

ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE
DO TURISMO NACIONAL

65 DESTINOS INDUTORES

DO DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO REGIONAL

FORTALEZA

2011



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 Nacional) e a Fundação Getulio Vargas (FGV) deram início, em 2007, ao *Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional*. Em 2010, o Estudo de Competitividade passou a ser denominado *Índice de Competitividade do Turismo Nacional – 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional*.

A metodologia 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 agosto e outubro de 2011.

Com este documento, o Ministério do Turismo, o Sebrae Nacional 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.

Ministério do Turismo

Sebrae Nacional

Fundação Getulio Vargas



Ministério do
Turismo



SUMÁRIO

1. ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE	4
2. ASPECTOS GERAIS	7
3. RESULTADOS	8
3.1 Índice geral.....	8
3.2 Infraestrutura geral	11
3.3 Acesso	13
3.4 Serviços e equipamentos turísticos	16
3.5 Atrativos turísticos	19
3.6 Marketing e promoção do destino.....	22
3.7 Políticas públicas.....	25
3.8 Cooperação regional	27
3.9 Monitoramento.....	30
3.10 Economia local	32
3.11 Capacidade empresarial.....	34
3.12 Aspectos sociais.....	37
3.13 Aspectos ambientais	39
3.14 Aspectos culturais	42
4. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE	45

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:

- 1 - Infraestrutura geral
- 2 - Acesso
- 3 - Serviços e equipamentos turísticos
- 4 - Atrativos turísticos
- 5 - Marketing e promoção do destino
- 6 - Políticas públicas
- 7 - Cooperação regional
- 8 - Monitoramento
- 9 - Economia local
- 10 - Capacidade empresarial
- 11 - Aspectos sociais
- 12 - Aspectos ambientais
- 13 - Aspectos culturais.

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 100¹.

- **Nível 1:** 0 a 20 pontos - refere-se ao intervalo em que os destinos apresentam deficiência em relação à determinada dimensão;
- **Nível 2:** 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;
- **Nível 3:** 41 a 60 pontos - configura situação regularmente satisfatória;
- **Nível 4:** 61 a 80 pontos - revela a existência de condições adequadas para atividades turísticas;
- **Nível 5:** 81 a 100 pontos - corresponde ao melhor posicionamento que um destino pode alcançar em uma dada dimensão.

Serão apresentados, portanto, os resultados consolidados do município em 2011, avaliado em 14 índices de competitividade: o indicador geral do destino e o indicador em cada uma das 13 dimensões avaliadas. O documento apresenta ainda a média Brasil (indicador dos 65 destinos) e a média das capitais. Estes dados poderão ser comparados aos resultados obtidos nos anos anteriores, o que permitirá observar a evolução dos índices, graças à série histórica que vem sendo construída.

Para que o município avaliado possa comparar os resultados das quatro edições da pesquisa, é importante observar os critérios estatísticos nos quais esse levantamento 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 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.

Uma vez conhecidos os índices nacionais de competitividade (média Brasil e média

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.

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 precisam, 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.

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.

2. ASPECTOS GERAIS

Fortaleza é a capital de estado do Ceará, na região Nordeste do país. Com uma população de 2.452.185 habitantes e 314,927km² de extensão territorial, o município possui um PIB de R\$28.350.622.364,00 e PIB *per capita* de R\$11.461,22, segundo dados do IBGE (2010).

O destino faz parte da Região Metropolitana de Fortaleza, juntamente com municípios como Aquiraz e Caucaia. Os principais segmentos turísticos nos quais Fortaleza é comercializada são Sol e Praia, Negócios e Eventos e Turismo Cultural.

Os principais atrativos de Fortaleza, conforme constatado durante a pesquisa de campo, são a Praia do Futuro, a Praia de Iracema, a Feira de Artesanato da Beira Mar, o Centro Cultural Dragão do Mar, o Mercado Central, além de eventos programados como *Réveillon* e Fortal.

Fortaleza conta com uma oferta de serviços e equipamentos com 332 meios de hospedagem (RAIS), 1991 estabelecimentos de alimentação (RAIS) e 281 guias de turismo (CADASTUR).

3. RESULTADOS

A pesquisa em Fortaleza foi realizada entre os dias 22 e 26 de agosto de 2011, quando foram entrevistados diversos representantes dos setores público, privado, associações de classe, dentre outros, para coletar os dados que compõem o índice de competitividade do destino.

Além disso, aplicou-se o método de observação *in loco* como forma de compor a avaliação dos destinos. Em complemento aos dados coletados em campo, a metodologia contemplou diversas informações disponíveis em fontes oficiais.

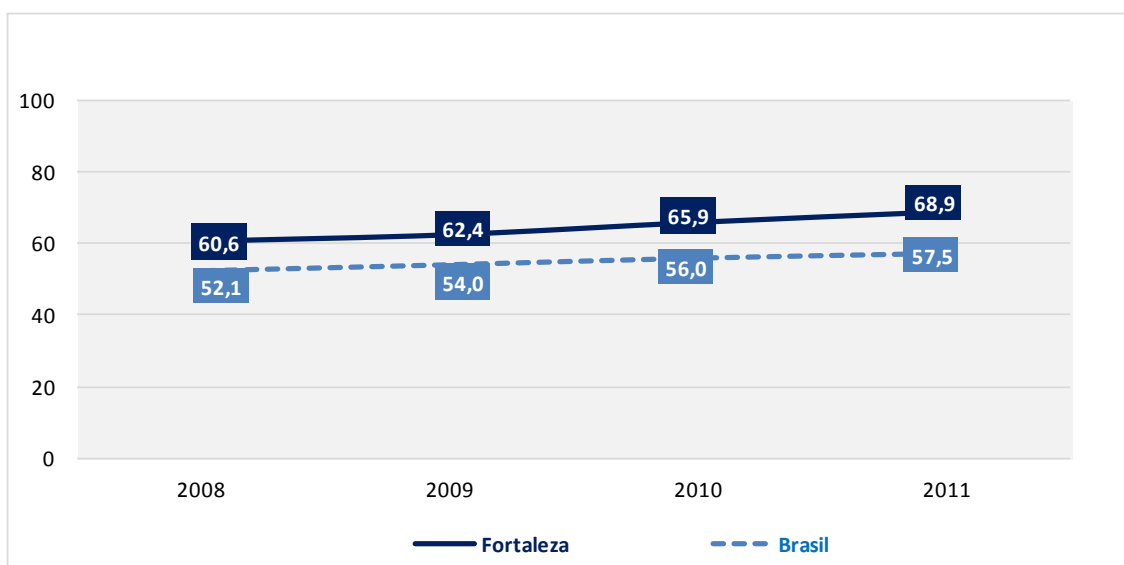
Além dos índices alcançados pelo destino em cada dimensão, serão destacados os principais fatores que contribuíram para tais resultados.

3.1 Índice geral

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

O índice geral do destino em 2011 foi 68,9 pontos (escala de 0 a 100). Este resultado ficou acima do índice obtido em 2010 (65,9), como é possível conferir no gráfico 1:

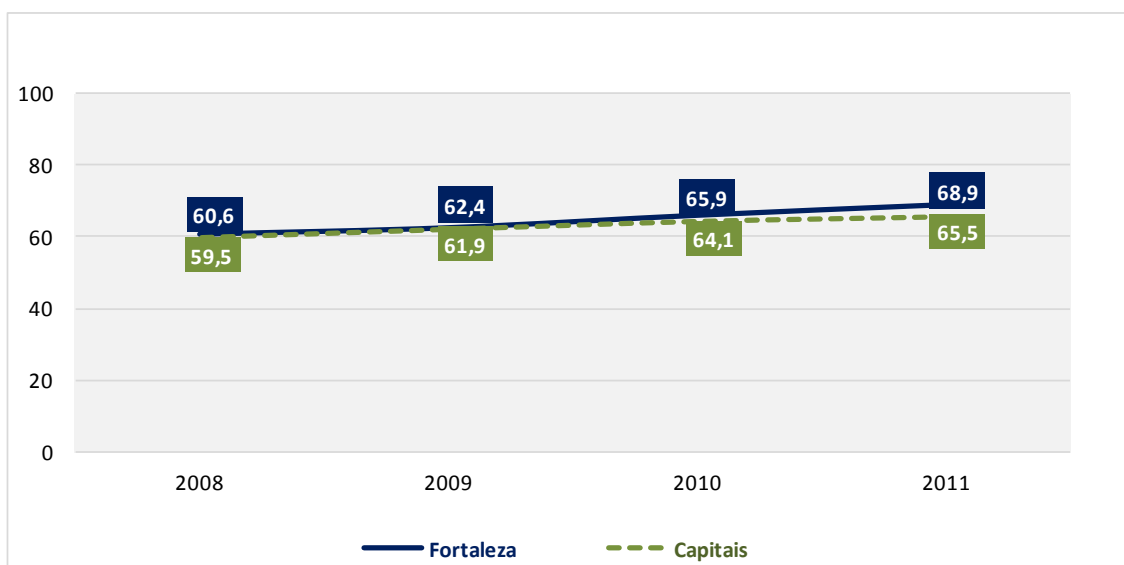
Gráfico 1. Índices gerais de competitividade – destino x Brasil: 2008-2011



É possível observar no gráfico acima o comportamento dos indicadores do destino nos últimos quatro anos da pesquisa. Em 2011, constatou-se a evolução do índice; porém o destino manteve o seu nível de competitividade no nível 4.

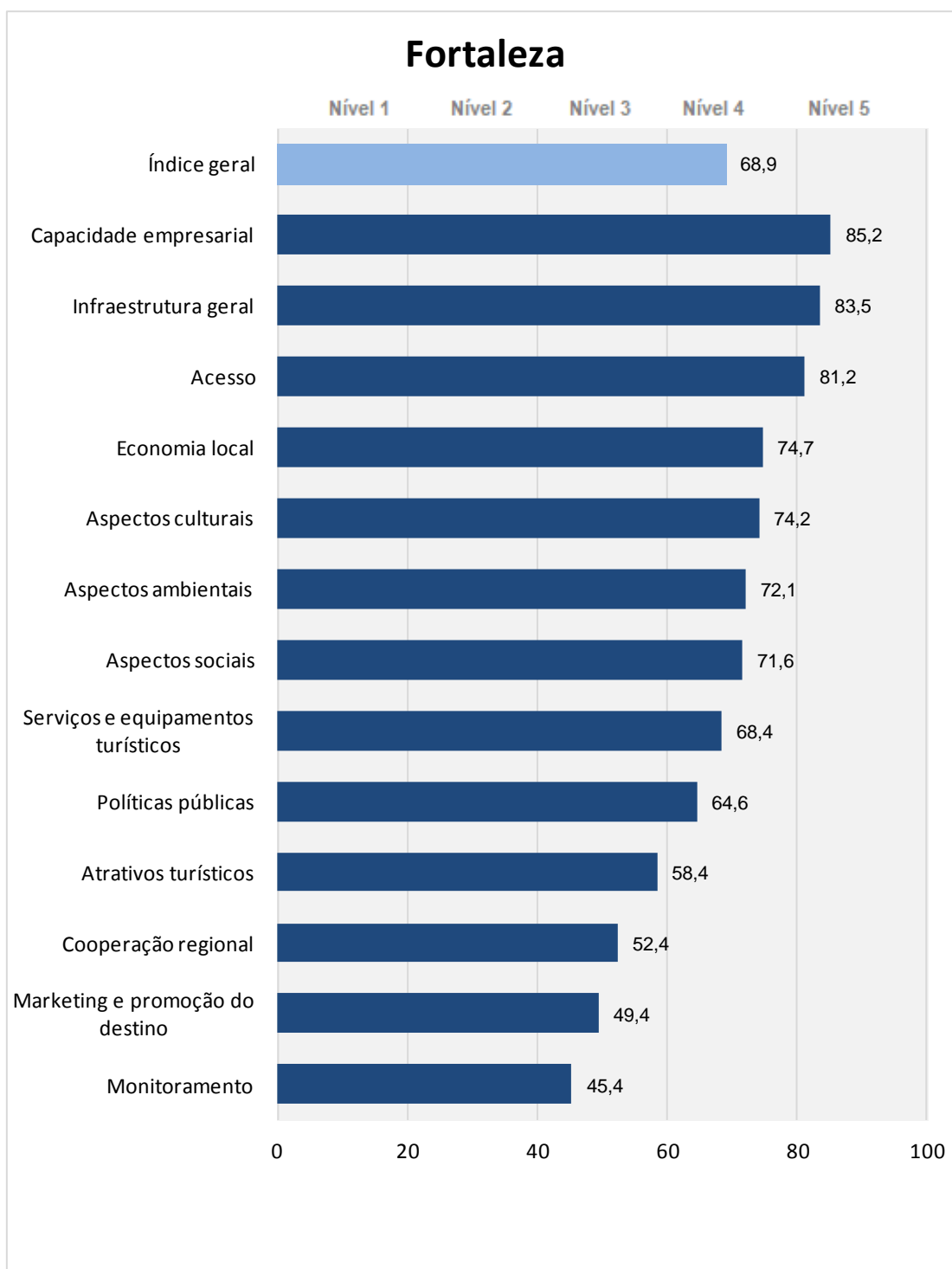
Podemos analisar o desempenho do destino juntamente com as linhas que apontam os resultados da média Brasil (gráfico 1) e das capitais (gráfico 2), que demonstram que o índice do destino segue a tendência nacional de evolução gradual. Considerando os resultados obtidos por todas as 65 cidades avaliadas em 2011, a média Brasil, índice referencial da competitividade nacional, foi de 57,5. A média dos índices das capitais foi de 65,5.

