

ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE
DO TURISMO NACIONAL

65 DESTINOS INDUTORES
DO DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO REGIONAL

NATAL

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	18
3.6 Marketing e promoção do destino.....	21
3.7 Políticas públicas.....	23
3.8 Cooperação regional	26
3.9 Monitoramento.....	28
3.10 Economia local	30
3.11 Capacidade empresarial.....	33
3.12 Aspectos sociais.....	35
3.13 Aspectos ambientais	38
3.14 Aspectos culturais	40
4. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE	43

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.

das 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

Natal é a capital do estado do Rio Grande do Norte, na região Nordeste do país. Com uma população de 803.739 habitantes e 167,160 km² de extensão territorial, o município possui um PIB de R\$ 8.656.932.020,00 e PIB *per capita* de R\$ 10.847,40, segundo dados do IBGE (2010).

O destino faz parte da região turística Pólo Costa das Dunas, juntamente com municípios como Parnamirim, Extremoz e Tibau do Sul. Os principais segmentos turísticos nos quais Natal é comercializada são Turismo de Sol e Praia, Turismo de Negócios e Eventos e Turismo de Aventura.

Os principais atrativos de Natal, conforme constatado durante a pesquisa de campo, são o Morro do Careca, a praia de Ponta Negra, a Fortaleza dos Reis Magos e o Centro Histórico de Natal, além dos eventos programados Carnatal e Natal em Natal.

Natal conta com uma oferta de serviços e equipamentos com 247 meios de hospedagem (RAIS), 931 estabelecimentos de alimentação (RAIS) e 201 guias de turismo (CADASTUR).

3. RESULTADOS

A pesquisa em Natal foi realizada entre os dias 12 e 16 de setembro 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.

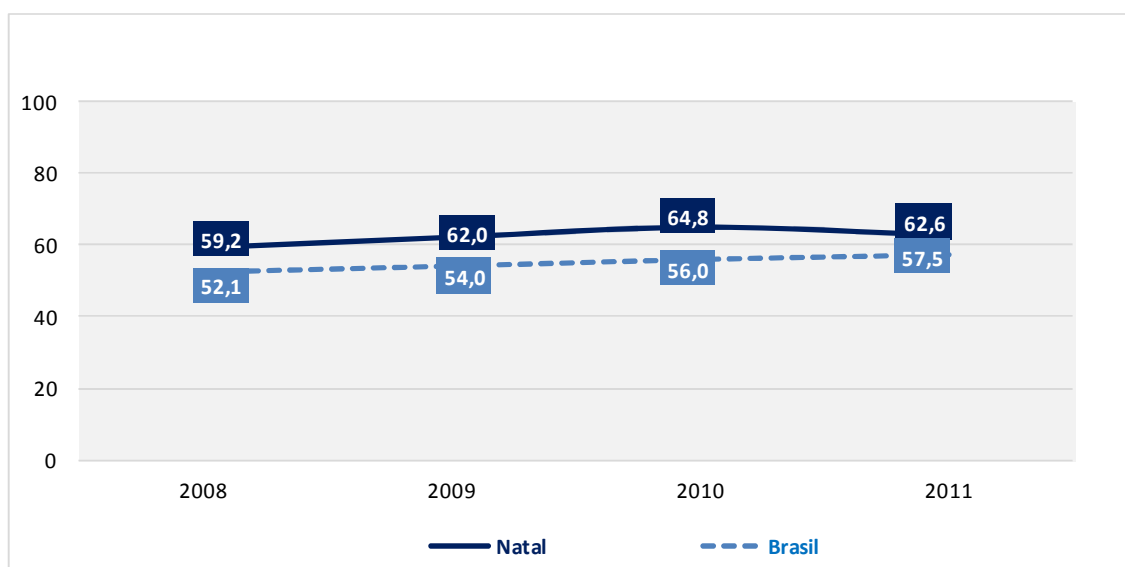
Além dos índices alcançados pelo destino em cada dimensão, serão destacados os principais fatores que contribuíram para tais resultados.

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 62,6 pontos (escala de 0 a 100). Este resultado ficou abaixo do índice obtido em 2010 (64,8), como é possível conferir no gráfico 1:

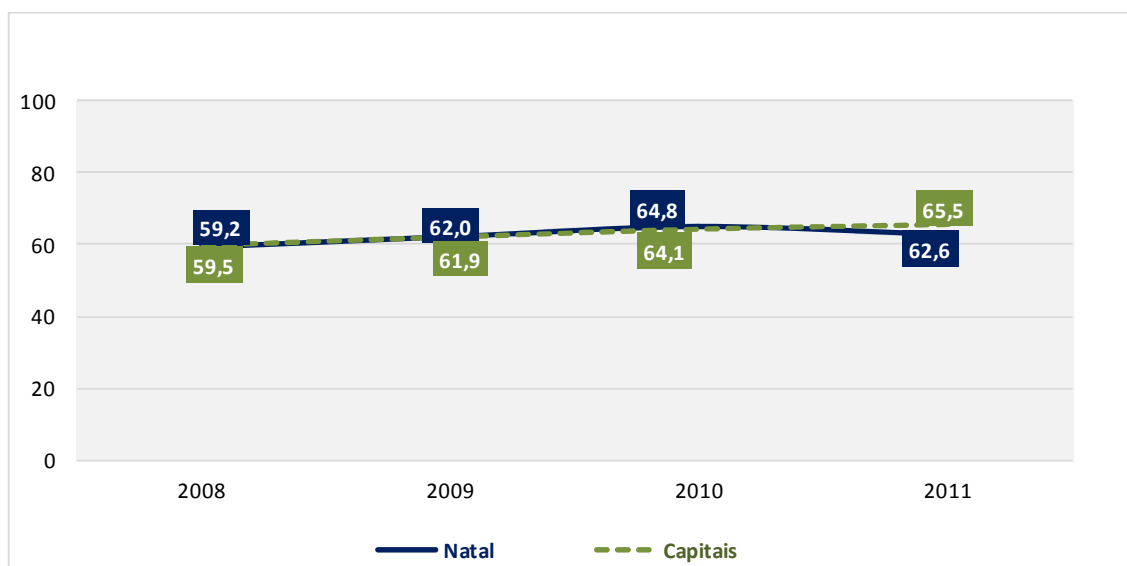
Gráfico 1. Índices gerais de competitividade – destino x Brasil: 2008-2011



É possível observar no gráfico acima o comportamento dos indicadores do destino nos últimos quatro anos da pesquisa. Em 2011, constatou-se uma pequena diminuição do índice em relação ao ano anterior, o que fez com que o nível de competitividade do destino se mantivesse no nível 4.

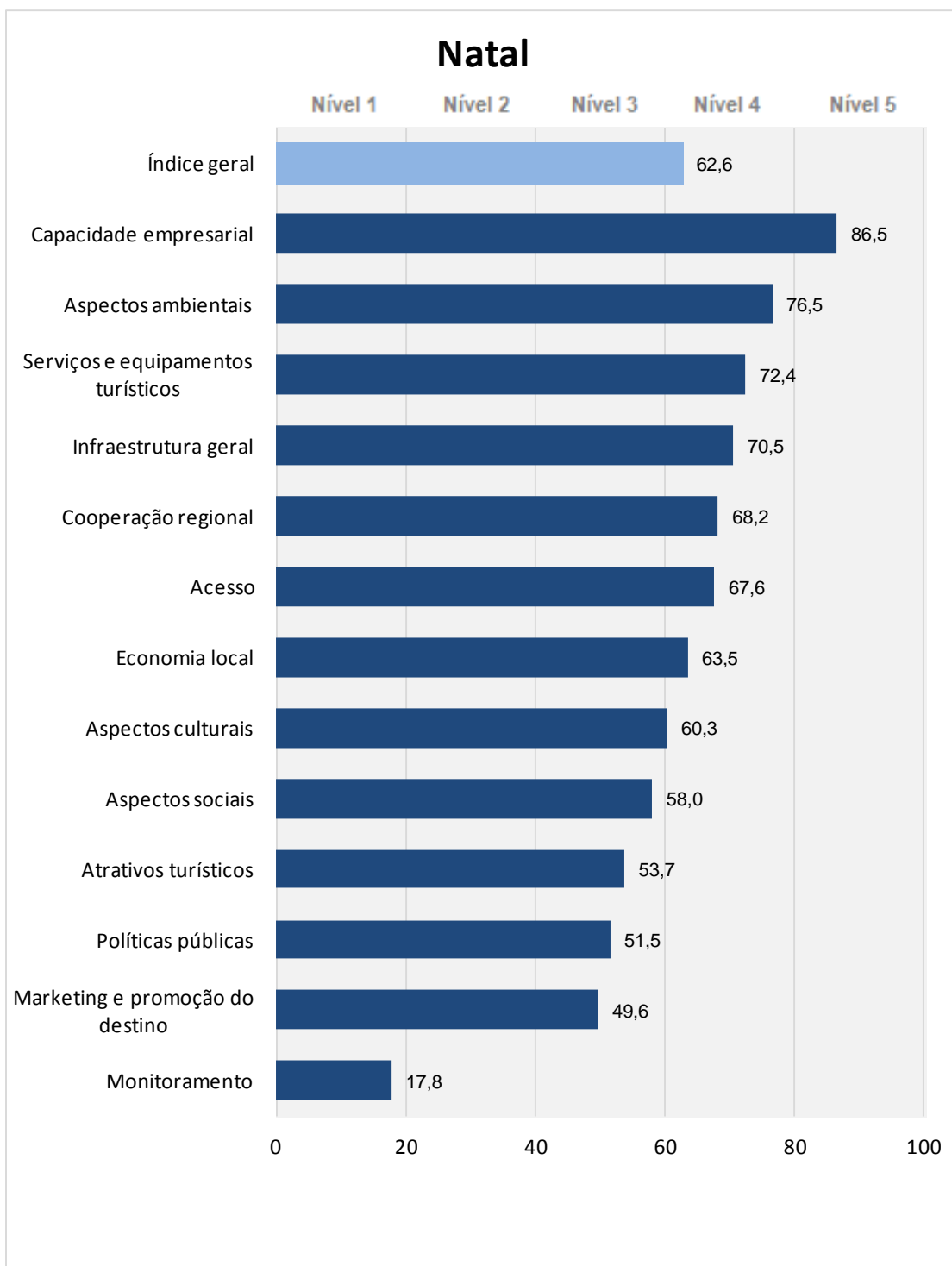
Podemos analisar o desempenho do destino juntamente com as linhas que apontam os resultados da média Brasil (gráfico 1) e das capitais (gráfico 2), que demonstram que o índice do destino não seguiu a tendência nacional de evolução gradual. Considerando os resultados obtidos por todas as 65 cidades avaliadas em 2011, a média Brasil, índice referencial da competitividade nacional, foi 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, 07 dimensões alcançaram índices acima do nível 4 (61 a 80), como é possível observar no gráfico 3. Por sua vez, a dimensão que enfrenta obstáculos para superar os menores níveis de competitividade é *Monitoramento*, a qual não ultrapassou o nível 1 (0 a 20).

