

ESTUDO DE COMPETITIVIDADE DOS  
**65 DESTINOS INDUTORES**  
DO DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO REGIONAL

NOVA OLINDA



## 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.....	9
2.7 Políticas públicas.....	10
2.8 Cooperação regional .....	11
2.9 Monitoramento.....	12
2.10 Economia local .....	13
2.11 Capacidade empresarial.....	14
2.12 Aspectos sociais.....	14
2.13 Aspectos ambientais .....	15
2.14 Aspectos culturais .....	16
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 100<sup>1</sup>, 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

---

<sup>1</sup> 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.

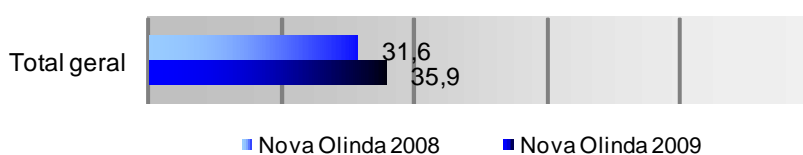
Este documento apresenta os resultados consolidados dos 65 destinos, das capitais, não capitais e da região geográfica na qual o destino está inserido, bem como do município em questão. Os resultados apresentados referem-se ao índice geral e os índices de cada dimensão, seguidos de uma análise das variáveis 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 Brasil<sup>2</sup> 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 Nova Olinda foi de 35,9, uma nota acima 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 (55,3), Atrativos turísticos (39,8), Marketing e promoção do destino (36,3), Cooperação regional (63,1), Economia local (41,5), Aspectos sociais (37,3), Aspectos ambientais (54,7) e Aspectos culturais (54,8) contribuíram positivamente para o índice geral de competitividade do município, uma vez que se mantiveram acima da média geral do destino. Por sua vez, as notas registradas nas dimensões Acesso (24,6), Serviços e equipamentos turísticos (7,9), Políticas públicas (32,6), Monitoramento (2,7) e Capacidade empresarial (21,1) 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:

---

<sup>2</sup> O resultado Brasil reflete a amostra das 65 cidades analisadas.

(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.

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 Nova Olinda, na dimensão Infraestrutura geral, foi de 55,3, uma nota abaixo da nota obtida pelo município na primeira edição do estudo, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 2. Infraestrutura geral



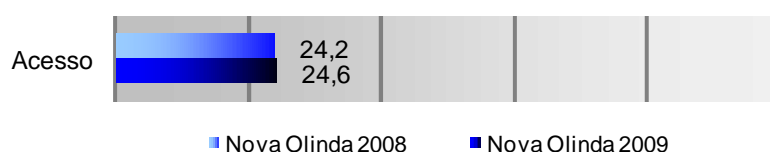
Entre os fatores que influenciaram positivamente o resultado do destino nesta dimensão estão a existência de um centro de atendimento de emergência 24 horas e o fornecimento de energia ininterrupto nos períodos de baixa e de alta temporada. Por outro lado, a ausência de Corpo de Bombeiros com grupo de busca e salvamento 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). Nova Olinda obteve, nesta dimensão, 24,6 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 e a oferta de estacionamento nas áreas turísticas contribuíram de maneira positiva para a composição do indicador de competitividade nesta dimensão. Entre os aspectos negativos identificados nesta dimensão estão a ausência de transportes que interliguem os principais atrativos do destino, a distância entre o aeroporto que atende o destino (localizado em Juazeiro do Norte) e as áreas turísticas e a estrutura das rodovias que interligam o destino à capital do estado.

## 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 Nova Olinda foi de 7,9, acima 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 oferta de espaços para a realização de eventos, pela presença de estabelecimentos alternativos de hospedagem e pela existência de instituições de qualificação profissional com oferta de cursos livres em áreas relacionadas ao turismo. Entre os fatores que influenciaram negativamente a nota do destino nesta dimensão estão a inexistência de sinalização turística viária, de centro de atendimento ao turista e de empresas de

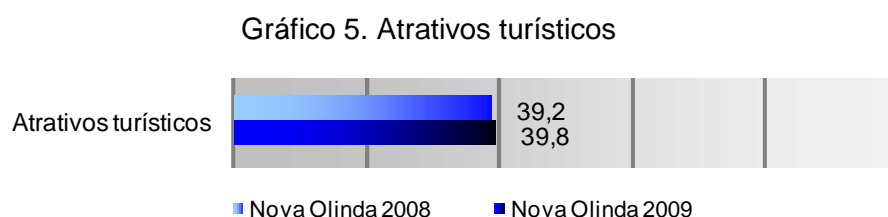


receptivo locais e o não cumprimento de quesitos de acessibilidade nos estabelecimentos de alimentos e bebidas e nos meios de hospedagem.

