

# ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE DO TURISMO NACIONAL

TIRADENTES  
2015



## APRESENTAÇÃO

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 2015 do *Índice de Competitividade do Turismo Nacional*.

Por meio do índice de competitividade do destino e dos índices desagregados em 13 dimensões ligadas à atividade turística, é possível analisar o nível de desenvolvimento 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. A pesquisa é realizada anualmente em 65 destinos selecionados pelo MTur e Sebrae Nacional.

Tais resultados foram gerados a partir de respostas coletadas por pesquisadores da Fundação Getulio Vargas em visita a campo nos 65 municípios avaliados, realizada entre os meses de maio a agosto de 2015. A partir da identificação e do acompanhamento de aspectos objetivos, gera-se um diagnóstico da realidade local.

A principal finalidade deste documento é permitir que os destinos estudados utilizem essas informações para planejar e desenvolver vantagens competitivas, norteando a elaboração de políticas públicas que eliminem, gradativamente, os entraves ao desenvolvimento sustentável da atividade turística.

**Ministério do Turismo**

**Sebrae Nacional**

**Fundação Getulio Vargas**

## SUMÁRIO

1.	ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE 2015 .....	4
2.	RESULTADOS GERAIS.....	9
3.	RESULTADOS POR DIMENSÃO .....	14
3.1.	Infraestrutura geral .....	14
3.2.	Acesso .....	16
3.3.	Serviços e equipamentos turísticos .....	19
3.4.	Atrativos turísticos .....	21
3.5.	Marketing e promoção do destino.....	24
3.6.	Políticas públicas .....	26
3.7.	Cooperação regional .....	29
3.8.	Monitoramento .....	31
3.9.	Economia local .....	34
3.10.	Capacidade empresarial .....	36
3.11.	Aspectos sociais .....	38
3.12.	Aspectos ambientais.....	40
3.13.	Aspectos culturais.....	42

## 1. ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE 2015

O conteúdo desse documento apresenta ao destino turístico os resultados do Índice de Competitividade, levantamento que visa refletir o estágio de desenvolvimento do destino de acordo com o seguinte conceito:

*Competitividade é a capacidade crescente de gerar negócios nas atividades econômicas relacionadas com o setor de turismo, de forma sustentável, proporcionando ao turista uma experiência positiva.*

A competitividade do destino é avaliada de acordo com 13 dimensões e mais de 60 variáveis (Figura 1). A soma ponderada dos resultados conquistados pelo destino em cada uma dessas dimensões resulta no Índice geral de competitividade do destino:

Figura 1. Dimensões e Variáveis que compõem o Índice de Competitividade

ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE DO TURISMO NACIONAL	DIMENSÃO	VARIÁVEIS						
	INFRAESTRUTURA GERAL	Capacidade de atendimento médico para o turista no destino	Fornecimento de energia	Serviço de proteção ao turista	Estrutura urbana nas áreas turísticas			
	ACESSO	Acesso aéreo	Acesso rodoviário	Acesso aquaviário	Acesso ferroviário	Sistema de transporte no destino	Proximidade de grandes centros emissores de turistas	
	SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS	Sinalização turística	Centro de atendimento ao turista	Espaço para eventos	Capacidade dos meios de hospedagem	Capacidade do turismo receptivo	Estrutura de qualificação para o turismo	Capacidade dos restaurantes
	ATRATIVOS TURÍSTICOS	Atrativos naturais	Atrativos culturais	Eventos programados	Realizações técnicas, científicas ou artísticas	Diversidade de atrativos, opções e equipamentos de lazer		
	MARKETING E PROMOÇÃO DO DESTINO	Plano de marketing	Participação em feiras e eventos	Promoção do destino	Estratégias de promoção digital			
	POLÍTICAS PÚBLICAS	Estrutura municipal para apoio ao turismo	Grau de cooperação com o governo estadual	Grau de cooperação com o governo federal	Planejamento para a cidade e para a atividade turística	Grau de cooperação público-privada		
	COOPERAÇÃO REGIONAL	Governança	Projetos de cooperação regional	Planejamento turístico regional	Roteirização	Promoção e apoio à comercialização de forma integrada		
	MONITORAMENTO	Pesquisas de demanda	Pesquisas de oferta	Sistema de estatísticas do turismo	Medição dos impactos da atividade turística	Setor específico de estudos e pesquisas		
	ECONOMIA LOCAL	Aspectos da economia local	Infraestrutura de comunicação	Infraestrutura e facilidades para negócios	Empreendimentos ou eventos alavancadores			
	CAPACIDADE EMPRESARIAL	Capacidade de qualificação e aproveitamento do pessoal local	Presença de grupos nacionais e internacionais do setor do turismo	Concorrência e barreiras de entrada	Geração de negócios e empreendedorismo			
	ASPECTOS SOCIAIS	Acesso à educação	Empregos gerados pelo turismo	Uso de atrativos e equipamentos turísticos pela população	Cidadania, sensibilização e participação na atividade turística	Política de enfrentamento e prevenção à exploração de crianças e adolescentes		
ASPECTOS AMBIENTAIS	Estrutura e legislação municipal de meio ambiente	Atividades em curso potencialmente poluidoras	Rede pública de distribuição de água	Rede pública de coleta e tratamento de esgoto	Coleta e destinação pública de resíduos	Patrimônio natural e unidades de conservação no território municipal		
ASPECTOS CULTURAIS	Produção cultural associada ao turismo	Patrimônio histórico cultural	Estrutura municipal para apoio à cultura					

Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

## PESQUISA DE CAMPO

A pesquisa em Tiradentes foi realizada entre os dias 15 e 19 de junho de 2015. Nesse período, o pesquisador da FGV realizou uma série de entrevistas com diversos atores, públicos e privados, envolvidos direta ou indiretamente com o turismo, como: prefeito; Secretaria Municipal de Turismo; outras secretarias municipais (Cultura, Meio Ambiente, Finanças, Infraestrutura ou Obras, Ação Social etc); representantes dos empresários do setor hoteleiro; representantes dos empresários do setor de alimentação; representantes dos empresários do setor de receptivo; Sebrae; conselho municipal de turismo; e instância de governança regional.

Além do levantamento de dados por meio de entrevistas, foram realizadas visitas técnicas aos principais equipamentos e atrativos turísticos do destino, além dos terminais de chegada ao destino. Nesta etapa, vários pontos são observados pelo pesquisador, como as principais características físicas dos atrativos turísticos e da estrutura urbana do destino. Por fim, parte das perguntas é respondida com base em informações oriundas de fontes secundárias, de abrangência nacional, disponíveis em nível municipal. O levantamento dessas informações permitiu que fosse preenchido o instrumento de coleta de dados da pesquisa, composto por mais de 500 perguntas, divididas entre as 13 dimensões que compõem o Índice de Competitividade.

## CALCULO DO ÍNDICE

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 da pontuação obtida em cada pergunta, multiplicada pelo peso de cada variável, resulta nos índices de cada dimensão. Os resultados de cada dimensão, por sua vez, foram multiplicados por seu peso - atribuído de acordo com sua importância para a competitividade - e, mais uma vez, somados. O resultado desse cálculo corresponde ao Índice geral de competitividade do destino.

## ANÁLISE DOS RESULTADOS

O presente relatório apresenta os resultados consolidados do destino em 2015: o Índice geral de competitividade do destino e o indicador em cada uma das 13 dimensões avaliadas.

Para fins de análise, os índices de competitividade foram divididos em cinco níveis, em uma escala de 0 a 100<sup>1</sup>:

Figura 2. Níveis do Índice de Competitividade



Para 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.

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.

No capítulo de Resultados Consolidados, é apresentada uma tabela com os resultados gerais do destino, do Brasil e do grupo das não capitais dos últimos três anos.

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

O Índice geral vai indicar o nível de competitividade alcançado pelo destino. Porém, a competitividade deve ser analisada de forma relativa. Por isso, é fundamental analisar os resultados de forma crítica, ponderando questões ligadas às suas características geográficas, econômicas e ao posicionamento do destino, 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. É importante também verificar a evolução ao longo do tempo.

Para identificar as áreas onde é preciso melhorar, o destino deve verificar as dimensões com índice mais baixo e avaliar quais são os aspectos que demandam ações de curto prazo. Para auxiliar nessa identificação, foram elencados, com base na análise dos resultados e, principalmente, das respostas obtidas em campo, os principais desafios do destino dentro da temática abordada em cada dimensão.

Além de avaliar seus pontos fracos, o destino deve ter atenção nos seus pontos fortes, pois essas são fontes de vantagem competitiva. É importante também analisar as dimensões com os melhores índices e manter a continuidade das ações dentro destes aspectos.

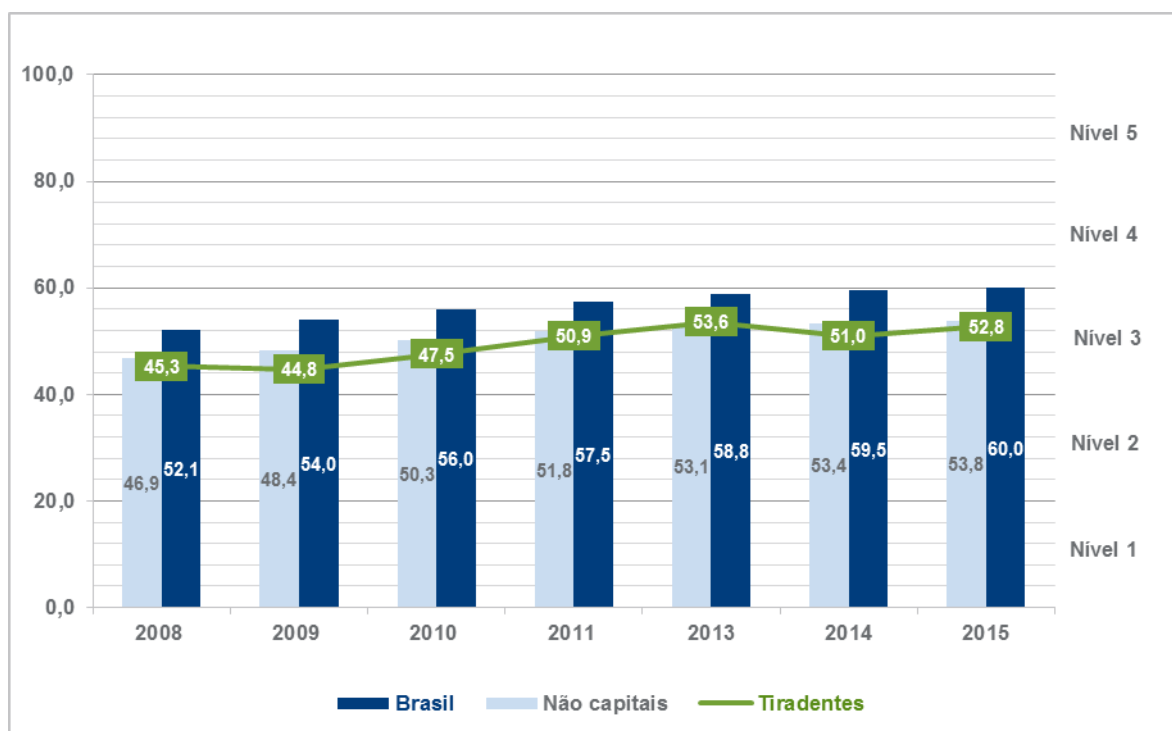
Cabe ressaltar que cada ponto deve ser discutido entre os atores envolvidos com o turismo no destino, tendo como base uma investigação mais detalhada sobre cada ponto, bem como um planejamento voltado para o desenvolvimento do turismo.

Além de observar os fatores destacados neste relatório individual, é importante conhecer todos os fatores avaliados pelo Índice, ainda que o destino já os tenha desenvolvido, pois a continuidade das ações é fundamental para a competitividade do destino. Para isso, pode-se consultar o capítulo referente aos Aspectos Metodológicos do Índice na publicação *Índice de Competitividade do Turismo Nacional - Relatório Brasil 2015*, em especial a parte que detalha cada dimensão e variável.

## 2. RESULTADOS GERAIS

O Índice geral alcançado por Tiradentes indica que o destino situa-se no nível 3 de competitividade, e registrou evolução em relação ao último ano da pesquisa. O resultado é inferior à média Brasil e similar à média das Não capitais, conforme é possível observar no Gráfico 1.

