

ESTUDO DE COMPETITIVIDADE DOS
65 DESTINOS INDUTORES
DO DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO REGIONAL

MARAGOGI



APRESENTAÇÃO

Qualquer forma de desenvolvimento econômico requer um trabalho de planejamento consistente para atingir o objetivo proposto. O turismo é apresentado hoje como um setor capaz de promover a aceleração econômica e um incremento nas áreas social, cultural e ambiental. Portanto a avaliação da intensidade com que fatores favorecem ou inibem tal atividade é de relevância estratégica para os destinos turísticos do País.

Diante disso, o Ministério do Turismo, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a Fundação Getulio Vargas (FGV) realizaram o *Estudo de competitividade dos 65 destinos indutores do desenvolvimento turístico regional*.

Vale ressaltar que todas as dimensões do estudo, com suas mais de 600 perguntas, foram estruturadas com o objetivo de mensurar o conceito de competitividade que permeia este trabalho – **a capacidade crescente de um destino de gerar negócios nas atividades relacionadas com o setor de turismo, de forma sustentável, proporcionando ao turista uma experiência positiva.**

O principal objetivo deste relatório é servir de instrumento de acompanhamento estratégico para que os destinos estudados possam analisar seus indicadores em cada uma das dimensões do estudo e utilizar essas informações para planejar e desenvolver vantagens competitivas.

É importante que os municípios façam uso destes indicadores e unam esforços com os mais diversos integrantes da cadeia produtiva do turismo na definição de metas e estratégias que gerem contribuições positivas para a competitividade dos destinos turísticos.

SUMÁRIO

| | |
|--|----|
| APRESENTAÇÃO | 2 |
| 1. ESTUDO DE COMPETITIVIDADE | 4 |
| 2. RESULTADOS | 6 |
| 2.1 Total geral | 6 |
| 2.2 Infraestrutura geral | 6 |
| 2.3 Acesso | 7 |
| 2.4 Serviços e equipamentos turísticos | 8 |
| 2.5 Atrativos turísticos | 9 |
| 2.6 Marketing e promoção do destino..... | 10 |
| 2.7 Políticas públicas..... | 11 |
| 2.8 Cooperação regional | 12 |
| 2.9 Monitoramento..... | 13 |
| 2.10 Economia local | 13 |
| 2.11 Capacidade empresarial..... | 14 |
| 2.12 Aspectos sociais..... | 15 |
| 2.13 Aspectos ambientais | 16 |
| 2.14 Aspectos culturais | 17 |
| 2.15 Resultados consolidados..... | 18 |

1. ESTUDO DE COMPETITIVIDADE

Dando continuidade ao trabalho iniciado há dois anos, o Ministério do Turismo, o Sebrae Nacional e a Fundação Getulio Vargas consolidam, no presente documento, os resultados da edição 2009 do *Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional*.

Para realizar este estudo, aplicou-se um questionário no qual foram avaliadas mais de 60 variáveis, distribuídas em 13 dimensões: Infraestrutura geral, Acesso, Serviços e equipamentos turísticos, Atrativos turísticos, Marketing e promoção do destino, Políticas públicas, Cooperação regional, Monitoramento, Economia local, Capacidade empresarial, Aspectos sociais, Aspectos ambientais e Aspectos culturais.

Com base nas informações coletadas, atribuíram-se pontos às perguntas e pesos às variáveis, gerando notas para cada dimensão. Utilizou-se, por sua vez, um conjunto de pesos na ponderação das dimensões, que resultou em um índice global de competitividade do destino.

Foram considerados cinco níveis, numa escala de 0 a 100¹, para a análise dos resultados. O primeiro nível (0 a 20 pontos) refere-se ao intervalo em que os destinos apresentam deficiência em relação à determinada dimensão; o segundo nível (21 a 40 pontos), apesar de expor uma situação mais favorável do que o anterior, ainda evidencia níveis inadequados para a competitividade de um destino em relação à dimensão; o terceiro nível (41 a 60 pontos) configura situação regularmente satisfatória; o quarto nível (61 a 80 pontos) revela a existência de condições adequadas para atividades turísticas; e o quinto nível corresponde ao melhor posicionamento que um destino pode alcançar em uma dada dimensão (81 a 100 pontos).

Para que o município avaliado possa comparar os resultados das duas edições da pesquisa, é importante observar os critérios estatísticos que compõem esse

¹ Para o posicionamento em níveis segundo a escala proposta, foi utilizado critério de arredondamento das pontuações. Por exemplo: se situada entre 20,1 e 20,4, a mesma posicionou-se no nível 1 (entre 0 e 20 pontos); no caso de ter-se situado entre 20,5 e 20,9, foi classificada no nível 2 (entre 21 e 40 pontos), e assim por diante.

levantamento. Considerou-se, como estabilidade da pontuação, um aumento ou queda de até 1,0 ponto em um indicador de 2009, em comparação com 2008. Isto é, para que o destino considere um índice como avanço ou recuo, é preciso que a diferença entre os resultados das duas pesquisas seja superior a 1,0 ponto para mais ou para menos no total geral ou em qualquer uma das 13 dimensões.

