

ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE
DO TURISMO NACIONAL

65 DESTINOS INDUTORES
DO DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO REGIONAL

NOVA OLINDA

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 | 37 |
| 3.14 Aspectos culturais | 40 |
| 4. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE | 43 |

1. ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE

Para realizar este levantamento, pesquisadores da Fundação Getulio 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 cidades não 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.

não capitais), recomenda-se que cada destino analise seus resultados de forma crítica, ponderando questões ligadas às características geográficas, econômicas e ao posicionamento do destino, a fim de entender que os resultados de determinada dimensão serão influenciados por essas características. Dessa forma, alguns destinos não 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

Nova Olinda é um município localizado no estado do Ceará, na região Nordeste do país. Está distante 590 km da capital Fortaleza. Com uma população de 14.256 habitantes e 284,399 km² de extensão territorial, o município possui um PIB de R\$ 46.091.581,00 e PIB *per capita* de R\$ 3.408,64, segundo dados do IBGE (2010).

O destino faz parte da região turística do Cariri, juntamente com municípios como Araripe, Crato e Juazeiro do Norte. Os principais segmentos turísticos nos quais Nova Olinda é comercializada são Turismo Cultural e Turismo de Estudos e Intercâmbio.

Os principais atrativos de Nova Olinda, conforme constatado durante a pesquisa de campo são a Fundação Casa Grande, a Ponte de Pedra e o Atelier do Mestre Espedito Seleiro, além de eventos programados como a Vaquejada e a Festa do Padroeiro São Sebastião.

A oferta de serviços e equipamentos em Nova Olinda ainda é modesta: o destino conta com 2 estabelecimentos de alimentação, segundo dados da RAIS, e não há meios de hospedagem registrados no destino (RAIS) e guias de turismo cadastrados (Cadastur).

3. RESULTADOS

A pesquisa em Nova Olinda foi realizada entre os dias 03 e 07 de outubro 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.

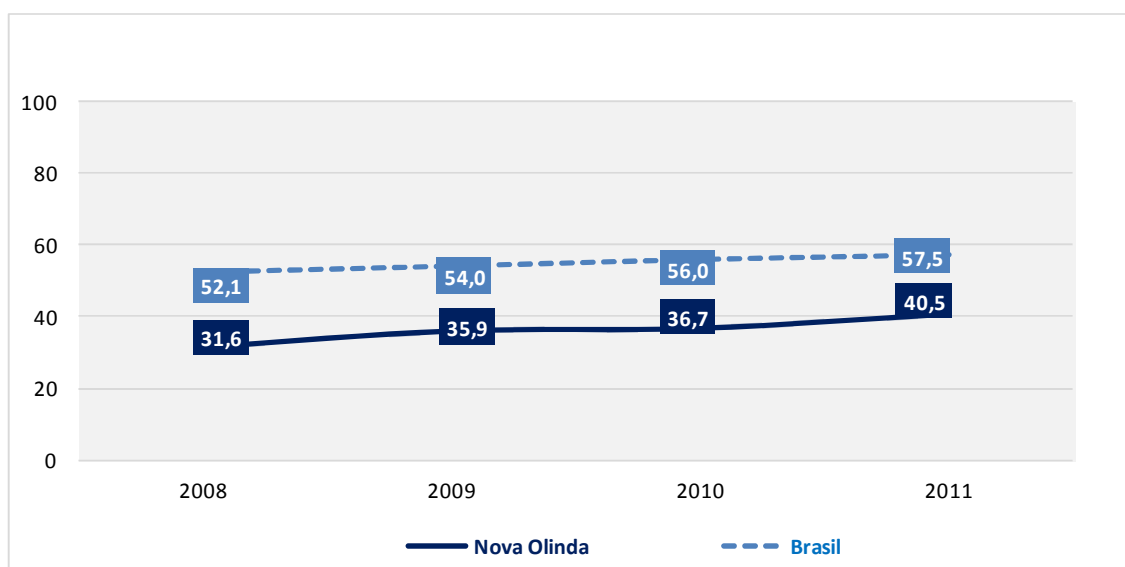
Além dos índices alcançados pelo destino em cada dimensão, serão destacados os principais fatores que contribuíram para tais resultados.

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 40,5 pontos (escala de 0 a 100). Este resultado ficou acima do índice obtido em 2010 (36,7), como é possível conferir no gráfico 1:

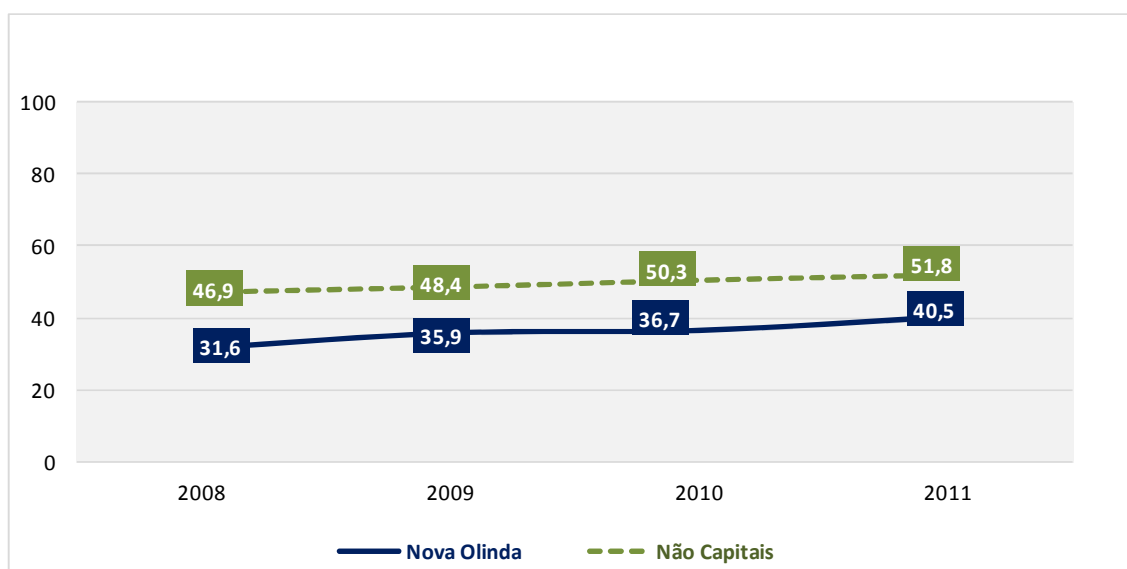
Gráfico 1. Índices gerais de competitividade – destino x Brasil: 2008-2011



