

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

OURO PRETO

2014



APRESENTAÇÃO

Com o objetivo de conhecer e entender a realidade dos principais destinos turísticos brasileiros e também como forma de fornecer subsídios para o planejamento e para a formulação de políticas públicas que contribuam para o desenvolvimento das localidades turísticas, o Ministério do Turismo, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae Nacional) e a Fundação Getulio Vargas (FGV) deram início, em 2008, ao Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional. Em 2010, o Estudo de Competitividade passou a ser denominado Índice de Competitividade do Turismo Nacional – 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional.

A metodologia gera índices em 13 setores ligados à atividade turística, denominados como dimensões neste Índice, os quais permitem monitorar a eficiência de um destino turístico sob a ótica da competitividade – conceito que impulsiona o destino a superar-se ano após ano, proporcionando ao turista uma experiência cada vez mais positiva.

Este índice tem o intuito de mensurar, de forma objetiva, diversos aspectos – entre eles os econômicos, sociais e ambientais – que indicam o nível de competitividade dos destinos turísticos. A partir da identificação e do acompanhamento de indicadores objetivos, e da geração de um diagnóstico da realidade local, torna-se mais viável a definição de ações e de políticas públicas que visem ao desenvolvimento da atividade turística.

Com este documento, o Ministério do Turismo, o Sebrae Nacional e a Fundação Getulio Vargas esperam fornecer indicadores nacionais de eficiência que delineiem um termômetro da realidade da atividade no País. Conhecendo os aspectos passíveis de mensuração, cada destino verá ampliada sua capacidade de gestão dos recursos disponíveis e de intervenção sobre seus pontos fortes e fracos.

Ministério do Turismo
Sebrae Nacional

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO.....	2
SUMÁRIO.....	3
1. ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE	4
2. RESULTADOS	8
2.1. Índice geral	9
2.2. Infraestrutura geral	11
2.3. Acesso	14
2.4. Serviços e equipamentos turísticos	16
2.5. Atrativos turísticos.....	19
2.6. Marketing e promoção do destino	22
2.7. Políticas públicas.....	24
2.8. Cooperação regional.....	27
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 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

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 posiciona-se no nível 1 (entre 0 e 20); acima de 20,6, classifica-se no nível 2 (entre 21 e 40), e assim por diante.

diferença entre os resultados das pesquisas seja superior a 1,0 ponto, para mais ou para menos, no total geral ou em qualquer uma das 13 dimensões.

Uma vez conhecidos os índices nacionais de competitividade, recomenda-se que cada destino analise seus resultados de forma crítica, ponderando questões ligadas às suas características geográficas, econômicas e ao posicionamento, a fim de entender que os resultados de determinada dimensão serão influenciados por esses fatores. Dessa forma, não se espera que alguns destinos alcancem, necessariamente, o nível mais alto de competitividade em todas as dimensões. Isso é especialmente aplicado a alguns destinos não capitais ou que estejam direcionados a nichos específicos de mercado.

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

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

2. RESULTADOS

A pesquisa em Ouro Preto foi realizada entre os dias 07 e 11 de abril de 2014, período em que foram entrevistados diversos representantes do setor público e privado, associações de classe, entre outros, para coletar os dados que compõem o índice de competitividade do destino.

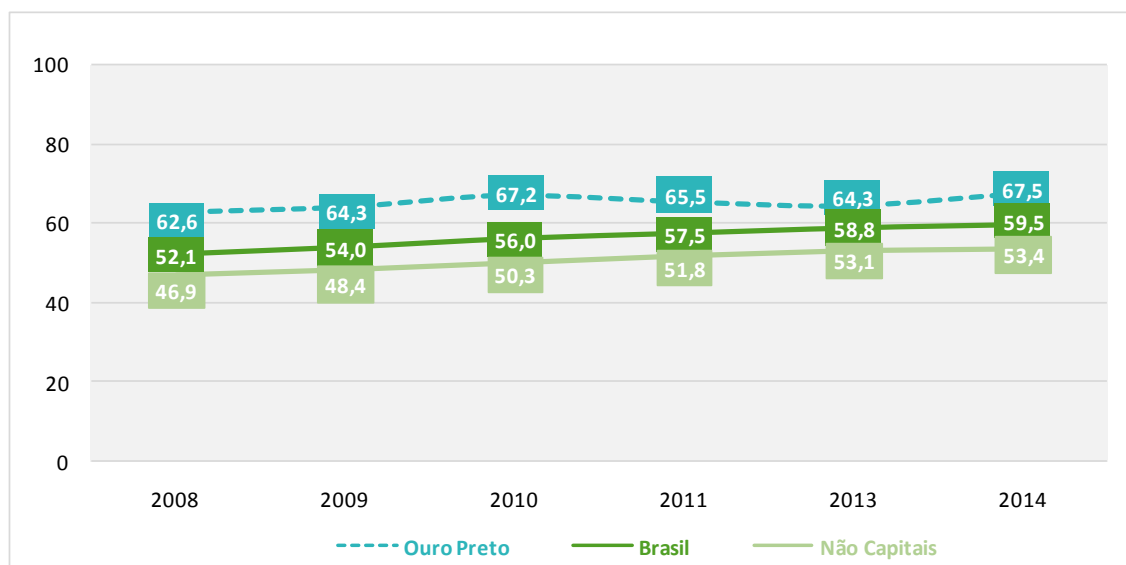
Além dos índices alcançados pelo destino em cada dimensão, serão destacados, a seguir, os principais fatores que contribuíram para tais resultados.

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

2.1. Índice geral

O índice geral de competitividade do destino refere-se à soma ponderada das 13 dimensões avaliadas e está representado no Gráfico 1.

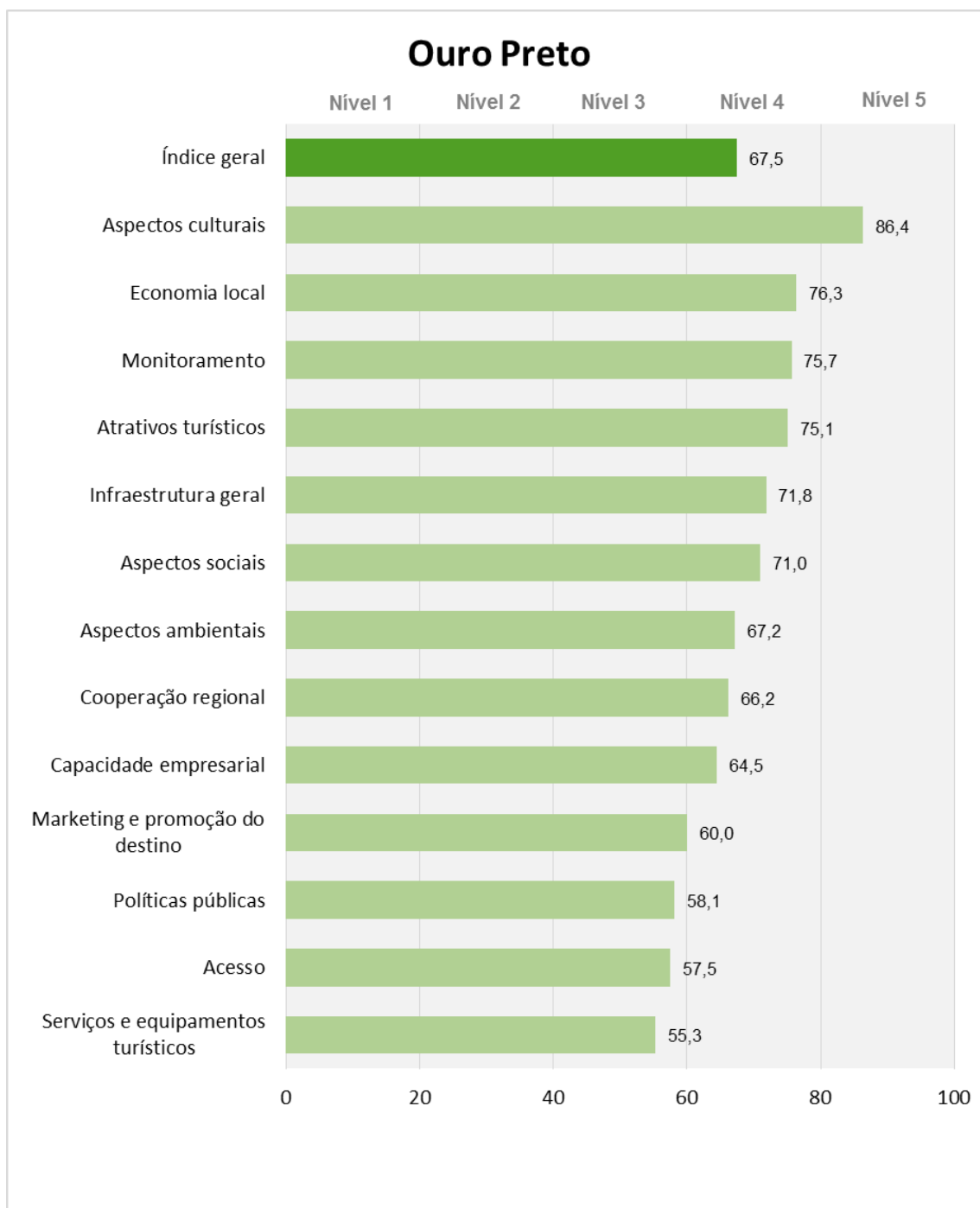
Gráfico 1. Índices gerais de competitividade – destino x Brasil: 2008-2014



No ano de 2014, o índice geral de competitividade registrado pelo destino ficou acima em relação ao ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 1. Este índice posiciona-se acima 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 culturais, Economia local, Monitoramento, Atrativos turísticos, Infraestrutura geral, Aspectos sociais, Aspectos ambientais, Cooperação regional e Capacidade empresarial*, conforme o Gráfico 2. Por sua vez, as dimensões com os menores níveis de competitividade são *Marketing e promoção do destino, Políticas públicas, Acesso e Serviços e equipamentos turísticos*, as quais não ultrapassaram o nível 3.

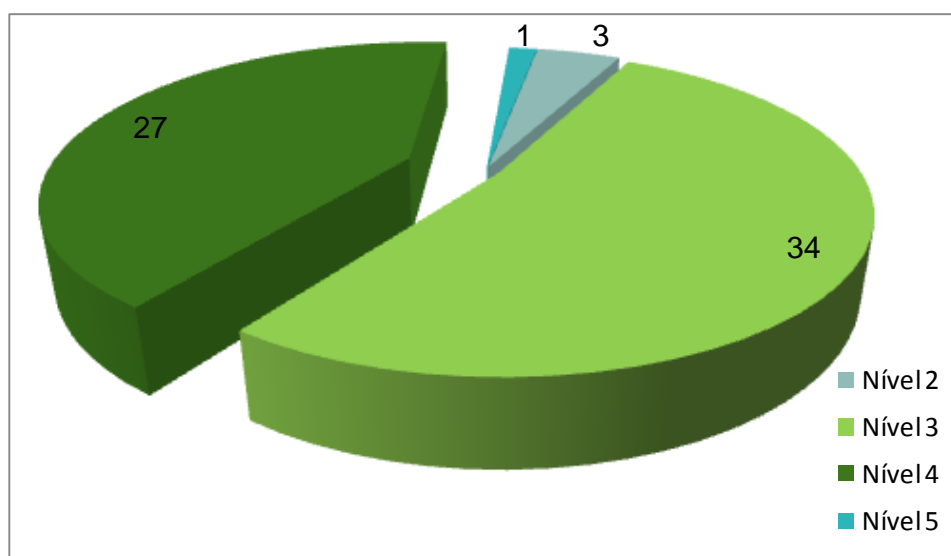
Gráfico 2. Índices por dimensão em ordem decrescente de desempenho



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

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 3 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado. Observa-se que 27 destinos se encontram no mesmo nível que Ouro Preto. A maior parte dos destinos indutores encontra-se no nível 3.