Vale ressaltar que a análise das dimensões em seus respectivos destinos deve levar em consideração que determinadas localidades não necessariamente precisam atingir os níveis mais elevados da escala para se tornarem competitivas. Isso é especialmente aplicado a alguns dos destinos não capitais ou destinos que trabalhem nichos específicos de mercado.

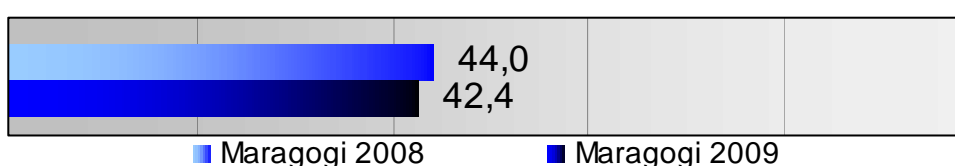
Este documento apresenta os resultados consolidados dos 65 destinos, das capitais, não capitais e da região geográfica na qual o destino está inserido, bem como do município em questão. Os resultados apresentados referem-se ao índice geral e os índices de cada dimensão, seguidos de uma análise das variáveis que exerceram maior impacto nestes resultados.

2. RESULTADOS

2.1 Total geral

O índice geral de competitividade refere-se à soma ponderada das 13 dimensões avaliadas. A média Brasil² atingiu 54,0 pontos (escala de 0 a 100), abaixo da média das capitais (61,9), acima da média das não capitais (48,4) e acima da média da região Nordeste (50,4). O resultado de Maragogi foi de 42,4, uma nota abaixo da obtida pelo município na edição 2008 do estudo, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 1. Total geral



Os resultados obtidos pelo destino nas dimensões Infraestrutura Geral (58,6), Atrativos Turísticos (58,6), Políticas Públicas (56,1), Cooperação Regional (66,8), Economia Local (44,9), Aspectos Sociais (42,9) e Aspectos Ambientais (62,9) contribuíram positivamente para o índice geral de competitividade do município, uma vez que se mantiveram acima da média geral. Por sua vez, as notas registradas nas dimensões Acesso (33,2), Serviços e Equipamentos Turísticos (32,9), Marketing (23,2), Monitoramento (14,7), Capacidade Empresarial (20,4) e Aspectos Culturais (32,1) e se posicionaram abaixo do total geral do destino, influenciando negativamente o indicador de competitividade do município.

A seguir, as análises de cada uma das 13 dimensões que compõem o total geral do destino.

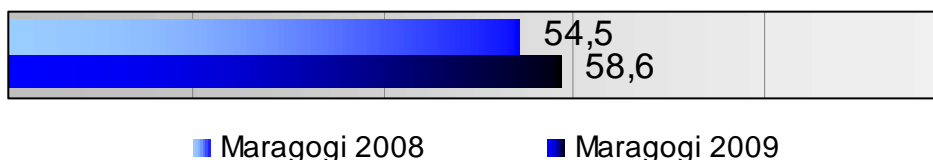
2.2 Infraestrutura geral

O *Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional* analisou 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.

² O resultado Brasil reflete a amostra das 65 cidades analisadas.

A média Brasil atingiu o patamar de 64,6 pontos (escala de 0 a 100), abaixo da média das capitais (71,3), acima da média das não capitais (58,9) e acima da média da região Nordeste (60,4). O resultado da cidade de Maragogi na dimensão Infraestrutura geral, foi de 58,6, uma nota acima da nota obtida pelo município na primeira edição do estudo, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 2. Infraestrutura geral



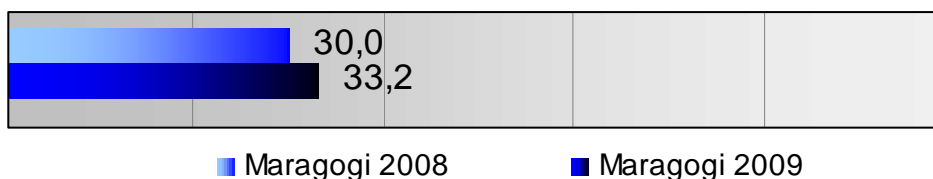
Este resultado foi influenciado de forma positiva principalmente pela disponibilidade de serviço de atendimento 24 horas no destino, oferta de Corpo de Bombeiros com grupo de busca e salvamento, oferta de elementos de drenagem nas áreas turísticas e pela presença de órgão responsável pela conservação urbana. Por outro lado, a ausência de um grupamento de polícia especializado no atendimento ao turista, o fornecimento intermitente de energia no período de alta temporada e a inexistência de políticas públicas e privadas para a conservação do mobiliário urbano são alguns dos fatores que precisam ser trabalhados para que haja melhora do indicador de competitividade nesta dimensão.