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, o que fez com que o destino elevasse seu nível de competitividade, do nível 2 para o nível 3.

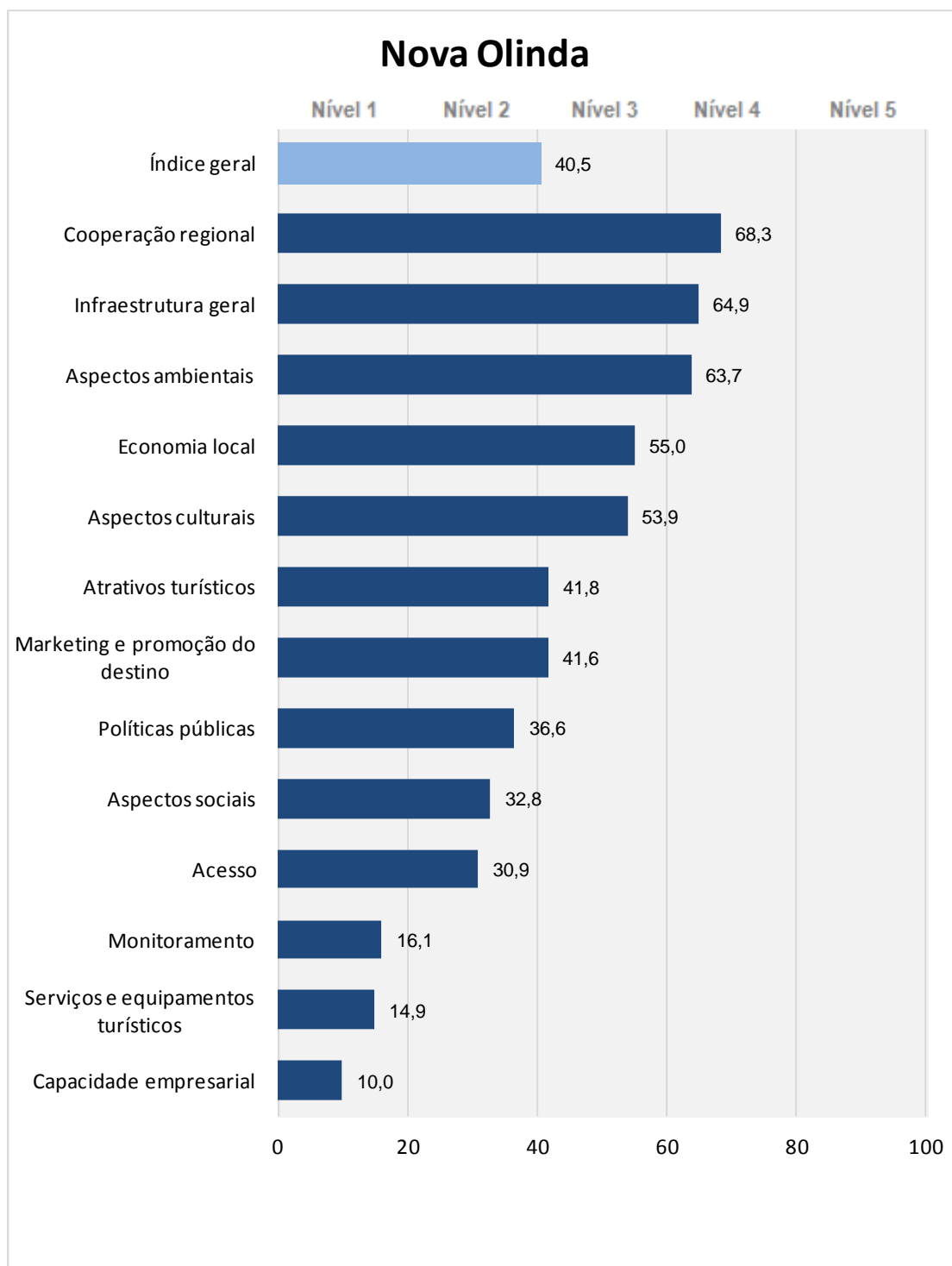
Podemos analisar o desempenho do destino juntamente com as linhas que apontam os resultados da média Brasil (gráfico 1) e das não capitais (gráfico 2), que demonstram que o índice do destino segue a tendência nacional de evolução gradual. Considerando os resultados obtidos por todas as 65 cidades avaliadas em 2011, a média Brasil, índice referencial da competitividade nacional, foi 57,5. A média dos índices das não capitais foi de 51,8.

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



Os resultados apresentados a seguir apontam que, das 13 dimensões avaliadas, as que obtiveram melhores desempenhos, com índices acima do nível 4 (61 a 80), foram *Cooperação regional*, *Infraestrutura geral* e *Aspectos ambientais*, como é possível observar no gráfico 3. Por sua vez, as dimensões que enfrentam obstáculos para superar os menores níveis de competitividade são *Políticas públicas*, *Aspectos sociais*, *Acesso*, *Monitoramento*, *Serviços e equipamentos turísticos* e *Capacidade empresarial*, as quais não ultrapassaram o nível 2 (21 a 40).