## 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 Nova Olinda obteve, nesta dimensão, o índice de 39,8, acima da pontuação obtida pelo destino na primeira edição do estudo, como é possível conferir no gráfico a seguir:



A nota do destino nesta dimensão foi influenciada de forma positiva pela existência de atrativos naturais, de atrativos culturais, de eventos programados típicos e de realizações técnicas, científicas ou artísticas. Apesar disso, não existe infraestrutura de apoio aos visitantes nos atrativos naturais, e os espaços onde ocorrem os principais eventos programados necessitam de melhorias. O não cumprimento de quesitos de acessibilidade nos atrativos naturais e nos atrativos culturais e a carência de estudos da capacidade de carga são alguns dos fatores que precisam ser trabalhados para que haja melhora do indicador de competitividade nesta dimensão.

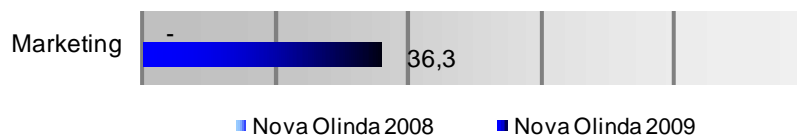
## 2.6 Marketing e promoção do destino

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 Nova Olinda nesta dimensão foi de 36,3, acima da nota alcançada pelo destino na primeira edição do estudo, conforme o gráfico a seguir:

Gráfico 6. Marketing e promoção do destino



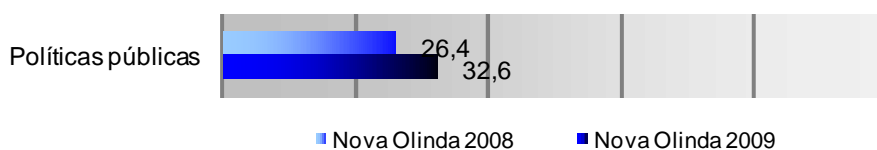
Dentre os fatores que contribuíram de maneira positiva para esse índice estão a participação contínua e institucionalizada em feiras e eventos turísticos, a confecção de material promocional institucional, disponível em idiomas estrangeiros, e a existência de uma página institucional na internet com informações turísticas sobre o destino. Além disso, o destino avalia os resultados dos eventos de turismo dos quais participa. Entre os fatores que influenciaram negativamente o resultado do destino nesta dimensão destaca-se 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.

## 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). Nova Olinda obteve 32,6 pontos, resultado acima do registrado pelo município em 2008, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 7. Políticas públicas



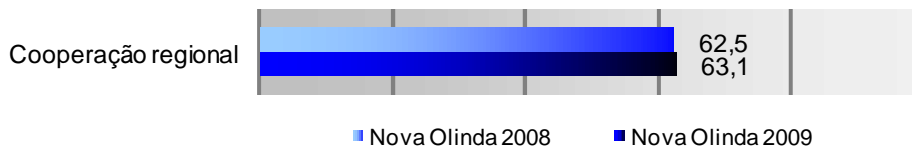
O destino possui uma secretaria municipal com atribuição de coordenar ou incentivar o desenvolvimento do turismo – ainda que não exclusiva do turismo –, conta com um Plano Diretor Municipal que contempla o setor de Turismo e mantém representação junto ao fórum ou conselho estadual do turismo, questões que contribuíram de maneira positiva para a composição do indicador de competitividade nesta dimensão. Constatou-se ainda que o município possui instância de governança ativa – em formato de conselho – dedicada ao acompanhamento da atividade turística. 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 conta com uma secretaria municipal exclusiva para o turismo e não participa de nenhum Programa de Modernização Administrativa e Fiscal.