2.3 Acesso

Nesta dimensão foram analisadas 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.

O Brasil atingiu uma média de 58,1 pontos na dimensão Acesso, abaixo da média das capitais (69,9), acima da média das não capitais (49,7) e acima da média da região Nordeste (51,8). Maragogi obteve, nesta dimensão, 33,2 pontos, índice acima do obtido pelo destino na primeira edição do estudo, como é possível conferir no gráfico a seguir:

Gráfico 3. Acesso



A inexistência de congestionamentos durante a alta temporada, contribuiu de maneira positiva para a composição do indicador de competitividade nesta dimensão.

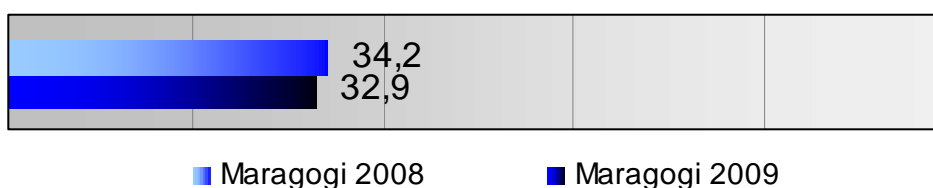
Entre os aspectos negativos identificados nesta dimensão estão a ausência de um aeroporto dentro do território municipal, a inexistência de terminal rodoviário, e aquaviário para o atendimento ao fluxo turístico.

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; (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.

A média Brasil alcançou 46,8 pontos, abaixo da média das capitais (59,4), acima da média das não capitais (37,9) e acima da média da região Nordeste (41,8). O índice de Maragogi foi de 32,9, abaixo do obtido pelo município em 2008, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 4. Serviços e equipamentos turísticos



O resultado do destino nesta dimensão foi positivamente influenciado pela presença de centro de atendimento ao turista, e pela presença de empresas de receptivo que oferecem diversos serviços aos turistas, inclusive com atendimento em idioma estrangeiro.

Entre os fatores que influenciaram negativamente a nota do destino nesta dimensão estão inexistência de sinalização turística viária, a estrutura do centro de atendimento

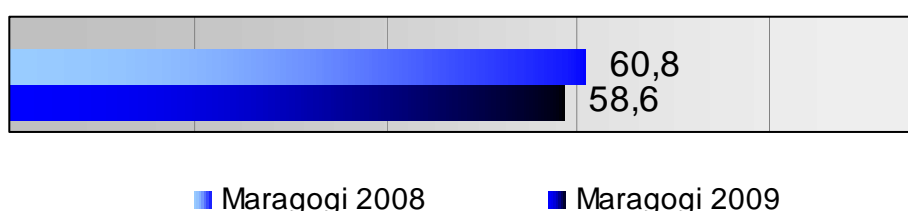
ao turista, a inexistência de um centro de convenções, a ausência de transporte público, pouca oferta de espaços para a realização de eventos e a carência de estrutura de qualificação profissional nas áreas relacionadas ao turismo. Outros quesitos também considerados foram a ausência de um sistema de padronização local de qualidade hoteleira, a inexistência de incentivos formais à adoção de tecnologias que priorizem a questão ambiental nos estabelecimentos comerciais, e o não cumprimento de quesitos de acessibilidade nos estabelecimentos de alimentos e bebidas e nos meios de hospedagem.

2.5 Atrativos turísticos

O *Estudo de Competitividade* analisou as seguintes variáveis referentes à Atrativos Turísticos: (i) atrativos naturais; (ii) atrativos culturais; (iii) eventos programados; e (iv) realizações técnicas, científicas ou artísticas.

O Brasil atingiu uma média de 59,5 pontos, acima da média das capitais (58,5), abaixo da média das não capitais (60,2) e acima da média da região Nordeste (57,8). A cidade de Maragogi obteve, nesta dimensão, o índice de 58,6, abaixo da pontuação obtida pelo destino na primeira edição do estudo, como é possível conferir no gráfico a seguir:

Gráfico 5. Atrativos turísticos



A nota do destino nesta dimensão foi influenciada de forma positiva, entre outros fatores, pela existência de atrativos naturais peculiares e pela preocupação com a preservação ambiental do entorno do principal atrativo natural. O resultado do destino também foi positivamente afetado pela existência de eventos programados e atrativos culturais.