Gráfico 3. Índices por dimensão em ordem decrescente de desempenho

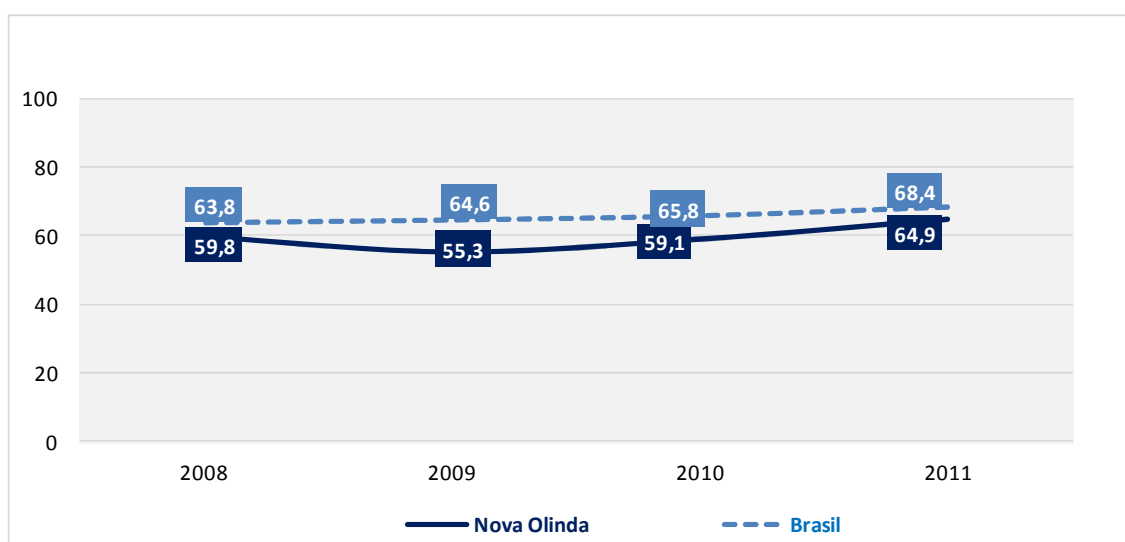


3.2 Infraestrutura geral

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.

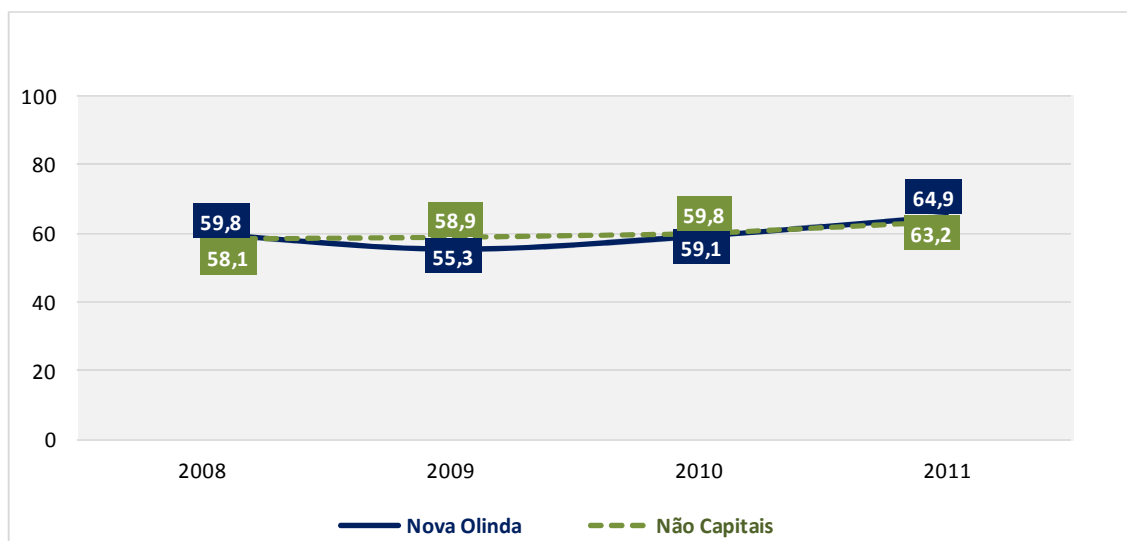
Em *Infraestrutura geral*, a média Brasil em 2011 foi 68,4. Nova Olinda registrou 64,9 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 63,2 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

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



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

- Disponibilidade de serviço público de atendimento médico a emergências 24 horas no destino;
- Fornecimento ininterrupto de energia elétrica nos períodos de alta e baixa temporada;
- Aumento do efetivo da Polícia Militar durante a alta temporada ou durante grandes eventos;
- Existência de Defesa Civil no destino;
- Presença de órgão responsável pela conservação urbana;
- Adoção de quesitos de embelezamento nas áreas públicas e presença de elementos de drenagem nas áreas turísticas.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- O nível de complexidade de serviços disponíveis no atendimento de emergências médicas 24 horas – possuem apenas estruturas para primeiros-socorros e para realização de pequenas cirurgias;
- Ausência de um grupamento da Polícia Militar especializado no atendimento ao turista e inexistência de Polícia Civil no destino;

- Carência de um Corpo de Bombeiros com grupo de busca e salvamento, e inexistência de um corpo de voluntários capacitado para atuar em situações emergenciais;
- Ausência de banheiros públicos no entorno das áreas turísticas e o estado de conservação do mobiliário urbano nessas áreas;
- O destino não aplica programas para a conservação de mobiliário urbano ou de áreas verdes;
- Não há formas de ordenamento para o estacionamento de veículos, tampouco espaços específicos para o estacionamento ou a parada (embarque e desembarque) de veículos turísticos nas áreas turísticas.