Gráfico 2. Índices gerais de competitividade – destino x capitais: 2008-2011



Os resultados apresentados a seguir apontam que, das 13 dimensões avaliadas, 06 dimensões alcançaram o nível 4 de competitividade (61 a 80), como é possível observar no gráfico 3. Por sua vez, As dimensões *Atrativos turísticos*, *Marketing e promoção do destino*, *Cooperação regional* e *Monitoramento* registraram índices referentes ao nível 3 (41 a 60), o menor nível registrado pelo destino.

Gráfico 3. Índices por dimensão em ordem decrescente de desempenho

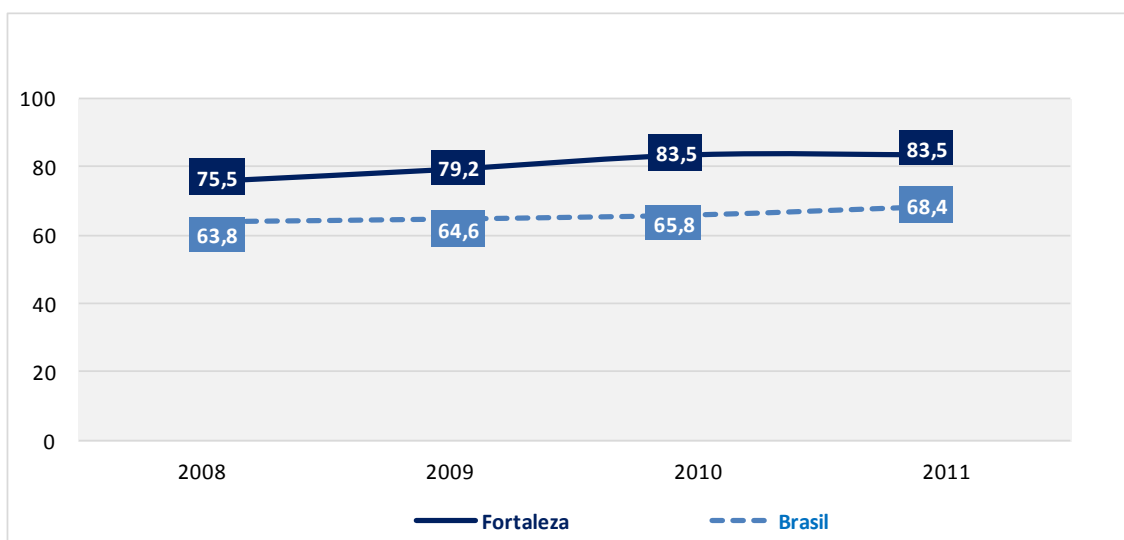


3.2 Infraestrutura geral

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.

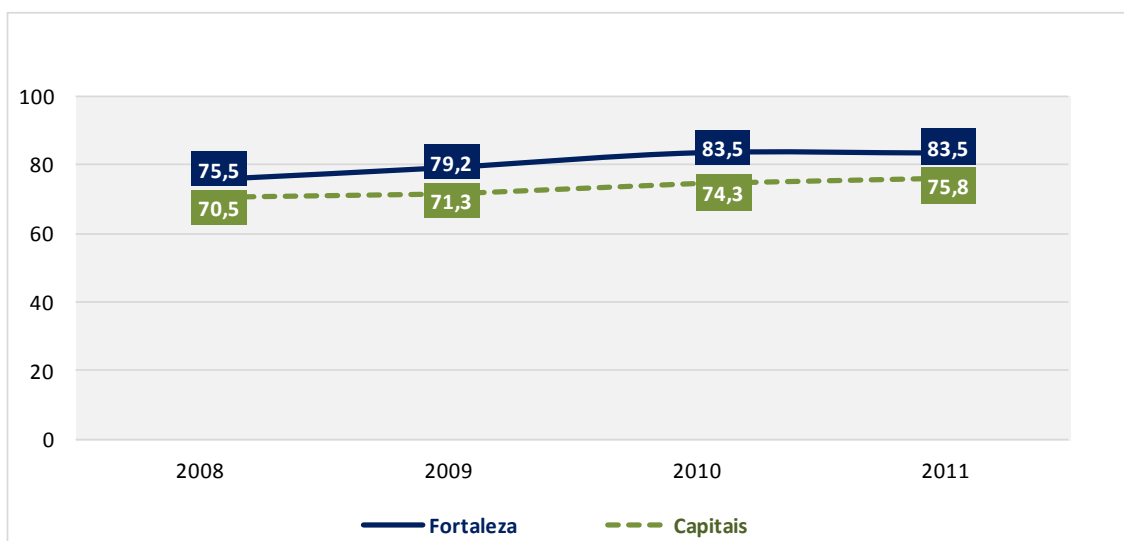
Em *Infraestrutura geral*, a média Brasil em 2011 foi 68,4. Fortaleza registrou 83,5 pontos nesta dimensão, o mesmo índice obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 4. Índices infraestrutura geral – destino x Brasil: 2008-2011



A média das capitais avaliadas posicionou-se em 75,8 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

Gráfico 5. Índices infraestrutura geral – destino x capitais: 2008-2011



O indicador de Fortaleza foi influenciado de forma positiva por diversos fatores, entre os quais:

- Disponibilidade de serviço público de atendimento médico a emergências 24 horas no destino com diferentes níveis de complexidade de atendimento;
- Fornecimento ininterrupto de energia elétrica nos períodos de baixa e alta temporada;
- Presença de um grupamento especial de atendimento ao turista na Polícia Militar, (PMTur);
- Oferta de Corpo de Bombeiros com grupo de busca e salvamento. Além disso, o destino conta com uma Coordenadoria Municipal de Defesa Civil e 13 Núcleos de Defesa Civil;
- Oferta de elementos de drenagem como meio-fio e bueiros nas áreas turísticas;
- Presença de órgão responsável pela conservação urbana: Secretaria Municipal de Desenvolvimento Urbano e Infraestrutura;
- Oferta de lixeiras e telefones públicos no entorno das áreas turísticas;
- Estado de conservação do mobiliário urbano nas áreas turísticas;
- Adoção de quesitos de embelezamento nas áreas públicas como praças e jardins, estátuas, fiação subterrânea em alguns locais turísticos e orlas urbanizadas;

- Existência de programa para a conservação de mobiliário urbano como o processo de requalificação da Praia de Iracema.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Na alta temporada, os serviços de atendimento 24h operam acima da capacidade;
- Inexistência de um programa de proteção ao turista na Polícia Civil;
- Estado de conservação de banheiros públicos nas áreas turísticas e entorno.

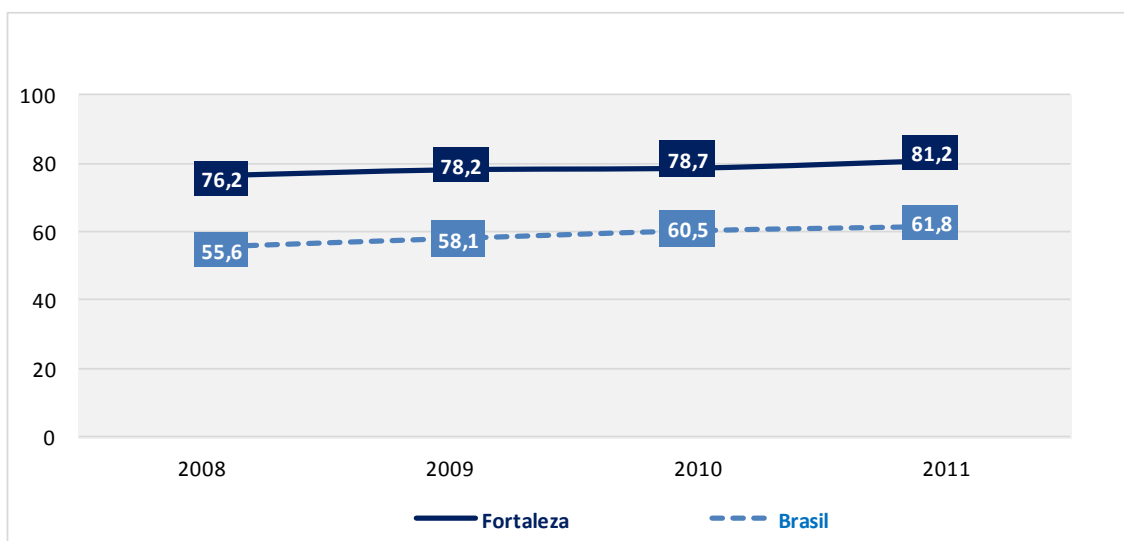
Além destes fatores, foram considerados na composição do índice números de saúde, como a expectativa de vida da população, número de estabelecimentos com atendimento de urgência, número de postos ambulatoriais de atendimento, número de profissionais de saúde e número de leitos.

3.3 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 emissivos de turistas.

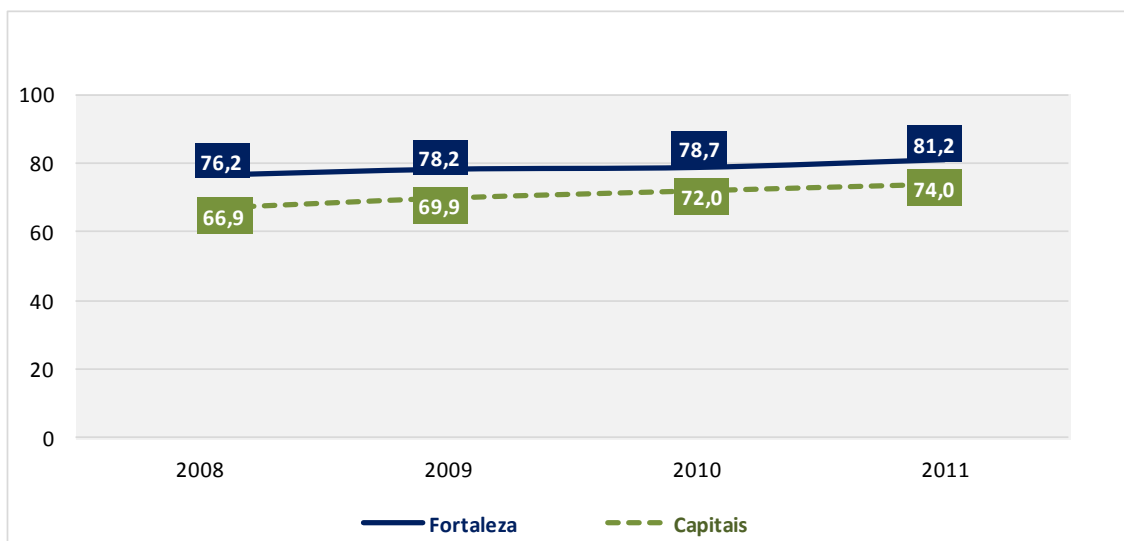
Em *Acesso*, a média Brasil em 2011 foi 61,8. Fortaleza registrou 81,2 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 6. Índices acesso – destino x Brasil: 2008-2011



A média das capitais avaliadas posicionou-se em 74,0 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

