

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

NATAL



## APRESENTAÇÃO

Com o intuito de auxiliar destinos turísticos a analisar, a conjugar e a equilibrar os diversos fatores que, para além da atratividade, contribuem para a evolução da atividade turística, o Ministério do Turismo, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a Fundação Getulio Vargas (FGV) deram início, em 2007, ao *Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional*.

Realizado pelo terceiro ano consecutivo, o Estudo de Competitividade passou, em 2010, a ser denominado Índice de Competitividade do Turismo Nacional - 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico. A metodologia que gera índices em 13 dimensões ligadas à atividade turística permite monitorar a eficiência de um destino turístico sob a ótica da competitividade – conceito que impulsiona o destino a superar-se ano após ano, proporcionando ao turista uma experiência cada vez mais positiva.

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

O presente relatório apresenta individualmente os valores obtidos pelo destino nas 13 dimensões abordadas pelo estudo e reúne análises sobre os resultados consolidados. Tais resultados foram gerados a partir de respostas coletadas pela Fundação Getulio Vargas no município entre os meses de abril e setembro de 2010. Além disso, como instrumento metodológico e estratégico, este documento congrega os indicadores de competitividade registrados pelo município nas últimas edições do estudo – 2009 e 2008 - e os índices nacionais de competitividade. São eles a média Brasil (consolidado de um total de 65 destinos), a média Capitais (consolidado de 27 capitais) e a média Não capitais (consolidado de 38 municípios).

O principal objetivo deste relatório 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  
Fundação Getulio Vargas

## SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO .....	2
1. ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE .....	4
2. RESULTADOS .....	6
2.1 Total geral .....	6
2.2 Infraestrutura geral .....	8
2.3 Acesso .....	9
2.4 Serviços e equipamentos turísticos .....	10
2.5 Atrativos turísticos .....	12
2.6 Marketing e promoção do destino.....	13
2.7 Políticas públicas.....	15
2.8 Cooperação regional .....	16
2.9 Monitoramento.....	17
2.10 Economia local .....	18
2.11 Capacidade empresarial.....	19
2.12 Aspectos sociais.....	21
2.13 Aspectos ambientais .....	22
2.14 Aspectos culturais .....	23
3. RESULTADOS CONSOLIDADOS .....	26
4. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE .....	27

## 1. ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE

Para realizar este levantamento, pesquisadores da Fundação Getúlio Vargas permanecem uma semana em cada município aplicando um questionário com mais de 600 perguntas capazes de captar dados primários e secundários 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.

Todas as perguntas que integram as 13 dimensões do questionário compõem o índice de competitividade do destino turístico, isto é, mensuram ***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.***

Com base nas informações coletadas, foram atribuídos 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.

Para analisar estes resultados foram considerados cinco níveis, numa escala de 0 a 100<sup>1</sup>. 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 a anterior, ainda evidencia níveis inadequados da dimensão para a competitividade de um destino; 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 três edições da pesquisa, é importante observar os critérios estatísticos nos quais esse levantamento

---

<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.

se baseia. Considerou-se, como estabilidade da pontuação, um aumento ou queda de até 1,0 ponto na comparação dos indicadores entre anos seguidos. Isto é, para que o destino considere um índice como evolução, estabilidade ou regressão, é preciso que a diferença entre os resultados das pesquisas seja superior a 1,0 ponto para mais ou para menos no total geral ou em qualquer uma das 13 dimensões.

Este documento apresenta, portanto, os resultados consolidados do município avaliado em 14 índices de competitividade: o indicador geral do destino e o indicador em cada uma das 13 dimensões avaliadas. Como informações complementares são citadas ainda a média Brasil (indicador dos 65 destinos), a média das cidades capitais e a média das cidades não capitais.

Uma vez conhecidos os índices nacionais de competitividade (média Brasil, média capitais e média não capitais), recomenda-se que cada destino analise seus resultados de forma crítica, ponderando questões ligadas às características geográficas, econômicas e ao posicionamento do destino, a fim de entender que os resultados de determinada dimensão serão influenciados por essas características. Dessa forma, alguns destinos não devem, necessariamente, atingir o índice mais alto em todas as dimensões. Uma leitura criteriosa e consciente dos índices obtidos poderá fornecer referências para desenvolver um planejamento que favoreça os pontos fortes e minimize os impactos de aspectos inibidores do desenvolvimento do destino turístico.

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

## 2. RESULTADOS

### 2.1 Total geral

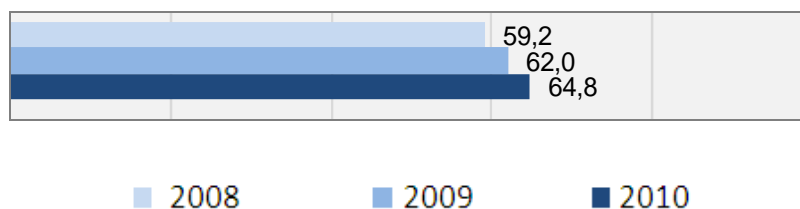
#### *Resultados gerais 2010*

O índice geral de competitividade do destino turístico indutor refere-se à soma ponderada das 13 dimensões avaliadas.

Considerando os resultados obtidos por todas as 65 cidades avaliadas, a média Brasil<sup>2</sup>, índice referencial da competitividade nacional, foi 56,0 em 2010. O índice das capitais, média resultante de cidades desta natureza, foi de 64,1, acima da média Brasil. O resultado do grupo de cidades não capitais, por sua vez, posicionou-se em 50,3, situando-se abaixo do índice nacional de competitividade 2010.

Para compor o índice geral de competitividade do destino Natal foram considerados, portanto, os índices obtidos nas 13 dimensões avaliadas. Com isso, o índice geral do destino em 2010 foi 64,8 pontos (escala de 0 a 100). Este resultado ficou acima do índice obtido pelo destino em 2009 (62,0), como é possível conferir no gráfico:

Gráfico 1. Total geral - Resultados do destino 2008-2010



Os resultados obtidos pelo destino nas dimensões Infraestrutura geral (68,3), Acesso (66,8), Serviços e equipamentos turísticos (76,7), Cooperação regional (66,3), Economia local (67,3), Capacidade empresarial (84,9), Aspectos sociais (67,9), Aspectos ambientais (75,3) e Aspectos culturais (68,6) contribuíram positivamente para o índice geral de competitividade do município, uma vez que se mantiveram acima do resultado geral do destino em 2010.