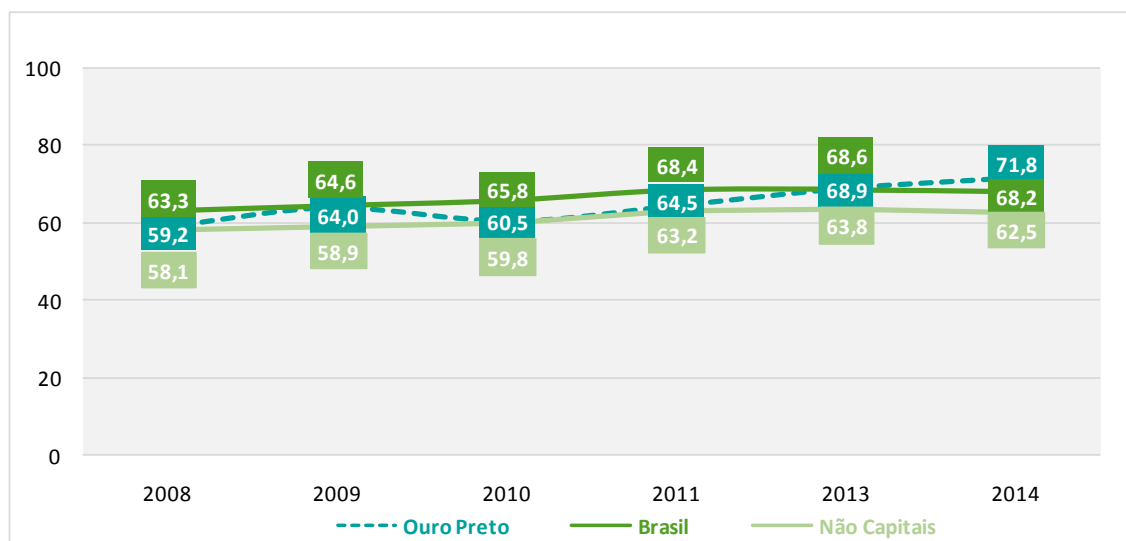
Gráfico 3. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice geral



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.

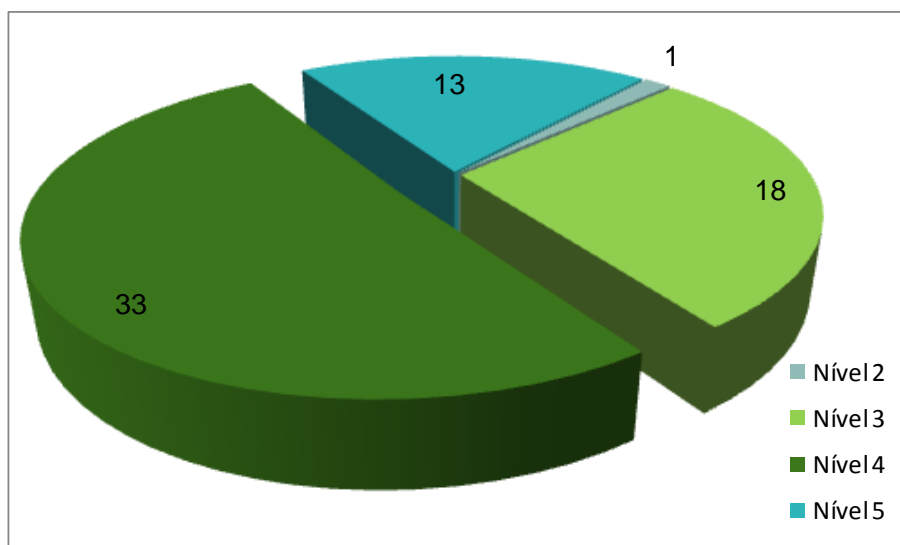
Gráfico 4. Índices Infraestrutura geral – destino x Brasil: 2008-2014



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

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 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 Ouro Preto; 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 nível de primeiros socorros, estrutura para pequenas cirurgias e cirurgias de emergência;
- Fornecimento contínuo de energia elétrica no destino durante todo o ano;
- Presença de um grupamento especializado da Polícia Militar para o atendimento ao turista;
- Presença de Corpo de Bombeiros com grupo de busca e salvamento;
- Existência de Defesa Civil e Guarda Municipal no destino;
- Disponibilidade de lixeiras na maioria das áreas turísticas;
- Existência de elementos de drenagem pluvial nas áreas turísticas;
- Evidência da limpeza pública no entorno das áreas turísticas.

Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

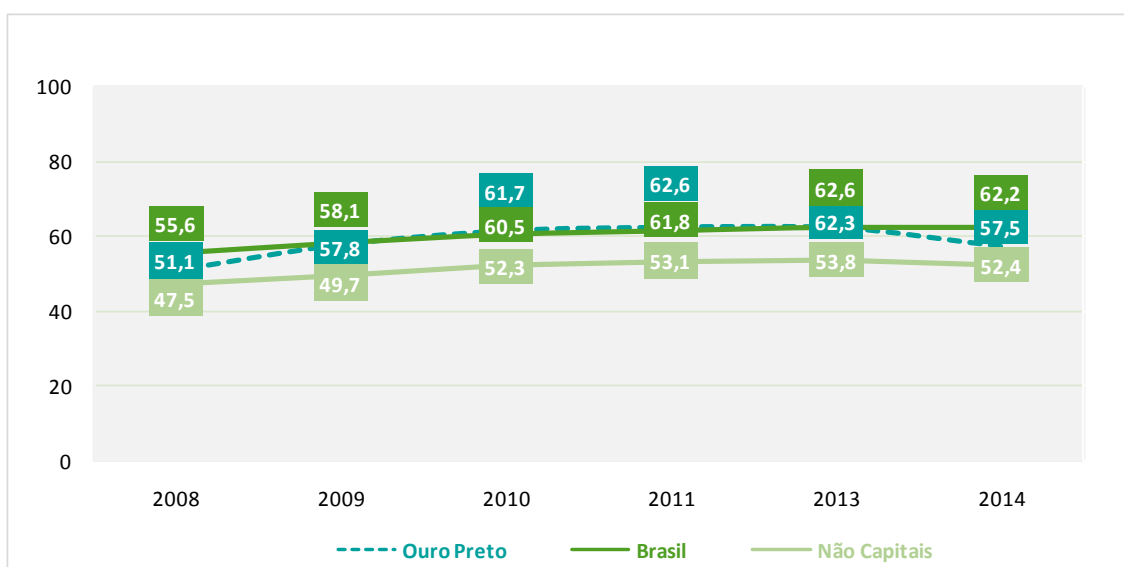
- Inexistência de programa de proteção ao turista na Polícia Civil;
- Escassez de telefones e banheiros públicos nas áreas turísticas e iluminação inadequada em algumas ruas do centro histórico;
- O fato de não ser evidente a conservação urbana no entorno das áreas turísticas, tendo em vista as favelizações nos principais acessos à cidade;

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

2.3. Acesso

Nesta dimensão foram consideradas as seguintes variáveis: (i) acesso aéreo; (ii) acesso rodoviário; (iii) acesso aquaviário; (iv) acesso ferroviário; (v) sistema de transporte no destino; e (vi) proximidade de grandes centros emissores de turistas.

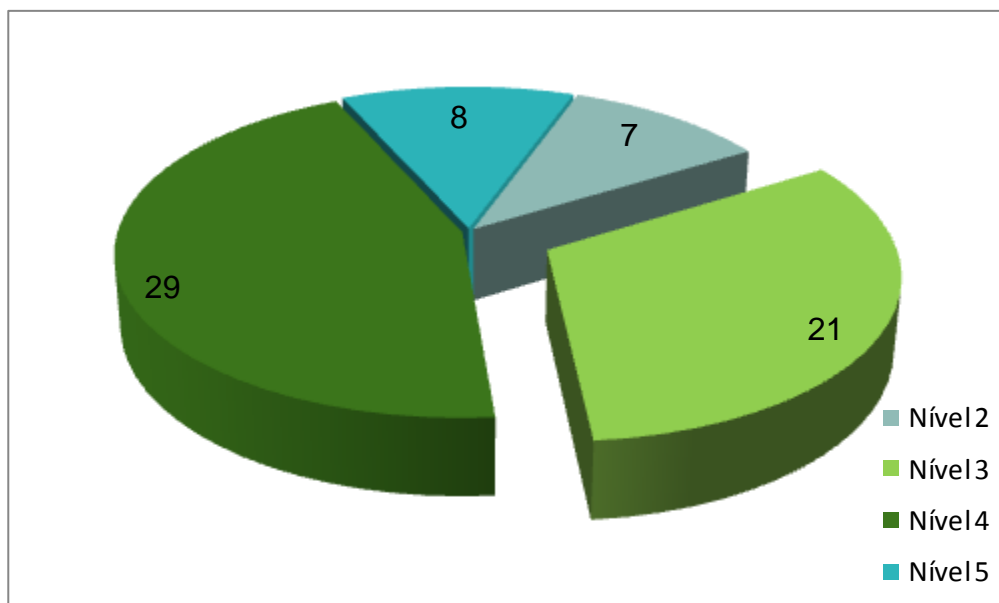
Gráfico 6. Índices Acesso – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Acesso*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou abaixo do registrado no ano anterior, caindo para o nível 3, como é possível observar no Gráfico 6. Este índice posiciona-se abaixo da média nacional na dimensão, mas acima da média do grupo das não capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 7 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Acesso*. Observa-se que 21 destinos se encontram no mesmo nível que Ouro Preto; enquanto a maioria dos destinos indutores encontra-se no nível 4.

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



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

- Existência de linhas de ônibus intermunicipais e interestaduais regulares que atendam ao destino;
- Existência de um terminal rodoviário no destino e a oferta de transportes para o deslocamento dos que embarcam e desembarcam nesse local;
- Oferta de opções de transporte urbano que atendem às principais atrações turísticas, tais como – ônibus circular e táxi lotação;
- Disponibilidade de serviço de táxi regularizado e padronizado.