Gráfico 7. Índices acesso – destino x capitais: 2008-2011



Estão entre os fatores identificados que atuam favoravelmente ao índice de competitividade do destino nesta dimensão:

- Disponibilidade de um aeroporto dentro do território municipal – Aeroporto Internacional Pinto Martins;
- Estrutura do terminal aeroportuário que atende ao destino, que conta com Centro de Atendimento ao Turista, lojas, restaurantes e lanchonetes, locadora de veículos, serviço bancário, serviço de câmbio, conforto para passageiros e acompanhantes, conservação dos sanitários, facilidades para pessoas com deficiência, sinalização interna em idioma estrangeiro, dentre outros;
- Variedade de opções de transporte público ou concessões para atender àqueles que desembarcam no terminal aéreo de Fortaleza – ônibus e táxi – conforme foi possível constatar durante a visita técnica ao município, realizada entre o período de 22/08/2011 a 26/08/2011;
- As condições de uma das principais rodovias de acesso de fluxo turístico à cidade – BR116
- Existência do terminal rodoviário Antônio Bezerra com as seguintes estruturas: Centro de atendimento ao turista, lojas, lanchonetes, serviço bancário, sanitários, facilidades para pessoas com deficiência, sinalização interna em inglês, dentre outros. Há ainda oferta de transportes para o deslocamento dos que utilizam a rodoviária – ônibus e táxi convencionais;
- Existência de um terminal aquaviário que atende à capital – e pelo qual embarcam e desembarcam turistas em visita ao destino. A estrutura do terminal aquaviário para o atendimento ao fluxo turístico compreende facilidades para pessoas com deficiência, fiscalização, estruturas limpas e conservadas.
- Disponibilidade de vagas públicas para estacionamento nas áreas turísticas;
- Existência de linhas de transporte urbano que atendam às principais atrações turísticas – uma parte representativa dos veículos utiliza energia limpa ou renovável;
- Disponibilidade de serviços de táxis regularizados e padronizados;
- Oferta de ligações aéreas diretas entre o aeroporto do destino e seus principais centros emissores de turistas nacionais (São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília) e internacionais (Portugal e Itália).

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

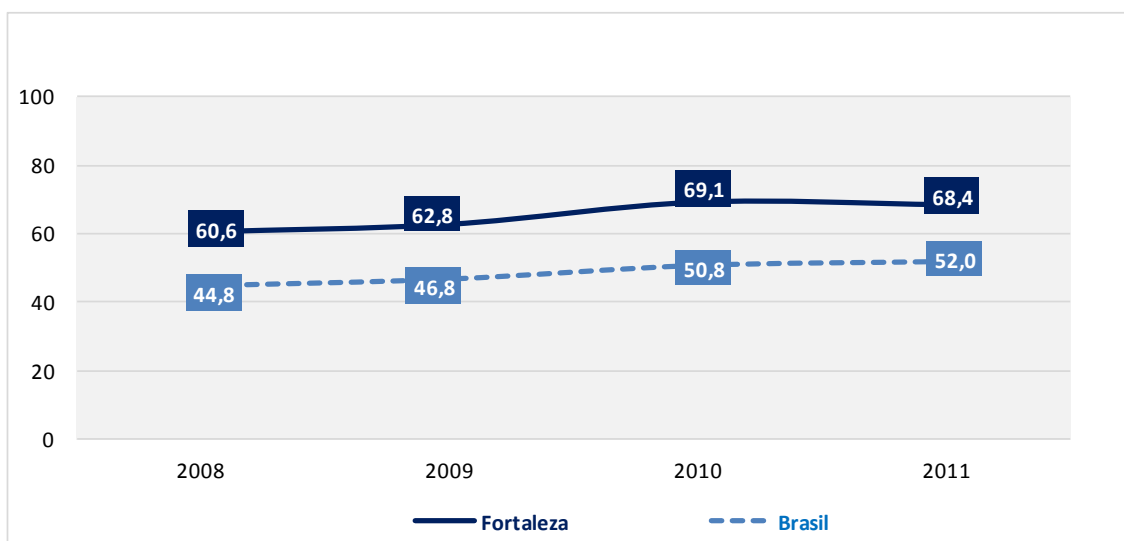
- Condições de uma das principais rodovias de acesso de fluxo turístico ao destino – BR222;
- Parte da estrutura disponível no terminal rodoviário – conservação de banheiros, assentos, iluminação, limpeza;
- Estrutura do terminal aquaviário que atende ao fluxo turístico – inexistência de serviço bancário e de câmbio e quantidade insuficiente de assentos;
- Inexistência de uma linha regular de transporte turístico (ônibus ou similar) que interligue os principais atrativos do destino;
- Existência de congestionamentos em qualquer época do ano;
- O sistema de ônibus da cidade não conta com veículos equipados com ar-condicionado;
- Menos da metade do transporte público (ônibus) é dotado de rampas ou elevadores especiais de acesso a pessoas com deficiência.

3.4 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.

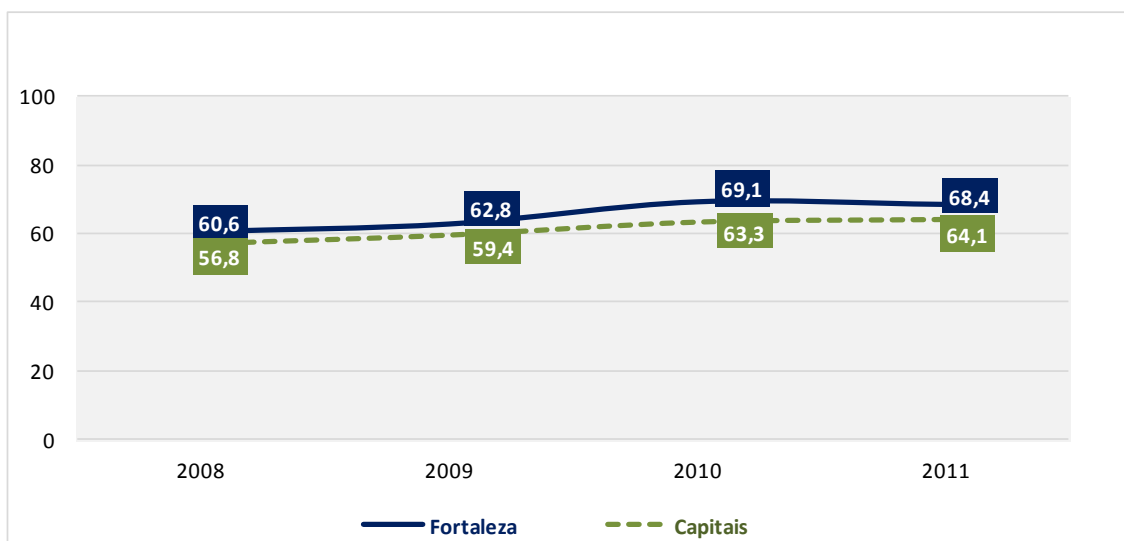
Em *Serviços e equipamentos turísticos*, a média Brasil em 2011 foi 52,0. Fortaleza registrou 68,4 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 8. Índices serviços e equipamentos turísticos – destino x Brasil: 2008-2011



A média das capitais avaliadas posicionou-se em 64,1 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

Gráfico 9. Índices serviços e equipamentos turísticos – destino x capitais: 2008-2011



O indicador de Fortaleza foi influenciado de forma positiva por diversos fatores, entre os quais:

- Oferta de sinalização turística viária conservada e nos padrões internacionais recomendados. Presença também de sinalização turística descritiva ou interpretativa em alguns atrativos;
- Existência de 05 centros de atendimento ao turista, com estrutura e diversidade de serviços – fornecimento de informações sobre Fortaleza e destinos da região, folders de serviços e mapas informativos, além de terminais eletrônicos de consulta *on-line* –, com flexibilidade de horário e de dias de funcionamento;
- Existência de um centro de convenções – o equipamento considerado foi o Centro de Convenções Edson Queiroz (Centro de Convenções do Ceará) – com estrutura e capacidade para mais de um evento simultâneo, auditórios, salas modulares, cumprimento de quesitos de acessibilidade para a mobilidade reduzida, acesso à internet, dentre outros. Além disso, considerou-se também, a localização do Centro de Convenções, próximo às áreas turísticas, e a oferta de transporte público para atendê-lo.
- Oferta de outros espaços para a realização de eventos como salas em hotéis para eventos de médio e grande portes, ginásios esportivos e espaços para eventos culturais.
- Existência de organizações representativas dos meios de hospedagem, que discutem e defendem os interesses dos empreendimentos do destino;
- A maioria dos meios de hospedagem possui unidades habitacionais em bom estado de conservação, com instalações modernas ou recém reformadas, oferecendo acesso à internet aos hóspedes;
- Cumprimento de quesitos de acessibilidade em parte dos meios de hospedagem;
- Presença de empresas de receptivo que oferecem diversos serviços aos turistas, citando *city tour*, passeios para destinos de entorno, visitas guiadas individuais ou em grupo, além inclusive, de atendimento em idiomas estrangeiros como inglês, espanhol, francês, dentre outros.
- Disponibilidade de guias de turismo registrados pelas normas do Ministério do Turismo (MTur);
- Existência de uma organização de guias ou condutores que representa a atividade;

- Presença no município de instituições de qualificação profissional que ofertam cursos livres, técnicos, de graduação e de capacitação nas áreas relacionadas ao turismo, como instituições do Sistema S e universidades públicas e privadas;
- Existência de uma organização representativa de restaurantes e similares, que discute e defende os interesses dos empreendimentos de alimentação.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

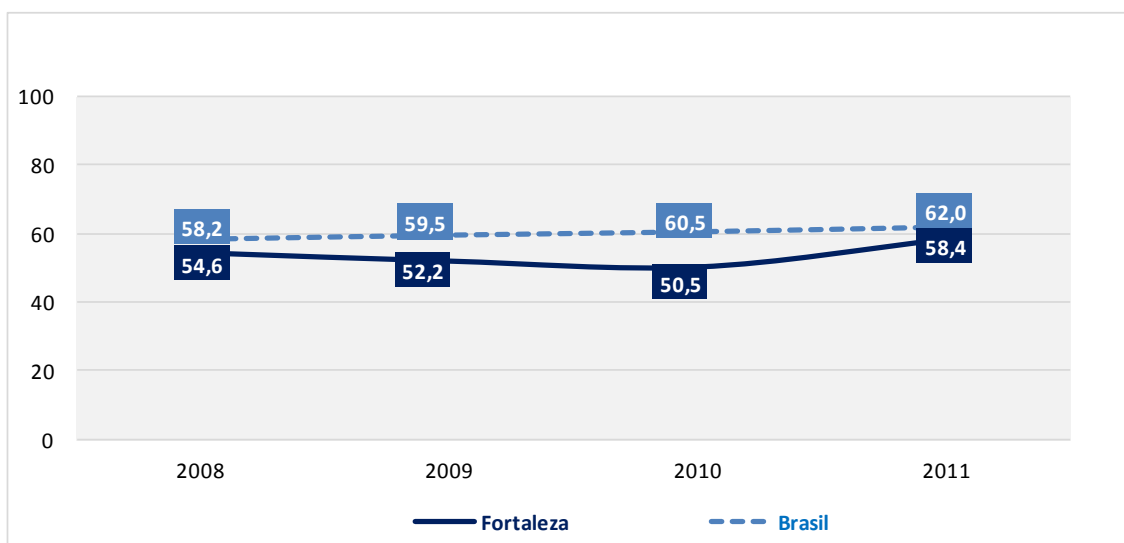
- Inexistência de sinalização turística viária e de sinalização turística descritiva ou interpretativa em idioma estrangeiro;
- Ausência de incentivo formal para que estabelecimentos de hospedagem e de alimentação priorizem a questão ambiental, como a reciclagem do lixo e do óleo de cozinha, a reutilização da água, entre outras ações;
- A maioria dos estabelecimentos hoteleiros e de alimentação não adota fontes de energia renovável;
- A maior parte dos meios de hospedagem não adota sistema de reserva em tempo real;
- Carência de orientação quanto as condições de manipulação e preparo dos alimentos para ambulantes, proprietários e empregados de estabelecimentos de alimentação;
- A maioria dos empreendimentos de alimentação não adota quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência.

3.5 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.