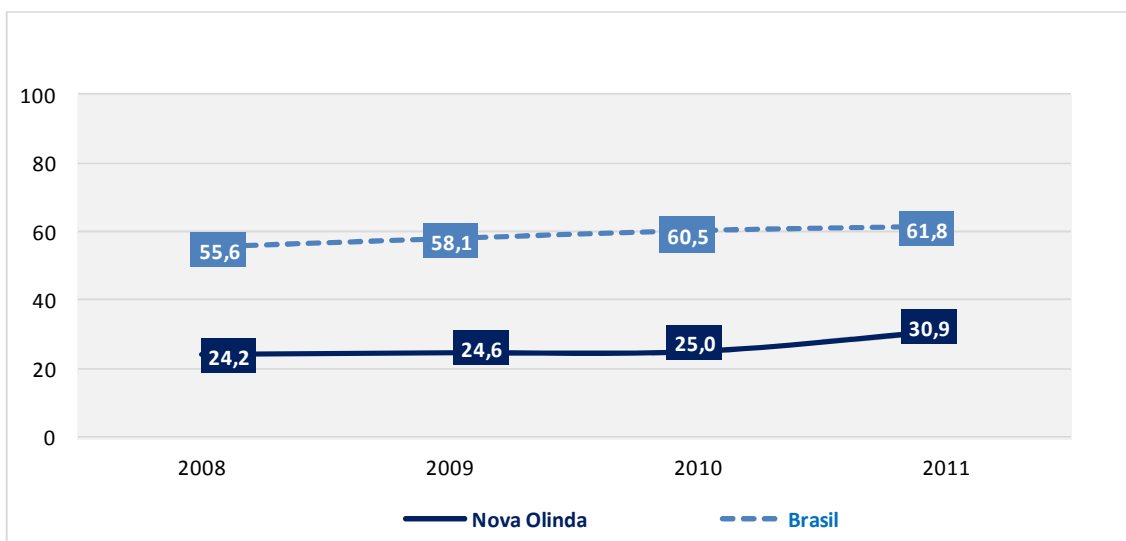
Além destes fatores, foram considerados na composição do índice números de saúde, como a expectativa de vida da população, número de estabelecimentos com atendimento de urgência, número de postos ambulatoriais de atendimento, número de profissionais de saúde e número de leitos.

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.

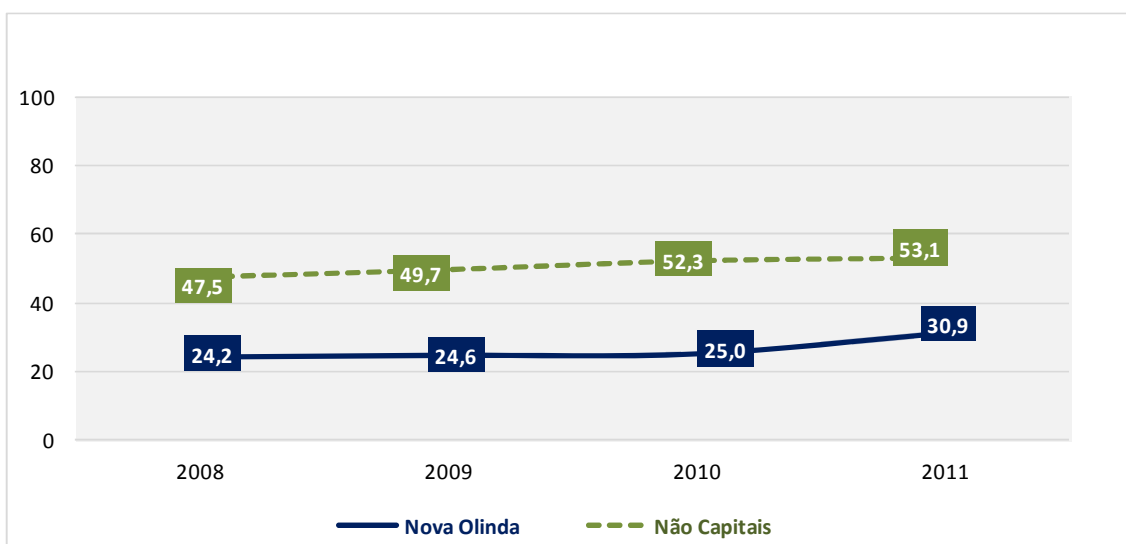
Em Acesso, a média Brasil em 2011 foi 61,8. Nova Olinda registrou 30,9 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 53,1 pontos, acima do resultado do destino nesta dimensão.

Gráfico 7. Índices acesso – destino x não 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 fora de seu território – Aeroporto de Juazeiro do Norte – Orlando Bezerra de Menezes;
- As condições da principal rodovia de acesso de fluxo turístico ao destino – CE - 292;
- Não são comuns congestionamentos durante a alta temporada;
- Oferta de ligações aéreas diretas entre o aeroporto que atende ao município e seus principais centros emissores de turistas nacionais.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