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

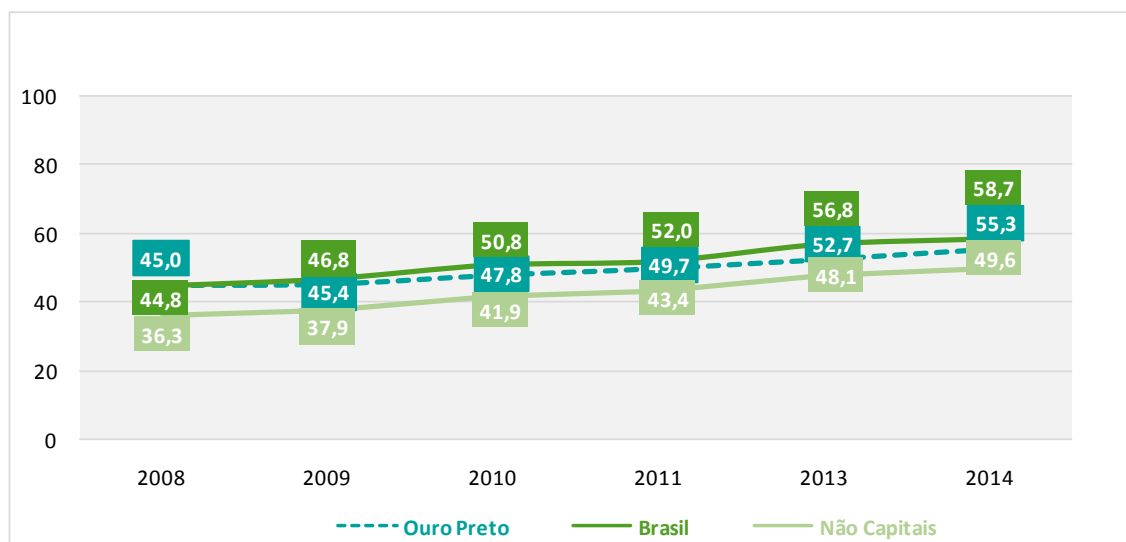
- Ausência de aeroporto dentro do território municipal ou dentro de um raio de 100 km de distância do destino. O principal aeroporto que atende ao destino – Aeroporto Internacional Tancredo Neves/Confins – está localizado entre 101 a 200 km do destino;
- Inexistência de linha regular de transporte turístico (ônibus ou similar) que interligue os principais atrativos do destino;

- Existência de congestionamentos nas áreas turísticas do destino;
- Escassez de vagas para estacionamento nas áreas turísticas;
- Carência de facilidades no serviço de táxi do destino, como sistema de chamada via aplicativos para smartphones e pagamento por cartões de crédito;
- O estado da BR 356, principal rodovia de acesso ao destino, segundo pesquisa realizada pela Confederação Nacional de Transporte – CNT, avaliada como regular.

2.4. Serviços e equipamentos turísticos

A dimensão *Serviços e equipamentos turísticos* contemplou as seguintes variáveis: (i) sinalização turística; (ii) Centro de Atendimento ao Turista - CAT; (iii) espaços para eventos; (iv) capacidade dos meios de hospedagem; (v) capacidade do turismo receptivo; (vi) estrutura de qualificação para o turismo; e (vii) capacidade dos restaurantes.

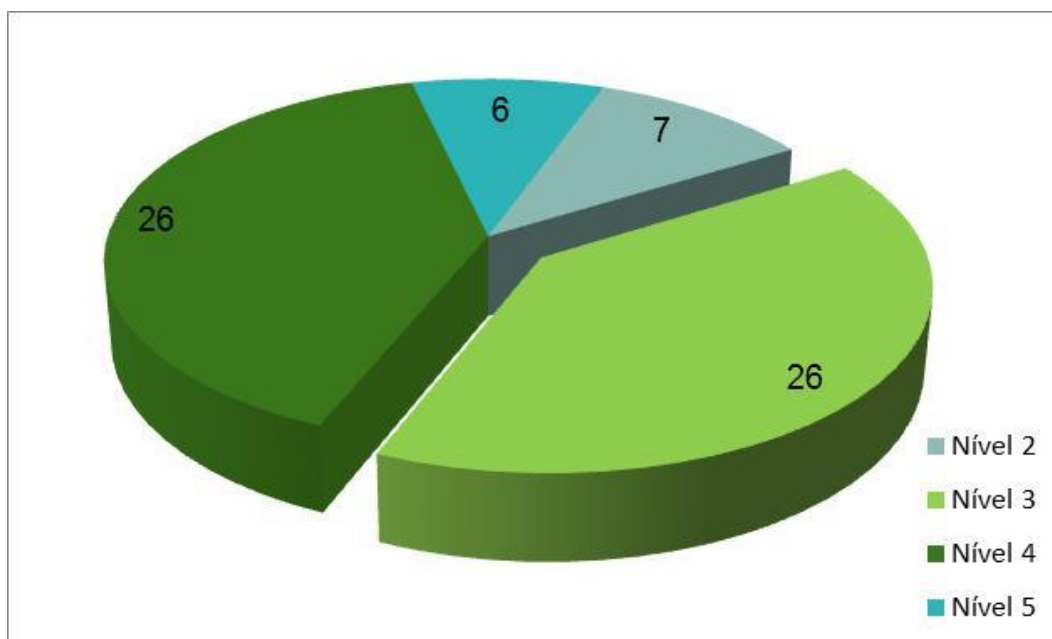
Gráfico 8. Índices Serviços e equipamentos turísticos – destino x Brasil: 2008-2014



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

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

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 descritiva ou interpretativa, ainda que em pequena parte dos atrativos do destino;
- Existência de Centros de Atendimento ao Turista no destino, localizados em diversos pontos (FIEMG, Rodoviária, Casa de Gonzaga), com funcionários capacitados para o atendimento em idioma estrangeiro (inglês e espanhol) e

que oferecem diversos serviços, como informações sobre Ouro Preto e os destinos do entorno e contatos dos prestadores de serviços turísticos;

- Presença de centro de convenções no destino, tendo sido indicado como principal o Parque Metalúrgico – Centro de Artes e Convenções da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), que possui salas multiuso/modulares, auditórios; cabines para tradução simultânea; capacidade para mais de um evento, independentes e simultâneos; estacionamento e acessibilidade para pessoas com deficiência;
- Localização do centro de convenções, próximo às áreas turísticas (meios de hospedagem, rodoviária e centro da cidade), e disponibilidade de transporte público para esse local – ônibus circular e táxi;
- Oferta de outros espaços para a realização de eventos – espaços multifuncionais e salas em hotéis para eventos de pequeno e médio porte;
- Disponibilidade de acesso à internet nas unidades habitacionais na maior parte dos meios de hospedagem do destino;
- Presença de empresas de receptivo que oferecem diversos serviços aos turistas (city tour, visitas guiadas individuais e em grupo);
- Disponibilidade de guias de turismo registrados no CADASTUR e capacitados para atendimento em outros idiomas;
- Existência de organização representativa de guias – AGTOP (Associação de Guias de Turismo de Ouro Preto);
- Valorização e fortalecimento da gastronomia regional por parte dos restaurantes do destino, por meio da aplicação de receitas baseadas em ingredientes típicos regionais;
- Presença de instituições de qualificação profissional que oferecem cursos livres, de graduação e de especialização nas áreas relacionadas ao turismo no município.

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

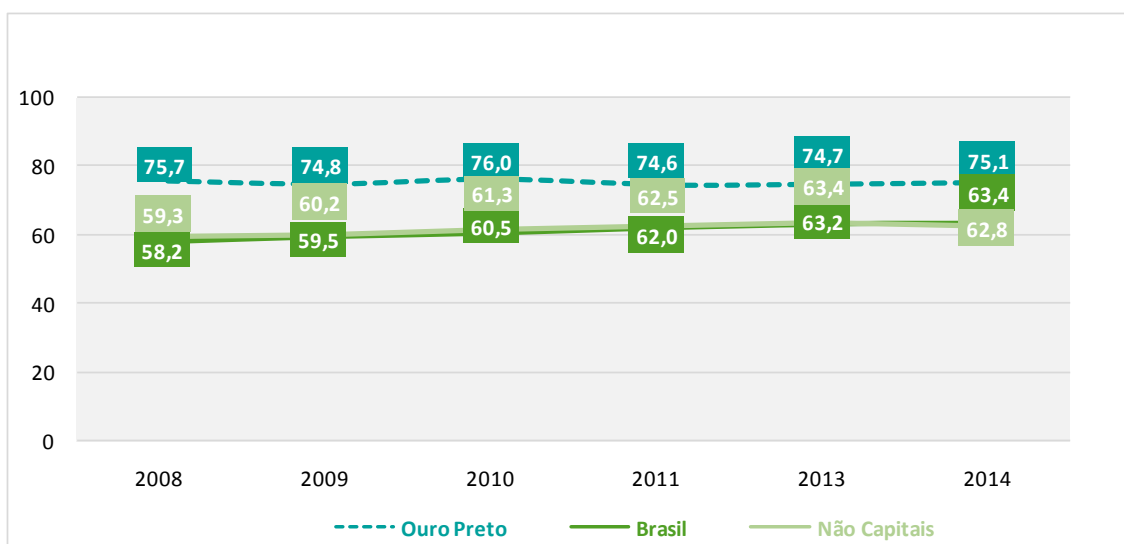
- Carência de sinalização turística viária nos padrões internacionais recomendados pelo Ministério do Turismo;
- Inexistência de sinalização com mapa turístico informativo nas áreas turísticas;
- Ausência de políticas locais de incentivo ao uso de tecnologias que priorizem a questão ambiental em meios de hospedagem;

- Não cumprimento dos quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida por parte da maioria dos meios de hospedagem;
- Inexistência de capacitação sobre higiene na manipulação de alimentos para proprietários e empregados de novos estabelecimentos de alimentação, por parte do governo municipal;
- O fato de o empresariado local do setor de alimentação não participar em cursos, públicos ou privados, com o objetivo de ampliar seu conhecimento sobre gestão do negócio, empreendedorismo e manipulação de alimentos.

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.

