

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

GOIÂNIA

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	23
2.7. Políticas públicas.....	25
2.8. Cooperação regional.....	28
2.9. Monitoramento	31
2.10. Economia local	34
2.11. Capacidade empresarial.....	36
2.12. Aspectos sociais	39
2.13. Aspectos ambientais.....	41
2.14. Aspectos culturais.....	44
3. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE	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 100¹:



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

Para que o município avaliado possa comparar os resultados das últimas edições da pesquisa, é importante observar os critérios estatísticos nos quais esse levantamento se baseia. Considerou-se que o índice se manteve estável em casos de aumento ou queda de até 1,0 ponto na comparação dos indicadores entre anos seguidos. Isto é, para que o destino considere um índice como evolução ou regressão, é preciso que a diferença entre os resultados das pesquisas seja superior a 1,0 ponto, para mais ou para menos, no total geral ou em qualquer uma das 13 dimensões.

Uma vez conhecidos os índices nacionais de competitividade, recomenda-se que cada destino analise seus resultados de forma crítica, ponderando questões ligadas às suas

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

características geográficas, econômicas e ao posicionamento, a fim de entender que os resultados de determinada dimensão serão influenciados por esses fatores. Dessa forma, não se espera que alguns destinos alcancem, necessariamente, o nível mais alto de competitividade em todas as dimensões. Isso é especialmente aplicado a alguns destinos não capitais ou que estejam direcionados a nichos específicos de mercado.

Uma leitura criteriosa e consciente dos índices obtidos poderá fornecer referências para um planejamento que favoreça os pontos fortes e minimize os impactos de aspectos inibidores do desenvolvimento do destino turístico.

O principal objetivo deste relatório é permitir que os destinos estudados utilizem essas informações para planejar a atividade turística, norteando a elaboração de políticas públicas que potencializem suas vantagens competitivas e eliminem, gradativamente, os entraves ao desenvolvimento sustentável da atividade turística.

2. RESULTADOS

A pesquisa em Goiânia foi realizada entre os dias 10 e 14 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.

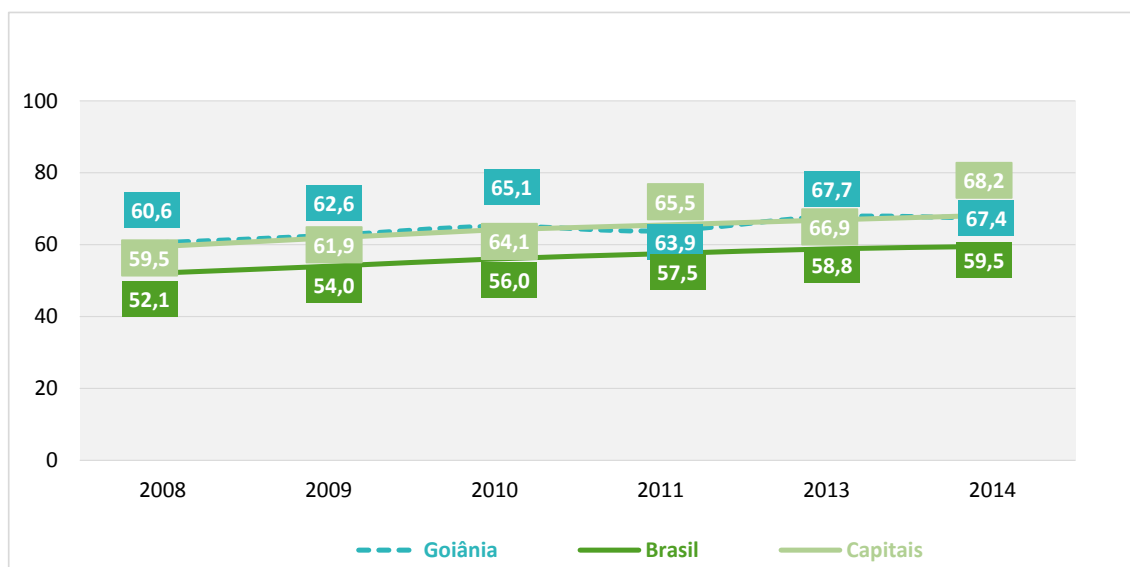
Além dos índices alcançados pelo destino em cada dimensão, serão destacados, a seguir, os principais fatores que contribuíram para tais resultados.

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 1.

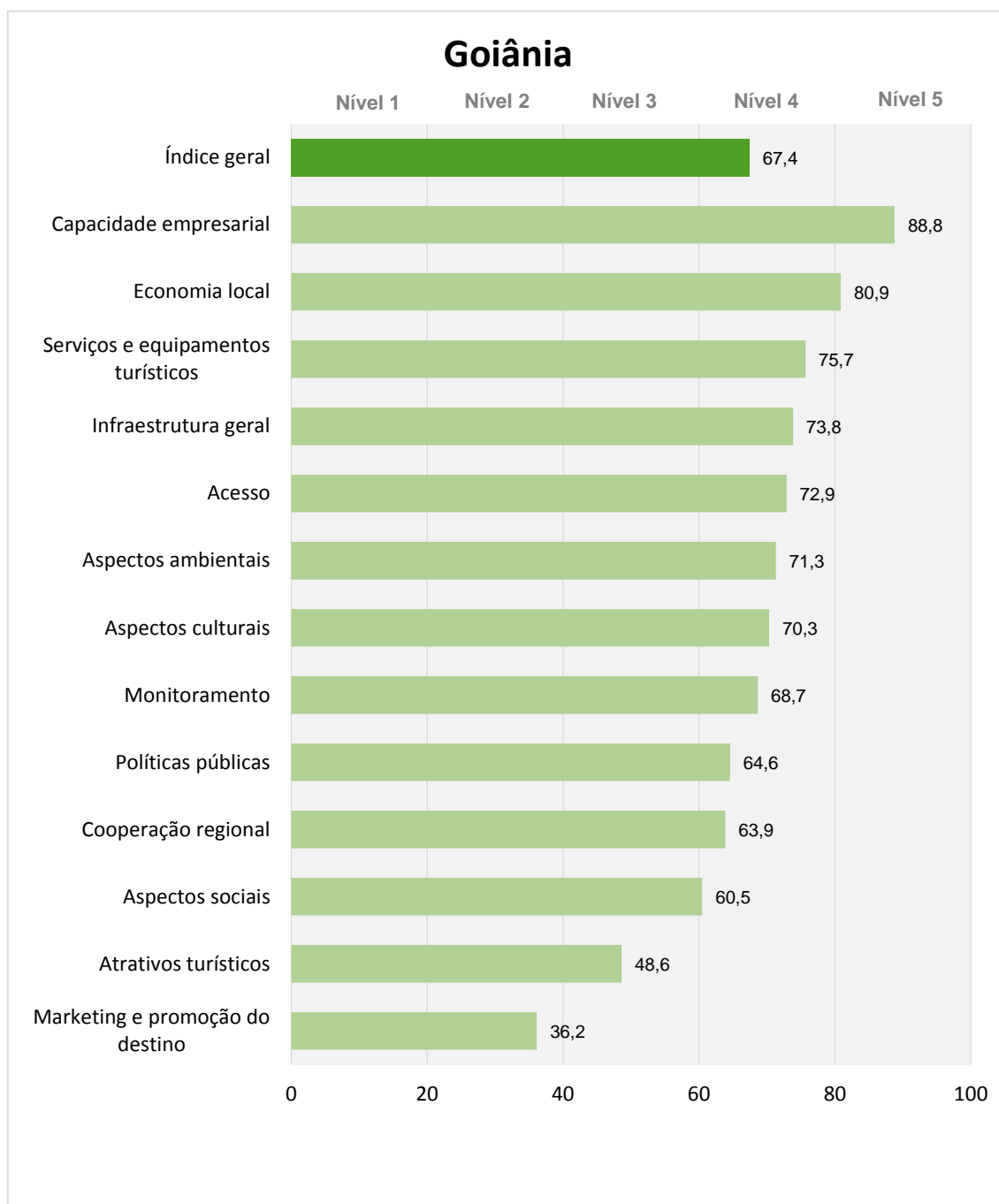
Gráfico 1. Índices gerais de competitividade – destino x Brasil: 2008-2014



No ano de 2014, o índice geral de competitividade registrado pelo destino manteve-se estável em relação ao ano anterior, permanecendo no nível 4, como é possível observar no Gráfico 1. Este índice posicionou-se acima da média nacional, mas abaixo da média do grupo das capitais no índice geral.

Os resultados apresentados a seguir apontam que, das 13 dimensões avaliadas, as que obtiveram melhores desempenhos, com índices acima do nível 4, foram *Capacidade empresarial, Economia local, Serviços e equipamentos turísticos, Infraestrutura geral, Acesso, Aspectos ambientais, Aspectos culturais, Monitoramento, Políticas públicas e Cooperação regional*, conforme o Gráfico 2. Por sua vez, a dimensão com o menor nível de competitividade é *Marketing e promoção do destino*, a qual não ultrapassou o nível 2.

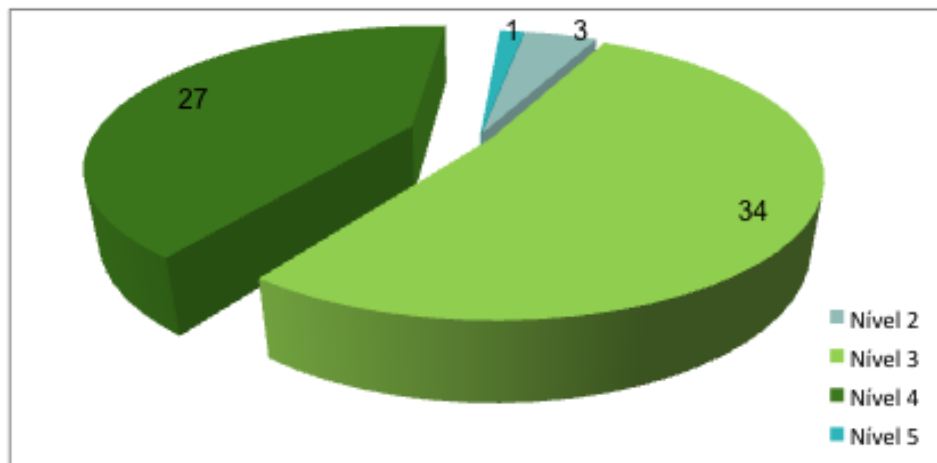
Gráfico 2. Índices por dimensão em ordem decrescente de desempenho



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, 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 27 destinos se encontram no mesmo nível que Goiânia (nível 4), sendo que a maior parte dos destinos indutores encontra-se no nível 3.