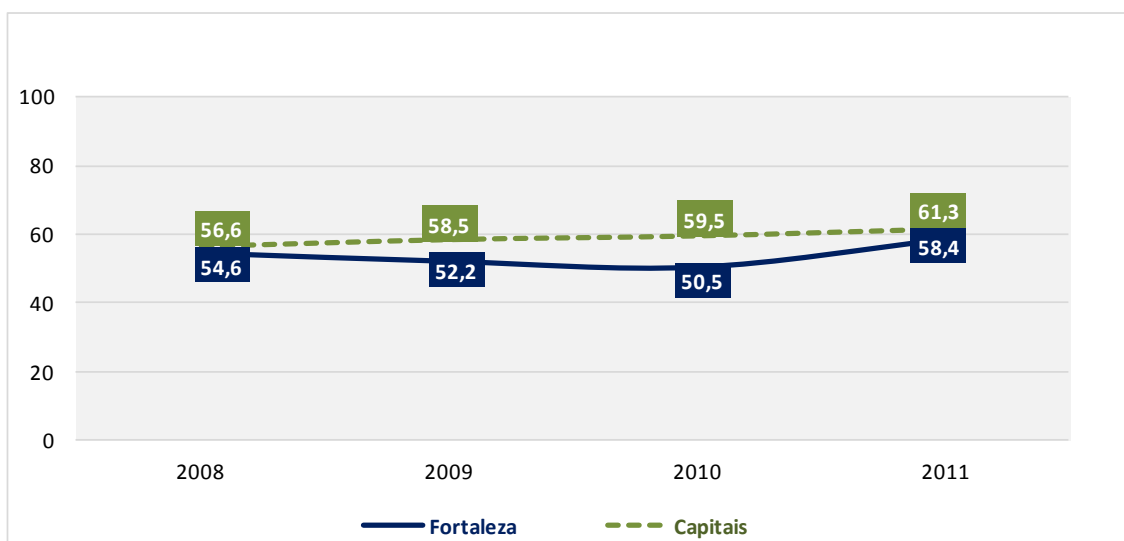
Em *Atrativos turísticos*, a média Brasil em 2011 foi 62,0. Fortaleza registrou 58,4 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 10. Índices atrativos turísticos – destino x Brasil: 2008-2011



A média das capitais avaliadas posicionou-se em 61,3 pontos, acima do resultado do destino nesta dimensão.

Gráfico 11. Índices atrativos turísticos – destino x capitais: 2008-2011



O indicador de Fortaleza foi influenciado de forma positiva por diversos fatores, entre os quais:

- Existência de atrativos naturais para os quais há fluxo turístico – Praia do Futuro, Praia de Iracema, Parque do Cocó;
- O destino conta com atrativos culturais para os quais há fluxo turístico, tendo sido o principal indicado a Feira de Artesanato da Beira Mar;
- A preservação urbanística do entorno do principal atrativo cultural indicado e a estrutura de apoio aos visitantes neste local, que conta com centro de atendimento ao turista com serviços de informação, banheiros públicos e sinalização nas proximidades;
- Existência de eventos programados que atraem turistas – citando o *Réveillon*, o Fortal e o Pré-carnaval;
- Estrutura disponível no local em que acontece o principal evento programado indicado – *Réveillon* –, estrutura já existente e montada para o evento, além da conservação urbanística e ambiental do entorno deste local;
- O destino conta com atrativos de realizações técnicas e científicas que geram a atração de visitantes ao longo de todo o ano com interesse específico, independentemente de uma data especial no calendário de eventos – citando o Labomar (Laboratório de Ciências do Mar da Universidade Federal do Ceará), o Parque Eólico da Praia Mansa e a Casa Amarela Eusélio Oliveira também da Universidade Federal do Ceará;
- Ficou constatado que, no local em que acontece a principal realização técnica indicada, há monitoramento da capacidade de carga ou suporte.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Inexistência de estudo de capacidade de carga ou suporte para o principal atrativo natural – Praia do Futuro –, a fim de minimizar o impacto da atividade turística sobre os recursos;
- O estado de conservação do entorno da Praia do Futuro e da estrutura disponível no local, que carecem de melhorias, como por exemplo, conservação de banheiros, condições de pavimentação em vias de acesso, e acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida;

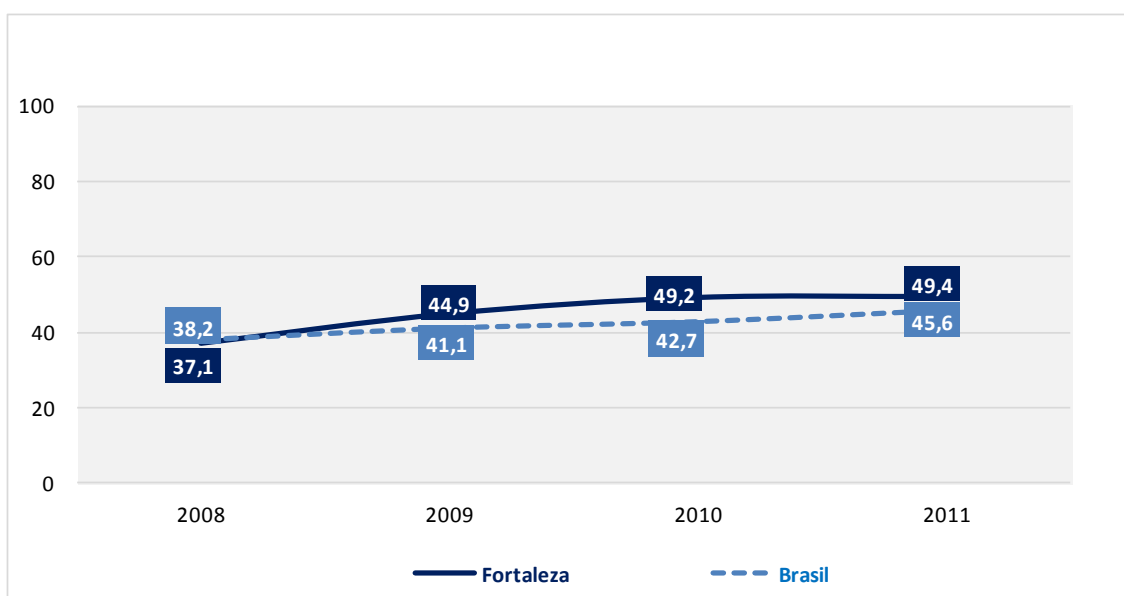
- A carência de um estudo de capacidade de carga aplicado ao principal atrativo cultural indicado – a Feira de Artesanato da Beira Mar – e as condições de acessibilidade para pessoas com mobilidade reduzida nesse local;
- Inexistência de um estudo de capacidade de carga para o *Réveillon* – que, segundo a comunidade local, traz impactos como engarrafamentos nas proximidades e desordem urbana;
- A falta de recursos que confirmam acessibilidade para pessoas com deficiência no local em que acontece o principal evento programado;
- O atrativo em que a principal realização técnica acontece (Labomar) não adota quesitos de acessibilidade para visitantes com deficiência.

3.6 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*).

Em *Marketing e promoção do destino*, a média Brasil em 2011 foi 45,6. Fortaleza registrou 49,4 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 12. Índices marketing e promoção do destino – destino x Brasil: 2008-2011



A média das capitais avaliadas posicionou-se em 50,0 pontos, acima do resultado do destino nesta dimensão.

Gráfico 13. Índices marketing e promoção do destino – destino x capitais: 2008-2011



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

- Fortaleza participou de eventos regionais, estaduais, nacionais e internacionais nos últimos dois anos, citando ABAV, Salão do Turismo, BNTN, dentre outros;
- Há participação contínua em feiras e eventos não voltados ao setor de turismo, de forma a ampliar a promoção do destino no mercado especializado nacional;
- Os resultados dos eventos dos quais o destino participa são avaliados por meio de pesquisas nos eventos, contagem de visitantes recebidos em estandes, contagem de relacionamentos estabelecidos ou negócios efetivados, avaliações estas realizadas pelos provedores de serviços ou Sebrae, quando há participação. Esta prática ocorre em eventos de turismo e em eventos de outros setores não diretamente ligados ao turismo;
- O destino turístico produziu, nos últimos 5 anos, eventos próprios para se promover fora de seu território;

- Existe material promocional institucional disponível em idioma estrangeiro e que deixa claro ao visitante a preocupação com a prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes;
- É produzido material promocional que apresenta a estrutura disponível para eventos;
- O material promocional do destino passa por revisão ortográfica profissional, tanto em português como em idioma estrangeiro;
- Disponibilidade de uma agenda de eventos disponível para consulta gratuitamente, impressa e *on-line*;
- Fortaleza oferece ao turista central telefônica de informações turísticas através da qual os visitantes podem obter informações sobre atrativos, equipamentos e serviços disponíveis no destino;
- A página institucional do município na internet – acessível pelo endereço www.fortaleza.ce.gov.br – traz informações turísticas sobre o destino.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

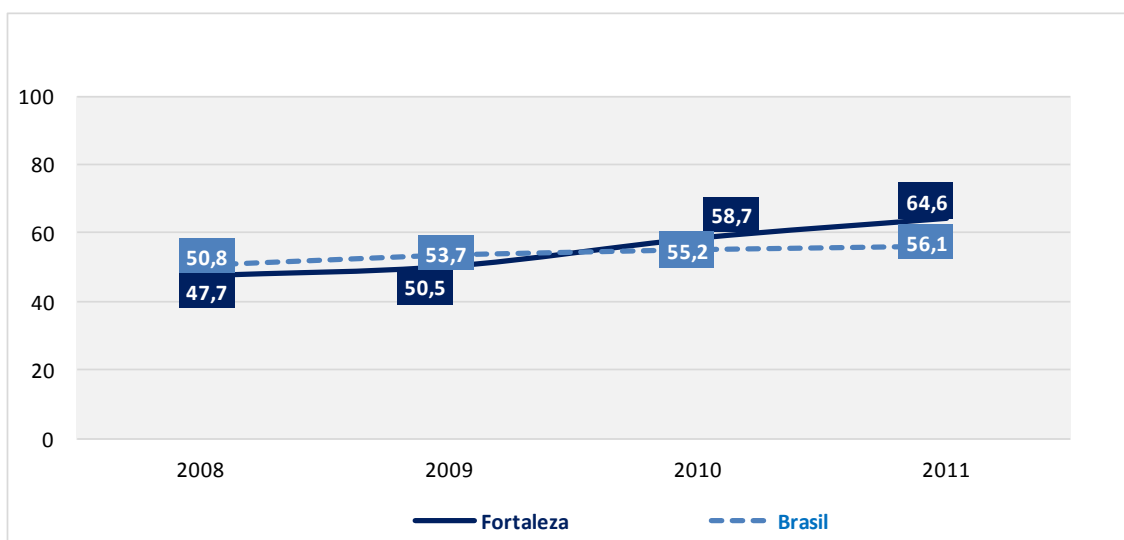
- Inexistência de um plano de marketing formal para o destino, o qual poderia ser elaborado com a colaboração de diversos atores, contendo metas e responsabilidades definidas, fundamentado em pesquisa sobre a demanda turística, contemplando a relação com agências e operadoras e definindo indicadores de desempenho;
- Não existe nenhum plano similar de marketing regional, que o contemple com ações e metas de mercado para o turismo no destino;
- O material promocional de Fortaleza não alerta o visitante sobre a importância de preservar o meio ambiente;
- Não há informações em idioma estrangeiro na página oficial de turismo indicada – www.vemprafortaleza.com.br – e faltam ações no 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.

3.7 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.