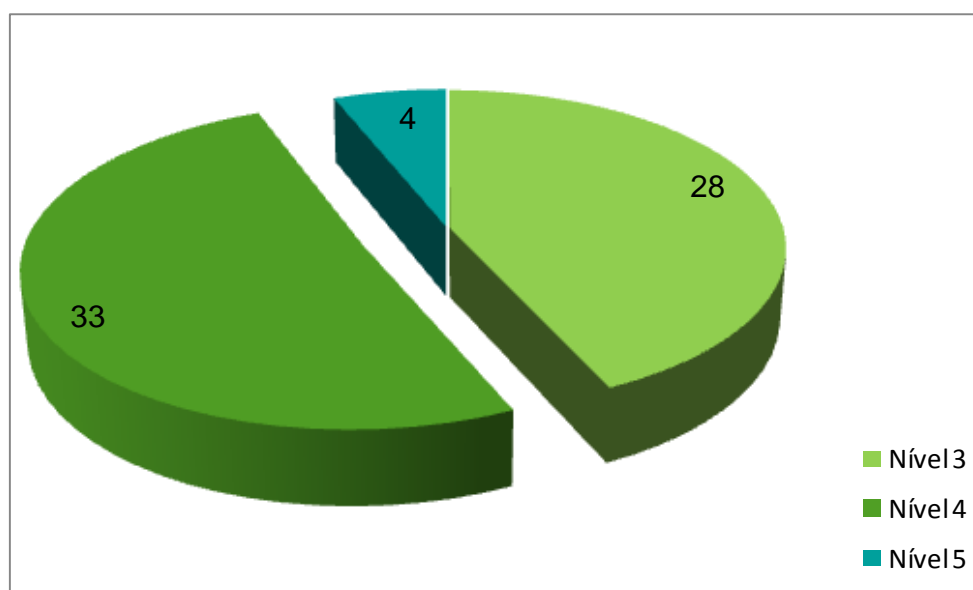
Gráfico 10. Índices Atrativos turísticos – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Atrativos turísticos*, o índice registrado pelo destino em 2014 manteve-se estável em relação ao ano anterior, permanecendo no nível 4, como é possível observar no Gráfico 10. Este índice posiciona-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das não capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 11 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Atrativos turísticos*. Observa-se que 33 destinos se encontram no mesmo nível que Ouro Preto; 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, sendo os principais o Parque Estadual do Itacolomi, Parque Natural Municipal das Andorinhas e Parque Horto dos Contos;
- Evidência de conservação ambiental no entorno do principal atrativo natural indicado – Parque Estadual do Itacolomi –, conforme observado em visita técnica;
- Respeito ao limite de capacidade de carga, conforme previsto no Plano de Manejo do Parque Estadual do Itacolomi (Encarte 2 – Planejamento e Manual de Gestão);
- Manutenção da estrutura física disponível no parque, que dispõe de centro de atendimento ao turista, restaurante, sinalização indicativa e banheiros, além do estado da estrutura de acesso ao local com vias pavimentadas;

- Presença de atrativos culturais com fluxo turístico, tais como: Centro Histórico, Museu da Inconfidência e Igreja São Francisco de Assis;
- Evidência de conservação urbanística no entorno do Centro Histórico e estrutura disponível nesse mesmo local, que conta com restaurantes, lojas e centros de atendimento ao turista;
- Existência de pavimentação adequada na via de acesso ao principal atrativo cultural indicado;
- Existência de eventos programados que atraem turistas, dentre os principais: Carnaval, Semana Santa e Festival de Inverno;
- O local onde acontece o principal evento programado indicado – Carnaval – conta com estrutura física regular de atendimento ao turista;
- Existência de atrativos de realizações técnicas e científicas² que atraem visitantes ao longo de todo o ano com interesse específico, independentemente de uma data especial no calendário de eventos, com destaque para Museu de Ciência e Técnica de Mineralogia da UFOP, principal atrativo indicado nesta categoria.

Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

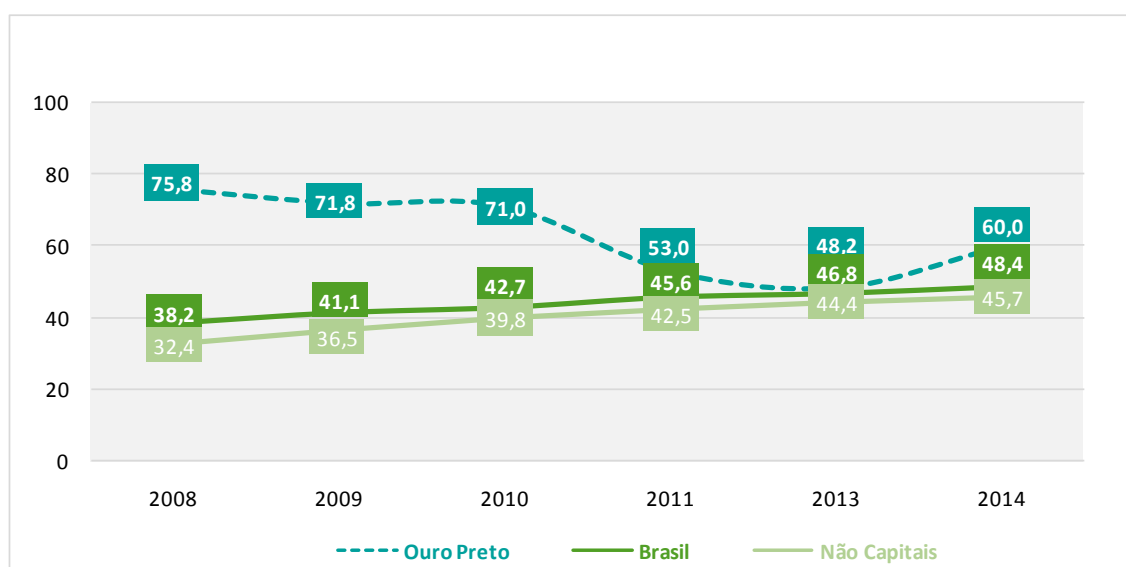
- Carência de recursos que viabilizem a circulação de pessoas com deficiência no principal atrativo natural – Parque Estadual do Itacolomi;
- Inexistência de estudo de capacidade de carga ou de controle do número de visitantes para o principal atrativo cultural indicado – Centro Histórico;
- Ausência de condições de acessibilidade para pessoas com deficiência no principal atrativo cultural;
- Estado da estrutura física disponível no local em que acontece o principal evento programado indicado – Carnaval –, como falta de banheiros públicos, ausência de sinalização, falta de estudo de capacidade de carga ou suporte, entre outros;
- Não adoção de quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência no Museu de Ciência e Técnica de Mineralogia da UFOP.

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.

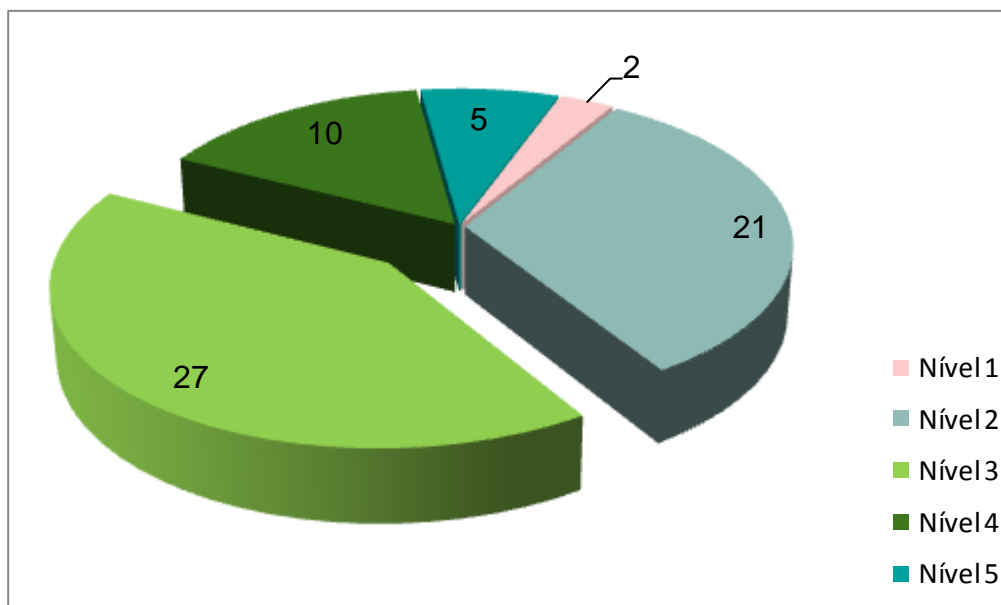
Gráfico 12. Índices Marketing e promoção do destino – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Marketing e promoção do destino*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do registrado no ano anterior, mantendo-se no nível 3, como é possível observar no Gráfico 12. Este índice posiciona-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das não capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 13 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Marketing e promoção do destino*. Observa-se que 27 destinos se encontram no mesmo nível que Ouro Preto; nível em que se encontra a maioria dos destinos indutores.

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



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

- Existência de um planejamento para o destino que contemple o marketing – Plano de posicionamento da marca de Ouro Preto;
- Participação contínua em feiras e eventos do setor de turismo, cujos resultados são avaliados por meio de contagem de visitantes recebidos nos estandes e contagem de relacionamentos estabelecidos;
- Participação do destino em reuniões agendadas em eventos e feiras de turismo no ano anterior;
- Produção, no ano anterior, de evento próprio para promoção do destino fora de seu território: lançamento da marca turística do destino na Feira da ABAV;
- Existência de marca promocional turística do destino;
- Existência de material promocional institucional (folheto, mapa) disponível inclusive em inglês, distribuído nos centros de atendimentos ao turista, nos eventos promocionais e nos destinos do entorno;
- Existência de material promocional que apresenta informações sobre a oferta de espaços estruturados para eventos no destino;

- Disponibilidade de agenda de eventos para consulta nos sites oficiais e em folhetos distribuídos no destino;
- Realização de ações de promoção do destino, no ano anterior, dentre as quais vale ressaltar os *press trips*;
- Existência de página promocional de turismo do destino, acessível pelo endereço www.ouopreto.mg.gov.br/portaldoturismo, atualizada periodicamente;
- Presença oficial do destino em redes sociais, tais como *Facebook* e *Twitter*, com o intuito de divulgar suas atrações e eventos.

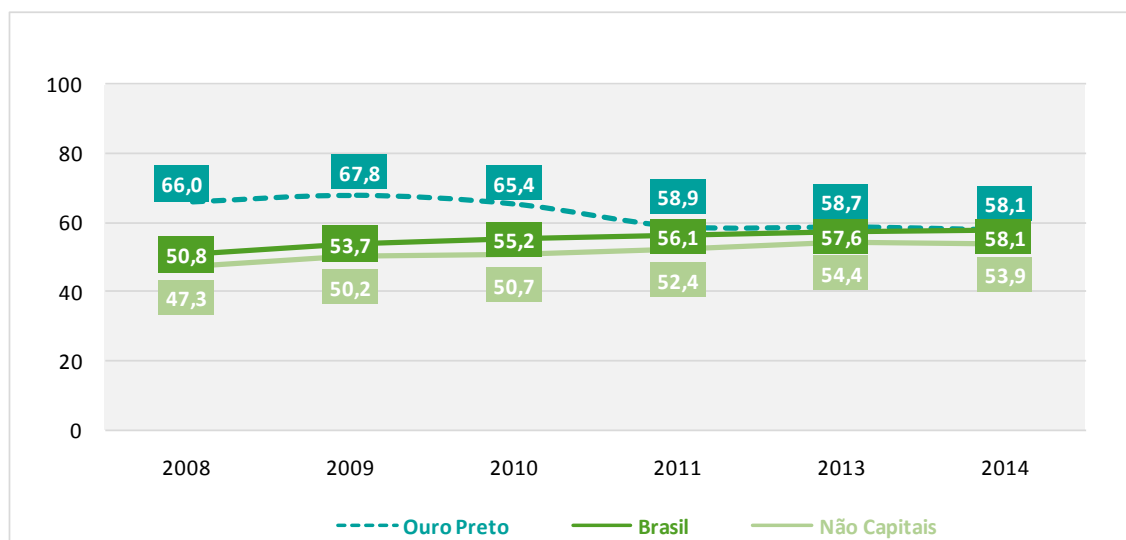
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

- 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 outros setores, não diretamente ligados ao turismo;
- Ausência de informações em idioma estrangeiro (com tradução profissional) na página promocional on-line de turismo do destino;
- 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.