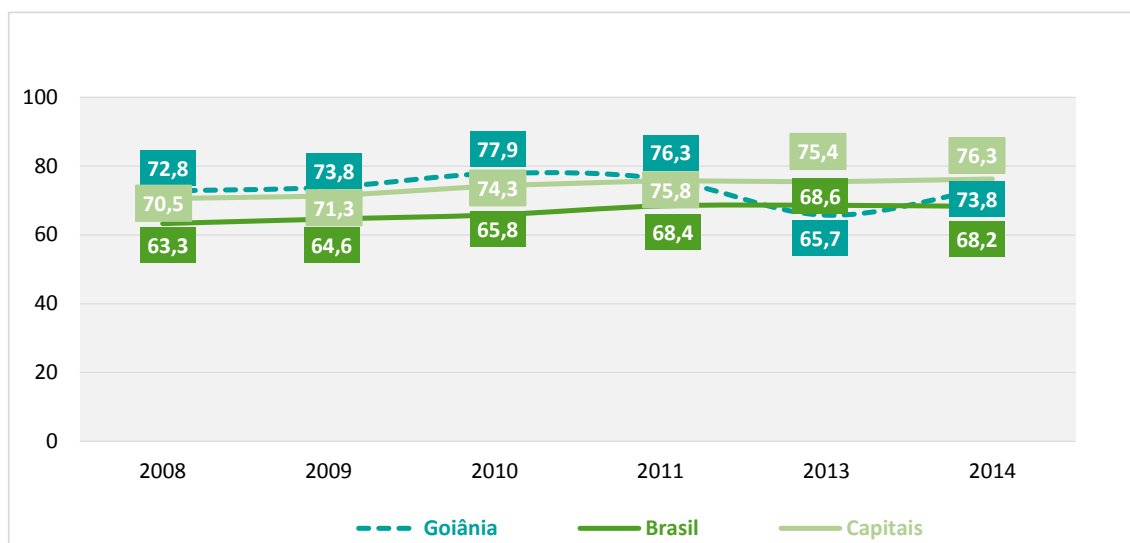
Gráfico 3. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice geral



2.2. Infraestrutura geral

O *Índice de Competitividade do Turismo Nacional* considerou as seguintes variáveis referentes à *Infraestrutura geral*: (i) capacidade de atendimento médico para o turista no destino; (ii) fornecimento de energia; (iii) serviço de proteção ao turista; e (iv) estrutura urbana nas áreas turísticas.

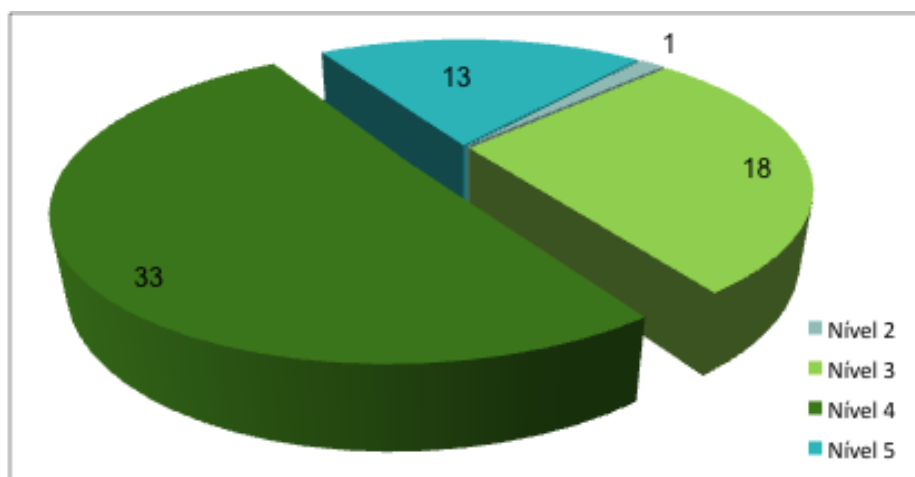
Gráfico 4. Índices Infraestrutura geral – destino x Brasil: 2008-2014



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

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 5 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Infraestrutura geral*. Observa-se que 33 destinos se encontram no mesmo nível que Goiânia, nível onde 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: estrutura para cirurgias de emergência, setor de transfusão, laboratório de análise, radiologia, etc;
- Fornecimento contínuo de energia elétrica no destino durante todo o ano;
- Presença de Corpo de Bombeiros com grupo de busca e salvamento;
- Existência de Defesa Civil e Guarda Municipal no destino;
- Existência de monitoria e vigilância por câmeras em parte das áreas turísticas;
- Substituição de viação área por subterrânea 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:

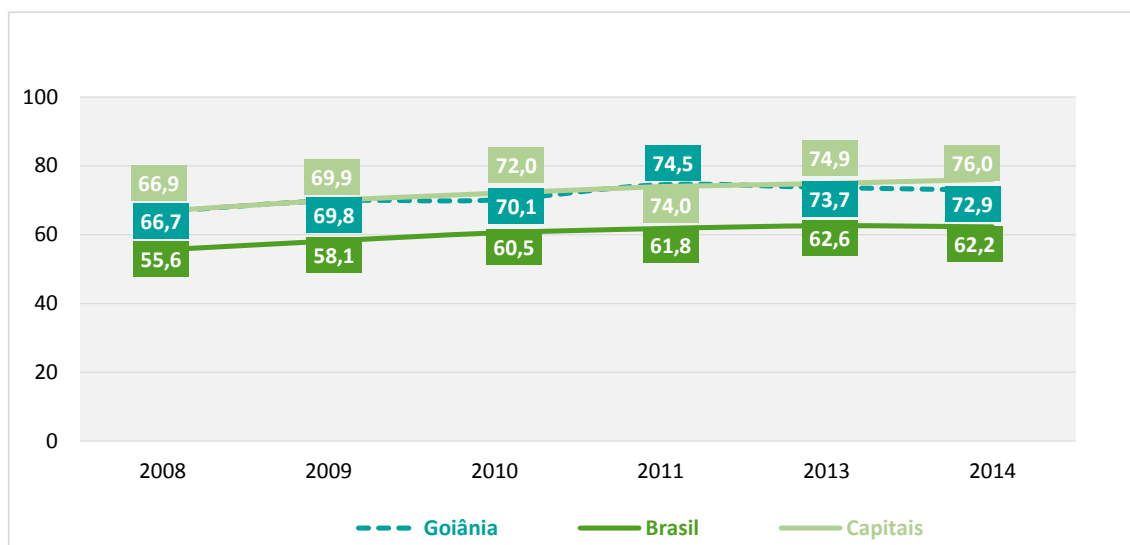
- Ausência de grupamento especializado no atendimento ao turista na Polícia Militar;
- Inexistência de delegacia programa de proteção ao turista na Polícia Civil;
- Carência de lixeiras, banheiros públicos e telefones públicos adequados nas áreas turísticas e entorno;
- Carência de elementos de acessibilidade 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.

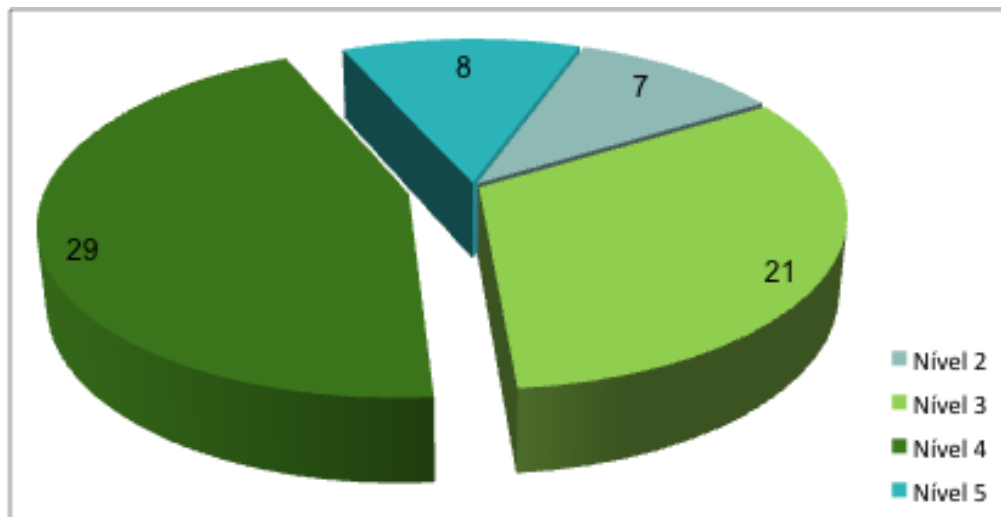
Gráfico 6. Índices Acesso – destino x Brasil: 2008-2014



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

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

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



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

- Existência de um terminal aeroportuário dentro do território municipal com voo regular - Aeroporto Santa Genoveva – Goiânia;
- Estrutura do principal aeroporto do destino, que conta com Centro de Atendimento ao Turista, restaurantes e lanchonetes, serviços bancários, serviço de câmbio, locadora de veículos, etc;
- Disponibilidade de opções de transporte público ou concessões para atender àqueles que desembarcam no Aeroporto Santa Genoveva – ônibus executivo e taxi convencional, conforme observado em visita técnica ao local;
- Existência de linhas de ônibus intermunicipais e interestaduais regulares que atendam ao destino;
- Existência de um terminal rodoviário no destino, com ótima estrutura que conta com – restaurantes e lanchonetes, lojas, serviços bancários, conforto e limpeza, serviço de câmbio, acessibilidade, etc.;
- Disponibilidade de opções de transporte público ou concessões para atender àqueles que desembarcam no terminal rodoviário – ônibus convencional e executivo, moto-taxi e taxi convencional, conforme observado em visita técnica ao local;

- Disponibilidade de vagas públicas para estacionamento nas áreas turísticas;
- Disponibilidade de serviço de táxi regularizado e padronizado, que ofereça facilidades como sistema de chamada via aplicativos para smartphones e pagamento por cartões de crédito.

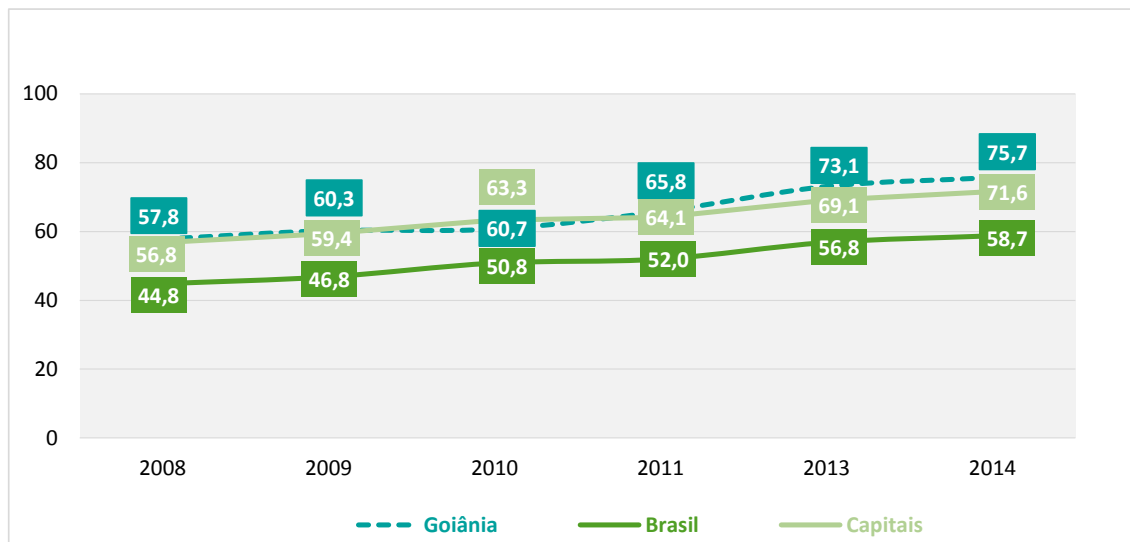
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador, constam os seguintes:

- Carência de opções transporte público para os que embarcam ou desembarcam no terminal aeroportuário do destino;
- Inexistência de linha regular de transporte turístico (ônibus ou similar) que interligue os principais atrativos do destino;
- O fato de o aeroporto Santa Genoveva estar operando acima da capacidade em determinados momentos do ano;
- Existência de congestionamentos nas proximidades das áreas turísticas do destino;
- O estado da BR-060, principal rodovia de acesso ao destino, segundo pesquisa realizada pela Confederação Nacional de Transporte – CNT, avaliado como Regular;
- Oferta escassa de ligações aéreas diretas entre o aeroporto do destino e seus principais centros emissivos de turistas.