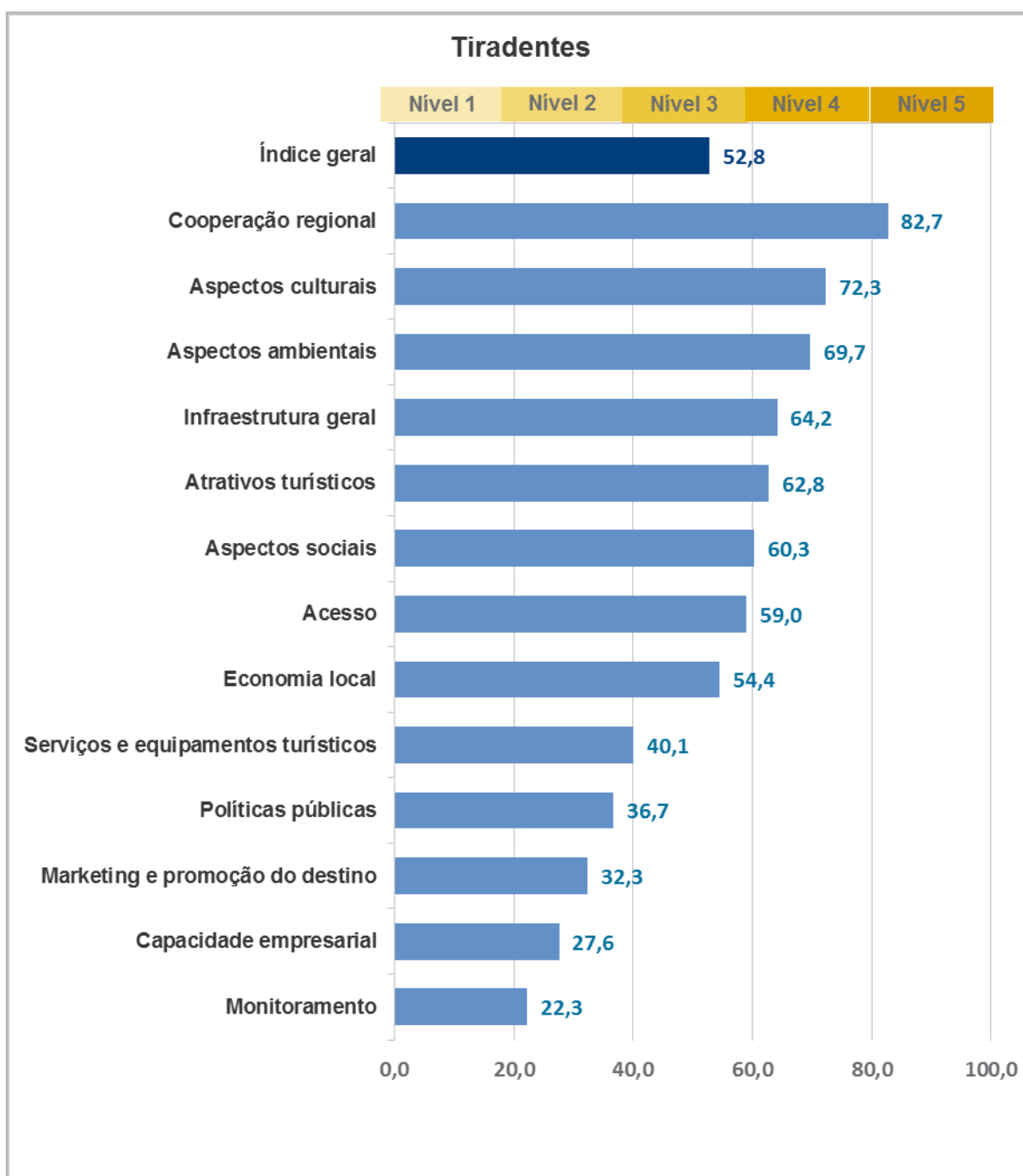
**Gráfico 1. Índices gerais de competitividade – destino x Brasil x Não capitais: 2008-2015**



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

Este índice foi influenciado pelos resultados de cada uma das 13 dimensões avaliadas, apresentados no Gráfico 2:

Gráfico 2. Índices do destino por dimensão, em ordem decrescente de desempenho



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

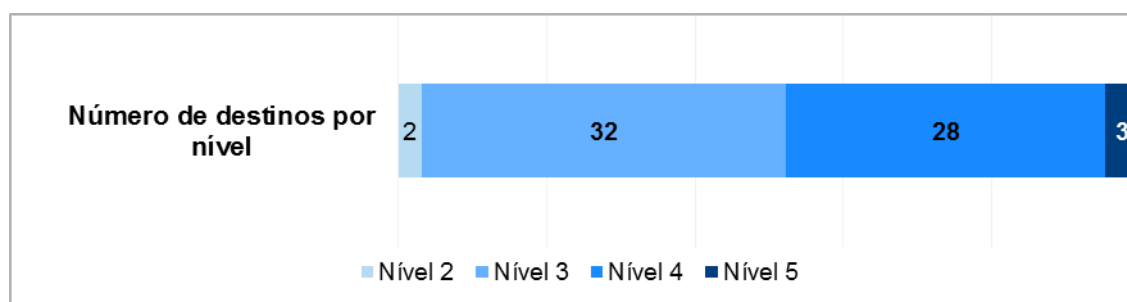
A dimensão com o maior índice foi *Cooperação regional*, que atingiu resultado no nível 5, o mais alto de competitividade na escala utilizada, como é possível verificar no Gráfico 2. Além destas, cabe destacar o desempenho das dimensões *Aspectos culturais*, *Aspectos ambientais*, *Infraestrutura geral*

e *Atrativos turísticos*, com índices correspondentes ao nível 4 – indicativo de que há espaço para melhorias e inovações.

Por sua vez, as dimensões com os menores índices registrados são *Serviços e equipamentos turísticos*, *Políticas públicas*, *Marketing e promoção do destino*, *Capacidade empresarial* e *Monitoramento* cujos índices não ultrapassaram o nível 2.

O Gráfico 3 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado. Observa-se que 32 destinos se encontram no mesmo nível que Tiradentes, estágio em que se encontra a maioria dos destinos pesquisados.

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



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

Com base nas observações realizadas ao longo da pesquisa, nas respostas obtidas e, em especial, nos relatos dos próprios entrevistados, é possível destacar alguns dos principais fatores positivos, bem como os principais desafios para a competitividade do destino:

### Diferenciais de TIRADENTES (MG):

- O calendário de eventos do destino é bastante movimentado. Desde festivais gastronômicos a eventos musicais, ou de motivações religiosas, contribuindo para minimizar a sazonalidade turística no destino;
- O destino possui uma instância de governança regional ativa, que realiza parcerias e projetos de cooperação na região da Trilha dos Inconfidentes. Existe um novo roteiro de turismo religioso que está sendo criado e envolve destinos da região de forma integrada;
- A política de cultura do destino vem se fortalecendo nos últimos anos. O plano municipal de cultura foi aprovado no início de 2014 e o Conselho Municipal de Políticas Culturais e Patrimônio encontra-se ativo, com reuniões bimestrais e composição paritária.

### Desafios de TIRADENTES (MG):

- Durante os feriados, finais de semana prolongados e eventos o trânsito de veículos apresenta congestionamentos na visão dos entrevistados. Uma medida tomada este ano pela prefeitura, no intuito de minimizar este problema e preservar o patrimônio do destino foi a proibição da circulação de veículos não autorizados no centro histórico durante os finais de semana;
- A sinalização turística é deficiente nas áreas de circulação do turista no destino. Não foram constatadas placas com mapas turísticos ou sinalização descritiva e interpretativa nos principais atrativos;
- O destino não conta com marca turística ou material promocional próprio, apenas o que foi elaborado em parceria com o Circuito Trilha dos Inconfidentes. Com relação às estratégias de promoção digital, não há uma página promocional turística oficial de Tiradentes, ou perfis oficiais em redes sociais com intuito de promoção turística.

## RESULTADOS CONSOLIDADOS

A tabela 1 consolida os resultados gerais do destino, do Brasil e do grupo das não capitais nos últimos três anos nas dimensões avaliadas.

**Tabela 1. Índices de competitividade do destino e médias Brasil e Não capitais<sup>2</sup>**

Dimensões	BRASIL			NÃO CAPITAIS			TIRADENTES		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015
ÍNDICE GERAL	58,8	59,5	60,0	53,1	53,4	53,8	53,6	51,0	52,8
INFRAESTRUTURA GERAL	68,6	68,2	67,7	63,8	62,5	61,8	67,3	62,7	64,2
ACESSO	62,6	62,2	61,9	53,8	52,4	52,4	61,9	58,2	59,0
SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS	56,8	58,7	59,0	48,1	49,6	49,5	42,9	41,2	40,1
ATRATIVOS TURÍSTICOS	63,2	63,4	63,2	63,4	62,8	62,6	61,3	62,1	62,8
MARKETING E PROMOÇÃO DO DESTINO	46,8	48,4	48,5	44,4	45,7	45,0	44,5	35,9	32,3
POLÍTICAS PÚBLICAS	57,6	58,1	58,9	54,4	53,9	55,3	30,1	28,7	36,7
COOPERAÇÃO REGIONAL	44,6	48,3	50,0	44,9	49,3	51,7	73,5	77,6	82,7
MONITORAMENTO	37,4	36,2	36,3	31,9	30,7	30,4	20,3	12,6	22,3
ECONOMIA LOCAL	63,6	63,6	64,7	55,2	54,8	55,8	65,1	57,4	54,4
CAPACIDADE EMPRESARIAL	61,2	61,9	62,7	43,5	44,8	45,7	32,1	29,3	27,6
ASPECTOS SOCIAIS	59,4	59,7	60,5	56,7	56,8	57,9	60,5	53,7	60,3
ASPECTOS AMBIENTAIS	67,7	67,3	68,2	63,6	62,4	63,5	67,6	67,7	69,7
ASPECTOS CULTURAIS	58,2	62,0	64,0	52,4	55,6	57,6	64,5	68,8	72,3

Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

<sup>2</sup> O resultado Brasil considera a amostra das 65 localidades analisadas. Os resultados das não capitais refletem a média dos índices do grupo de cidades de mesma característica geopolítica.

### 3. RESULTADOS POR DIMENSÃO

Conforme indicado na etapa anterior, o Índice de Competitividade do destino (Índice geral) é o resultado da soma ponderada dos índices registrados em cada uma das 13 dimensões. Nas próximas páginas, portanto, serão apresentados os resultados registrados pelo destino em cada dimensão, e a série histórica de índices. Para apoiar a compreensão, serão destacados os principais fatores positivos e os principais desafios para a competitividade do destino<sup>3</sup>.

#### 3.1. Infraestrutura geral

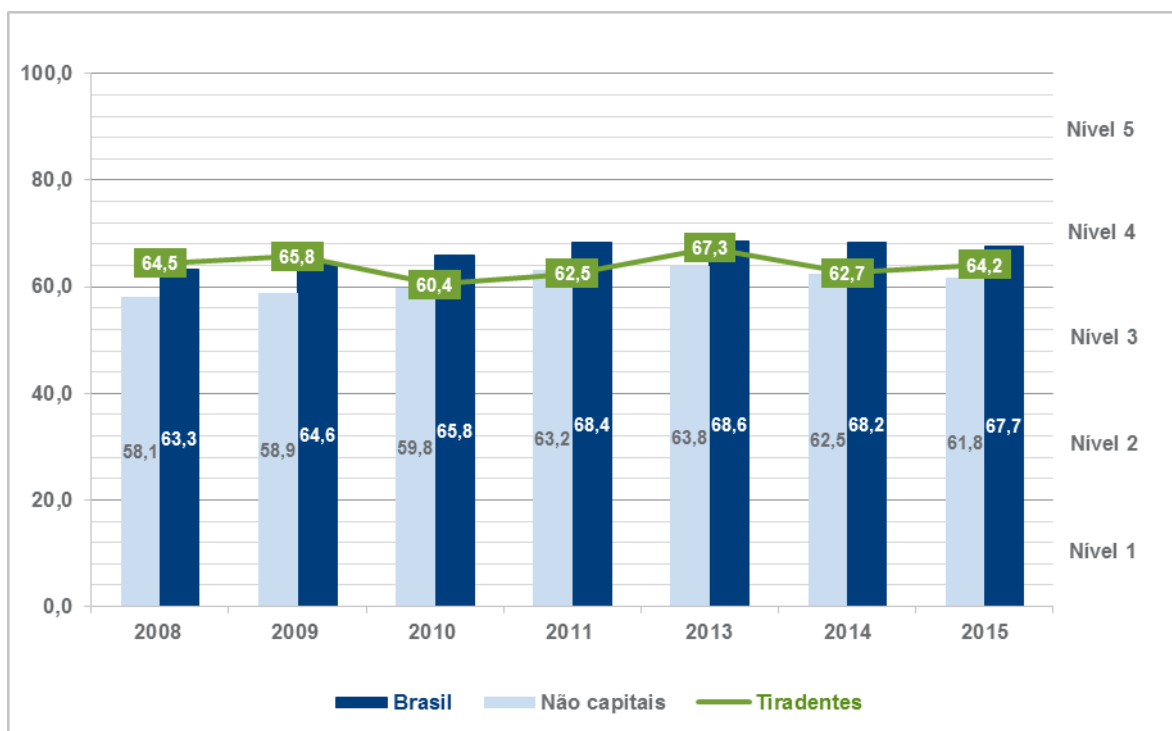
Variáveis analisadas:

Capacidade de atendimento médico para o turista no destino	Fornecimento de energia	Serviço de proteção ao turista	Estrutura urbana nas áreas turísticas
--	-------------------------	--------------------------------	---------------------------------------

Na dimensão *Infraestrutura geral*, o índice registrado pelo destino em 2015 ficou acima do alcançado no ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 4. Este índice posicionou-se abaixo média nacional e acima da média do grupo das não capitais na dimensão.

<sup>3</sup> Como ressaltado anteriormente, a totalidade dos quesitos considerados em cada dimensão pode ser conferida no Relatório Brasil 2015, no capítulo correspondente aos Aspectos Metodológicos do Índice. Optou-se por destacar aqui apenas os principais, para oferecer ao destino uma análise mais direcionada.