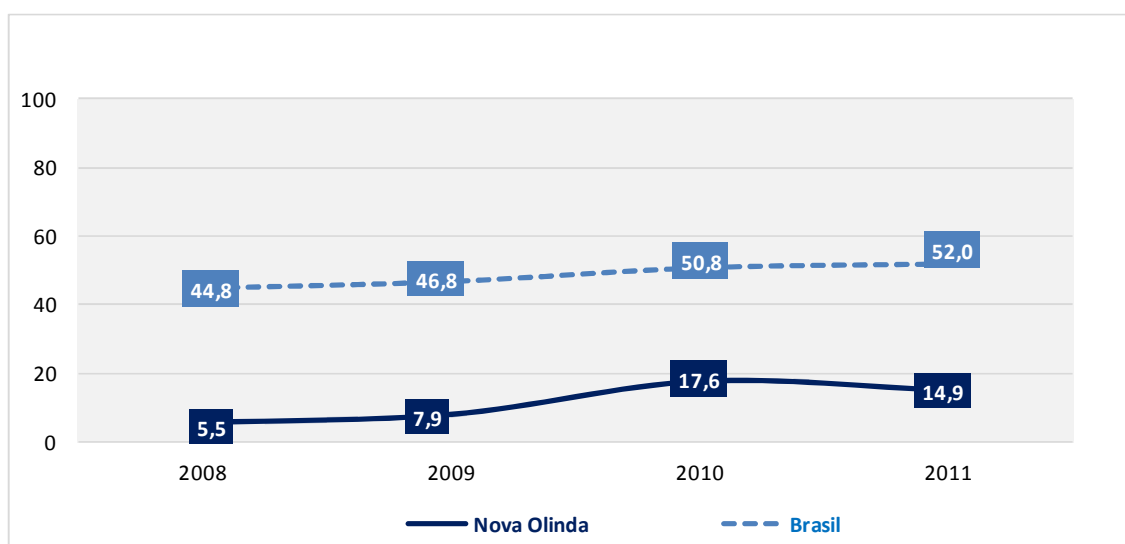
- Ausência de um aeroporto dentro do território municipal e a estrutura do terminal aeroportuário que atende ao destino. Durante a visita técnica foi constatado que o número de lanchonetes, caixas eletrônicas, sanitários e assentos não são suficientes para atender o volume de passageiros que o Aeroporto de Juazeiro do Norte recebe;
- Carência de transporte aos que embarcam ou desembarcam no terminal aeroportuário que atende ao destino;
- Ausência de um terminal rodoviário no destino;
- Inexistência de uma linha regular de transporte turístico – ônibus ou similar- que interligue os principais atrativos do destino e ausência de linhas de transporte urbano que atendam às principais atrações turísticas;
- Oferta incipiente de ligações aéreas diretas entre o aeroporto que atende o destino e seus principais centros emissores de turistas internacionais.

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.

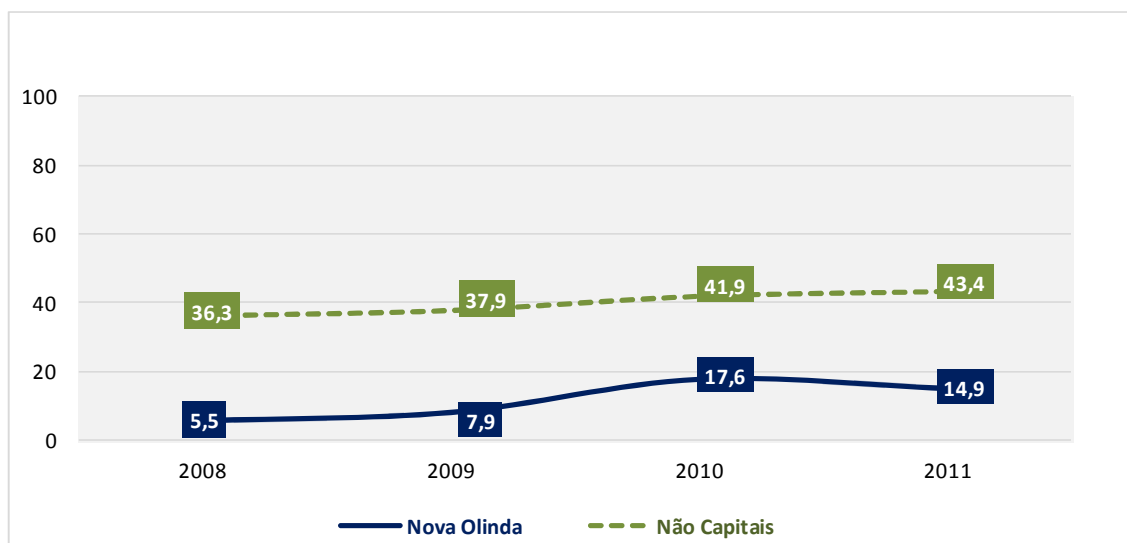
Em *Serviços e equipamentos turísticos*, a média Brasil em 2011 foi 52,0. Nova Olinda registrou 14,9 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 43,4 pontos, acima do resultado do destino nesta dimensão.

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



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

- Oferta de sinalização turística viária nos padrões internacionais recomendados e existência de sinalização turística descritiva em parte dos atrativos do destino como na Fundação Casa Grande, por exemplo;
- Disponibilidade de espaços para a realização de eventos como parque de exposições, auditórios e teatros;
- Existência de uma organização representativa dos meios de hospedagem, que discute e defende os interesses dos empreendimentos do destino;
- Atuação de instituições de qualificação profissional que ofertam cursos livres e de capacitação nas áreas relacionadas ao turismo, como bares e restaurantes e hotelaria.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Cobertura da sinalização turística viária e o estado de conservação inadequado dessa sinalização turística;
- Ausência de centro de atendimento ao turista, que apesar de já ter sua estrutura construída ainda não está aberto para funcionamento, conforme foi

constatado durante a visita técnica realizada entre os dias 03 e 07 de outubro de 2011;