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.

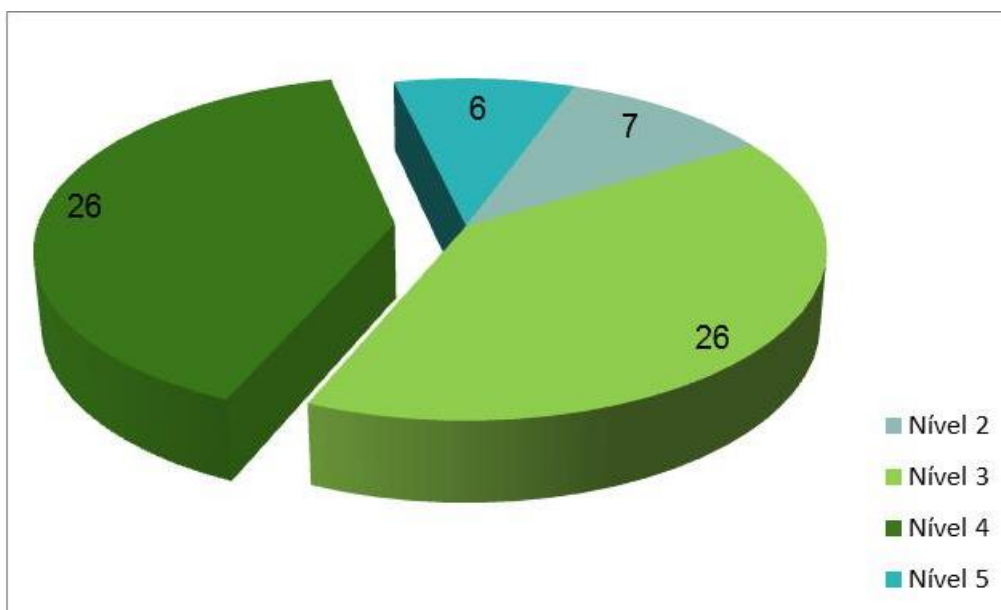
Gráfico 8. Índices Serviços e equipamentos turísticos – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Serviços e equipamentos turísticos*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 8. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 9 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Serviços e equipamentos turísticos*. Observa-se que 26 destinos se encontram no mesmo nível que Goiânia, nível que junto com o nível 3 se encontra a maioria dos destinos indutores.

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;
- Existência de sinalização turística descritiva ou interpretativa em alguns dos atrativos do destino;
- Existência de Centros de Atendimento ao Turista no destino, localizados em dois pontos (aeroporto e terminal rodoviário), e que oferecem alguns serviços, como contato de operadoras, agências e guias de turismo, folders e propagandas dos serviços turísticos e profissionais que fornecem informações sobre o destino;
- Presença de centro de convenções no destino – tendo sido indicado como principal o Centro de Convenções de Goiânia, que possui salas multiuso / modulares, auditórios, capacidade para mais de um evento independentes e simultâneos;
- 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;
- Presença de meios de hospedagem categorizados no Sistema Brasileiro de Classificação de Hospedagem - SBClass;
- Presença de empresas de receptivo, que oferecem diversos serviços aos turistas (city tour, traslado, visitas guiadas individuais e em grupo, etc), inclusive com atendimento em idioma estrangeiro;
- Presença de empresas de locação de automóveis no destino;
- Disponibilidade de guias de turismo registrados no CADASTUR e capacitados para atendimento em outros idiomas;
- Existência de organização representativa de guias – Sindicato dos Guias de Turismo do Estado de Goiás;
- 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, cursos técnicos, de graduação, de pós-graduação e de mestrado ou de doutorado nas áreas relacionadas ao turismo no município.

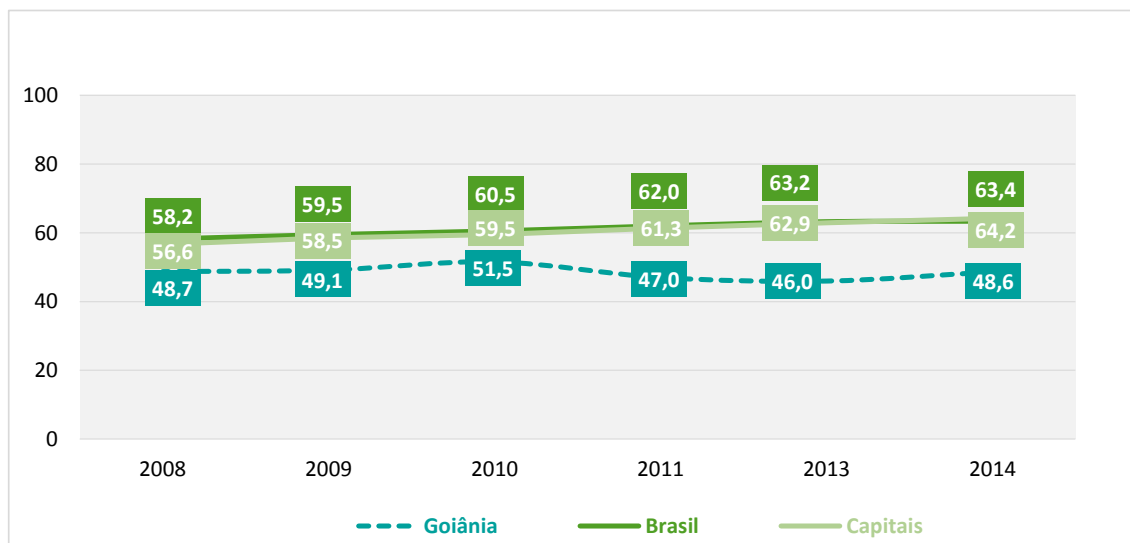
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador, constam os seguintes:

- Cobertura da sinalização turística viária, presente em apenas parte do destino;
- Pequena cobertura da sinalização turística descritiva e ausência desta em outros idiomas;
- Inexistência de sinalização com mapa turístico informativo nas áreas turísticas;
- Ausência de políticas locais de incentivo ao uso de tecnologias que priorizem a questão ambiental em meios de hospedagem.

2.5. Atrativos turísticos

Na dimensão *Atrativos turísticos*, o *Estudo de Competitividade* analisou as seguintes variáveis: (i) atrativos naturais; (ii) atrativos culturais; (iii) eventos programados; e (iv) realizações técnicas, científicas ou artísticas.

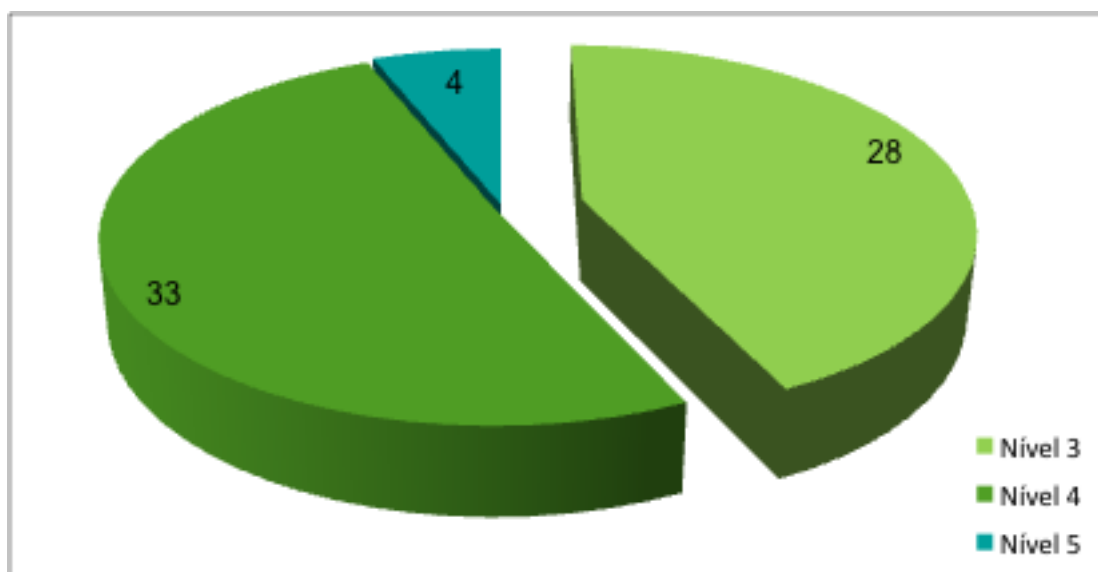
Gráfico 10. Índices Atrativos turísticos – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Atrativos turísticos*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do ano anterior, mantendo-se no nível 3, como é possível observar no Gráfico 10. Este índice posicionou-se abaixo da média nacional na dimensão, e abaixo da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 11 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Atrativos turísticos*. Observa-se que 28 destinos se encontram no mesmo nível que Goiânia, enquanto a maior parte dos destinos indutores encontra-se no nível 4.

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 o Lago das Rosas, Parque Flamboyant e o Bosque dos Buritis;
- Evidência de conservação ambiental no entorno do principal atrativo natural indicado – Lago das Rodas –, conforme observado em visita técnica;
- Manutenção da estrutura física disponível no Lago das Rosas, que dispõe de – centro de visitantes, lanchonete, sinalização interpretativa e indicativa, informativo impresso, entre outros;
- 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 turística adequadas nas vias de acesso ao principal atrativo natural indicado;
- Presença de atrativos culturais com fluxo turístico, dos quais foram indicados como principais: Centro Histórico de Goiânia (conjunto *art decó*), Memorial do Cerrado e Centro Cultural Goiânia Ouro;
- Evidência de conservação urbanística e ambiental no entorno do Centro Histórico de Goiânia;
- Existência de sinalização de trânsito e pavimentação adequada das vias no acesso ao principal atrativo cultural indicado;

- Existência de eventos programados que atraem turistas, dentre os principais: Exposição Agropecuária, Radicais Livres (evento religioso) e Festa a Fantasia;
- Acesso facilitado ao local onde ocorre o evento devido à existência de sinalização de trânsito e pavimentação adequada das vias;
- Diversidade de equipamentos e opções de lazer no destino, tais como: polo gastronômico, casas de espetáculos, shopping center, parques urbanos, etc.

Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

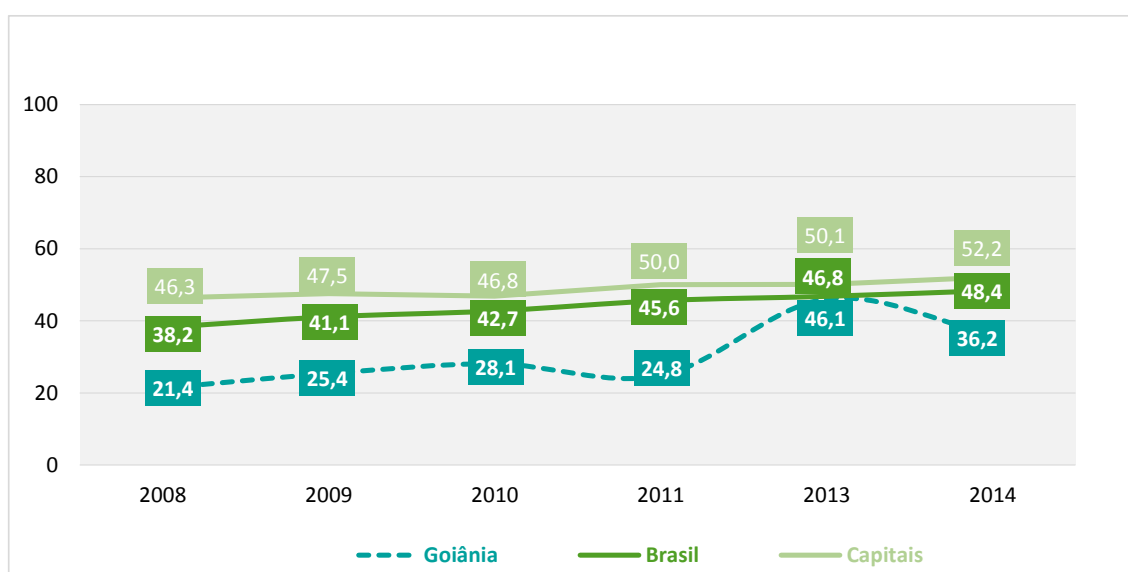
- Inexistência de estudo de capacidade de carga ou suporte para o principal atrativo natural – Lago das Rosas – para o controle de visitantes no local com intuito de minimizar o impacto da atividade turística sobre os recursos naturais;
- Inexistência de estudo de capacidade de carga ou de controle do número de visitantes para o principal atrativo cultural indicado – Centro Histórico;
- Estrutura de apoio aos visitantes neste atrativo cultural – não há sinalização descritiva e interpretativa do patrimônio e partes dos prédios e equipamentos encontram-se dispersos na cidade, muitas vezes, escondidos atrás de placas comerciais;
- Ausência de condições de acessibilidade para pessoas com deficiência no principal atrativo cultural;
- Ausência de recursos que confirmam acessibilidade plena para pessoas com deficiência no local em que acontece o principal evento programado;
- Inexistência de atrativo de realização técnica, científica ou artística² para o qual haja fluxo turístico efetivamente técnico.

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

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.

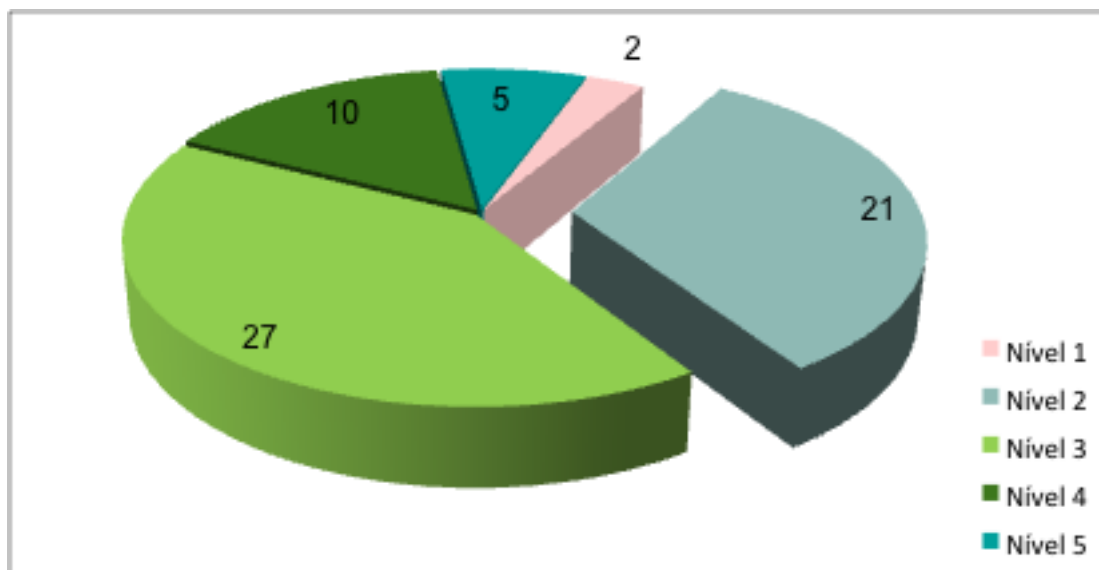
Gráfico 12. Índices Marketing e promoção do destino – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Marketing e promoção do destino*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou abaixo do ano anterior, caindo para o 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 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 Goiânia, 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, cujos resultados são avaliados por meio da contagem visitantes nos estandes e dos relacionamentos/contatos estabelecidos;
- Participação do destino em rodadas de negócios e reuniões agendadas em eventos e feiras de turismo no ano anterior;
- Existência de material promocional institucional disponível inclusive em idioma estrangeiro, distribuído nos centros de atendimento ao turista, nos meios de hospedagem e em eventos realizados na cidade;
- Existência de material promocional que apresenta informações sobre a oferta de espaços estruturados para eventos no destino – *show case*;
- Realização de acompanhamento de notícias ou matérias específicas de turismo, veiculadas na mídia sobre o destino (clipagem);
- Existência de página institucional do município na internet – acessível pelo endereço www.goiania.go.gov.br, na qual são divulgadas informações turísticas sobre o destino;
- Presença oficial do destino em redes sociais, tais como - Facebook, com o intuito de divulgar suas atrações e eventos.

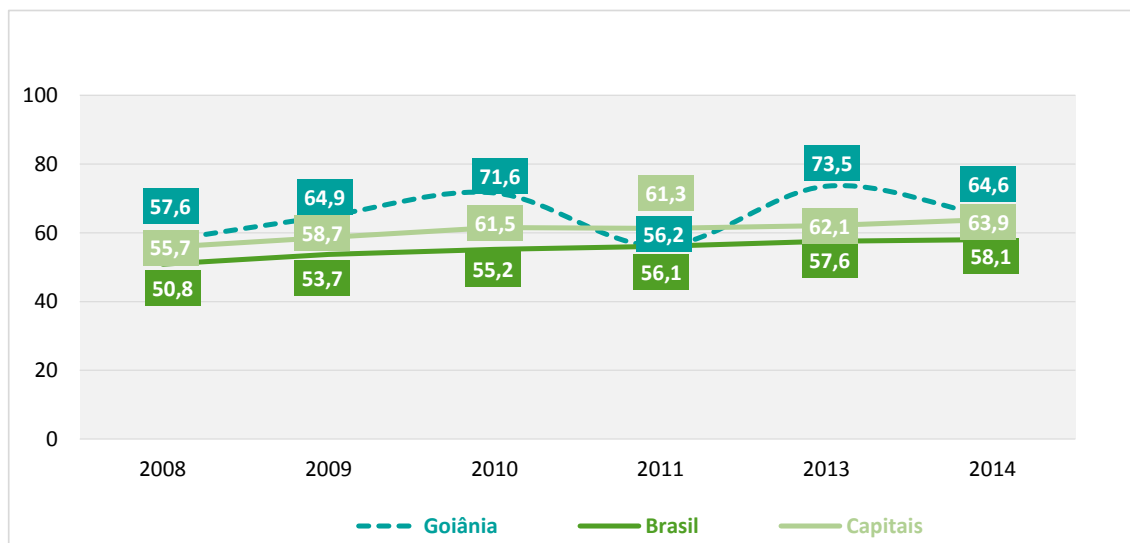
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

- 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;
- Não participação contínua em feiras e eventos de setores não diretamente ligados ao turismo;
- O fato de o destino não ter produzido eventos fora de seu território para divulgar seus atrativos e equipamentos, no ano anterior;
- Ausência do destino em rodadas de negócios e reuniões agendadas em eventos e feiras de turismo no ano anterior;
- Pequena diversidade de material promocional institucional do destino;
- Indisponibilidade de agenda de eventos para consulta por parte do turista e da população local;
- Carência de ações promocionais para divulgar o destino no ano anterior, como publicidade, *famtours*, *press trips*, entre outras;
- Ausência de página institucional do município na internet;
- Ausência de página promocional de turismo na internet que forneça informações turísticas sobre o destino para o turista;
- 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.