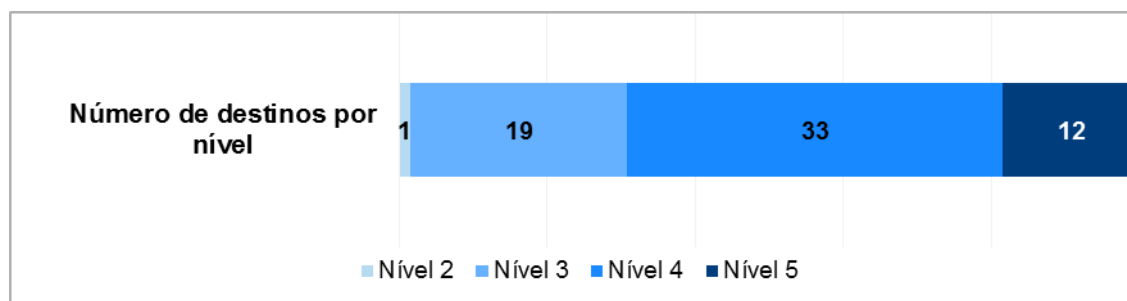
**Gráfico 4. Índices Infraestrutura geral – destino x Brasil x Não capitais: 2008-2015**



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

O Gráfico 5 mostra o posicionamento dos 65 destinos pesquisados de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Infraestrutura geral*. Ressalta-se que 33 destinos se encontram no mesmo nível que Tiradentes, estágio em que se encontra a maioria dos destinos pesquisados.

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



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

Dentre os fatores que influenciaram o resultado da dimensão, destacam-se:

- Melhorias no abastecimento de energia elétrica no destino, de maneira que os entrevistados avaliam que não há mais quedas frequentes;
- Evidência da limpeza pública e da conservação urbana no entorno das áreas turísticas;
- Disponibilidade de lixeiras, em quantidade, no entorno das áreas turísticas.

Entre os desafios enfrentados pelo destino, estão:

- Baixa complexidade do atendimento de emergências médicas, restrito a primeiros-socorros e estrutura para pequenas cirurgias, além de o mesmo só estar disponível de segunda a sexta de 8h às 16h, sendo necessário o encaminhamento para o município vizinho quando há ocorrências fora do horário;
- Ausência de grupamento especializado na Polícia Militar para o atendimento ao turista, bem como inexistência de delegacia ou programa de proteção ao turista na Polícia Civil;
- Inexistência de monitoria ou controle por câmeras nas áreas turísticas, o que contribui para o incremento da segurança do destino;
- Inexistência de elementos de acessibilidade que permitam a circulação de deficientes físicos e pessoas com necessidades especiais nas áreas turísticas do destino. Uma iniciativa neste sentido é o projeto de nivelção do calçamento no entorno da Praça das Forras, que apesar de não resolver o problema de acessibilidade do destino, contribuirá.

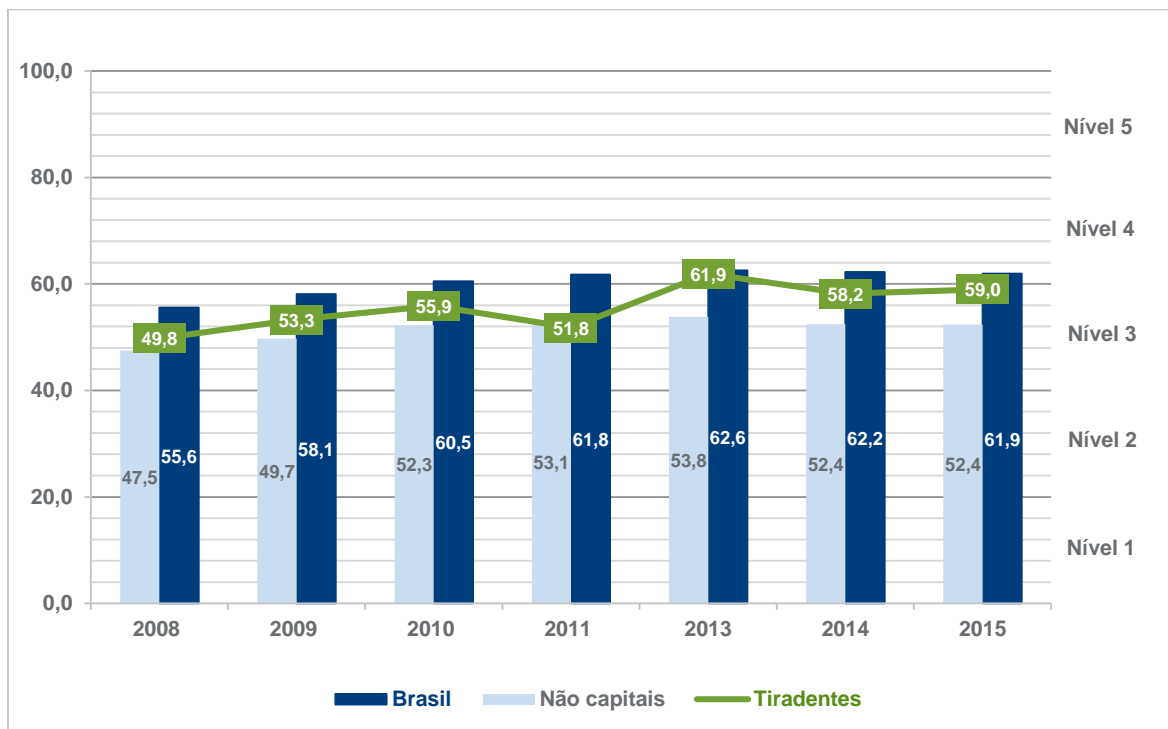
### 3.2. Acesso

Variáveis analisadas:

Acesso aéreo	Acesso rodoviário	Acesso aquaviário	Acesso ferroviário
Sistema de transporte no destino	Proximidade de grandes centros emissores de turistas		

Na dimensão Acesso, o índice alcançado pelo destino em 2015 permaneceu estável em relação ao registrado no ano anterior, mantendo-se no nível 3, como é possível observar no Gráfico 6. Este índice posicionou-se abaixo média nacional e acima da média do grupo das não capitais na dimensão.

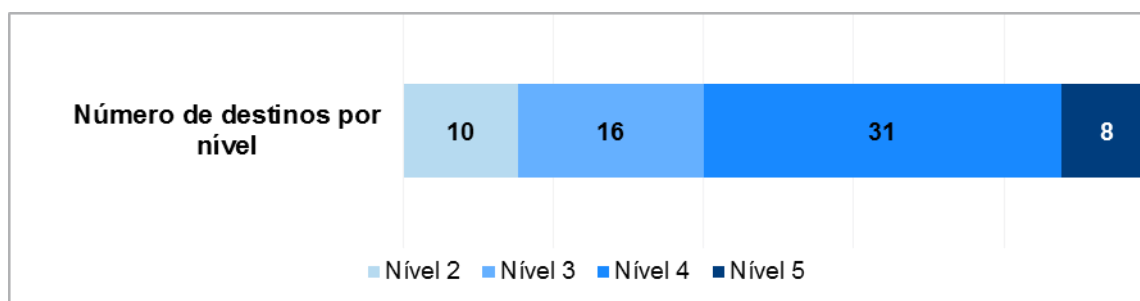
**Gráfico 6. Índices Acesso – destino x Brasil x Não capitais: 2008-2015**



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

O Gráfico 7 mostra o posicionamento dos 65 destinos pesquisados de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão Acesso. Observa-se que 16 destinos se encontram no mesmo nível que Tiradentes, enquanto a maior parte dos destinos pesquisados encontra-se no nível 4.

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



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

Dentre os fatores que influenciaram o resultado da dimensão, destacam-se:

- Existência de linhas de ônibus intermunicipais e interestaduais regulares que atendem ao destino, sendo as principais delas a que liga o destino à São João del Rei, cidade vizinha e que possui terminal rodoviário com maior quantidade de ligações que Tiradentes, e a linha para o Rio de Janeiro, atualmente, única ligação interestadual do destino;
- Existência de um terminal rodoviário no destino, cuja estrutura é simples e carece de serviços e melhorias estruturais, porém oferece serviço de transportes para o deslocamento dentro do destino dos passageiros que embarcam ou desembarcam por ele, como: ponto de taxi e ônibus circular;
- Disponibilidade de serviço de táxi regularizado e padronizado.

Entre os desafios enfrentados pelo destino, estão:

- Ausência de aeroporto com voos regulares dentro do território municipal ou dentro de um raio de 100km de distância do destino, sendo o principal aeroporto que atende, o Aeroporto Internacional Tancredo Neves (Confins);
- Inexistência de linha regular de transporte turístico (ônibus ou similar) que interligue os principais atrativos do destino, apesar de haver serviço de charretes para se fazer passeio pelo Centro Histórico;
- Carência de vagas públicas para estacionamento e ocorrência de congestionamentos nas áreas turísticas do destino, especialmente durante os principais eventos e a alta temporada. Uma medida tomada neste sentido foi o fechamento das ruas do Centro Histórico para a circulação de veículos. Tal iniciativa faz parte do processo de municipalização do trânsito pelo qual passa o destino;
- Carência de facilidades no serviço de taxi do destino, como sistema de chamada via aplicativos para *smartphones* e pagamento por cartões de crédito, além do fato de não existir taxímetro ou tabela de preços visíveis para o passageiro, que precisa combinar o valor da corrida com o motorista previamente.

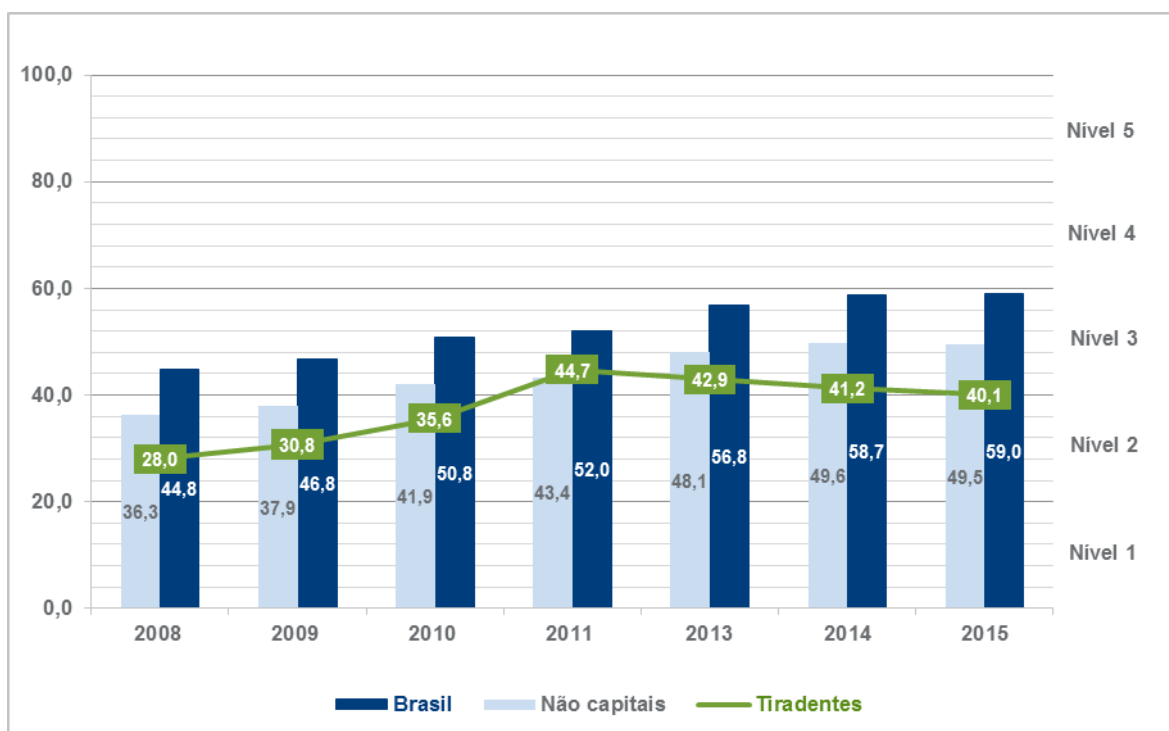
### 3.3. Serviços e equipamentos turísticos

Variáveis analisadas:

Sinalização turística	Centro de atendimento ao turista	Espaço para eventos	Capacidade dos meios de hospedagem
Capacidade do turismo receptivo	Estrutura de qualificação para o turismo	Capacidade dos restaurantes	

Na dimensão *Serviços e equipamentos turísticos*, o índice registrado pelo destino em 2015 ficou abaixo em relação ao registrado no ano anterior, o que levou o destino a posicionar-se um nível abaixo (nível 2), como é possível observar no Gráfico 8. Este índice posicionou-se abaixo média nacional e abaixo da média do grupo das não capitais na dimensão.