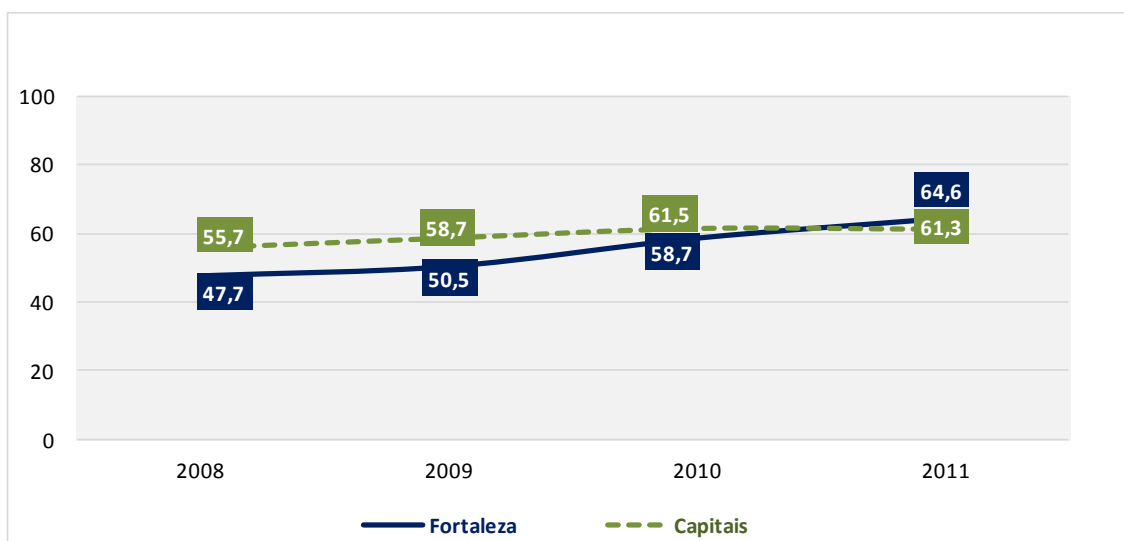
Em *Políticas públicas*, a média Brasil em 2011 foi 56,1. Fortaleza registrou 64,6 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 14. Índices políticas públicas – destino x Brasil: 2008-2011



A média das capitais avaliadas posicionou-se em 61,3 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

Gráfico 15. Índices políticas públicas – destino x capitais: 2008-2011



Contribuíram de maneira positiva para a composição do indicador de competitividade nesta dimensão fatores como:

- Existência de uma secretaria municipal com atribuição exclusiva de coordenar e incentivar o desenvolvimento do turismo, e que dispõe de recurso próprio;
- No ano anterior, a Secretaria de Turismo desenvolveu projetos em conjunto com outras secretarias em atividades relacionadas ao turismo, entre eles, ações de combate à exploração sexual infantil com a Secretaria de Ação Social, e outros com as Secretarias de Planejamento, Cultura e Educação;
- Foram recebidos recursos provenientes de emendas parlamentares, segundo lei orçamentária anual de 2010;
- Presença de uma instância de governança local ativa – em formato de Conselho Municipal de Turismo – dedicada ao acompanhamento da atividade turística, que mantém representação junto ao Conselho Estadual de Turismo;
- Houve, no ano anterior, investimentos diretos do governo estadual em projetos que visavam a competitividade do turismo;
- Além de atuar em cooperação com o Ministério do Turismo em programas ou convênios, o destino registrou investimentos diretos do governo federal em projetos ligados ao turismo no ano anterior;
- O destino participou de programa de modernização administrativa ou fiscal na gestão municipal nos últimos cinco anos – Programa Nacional de Apoio à Gestão Administrativa e Fiscal dos Municípios Brasileiros (PNAFM);

- Existe um Plano Diretor Municipal revisado, que contempla o setor de turismo;
- O destino conta com planejamento formal para o setor de turismo – Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS);
- Foram realizadas ações e projetos executados em parceria com a iniciativa privada, ou com entidades de classe representativas do setor ao longo do ano anterior no incremento da imagem do destino, em atividades de treinamento e educação para o turismo, na participação de feiras e eventos, dentre outros.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador está:

- Inexistência de um Fundo Municipal de Turismo.

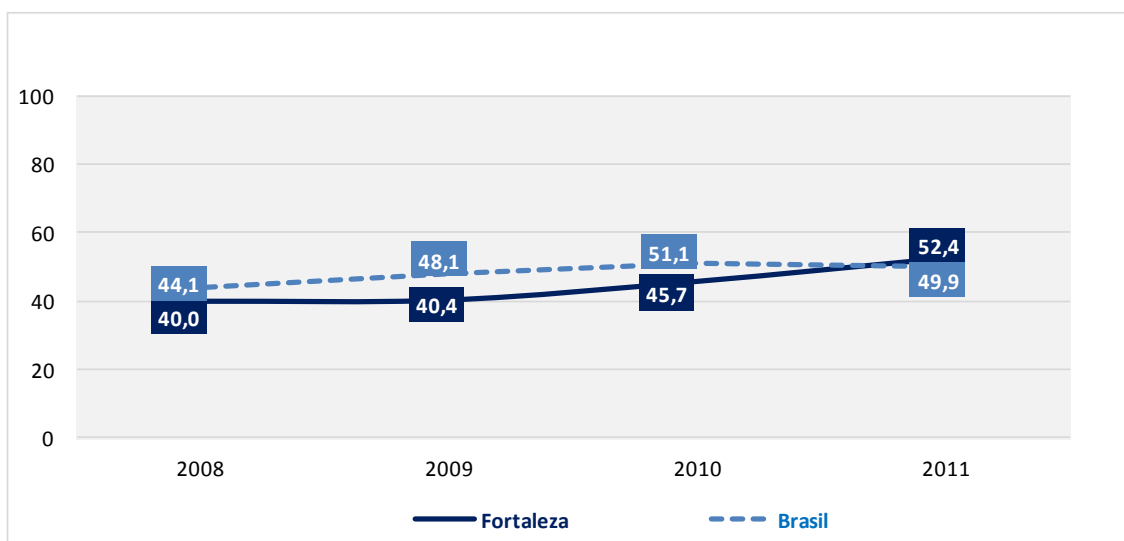
Apesar dos fatores positivos, em algumas questões não foram identificados todos os itens avaliados, o que fez com que o destino não atingisse a pontuação máxima em todas as questões.

3.8 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.

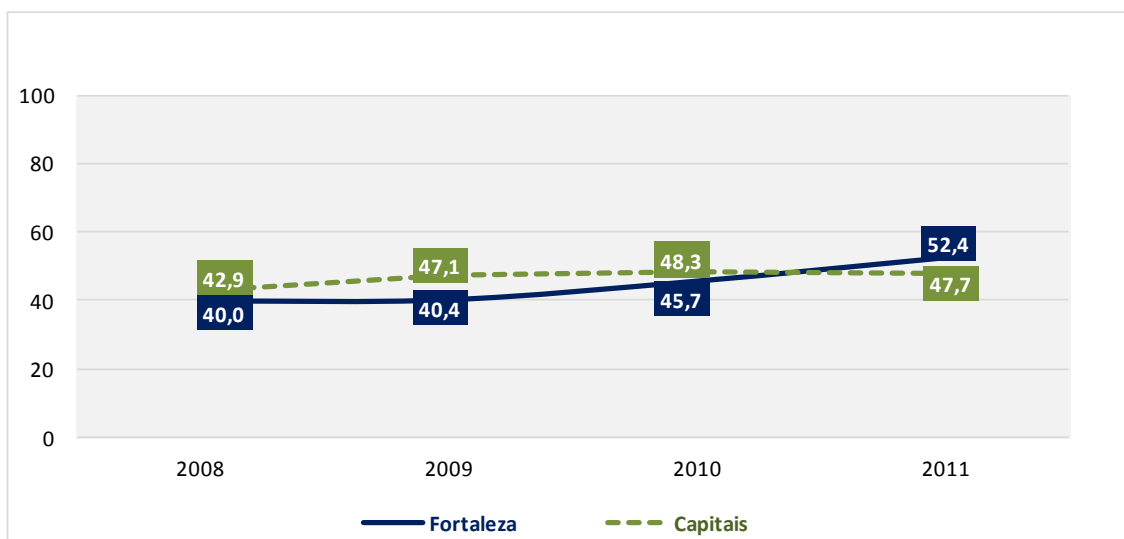
Em *Cooperação regional*, a média Brasil em 2011 foi 49,9. Fortaleza registrou 52,4 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 16. Índices cooperação regional – destino x Brasil: 2008-2011



A média das capitais avaliadas posicionou-se em 47,7 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

Gráfico 17. Índices cooperação regional – destino x capitais: 2008-2011



Na dimensão *Cooperação regional*, alguns dos fatores que exerceram impacto positivo sobre o índice obtido foram:

- O destino faz parte de uma instância de governança regional – Fórum de Turismo do Ceará – que conta com a participação ativa de diversos atores do segmento turístico da Região Metropolitana de Fortaleza;
- O Fórum segue os princípios do Programa de Regionalização do Ministério do Turismo, dispõe de um gestor executivo com dedicação parcial à coordenação, realiza parcerias com os setores públicos e privados dos municípios que representa e mantém reuniões periódicas, dispondo de suporte para a condução de suas atividades – suporte este oferecido por órgãos como o Sebrae, a Secretaria Municipal de Turismo e órgãos privados;
- A instância está representada no Conselho Estadual de Turismo;
- Foram realizadas reuniões e ações para mobilizar atores do segmento turístico do destino para a importância da cooperação regional no ano anterior;
- No ano anterior, o destino participou de eventos para a promoção e comercialização dos roteiros regionais e da região turística dos quais faz parte, realizou também ações promocionais, em parceria com outros destinos da mesma região, com agentes/operadores de turismo receptivo.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- O fato de a instância de governança regional – Fórum de Turismo do Ceará – não estar formalmente constituída e não contar com recurso próprio para a condução de suas atividades;
- O destino não compartilhou projetos de cooperação regional com outros destinos da mesma região – Região Metropolitana de Fortaleza;
- Ausência de um plano de desenvolvimento turístico integrado para a região turística, que determine responsabilidades e metas de mercado ou cujas ações e projetos contemplem o município avaliado;
- Os roteiros regionais dos quais o destino faz parte não foram elaborados com base em informações de um inventário ou cadastro da oferta turística e neles não foram monitorados os impactos econômicos, socioculturais e ambientais da região, como a elaboração de Estudo de Impacto Ambiental (EIA);
- Inexistência de uma página institucional da região turística na internet;

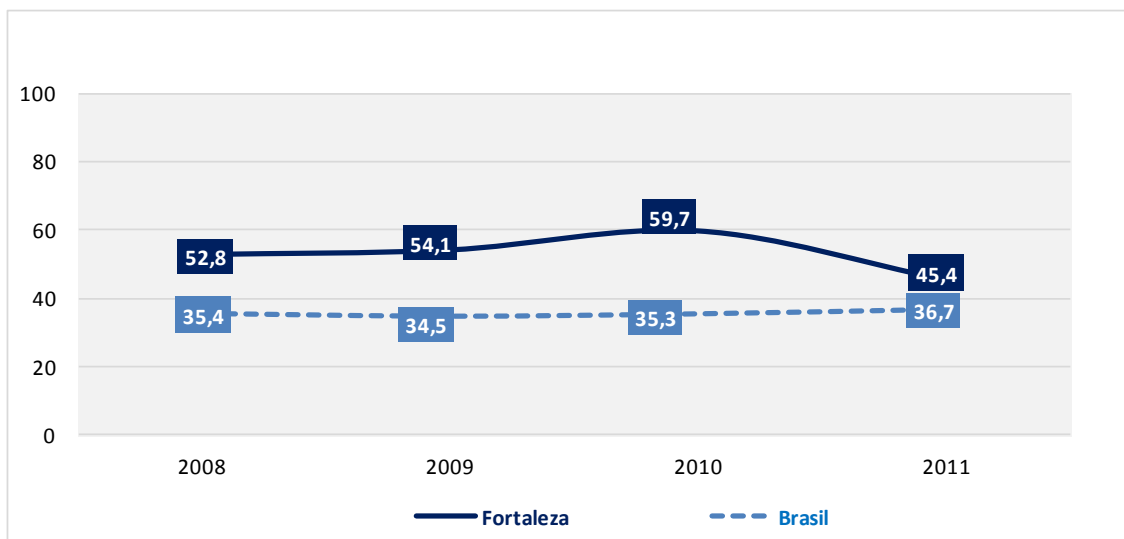
- Fortaleza não produz ou coproduz material promocional dos roteiros dos quais faz parte.

3.9 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.