Gráfico 3. Índices por dimensão em ordem decrescente de desempenho

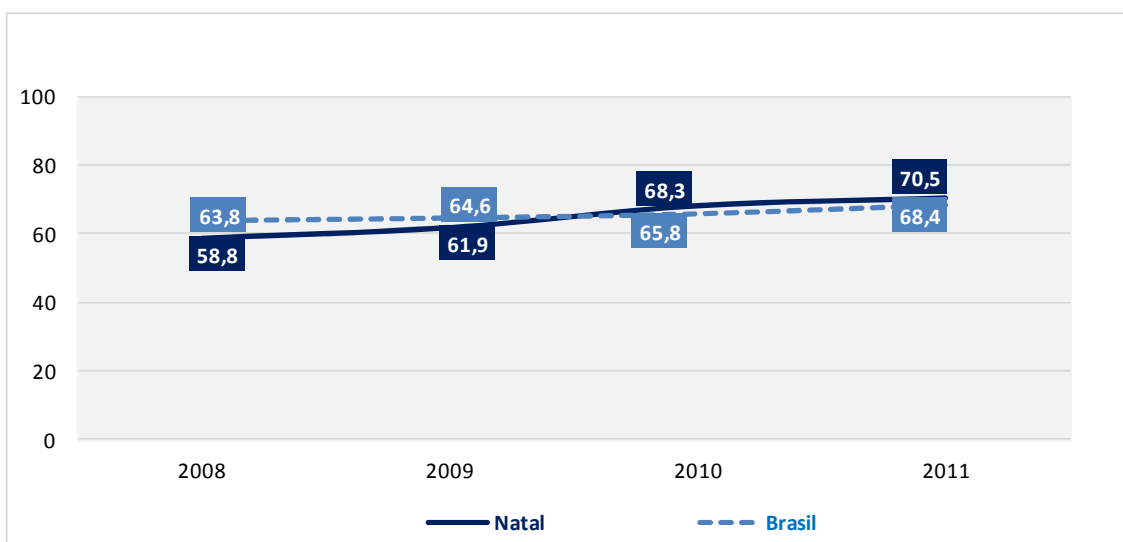


3.2 Infraestrutura geral

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.

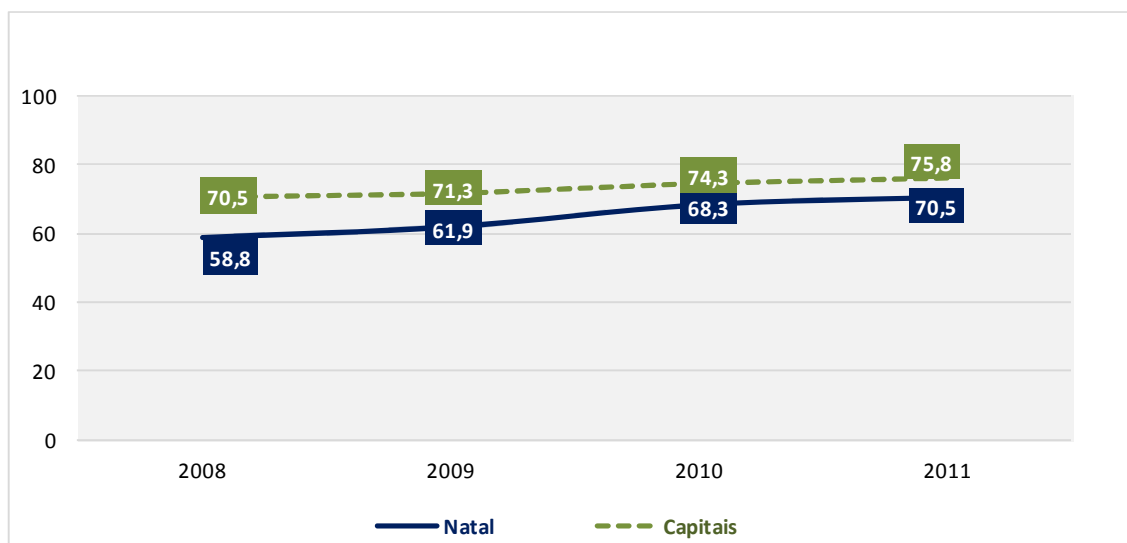
Em *Infraestrutura geral*, a média Brasil em 2011 foi 68,4. Natal registrou 70,5 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



O indicador de Natal 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 alguns níveis de complexidade de atendimento;
- Fornecimento ininterrupto de energia elétrica no período de alta temporada;
- Presença de um grupamento especial de atendimento ao turista na Polícia Militar;
- Aumento do efetivo da Polícia Militar durante a alta temporada e durante grandes eventos;
- Existência de uma delegacia especializada para atendimento ao turista na Polícia Civil (fixa e móvel);
- Aumento no número de policiais civis durante a alta temporada e durante grandes eventos;
- Oferta de Corpo de Bombeiros com grupo de busca e salvamento;
- Existência de Defesa Civil no destino;
- Presença de órgão responsável pela conservação urbana;
- Adoção de quesitos de embelezamento nas áreas públicas – praças, jardins, estátuas, urbanização da orla;
- Existência de programa para a conservação de áreas verdes – Adote o Verde;

- Disponibilidade, nas áreas turísticas, de espaços específicos para o estacionamento ou a parada (embarque e desembarque) de veículos turísticos.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- O serviço público de atendimento médico a emergências 24 horas no destino opera acima da capacidade;
- O sistema de drenagem em alguns pontos da cidade é falho, causando transtornos nos períodos mais chuvosos, especialmente nas proximidades da Arena das Dunas;
- Carência de lixeiras e banheiros públicos nas áreas turísticas e entorno;
- Conservação do mobiliário urbano nas áreas turísticas (placas, barracas de praia, lixeiras, etc.).

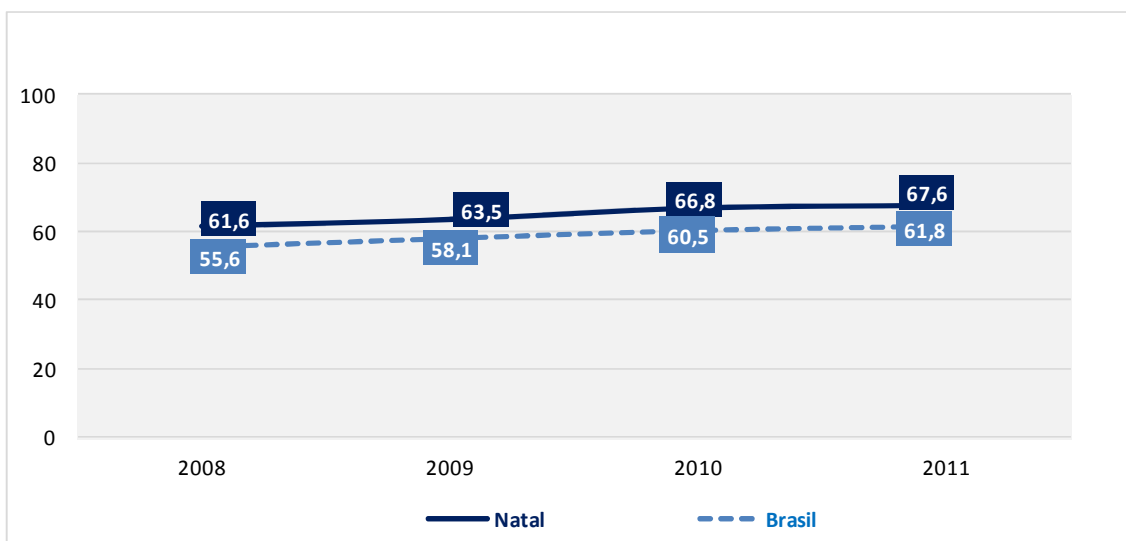
Além destes fatores, foram considerados na composição do índice números de saúde, como a expectativa de vida da população, número de estabelecimentos com atendimento de urgência, número de postos ambulatoriais de atendimento, número de profissionais de saúde e número de leitos.

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 emissores de turistas.