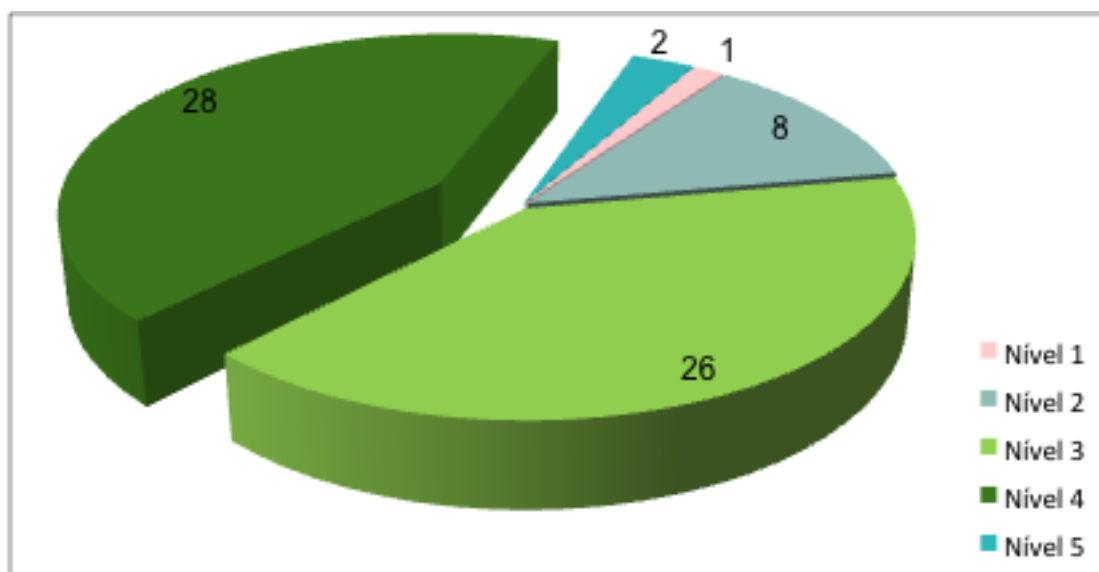
Gráfico 14. Índices Políticas públicas – destino x Brasil: 2008-2014



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

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

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



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

- Existência de um órgão municipal – Secretaria de Turismo, Esporte e Lazer - com atribuição de coordenar ou incentivar o desenvolvimento do turismo - ainda que não exclusivo do turismo – e que dispõe de recurso próprio extraorçamentário para coordenar e incentivar o desenvolvimento do setor;
- Desenvolvimento de projetos pelo órgão gestor de turismo, em conjunto com outras secretarias no ano anterior, contemplando atividades relacionadas ao turismo – como a sinalização turística em parceria com a Secretaria de Trânsito;
- Recebimento de recursos provenientes de emendas parlamentares no ano anterior;
- Existência de instância de governança local ativa – em formato de Conselho Municipal - dedicada ao acompanhamento da atividade turística, e que realiza reuniões com periodicidade regular;
- Recebimento de investimentos diretos do governo estadual, no ano anterior, em projetos que visavam ao desenvolvimento do turismo, em áreas como: esporte e lazer, cultura, marketing, acesso e ação social;

- 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, e inclusive diretamente com o Ministério do Turismo;
- Existência de Plano Diretor Municipal, revisado recentemente, que contempla o setor de turismo;
- Execução de projetos em parceria com a iniciativa privada ao longo do ano anterior, como na realização de pesquisas de demanda – Feira Agropecuária.

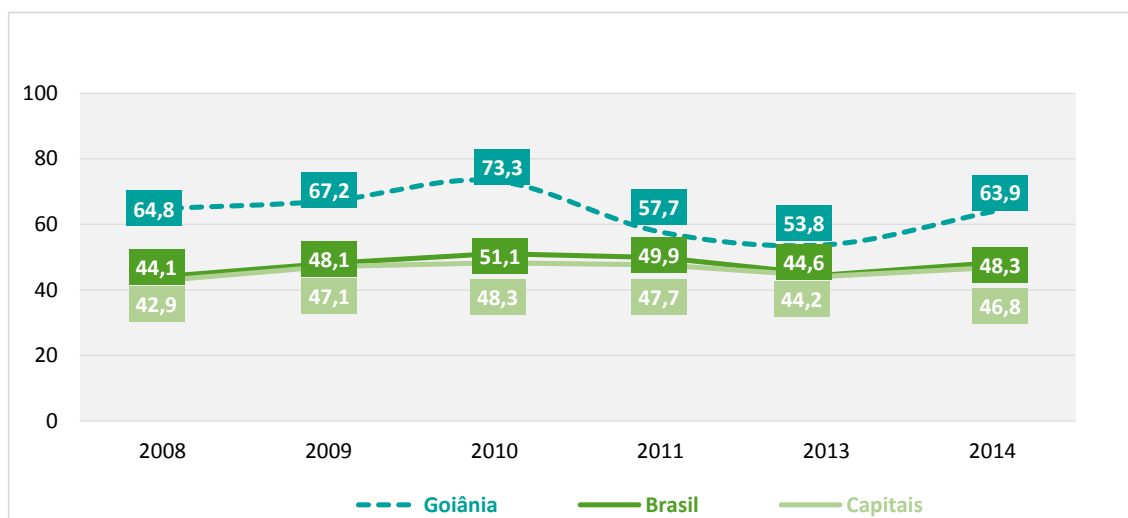
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

- Inexistência de órgão gestor exclusivo da pasta turismo;
- Inexistência de página institucional do órgão gestor de turismo;
- Apesar de ter recebido investimentos do governo estadual em projetos voltados para o turismo, algumas áreas não foram contempladas, como: Infraestrutura geral, infraestrutura turística, educação (relacionado ao turismo), Meio Ambiente, etc;
- Apesar de ter recebido investimentos do governo federal em projetos voltados para o turismo, algumas áreas não foram contempladas, como: marketing e promoção do destino, educação (relacionado ao turismo), eventos, esporte e lazer;
- O planejamento formal para o setor de turismo do destino, que define diretrizes e metas do setor para os próximos anos, está desatualizado.

2.8. Cooperação regional

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

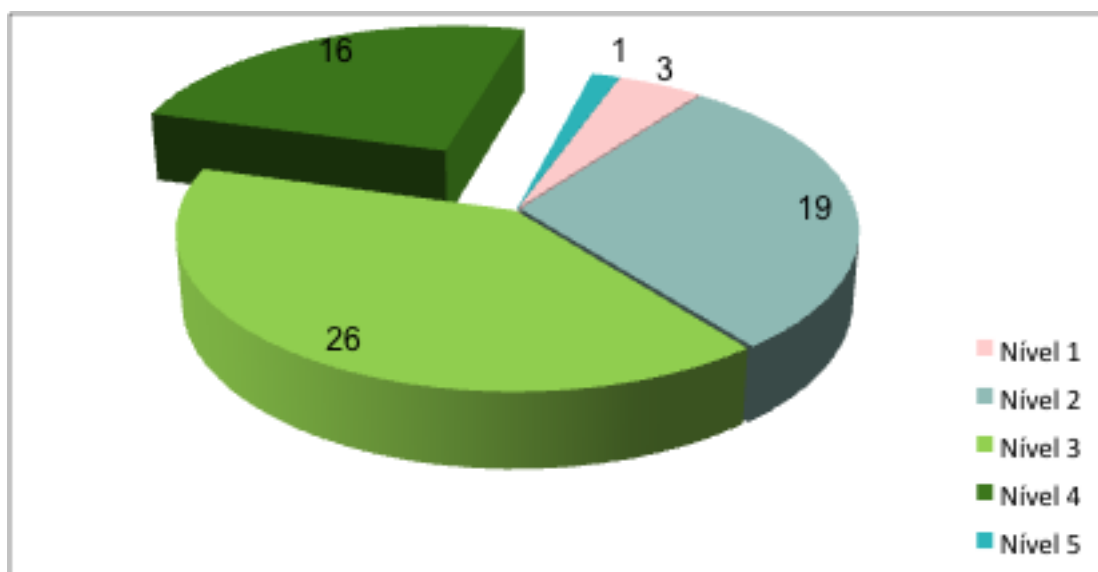
Gráfico 16. Índices Cooperação regional – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Cooperação regional*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou abaixo do ano anterior, mantendo-se no nível 3, como é possível observar no Gráfico 16. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das capitais.

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

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



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

- Existência de uma instância de governança regional, Fórum da Região dos Negócios e Tradições, que reúne mais de um destino, responsável por gerir os 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 dos Negócios e Tradições, seguindo os princípios do Programa de Regionalização do Turismo do Ministério do Turismo;
- O fato de a instância de governança regional manter reuniões mensais e contar com suporte para a condução de suas atividades por parte do governo municipal;
- Realização de ações, no ano anterior, para mobilizar atores do segmento turístico do destino sobre a importância da cooperação regional;
- Existência de projetos de cooperação regional compartilhados entre Goiânia e outros destinos da região dos Negócios e Tradições, entre eles, o projeto de roteirização Quintais de Goiás e Circuito da Fé;
- Existência de plano de desenvolvimento turístico integrado – PDTIS Região dos Negócios - em vigor para a região, do qual já foram inclusive executadas ações, como a reforma do Centro da Vila Cultural de Goiânia;

- O fato de o destino integrar roteiros turísticos regionais, comercializados por operadores e/ou agências locais e regionais;
- Participação do destino em eventos para a promoção e comercialização dos roteiros regionais dos quais faz parte, no ano anterior: ABAV;
- Existência de página promocional dos roteiros turísticos regional na internet – acessível no endereço www.quintaisdegoias.tur.br;
- Existência de material promocional do roteiro turístico do qual o destino faz parte.

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

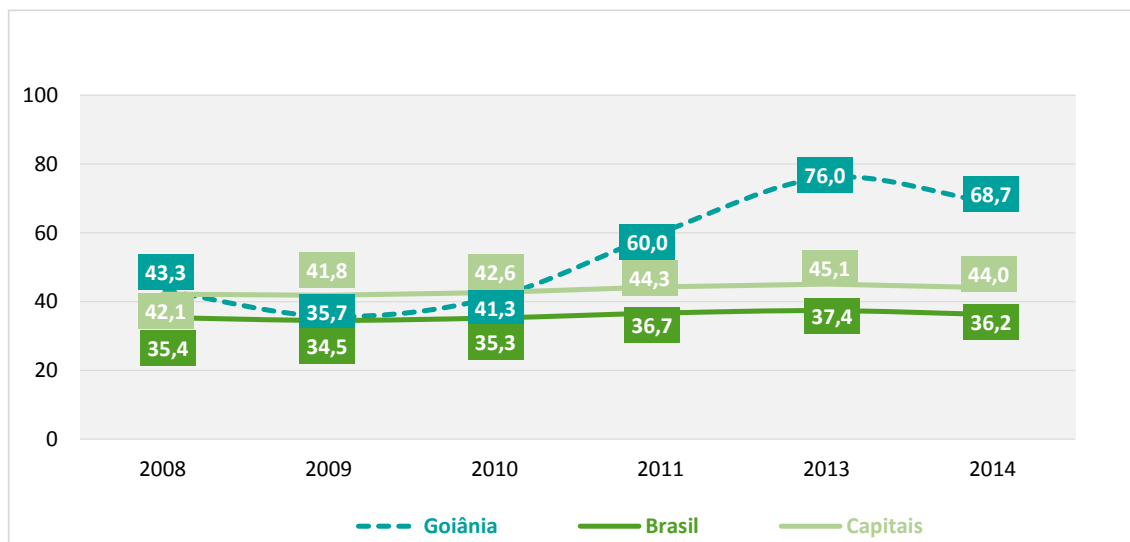
- O fato de a instância de governança regional – Fórum da Região dos Negócios de Tradições – não estar formalmente constituída e não dispor de um gestor executivo com dedicação exclusiva à coordenação;
- Não realização de parcerias entre a instância de governança regional e os setores públicos e privados dos municípios que representa;
- Indisponibilidade de recurso próprio para a condução das atividades da instância;
- O fato de os roteiros regionais dos quais o destino faz parte não serem comercializados sistematicamente por operadoras e agências nacionais ou internacionais;
- 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*, realização de *press trips*;
- Não realização de ações promocionais voltadas para as operadoras e os agentes de turismo receptivo focadas na região durante eventos específicos, no ano anterior;
- Inexistência de material promocional da região turística que o destino faz parte.