**Gráfico 8. Índices Serviços e equipamentos turísticos – destino x Brasil x Não capitais: 2008-2015**

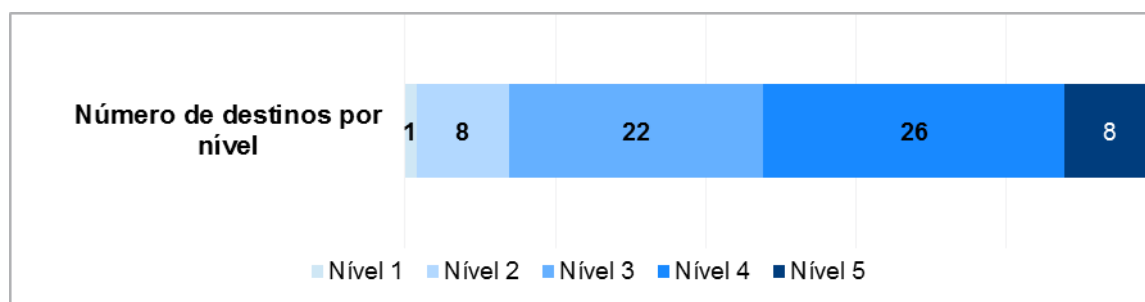


Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

O Gráfico 9 mostra o posicionamento dos 65 destinos pesquisados de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Serviços e equipamentos turísticos*. Ressalta-se que 8

destinos se encontram no mesmo nível que Tiradentes, enquanto a maior parte dos destinos pesquisados encontra-se no nível 4.

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



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

Dentre os fatores que influenciaram o resultado da dimensão, destacam-se:

- Existência de um Centro de Atendimento ao Turista no destino, localizado na sede do órgão gestor de turismo, na Praça das Forras, com funcionários capacitados para o atendimento, além de material promocional com informações sobre o destino e destinos da região, contatos de prestadores de serviços turísticos, entre outros;
- Oferta de espaços para a realização de eventos – espaços multifuncionais, como a Praça das Forras e o estacionamento do terminal rodoviário, além de salas em hotéis para eventos de pequeno, médio e grande porte, como Resort Santíssimo e hotel Pequena Tiradentes;
- Presença de empresas de receptivo, que oferecem diversos serviços aos turistas (*city tour*, *transfer*, visitas guiadas, passeios para destinos do entorno, entre outros);
- 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, havendo inclusive um Festival Gastronômico, oportunidade na qual ocorre a troca de conhecimento entre chefs locais e de fora, com o fortalecimento da culinária do destino;
- Presença de instituições de qualificação profissional que oferecem cursos livres regulares nas áreas relacionadas ao turismo no município.

Entre os desafios enfrentados pelo destino, estão:

- Inexistência de sinalização turística viária e de sinalização turística descritiva ou interpretativa nos atrativos nos padrões internacionais recomendados pelo Ministério do Turismo;
- Ausência de atendimento em idioma estrangeiro no Centro de Atendimento ao Turista do destino;
- 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;
- Indisponibilidade de serviço de locação de automóveis no destino, sendo o local mais próximo para se encontrar tal serviço, o município vizinho de São João del Rei.

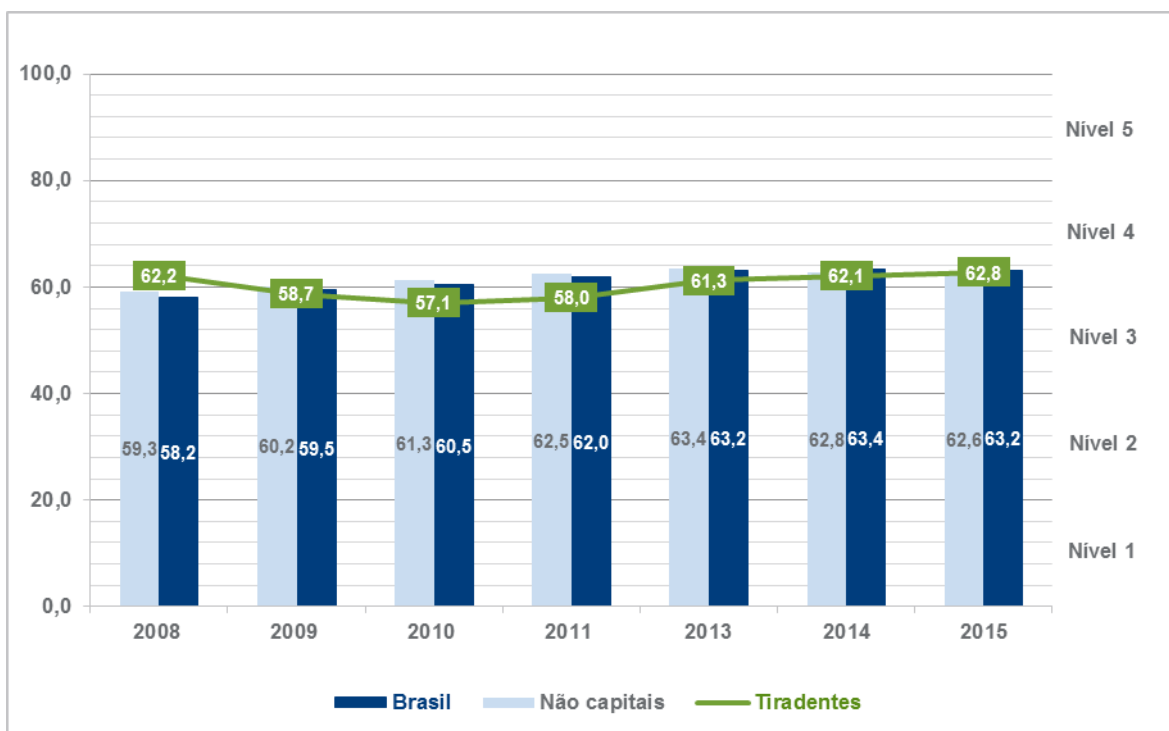
### 3.4. Atrativos turísticos

Variáveis analisadas:

Atrativos naturais	Atrativos culturais	Eventos programados	Realizações técnicas, científicas ou artísticas.
Diversidade de atrativos e equipamentos de lazer			

Na dimensão *Atrativos turísticos*, o índice alcançado pelo destino em 2015 manteve-se estável em relação ao registrado no ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 10. Este índice também manteve-se estável em relação à média nacional e à média do grupo das não capitais na dimensão.

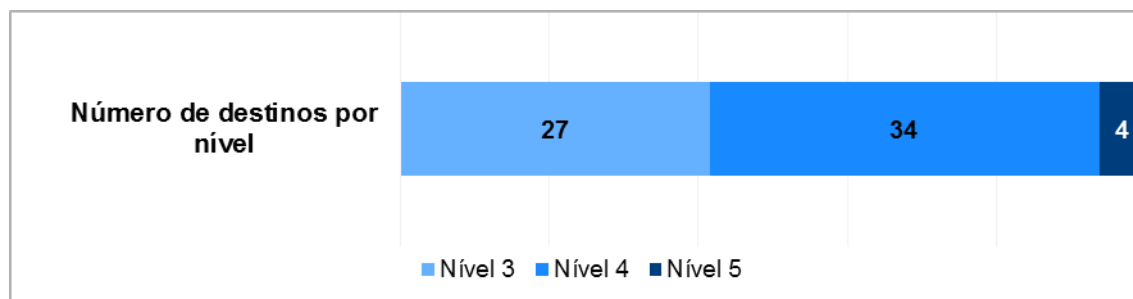
**Gráfico 10. Índices Atrativos turísticos – destino x Brasil x Não capitais: 2008-2015**



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

O Gráfico 11 mostra o posicionamento dos 65 destinos pesquisados de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Atrativos turísticos*. Observa-se que 34 destinos se encontram no mesmo nível que Tiradentes, estágio em que se encontra a maioria dos destinos pesquisados.

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



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

Dentre os fatores que influenciaram o resultado da dimensão, destacam-se:

- Existência de atrativos naturais para os quais há fluxo turístico, sendo os principais a Área de Proteção Ambiental (APA) da Serra de São José e o Bosque da Mãe D'Água;
- Presença de atrativos culturais com fluxo turístico, tendo sido indicados como principais o Centro Histórico, a Igreja Matriz de Santo Antônio e a Maria Fumaça (passeio de trem);
- Evidência de conservação urbanística no entorno do Centro Histórico – principal atrativo cultural. Vale destacar a estrutura presente no atrativo, que dispõe de comércio, lojas, restaurantes, Centro de Atendimento ao Turista e acesso a internet gratuito na Praça das Forras, por meio do projeto Tiradentes Digital;
- Existência de eventos programados que atraem turistas, sendo os principais: Festival Internacional de Cultura e Gastronomia, Mostra de Cinema de Tiradentes e Bike Fest – Encontro de motos;
- Estrutura física ótima no local onde acontece o principal evento programado indicado – Festival de Cultura e Gastronomia – que dispõe de instalações temporárias, como: balcão de visitantes, restaurantes, lojas de souvenir, entre outros elementos. Vale destacar a crescente notoriedade conquistada pelo evento, sobretudo na América do Sul, tendo contado com a presença de importantes chefs de cozinha internacional;
- Existência de atrativos de realização técnica e científica<sup>4</sup> que atraem visitantes ao longo de todo o ano com interesse específico, independentemente de uma data especial no calendário de eventos, com destaque para o Refúgio Estadual de Vida Silvestre Libélulas da Serra de São José, principal atrativo indicado nesta categoria.

Entre os desafios enfrentados pelo destino, estão:

- Inexistência de estudo de capacidade de carga ou suporte para o principal atrativo natural para o controle de visitantes no local com intuito de minimizar o impacto da atividade turística sobre os recursos naturais. Apesar disto, a gestão da APA São José espera a contratação de novos profissionais para iniciar o estudo;
- Inexistência de estudo de capacidade de carga para o principal atrativo cultural indicado – Centro Histórico – apesar de a Secretaria de Turismo exigir um Plano de Controle Ambiental

---

<sup>4</sup> Realizações técnicas, científicas e artísticas são obras, instalações, atividades acadêmicas e de pesquisas que, em qualquer época do ano, independentemente de eventos, são **capazes de motivar o interesse de turistas e especialistas e, com isso, provocar a utilização de serviços e equipamentos turísticos**. Exemplos: sítios arqueológicos, locais de observação de pássaros, exposições, ateliers, escolas de dança, de música ou de artes cênicas, centros de treinamento e de excelência, campos de golfe, parques temáticos e parques aquáticos.

dos organizadores de grandes eventos (acima de 2.000 pessoas), para que o mesmo seja autorizado, nos termos da lei de eventos do município (lei 2622, de 20 de outubro de 2011);

- Ausência de condições de acessibilidade para pessoas com deficiência no principal atrativo natural, no principal cultural e para o local onde ocorre o principal evento programado do destino.

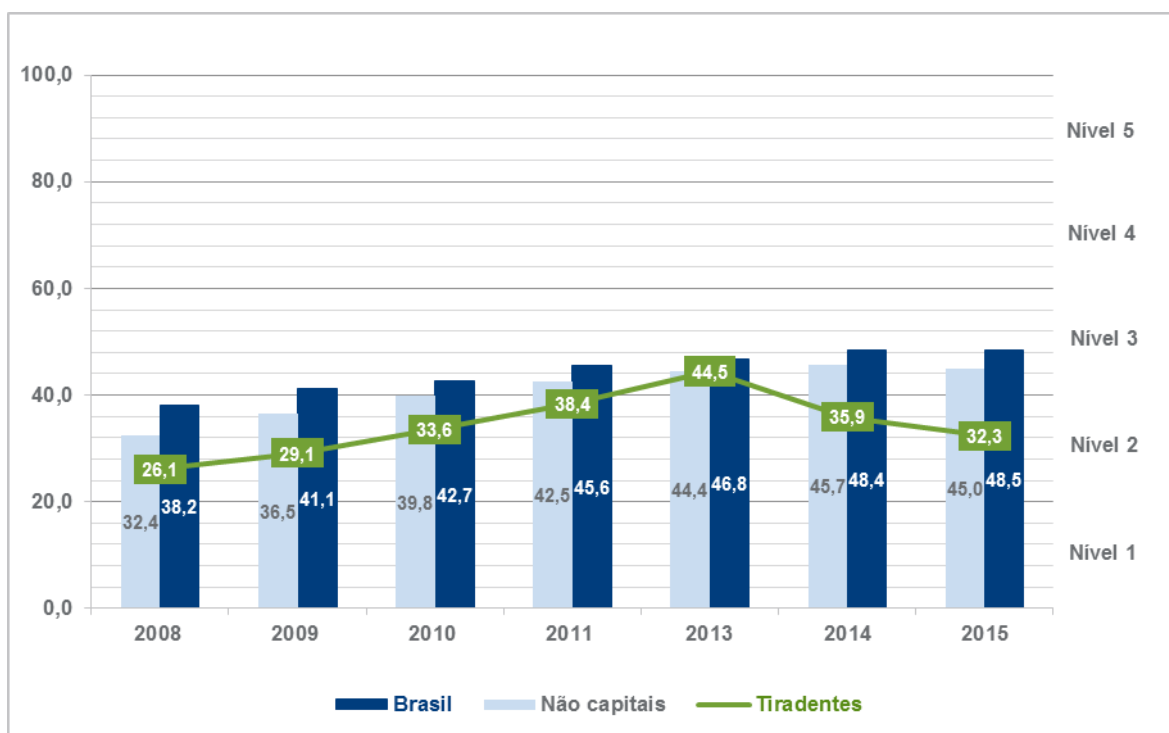
### 3.5. Marketing e promoção do destino

Variáveis analisadas:

Plano de marketing	Participação em feiras e eventos	Promoção do destino	Estratégias de promoção digital
--------------------	----------------------------------	---------------------	---------------------------------

Na dimensão *Marketing e promoção do destino*, o índice registrado pelo destino em 2015 ficou abaixo do conquistado no ano anterior, mantendo-se no nível 2, como é possível observar no Gráfico 12. Este índice posicionou-se abaixo da média nacional e da média do grupo das não capitais na dimensão.