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

Por sua vez, os índices registrados nas dimensões Atrativos turísticos (49,4), Marketing e promoção do destino (55,1), Políticas públicas (57,7) e Monitoramento (26,6) se posicionaram abaixo do total geral do destino em 2010, influenciando negativamente o indicador de competitividade do município.

### ***Análise comparativa 2009-2010***

Ao realizar uma análise sobre a série histórica dos resultados de Natal, é possível concluir que em 2010 houve evolução do indicador de competitividade do destino (Total geral) em comparação ao ano anterior. Como explicado anteriormente, nesta análise são consideradas diferenças de pontuação superiores a 1,0 ponto no indicador na comparação entre 2010 e 2009.

Se a análise for realizada sobre as 13 dimensões avaliadas por este estudo, é possível observar que houve evolução nos resultados dos últimos dois anos em Infraestrutura geral, Acesso, Serviços e equipamentos turísticos, Marketing e promoção do destino, Políticas públicas, Economia local, Capacidade empresarial, Aspectos ambientais e Aspectos culturais.

Por fim, foi possível observar que as dimensões Atrativos turísticos, Cooperação regional, Monitoramento e Aspectos sociais apresentaram regressão de indicadores quando avaliadas as edições de 2010 e 2009.

A seguir, serão descritas as análises dos indicadores obtidos em cada uma das 13 dimensões que compõem o total geral do destino.

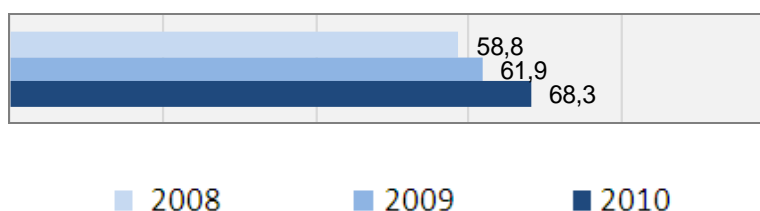
## 2.2 Infraestrutura geral

O *Índice 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.

Avaliadas todas estas questões nos 65 destinos indutores, a média Brasil em 2010 na dimensão *Infraestrutura geral* foi 65,8. A média das capitais avaliadas posicionou-se em 74,3 pontos, acima do indicador nacional neste item, enquanto a média das cidades não capitais foi 59,8, abaixo do resultado Brasil nesta dimensão.

Em *Infraestrutura geral*, o destino Natal registrou 68,3 pontos em 2010, um índice acima do obtido pelo município em 2009, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 2. Infraestrutura geral - Resultados do destino 2008-2010



O indicador de Natal foi influenciado de forma positiva pela disponibilidade de serviço público de atendimento médico a emergências 24 horas no destino, pelo fornecimento ininterrupto de energia elétrica no período de alta temporada, pela presença de um grupamento especial de atendimento ao turista na Polícia Militar, pela oferta de Corpo de Bombeiros com grupo de busca e salvamento e pela existência de Defesa Civil. Pode-se citar também a adoção de quesitos de embelezamento nas áreas públicas – como a iluminação na Ponte Newton Navarro e nos portais dos Reis Magos na entrada da cidade e nos acessos à praia de Ponta Negra - e o estado de conservação do mobiliário urbano nas áreas turísticas. Além disso, o destino põe em prática programa para a conservação de mobiliário urbano ou de áreas verdes – Adote o Verde, da Secretaria Municipal de Serviços Urbanos (Semsur).



Entre os fatores que influenciaram negativamente o resultado do destino nesta dimensão estão a inexistência de um grupo de busca e salvamento na Defesa Civil e o estado de conservação de alguns elementos do mobiliário urbano – como lixeiras, telefones públicos e banheiros públicos. Além disso, pode-se destacar que a conservação urbana e a limpeza pública não são evidentes no entorno de alguns dos principais pontos turísticos – como praias de Ponta Negra, dos Artistas e do Meio.

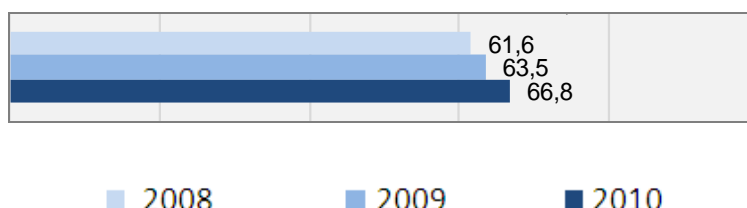
### 2.3 Acesso

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.

A média Brasil de 2010 na dimensão Acesso ficou em 60,5. O grupo de capitais obteve 72,0 pontos, acima do índice nacional de competitividade nesta dimensão, enquanto que o conjunto de cidades não capitais registrou 52,3, abaixo desta média Brasil.

O destino Natal posicionou-se em 66,8 pontos (escala de 0 a 100), acima do resultado obtido no ano anterior, como se pode observar no gráfico:

Gráfico 3. Acesso - Resultados do destino 2008-2010



A disponibilidade de um aeroporto em município limítrofe – Aeroporto Internacional Augusto Severo – e a estrutura deste terminal aeroportuário que atende ao destino estão entre os aspectos considerados. Durante a visita técnica ao município, realizada entre o período 14/06/2010 e 18/06/2010, foi possível constatar a oferta de transporte público ou concessões para atender àqueles que desembarcam no terminal aéreo que atende ao destino – táxi comum, ônibus intermunicipal e van. Dentre os aspectos que influenciaram o índice de competitividade do destino de forma positiva nesta dimensão estão a existência de um terminal rodoviário que atende ao destino e a oferta de

transportes para o deslocamento dos que embarcam e desembarcam na rodoviária – táxi comum, ônibus e van (ou os chamados alternativos). A existência de um terminal aquaviário que atende ao município – e pelo qual embarcam e desembarcam turistas em visita ao destino – foi outro fator que ajudou a compor o resultado. Soma-se a estes fatores a existência de linhas de transporte urbano que atendam às principais atrações turísticas. Favorece o destino a disponibilidade de serviços de táxis regularizados e padronizados e a oferta ligações aéreas diretas entre o aeroporto que atende ao município e seus principais centros emissores de turistas nacionais e internacionais, aspectos que contaram positivamente para o índice de competitividade nesta dimensão.