Em Acesso, a média Brasil em 2011 foi 61,8. Natal registrou 67,6 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, acima 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 que atende ao município – Aeroporto Internacional de Natal - Augusto Severo;
- Estrutura do terminal aeroportuário, que conta com uma rede de lojas e serviços, como locadoras de veículos, serviço de câmbio, serviços bancários e caixas eletrônicos, etc.;
- As boas condições da principal rodovia de acesso de fluxo turístico ao destino – BR-101 (CNT);
- Existência de um terminal rodoviário;
- Existência de linhas de transporte urbano que atendam às principais atrações turísticas;
- Disponibilidade de serviços de táxis regularizados e padronizados;
- Oferta de ligações aéreas diretas entre o aeroporto que atende ao município e seus principais centros emissivos de turistas nacionais.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

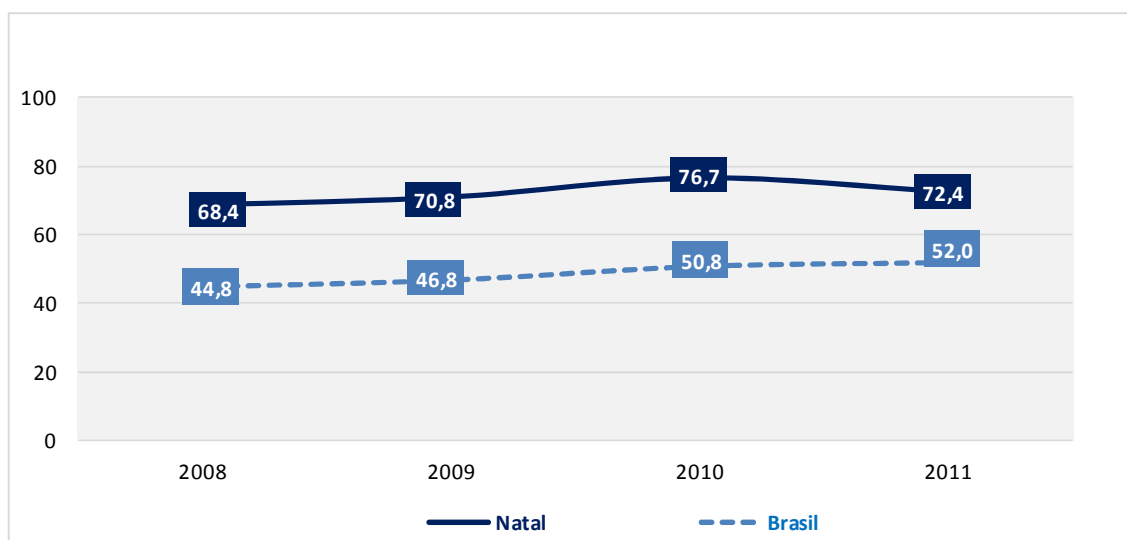
- Carência de transporte aos que embarcam ou desembarcam no terminal aeroportuário que atende ao destino;
- Ausência de centro de atendimento ao turista no aeroporto do destino (encontrava-se fechado no momento da pesquisa de campo);
- Estrutura disponível no terminal rodoviário que atende ao destino (atualmente em reforma);
- Inexistência de um terminal aquaviário com estrutura adequada para atender ao desembarque do fluxo turístico para o destino;
- Inexistência de uma linha regular de transporte turístico (ônibus ou similar) que interliga os principais atrativos do destino;
- Existência de congestionamentos durante a alta temporada;
- Carência de vagas para estacionamento nas áreas turísticas.

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.

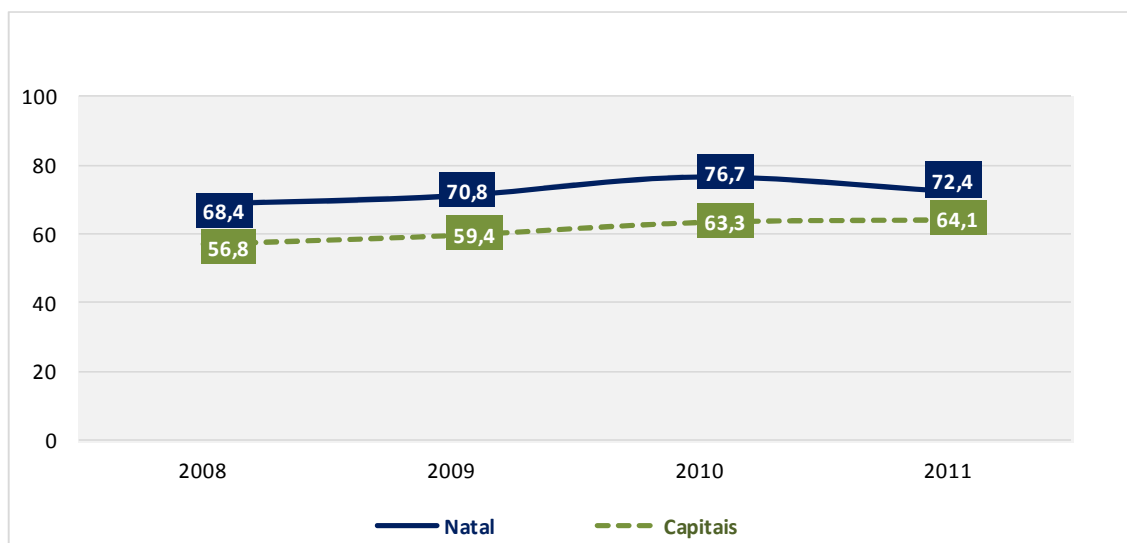
Em *Serviços e equipamentos turísticos*, a média Brasil em 2011 foi 52,0. Natal registrou 72,4 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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 Natal foi influenciado de forma positiva por diversos fatores, entre os quais:

- Oferta de sinalização turística viária nos padrões internacionais recomendados;
- Existência de centros de atendimento ao turista no destino com funcionamento durante todo o ano;
- Existência de um centro de convenções no destino – o equipamento considerado foi o Centro de Convenções de Natal;
- Estrutura disponível no centro de convenções, bem como sua capacidade e localização em relação às áreas turísticas;
- Oferta de (outros) espaços para a realização de eventos – Praia Mar e Pirâmide;
- Existência de uma organização representativa dos meios de hospedagem, que discute e defende os interesses dos empreendimentos do destino;
- A maioria dos meios de hospedagem possui instalações em bom estado de conservação, modernas ou recém reformadas, oferecendo acesso à internet nas unidades habitacionais;
- Boa parte dos meios de hospedagem presentes no destino adota algum tipo de fonte de energia renovável;
- Presença de empresas de receptivo que oferecem diversos serviços aos turistas, inclusive com atendimento em idiomas estrangeiros;

- 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 capacitação nas áreas relacionadas ao turismo, como hotelaria, eventos, etc.;
- 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:

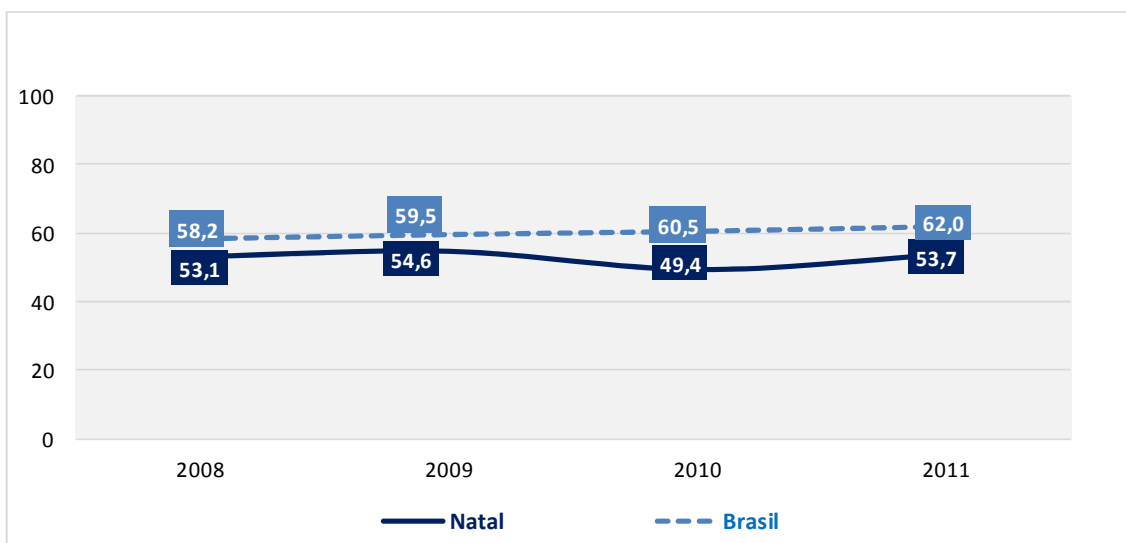
- O estado de conservação de parte da sinalização turística viária – como foi possível constatar durante visita técnica ao município em setembro de 2011;
- Inexistência de sinalização turística descritiva ou interpretativa nos atrativos;
- Oferta incipiente de serviços nos centros de atendimento ao turista, como a ausência de atendimento em idiomas estrangeiros;
- Carência de vagas para estacionamento no centro de convenções;
- Oferta incipiente de linhas de transporte público para o centro de convenções;
- A maioria dos meios de hospedagem e dos empreendimentos de alimentação não cumpre com quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida.

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. Natal registrou 53,7 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 Natal foi influenciado de forma positiva por diversos fatores, entre os quais:

- Existência de atrativos naturais para os quais há fluxo turístico;
- Estrutura disponível no principal atrativo natural – Morro do Careca;
- O destino conta com atrativos culturais para os quais há fluxo turístico, tendo sido o principal indicado a Fortaleza dos Reis Magos;
- A preservação urbanística do entorno do principal atrativo cultural indicado é evidente;
- Existência de eventos programados que atraem turistas – Carnatal, Réveillon, Natal em Natal;
- Estrutura disponível no local em que acontece o principal evento programado indicado – Carnatal.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