2.9. Monitoramento

Na dimensão *Monitoramento* foram considerados os seguintes quesitos: (i) pesquisa de demanda; (ii) pesquisa de oferta; (iii) sistema de estatísticas do turismo; (iv)

medição dos impactos da atividade turística; e (v) setor específico de estudos e pesquisas.

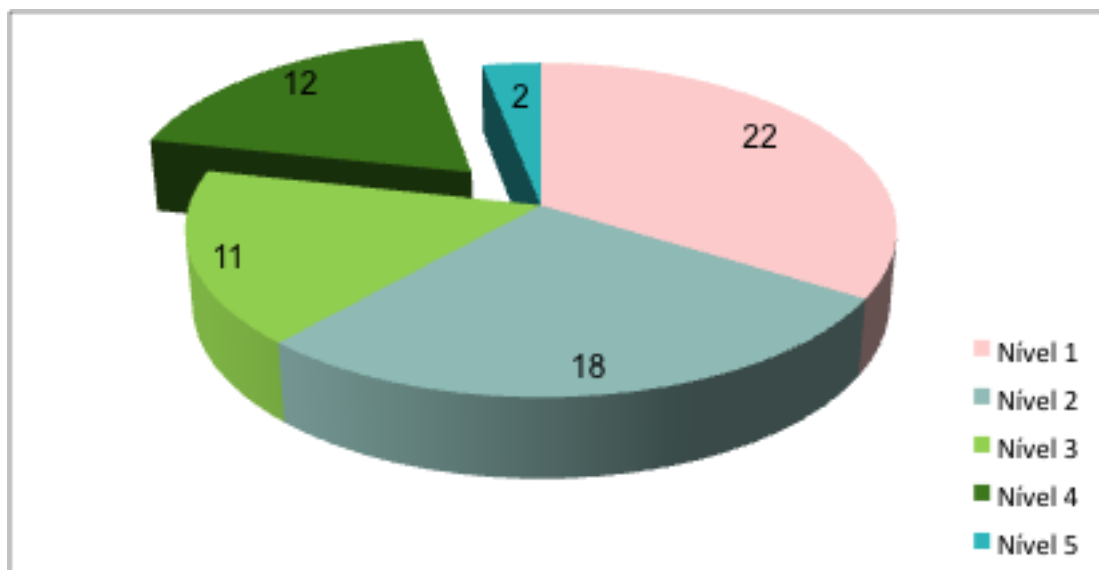
Gráfico 18. Índices Monitoramento – destino x Brasil: 2008-2014



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

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 19 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Monitoramento*. Observa-se que 12 destinos se encontram no mesmo nível que Goiânia, 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;
- Realização do monitoramento da demanda por amostragem nos Centros de Atendimento ao Turista (CAT);
- Existência de pesquisa de oferta turística – Inventário – atualizada, e cujos dados são sistematizados por meio de um sistema *online* da Goiás Turismo - SISTUR;
- Existência de sistema de estatísticas turísticas, atualizado anualmente, no qual são catalogadas todas as estatísticas existentes sobre o destino e realizados cruzamentos entre as mesmas;
- Acompanhamento contínuo dos objetivos da política em turismo em âmbito municipal;
- Monitoramento periódico dos impactos econômicos gerados pelo turismo, realizado por meio de cruzamentos de dados e disponibilizados pelo Sistema de Informações Turísticas -SISTUR;
- Existência de setor específico de estudos no âmbito da administração pública local, Diretoria de Pesquisa e Qualificação, que realiza pesquisas em turismo.

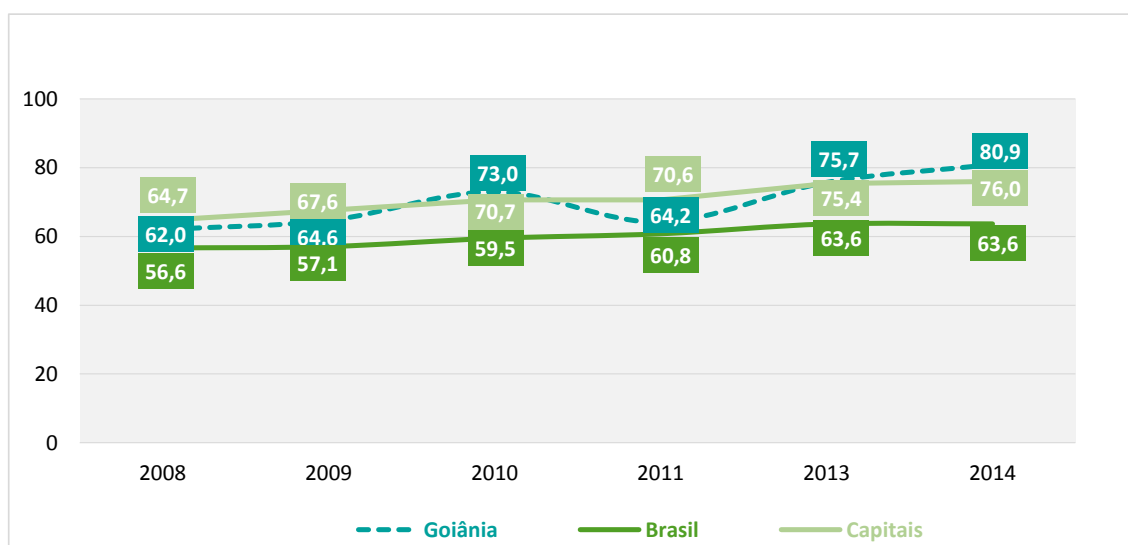
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

- 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 ou em ações de marketing e promoção do destino;
- Ausência de acompanhamento dos objetivos da política em turismo em âmbito federal;
- Ausência de estudos/relatórios setoriais de conjuntura turística (segmentos turísticos);
- Inexistência de estudos ou monitoramento sobre os impactos sociais e ambientais gerados pelo turismo.

2.10. Economia local

Para avaliar a dimensão *Economia local* foram considerados os seguintes aspectos: (i) aspectos da economia local; (ii) infraestrutura de comunicação; (iii) infraestrutura e facilidades para negócios; e (iv) empreendimentos ou eventos alavancadores.

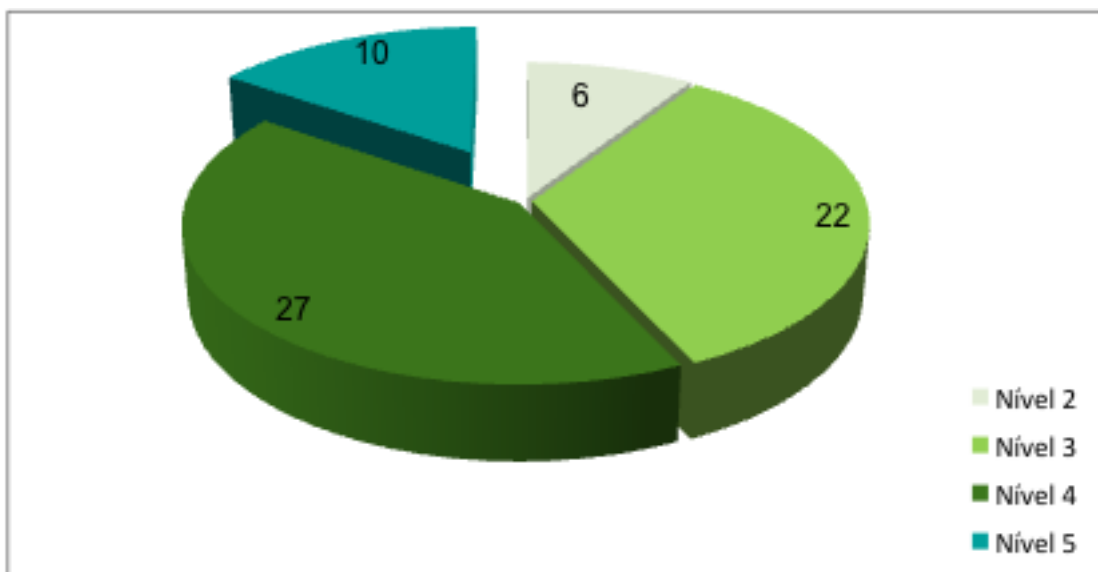
Gráfico 20. Índices Economia local – destino x Brasil: 2008-2014



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

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

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



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

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

- Existência de legislação municipal de incentivo à formalização de estabelecimentos comerciais e de prestadores de serviços: as leis municipais 7527/1995 e 8934/2010;
- Atuação de um *Convention & Visitors Bureau* exclusiva da região;
- Existência de empresas multinacionais de produção de bens (indústrias) no destino;
- Exportação de mercadoria perecível, principalmente frutos e grãos.

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;

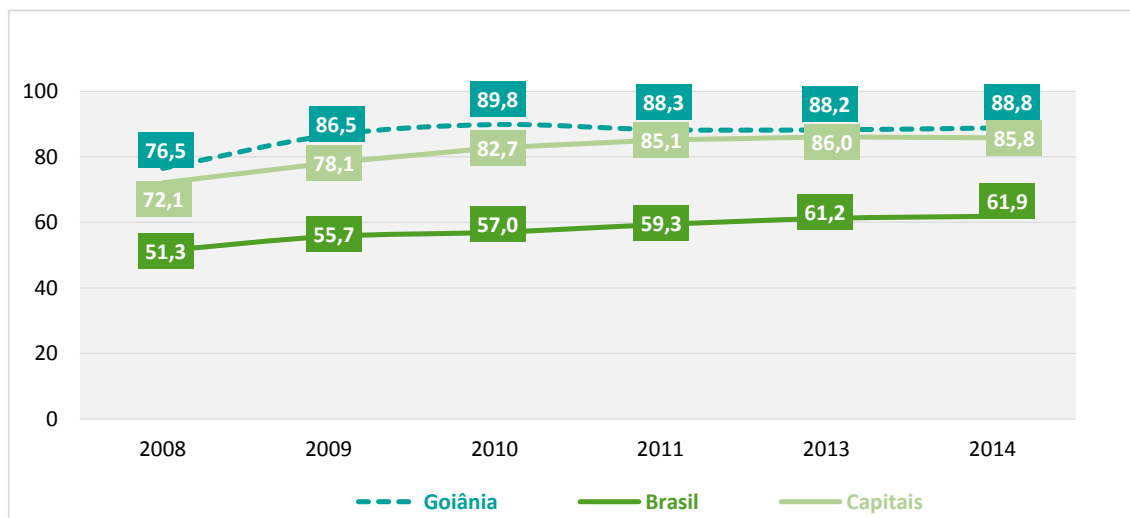
O fato de o destino não exportar mercadoria de alto valor agregado.

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.