Apesar disso, a infraestrutura disponível nos atrativos culturais necessita de melhorias. O não cumprimento de quesitos de acessibilidade nos atrativos culturais, a pouca

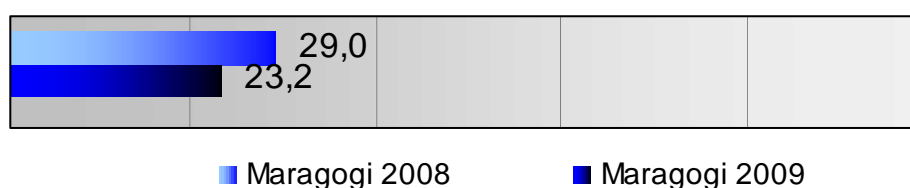
representatividade do principal evento programado e a inexistência de realização técnica, científica ou artística afetaram negativamente o resultado nesta dimensão.

2.6 Marketing e promoção do destino

Nesta dimensão foram analisadas as seguintes variáveis: (i) plano de marketing; (ii) participação em feiras e eventos; (iii) promoção do destino; e (iv) página do destino na internet (website).

O Brasil atingiu uma média de 41,1 pontos na dimensão *Marketing e promoção do destino*, abaixo da média das capitais (47,5), acima da média das não capitais (36,5) e acima da média da região Nordeste (37,1). Por sua vez, o resultado de Maragogi nesta dimensão foi de 23,2, abaixo da nota alcançada pelo destino na primeira edição do estudo, conforme o gráfico a seguir:

Gráfico 6. Marketing e promoção do destino



Dentre os fatores que contribuíram de maneira positiva para esse índice estão a participação contínua e institucionalizada em feiras e eventos turísticos, e possui material promocional institucional, disponível em idiomas estrangeiros.

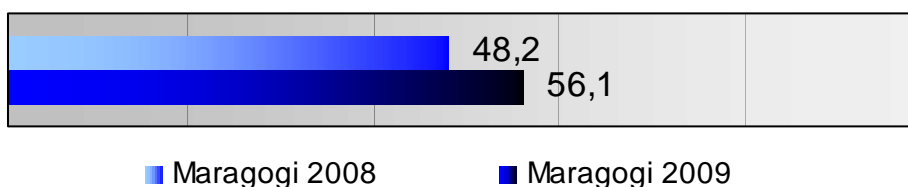
Entre os fatores que influenciaram negativamente o resultado do destino nesta dimensão está a inexistência de um plano de marketing formal, com metas e responsabilidades definidas, elaborado com a colaboração de diversos atores, fundamentado em pesquisas sobre a demanda turística, com orçamento e planejamento definidos e com indicadores de desempenho. Além disso, o destino não mensura o resultado de sua participação em eventos e feiras de turismo, não possui página institucional na internet com informações turísticas sobre o destino e o material promocional não passa por revisão ortográfica profissional.

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.

A média Brasil nesta dimensão foi de 53,7 pontos, abaixo da média das capitais (58,7), acima da média das não capitais (50,2) e acima da média da região Nordeste (51,3). Maragogi obteve 56,1 pontos, resultado acima do registrado pelo município em 2008, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 7. Políticas públicas



O destino possui uma secretaria municipal com atribuição de coordenar ou incentivar o desenvolvimento do turismo e conta com um Plano Diretor Municipal que contempla o setor de Turismo questões que contribuíram de maneira positiva para a composição do indicador de competitividade nesta dimensão. Recentemente, o município desenvolveu projetos em conjunto com outras secretarias, com a iniciativa privada e/ou com entidades de classe representativas em atividades relacionadas ao turismo, dispôs de investimentos diretos do governo estadual em projetos que visam a competitividade do turismo, e registrou investimentos diretos do governo federal no destino em projetos ligados ao turismo.

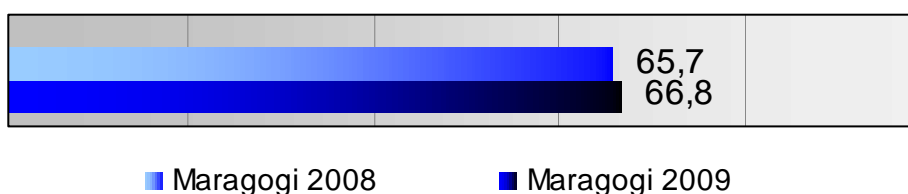
Entretanto, o destino não possui uma instância de governança local inativa, o órgão que administra o turismo não tem representação no fórum ou conselho estadual do setor, gerando influência negativa na média desta dimensão.