Entre os aspectos negativos identificados nesta dimensão estão as condições da principal rodovia de acesso de fluxo turístico ao destino – BR 101 –, a inexistência de uma linha regular de transporte turístico (ônibus ou similar) que interligue os principais atrativos do destino, a existência de congestionamentos durante a alta temporada e a carência de vagas para estacionamento nas áreas turísticas.

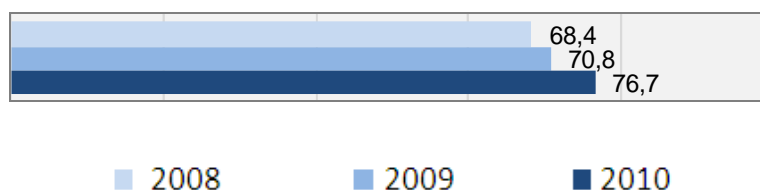
## **2.4 Serviços e equipamentos turísticos**

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.

Nesta dimensão, a média Brasil foi 50,8. A média das capitais avaliadas (63,3) posicionou-se acima da média Brasil, enquanto o resultado do grupo de cidades não capitais (41,9) ficou abaixo do índice nacional de competitividade.

Para a cidade de Natal, o índice de competitividade foi 76,7 pontos nesta dimensão, acima do conquistado na edição anterior do estudo, conforme o gráfico a seguir:

Gráfico 4. Serviços e equipamentos turísticos - Resultados do destino 2008-2010



O resultado do destino nesta dimensão foi positivamente influenciado pela oferta de sinalização turística viária nos padrões internacionais recomendados e pelo estado de conservação da sinalização turística viária. A existência de centros de atendimento ao turista foi outro quesito considerado. Além disso, levou-se em conta a existência de um centro de convenções no destino – o equipamento considerado foi o Centro de Convenções de Natal –, sua estrutura, capacidade e localização em relação às áreas turísticas, além da oferta de outros espaços para a realização de eventos – como salas em hotéis e resorts para eventos de pequeno e médio porte. Quanto aos meios de hospedagem existentes no destino, constatou-se a existência de uma organização dos meios de hospedagem, que discute e defende os interesses dos empreendimentos do destino e o fato de a maioria dos meios de hospedagem possuir unidades habitacionais em bom estado de conservação, modernas ou recém reformadas. Quanto à capacidade dos estabelecimentos de alimentação, verificou-se há incentivo formal à adoção de tecnologias que priorizem a questão ambiental nestes estabelecimentos e a maioria dos empreendimentos deste setor cumprem quesitos de acessibilidade.

Entre os fatores que influenciaram negativamente o resultado do destino nesta dimensão estão a ausência de sinalização turística viária em idioma estrangeiro e a inexistência de sinalização turística descritiva ou interpretativa nos atrativos. A carência de estrutura e de serviços ofertados nos centros de atendimento ao turista e a pouca flexibilidade de horários e dias de funcionamento foram outros quesitos considerados. Além disso, foi observada a carência de oferta de transporte público para o principal centro de convenções. Quanto aos meios de hospedagem, constatou-se a inexistência de incentivo formal ao uso de tecnologias que priorizem a questão ambiental em estabelecimentos de hospedagem. Considerou-se ainda que a maioria dos meios de hospedagem não disponibilizar acesso à internet nas unidades habitacionais e não há o cumprimento de quesitos de acessibilidade na maioria destes estabelecimentos. Quanto aos estabelecimentos de alimentação, verificou-se que –

além da Abrasel-RN – não há uma organização local e representativa de restaurantes e similares, que discuta e defenda os interesses dos empreendimentos.

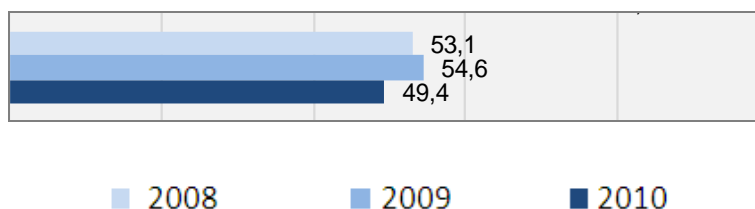
## 2.5 Atrativos turísticos

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

A média Brasil em 2010, na dimensão *Atrativos turísticos*, posicionou-se em 60,5. Nesta dimensão a média das capitais foi 59,5, abaixo da média nacional, e o indicador das cidades não capitais (61,3) apresentou-se acima do índice Brasil.

O indicador de Natal em *Atrativos turísticos* foi 49,4 pontos (escala de 0 a 100), resultado abaixo do índice obtido pelo destino turístico em 2009, como é possível verificar no gráfico:

Gráfico 5. Atrativos turísticos - Resultados do destino 2008-2010



O indicador do destino nesta dimensão foi influenciado positivamente, entre outros fatores, pela existência de atrativos naturais para os quais há fluxo turístico. Em visita técnica ao principal atrativo natural – praia de Ponta Negra –, realizada entre os dias 14/06/2010 e 18/06/2010, foi possível constatar a oferta de estrutura disponível ao visitante – como meios de hospedagem, restaurantes e quiosques. Também ficou constatado que o destino conta com atrativos culturais para os quais há fluxo turístico, tendo sido o principal indicado a Fortaleza dos Reis Magos. O resultado do destino também foi positivamente afetado pela existência de eventos programados que atraem turistas – como o Carnatal. O destino conta com atrativos de realizações técnica e científicas – como o Instituto Internacional de Neurociências – que geram a atração de visitantes ao longo de todo o ano com interesse específico, independentemente de uma data especial no calendário de eventos.