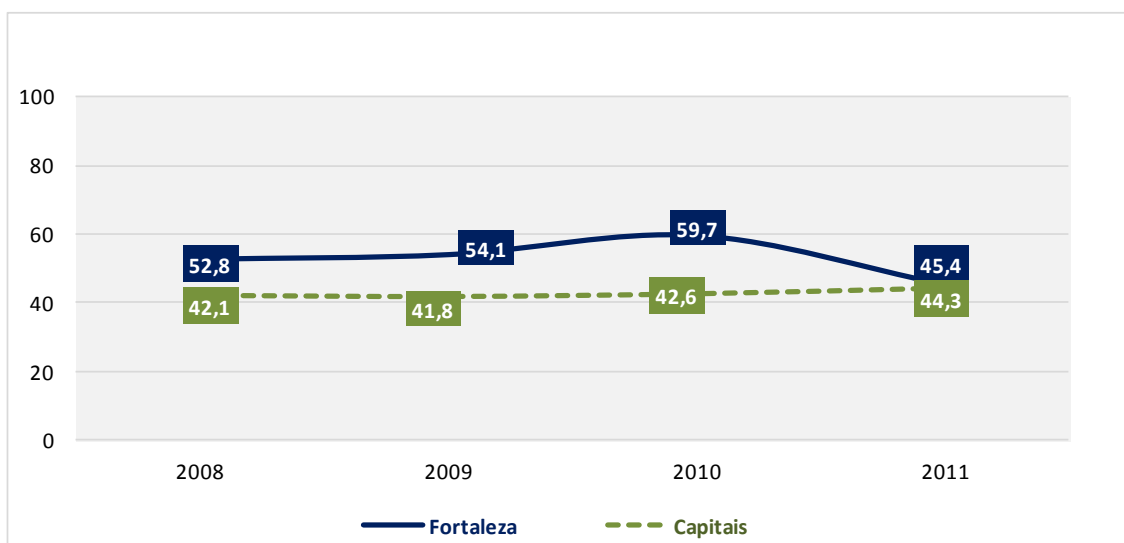
Em *Monitoramento*, a média Brasil em 2011 foi 36,7. Fortaleza registrou 45,4 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 18. Índices monitoramento – destino x Brasil: 2008-2011



A média das capitais avaliadas posicionou-se em 44,3 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

Gráfico 19. Índices monitoramento – destino x capitais: 2008-2011



Na dimensão *Monitoramento*, o indicador de Fortaleza foi influenciado de forma positiva por diversos fatores, entre os quais:

- É realizada pesquisa de demanda por parte do Estado, levantamento indicado pelo destino como aquele que gera dado relevante para o planejamento do turismo no destino, apesar de não ser realizado com mais frequência;
- Existência de pesquisa de oferta – Cadastramento – atualizada, feita pelo Estado;
- Aproveitamento e divulgação dos dados coletados na pesquisa de demanda e de oferta em planejamentos e políticas públicas, ações de marketing e promoção;
- Disponibilidade de um conjunto técnico de estatísticas turísticas de Fortaleza;
- É realizado acompanhamento contínuo dos objetivos da política em turismo em nível estadual e em nível federal;
- Há monitoramento periódico dos impactos econômicos gerados pelo turismo, como gasto-médio de viagens, entrada de divisas, etc;
- Existência de instituição que realiza pesquisas em turismo, focadas no destino ou na região turística da qual o destino faz parte, como as universidades públicas e privadas.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

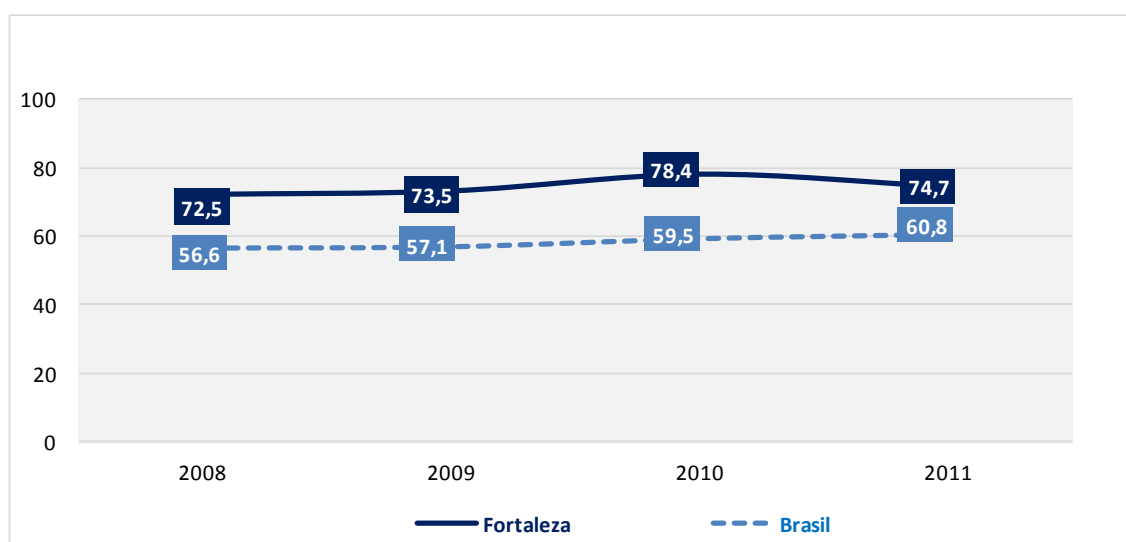
- A pesquisa de demanda não é realizada periodicamente, no mínimo duas vezes por ano, na alta e baixa temporadas;
- Ausência de um sistema de indicadores de desempenho do setor do turismo;
- Não são elaborados para o destino relatórios de conjuntura turística dos segmentos relacionados ao turismo;
- Não há monitoramento dos impactos sociais, ambientais e culturais gerados pelo turismo.

3.10 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.

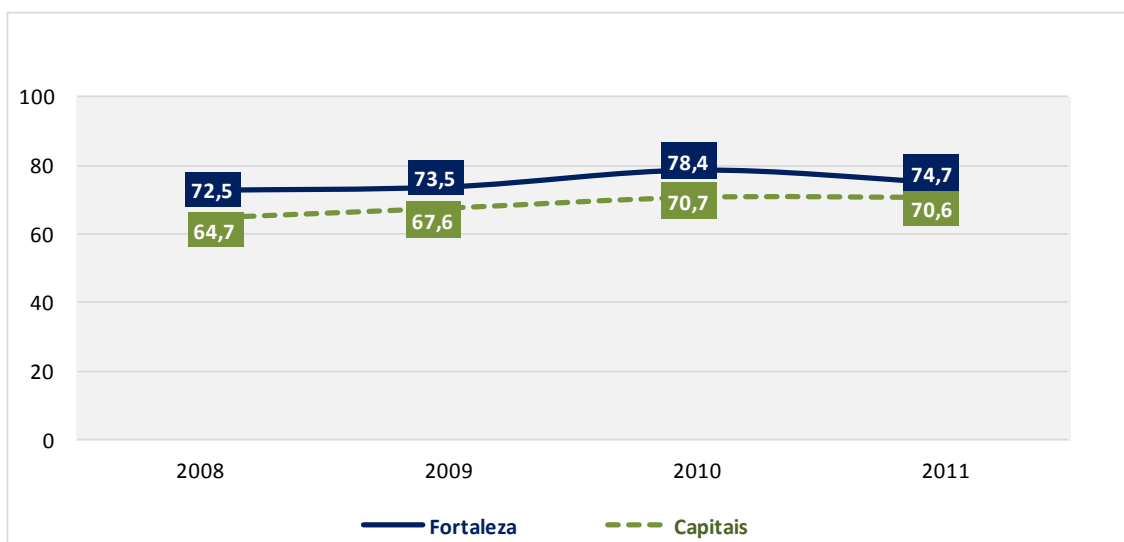
Em *Economia local*, a média Brasil em 2011 foi 60,8. Fortaleza registrou 74,7 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 20. Índices economia local – destino x Brasil: 2008-2011



A média das capitais avaliadas posicionou-se em 70,6 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

Gráfico 21. Índices economia local – destino x capitais: 2008-2011



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

- Oferta de serviços de acesso à internet em banda larga no destino;
- Disponibilidade de acesso gratuito à internet em locais públicos;
- Presença de caixas eletrônicos de autoatendimento disponíveis 24 horas para saques com cartões de crédito internacionais;
- Existência de casas de câmbio para turistas estrangeiros;
- O destino aplica políticas de incentivo à formalização de estabelecimentos comerciais e de prestadores de serviços, como a política do Micro Empreendedor Individual;
- São oferecidos benefícios financeiros locais ou regionais (linhas especiais de financiamento) para empreendimentos e serviços ligados ao setor, como as políticas de financiamento do Banco do Nordeste;
- Atuação de um *Convention & Visitors Bureau* exclusivo do destino – Fortaleza *Convention & Visitors Bureau*;

- Existência de polos físicos de produção como a Rua Monsenhor Tabosa (têxtil), Varjota e Beira Mar (gastronômicos) e industriais (Maracanau), significativos para movimentar a economia local, e que tendem a gerar fluxo turístico receptivo em consequência de sua existência.

Além disso, outros fatores foram avaliados, como dados econômicos de fontes secundárias – PIB, PIB *per capita* e volume de operações de crédito, entre outros².

Na dimensão *Economia Local*, não foi identificado nenhum aspecto que tenha contribuído negativamente para o indicador.

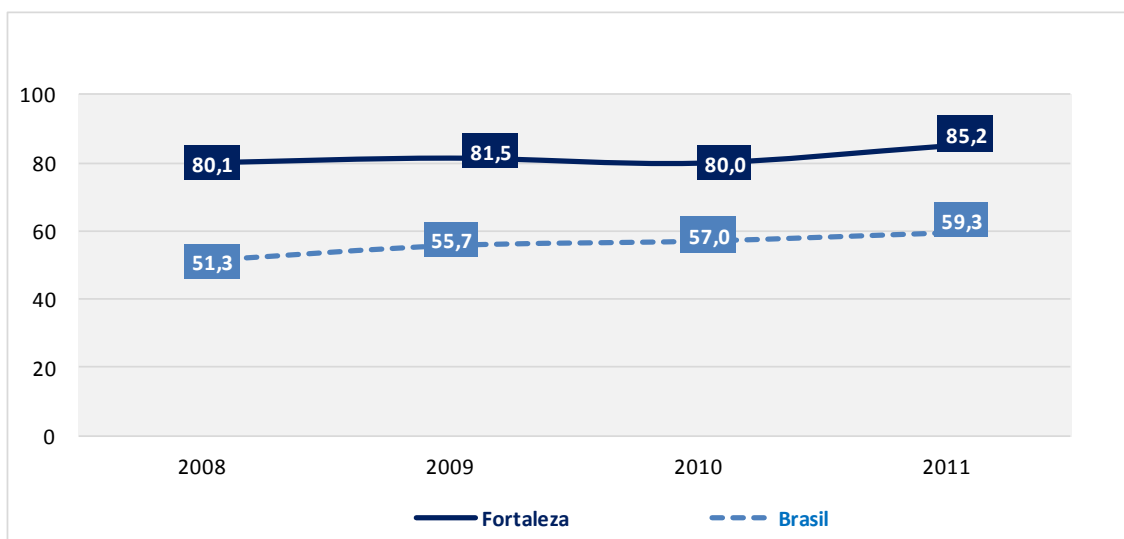
3.11 Capacidade empresarial

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 em 2011 foi 59,3. Fortaleza registrou 85,2 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

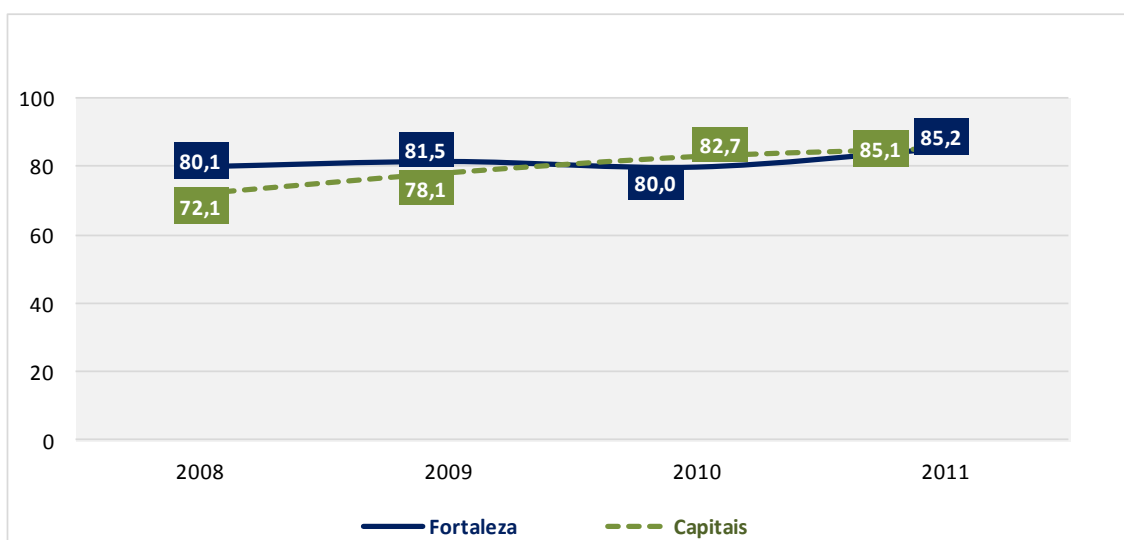
² Nas perguntas que consideraram tais dados, a pontuação foi atribuída por meio da utilização do método estatístico de quartil. Sendo assim, em algumas destas questões, o destino não se enquadrava no quartil equivalente à pontuação máxima da questão.