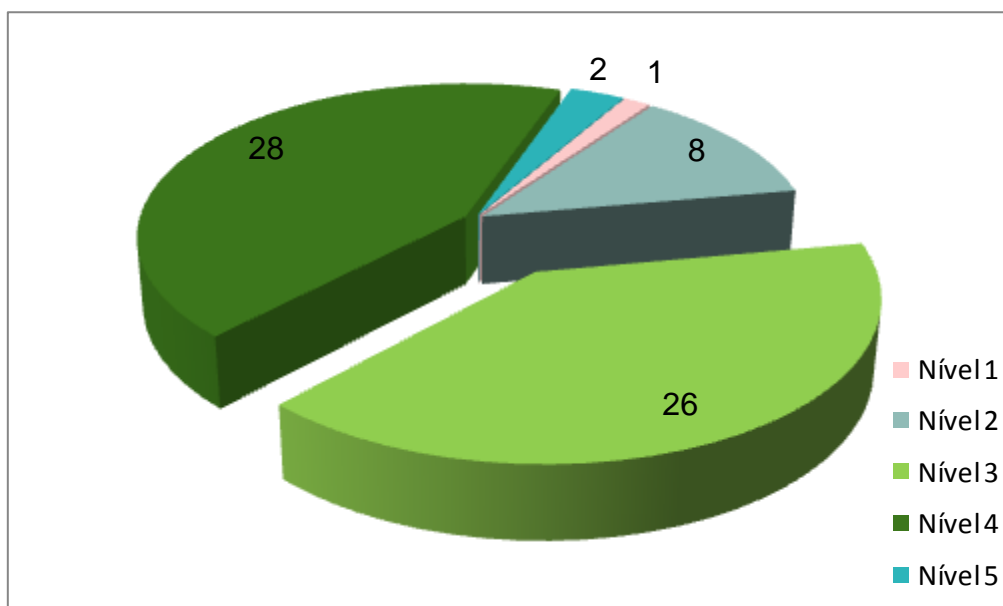
Gráfico 14. Índices Políticas públicas – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Políticas públicas*, o índice registrado pelo destino em 2014 manteve-se estável em relação ao ano anterior, permanecendo no nível 3, como é possível observar no Gráfico 14. Este índice manteve-se estável em relação à média nacional na dimensão, mas posicionou-se acima da média do grupo das não capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 15 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Políticas públicas*. Observa-se que 26 destinos se encontram no mesmo nível que Ouro Preto; enquanto a maioria 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 um órgão municipal – Secretaria Municipal de Turismo, Indústria e Comércio – com atribuição de coordenar ou incentivar o desenvolvimento do turismo, ainda que não exclusivo do turismo;
- Recebimento de recursos provenientes de emendas parlamentares no ano anterior;
- Existência de instância de governança local – em formato de Conselho Municipal de Turismo – dedicada ao acompanhamento da atividade turística, ainda que em fase de reestruturação;
- Recebimento de investimentos diretos do governo estadual em projetos que visavam ao desenvolvimento do turismo, em áreas como infraestrutura geral, acesso e meio ambiente;
- Existência de convênios firmados com o Governo Federal no ano anterior, inclusive diretamente com o Ministério do Turismo;
- Existência de Plano Diretor Municipal, que contempla o setor de turismo;
- Execução de ações em parceria com a iniciativa privada ou com entidades de classe representativas do setor ao longo do ano anterior em áreas como

treinamento e capacitação profissional para o turismo, preservação urbana, e projetos sociais e redução de desigualdades.

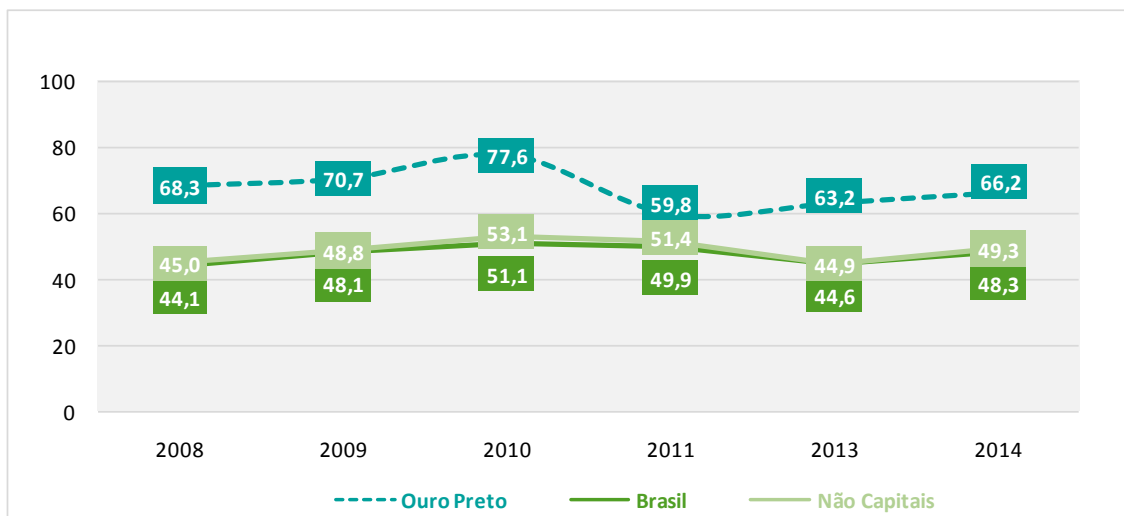
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

- Inexistência de órgão gestor exclusivo da pasta turismo;
- Indisponibilidade de fonte de recurso próprio extraorçamentário para o órgão gestor de turismo;
- Ausência de projetos desenvolvidos em conjunto com outras secretarias em atividades relacionadas ao turismo, no último ano (com exceção da organização dos eventos locais);
- 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.

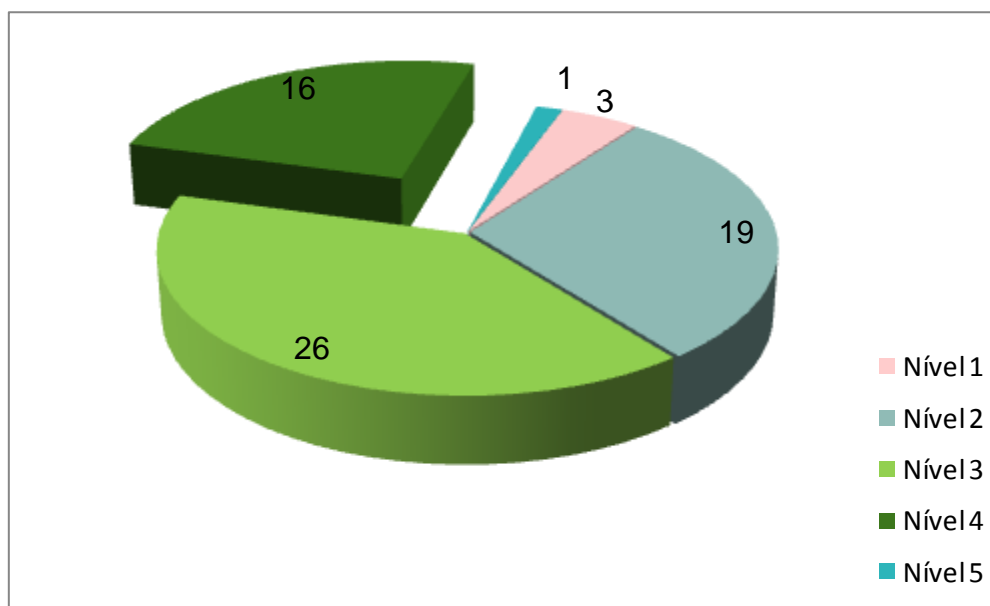
Gráfico 16. Índices Cooperação regional – destino x Brasil: 2008-2014



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

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 17 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Cooperação regional*. Observa-se que 16 destinos se encontram no mesmo nível que Ouro Preto; enquanto a maioria 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, responsável por gerir os projetos e ações referentes à região turística da qual o destino faz parte e que conta com a participação ativa de alguns atores do segmento turístico da região;
- Disponibilidade de um gestor executivo com dedicação exclusiva à coordenação das atividades da instância de governança regional;
- Realização de parcerias com os setores públicos e privados dos municípios que a instância de governança regional representa;
- O fato de a instância de governança regional manter reuniões regulares e contar com recurso próprio;
- 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 Ouro Preto e outros destinos da região – Invtur com o Circuito do Ouro;
- O fato de o destino integrar roteiros turísticos regionais, comercializados por operadores e/ou agências locais, nacionais e internacionais;

- Participação do destino em rodadas de negócios e reuniões agendadas em feiras de turismo para promover a região, no ano anterior;
- O destino coproduz material promocional da região da qual faz parte;
- Existência de uma página promocional de roteiros turísticos da região - www.institutoestradaareal.com.br.

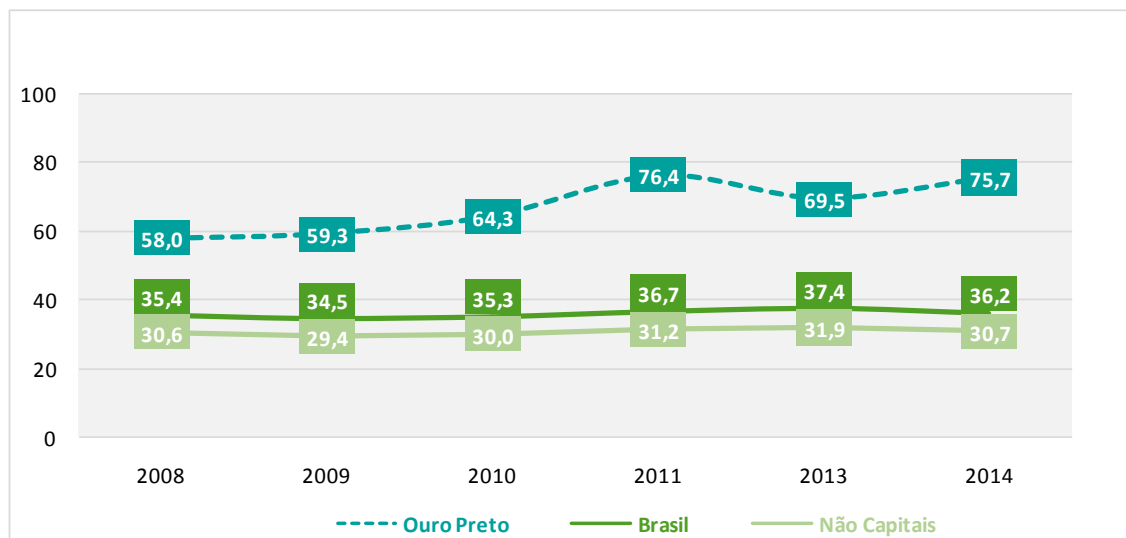
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador nesta dimensão, estão:

- O fato de a instância de governança regional – Associação dos Municípios do Circuito Turístico do Ouro – não dispor de suporte para a condução de suas atividades;
- Ausência de plano de desenvolvimento turístico integrado para a região turística em vigor, que determine responsabilidades e metas de mercado ou para a região da qual o destino faz parte;
- Não participação do destino em eventos para a promoção e comercialização da região turística dos quais faz parte;
- Inexistência de página institucional da região turística – Circuito do Ouro – na internet.