Apesar dos aspectos positivos avaliados, outros quesitos influenciaram negativamente a pontuação nesta dimensão. O principal atrativo natural indicado – praia de Ponta Negra - não possui estudo de capacidade de carga ou suporte para minimizar o impacto da atividade turística sobre os recursos e a estrutura disponível no principal atrativo natural ainda necessita de melhorias. Outros fatores que também geraram impacto no indicador foram a carência de um estudo de capacidade de carga aplicado ao principal atrativo cultural indicado – Fortaleza dos Reis Magos –, o estado de conservação urbanística e ambiental do entorno do principal atrativo cultural indicado, a estrutura disponível aos visitantes neste atrativo cultural e as condições de acessibilidade para pessoas com deficiência. O estado da estrutura disponível no local em que acontece o principal evento programado indicado – Carnatal –, a inexistência de um estudo de capacidade de carga para tal evento – que, segundo a comunidade local traz impactos como toneladas de lixo e poluição sonora – e a falta de recursos de acessibilidade para pessoas com deficiência ao local em que acontece o principal evento programado também foram considerados. Além disso, não há no destino o monitoramento da capacidade de carga ou suporte da principal realização técnica e científica sinalizada – Instituto Internacional de Neurociências (visitas científicas) – e o atrativo em que tal realização acontece não adota quesitos de acessibilidade para visitantes com deficiência, aspectos que, se melhorados, tendem a potencializar a atratividade do destino ao longo de todo o ano.

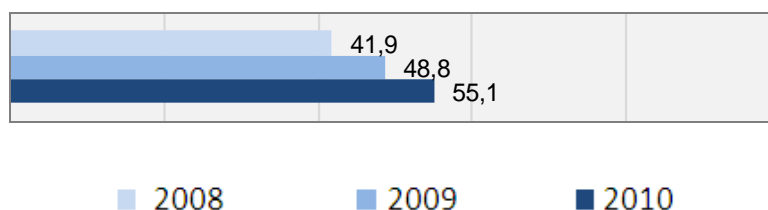
## **2.6 Marketing e promoção do destino**

Na dimensão *Marketing e promoção do destino* 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).

A média Brasil atingiu 42,7 pontos em *Marketing e promoção do destino*. A média das capitais (46,8) ficou acima do indicador nacional nesta dimensão, enquanto a média das cidades não capitais em 2010 (39,8) posicionou-se abaixo da média geral do país nesta dimensão.

Em *Marketing e promoção do destino*, a cidade de Natal registrou 55,1 pontos, índice acima do obtido pelo destino no ano anterior, conforme exibe o gráfico a seguir:

Gráfico 6. Marketing e promoção do destino - Resultados do destino 2008-2010



Dentre os fatores que contribuíram de maneira positiva para esse índice em *Marketing e promoção do destino* está a existência de um plano de marketing formal, com algumas ações já executadas, elaborado com a colaboração de diversos atores. Além disso, o destino participa de feiras e eventos do setor de turismo, de forma contínua e institucionalizada – majoritariamente representado pelo Estado, por meio da Empresa Potiguar de Promoção Turística (Emprotur) –, participou de eventos regionais, estaduais, nacionais e internacionais nos últimos dois anos e se fez presente em feiras e eventos não voltados ao setor de turismo, de forma a ampliar a promoção do destino no mercado especializado nacional e internacional. Como quesitos que ajudaram a compor o indicador podem ser citados ainda a preocupação do município em produzir um material promocional que apresenta a estrutura disponível para eventos e o esforço em garantir revisão ortográfica profissional do material promocional ofertado. A página institucional do município na internet – acessível pelo endereço <http://turismo.natal.rn.gov.br> – traz informações turísticas sobre o destino.

Entre os fatores que influenciaram negativamente o resultado do destino nesta dimensão está a falta de metas e de responsabilidades definidas no plano de marketing, e o fato de o mesmo não estar fundamentado em pesquisa sobre a demanda turística. Além disso, este plano não contempla a relação com agências e operadoras e não apresenta de forma clara indicadores de desempenho definidos. O material promocional do destino Natal não alerta o visitante sobre ações de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes nem sobre a importância de preservar o meio ambiente. Outros quesitos considerados foram a inexistência de uma agenda de eventos disponível gratuitamente para consulta. A cidade de Natal não oferece ao turista uma central telefônica específica de informações turísticas através da qual os visitantes possam obter informações sobre atrativos, equipamentos e serviços disponíveis no destino. Não há informações turísticas em idioma estrangeiro na página institucional do destino e faltam ações neste ambiente virtual que deixem claro aos potenciais turistas a preocupação do destino em prevenir a exploração sexual de crianças e adolescentes no turismo e em preservar o meio ambiente.

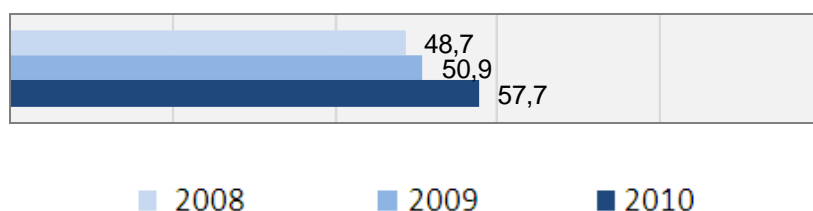
## 2.7 Políticas públicas

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.

Em *Políticas públicas*, a média Brasil ficou em 55,2 pontos (escala de 0 a 100). O indicador das cidades capitais nesta dimensão (61,5) manteve-se acima da média Brasil, e o grupo de não capitais (50,7) registrou pontos abaixo da média nacional de competitividade nesta dimensão.

O destino Natal conquistou 57,7 pontos este ano, acima do resultado registrado em 2009, como é possível conferir no gráfico:

Gráfico 7. Políticas públicas - Resultados do destino 2008-2010



O destino possui um órgão municipal – Secretaria de Turismo e de Desenvolvimento Econômico - com atribuição, ainda que não exclusiva, de coordenar ou incentivar o desenvolvimento do turismo e que dispõe de recurso próprio. O município possui uma instância de governança ativa – em formato de conselho municipal de turismo – dedicada ao acompanhamento da atividade turística, mantém representação junto ao Conselho Estadual de Turismo – Conetur –, dispôs no ano anterior de investimentos diretos do governo estadual em projetos que visam a competitividade do turismo e, além de atuar em cooperação com o Ministério do Turismo em programas ou convênios, registrou também no ano anterior investimentos diretos do governo federal no destino em projetos ligados ao turismo. Foram relatados ainda ações ou projetos executados em parceria com a iniciativa privada ou com entidades de classe representativas do setor ao longo do ano anterior.

