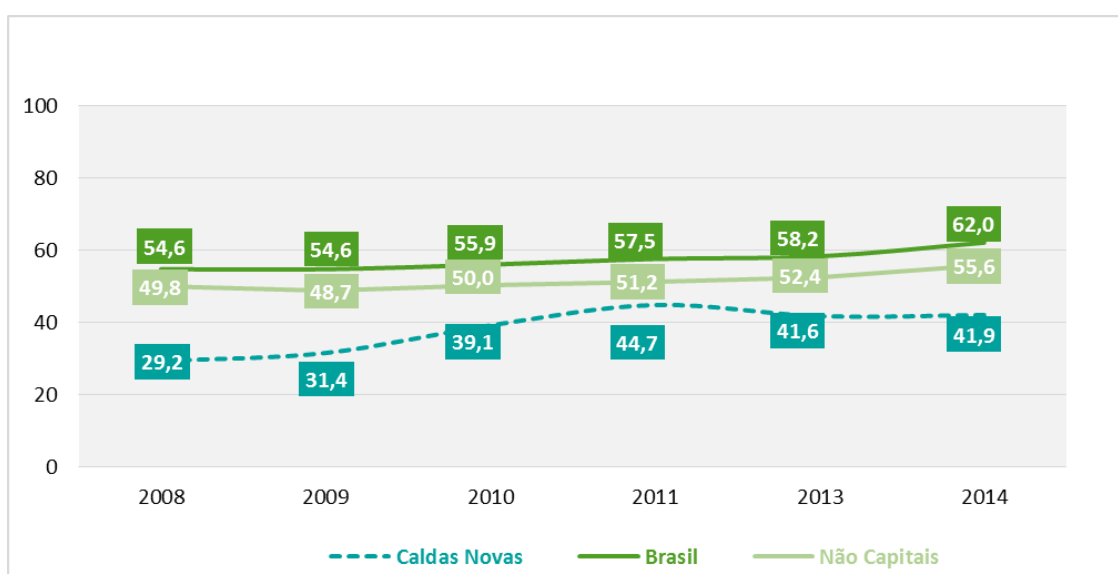
Entre os fatores limitantes para a evolução do indicador, figuram:

- 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 Plano Municipal de Meio Ambiente para o destino;
- Inexistência do Plano Municipal de Resíduos Sólidos, em conformidade com a Política Nacional;
- Presença de atividades potencialmente poluidoras, com alvará de funcionamento ou de localização no território municipal, como usina hidroelétrica e mineradora/garimpo;
- Inexistência de estação pública de tratamento de água para a sua reutilização;
- Baixa cobertura do sistema público de coleta de esgoto que atenda ao destino;
- O fato de não haver destinação pública de resíduos sólidos residenciais e comerciais para aterro sanitário.

## 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.

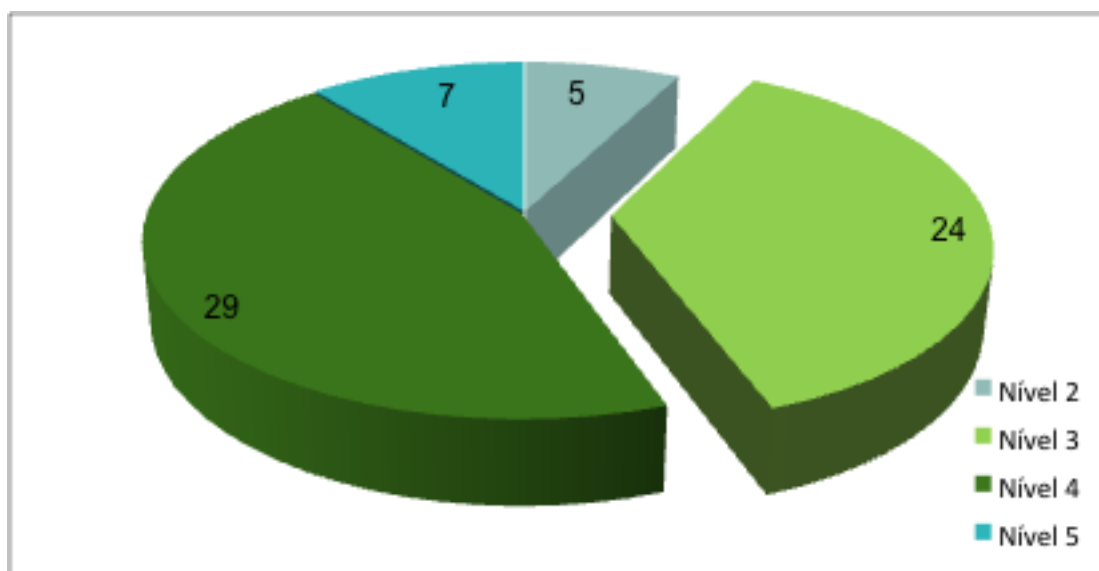
**Gráfico 28. Índices Aspectos culturais – destino x Brasil: 2008-2014**