2.9. Monitoramento

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

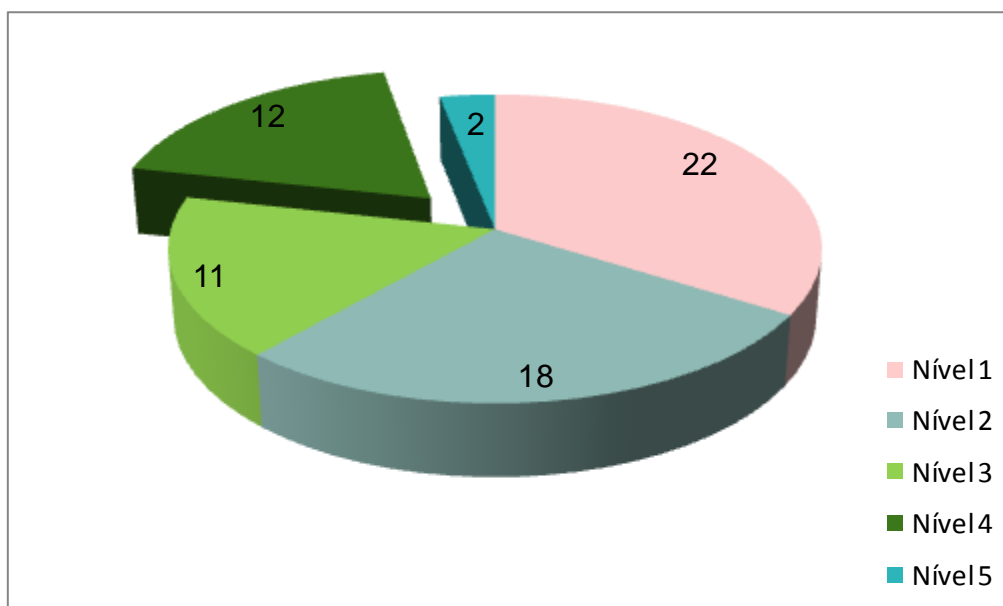
Gráfico 18. Índices Monitoramento – destino x Brasil: 2008-2014



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

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 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 Ouro Preto; enquanto a maioria 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 ou controle de visitantes nos Centros de Atendimento ao Turista (CAT) localizado na FIEMG;
- Existência de pesquisa de oferta turística – Inventário – atualizada, cujos dados são sistematizados por meio de um sistema;
- Aproveitamento dos dados coletados na pesquisa de demanda e de oferta em políticas públicas e planejamento;
- Existência de estudos sobre os impactos econômicos gerados pelo turismo – Relação de empregos diretos e número de novas empresas no segmento;
- Existência de setor específico de estudos no âmbito da administração pública local, SEPETUR (Setor de Estudos e Pesquisas em Turismo), que realiza pesquisas em turismo.

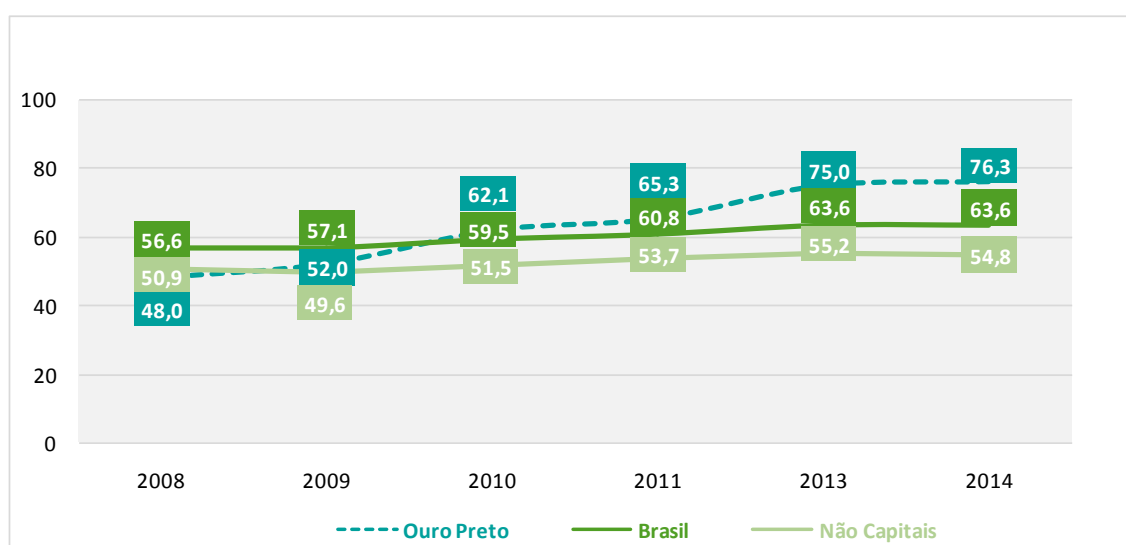
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

- Ausência de um sistema de estatísticas turísticas e de relatórios de conjuntura turística;
- Ausência de acompanhamento dos objetivos da política em turismo em âmbito Estadual, Federal e Regional;
- Inexistência de estudos e 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.

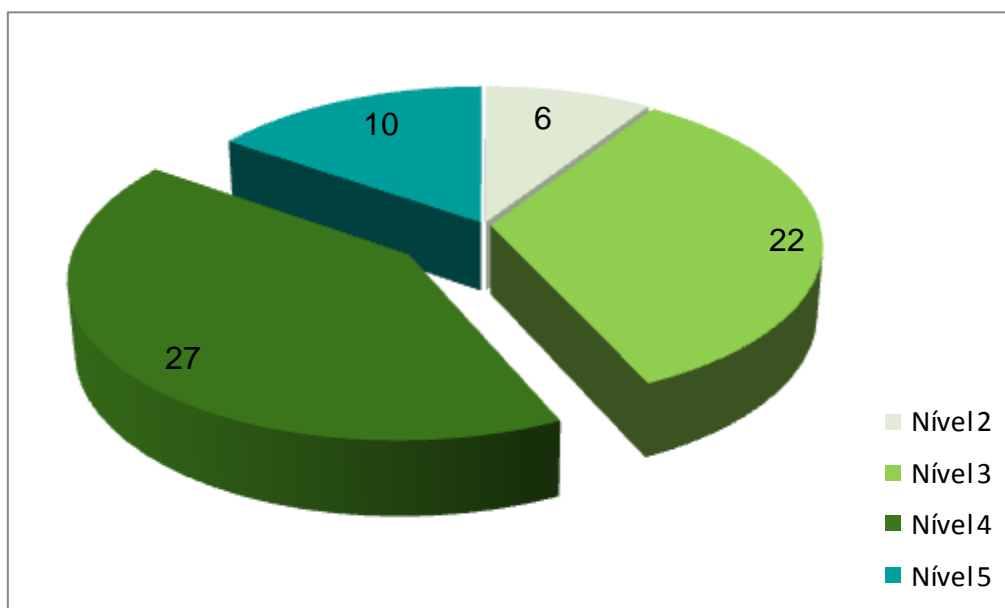
Gráfico 20. Índices Economia local – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Economia local*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do registrado no ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 20. Este índice posiciona-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das não capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 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 Ouro Preto; 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 quatro operadoras de telefonia móvel no destino, sendo elas: Oi, Vivo, Tim e Claro;
- Presença de caixas eletrônicos de autoatendimento para saques com cartões de crédito internacionais;
- Disponibilidade de benefícios locais de redução de impostos ou taxas para as atividades características do turismo;
- Existência de lei municipal de incentivo à formalização de estabelecimentos comerciais e de prestadores de serviços: a lei 426 de 2008;
- Atuação de um *Convention & Visitors Bureau* – o Circuito do Ouro *Convention & Visitors Bureau*, exclusivo da região onde está inserido;
- Existência de empresas multinacionais de produção de bens (indústrias) no destino.

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

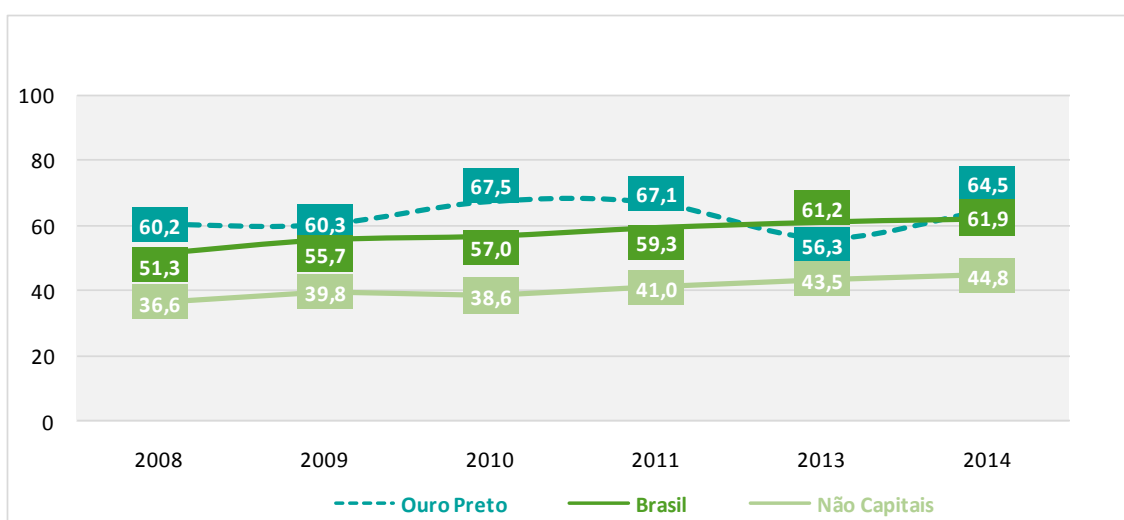
- Indisponibilidade de acesso gratuito à internet em locais públicos;
- O fato de o destino não exportar mercadoria de alto valor agregado ou perecível.

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.