Entretanto, o destino não garantiu recursos de emendas parlamentares para o turismo no ano anterior e não executou nenhum programa de modernização administrativa ou fiscal na gestão municipal nos últimos cinco anos, questões que impactaram o índice nesta dimensão. Além disso, o município desenvolveu poucos projetos em conjunto com outras secretarias em atividades relacionadas ao turismo no ano anterior, questão que influenciou a composição do indicador.

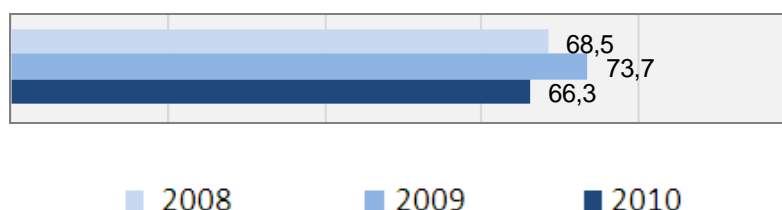
## 2.8 Cooperação regional

O *Índice 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.

A média Brasil em *Cooperação regional* foi 51,1. A média das cidades do grupo de capitais (48,3) posicionou-se abaixo do indicador nacional de competitividade nesta dimensão, e o indicador das cidades não capitais (53,1) ficou acima da média Brasil em *Cooperação regional*.

A cidade de Natal atingiu um índice de competitividade de 66,3 pontos (escala de 0 a 100) nesta dimensão, abaixo do índice conquistado na edição anterior do estudo, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 8. Cooperação regional - Resultados do destino 2008-2010



O destino faz parte de uma instância de governança regional – Conselho Pólo Costa das Dunas – que conta com a participação ativa de diversos atores do segmento turístico da região Pólo Costa das Dunas, está constituída seguindo os princípios do Programa de Regionalização do Ministério do Turismo e mantém reuniões periódicas. A instância regional dispõe de um gestor executivo com dedicação parcial à coordenação e dispõe de suporte para a condução de suas atividades – suporte este



oferecido pelo governo estadual e pelo Banco do Nordeste –, fatores que exerceram impacto positivo sobre o resultado obtido nesta dimensão. Levou-se em conta ainda que a instância está representada no conselho estadual de turismo e que, no ano anterior, houve ações para mobilizar atores do segmento turístico do destino para a importância da cooperação regional. Também foi considerado o fato de o destino coproduzir material promocional da região turística da qual faz parte, questões consideradas positivas para a composição do resultado nesta dimensão.

Entretanto, foi sinalizado que a instância de governança regional – Conselho Pólo Costa das Dunas – não está formalmente constituída, não realiza parcerias com o setor privado dos municípios que representa, nem conta com recurso próprio, fatores que exerceram impacto negativo sobre o resultado obtido nesta dimensão. Não foram constatados projetos de cooperação regional compartilhados entre o município de Natal e outros destinos da mesma região – Pólo Costa das Dunas. Além disso, Natal não participa de consórcio público ligado a projetos turísticos com outro destino de sua região turística. Os roteiros regionais dos quais o destino faz parte são originalmente de mercado, ou seja, não foram elaborados com base em informações de um inventário ou de um cadastro da oferta turística e neles não são monitoradas questões de sustentabilidade, como a elaboração de Estudo de Impacto Ambiental (EIA), por exemplo. Também foi constatada a inexistência de uma página institucional da região turística na internet.

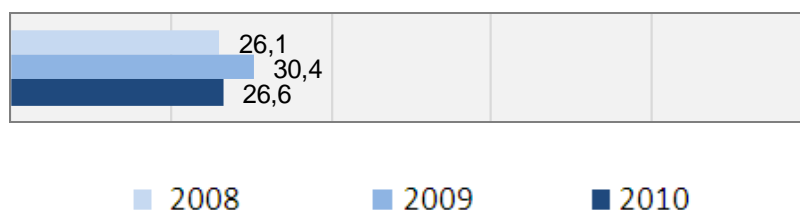
## **2.9 Monitoramento**

Na dimensão *Monitoramento* 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.

Após avaliadas todas estas questões nos 65 destinos indutores, a média Brasil em 2010 nesta dimensão foi 35,3. A média das capitais analisadas foi 42,6, acima da média Brasil, enquanto a média das cidades não capitais em 2010 (30,0) localizou-se abaixo do índice de competitividade nacional nesta dimensão.

O indicador de Natal em *Monitoramento* foi 26,6 pontos (escala de 0 a 100), resultado abaixo do índice obtido no ano anterior, como pode-se observar no gráfico:

Gráfico 9. Monitoramento - Resultados do destino 2008-2010



Na dimensão *Monitoramento*, o resultado obtido pelo destino foi composto, entre outros quesitos, pela realização de pesquisa de demanda periódica e de pesquisa de oferta – do tipo Cadastramento de equipamentos –, levantamentos que geram dados relevantes para o planejamento e a divulgação de informações do destino. Além disso, o destino dispõe de um conjunto técnico ou inventário de estatísticas turísticas, mantido pelo Estado.

Entretanto, a pesquisa de demanda realizada no destino não se baseia em um plano amostral e, apesar de ser beneficiado por pesquisa de demanda periódica, Natal não aproveita os dados coletados em planejamento ou em divulgação, cruzando informações e trabalhando-as com estatísticos ou turismólogos. Além de não possuir um sistema de indicadores de desempenho ou de gerar relatórios de conjuntura turística dos segmentos relacionados ao turismo, o destino não acompanha os objetivos da política em turismo em nível estadual ou em nível federal, 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 econômicos, sociais, culturais e ambientais gerados pelo turismo. Outros aspectos considerados foram o fato de a administração pública local não possuir um setor específico de estudos que realiza pesquisas em turismo.

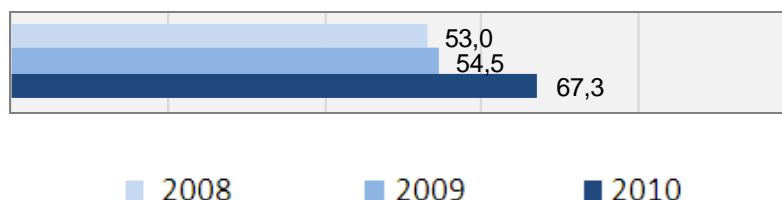
## 2.10 Economia local

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.