2.8 Cooperação regional

O *Estudo de Competitividade* analisou 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.

O Brasil atingiu uma média de 48,1 pontos, acima da média das capitais (47,1), abaixo da média das não capitais (48,8) e abaixo da média da região Nordeste (48,2). O resultado de Maragogi nesta dimensão foi de 66,8, acima do índice obtido na primeira edição do estudo, como é possível conferir no gráfico a seguir:

Gráfico 8. Cooperação regional



A nota obtida nesta dimensão reflete os aspectos positivos, visto que o destino faz parte de uma instância de governança regional formalmente constituída, dispõe de um gestor executivo com dedicação exclusiva à coordenação e conta com recurso próprio e suporte para a condução de suas atividades. Levou-se em conta ainda que existe que o destino produz ou co-produz material dos roteiros regionais que integra, que existem projetos de cooperação regional compartilhados com outros destinos e que em 2008 houve ações para mobilizar diversos atores para a importância da cooperação regional no turismo. Além disso, o destino participou de eventos para a promoção e comercialização dos roteiros regionais ou da região turística dos quais faz parte, e integra roteiros regionais, comercializados por operadores e/ou agências e elaborados com a participação de atores do *trade* turístico.

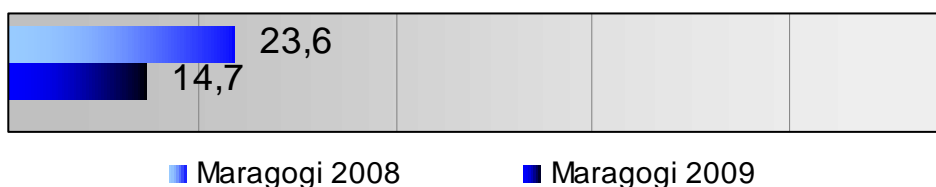
Entretanto, o fato de não existir um plano de desenvolvimento turístico integrado para a região na qual o destino está inserido, pesou para a média obtida nesta dimensão. Vale destacar ainda que os roteiros não foram elaborados com informações do inventário da oferta turística, e não foram consideradas questões de sustentabilidade em sua elaboração.

2.9 Monitoramento

Nesta dimensão foram analisados 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.

A média Brasil não ultrapassou o patamar de 34,5 pontos, abaixo da média das capitais (41,8), acima da média das não capitais (29,4) e acima da média da região Nordeste (28,8). O município de Maragogi obteve nesta dimensão a nota 14,7, abaixo do resultado apresentado pelo destino na primeira edição do estudo, conforme gráfico a seguir:

Gráfico 9. Monitoramento



Na dimensão Monitoramento, o resultado obtido pelo destino foi composto, entre outros quesitos, pela realização de pesquisa de oferta.

Entretanto, não há no destino pesquisa de demanda periódica, inventário técnico de estatísticas turísticas, ou relatórios de conjuntura turística, aspectos que, uma vez melhorados, poderiam auxiliar o destino no incremento do índice de competitividade. Constatou-se ainda que o município não possui um setor específico de estudos e pesquisas em turismo, não dispõe de modelos para a análise das questões relacionadas ao desenvolvimento turístico, não acompanha, de forma contínua, os objetivos da política em turismo em nível estadual ou em nível federal e não monitora os impactos econômicos, sociais ou ambientais gerados pelo turismo.

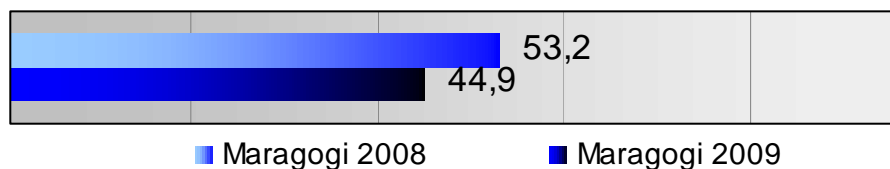
2.10 Economia local

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.

O Brasil atingiu uma média de 57,1 pontos, abaixo da média das capitais (67,6), acima da média das não capitais (49,6) e acima da média da região Nordeste (51,3). O

resultado de Maragogi nesta dimensão foi de 44,9, abaixo da nota obtida em 2008, como é possível conferir no gráfico a seguir:

Gráfico 10. Economia local



A oferta de benefícios financeiros (linhas especiais de financiamento) para atividades características do turismo e a disponibilidade de isenção ou redução de impostos locais para empreendimentos contribuíram, de maneira positiva, para a composição da nota do destino nesta dimensão.