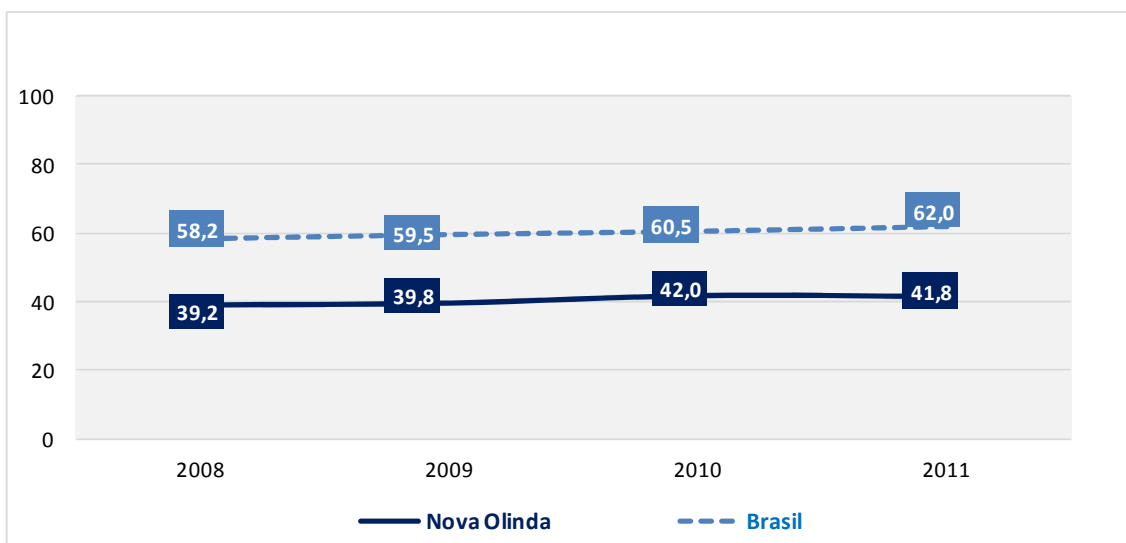
- Inexistência de incentivo formal para que os meios de hospedagem e estabelecimentos de alimentação priorizem a questão ambiental e de sustentabilidade;
- A maioria dos meios de hospedagem não disponibiliza acesso à internet nas unidades habitacionais e não cumpre quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida;
- O destino carece de empresas de turismo receptivo que ofereçam serviços diferenciados, com atendimento em idiomas estrangeiros;
- Não existem guias de turismo licenciados pelo Ministério do Turismo (MTur) no destino;
- Não há uma organização representativa de restaurantes e similares, que discuta e defenda os interesses dos estabelecimentos de alimentação e a maioria destes empreendimentos não adota quesitos de acessibilidade.

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.

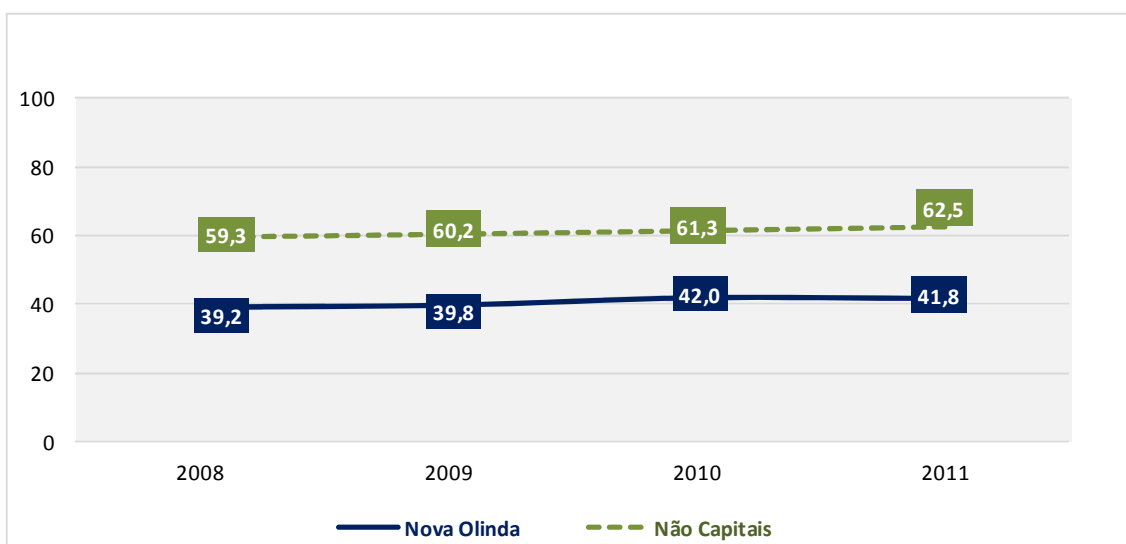
Em *Atrativos turísticos*, a média Brasil em 2011 foi 62,0. Nova Olinda registrou 41,8 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 62,5 pontos, acima do resultado do destino nesta dimensão.

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



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

- Existência de atrativos naturais para os quais há fluxo turístico, como montanhas e parques;
- Evidência de preservação ambiental do entorno do principal atrativo natural indicado – Geosítio Ponte de Pedra –, conforme pode ser observado em visita técnica realizada entre os dias 03/10/2011 e 07/10/2011;
- O destino conta com atrativos culturais para os quais há fluxo turístico, tendo sido o principal indicado a Fundação Casa Grande. A preservação urbanística no entorno desse atrativo é evidente e é oferecida estrutura de apoio aos visitantes no local;
- Existência de eventos programados que atraem turistas, tendo sido indicado como principal evento programado do município a Festa do Padroeiro São Sebastião;
- O destino conta com atrativos de realizações técnicas, científicas e artísticas que geram a atração de visitantes ao longo de todo o ano com interesse específico, independentemente de uma data especial no calendário de eventos. O principal atrativo de realização técnica, científica e artística indicado foi a Caverninha - Sítio Arqueológico Furna Pintada, onde são realizadas pesquisas arqueológicas.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