## 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 Nova Olinda nesta dimensão foi de 63,1, 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, que dispõe de um gestor executivo com dedicação parcial à coordenação e conta com suporte para a condução de suas atividades. Levou-se em conta ainda que existe um plano de desenvolvimento turístico integrado para a região na qual o destino está inserido, 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.

Entretanto, o destino faz parte de uma instância de governança regional que não está formalmente constituída e que não dispõe de recurso próprio para a condução de suas atividades. O fato de não existir um site integrado para a região turística de que o destino faz parte e o fato de a elaboração dos roteiros regionais não ter considerado questões de sustentabilidade na elaboração dos roteiros regionais também foram fatores que pesaram para a média obtida nesta dimensão.

## 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 Nova Olinda obteve nesta dimensão a nota 2,7, acima do resultado apresentado pelo destino na primeira edição do estudo, conforme gráfico a seguir:

Gráfico 9. Monitoramento



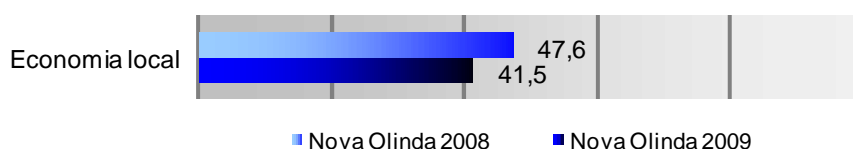
Na dimensão Monitoramento, o resultado obtido pelo destino foi composto pela realização do INVTur e pelo monitoramento dos impactos econômicos gerados pelo turismo. Entretanto, não há no destino pesquisa de demanda periódica, inventário técnico de estatísticas turísticas ou relatórios de conjuntura turística, aspectos que, uma vez melhorados, poderiam auxiliar o destino no incremento do índice de competitividade. Constatou-se ainda que o município não monitora os impactos sociais e os impactos 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 Nova Olinda nesta dimensão foi de 41,5, 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 contribuiu, de maneira positiva, para a composição da nota do destino nesta dimensão. Além disso, o município possui um pólo físico de produção/negócios significativo para movimentar a economia local, o que gera fluxo turístico receptivo em consequência de sua existência, fator que colaborou para o resultado. Todavia, entre os aspectos negativos identificados nesta dimensão estão a ausência de isenção ou redução de impostos locais para empreendimentos e serviços

ligados ao setor de turismo e a cobertura de apenas duas operadoras de telefonia celular.

## 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 Nova Olinda obteve 21,1 pontos nessa dimensão, acima do índice registrado em 2008, conforme exposto no gráfico a seguir:



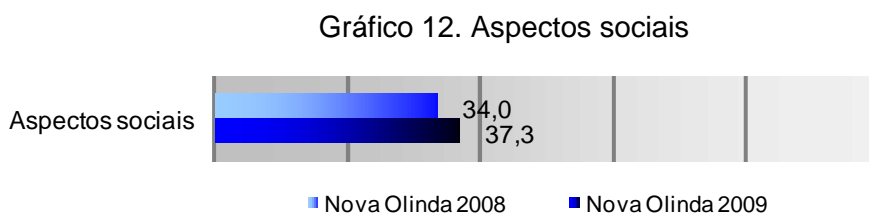
O resultado obtido nesta dimensão reflete os aspectos positivos identificados, dentre os quais a presença de poucas barreiras à entrada de novos empreendimentos turísticos e a oferta de cursos livres. O resultado do destino nesta dimensão foi afetado negativamente pela ausência de instituições de ensino com programas regulares de formação técnica e de formação superior, pela falta de grupos nacionais ou internacionais do setor de turismo (como redes de locação de automóveis e redes de meios de hospedagem) e pela carência de pessoal local qualificado para trabalhar em hotelaria e estabelecimentos de alimentos e bebidas.