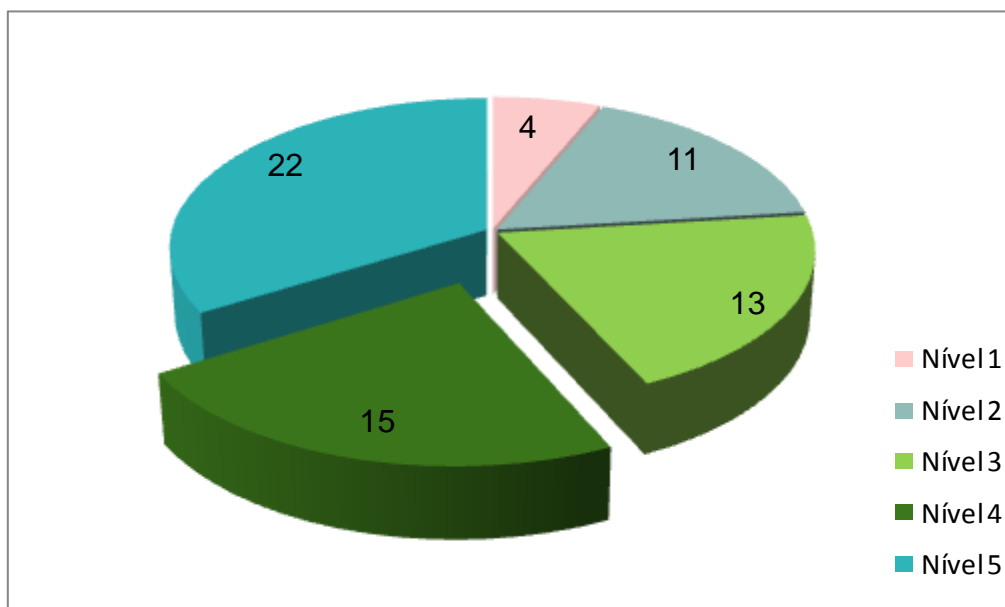
Gráfico 22. Índices Capacidade empresarial – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Capacidade empresarial*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do registrado no ano anterior, alcançando um nível superior (nível 4), como é possível observar no Gráfico 22. Este índice posiciona-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das não capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 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 Ouro Preto; enquanto a maioria 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 formação superior;
- Presença de escolas de formação em idioma estrangeiro, com ensino de inglês, espanhol e francês;
- Presença de rede de locação de automóveis;

- Presença de redes nacionais de alimentos e bebidas; e
- Existência de arranjos produtivos locais (APL) ligados ao setor de turismo no destino – Grupo Gemas e Joias.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador, estão:

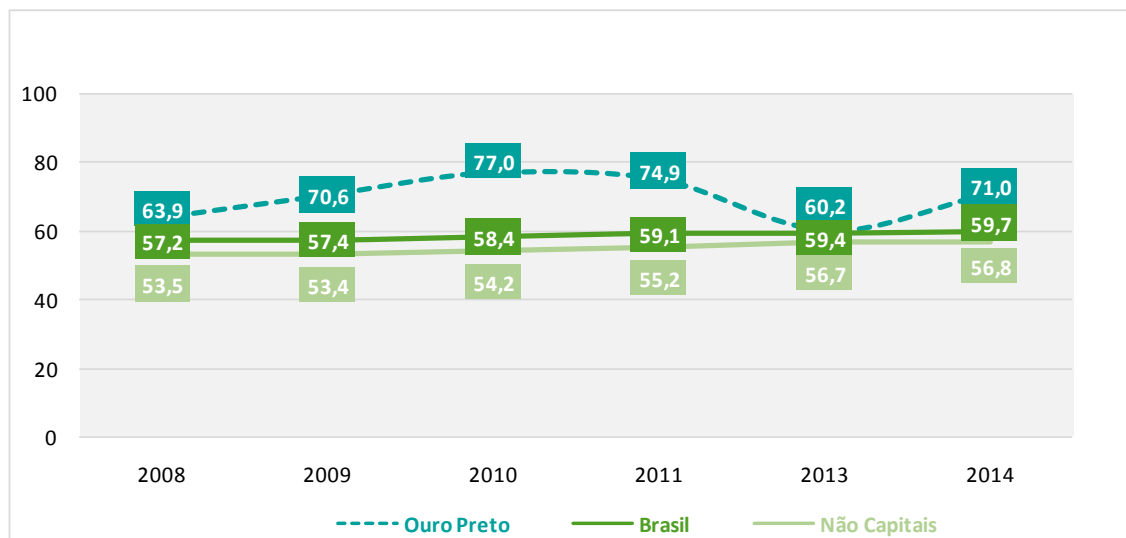
- Ausência de grupos de redes nacionais e internacionais de meios de hospedagem;
- Presença de barreiras à entrada de novos empreendimentos turísticos, sinalizadas pelos entrevistados durante a pesquisa – entre elas a falta de terreno ou espaço físico no centro histórico e a falta de pessoal local qualificado; e
- O fato de não ter sido oferecido no destino, no ano anterior, cursos do EMPRETEC, que poderia ajudar a fomentar o empreendedorismo local.

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

2.12. Aspectos sociais

O *Estudo de Competitividade* considerou as seguintes variáveis referentes aos *Aspectos sociais*: (i) acesso à educação; (ii) empregos gerados pelo turismo; (iii) política de enfrentamento e prevenção à exploração de crianças e adolescentes; (iv) uso de atrativos e equipamentos turísticos pela população; e (v) cidadania, sensibilização e participação na atividade turística.

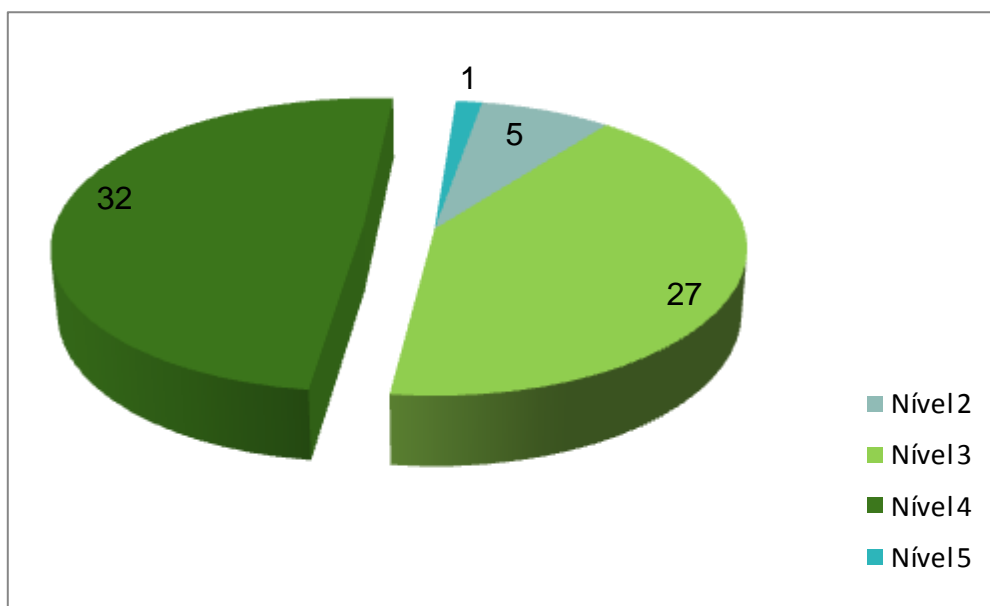
Gráfico 24. Índices Aspectos sociais – destino x Brasil: 2008-2014



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

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

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



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

- Existência de programas de incentivo ao uso dos equipamentos turísticos pela população local, ações contínuas realizadas por órgãos municipais e por parte da iniciativa privada;
- A população costuma ser consultada sobre atividades ou projetos turísticos por meio de convocações para as conferências municipais;
- Envolvimento da comunidade local com a atividade turística e participação evidente na discussão sobre projetos turísticos, em caráter consultivo, por meio de associações de classe, associações de moradores, igrejas, entre outros;
- 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 em bares e restaurantes, receptivos e organizadores de eventos;

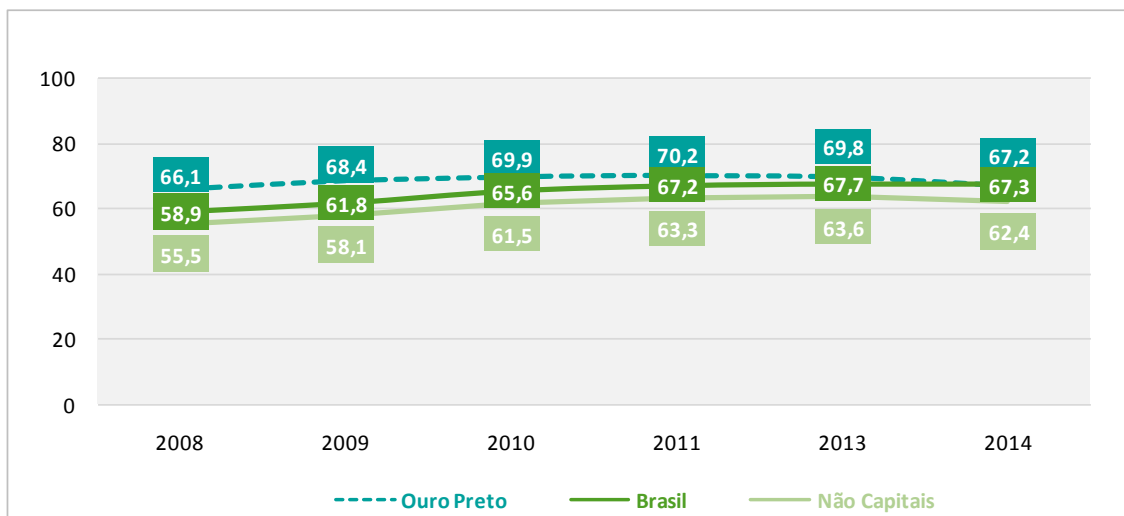
- Presença de deficiências dos profissionais de turismo de nível técnico-administrativo e operacional, conforme indicado pelos entrevistados durante a pesquisa, principalmente no que se refere à capacitação técnica e a idiomas;
- Ausência de sensibilização dos cidadãos sobre os impactos da atividade turística para o destino, tanto positivos quanto negativos;
- Ausência de sensibilização do turista para o respeito à comunidade local, para o respeito à cultura e ao patrimônio;
- Inexistência de programa específico de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes no 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.

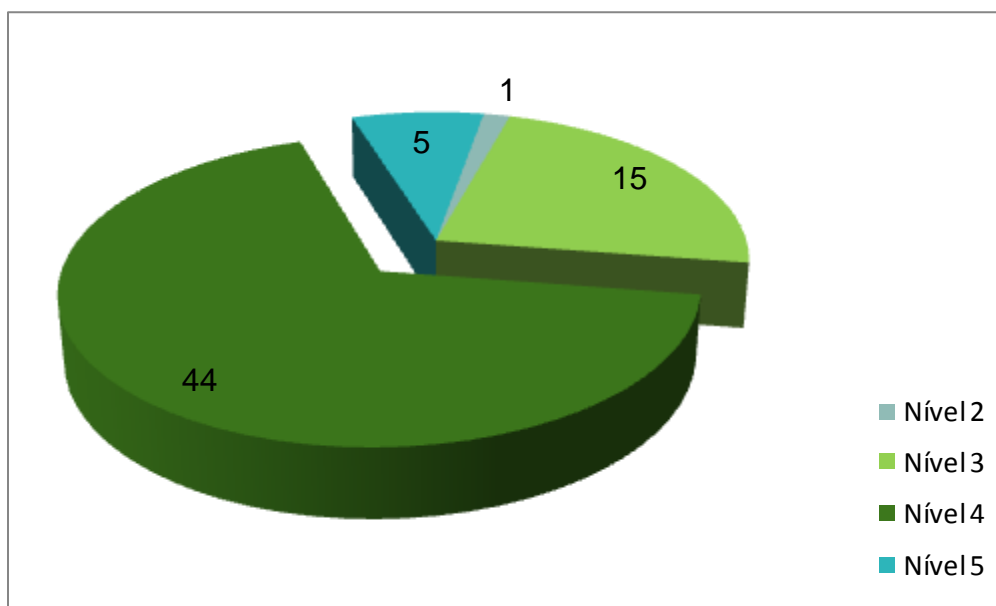
Gráfico 26. Índices Aspectos ambientais – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Aspectos ambientais*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou abaixo do registrado no ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 26. Este índice permaneceu estável com relação à média nacional na dimensão, mas ficou 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 Ouro Preto; nível em que se encontra a maioria dos destinos indutores.