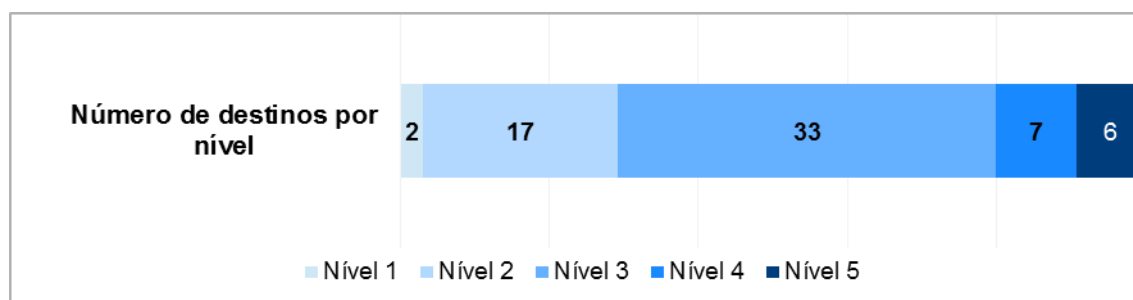
**Gráfico 12. Índices Marketing e promoção do destino – destino x Brasil x Não capitais: 2008-2015**



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

O Gráfico 13 mostra o posicionamento dos 65 destinos pesquisados de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Marketing e promoção do destino*. Ressalta-se que 17 destinos se encontram no mesmo nível que Tiradentes, enquanto a maior parte dos destinos pesquisados 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**



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

Dentre os fatores que influenciaram o resultado da dimensão, destacam-se:

- Participação contínua em feiras e eventos do setor de turismo, especialmente viabilizadas por meio de parcerias com entidades, Circuito da Trilha dos Inconfidentes e com o estado, entre outros;
- Participação do destino em rodadas de negócios e reuniões agendadas em eventos e feiras de turismo no ano anterior, como por exemplo o Salão Mineiro;
- Realização de ações de promoção do destino, no ano anterior, dentre as quais: publicidade e realização de eventos promocionais do destino;
- Existência de página institucional do município na internet – acessível pelo endereço [www.tiradentes.mg.gov.br](http://www.tiradentes.mg.gov.br), na qual são divulgadas algumas informações turísticas sobre o destino.

Entre os desafios enfrentados pelo destino, 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;

- Ausência de avaliação dos resultados dos eventos de turismo dos quais o destino participa, o que poderia ser feito por meio de pesquisa nos próprios eventos, contagem de visitantes recebidos nos estandes, bem como de negócios estabelecidos;
- Inexistência de material promocional institucional do destino, apenas material regional, coproduzido em parceria com o Circuito da Trilha dos Inconfidentes;
- Indisponibilidade de uma agenda de eventos para consulta por parte do turista e da população local, em que pese o fato de o calendário de eventos da cidade ser bastante diversificado ao longo do ano;
- Ausência de página promocional de turismo na internet que forneça informações turísticas sobre o destino para o turista, já que a única página oficial que apresenta algumas informações é o site da própria prefeitura, que se encontra desatualizada;
- Ausência do destino em redes sociais, o que poderia ser feito com o intuito de divulgar suas atrações e eventos.

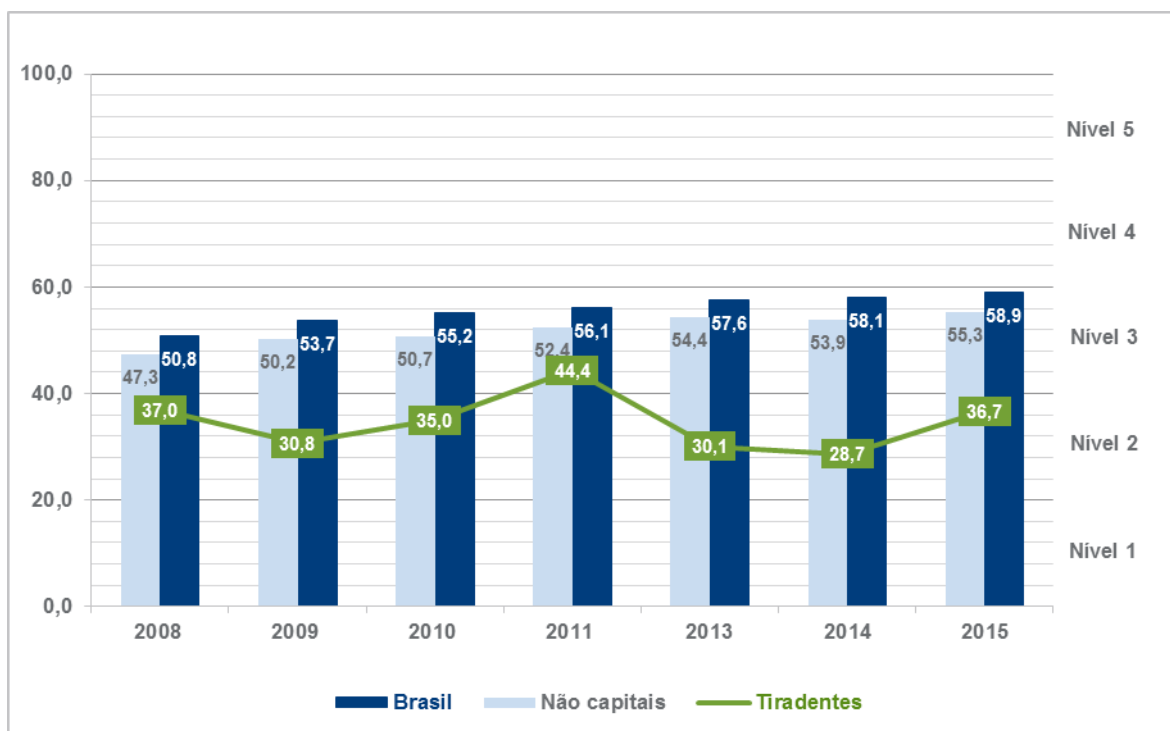
### 3.6. Políticas públicas

Variáveis analisadas:

Estrutura municipal para apoio ao turismo	Grau de cooperação com o governo estadual	Grau de cooperação com o governo federal	Planejamento para a cidade e para a atividade turística	Grau de cooperação público-privada
---	---	--	---	------------------------------------

Na dimensão *Políticas públicas*, o índice registrado pelo destino em 2015 ficou acima do conquistado no ano anterior, mantendo-se no nível 2, como é possível observar no Gráfico 14. Este índice posicionou-se abaixo da média nacional e da média do grupo das não capitais na dimensão.

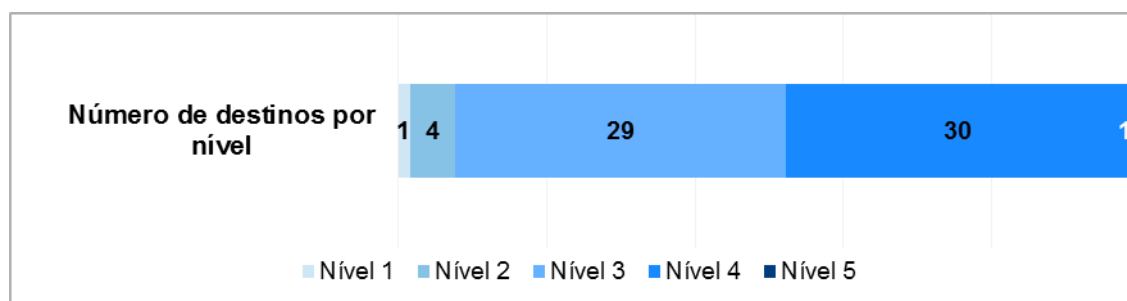
**Gráfico 14. Índices Políticas públicas – destino x Brasil x Não capitais: 2008-2015**



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

O Gráfico 15 mostra o posicionamento dos 65 destinos pesquisados de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Políticas públicas*. Observa-se que quatro destinos se encontram no mesmo nível que Tiradentes, enquanto a maior parte dos destinos pesquisados apresentou resultados no nível 4.

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



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

Dentre os fatores que influenciaram o resultado da dimensão, destacam-se:

- Existência de um órgão municipal – Departamento Municipal de Turismo e Cultura – com atribuição de coordenar ou incentivar o desenvolvimento do turismo - ainda que não exclusivo do turismo;
- Existência de instância de governança local ativa – em formato de Conselho Municipal de Turismo - dedicada ao acompanhamento da atividade turística, e que realiza reuniões com regularidade mensal;
- Recebimento de investimentos diretos do governo estadual em projetos que visavam ao desenvolvimento do turismo, no ano anterior, em áreas como Infraestrutura geral, Acesso, Marketing e promoção do destino e Cultura;
- Existência de convênios firmados com o Governo Federal, no ano anterior;
- Existência de Plano Diretor Municipal, revisado no ano passado, que contempla o setor de turismo, inclusive considerando a atividade como uma das principais do destino;
- Execução de ações e projetos em parceria com a iniciativa privada e com entidades de classe representativas do setor ao longo do ano anterior em áreas como: Preservação urbana, Elaboração de material promocional, Preservação de recursos do Patrimônio, entre outras.

Entre os desafios enfrentados pelo destino, estão:

- O fato de órgão gestor não ser exclusivo da pasta turismo;
- Indisponibilidade de fonte de recurso próprio extraorçamentário para o órgão gestor de turismo, apesar de haver negociação em curso junto ao empresariado para que seja implementada a taxa de turismo sobre a ocupação;
- Não recebimento de recursos de emendas parlamentares para o turismo no ano anterior;
- Ausência de investimentos diretos do governo federal em projetos ligados ao turismo, no ano anterior, de acordo com a gestão pública local;
- Inexistência de planejamento formal para o setor de turismo do destino, em vigor, que defina diretrizes e metas do setor para os próximos anos. Vale destacar a elaboração do Plano Municipal de Turismo, que estava em curso no período da visita de campo este ano.

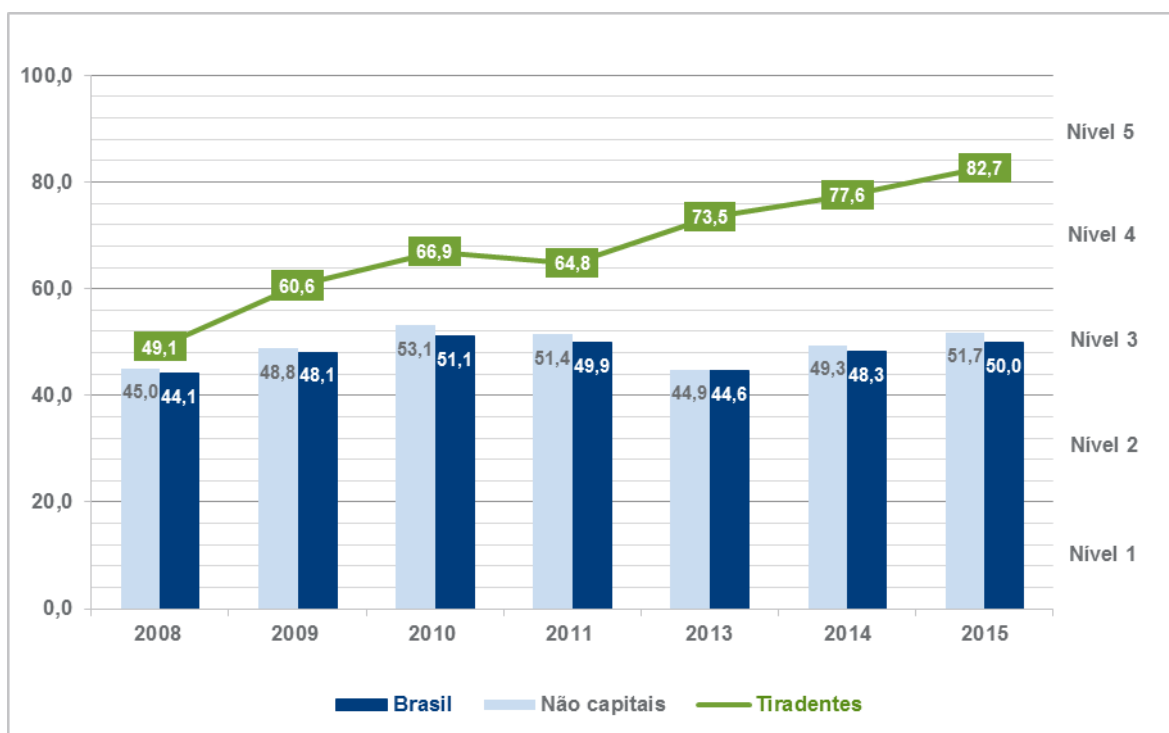
### 3.7. Cooperação regional

Variáveis analisadas:

Governança	Projetos de cooperação regional	Planejamento turístico regional	Roteirização	Promoção e apoio à comercialização de forma integrada
------------	---------------------------------	---------------------------------	--------------	---

Na dimensão *Cooperação regional*, o índice registrado em 2015 ficou acima do alcançado pelo destino no ano anterior, o que levou o destino a subir atingindo o nível máximo na escala de competitividade (nível 5), como é possível observar no Gráfico 16. Este índice posicionou-se acima da média nacional e acima da média do grupo das não capitais na dimensão.