## 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 Nova Olinda, na dimensão Aspectos Sociais, foi de 37,3, acima da nota obtida pelo município na primeira edição do estudo, como mostra o gráfico a seguir:



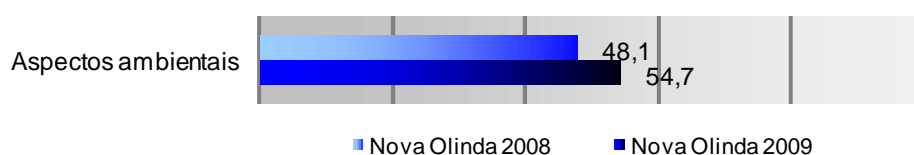
Nesta dimensão, o destino se destacou pela existência de investimentos em educação acima do percentual obrigatório, pela adoção de políticas de combate à exploração sexual de crianças e adolescentes e pela sensibilização da população local sobre a importância da atividade turística para o destino. Entretanto, entre os aspectos que poderiam ser melhorados estão a utilização de mão-de-obra informal, as deficiências sinalizadas na formação de pessoal local e a inexistência de ações de conscientização do turista sobre o respeito à comunidade local e aos atrativos.

### 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 54,7, resultado acima do que foi obtido na primeira edição do estudo, como é possível conferir no gráfico a seguir:

Gráfico 13. Aspectos ambientais



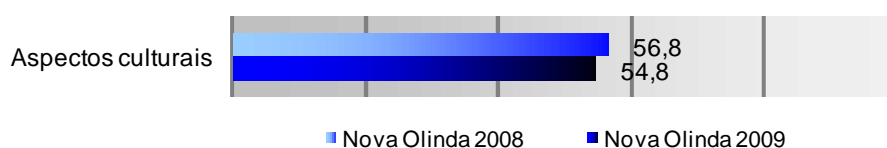
Nesta dimensão, a nota obtida pelo destino foi composta, entre outros quesitos, pela cobertura de uma rede pública de distribuição de água, pelo tratamento de resíduos hospitalares e pela presença de Unidade de Conservação em território municipal, que dispõe de plano de manejo. Entretanto, a destinação pública de resíduos do destino é um lixão a céu aberto. Além disso, não há no destino Código Ambiental Municipal ou similar, coleta seletiva e campanhas periódicas de educação sobre destinação do lixo e sobre o uso racional e econômico da água, 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). Nova Olinda obteve nesta dimensão o índice de 54,8, pontuação abaixo 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 comercializada em esfera internacional, ou seja, dispõe de um conjunto de produções culturais associadas ao turismo que geram fluxo de visitantes para o município. Também ajudou a compor o resultado desta dimensão a existência de sítio arqueológico tombado ou registrado. 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 dispõe de projeto de implementação de turismo cultural, aspectos positivos para o destino. Porém, a inexistência de patrimônio imaterial registrado e a ausência de patrimônio artístico tombado são exemplos de fatores que projetaram a nota para baixo nesta dimensão.