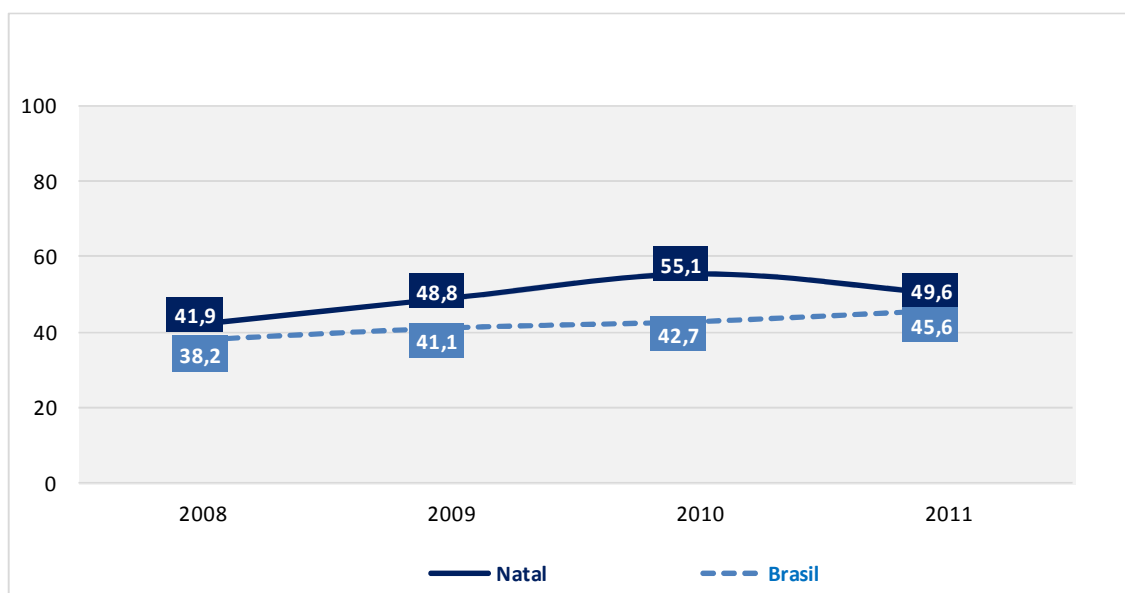
- Inexistência de estudo de capacidade de carga ou suporte para o principal atrativo natural, a fim de minimizar o impacto da atividade turística sobre os recursos;
- O estado de conservação do entorno do principal atrativo natural indicado carece de melhorias como, por exemplo, limpeza, controle de ocupações irregulares, revitalização de sinalização turística, etc.;
- Carência de recursos que viabilizem o acesso e circulação de pessoas com deficiência no atrativo natural;
- A carência de um estudo de capacidade de carga aplicado ao principal atrativo cultural indicado;
- A estrutura disponível e a inexistência de condições de acessibilidade para pessoas com deficiência na Fortaleza dos Reis Magos;
- Inexistência de um estudo de capacidade de carga para o principal evento programado indicado – Carnatal – que, segundo a comunidade local traz impactos como acúmulo de lixo, trânsito, etc.;
- A falta de recursos que confirmem acessibilidade plena para pessoas com deficiência no local em que acontece tal evento;
- O destino não dispõe de atrativo de realização técnica, científica ou artística consolidado para o qual haja fluxo turístico efetivamente técnico.

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*).

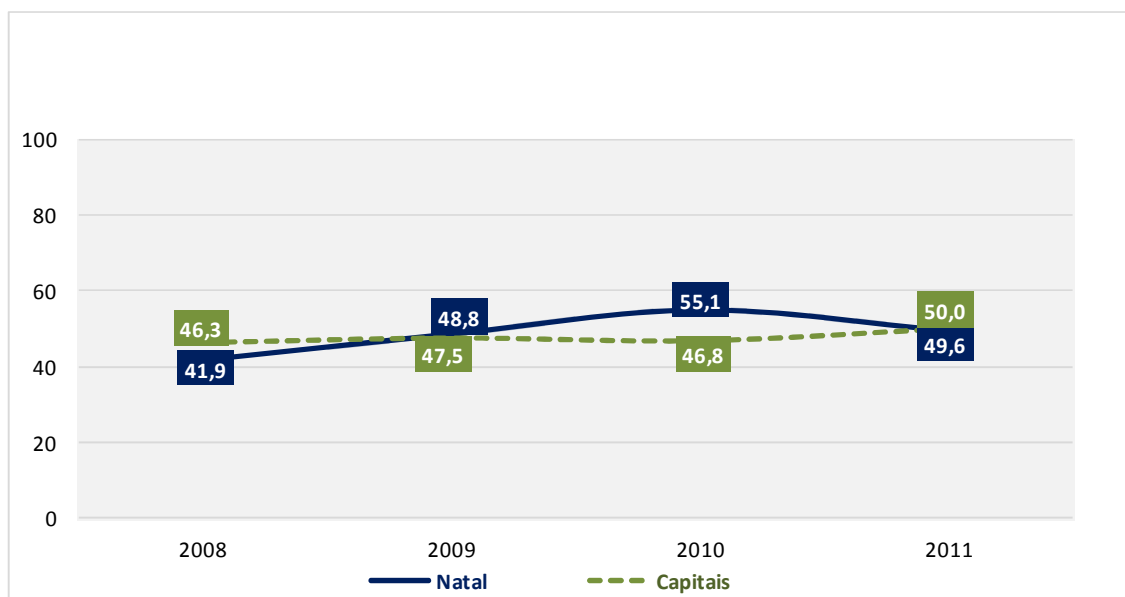
Em *Marketing e promoção do destino*, a média Brasil em 2011 foi 45,6. Natal registrou 49,6 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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

- O destino participou de eventos regionais, nacionais e internacionais do setor de turismo nos últimos dois anos;
- Os resultados dos eventos dos quais o destino participa são avaliados por meio de contagem de relacionamentos estabelecidos e negócios efetivados;
- O destino turístico produziu, nos últimos 5 anos, evento próprio para se promover fora de seu território – Semana de Natal em Lisboa;
- Existe material promocional institucional disponível em idioma estrangeiro;
- É produzido material promocional que apresenta a estrutura disponível para eventos (confeccionado pelo Natal *Convention*);
- O material promocional do destino passa por revisão ortográfica profissional, tanto em português como em idioma estrangeiro;
- A principal página de turismo do município na internet – acessível pelo endereço www.turismo.natal.rn.gov.br – sinaliza ao visitante a preocupação do destino em prevenir a exploração sexual de crianças e adolescentes no turismo.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

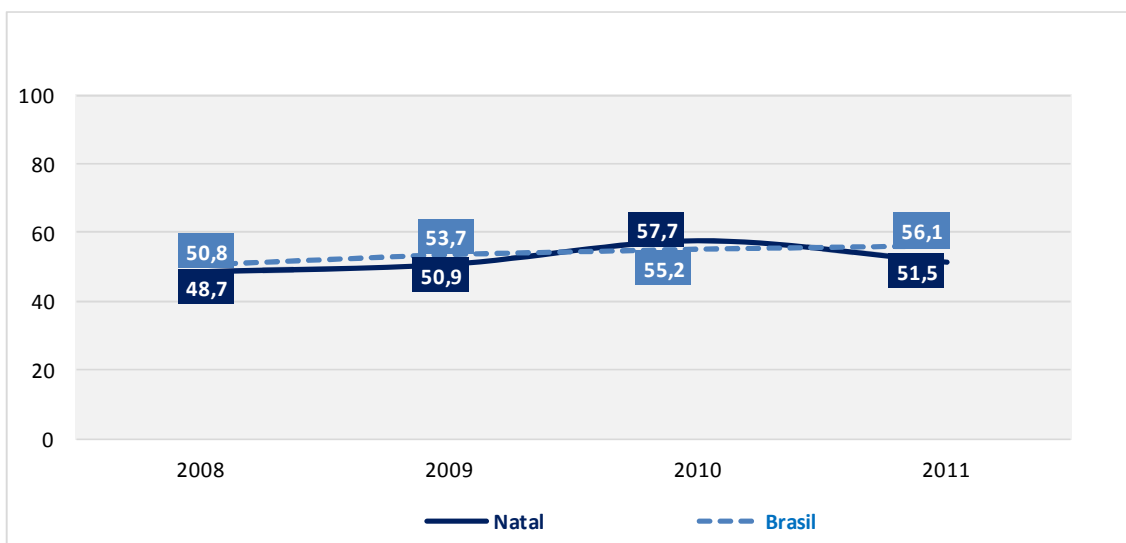
- Inexistência de um plano de marketing formal para o destino, o qual poderia ser elaborado com a colaboração de diversos atores, contendo metas e responsabilidades definidas, fundamentado em pesquisa sobre a demanda turística, contemplando a relação com agências e operadoras e definindo indicadores de desempenho;
- Apesar de haver um plano estratégico do município que contempla ações de marketing, o mesmo não está sendo efetivamente implementado;
- Não há participação em feiras e eventos não voltados ao setor de turismo, ações que ajudariam a ampliar a promoção do destino no mercado especializado nacional e internacional;
- O material promocional de Natal não alerta o visitante sobre ações de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes, tampouco sobre a importância de preservar o meio ambiente (material está sendo adaptado);
- Não existe 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 em idioma estrangeiro na página de turismo do destino na internet e faltam ações no ambiente virtual que deixem claro aos potenciais turistas a preocupação do destino 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. Natal registrou 51,5 pontos nesta dimensão, um índice abaixo 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, acima do resultado do destino nesta dimensão.

Gráfico 15. Índices políticos 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 – Secretaria Municipal de Turismo e Desenvolvimento Econômico – com a atribuição de coordenar ou incentivar o desenvolvimento do turismo no destino;
- 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 – dedicada ao acompanhamento da atividade turística;
- 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, também no ano anterior;
- Existe um Plano Diretor Municipal, revisado recentemente, que contempla o setor de turismo;
- Foram realizadas ações em parceria com a iniciativa privada e com entidades de classe representativas do setor ao longo do ano anterior, especialmente para a participação em feiras e eventos de turismo.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