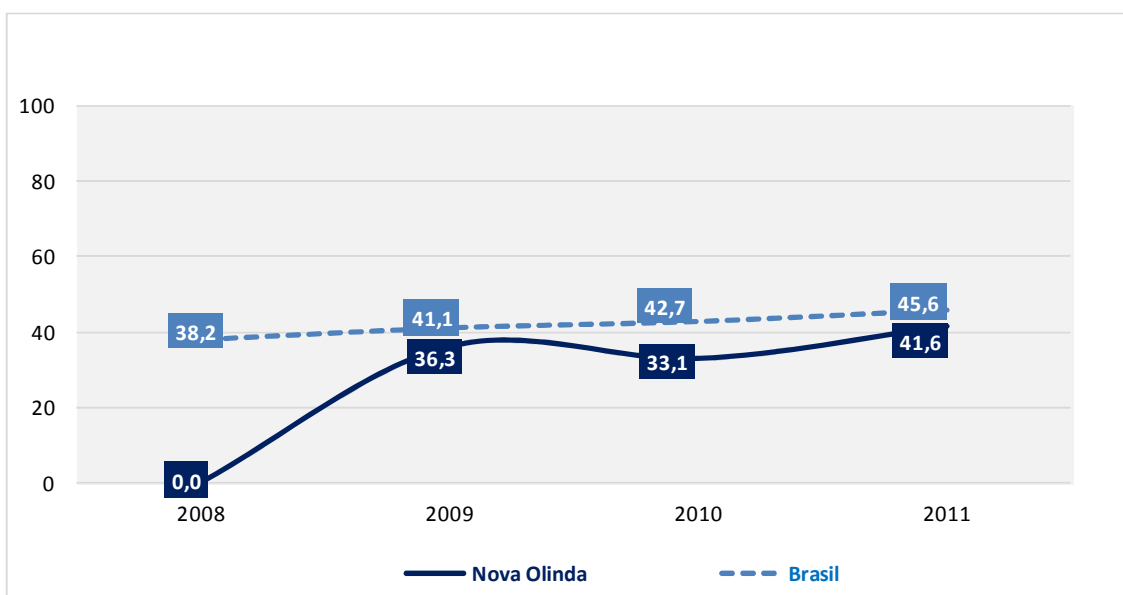
- Inexistência de estudo de capacidade de carga ou suporte para o principal atrativo natural, a fim de minimizar o impacto da atividade turística sobre os recursos;
- A carência de um estudo de capacidade de carga aplicado ao principal atrativo cultural indicado e a falta de condições de acessibilidade para pessoas com deficiência neste atrativo;
- O estado da estrutura disponível no local em que acontece o principal evento programado indicado e a inexistência de um estudo de capacidade de carga para tal evento;
- A falta de recursos que confirmam acessibilidade para pessoas com deficiência no local em que acontece a Festa do Padroeiro São Sebastião.

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*).

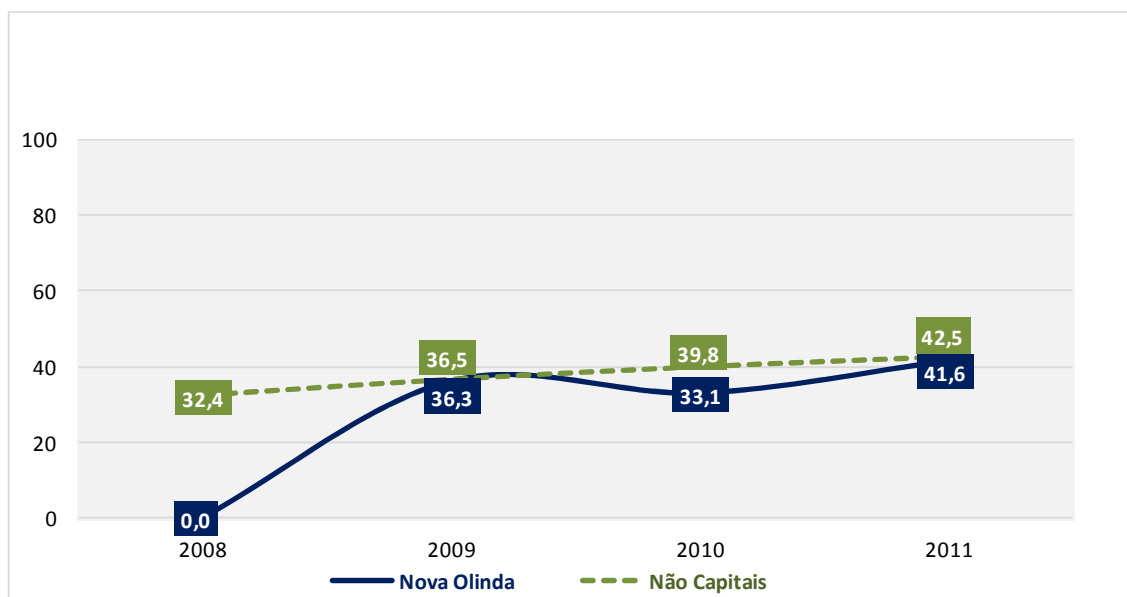
Em *Marketing e promoção do destino*, a média Brasil em 2011 foi 45,6. Nova Olinda registrou 41,6 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 42,5 pontos, acima do resultado do destino nesta dimensão.

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



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

- O destino participou de eventos nacionais voltados para o setor de turismo nos últimos dois anos e de 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 contagem do número de visitantes nos estandes e apuração do valor dos negócios efetivados. Esta prática ocorre em eventos de turismo e em eventos de outros setores não diretamente ligados ao turismo;
- O destino turístico, por meio da Fundação Casa Grande, produziu eventos internacionais para se promover fora de seu território. Através de exposições de fotos, vídeos, palestras e shows, um pouco da cultura da Região do Cariri é levada a países como Itália, Portugal, Espanha e Estados Unidos;
- Existe material promocional institucional disponível em inglês. Este material produzido passa por revisão ortográfica profissional, tanto em português como em idioma estrangeiro;
- Oferta de uma agenda de eventos disponível para consulta gratuitamente *on-line*;
- A página institucional do município na internet – acessível pelo endereço www.novaolinda.ce.gov.br – traz informações turísticas sobre o destino.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