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



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

- Presença de um órgão municipal com atribuição de coordenar ou incentivar ações referentes ao meio ambiente – Secretaria Municipal de Meio Ambiente;
- Presença de um Conselho Municipal de Meio Ambiente – Condema – ativo, com reuniões mensais;
- Presença de rede pública de distribuição de água, que atende a mais de 90% da população local, e de estação de tratamento de água (ETA) no destino;
- Disponibilidade de sistema público de coleta de esgoto que atende ao destino;
- 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; e
- Presença de Unidades de Conservação no território municipal, dentre elas o Parque Estadual do Itacolomi, que possui conselho gestor ativo e plano de manejo em vigor.

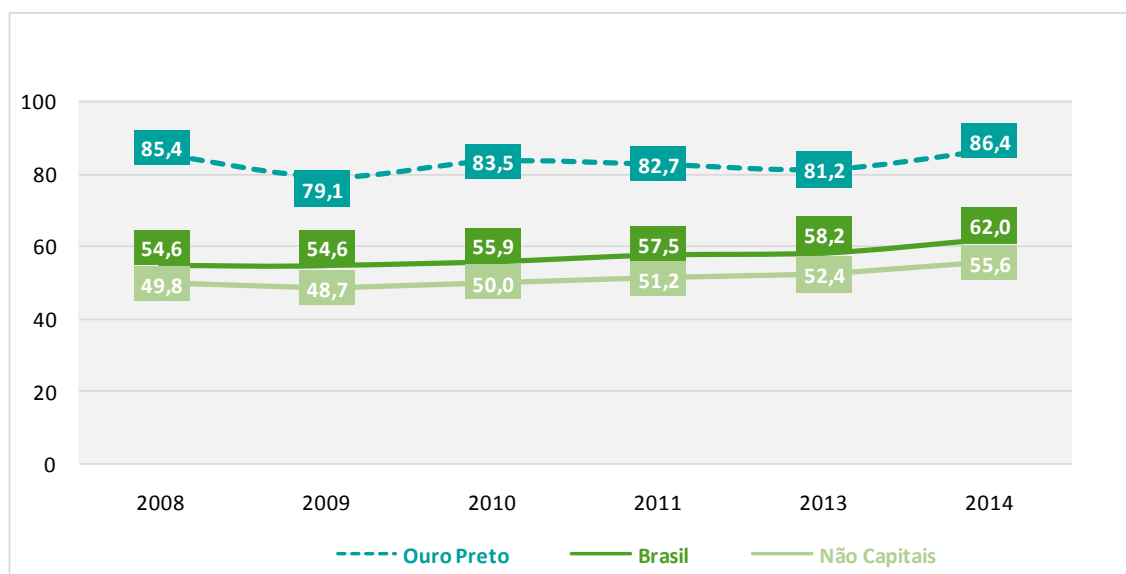
Entre os fatores limitantes para a evolução do indicador, figuram:

- Inexistência de um Código Ambiental Municipal;
- Inexistência de política municipal de meio ambiente no destino, a qual poderia disciplinar sobre ações do poder público no que tange ao meio ambiente, recursos hídricos, saneamento e desenvolvimento urbano;
- Inexistência do Plano Municipal de Resíduos Sólidos, em conformidade com a Política Nacional;
- Inexistência de estação de tratamento de água para a sua reutilização e de monitoramento da balneabilidade da água no destino;
- O fato de o destino não realizar campanhas educativas periódicas para o uso racional da água;
- Inexistência de estação de tratamento de esgoto (ETE) que atende 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.

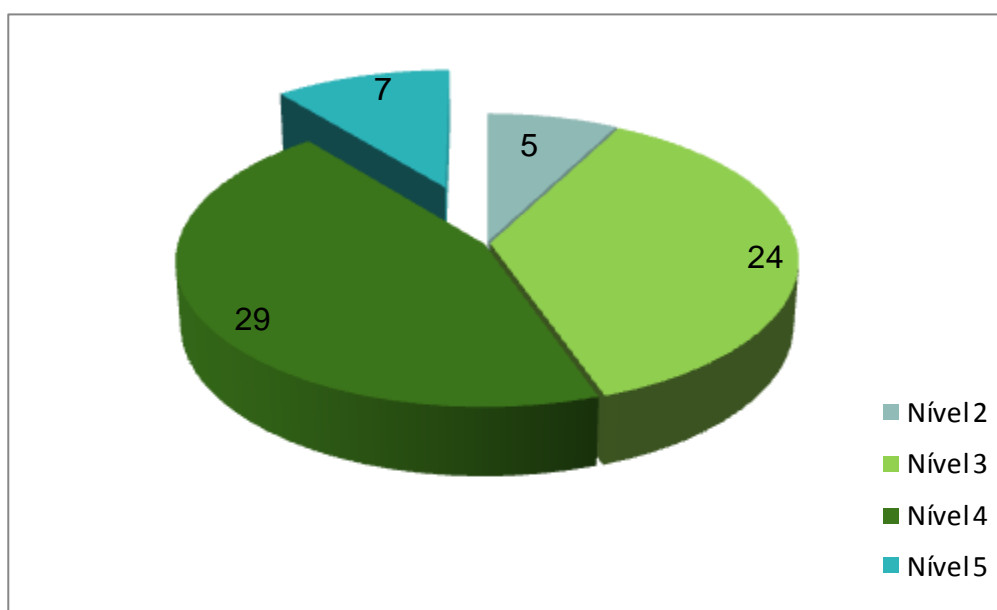
Gráfico 28. Índices Aspectos culturais – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Aspectos culturais*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do registrado no ano anterior, mantendo-se no nível 5, como é possível observar no Gráfico 28. Este índice posiciona-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das não capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 29 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Aspectos culturais*. Observa-se que 7 destinos se encontram no mesmo nível que Ouro Preto; enquanto a maioria 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 atividade artesanal típica – artesanato em prata e pedra sabão – comercializado em lojas e feiras de fácil acesso para o turista;
- Existência de culinária típica regional comercializada nos estabelecimentos de alimentação do destino e presença de tradições culturais evidentes e típicas do

território da região onde o destino está inserido, entre elas, as cavalhadas, os blocos de carnaval e as festas estudantis;

- Existência de manifestações religiosas no destino – Semana Santa, Corpus Christi e Novenas;
- Presença de grupos artísticos de manifestação popular tradicional, como os grupos de congado; os blocos de carnaval, as bandas de música e os corais, que se apresentam com frequência no destino e em outras cidades do estado;
- Existência de patrimônio imaterial registrado pelo Iphan, que se constitui em atrativo turístico;
- Existência de patrimônios artísticos e históricos registrados pelo município, pelo estado e tombados pelo Iphan, os quais também se constituem em atrativos turísticos, tais como: Conjunto arquitetônico e urbanístico de Ouro Preto, Casa Setecentista, Palácio dos Governadores, Ruínas da Fábrica de Ferro Patriótica, Casa de Câmara e Cadeia, Igreja Matriz de Nossa Senhora da Conceição de Antônio Dias, Igreja Matriz de Nossa Senhora de Nazaré, Igreja Matriz de Santo Antônio em Glaura, Igreja Matriz de São Bartolomeu, entre outros bens;
- Existência de bem cultural reconhecido como Patrimônio da Humanidade pela UNESCO – a Cidade Histórica de Ouro Preto;
- Existência de uma Política Municipal de Cultura e a manutenção de calendário de festas tradicionais populares;
- Adesão do destino ao Sistema Nacional de Cultura;
- Existência de projeto para implementação de turismo cultural, executado pelo poder público e iniciativa privada.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador, estão:

- Inexistência de um Plano Municipal de Cultura;
- Ausência de legislação municipal de fomento à cultura, bem como de fundo municipal de cultura efetivo.

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 Ouro Preto, é possível concluir que, em 2014, houve evolução do indicador de competitividade do destino (Índice geral) em comparação com o ano anterior da pesquisa.

Tabela 1. Índices de competitividade do destino e médias Brasil e não capitais³

Dimensões	Brasil				Não Capitais				Ouro Preto			
	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	67,2	65,5	64,3	67,5
Infraestrutura geral	65,8	68,4	68,6	68,2	59,8	63,2	63,8	62,5	60,5	64,5	68,9	71,8
Acesso	60,5	61,8	62,6	62,2	52,3	53,1	53,8	52,4	61,7	62,6	62,3	57,5
Serviços e equipamentos turísticos	50,8	52,0	56,8	58,7	41,9	43,4	48,1	49,6	47,8	49,7	52,7	55,3
Atrativos turísticos	60,5	62,0	63,2	63,4	61,3	62,5	63,4	62,8	76,0	74,6	74,7	75,1
Marketing e promoção do destino	42,7	45,6	46,8	48,4	39,8	42,5	44,4	45,7	71,0	53,0	48,2	60,0
Políticas públicas	55,2	56,1	57,6	58,1	50,7	52,4	54,4	53,9	65,4	58,9	58,7	58,1
Cooperação regional	51,1	49,9	44,6	48,3	53,1	51,4	44,9	49,3	77,6	59,8	63,2	66,2
Monitoramento	35,3	36,7	37,4	36,2	30,0	31,2	31,9	30,7	64,3	76,4	69,5	75,7
Economia local	59,5	60,8	63,6	63,6	51,5	53,7	55,2	54,8	62,1	65,3	75,0	76,3
Capacidade empresarial	57,0	59,3	61,2	61,9	38,6	41,0	43,5	44,8	67,5	67,1	56,3	64,5
Aspectos sociais	58,4	59,1	59,4	59,7	54,2	55,2	56,7	56,8	77,0	74,9	60,2	71,0
Aspectos ambientais	65,6	67,2	67,7	67,3	61,5	63,3	63,6	62,4	69,9	70,2	69,8	67,2
Aspectos culturais	55,9	57,5	58,2	62,0	50,0	51,2	52,4	55,6	83,5	82,7	81,2	86,4

Fonte: FGV, SEBRAE, MTur, 2014

³ 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.