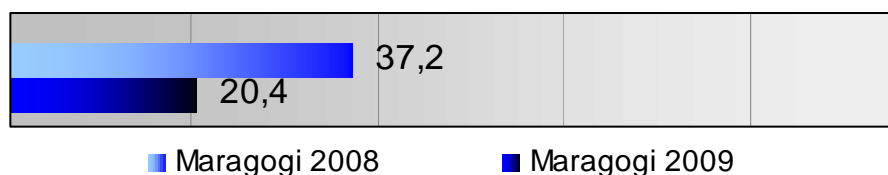
Entre os aspectos negativos identificados nesta dimensão estão a inexistência de um *Convention & Visitors Bureau* exclusivo do destino e o fato de o município não contar com um pólo físico de produção/negócios significativo para movimentar a economia local.

2.11 Capacidade empresarial

O *Estudo de Competitividade* analisou 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) presença de empresas de grande porte, filiais ou subsidiárias.

O Brasil atingiu uma média de 55,7 pontos nesta dimensão, abaixo da média das capitais (78,1), acima da média das não capitais (39,8) e acima da média da região Nordeste (50,2). A cidade de Maragogi obteve 20,4 pontos nessa dimensão, abaixo do índice registrado em 2008, conforme exposto no gráfico a seguir:

Gráfico 11. Capacidade empresarial



O resultado obtido nesta dimensão reflete os aspectos positivos identificados, dentre os quais a presença de poucas barreiras à entrada de novos empreendimentos turísticos e instituições de ensino com programas regulares de formação superior.

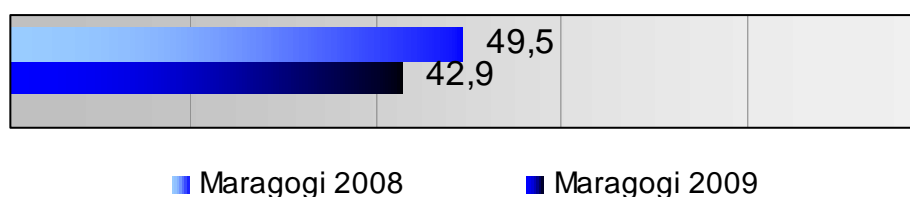
O resultado do destino nesta dimensão foi afetado negativamente pela inexistência de escolas de formação em idioma estrangeiro, de grupos nacionais ou internacionais do setor de turismo (como redes de locação de automóveis ou redes de meios de hospedagem), a carência de pessoal local qualificado para trabalhar em hotelaria e estabelecimentos de alimentos e bebidas. A inexistência de empresas de grande porte, filiais ou subsidiárias que exportem mercadorias de alto valor agregado ou perecíveis também pesaram sobre o resultado.

2.12 Aspectos sociais

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

A média Brasil atingiu o patamar de 57,4 pontos, abaixo da média das capitais (63,1), acima da média das não capitais (53,4) e acima da média da região Nordeste (55,0). O resultado de Maragogi, na dimensão Aspectos Sociais, foi de 42,9, abaixo da nota obtida pelo município na primeira edição do estudo, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 12. Aspectos sociais



Nesta dimensão, o destino se destacou pela existência de investimentos em educação estarem acima do percentual obrigatório. Levou-se em conta ainda que o destino alerta o turista para a necessidade de respeitar os atrativos.

Entretanto, entre os aspectos que poderiam ser melhorados estão a utilização de mão-de-obra informal durante a alta temporada, a não adoção de políticas de combate à

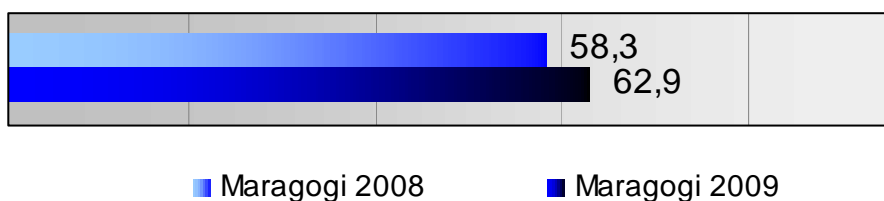
exploração sexual de crianças e adolescentes, as deficiências sinalizadas na formação de pessoal local e a não adoção de instrumentos de consulta à população sobre atividades e/ou projetos turísticos. A ausência de políticas formais de sensibilização da comunidade sobre a importância da atividade turística para o destino e o fato de o destino não adotar programas de incentivo ao uso dos equipamentos turísticos pela população local também ajudaram a compor o resultado nesta dimensão.

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.