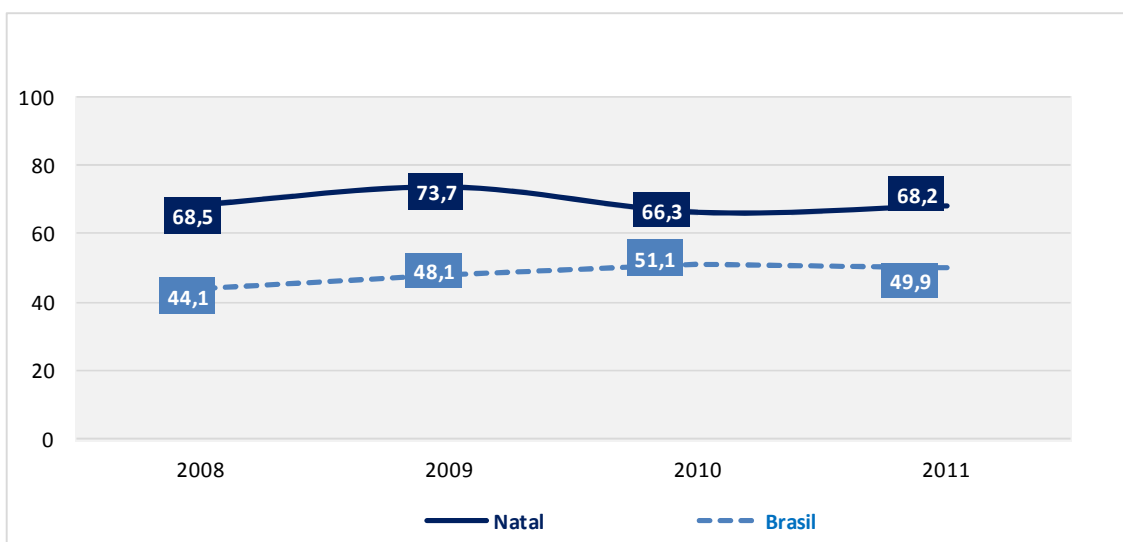
- Ausência de um órgão gestor de turismo exclusivo da pasta turismo – Secretaria Municipal de Turismo e Desenvolvimento Econômico - SETURDE;
- O órgão gestor de turismo não dispõe de recurso próprio (recurso externo que não seja repasse do orçamento municipal) para coordenar e incentivar o desenvolvimento do setor;
- A cidade de Natal não participou de nenhum programa de modernização administrativa ou fiscal na gestão municipal nos últimos anos;
- No momento da pesquisa, Natal não estava seguindo sistematicamente nenhum planejamento formal para o turismo com diretrizes e metas do setor para os próximos anos.

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.

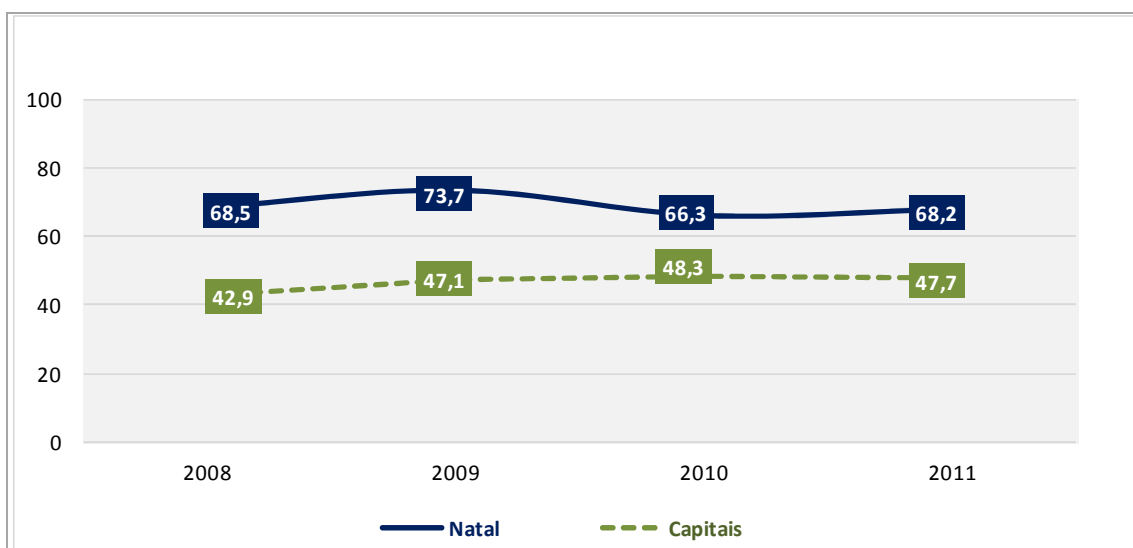
Em *Cooperação regional*, a média Brasil em 2011 foi 49,9. Natal registrou 68,2 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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 Polo Costa das Dunas – que conta com a participação ativa de diversos atores do segmento turístico da região;
- A instância regional dispõe de um gestor executivo com dedicação parcial à coordenação, realiza parcerias com os setores público e privado dos municípios que representa, mantém reuniões bimestrais e dispõe de suporte para a condução de suas atividades;
- A instância está representada no Fórum Estadual de Turismo;
- Existem projetos de cooperação regional compartilhadas entre o município avaliado e outros destinos do Polo Costa das Dunas, entre eles, o Projeto de Sinalização Turística da região;
- Existência de um plano de desenvolvimento turístico integrado para a região, no qual estão previstas responsabilidades e metas de mercado e cujas ações e projetos contemplam o município avaliado - PDTIS;
- Além disso, o destino integra roteiros regionais, comercializados por operadores e agências, e estruturados com a participação de atores do *trade* turístico;
- No ano anterior, o destino participou de evento para a promoção e comercialização dos roteiros regionais dos quais faz parte, e realizou ações

promocionais em parceria com outros destinos da mesma região e com agentes e operadores de turismo receptivo;

- O destino co-produz material promocional do roteiro turístico da qual faz parte.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

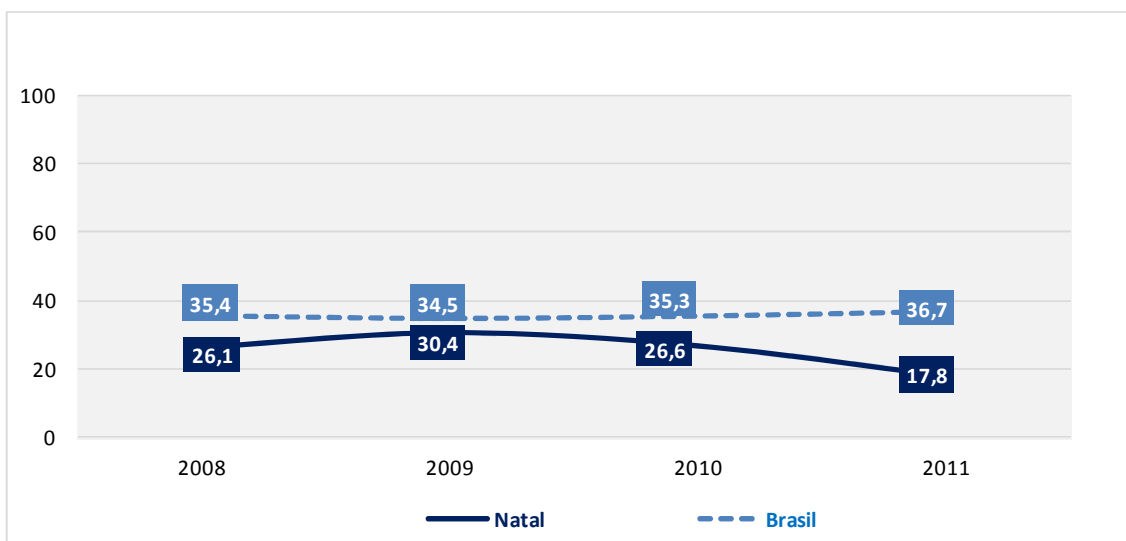
- O fato de a instância de governança regional – Polo Costa das Dunas – não estar formalmente constituída e não contar com recurso próprio;
- Falta de efetividade nas ações para mobilizar os atores do setor de turismo para a importância da cooperação regional;
- Os roteiros regionais dos quais o destino faz parte não foram elaborados com base em informações de um Inventário ou Cadastro da Oferta Turística e sua elaboração não considerou o monitoramento dos impactos ambientais, socioculturais ou econômicos;
- Inexistência de uma página institucional da região turística na internet.

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.

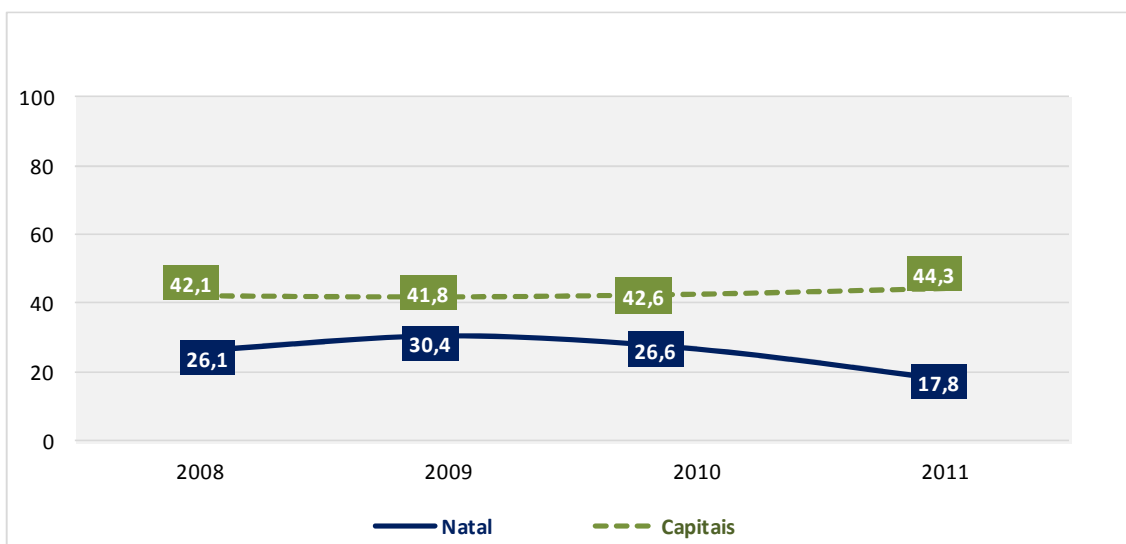
Em *Monitoramento*, a média Brasil em 2011 foi 36,7. Natal registrou 17,8 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- É realizada pesquisa de demanda periódica, levantamento que gera dado relevante para o planejamento do turismo no destino;
- Divulgação dos dados coletados na pesquisa de demanda por meio de relatórios gerenciais e publicação em documentos institucionais;
- Disponibilidade de um conjunto técnico de estatísticas turísticas de Natal;
- Existência de instituições que realizam pesquisas em turismo, focadas no destino ou na região turística da qual o destino faz parte.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