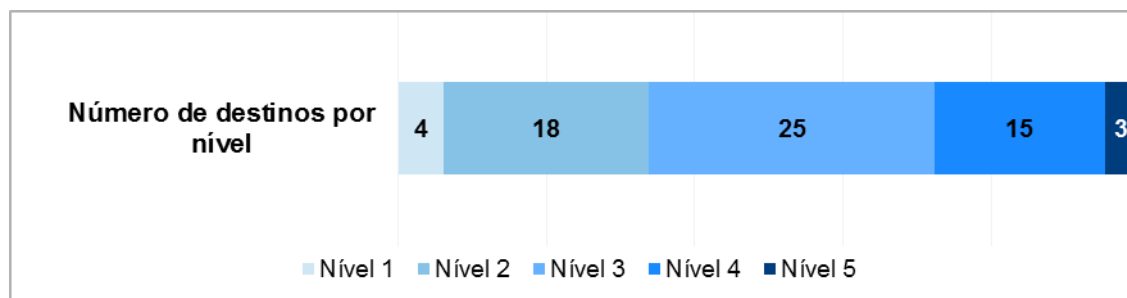
Gráfico 16. Índices Cooperação regional – destino x Brasil x Não capitais: 2008-2015



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

O Gráfico 17 mostra o posicionamento dos 65 destinos pesquisados de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Cooperação regional*. Ressalta-se que três destinos se encontram no mesmo nível que Tiradentes, enquanto a maior parte dos destinos pesquisados encontra-se no nível 3.

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



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

Dentre os fatores que influenciaram o resultado da dimensão, destacam-se:

- Existência de uma instância de governança regional, Circuito Turístico Trilha dos Inconfidentes, 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, e que está formalmente constituída, seguindo os princípios do Programa de Regionalização do Turismo do Ministério do Turismo;
- Disponibilidade de um gestor executivo com dedicação exclusiva à coordenação das atividades da instância de governança regional;
- O fato de a instância de governança regional manter reuniões periódicas, contar com recurso próprio e dispor de suporte – oferecido pelas prefeituras, governo do estado, entre outras entidades– para a condução de suas atividades;
- Realização de ações, no ano anterior, para mobilizar atores do segmento turístico do destino sobre a importância da cooperação regional, como a mobilização junto a algumas prefeituras para fortalecimento de conselhos municipais e estruturação de planos municipais de turismo, além mobilização para a instalação de placas turísticas para um roteiro de turismo religioso;
- Existência de projetos de cooperação regional compartilhados entre Tiradentes e outros destinos da região do Circuito da Trilha dos Inconfidentes, sendo um dos principais atualmente; o “Tô na Trilha”. Projeto que compreende material promocional e site próprios;
- O fato de o destino integrar roteiros turísticos regionais, comercializados por operadores e agências locais e nacionais;
- Participação do destino em eventos para a promoção e comercialização dos roteiros regionais da região turística dos quais faz parte, no ano anterior, como: Salão Mineiro de Turismo, Festival de Turismo de Gramado, entre outros;

- Existência de material promocional da região turística e dos roteiros turísticos dos quais faz parte o destino.

Entre os desafios enfrentados pelo destino, estão:

- Necessidade de atualização do plano de desenvolvimento turístico integrado para a região turística em vigor, já que o horizonte temporal do mesmo finda em 2014;
- Inexistência de página institucional da região turística ou roteiros turísticos regionais na internet, já que o site oficial [www.trilhadosinconfidentes.tur.br](http://www.trilhadosinconfidentes.tur.br), se encontrava inativo.

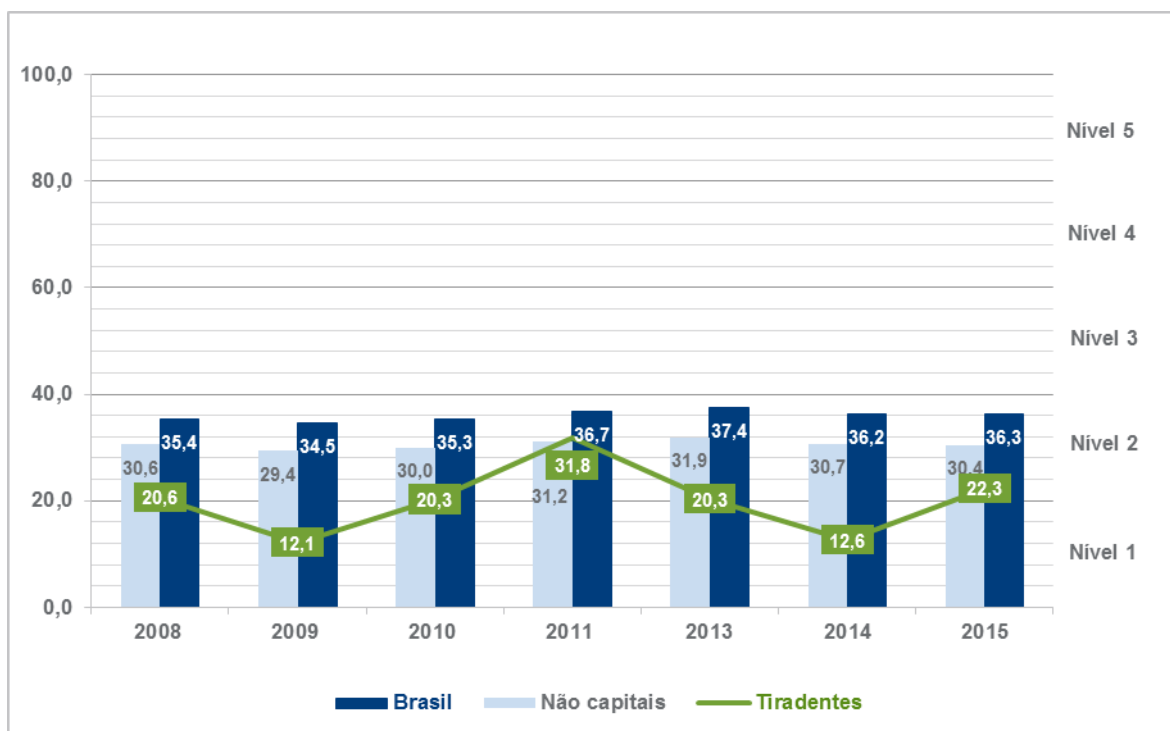
### 3.8. Monitoramento

Variáveis analisadas:

Pesquisas de demanda	Pesquisas de oferta	Sistema de estatísticas do turismo	Medição dos impactos da atividade turística	Setor específico de estudos e pesquisas
----------------------	---------------------	------------------------------------	---	---

Na dimensão *Monitoramento*, o índice registrado pelo destino em 2015 ficou acima do alcançado no ano anterior, o que levou o destino a subir de nível na escala de competitividade (nível 2), como é possível observar no Gráfico 18. Este índice posicionou-se abaixo da média nacional e da média do grupo das não capitais na dimensão.

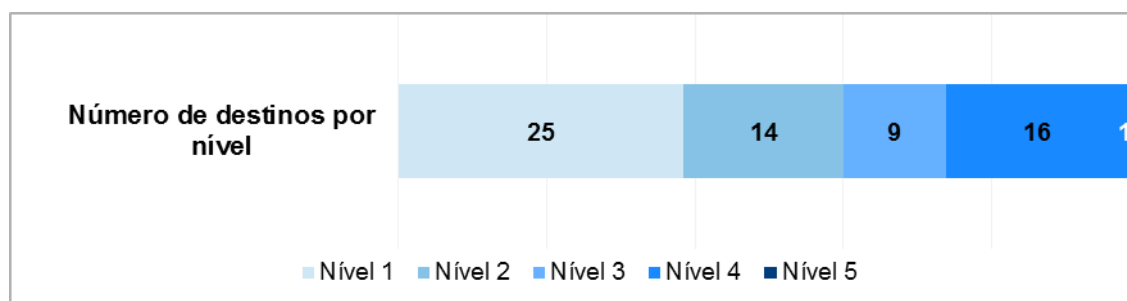
**Gráfico 18. Índices Monitoramento – destino x Brasil x Não capitais: 2008-2015**



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

O Gráfico 19 mostra o posicionamento dos 65 destinos pesquisados de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Monitoramento*. Observa-se que 14 destinos se encontram no mesmo nível que Tiradentes, enquanto a maior parte dos destinos pesquisados encontra-se no nível 1.

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



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

Dentre os fatores que influenciaram o resultado da dimensão, destacam-se:

- Existência de pesquisa de demanda periódica, realizada duas vezes ao ano pela Secretaria de Estado de Turismo, que gera dados relevantes para o planejamento do turismo no destino, cuja coleta de dados é realizada tanto na alta quanto na baixa temporada;
- Existência de estudos sobre os impactos econômicos, gerados pelo turismo, elaborados no contexto da atualização do Plano Diretor de Tiradentes, onde se encontram capítulos dedicados ao dimensionamento da atividade turística no destino, com gastos dos turistas, estimativas de receita do turismo para o município.

Entre os desafios enfrentados pelo destino, estão:

- Aproveitamento da Pesquisa de Demanda Turística de Minas Gerais, que ainda não é utilizado para planejamento e políticas públicas em turismo, ou para ações de marketing direcionadas para os principais mercados mostrados na pesquisa;
- Inexistência de pesquisas de perfil de turistas em eventos específicos. Vale destacar que de acordo com a lei de eventos do destino (lei 2622, de 20 de outubro de 2011), é exigida por parte dos organizadores de eventos, como contrapartida, a realização de pesquisas de perfil e satisfação do público, restando sua aplicação efetiva;
- Inexistência de pesquisa de oferta turística do destino atualizada, com intuito de identificar números ligados aos meios de hospedagem, atrativos, bares, restaurantes, entre outros serviços que compõem a oferta turística;
- Ausência de um conjunto de estatísticas turísticas ou sistema de estatísticas turísticas, disponíveis para consulta ou para cruzamento de dados quando necessário;
- Inexistência de estudos e monitoramento sobre os impactos sociais e ambientais gerados pelo turismo;
- Ausência de um setor específico de estudos que realize pesquisas em turismo na administração pública local.

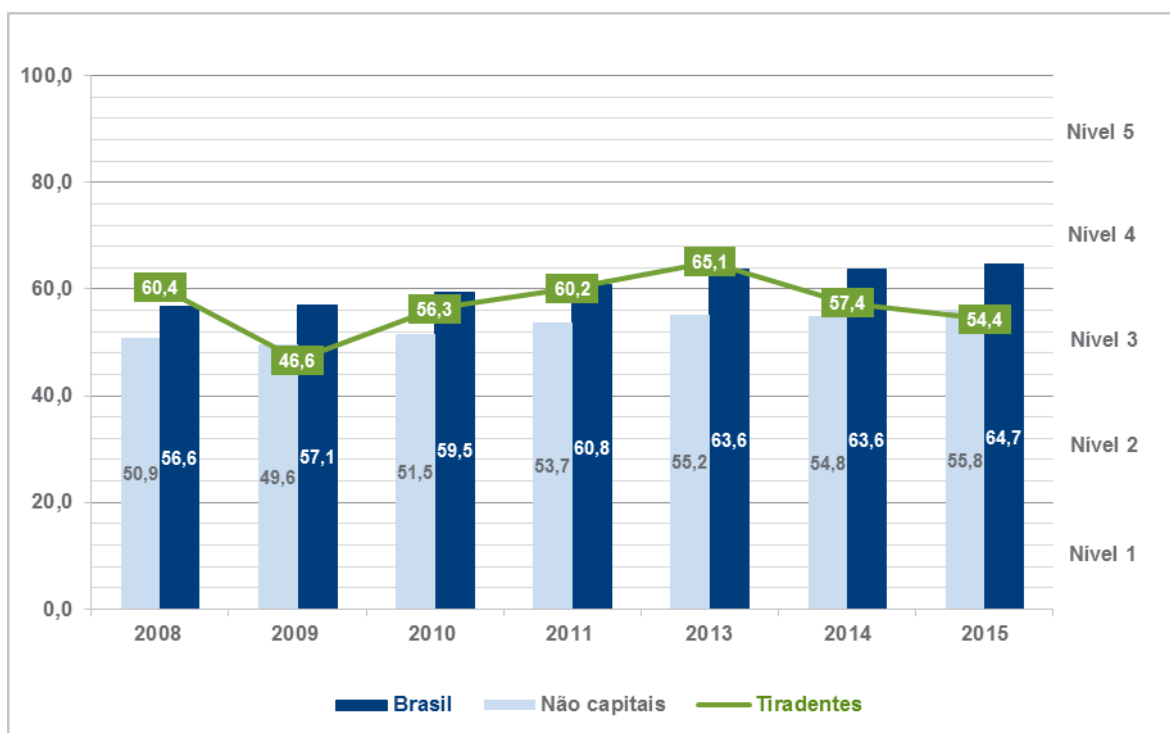
### 3.9. Economia local

Variáveis analisadas:

Aspectos da economia local	Infraestrutura de comunicação	Infraestrutura e facilidades para negócios	Empreendimentos ou eventos alavancadores
----------------------------	-------------------------------	--	--

Na dimensão *Economia local*, o resultado conquistado pelo destino em 2015 ficou abaixo do registrado no ano anterior, mantendo-se no nível 3, como é possível observar no Gráfico 20. Este índice posicionou-se abaixo da média nacional e abaixo da média do grupo das não capitais na dimensão.