O Brasil atingiu uma média de 61,8 pontos, abaixo da média das capitais (67,0), acima da média das não capitais (58,1) e acima da média da região Nordeste (59,9). A nota do destino nesta dimensão foi de 62,9, resultado acima do que foi obtido na primeira edição do estudo, como é possível conferir no gráfico a seguir:

Gráfico 13. Aspectos ambientais



Nesta dimensão, a nota obtida pelo destino foi composta, entre outros quesitos, pela existência de Código Ambiental Municipal, cobertura de um sistema público de coleta de esgoto, ainda que sem separador absoluto e cobertura de uma rede pública de distribuição de água. Também ajudou a elevar o índice alcançado nesta dimensão a presença de Unidades de Conservação com atividade turística monitorada.

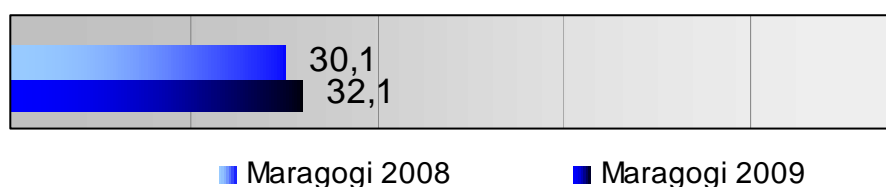
Entretanto, o destino público dos resíduos é um lixão à céu aberto, não existe política de tratamento de resíduos hospitalares e coleta seletiva, aspectos que uma vez trabalhados, poderiam ajudar o destino a incrementar o índice de competitividade nesta dimensão.

2.14 Aspectos culturais

Nesta dimensão foram analisados os seguintes quesitos: (i) produção cultural associada ao turismo; (ii) patrimônio histórico e cultural; e (iii) estrutura municipal para apoio à cultura.

A média Brasil chegou ao patamar de 54,6 pontos, abaixo da média das capitais (63,0), acima da média das não capitais (48,7) e acima da média da região Nordeste (52,9). Maragogi obteve nesta dimensão o índice de 32,1, pontuação acima da registrada pelo destino na primeira edição do estudo, conforme gráfico a seguir:

Gráfico 14. Aspectos culturais



O destino possui culinária típica, mantém tradições culturais evidentes, incentiva grupos artísticos de manifestação popular tradicional e possui atividade artesanal típica, ou seja, dispõe de um conjunto de produções culturais associadas ao turismo que geram fluxo de visitantes para o município. Pode-se destacar ainda que o destino conta com um órgão da administração local com atribuição de incentivar o desenvolvimento da cultura no destino e participa de projeto de implementação de turismo cultural, aspectos positivos para o destino.

Projetaram a nota para baixo nesta dimensão o não reconhecimento da produção cultural associada ao turismo, fora da esfera local, a inexistência de patrimônio imaterial registrado, patrimônio artístico tombado, sítio arqueológico tombado ou registrado e política municipal de cultura, quesitos que comprometem a preservação contínua da cultura local e, conseqüentemente, o índice de competitividade.