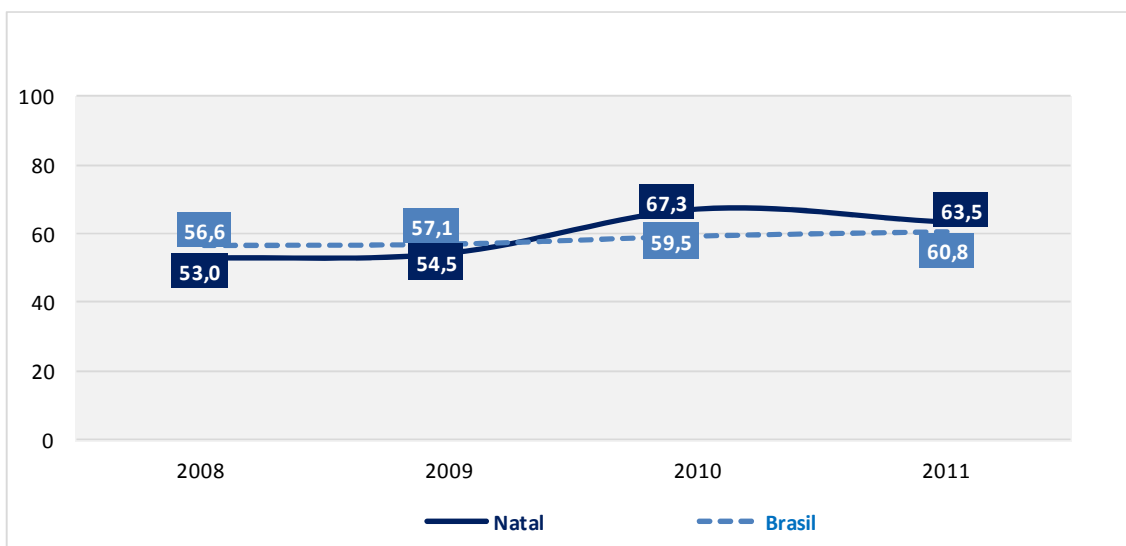
- Não há Inventário Turístico (InvTur) atualizado, levantamento que, quando realizado, gera dados relevantes para a gestão, o planejamento e a divulgação de informações sobre o destino;
- Apesar de realizar e divulgar pesquisa de demanda periódica, o destino não aproveita efetivamente os dados coletados em planejamento;
- O destino não acompanha sistematicamente os objetivos da política de turismo em nível estadual e em nível federal;
- Não há monitoramento dos impactos econômicos, sociais, ambientais e culturais gerados pelo turismo;
- A administração pública local não possui um setor específico de estudos que realize pesquisas em 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.

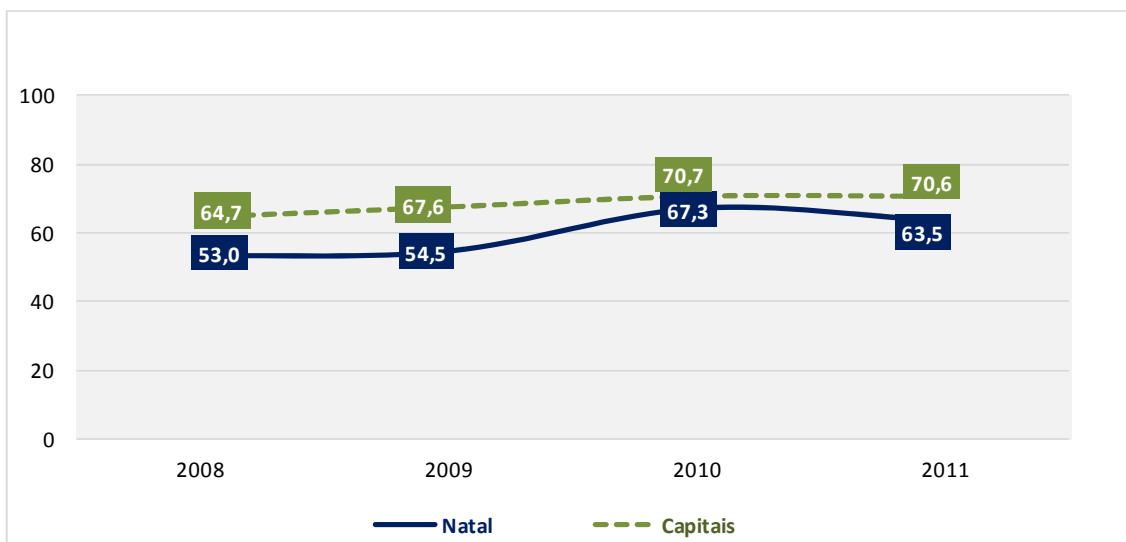
Em *Economia local*, a média Brasil em 2011 foi 60,8. Natal registrou 63,5 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Oferta 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 o Microempreendedor Individual – Sebrae;
- Benefícios financeiros locais ou regionais (linhas especiais de financiamento) para empreendimentos e serviços ligados ao setor de turismo estão disponíveis para o empresariado local, pelo Banco do Nordeste;
- Atuação de um *Convention & Visitors Bureau* exclusivo do destino;
- Existência de um polo de produção significativo para movimentar a economia local.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- O destino não oferece benefícios de isenção ou redução de impostos ou taxas para as atividades características do turismo;
- Não é evidente a existência de fluxo turístico (receptivo) em consequência da presença do polo de produção no destino.

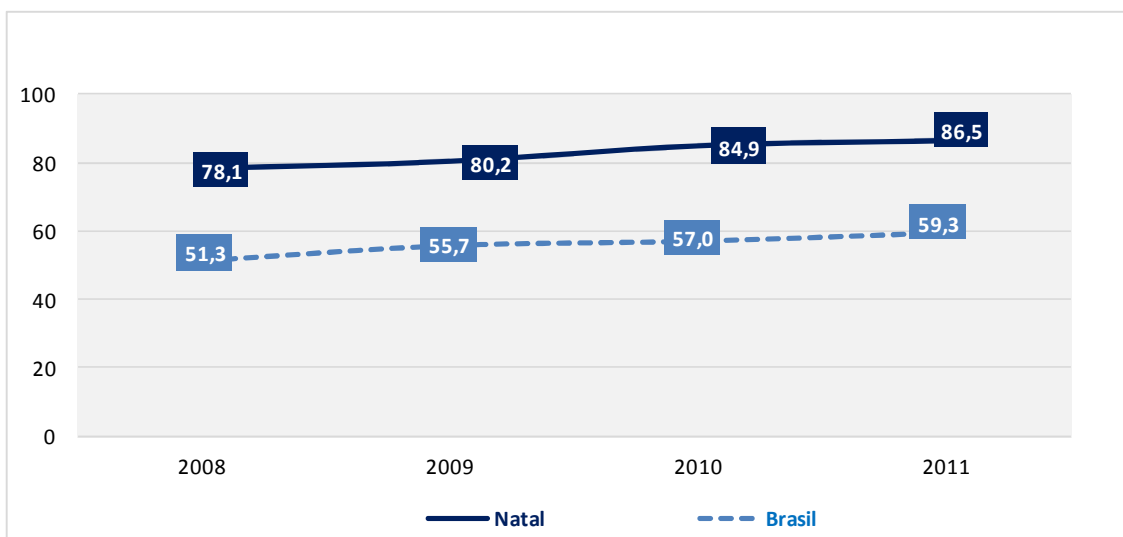
Além destes fatores, dados econômicos de fontes secundárias também foram observados, como o PIB, PIB *per capita* e volume de operações de crédito, por exemplo.

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.

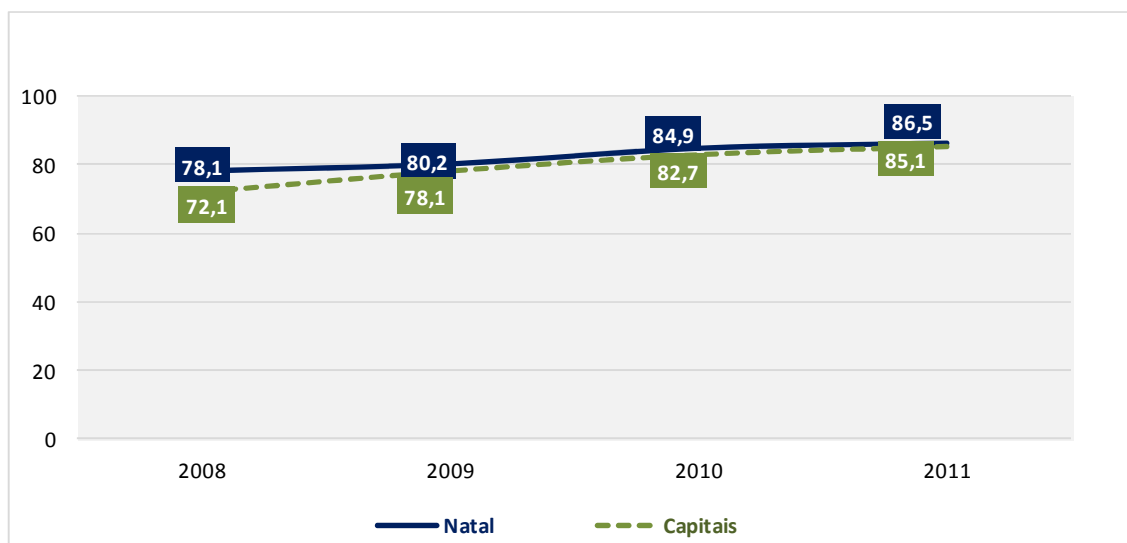
Em *Capacidade empresarial*, a média Brasil em 2011 foi 59,3. Natal registrou 86,5 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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 Natal 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, e a oferta de escolas de formação em idiomas estrangeiros;
- Em entrevistas com o empresariado local, foi constatado que existe pessoal local qualificado para trabalhar em cargos de gerência e administrativos em agências ou operadoras de turismo e que existe pessoal local qualificado para trabalhar em cargos técnicos e administrativos em 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;
- Foi constatada a existência de adensamentos de empreendimentos turísticos – Via Costeira;
- Presença de empresas de grande porte, filiais ou subsidiárias com mais de mil funcionários.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