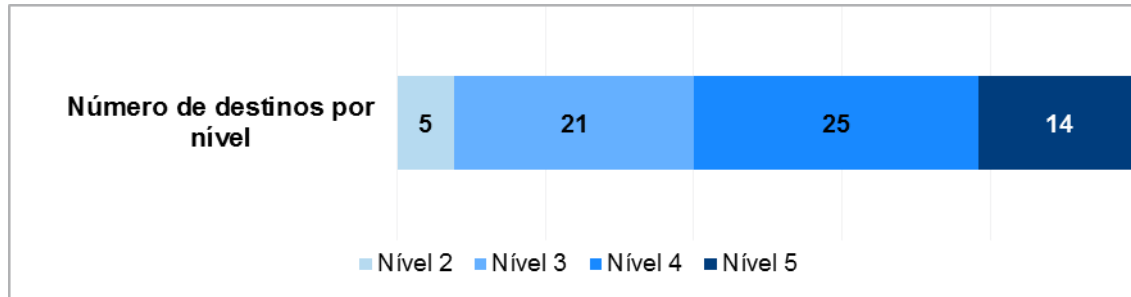
Gráfico 20. Índices Economia local – destino x Brasil x Não capitais: 2008-2015



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

O Gráfico 21 mostra o posicionamento dos 65 destinos pesquisados de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Economia local*. Ressalta-se que 21 destinos se encontram no mesmo nível que Tiradentes, enquanto a maior parte dos destinos pesquisados apresentou resultados no nível 4.

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



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

Dentre os fatores que influenciaram o resultado da dimensão, destacam-se:

- Cobertura de quatro operadoras de telefonia móvel no destino, sendo elas: Oi, Tim, Vivo e Claro;
- Acesso gratuito à internet em locais públicos, como no Centro de Atendimento ao Turista e na Praça das Forras, por meio do programa Tiradentes Digital;
- Presença de caixas eletrônicos de autoatendimento para saques com cartões de crédito internacionais;
- Existência de lei municipal de incentivo à formalização de estabelecimentos comerciais e de prestadores de serviços: a lei 2493 de 22 de dezembro de 2009.

Entre os desafios enfrentados pelo destino, estão:

- Ausência de benefícios locais de isenção ou redução de impostos ou taxas para as atividades características do turismo;
- Inexistência de um *Convention & Visitors Bureau* do destino ou da região, instituição que poderia auxiliar o destino na captação de eventos, na promoção e divulgação dos atrativos e no planejamento turístico em curto, médio e longo prazo;
- O fato de o destino não ter sediado nenhum evento internacional (padrão ICCA) no destino, no ano anterior;
- O fato de o destino não exportar mercadoria de alto valor agregado ou perecível.

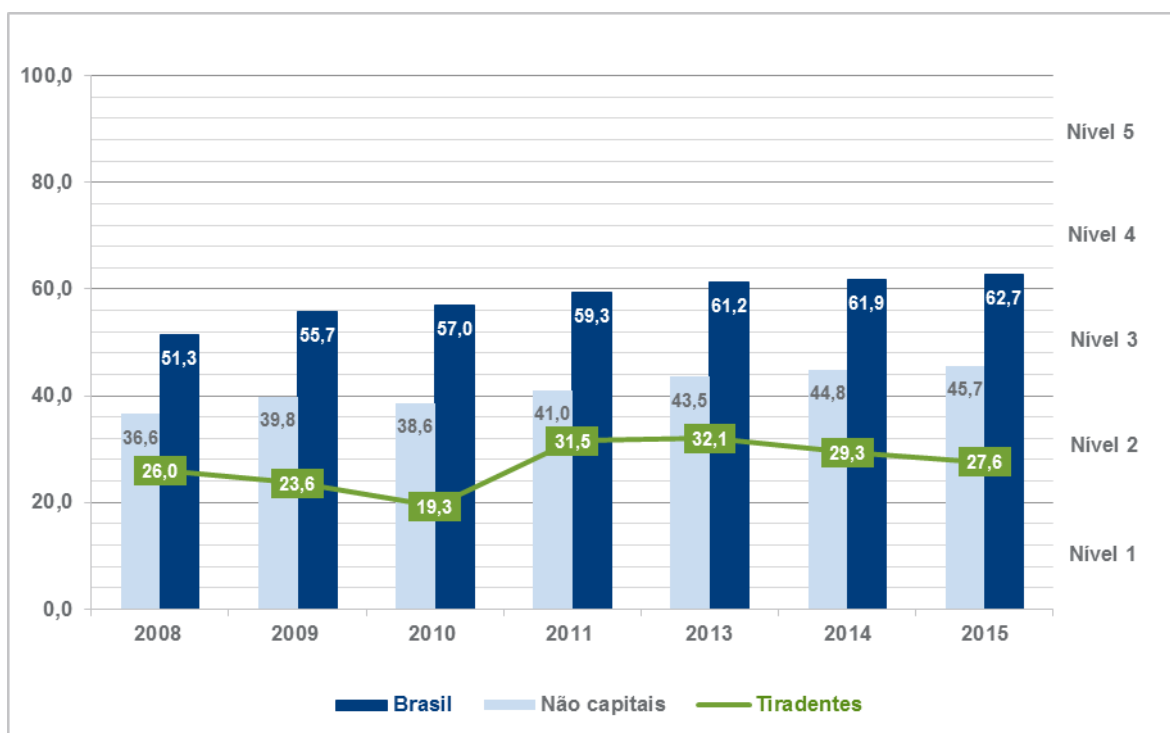
### 3.10. Capacidade empresarial

Variáveis analisadas:

Capacidade de qualificação e aproveitamento do pessoal local	Presença de grupos nacionais e internacionais do setor do turismo	Concorrência e barreiras de entrada	Geração de negócios e empreendedorismo
--	---	-------------------------------------	--

Na dimensão *Capacidade empresarial*, o índice registrado pelo destino em 2015 ficou abaixo do registrado no ano anterior, mantendo-se no nível 2, como é possível observar no Gráfico 22. Este índice posicionou-se abaixo da média nacional e abaixo da média do grupo das não capitais na dimensão.

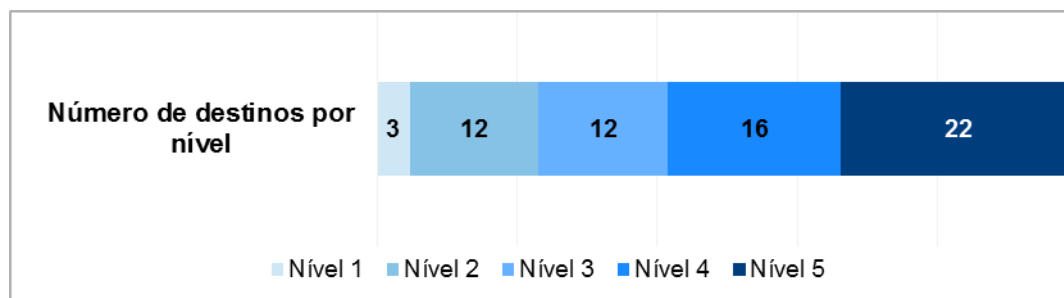
Gráfico 22. Índices Capacidade empresarial – destino x Brasil x Não capitais: 2008-2015



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

O Gráfico 23 mostra o posicionamento dos 65 destinos pesquisados de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Capacidade empresarial*. Observa-se que 12 destinos se encontram no mesmo nível que Tiradentes, enquanto a maior parte dos destinos pesquisados encontra-se no nível 5.

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



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

Dentre os fatores que influenciaram o resultado da dimensão, destacam-se:

- Presença de instituições de ensino com programas regulares de formação técnica, como SENAC e SESI;
- Existência de arranjo produtivo local (APL) ligado ao setor de turismo no destino – Associação Empresarial de Tiradentes (ASSET) – que permite maior poder de barganha junto a intermediários, defesa dos interesses dos associados, disseminação de inovações e informações técnicas e gerenciais, entre outros.

Entre os desafios enfrentados pelo destino, estão:

- Ausência de escolas de formação em idioma estrangeiro;
- Ausência de redes nacionais ou internacionais de locação de automóveis;
- Ausência de redes nacionais ou internacionais meios de hospedagem;
- Ausência de redes nacionais ou internacionais de alimentos e bebidas;
- Presença de barreiras à entrada de novos empreendimentos turísticos, sinalizadas pelos entrevistados durante a pesquisa - entre elas: falta de terrenos ou espaço físico, restrições por parte de órgãos de proteção ao patrimônio, falta de pessoal capacitado no destino;
- O fato de não ter sido oferecido no destino, no ano anterior, cursos do Empretec, que poderia ajudar a fomentar o empreendedorismo local.

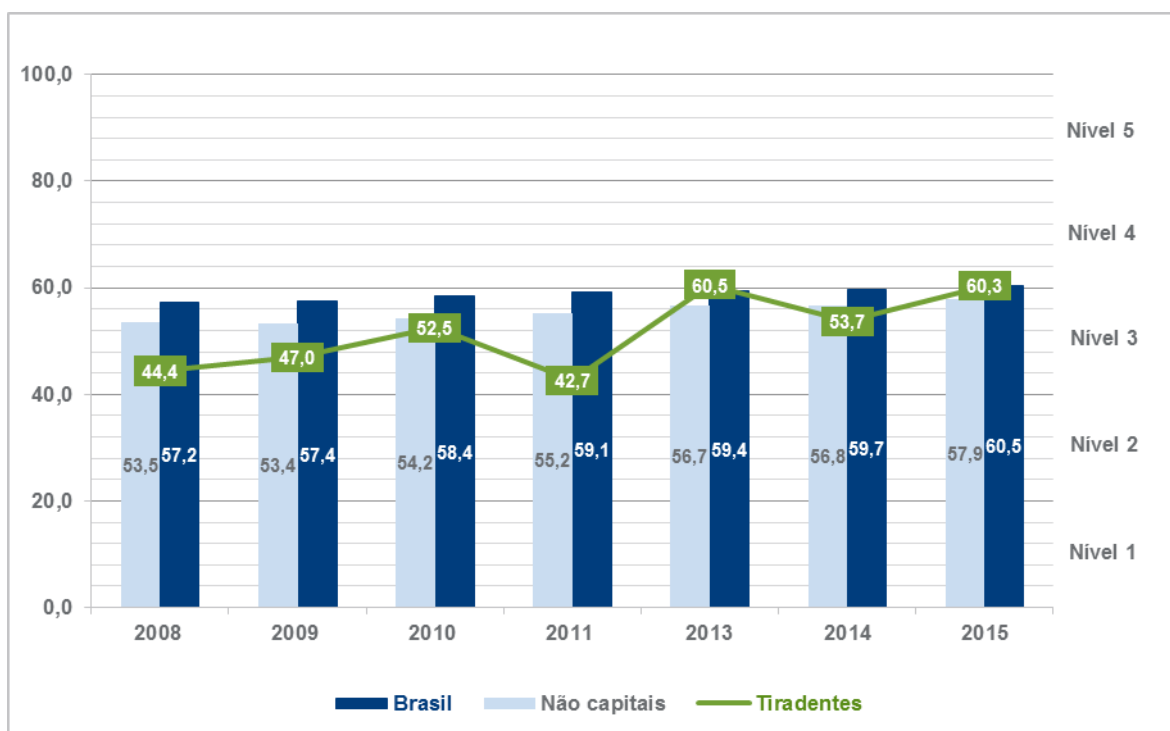
### 3.11. Aspectos sociais

Variáveis analisadas:

Acesso à educação	Empregos gerados pelo turismo	Uso de atrativos e equipamentos turísticos pela população	Cidadania, sensibilização e participação na atividade turística
Política de enfrentamento e prevenção à exploração de crianças e adolescentes			

Na dimensão *Aspectos sociais*, o índice registrado pelo destino em 2015 ficou acima do resultado conquistado no ano anterior, mantendo-se no nível 3, como é possível observar no Gráfico 24. Este índice foi similar à média nacional e acima da média do grupo das não capitais na dimensão.

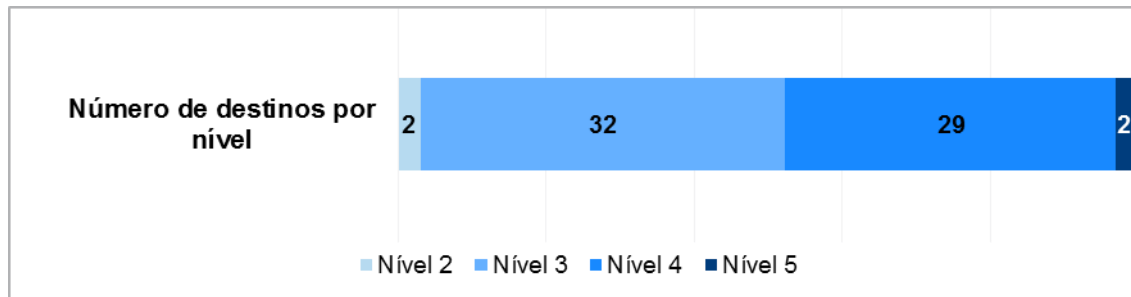
Gráfico 24. Índices Aspectos sociais – destino x Brasil x Não capitais: 2008-2015



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

O Gráfico 25 mostra o posicionamento dos 65 destinos pesquisados de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Aspectos sociais*. Ressalta-se que 32 destinos se encontram no mesmo nível que Tiradentes, estágio em que se encontra a maioria dos destinos pesquisados.