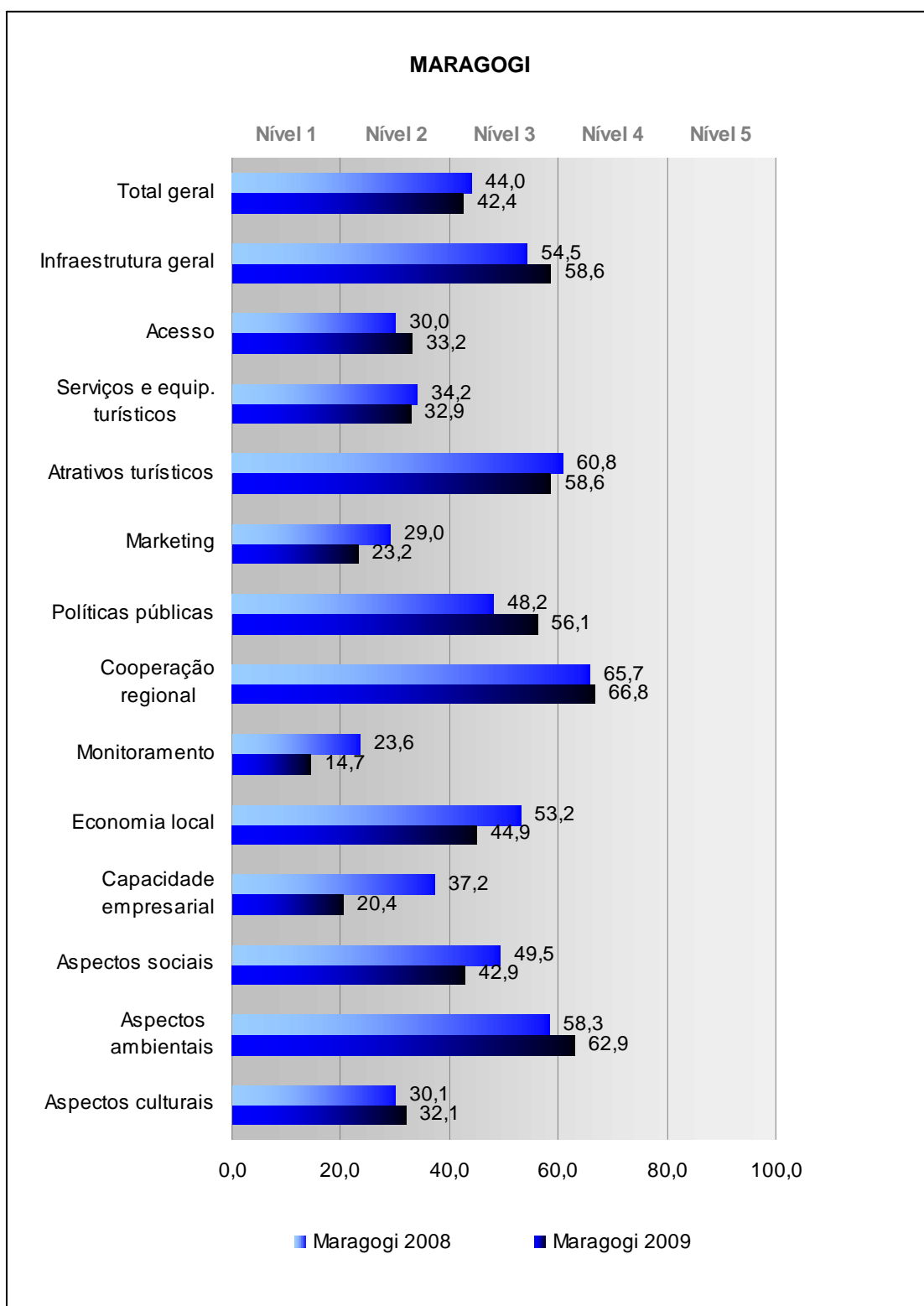
2.15 Resultados consolidados

A tabela a seguir consolida os resultados das dimensões avaliadas e apresenta o total geral para Brasil, região, não capitais e para o destino em questão. O total geral é o resultado da soma ponderada das 13 dimensões, analisadas segundo a sua importância para a competitividade do turismo.

| Dimensões | Brasil* | | Nordeste | | Não Capitais | | Maragogi | |
|------------------------------|---------|------|----------|------|--------------|------|----------|------|
| | 2008 | 2009 | 2008 | 2009 | 2008 | 2009 | 2008 | 2009 |
| Total geral | 52,1 | 54,0 | 49,0 | 50,4 | 46,9 | 48,4 | 44,0 | 42,4 |
| Infraestrutura geral | 63,8 | 64,6 | 60,2 | 60,4 | 58,1 | 58,9 | 54,5 | 58,6 |
| Acesso | 55,6 | 58,1 | 49,5 | 51,8 | 47,5 | 49,7 | 30,0 | 33,2 |
| Serviços e equip. turísticos | 44,8 | 46,8 | 40,0 | 41,8 | 36,3 | 37,9 | 34,2 | 32,9 |
| Atrativos turísticos | 58,2 | 59,5 | 57,8 | 57,8 | 59,3 | 60,2 | 60,8 | 58,6 |
| Marketing | 38,2 | 41,1 | 34,6 | 37,1 | 32,4 | 36,5 | 29,0 | 23,2 |
| Políticas públicas | 50,8 | 53,7 | 48,0 | 51,3 | 47,3 | 50,2 | 48,2 | 56,1 |
| Cooperação regional | 44,1 | 48,1 | 45,1 | 48,2 | 45,0 | 48,8 | 65,7 | 66,8 |
| Monitoramento | 35,4 | 34,5 | 29,0 | 28,8 | 30,6 | 29,4 | 23,6 | 14,7 |
| Economia local | 56,6 | 57,1 | 51,5 | 51,3 | 50,9 | 49,6 | 53,2 | 44,9 |
| Capacidade empresarial | 51,3 | 55,7 | 46,4 | 50,2 | 36,6 | 39,8 | 37,2 | 20,4 |
| Aspectos sociais | 57,2 | 57,4 | 56,8 | 55,0 | 53,5 | 53,4 | 49,5 | 42,9 |
| Aspectos ambientais | 58,9 | 61,8 | 56,9 | 59,9 | 55,5 | 58,1 | 58,3 | 62,9 |
| Aspectos culturais | 54,6 | 54,6 | 53,0 | 52,9 | 49,8 | 48,7 | 30,1 | 32,1 |

* O resultado Brasil reflete a amostra das 65 cidades analisadas.

Gráfico 15. Resultados consolidados



Fontes: FGV / MTur / SEBRAE, 2009