Nesta dimensão, a média Brasil foi 59,5 em 2010 (escala de 0 a 100). O grupo de capitais registrou 70,7 pontos, acima do indicador nacional nesta dimensão. A média das cidades não capitais (51,5), por sua vez, ficou abaixo da média Brasil em *Economia local*.

O destino Natal registrou 67,3 pontos, um índice acima do conquistado na edição 2009 do estudo, conforme o gráfico a seguir:

Gráfico 10. Economia local - Resultados do destino 2008-2010



A oferta de serviços de acesso em banda larga à internet no destino, a disponibilidade de acesso gratuito à internet em locais públicos, a oferta de caixas eletrônicos de autoatendimento disponíveis 24 horas para saques com cartões de crédito internacionais e a existência de casas de câmbio para turistas estrangeiros ajudaram a compor o indicador nesta dimensão. A atuação de um *Convention & Visitors Bureau* exclusivo do destino – Natal Convention & Visitors Bureau – e a existência de um pólo físico de produção significativo para movimentar a economia local foram fatores que colaboraram para o resultado, uma vez que ambos tendem a gerar fluxo turístico receptivo em consequência de sua existência.

Entre os aspectos negativos identificados nesta dimensão está o fato de o destino não oferecer benefícios de isenção ou redução de impostos ou taxas para as atividades características do turismo. Além destes fatores, dados econômicos de fontes secundárias também foram observados, como o PIB, PIB per capita e volume de operações de crédito, por exemplo.

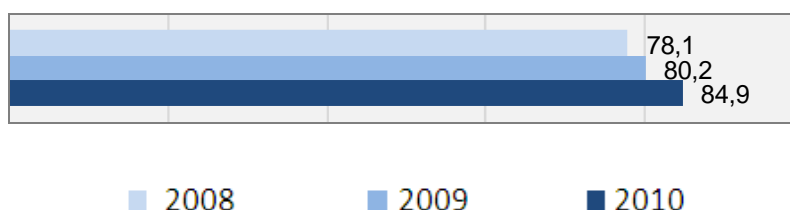
## 2.11 Capacidade empresarial

O *Índice 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.

Em *Capacidade empresarial*, a média Brasil ficou em 57,0. O grupo de capitais obteve 82,7 pontos, acima da média Brasil, enquanto que o conjunto de cidades não capitais obteve 38,6, abaixo do indicador geral nacional nesta dimensão.

O destino Natal conquistou 84,9 pontos (escala de 0 a 100), acima dos pontos registrados na dimensão *Capacidade empresarial* em 2009, como é possível verificar no gráfico:

Gráfico 11. Capacidade empresarial - Resultados do destino 2008-2010



Dentre os aspectos positivos identificados nesta dimensão estão a presença de instituições de ensino com programas regulares de formação técnica, de formação superior e de cursos livres e a oferta de escolas de formação em idioma estrangeiro. Em entrevistas com o empresariado local, foi constatado que existe pessoal local qualificado para trabalhar em cargos de níveis básico e técnico em meios de hospedagem, para trabalhar em cargos de supervisão e técnico em agências ou operadoras e para trabalhar em cargos de gerência e administrativo em estabelecimentos de alimentos e bebidas, fatores positivos para o destino. A presença de grupos nacionais e internacionais do setor de turismo (como redes de locação de automóveis, cadeias de restaurantes e redes de meios de hospedagem) e a aplicação de programa de qualificação especificamente voltado para empresários ou gerentes de empreendimentos turísticos também influenciaram positivamente o resultado. Considerou-se ainda a presença de empresas de grande porte, filiais ou subsidiárias com mais de mil funcionários e de empresas que produzem e exportam mercadorias de alto valor agregado e perecíveis.

O resultado do destino nesta dimensão foi afetado negativamente, dentre outros aspectos, pela inexistência de adensamentos de empreendimentos turísticos que fomentem o empreendedorismo como arranjos produtivos locais e pela identificação de barreiras à entrada de novos empreendimentos turísticos – entre elas os desincentivos fiscais e a dificuldade para a obtenção de licenciamento ambiental –,

questos que, uma vez melhorados, tendem a contribuir para o incremento do índice de competitividade do destino.

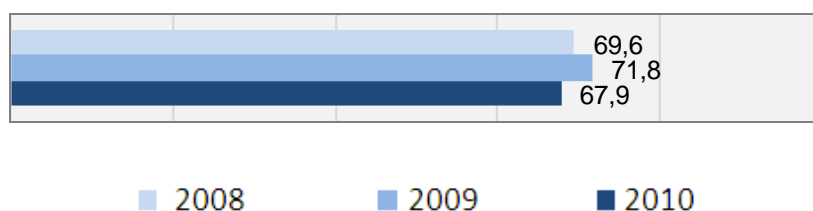
## 2.12 Aspectos sociais

O *Índice 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.

Consideradas todas estas questões, a média Brasil em 2010 na dimensão *Aspectos sociais* foi 58,4. A média das capitais avaliadas posicionou-se em 64,2 pontos, acima do indicador nacional neste item, enquanto a média das cidades não capitais foi 54,2, abaixo da média Brasil nesta dimensão.

A cidade de Natal registrou um índice de competitividade de 67,9 pontos, abaixo do índice conquistado nesta dimensão na edição anterior do estudo, conforme exhibe o gráfico a seguir:

Gráfico 12. Aspectos sociais - Resultados do destino 2008-2010



Nesta dimensão, o destino se destacou pela existência de investimentos em educação – além do percentual obrigatório de 25%. Outros aspectos positivos são a adoção de políticas de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes por parte do poder público municipal e a aplicação de programa específico de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes no turismo, que conta com o apoio da iniciativa privada, do terceiro setor e do poder público. Além de o destino consultar a população sobre atividades ou projetos turísticos por meio do conselho municipal de turismo e de outras instituições, a comunidade se envolve com a atividade turística por meio de associações de moradores, sindicatos e cooperativas.