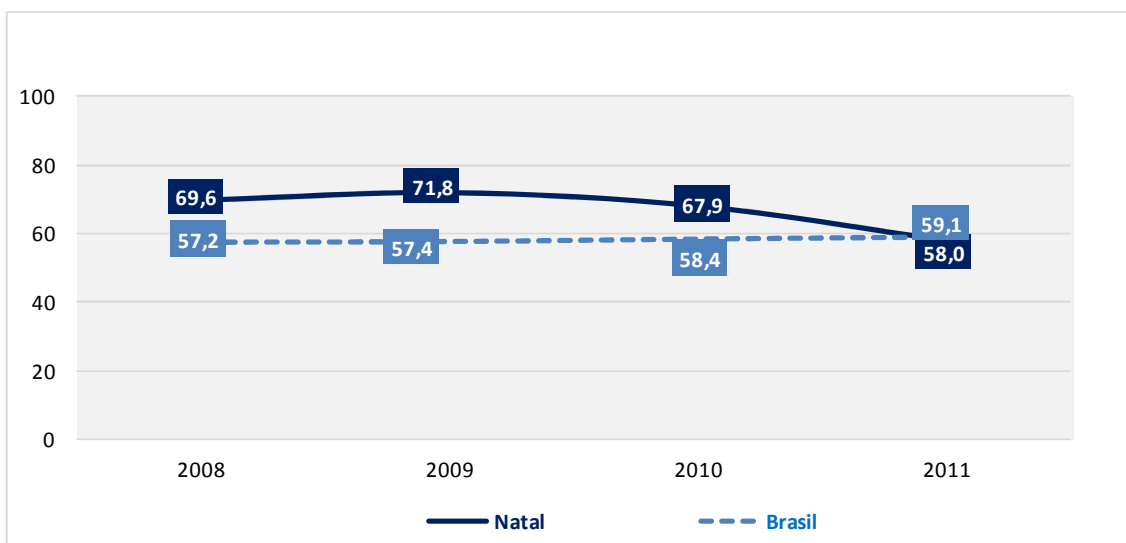
- Carência de pessoal local qualificado para trabalhar na hotelaria em cargos administrativos e gerenciais;
- Carência de programas de qualificação especificamente voltados para empresários ou gerentes de empreendimentos turísticos;
- Os adensamentos de empreendimentos turísticos localizados no destino não estão organizados como arranjos produtivos locais - APL;
- Foram sinalizadas barreiras à entrada de novos empreendimentos turísticos, entre elas a falta de regularização fundiária, falta de infraestrutura para edificações, falta de incentivos fiscais para atividades características do turismo e dificuldades para obtenção de licenciamento ambiental;
- Ausência de empresas que produzam mercadorias de alto valor agregado ou perecíveis.

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.

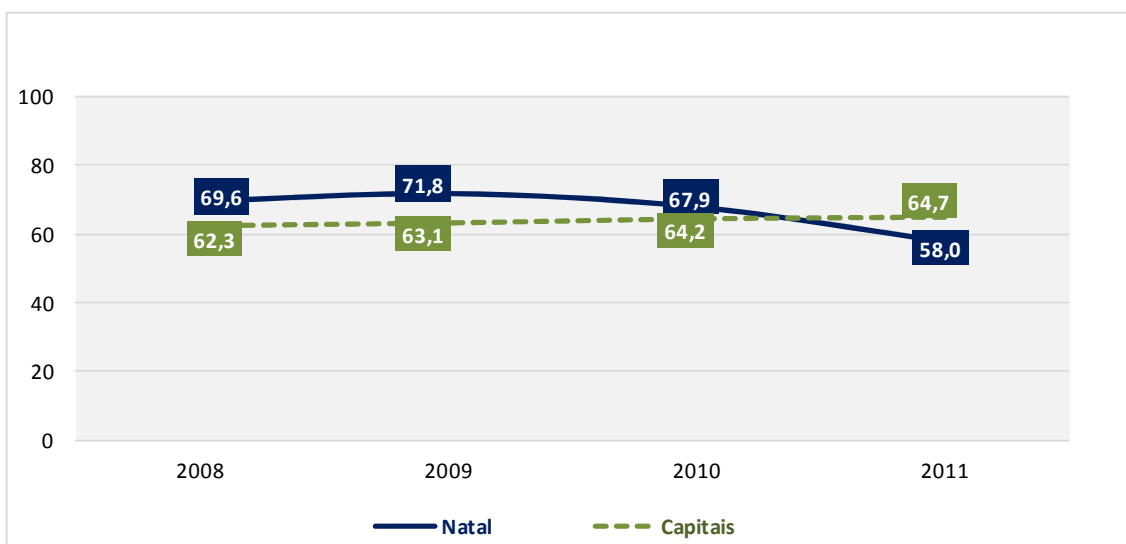
Em *Aspectos sociais*, a média Brasil em 2011 foi 59,1. Natal registrou 58,0 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



O indicador de Natal 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;
- Aplicação de programa específico de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes no turismo, que conta com o apoio do terceiro setor e do poder público;
- A comunidade local e a sociedade civil organizada se envolvem com a atividade turística, especialmente por meio de projetos de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes no turismo.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Utilização de mão de obra informal durante a alta temporada em estabelecimentos de hospedagem e alimentação, de acordo com relatos de entrevistados;
- Ausência de programas de incentivo ao uso dos equipamentos turísticos pela população local;
- Não existe participação da comunidade na elaboração do orçamento – apenas a aprovação de orçamento previamente estabelecido;
- Não há sensibilização dos cidadãos sobre os impactos da atividade turística para o destino, tanto positivos quanto negativos;
- Não há sensibilização do turista sobre o respeito à comunidade local, à cultura e ao patrimônio;
- O destino não adota instrumentos de consulta à população sobre atividades ou projetos turísticos, através de audiências públicas ou pesquisas de opinião, por exemplo.

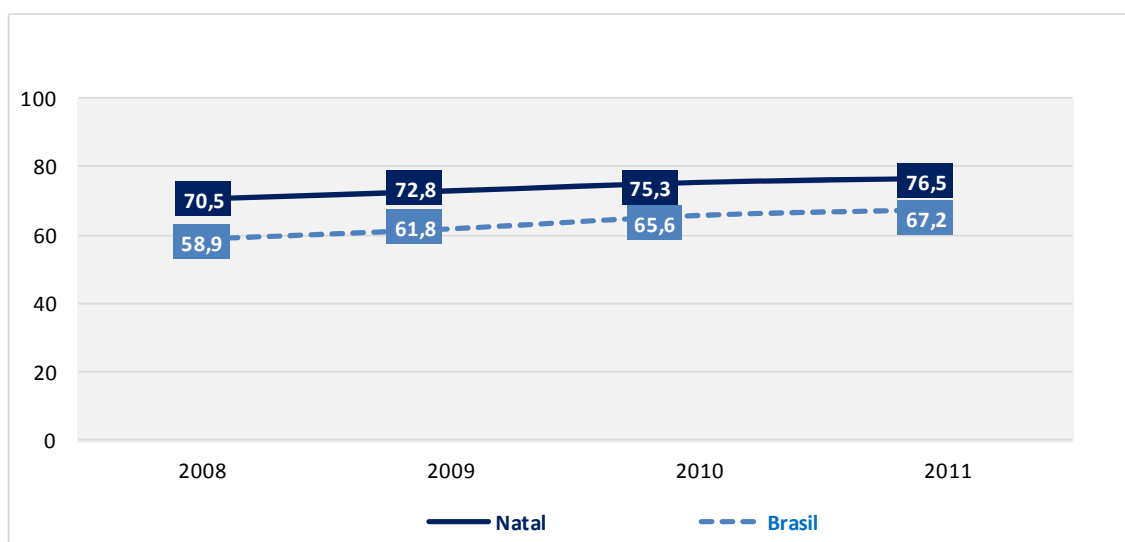
Além destes fatores, também foram considerados indicadores sociais do município, como percentual de habitantes com acesso ao ensino, Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB) e Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M), dentre outros.

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.

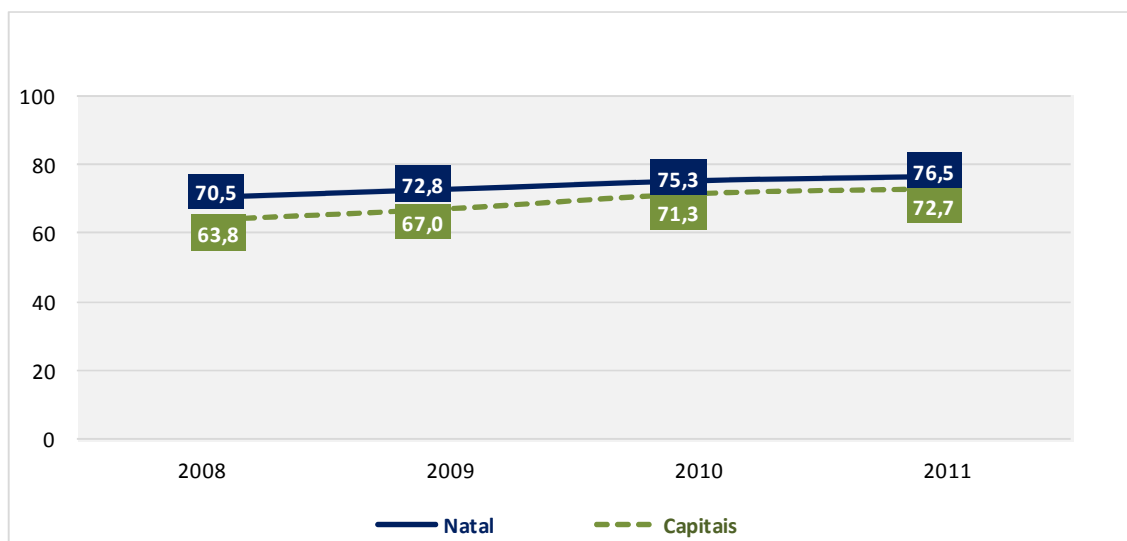
Em *Aspectos ambientais*, a média Brasil em 2011 foi 67,2. Natal registrou 76,5 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Presença de um órgão municipal com atribuição de coordenar e incentivar a preservação do meio ambiente – ainda que não exclusivo – dotado de recurso próprio e que recentemente desenvolveu projetos relacionados ao turismo em conjunto com a Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico;
- Presença de Conselho Municipal de Meio Ambiente atuante;
- Disponibilidade de um Fundo Municipal para o Meio Ambiente efetivo – cujos recursos estão disponíveis para aplicação;
- Existência de um Código Ambiental Municipal ou similar – contra o qual não há ação judicial pública;
- O destino possui legislação que obriga a adoção de fontes de energia renovável em estabelecimentos públicos ou privados (Lei nº 6045/10);
- O município possui uma rede pública de distribuição de água;
- Há estação de tratamento de água que atende ao destino;
- São realizadas campanhas de educação periódicas para o uso racional da água;
- 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 (estação de transbordo) e tratamento de resíduos hospitalares;