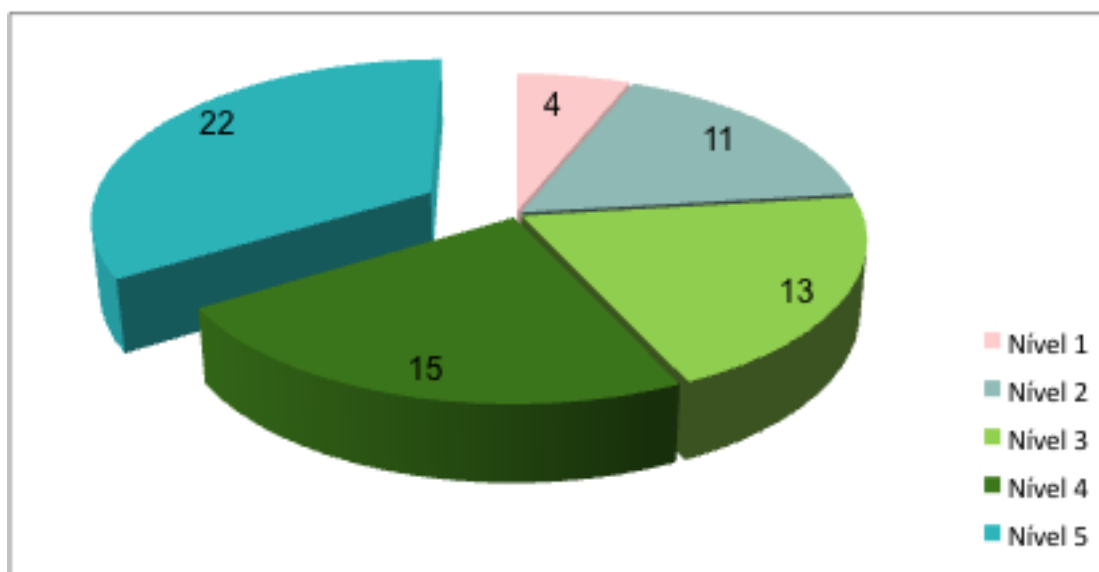
Gráfico 22. Índices Capacidade empresarial – destino x Brasil: 2008-2014



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

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

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



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

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

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador, está:

- Inexistência de arranjos produtivos locais (APL) ligados ao setor de turismo.

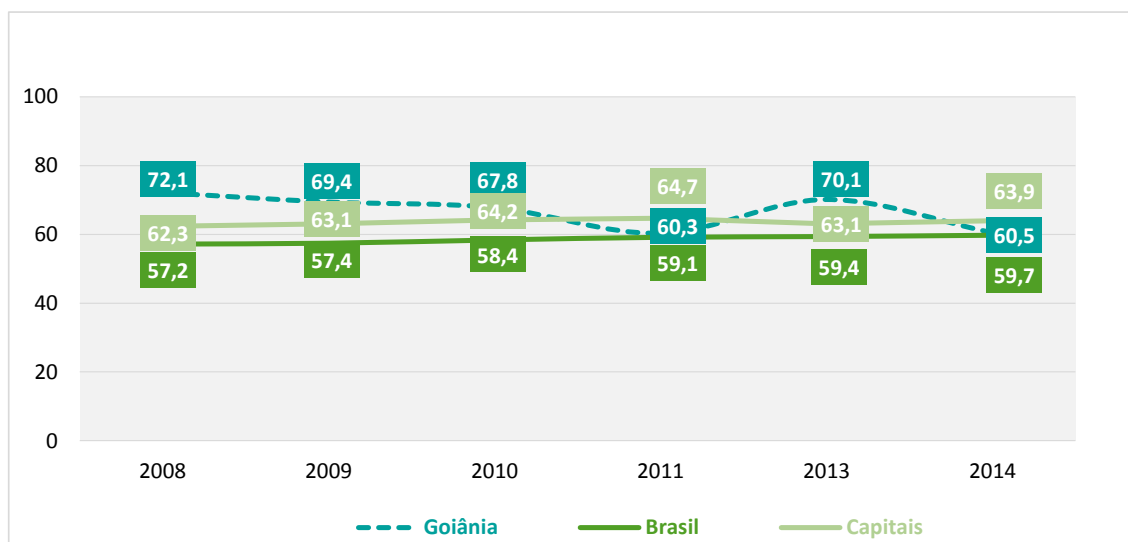
Além disso, alguns dados secundários também ajudaram a compor a avaliação nesta variável, como o saldo de empresas formais (considerando abertura e fechamento) nos últimos dois anos; o salário médio, a massa salarial e sua taxa de crescimento; a taxa de criação de empregos no destino nos últimos dois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

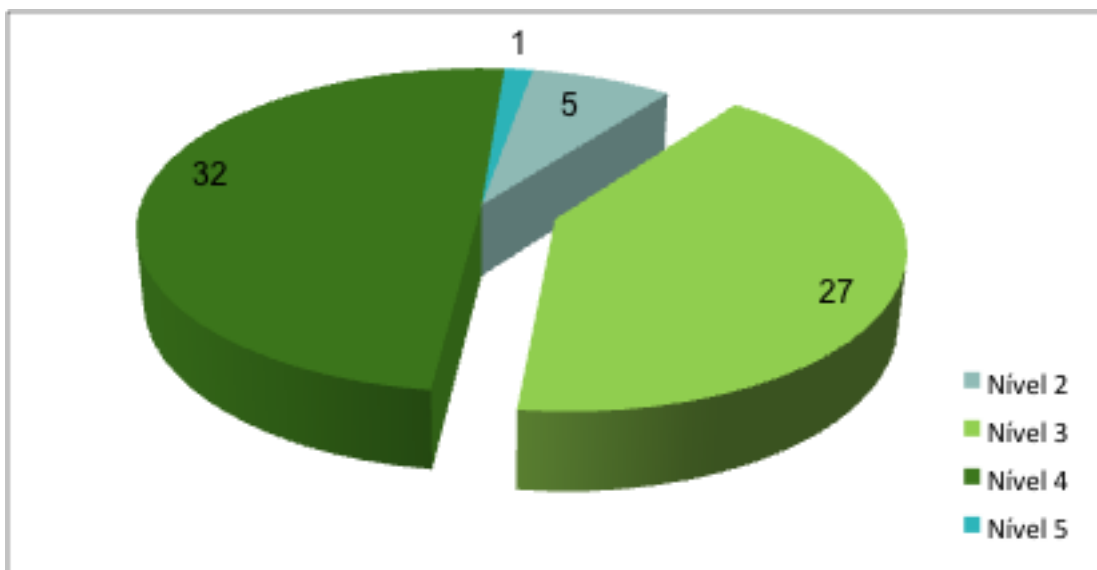
Gráfico 24. Índices Aspectos sociais – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Aspectos sociais*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou abaixo do ano anterior, caindo para o nível 3, como é possível observar no Gráfico 24. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, mas abaixo da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 25 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Aspectos sociais*. Observa-se que 27 destinos se encontram no mesmo nível que Goiânia, enquanto a maior parte dos destinos indutores encontra-se no nível 4.

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



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

- Sensibilização dos cidadãos sobre a importância da atividade turística para o destino – Programa Conhecendo Goiânia – vídeos repassados para a rede escolar municipal - ;
- A população costuma ser consultada sobre atividades ou projetos turísticos por meio de instrumentos não deliberativos;
- Adoção de políticas de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes por parte do poder público municipal;
- Conhecimento e divulgação do número dos Direitos Humanos do Governo Federal – Disque 100.

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

- Utilização de mão de obra informal durante a alta temporada, segundo relatos obtidos em campo, em atividades relacionadas ao turismo, como hotelaria, bares e restaurantes, receptivo e eventos;

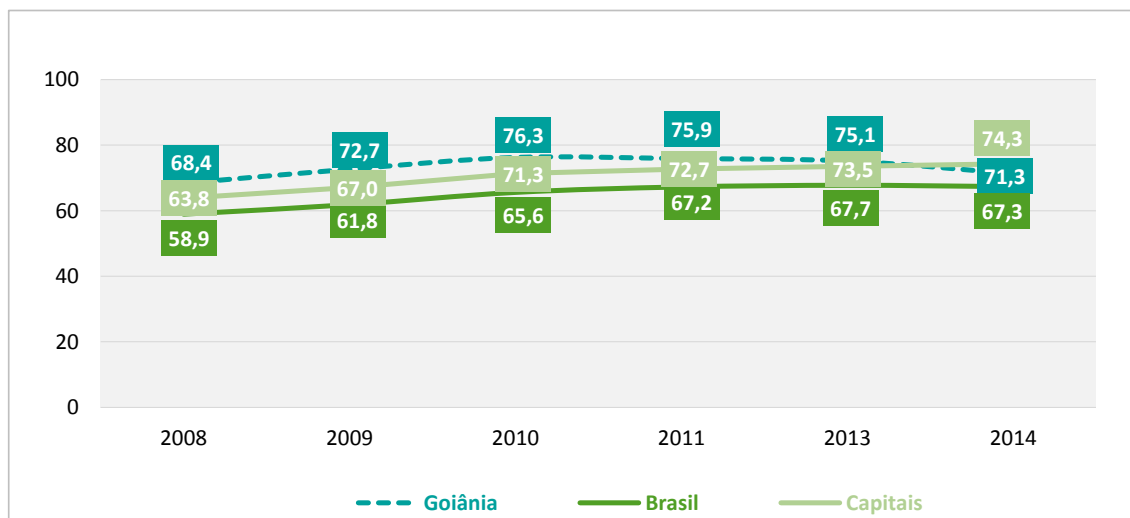
- Presença de deficiências dos profissionais de turismo de nível técnico-administrativo, conforme indicado pelos entrevistados durante a pesquisa, principalmente no que se refere à idiomas e capacitação técnica ;
- Identificação de deficiências dos profissionais de nível operacional, como informática, noções de higiene e atendimento ao cliente, segundo depoimento dos entrevistados;
- Ausência de programas regulares de incentivo ao uso dos equipamentos turísticos pela população local;
- Ausência de sensibilização do turista para o respeito à comunidade local, à cultura e ao patrimônio;
- 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 políticas de combate à exploração sexual de crianças e adolescentes especialmente voltadas para o turismo.

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.