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



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

Dentre os fatores que influenciaram o resultado da dimensão, destacam-se:

- Existência de programas de incentivo ao uso dos equipamentos turísticos pela população local, ações contínuas realizadas por órgãos municipais, como o Projeto de Educação Patrimonial, em parceria com a Secretaria de Educação;
- Sensibilização do turista para o respeito à comunidade local, à cultura e ao patrimônio realizada por meio de material de divulgação em eventos como o carnaval;
- O fato de a população ser frequentemente consultada sobre atividades ou projetos turísticos por meio de convocações para audiências e consultas públicas, como no caso do processo de elaboração do Plano Diretor de Tiradentes, feito de maneira participativa;
- Envolvimento da comunidade local com a atividade turística e participação evidente na discussão sobre projetos turísticos, em caráter consultivo, por meio de associações de moradores e associações de classe.

Entre os desafios enfrentados pelo destino, estão:

- Utilização de mão de obra informal durante a alta temporada, segundo relatos obtidos em campo, em atividades relacionadas ao turismo, nos setores de hotelaria e alimentação;
- Identificação 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 idiomas;
- Ausência de sensibilização dos cidadãos sobre os impactos da atividade turística para o destino, tanto positivos quanto negativos;

- Inexistência de políticas de combate à exploração sexual de crianças e adolescentes.

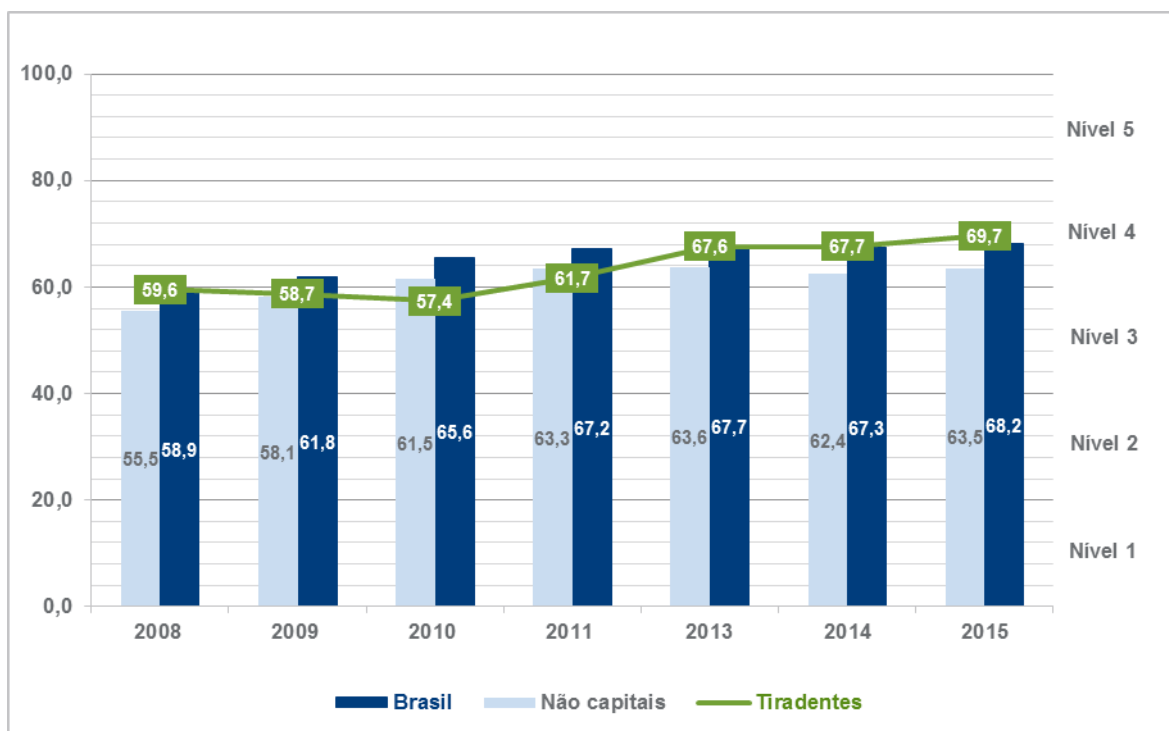
### 3.12. Aspectos ambientais

Variáveis analisadas:

Estrutura e legislação municipal de meio ambiente	Atividades em curso potencialmente poluidoras	Rede pública de distribuição de água	Rede pública de coleta e tratamento de esgoto
Coleta e destinação pública de resíduos	Patrimônio natural e unidades de conservação no território municipal		

Na dimensão *Aspectos ambientais*, o índice registrado pelo destino em 2015 ficou acima do alcançado no ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 26. Este índice posicionou-se acima da média nacional e acima da média do grupo das não capitais na dimensão.

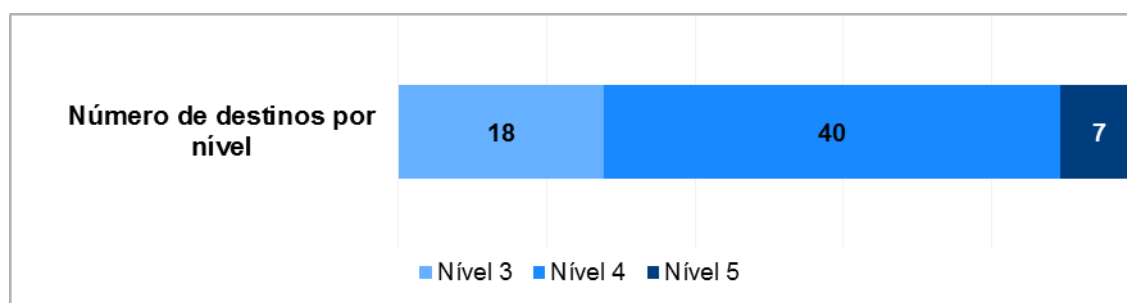
Gráfico 26. Índices Aspectos ambientais – destino x Brasil x Não capitais: 2008-2015



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

O Gráfico 27 mostra o posicionamento dos 65 destinos pesquisados de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Aspectos ambientais*. Observa-se que 40 destinos se encontram no mesmo nível que Tiradentes, estágio em que se encontra a maioria dos destinos pesquisados.

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



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

Dentre os fatores que influenciaram o resultado da dimensão, destacam-se:

- Presença de um órgão municipal com atribuição de coordenar ou incentivar ações referentes ao meio ambiente: Secretaria Municipal de Meio Ambiente, estando o Conselho Municipal de Meio Ambiente ativo;
- Presença de Rede pública de distribuição de água, que atende a mais de 90% da população local, inclusive com a presença de uma estação de tratamento de água (ETA) no destino,
- Realização de campanhas educativas periódicas para o uso racional da água, feitas por meio de parceria entre Secretaria de Meio Ambiente e Secretaria de Educação, junto às escolas do município;
- 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.

Entre os desafios enfrentados pelo destino, estão:

- 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;
- Inexistência de estação de tratamento de esgoto (ETE) que atende ao destino;
- Ausência de plano de manejo em vigor para a principal Unidade de Conservação indicada – Área de Proteção Ambiental da Serra de São José.

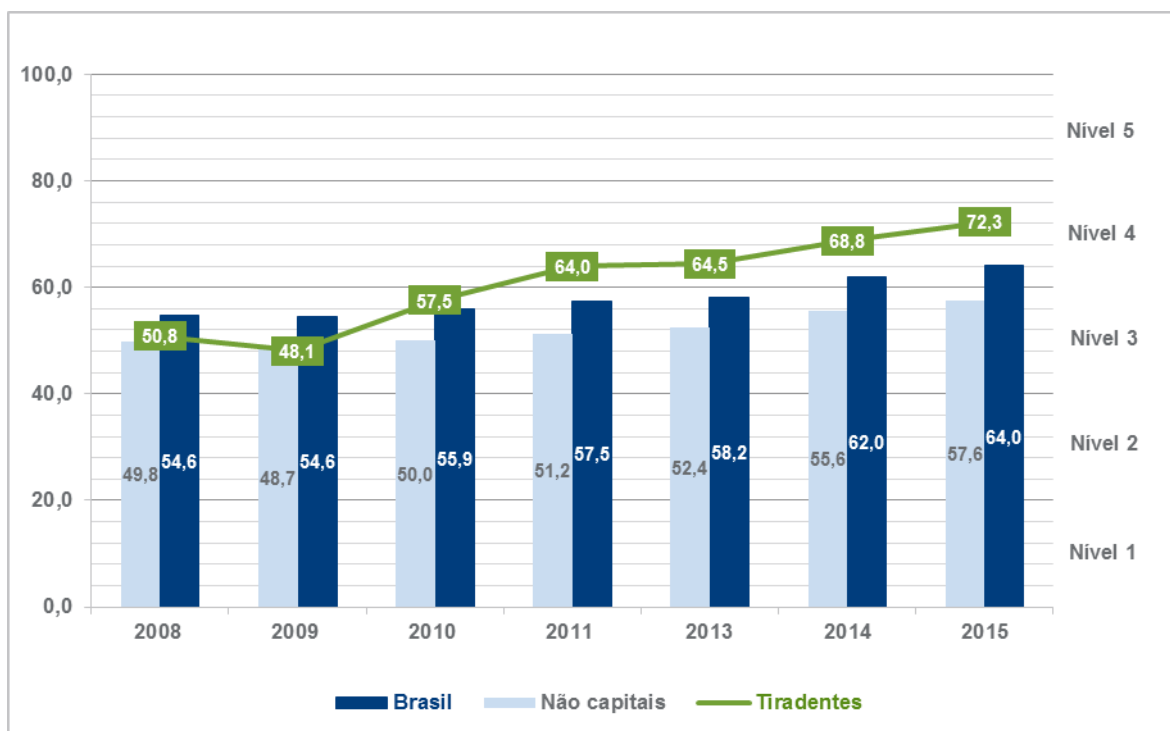
### 3.13. Aspectos culturais

#### Variáveis analisadas:

Produção cultural associada ao turismo	Patrimônio histórico cultural	Estrutura municipal para apoio à cultura
--	-------------------------------	--

Na dimensão *Aspectos culturais*, o índice registrado pelo destino em 2015 ficou acima do alcançado no ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 28. Este índice posicionou-se acima da média nacional e acima da média do grupo das não capitais na dimensão.

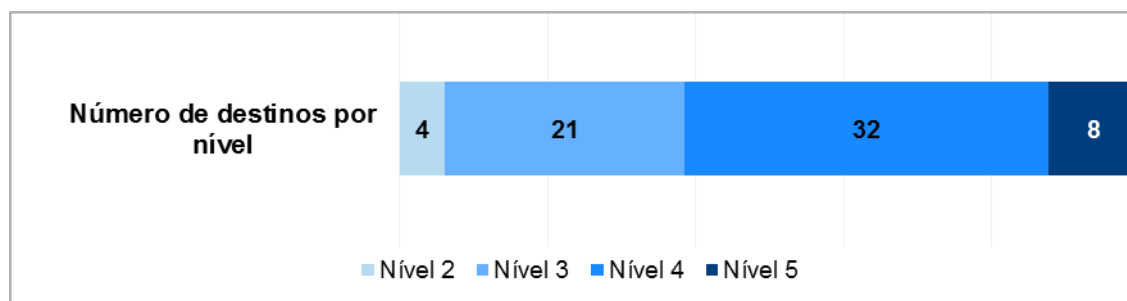
**Gráfico 28. Índices Aspectos culturais – destino x Brasil x Não capitais: 2008-2015**



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

O Gráfico 29 mostra o posicionamento dos 65 destinos pesquisados de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Aspectos culturais*. Ressalta-se que 32 destinos se encontram no mesmo nível que Tiradentes, estágio em que se encontra a maior parte dos destinos pesquisados.

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



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

Dentre os fatores que influenciaram o resultado da dimensão, destacam-se:

- Presença de associação de artesãos e atividade artesanal típica: artesanato e mobiliário em ferro e madeira, comercializados em lojas de fácil acesso para o turista;
- O destino realiza eventos típicos, como a Festa do Carro de Boi e Tropeiros, realizado há seis anos;
- Presença de grupos artísticos de manifestação popular tradicional – Grupo de Congado e Grupo de teatro Entre Vista – que se apresentam com frequência no destino e em outros estados;
- Existência de patrimônios artísticos e históricos registrados pelo Iphan, os quais se constituem em atrativos turísticos, tais como: Capela da Santíssima Trindade, Capela de Nossa Senhora das Mercês, Capela de São Francisco de Paula, Capela do Bom Jesus, Capela de São João Evangelista, Casa do Inconfidente Padre Toledo, Chafariz de São José, Igreja de Nossa Senhora do Rosário, Conjunto arquitetônico e urbanístico de Tiradentes, entre outros bens;
- Presença de órgão da administração local responsável por incentivar o desenvolvimento da cultura, inclusive com a aprovação do novo Plano Municipal de Cultura, em 2014, podendo-se considerar a existência de uma Política Municipal de Cultura no destino;
- Existência de Conselho Municipal de Políticas Culturais e Patrimônio ativo, com reuniões bimestrais e composição paritária;
- Adesão do destino ao Sistema Nacional de Cultura.

Entre os desafios enfrentados pelo destino nessa dimensão, estão:

- Inexistência de bem cultural reconhecido como Patrimônio da Humanidade pela UNESCO;
- Inexistência de legislação municipal de fomento à cultura efetiva.