Gráfico 22. Índices capacidade empresarial – destino x Brasil: 2008-2011



A média das capitais avaliadas posicionou-se em 85,1 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

Gráfico 23. Índices capacidade empresarial – destino x capitais: 2008-2011



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

- Presença de instituições de ensino com programas regulares de formação técnica, de formação superior e de cursos livres como instituições do Sistema S e universidades, além da 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 gerência ou administrativos em meios de hospedagem, agências ou operadoras e estabelecimentos de alimentos e bebidas;
- 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;
- Aplicação de programa de qualificação especificamente voltado para empresários ou gerentes de empreendimentos turísticos, como o Qualificação Empresarial e o Restaurante Inteligente de instituições como o Sebrae e Abrasel, em conjunto com o Ministério do Turismo e o Estado;
- Foi constatada a existência de adensamentos de empreendimentos turísticos que fomentam o empreendedorismo como arranjos produtivos locais, como a Rua Monsenhor Tabosa com comércio e serviços e a Avenida Beira Mar;
- Presença de empresas de grande porte, filiais ou subsidiárias com mais de mil funcionários, além de empresas que produzem e exportam mercadorias de alto valor agregado e perecíveis.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador está:

- A existência de barreiras à entrada de novos empreendimentos turísticos – entre elas a ausência de pessoal local qualificado e dificuldades para a obtenção e licenciamento ambiental.

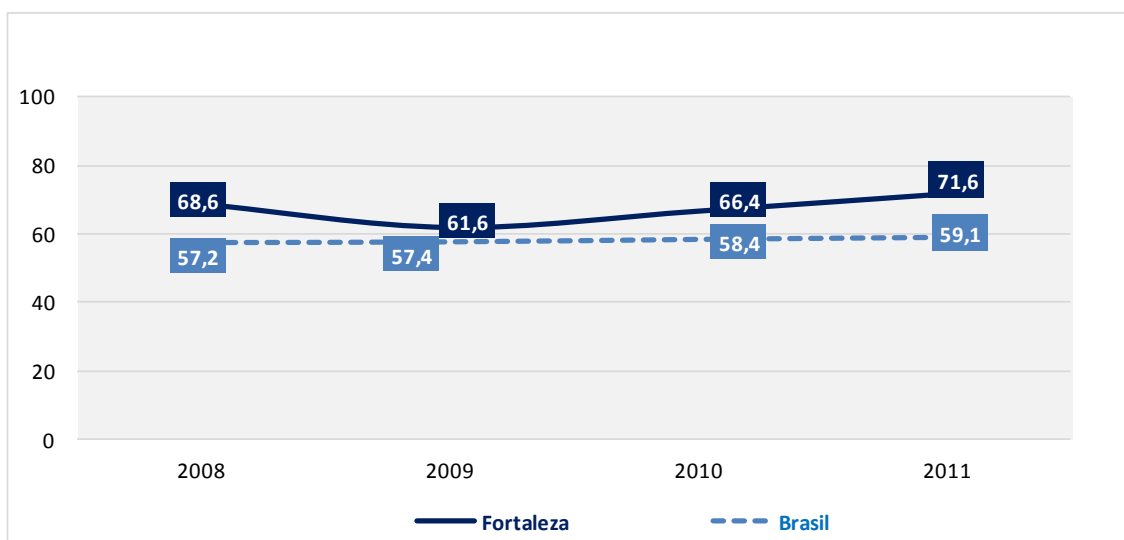
Apesar dos fatores positivos, em algumas questões não foram identificados todos os itens avaliados, o que fez com que o destino não atingisse a pontuação máxima em todas as questões.

3.12 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.

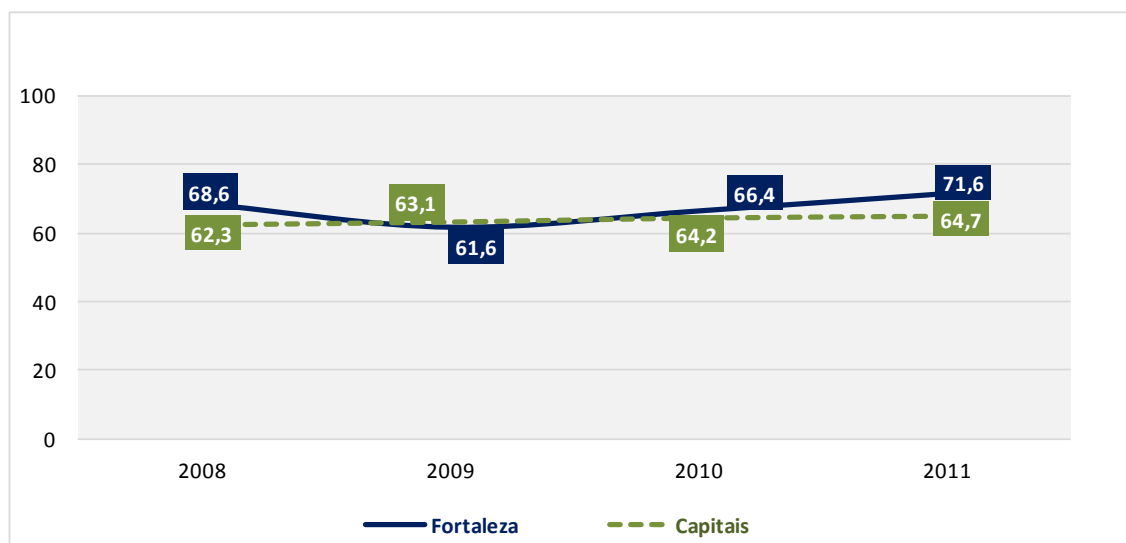
Em *Aspectos sociais*, a média Brasil em 2011 foi 59,1. Fortaleza registrou 71,6 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 24. Índices aspectos sociais – destino x Brasil: 2008-2011



A média das capitais avaliadas posicionou-se em 64,7 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

Gráfico 25. Índices aspectos sociais – destino x capitais: 2008-2011



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

- São realizados investimentos em educação além do percentual obrigatório de 25%;
- Adoção de políticas de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes por parte do poder público municipal, em parceria com associações como Abih, Abrasel, Abav e instituições privadas;
- 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. Foi citado o Programa Aquarela;
- São aplicados programas de incentivo ao uso dos equipamentos turísticos pela população local, ações contínuas realizadas por órgãos municipais e por parte da iniciativa privada como forma de alavancar a preservação dos espaços e a circulação de turistas;
- A população local se envolve na elaboração do orçamento participativo;
- O município sensibiliza constantemente os cidadãos sobre a importância da atividade turística para o destino;

- A comunidade se envolve com a atividade turística e é consultada sobre atividades ou projetos turísticos por meio do Conselho Municipal de Turismo, outros conselhos ou fóruns e via audiência pública.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Houve relatos de que há no destino utilização de mão de obra informal durante a alta temporada em atividades como bares e restaurantes e organização de eventos;
- Não há sensibilização dos cidadãos sobre os impactos negativos da atividade turística para o destino;
- Há evidências de exploração sexual infanto-juvenil relacionada ao turismo no destino;
- Não há sensibilização do turista sobre o respeito à comunidade local;

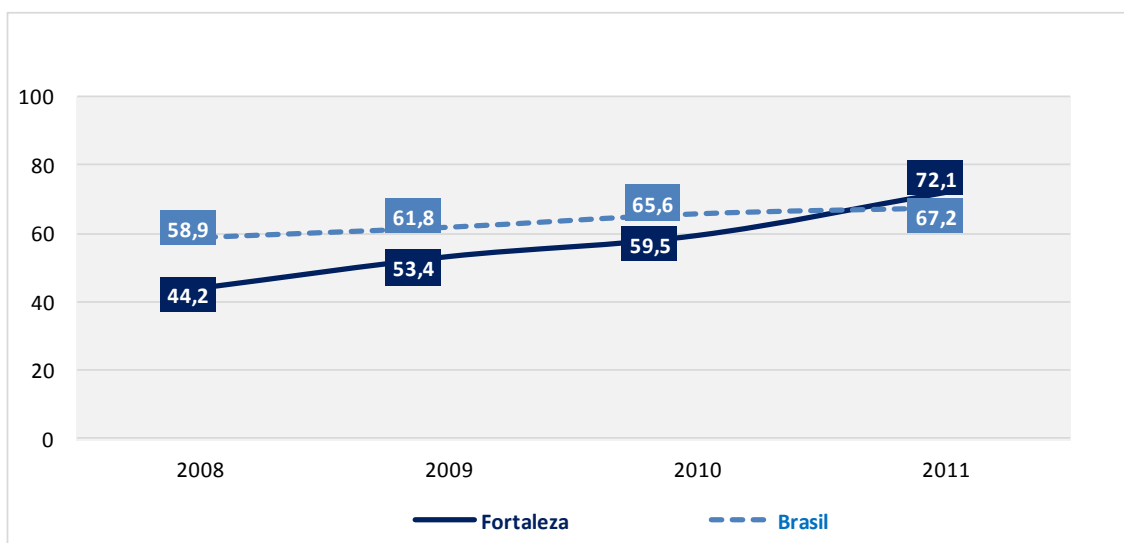
Além destes fatores, também foram considerados indicadores sociais do município, como percentual de habitantes com acesso ao ensino, Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB) e Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M), dentre outros.

3.13 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.

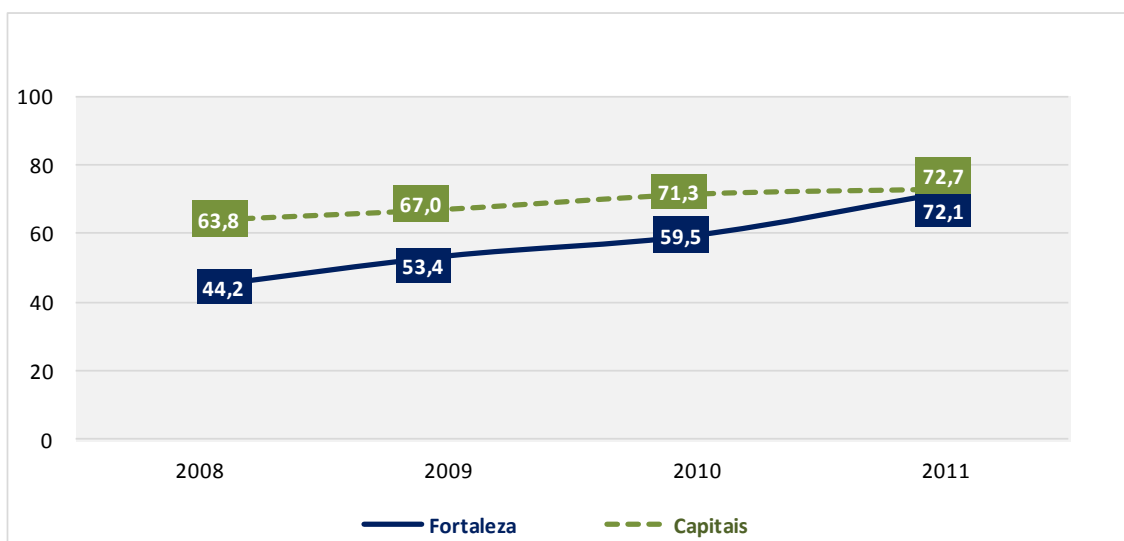
Em *Aspectos ambientais*, a média Brasil em 2011 foi 67,2. Fortaleza registrou 72,1 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 26. Índices aspectos ambientais – destino x Brasil: 2008-2011



A média das capitais avaliadas posicionou-se em 72,7 pontos, acima do resultado do destino nesta dimensão.