## 2.15 Resultados consolidados

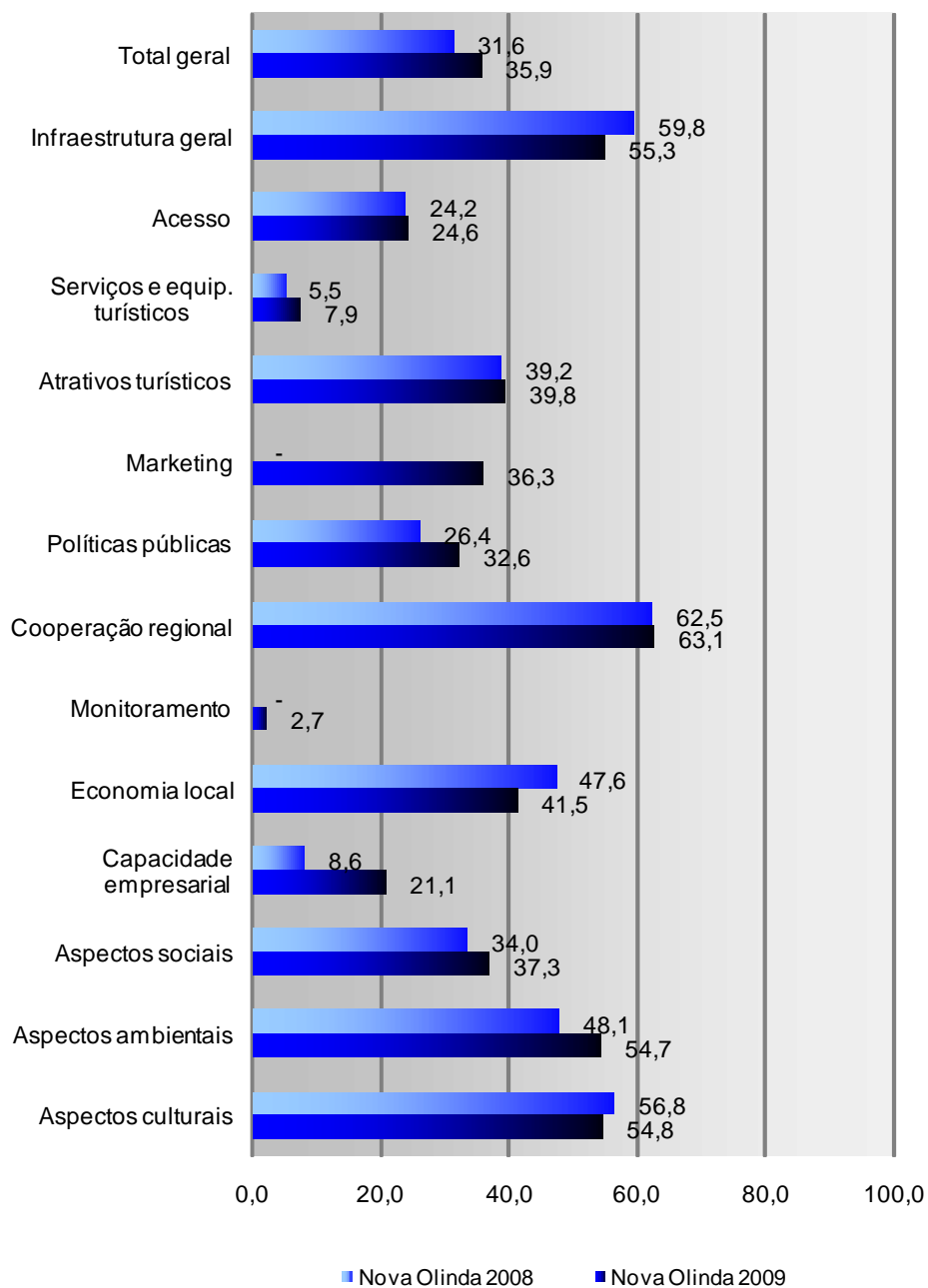
A tabela a seguir consolida os resultados das dimensões avaliadas e apresenta o total geral para Brasil, região, não capitais e para o destino em questão. O total geral é o resultado da soma ponderada das 13 dimensões, analisadas segundo a sua importância para a competitividade do turismo.<sup>3</sup>

Dimensões	Brasil*		Nordeste		Não Capitais		Nova Olinda	
	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009
Total geral	52,1	54,0	49,0	50,4	46,9	48,4	31,6	35,9
Infraestrutura geral	63,8	64,6	60,2	60,4	58,1	58,9	59,8	55,3
Acesso	55,6	58,1	49,5	51,8	47,5	49,7	24,2	24,6
Serviços e equip. turísticos	44,8	46,8	40,0	41,8	36,3	37,9	5,5	7,9
Atrativos turísticos	58,2	59,5	57,8	57,8	59,3	60,2	39,2	39,8
Marketing	38,2	41,1	34,6	37,1	32,4	36,5	0,0	36,3
Políticas públicas	50,8	53,7	48,0	51,3	47,3	50,2	26,4	32,6
Cooperação regional	44,1	48,1	45,1	48,2	45,0	48,8	62,5	63,1
Monitoramento	35,4	34,5	29,0	28,8	30,6	29,4	0,0	2,7
Economia local	56,6	57,1	51,5	51,3	50,9	49,6	47,6	41,5
Capacidade empresarial	51,3	55,7	46,4	50,2	36,6	39,8	8,6	21,1
Aspectos sociais	57,2	57,4	56,8	55,0	53,5	53,4	34,0	37,3
Aspectos ambientais	58,9	61,8	56,9	59,9	55,5	58,1	48,1	54,7
Aspectos culturais	54,6	54,6	53,0	52,9	49,8	48,7	56,8	54,8

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

Gráfico 15. Resultados consolidados

**NOVA OLINDA**



Fontes: FGV / MTur / SEBRAE, 2009