Entretanto, entre os aspectos que resultaram em impactos negativos estão o relato de que há no destino utilização de pessoal informal durante a baixa e a alta temporada. Avaliou-se ainda que não são adotados programas de incentivo ao uso dos equipamentos turísticos pela população local e que não existe elaboração de orçamento participativo – apenas a aprovação de orçamento previamente estabelecido (PPA). O município não sensibiliza constantemente os cidadãos sobre a importância da atividade turística para o destino e não alerta o turista para o respeito à comunidade local, à cultura e ao patrimônio – durante visita técnica ao destino ficou evidente o estado de conservação dos equipamentos - e para a preservação do meio ambiente.

Além destes fatores, na composição do indicador desta dimensão foram considerados ainda dados secundários de indicadores sociais do destino, como percentual de habitantes com acesso ao ensino, Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB) e Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M), dentre outros.

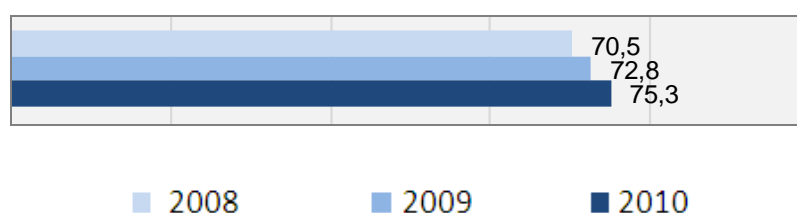
### **2.13 Aspectos ambientais**

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.

Em *Aspectos ambientais*, a média Brasil foi 65,6 pontos (escala de 0 a 100). O grupo de capitais obteve 71,3 pontos, resultado acima da média Brasil, enquanto a média do conjunto de cidades não capitais foi 61,5, abaixo do indicador geral nacional nesta dimensão.

O indicador de Natal nesta dimensão foi 75,3 pontos (escala de 0 a 100), resultado acima do índice obtido pelo destino em 2009, como é possível conferir no gráfico:

Gráfico 13. Aspectos ambientais - Resultados do destino 2008-2010



Nesta dimensão, o resultado obtido pelo destino foi composto, entre outros quesitos, pela existência de um órgão municipal com atribuição de coordenar ou incentivar a preservação do meio ambiente - ainda que não exclusiva do meio ambiente – dotada de recurso próprio. O município tem Conselho de Planejamento Urbano e Meio Ambiente (Conplam) atuante, conta com um fundo municipal para o meio ambiente efetivo – cujos recursos estão disponíveis para ser aplicados – e possui um Código Ambiental Municipal ou similar - contra o qual não há ação judicial pública. Quanto ao saneamento, verificou-se que o município possui uma rede pública de distribuição de água, há estação de tratamento de água que atende ao destino, são aplicadas campanhas de educação periódicas para o uso racional do recurso. Também ajudou a elevar o índice alcançado nesta dimensão a presença de Unidades de Conservação com atividade turística monitorada em território municipal – Parque das Dunas –, detentora de conselho gestor e onde há aplicação de plano de manejo.

Entretanto, a secretaria municipal com atribuição de coordenar ou incentivar a preservação do meio ambiente não desenvolve parcerias, projetos ou atividades relacionadas ao turismo em conjunto com o órgão gestor do segmento no destino. Entre os aspectos que geraram impacto no indicador estão a falta de legislação específica para a adoção de fontes de energia limpa ou renovável em estabelecimentos públicos ou privados, a presença de atividades potencialmente poluidoras com alvará de funcionamento em seu território e a falta de uma estação de tratamento de água para a sua reutilização. O índice de cobertura da rede pública de esgoto também foi um quesito observado.

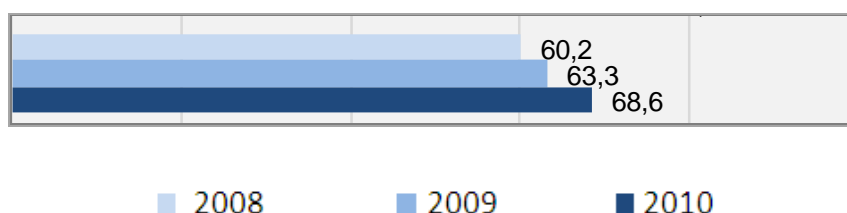
## 2.14 Aspectos culturais

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 nesta dimensão foi 55,9. A média das capitais (64,1) ficou acima do índice nacional de competitividade, enquanto o índice das cidades não capitais (50,0) posicionou-se abaixo da média Brasil nesta dimensão.

Em *Aspectos culturais*, o destino registrou 68,6 pontos, um índice acima do obtido no estudo anterior, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 14. Aspectos culturais - Resultados do destino 2008-2010



O destino possui atividade artesanal típica, possui culinária típica pela qual é reconhecido como destino turístico em esfera nacional, incentiva manifestações religiosas que atraem fluxo turístico e fomenta grupos artísticos de manifestação popular tradicional, ou seja, dispõe de um conjunto de produções culturais associadas ao turismo que podem gerar fluxo de visitantes para o município. Também ajudaram a compor o resultado desta dimensão a existência de patrimônio imaterial registrado que se constitui em atrativo turístico – Boi Calemba –, a aplicação de política de preservação de bens culturais imateriais, a existência de patrimônios artísticos tombados considerados atrativos turísticos e a existência de bens tombados como patrimônio histórico. Pode-se destacar também que o segmento conta com um órgão da administração local com atribuição exclusiva de incentivar o desenvolvimento da cultura – Funcarte – que dispõe de recurso próprio e que, no ano anterior, compartilhou projetos ou atividades em conjunto com o órgão gestor do turismo no município.