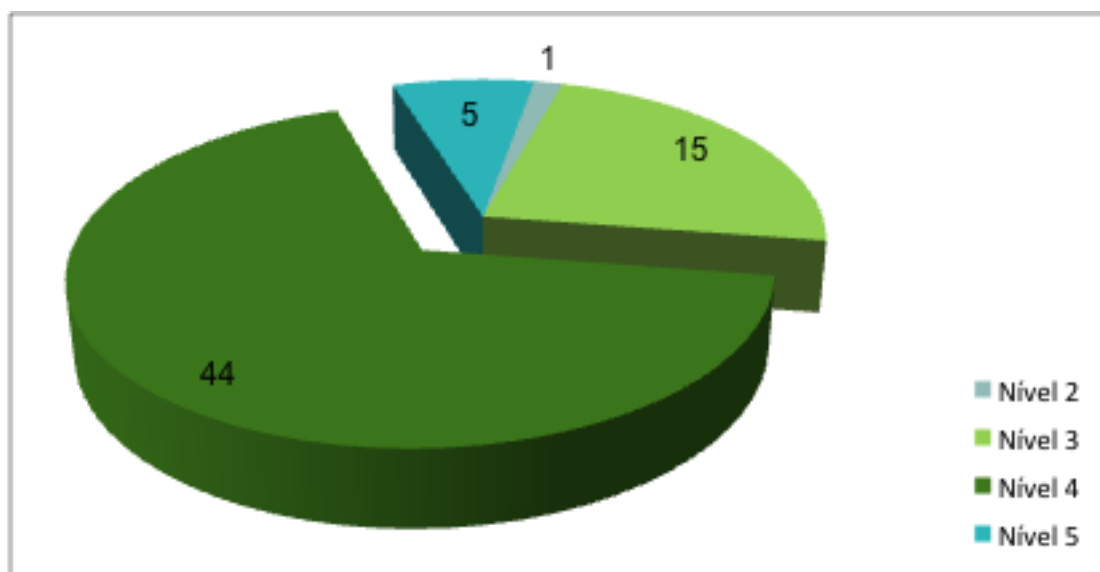
Gráfico 26. Índices Aspectos ambientais – destino x Brasil: 2008-2014



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, mas abaixo da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 27 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Aspectos ambientais*. Observa-se que 44 destinos se encontram no mesmo nível que Goiânia, nível onde 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 - Agência Municipal de Meio Ambiente - AMMA -;
- Presença de um Conselho de Meio Ambiente ativo;
- Presença de rede pública de distribuição de água, que atende a mais de 90% da população local;
- Realização de campanhas educativas periódicas para o uso racional da água;
- Monitoramento de balneabilidade da água do destino semanalmente;
- Disponibilidade de sistema público de coleta de esgoto que atende ao destino, e com configuração de separador absoluto, o qual atende a aproximadamente 80% da população local;
- Existência de estação de tratamento de esgoto (ETE) que atende ao destino;
- Destinação pública de resíduos sólidos residenciais e comerciais para aterro sanitário;
- 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, com destaque para o Parque Areião.

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

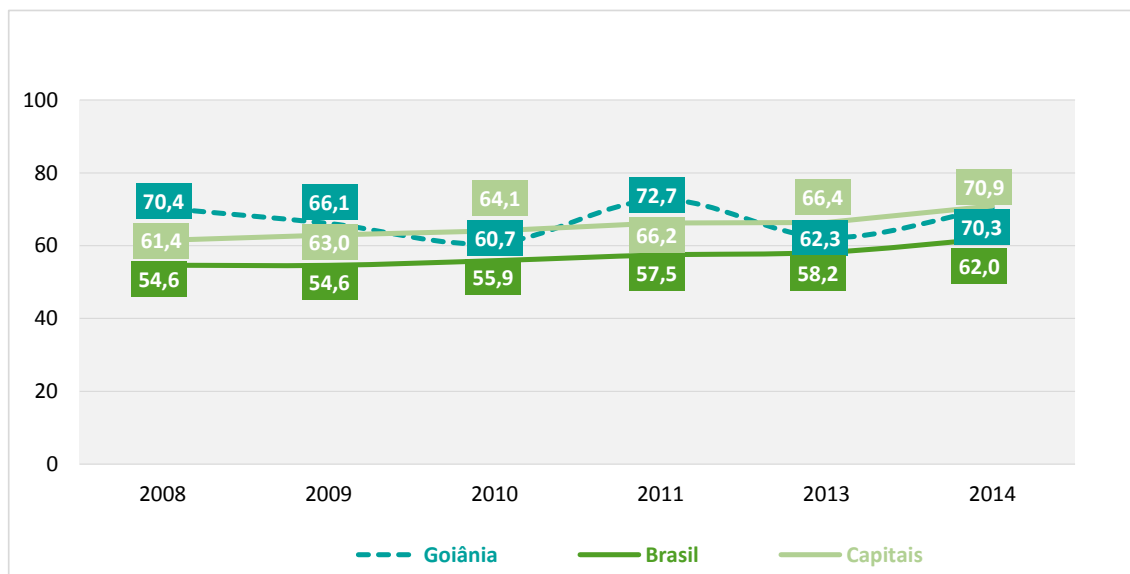
- Inexistência de um Código Ambiental Municipal;
- Inexistência de política municipal de meio ambiente no destino, a qual poderia disciplinar sobre ações do poder público no que tange ao meio ambiente, recursos hídricos, saneamento e desenvolvimento urbano;
- Inexistência de Plano Municipal de Meio Ambiente para o destino;
- Inexistência do Plano Municipal de Resíduos Sólidos, em conformidade com a Política Nacional;
- Presença de atividades potencialmente poluidoras em território municipal;
- Inexistência de estação de tratamento de água para a sua reutilização;

Ausência de um conselho gestor ativo e de plano de manejo em vigor para a principal Unidade de Conservação indicada – Parque Areião.

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.

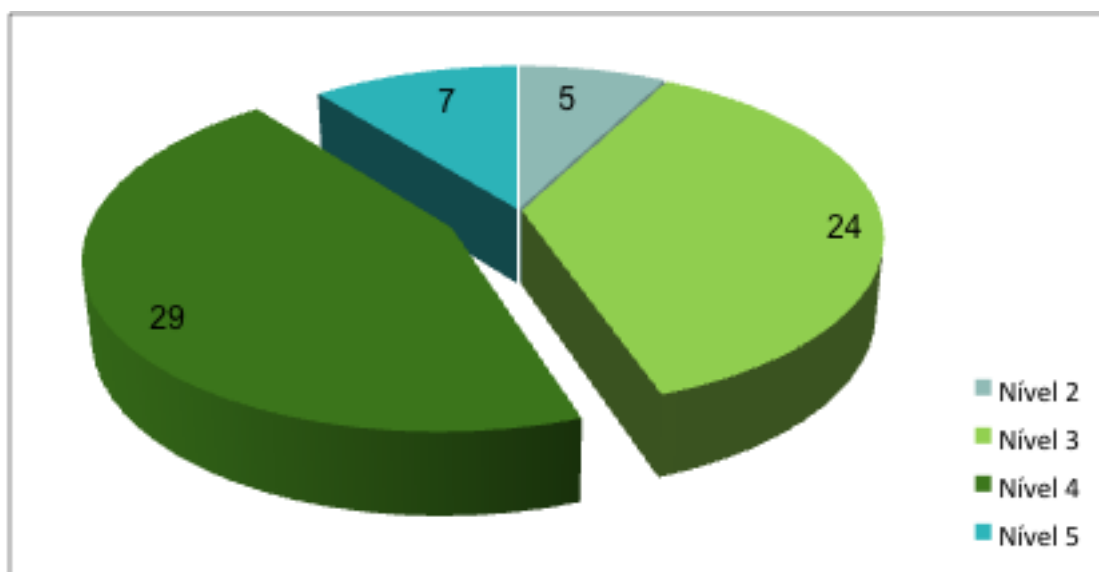
Gráfico 28. Índices Aspectos culturais – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Aspectos culturais*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 28. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, mas abaixo da média do grupo das capitais.

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

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



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

- Presença de atividade artesanal típica– esculturas em madeira, biojóias com sementes do Cerrado, bijuterias com capim dourado – comercializado em lojas, mercados e feiras de fácil acesso para o turista;
- Existência de culinária típica: pratos a base de pequi, baru e guariroba, além do tradicional empadão goiano, reconhecidos e divulgados em guias de viagens de repercussão nacional;
- Presença de tradições culturais evidentes e típicas do território e da região onde o destino está inserido, entre elas: Folia de Reis e a Música Sertaneja;
- O destino realiza ainda eventos tradicionais, como o Canto de Ouro, a Exposição Agropecuária e os Festejos Juninos;
- Presença de grupos artísticos de manifestação popular tradicional, Grupos de Congada, Folia de Reis e Catira, que se apresentam com frequência no município e em outras cidades do estado;
- Existência de patrimônios artísticos e históricos registrados pelo estado e tombados pelo Iphan, os quais também se constituem em atrativos turísticos, tais como: Conjunto Arquitetônico e Urbanístico Art Decó de Goiânia, Torre do

Relógio, Palácio das Esmeraldas, Fontes Luminosas, Coreto da Praça Cívica, etc;

- Existência de sítio arqueológico registrado pelo Iphan – Sítio Retiro I e II, Viveiro Boa Esperança, entre outros;
- Existência de uma Política Municipal de Cultura;
- Manutenção de calendário de festas tradicionais populares, por meio da realização de festas e eventos culturais, como o projeto Canto de Ouro;
- Existência de legislação municipal de fomento à cultura, bem como de fundo municipal de cultura efetivo e exclusivo.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador, estão:

- Ausência de patrimônio imaterial registrado;
- Inexistência de um Plano 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 capitais, registrados nas últimas três edições do Índice de Competitividade.

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

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

Dimensões	Brasil				Capitais				Goiânia			
	2010	2011	2013	2014	2010	2011	2013	2014	2010	2011	2013	2014
Índice geral	56,0	57,5	58,8	59,5	64,1	65,5	66,9	68,2	65,1	63,9	67,7	67,4
Infraestrutura geral	65,8	68,4	68,6	68,2	74,3	75,8	75,4	76,3	77,9	76,3	65,7	73,8
Acesso	60,5	61,8	62,6	62,2	72,0	74,0	74,9	76,0	70,1	74,5	73,7	72,9
Serviços e equipamentos turísticos	50,8	52,0	56,8	58,7	63,3	64,1	69,1	71,6	60,7	65,8	73,1	75,7
Atrativos turísticos	60,5	62,0	63,2	63,4	59,5	61,3	62,9	64,2	51,5	47,0	46,0	48,6
Marketing e promoção do destino	42,7	45,6	46,8	48,4	46,8	50,0	50,1	52,2	28,1	24,8	46,1	36,2
Políticas públicas	55,2	56,1	57,6	58,1	61,5	61,3	62,1	63,9	71,6	56,2	73,5	64,6
Cooperação regional	51,1	49,9	44,6	48,3	48,3	47,7	44,2	46,8	73,3	57,7	53,8	63,9
Monitoramento	35,3	36,7	37,4	36,2	42,6	44,3	45,1	44,0	41,3	60,0	76,0	68,7
Economia local	59,5	60,8	63,6	63,6	70,7	70,6	75,4	76,0	73,0	64,2	75,7	80,9
Capacidade empresarial	57,0	59,3	61,2	61,9	82,7	85,1	86,0	85,8	89,8	88,3	88,2	88,8
Aspectos sociais	58,4	59,1	59,4	59,7	64,2	64,7	63,1	63,9	67,8	60,3	70,1	60,5
Aspectos ambientais	65,6	67,2	67,7	67,3	71,3	72,7	73,5	74,3	76,3	75,9	75,1	71,3
Aspectos culturais	55,9	57,5	58,2	62,0	64,1	66,2	66,4	70,9	60,7	72,7	62,3	70,3

Fonte: FGV, SEBRAE, MTur, 2014

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