Na dimensão *Aspectos culturais*, o índice registrado pelo destino em 2014 manteve-se estável em relação ao ano anterior, permanecendo no nível 3, como é possível observar no Gráfico 28. Este índice posicionou-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 Caldas, enquanto a maior 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 tradições culturais evidentes e típicas do território do destino e da região onde o destino está inserido, entre elas, as lendas do tesouro da Serra de Caldas Novas e a existência de manifestações religiosas no destino – Procissão do Fogaréu e Procissão de Nossa Senhora da Salete;

- Presença de grupos artísticos de manifestação popular tradicional, Orquestra de Violeiros, Grupo de Catira Jovem e grupos de Folia de Reis; que se apresentam com frequência no destino e em outras cidades do estado de Goiás;
- Presença de equipamentos culturais no destino, como livraria, centro cultural, museu e biblioteca pública;
- Existência de sítio arqueológico registrado pelo IPHAN, tais como Bocaina, Peixe 2, Nelson, Pequi, entre outros sítios;
- Presença de órgão da administração local responsável por incentivar o desenvolvimento da cultura;
- Existência de uma Política Municipal de Cultura;
- Manutenção do calendário de festas tradicionais populares, por meio da promoção de festivais e shows (folclore, literatura e música);
- Adesão do destino ao Sistema Nacional de Cultura.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador, estão:

- Inexistência de atividade artesanal e de eventos tradicionais, 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 e de patrimônio artístico ou histórico registrado ou tombado;
- Inexistência de um Plano Municipal de Cultura;
- Inexistência de legislação municipal de fomento à cultura, bem como de fundo municipal de cultura efetivo;
- 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 Caldas Novas, é possível concluir que, em 2014, houve regressão 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>2</sup>**

Dimensões	Brasil				Não Capitais				Caldas Novas			
	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	54,4	57,5	56,7	54,1
Infraestrutura geral	65,8	68,4	68,6	68,2	59,8	63,2	63,8	62,5	66,4	67,5	61,8	61,1
Acesso	60,5	61,8	62,6	62,2	52,3	53,1	53,8	52,4	56,1	56,5	54,8	53,2
Serviços e equipamentos turísticos	50,8	52,0	56,8	58,7	41,9	43,4	48,1	49,6	44,2	47,0	47,2	50,8
Atrativos turísticos	60,5	62,0	63,2	63,4	61,3	62,5	63,4	62,8	73,3	73,0	67,7	63,8
Marketing e promoção do destino	42,7	45,6	46,8	48,4	39,8	42,5	44,4	45,7	28,6	35,9	35,7	29,7
Políticas públicas	55,2	56,1	57,6	58,1	50,7	52,4	54,4	53,9	57,6	49,1	59,6	50,8
Cooperação regional	51,1	49,9	44,6	48,3	53,1	51,4	44,9	49,3	47,1	57,1	44,8	43,0
Monitoramento	35,3	36,7	37,4	36,2	30,0	31,2	31,9	30,7	25,2	27,3	43,4	34,7
Economia local	59,5	60,8	63,6	63,6	51,5	53,7	55,2	54,8	54,9	64,4	71,5	67,8
Capacidade empresarial	57,0	59,3	61,2	61,9	38,6	41,0	43,5	44,8	64,7	67,7	57,8	62,4
Aspectos sociais	58,4	59,1	59,4	59,7	54,2	55,2	56,7	56,8	62,3	70,4	69,1	62,1
Aspectos ambientais	65,6	67,2	67,7	67,3	61,5	63,3	63,6	62,4	73,7	77,5	74,6	70,3
Aspectos culturais	55,9	57,5	58,2	62,0	50,0	51,2	52,4	55,6	39,1	44,7	41,6	41,9

Fonte: FGV, SEBRAE, MTur, 2014

<sup>2</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.