Gráfico 27. Índices aspectos ambientais – destino x capitais: 2008-2011



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

- Presença de um órgão municipal – Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Controle Urbano – com atribuição exclusiva de coordenar e incentivar a preservação do meio ambiente, que recentemente desenvolveu projetos relacionados ao turismo em conjunto com a Secretaria Municipal de Turismo, como os trabalhos para o Projeto Orla;
- Presença de Conselho Municipal de Meio Ambiente atuante;
- Disponibilidade de um Fundo Municipal para o meio ambiente efetivo – cujos recursos estão disponíveis para ser aplicados;
- O município possui uma rede pública de distribuição de água, além de estação de tratamento de água que o atenda;
- O destino é atendido por um sistema público de coleta de esgoto com configuração de separador absoluto;
- O índice de cobertura e tratamento da rede pública de esgoto;
- Existência de política de monitoramento da balneabilidade em ambientes naturais (como rios, lagos, lagoas ou praias);
- Destinação pública de resíduos sólidos residenciais e comerciais para aterro sanitário e tratamento de resíduos hospitalares;
- São realizadas campanhas de educação ambiental periódicas;
- Presença de Unidades de Conservação com atividade turística em território municipal – Área de Proteção Ambiental de Sabiaguaba –, onde há aplicação de plano de manejo.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Inexistência de Código Ambiental Municipal ou similar;
- Ausência de legislação específica para a adoção de fontes de energia limpa ou renovável em estabelecimentos públicos ou privados;
- Presença de atividades potencialmente poluidoras, com alvará de funcionamento ou de localização no território municipal, como refinarias, indústrias químicas, cimenteiras, dentre outras;
- Não há estação de tratamento de água para a sua reutilização;
- Carência de campanhas de educação periódicas para o uso racional da água;

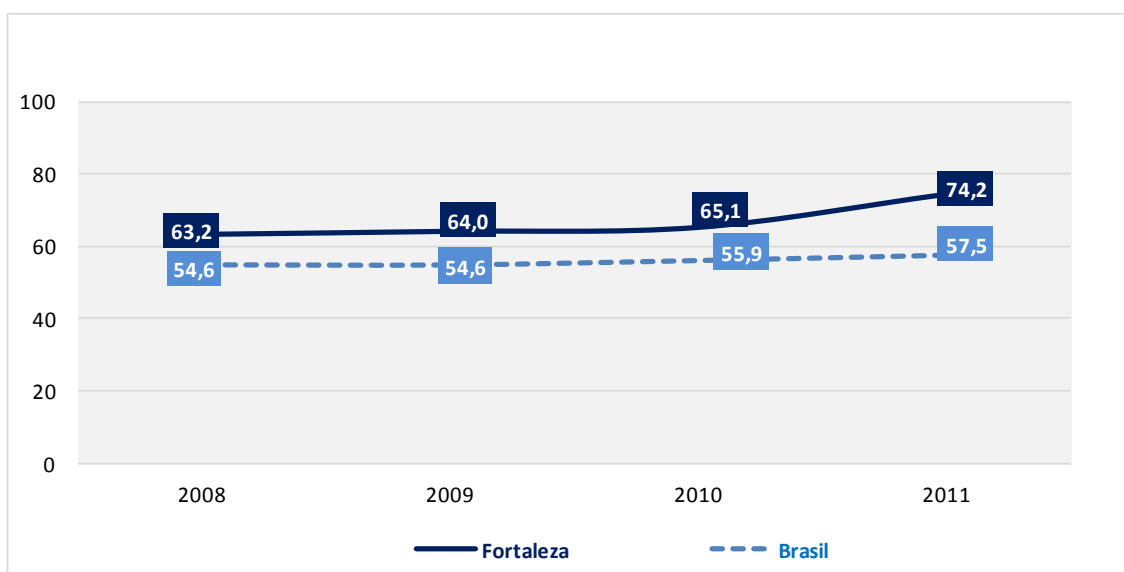
- Inexistência de serviços de coleta seletiva residencial;
- Ausência de conselho gestor para a principal Unidade de Conservação indicada – Área de Proteção Ambiental de Sabiaguaba.

3.14 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.

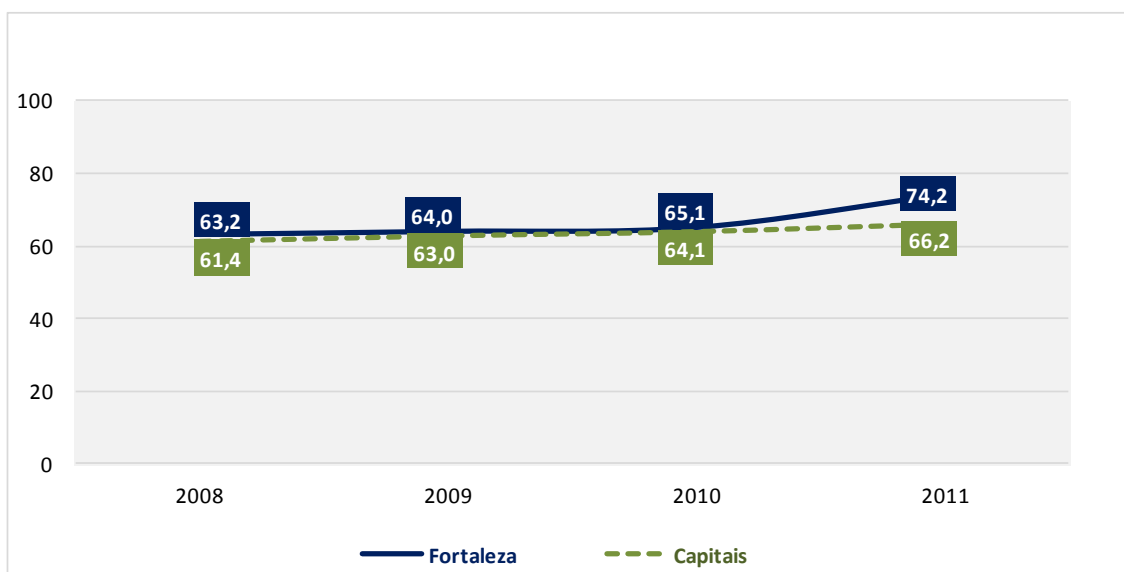
Em *Aspectos culturais*, a média Brasil em 2011 foi 57,5. Fortaleza registrou 74,2 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 28. Índices aspectos culturais – destino x Brasil: 2008-2011



A média das capitais avaliadas posicionou-se em 66,2 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

Gráfico 29. Índices aspectos culturais – destino x capitais: 2008-2011



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

- Presença de atividade artesanal típica – couro, madeira, bordado, renda, rede, xilogravura – comercializada em esfera internacional;
- Existência de culinária típica pela qual o destino é reconhecido em esfera internacional: baião de dois, tapioca, paçoca, buchada, carne de sol, caranguejada;
- O destino apresenta tradições culturais evidentes e típicas da região onde está inserido, entre elas o humor, dança do coco de praia, bumba meu boi, pastoril, forró (tradicionalmente na segunda), dentre outras;
- Existem manifestações religiosas no destino – Festa de São Pedro, Festa da Conceição, Tiração de Reis, Festa de Iemanjá – que atraem fluxo turístico regional;
- Presença de grupos artísticos de manifestação popular tradicional como os grupos de Bumba Meu Boi, Pastoril, Reizado, o Grupo Folclórico da Escola Técnica Federal, a quadrilha do Zé testinha (internacional), etc;
- Existência de patrimônio imaterial registrado – Festa de São Pedro dos Pescadores – que se constitui em atrativo turístico, para os quais são aplicadas política de preservação de bens culturais imateriais. Há também patrimônios artísticos e históricos tombados, dentre eles, a Casa José de Alencar, o Teatro

José de Alencar, a Igreja Nossa Senhora do Rosário, o Forte Nossa Senhora da Assunção, considerados atrativos turísticos;

- Existência de sítios arqueológicos tombado ou registrado – como as Ruínas Engenho, na Casa José de Alencar, e os Sítios de Sabiaguaba;
- Presença de um órgão da administração local com atribuição exclusiva de incentivar o desenvolvimento da cultura. Este órgão, no ano anterior, compartilhou projetos ou atividades em conjunto com a Secretaria de Turismo no município, como projetos de formação profissional;
- O destino aplica política municipal de cultura, que dentre outros benefícios ajuda a manter um calendário de manifestações culturais;
- O destino aderiu ao Sistema Nacional de Cultura;
- Existência de Turismo Cultural e projetos de aprimoramento para este segmento.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Inexistência de legislação municipal de cultura e de fundo municipal de cultura;
- Não há monitoramento da utilização turística do patrimônio cultural aplicando controle de capacidade de suporte ou carga.

4. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE

A Tabela 1, apresentada a seguir, consolida os resultados gerais do destino nas dimensões avaliadas. O índice geral é o resultado da soma ponderada das 13 dimensões, analisadas segundo a sua importância para a competitividade do turismo. É possível verificar ainda os índices registrados nas quatro edições do *Índice de Competitividade*, além dos resultados do grupo das capitais avaliadas.

Ao realizar uma análise sobre a série histórica dos resultados de Fortaleza, é possível concluir que, em 2011, houve aumento do indicador de competitividade do destino (Índice 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 2011.

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 *Acesso, Serviços e equipamento turísticos, Atrativos turísticos, Políticas públicas, Cooperação regional, Capacidade empresarial, Aspectos sociais, Aspectos ambientais e Aspectos culturais*.

As dimensões *Infraestrutura geral e Marketing e promoção do destino* registraram estabilidade de resultados em 2011 em relação a 2010.

Por fim, foi possível observar que as dimensões *Monitoramento e Economia local*, apresentaram regressão de indicadores quando avaliadas as edições de 2011 e 2010.

Tabela 1. Índices de competitividade do destino e médias Brasil e capitais

Dimensões	Brasil				Capitais				Fortaleza			
	2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2011
Índice geral	52,1	54,0	56,0	57,5	59,5	61,9	64,1	65,5	60,6	62,4	65,9	68,9
Infraestrutura geral	63,8	64,6	65,8	68,4	70,5	71,3	74,3	75,8	75,5	79,2	83,5	83,5
Acesso	55,6	58,1	60,5	61,8	66,9	69,9	72,0	74,0	76,2	78,2	78,7	81,2
Serviços e equipamentos turísticos	44,8	46,8	50,8	52,0	56,8	59,4	63,3	64,1	60,6	62,8	69,1	68,4
Atrativos turísticos	58,2	59,5	60,5	62,0	56,6	58,5	59,5	61,3	54,6	52,2	50,5	58,4
Marketing e promoção do destino	38,2	41,1	42,7	45,6	46,3	47,5	46,8	50,0	37,1	44,9	49,2	49,4
Políticas públicas	50,8	53,7	55,2	56,1	55,7	58,7	61,5	61,3	47,7	50,5	58,7	64,6
Cooperação regional	44,1	48,1	51,1	49,9	42,9	47,1	48,3	47,7	40,0	40,4	45,7	52,4
Monitoramento	35,4	34,5	35,3	36,7	42,1	41,8	42,6	44,3	52,8	54,1	59,7	45,4
Economia local	56,6	57,1	59,5	60,8	64,7	67,6	70,7	70,6	72,5	73,5	78,4	74,7
Capacidade empresarial	51,3	55,7	57,0	59,3	72,1	78,1	82,7	85,1	80,1	81,5	80,0	85,2
Aspectos sociais	57,2	57,4	58,4	59,1	62,3	63,1	64,2	64,7	68,6	61,6	66,4	71,6
Aspectos ambientais	58,9	61,8	65,6	67,2	63,8	67,0	71,3	72,7	44,2	53,4	59,5	72,1
Aspectos culturais	54,6	54,6	55,9	57,5	61,4	63,0	64,1	66,2	63,2	64,0	65,1	74,2

Fonte: FGV, MTur, Sebrae 2012

* O resultado Brasil considera a amostra das 65 cidades analisadas. Os resultados das "Capitais" refletem a média dos índices do grupo de cidades de mesma característica geopolítica.