- Presença de Unidades de Conservação com atividade turística em território municipal – Parque Estadual das Dunas.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

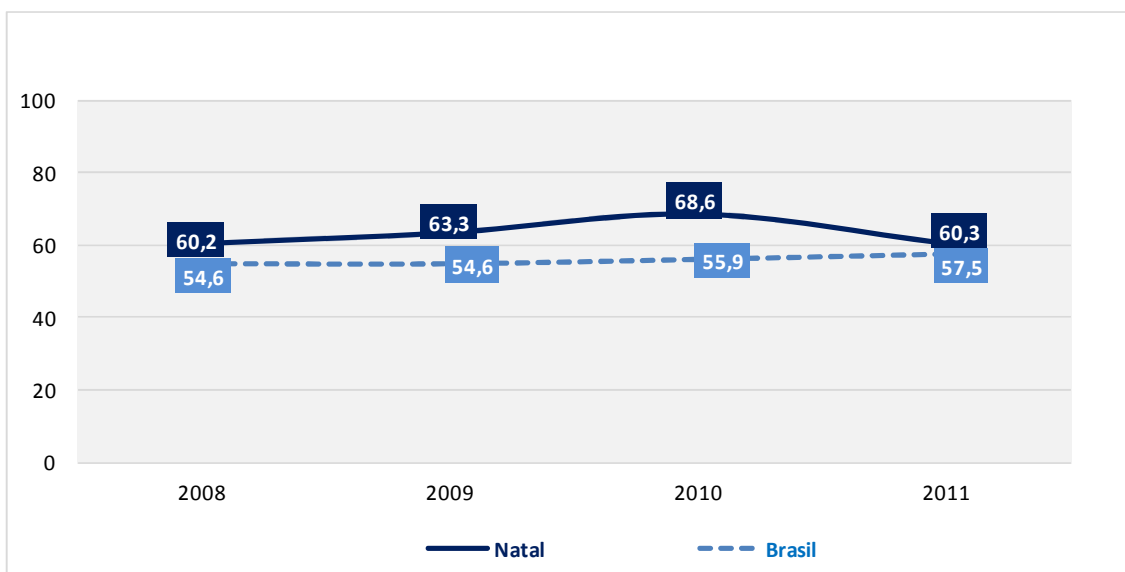
- Presença de atividades potencialmente poluidoras, com alvará de funcionamento ou de localização no território municipal, como indústria química e retirada fluvial de areia;
- Não há estação de tratamento de água para a sua reutilização;
- O índice de cobertura da rede pública de coleta e tratamento de esgoto atende a menos de 50% da população local;
- Insuficiência dos serviços de coleta seletiva residencial (atende apenas 10% da população local);
- Ausência de conselho gestor e Plano de Manejo atualizado para a principal Unidade de Conservação indicada – Parque Estadual das Dunas;
- Necessidade de melhorias na estrutura da principal Unidade de Conservação indicada – sinalização, acessibilidade e conservação do mobiliário urbano disponível.

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.

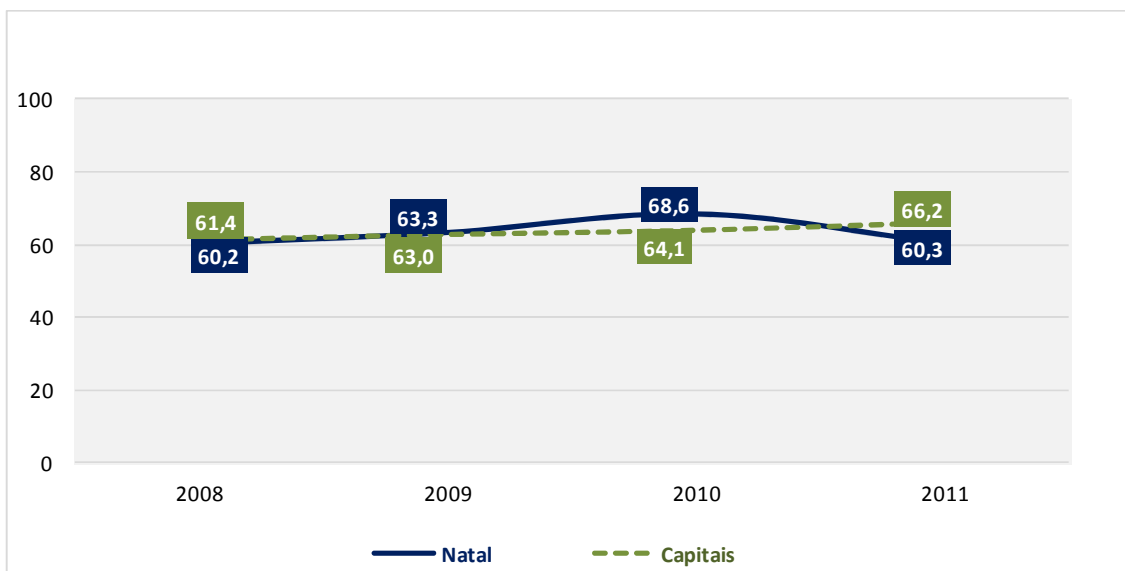
Em *Aspectos culturais*, a média Brasil em 2011 foi 57,5. Natal registrou 60,3 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



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

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



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

- Presença de atividade artesanal típica – renda de bilro – comercializada em esfera regional e reconhecida nacionalmente;
- Existem manifestações religiosas no destino – Festa da Padroeira Nossa Senhora da Apresentação, Festa de Nossa Senhora dos Navegantes – que atraem fluxo turístico;
- Presença de grupos artísticos de manifestação popular tradicional, como Araruna, Boi de Reis, Mamulengueiros (João Redondo);
- Existência de sítio arqueológico tombado ou registrado – Sítio Histórico do Centro de Natal e Cemitério do Ingleses no bairro da Redinha;
- Existência de bens tombados pelo IPHAN como patrimônio histórico – Centro Histórico de Natal;
- Presença de um órgão da administração local com atribuição exclusiva de incentivar o desenvolvimento da cultura, que, no ano anterior, compartilhou projetos e atividades em conjunto com o órgão gestor do turismo no município;
- O destino aplica política municipal de cultura, que dentre outros benefícios ajuda a manter um calendário de manifestações culturais;
- Existência de legislação municipal de cultura e Fundo Municipal de Cultura, este último exclusivo e efetivo;
- Existe projeto de implementação de turismo cultural, como o Barco Escola Chama Maré que leva os estudantes para conhecerem os atrativos turísticos e os pontos históricos da cidade.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Inexistência de patrimônio artístico tombado que se constitua em atrativo turístico;
- Inexistência de uma política efetiva de preservação de bens culturais imateriais;
- 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 Natal, é possível concluir que, em 2011, houve queda 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 *Infraestrutura geral, Atrativos turísticos, Cooperação regional, Capacidade empresarial e Aspectos ambientais*.

A dimensão *Acesso* registrou estabilidade de resultados em 2011 em relação a 2010.

Por fim, foi possível observar que as dimensões *Serviços e equipamentos turísticos, Marketing e promoção do destino, Políticas públicas, Monitoramento, Economia local, Aspectos sociais e Aspectos culturais* 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				Natal			
	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	59,2	62,0	64,8	62,6
Infraestrutura geral	63,8	64,6	65,8	68,4	70,5	71,3	74,3	75,8	58,8	61,9	68,3	70,5
Acesso	55,6	58,1	60,5	61,8	66,9	69,9	72,0	74,0	61,6	63,5	66,8	67,6
Serviços e equipamentos turísticos	44,8	46,8	50,8	52,0	56,8	59,4	63,3	64,1	68,4	70,8	76,7	72,4
Atrativos turísticos	58,2	59,5	60,5	62,0	56,6	58,5	59,5	61,3	53,1	54,6	49,4	53,7
Marketing e promoção do destino	38,2	41,1	42,7	45,6	46,3	47,5	46,8	50,0	41,9	48,8	55,1	49,6
Políticas públicas	50,8	53,7	55,2	56,1	55,7	58,7	61,5	61,3	48,7	50,9	57,7	51,5
Cooperação regional	44,1	48,1	51,1	49,9	42,9	47,1	48,3	47,7	68,5	73,7	66,3	68,2
Monitoramento	35,4	34,5	35,3	36,7	42,1	41,8	42,6	44,3	26,1	30,4	26,6	17,8
Economia local	56,6	57,1	59,5	60,8	64,7	67,6	70,7	70,6	53,0	54,5	67,3	63,5
Capacidade empresarial	51,3	55,7	57,0	59,3	72,1	78,1	82,7	85,1	78,1	80,2	84,9	86,5
Aspectos sociais	57,2	57,4	58,4	59,1	62,3	63,1	64,2	64,7	69,6	71,8	67,9	58,0
Aspectos ambientais	58,9	61,8	65,6	67,2	63,8	67,0	71,3	72,7	70,5	72,8	75,3	76,5
Aspectos culturais	54,6	54,6	55,9	57,5	61,4	63,0	64,1	66,2	60,2	63,3	68,6	60,3

Fonte: FGV, MTur, Sebrae, 2012

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