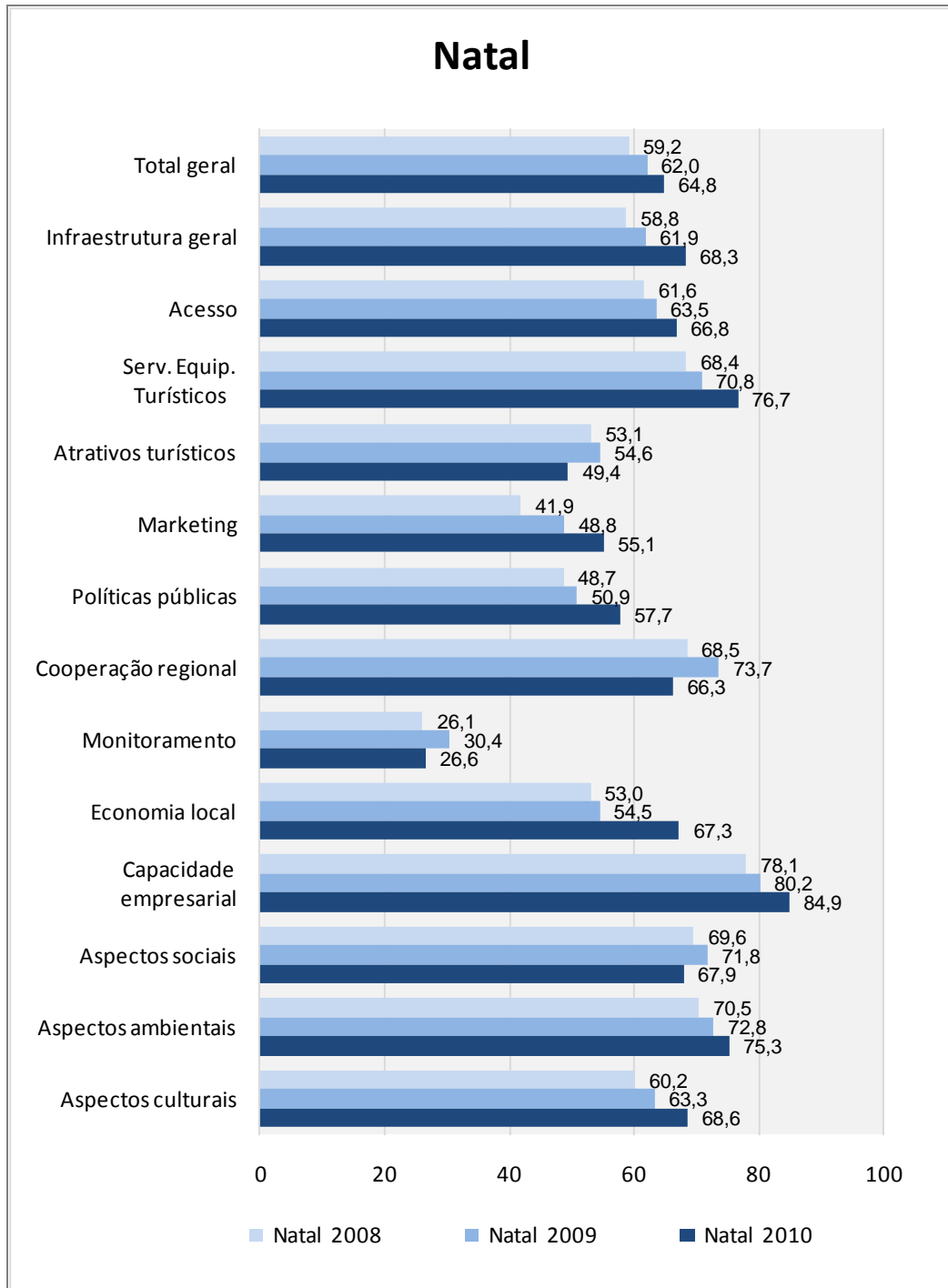
Projetaram o resultado para baixo nesta dimensão a inexistência de tradições culturais evidentes e a inexistência de comunidade tradicional. Também ajudaram a compor o resultado desta dimensão a inexistência de sítio arqueológico tombado ou registrado e o fato de o fundo municipal de cultura não ser efetivo, ou seja, de os recursos não estarem disponíveis para serem aplicados. Foi observado também que o destino não monitora a utilização turística do patrimônio cultural – falta controle contínuo de



capacidade de suporte ou carga em todos os atrativos –, aspecto que impactou o resultado do destino.

### 3. RESULTADOS CONSOLIDADOS

Gráfico 15. Resultados consolidados



Fonte: FGV/MTur/Sebrae, 2010

## 4. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE

A tabela a seguir consolida os resultados gerais do destino Natal nas dimensões avaliadas. O total geral do destino é o resultado da soma ponderada das 13 dimensões, analisadas segundo a sua importância para a competitividade do turismo.

Além disso, é possível verificar ainda os índices de competitividade registrados nas três edições do Índice de Competitividade do Turismo Nacional\*, e dos grupos de capitais ou de não capitais avaliadas.

Dimensões	Brasil*			Capitais			Natal		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
Total geral	52,1	54,0	56,0	59,5	61,9	64,1	59,2	62,0	64,8
Infraestrutura geral	63,8	64,6	65,8	70,5	71,3	74,3	58,8	61,9	68,3
Acesso	55,6	58,1	60,5	66,9	69,9	72,0	61,6	63,5	66,8
Serviços e equipamentos turísticos	44,8	46,8	50,8	56,8	59,4	63,3	68,4	70,8	76,7
Atrativos turísticos	58,2	59,5	60,5	56,6	58,5	59,5	53,1	54,6	49,4
Marketing e promoção do destino	38,2	41,1	42,7	46,3	47,5	46,8	41,9	48,8	55,1
Políticas públicas	50,8	53,7	55,2	55,7	58,7	61,5	48,7	50,9	57,7
Cooperação regional	44,1	48,1	51,1	42,9	47,1	48,3	68,5	73,7	66,3
Monitoramento	35,4	34,5	35,3	42,1	41,8	42,6	26,1	30,4	26,6
Economia local	56,6	57,1	59,5	64,7	67,6	70,7	53,0	54,5	67,3
Capacidade empresarial	51,3	55,7	57,0	72,1	78,1	82,7	78,1	80,2	84,9
Aspectos sociais	57,2	57,4	58,4	62,3	63,1	64,2	69,6	71,8	67,9
Aspectos ambientais	58,9	61,8	65,6	63,8	67,0	71,3	70,5	72,8	75,3
Aspectos culturais	54,6	54,6	55,9	61,4	63,0	64,1	60,2	63,3	68,6

Fonte: FGV/MTur/SEBRAE, 2010

\* O resultado Brasil reflete a amostra das 65 cidades analisadas. Os resultados “Capitais” e “Não capitais” refletem a média do grupo de cidades de mesma característica geopolítica.