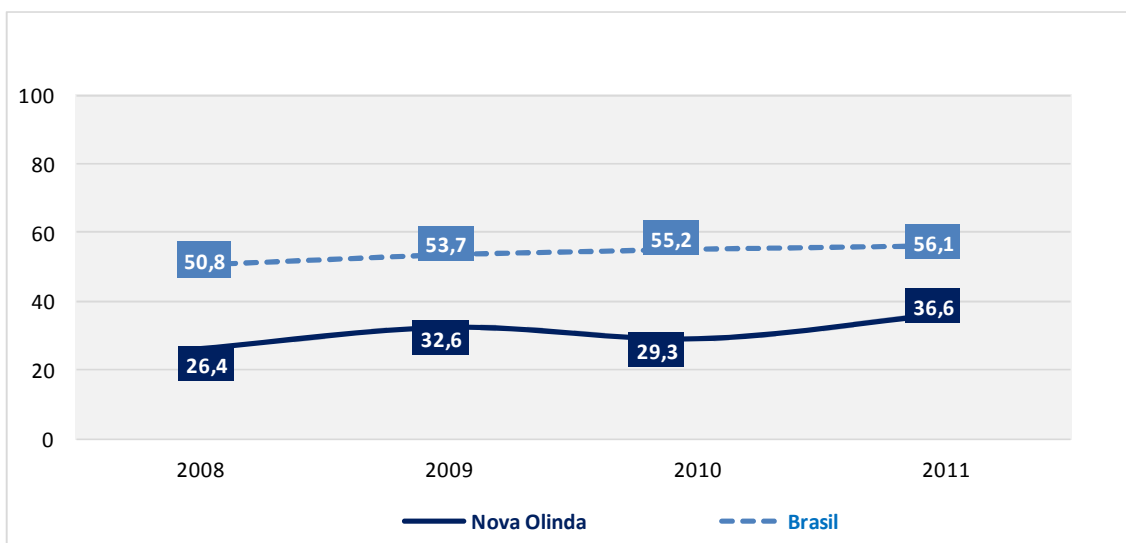
- Inexistência de um plano de marketing formal para o destino, o qual poderia ser elaborado com a colaboração de diversos atores, contendo metas e responsabilidades definidas, fundamentado em pesquisa sobre a demanda turística, contemplando a relação com agências e operadoras e definindo indicadores de desempenho;
- O material promocional do destino Nova Olinda não alerta o visitante sobre ações de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes, tampouco sobre a importância de preservar o meio ambiente;
- Inexistência de um material promocional específico que apresente a estrutura disponível para eventos no destino;
- Não existe central telefônica específica de informações turísticas através da qual os visitantes possam obter informações sobre atrativos, equipamentos e serviços disponíveis no destino;
- A principal página de turismo do município na internet – acessível pelo endereço www.fundacaocasagrande.org.br – não oferece informações em idioma estrangeiro. Além disso, 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.

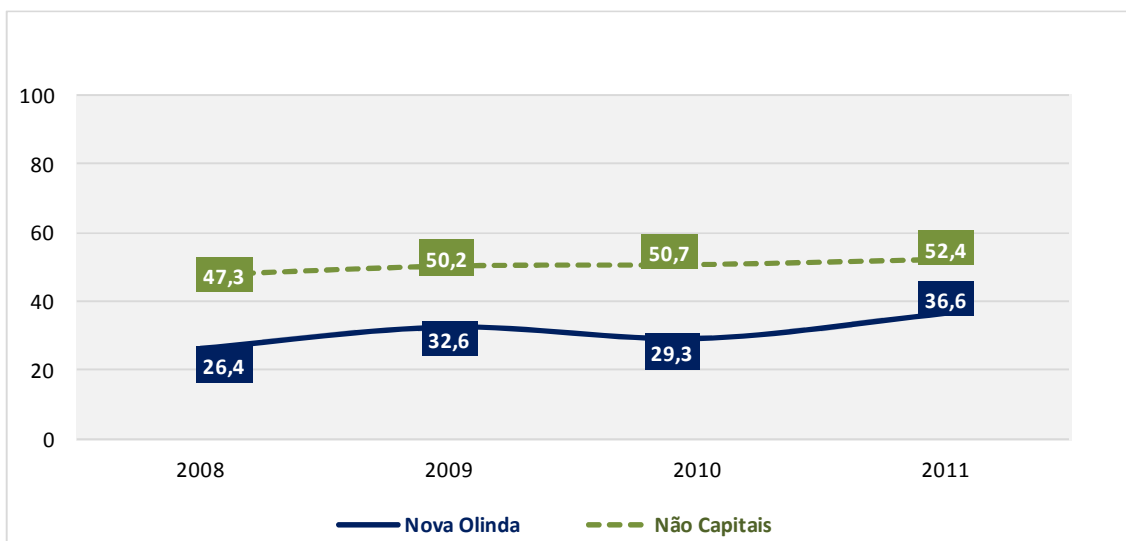
Em *Políticas públicas*, a média Brasil em 2011 foi 56,1. Nova Olinda registrou 36,6 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 52,4 pontos, acima do resultado do destino nesta dimensão.

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



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

- Existência de um órgão municipal – Secretaria Municipal de Cultura e Turismo – com atribuição de coordenar ou incentivar o desenvolvimento do turismo – ainda que não exclusivo do turismo – que dispõe de recurso próprio;
- Presença de uma instância de governança local ativa – em formato de Conselho de Turismo – dedicada ao acompanhamento da atividade turística;
- 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;
- Existe um Plano Diretor Municipal que contempla o setor de turismo;
- O destino conta com planejamento formal para o setor de turismo;
- Foram realizadas ações em parceria com a iniciativa privada ou com entidades de classe representativas do setor ao longo do ano anterior.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

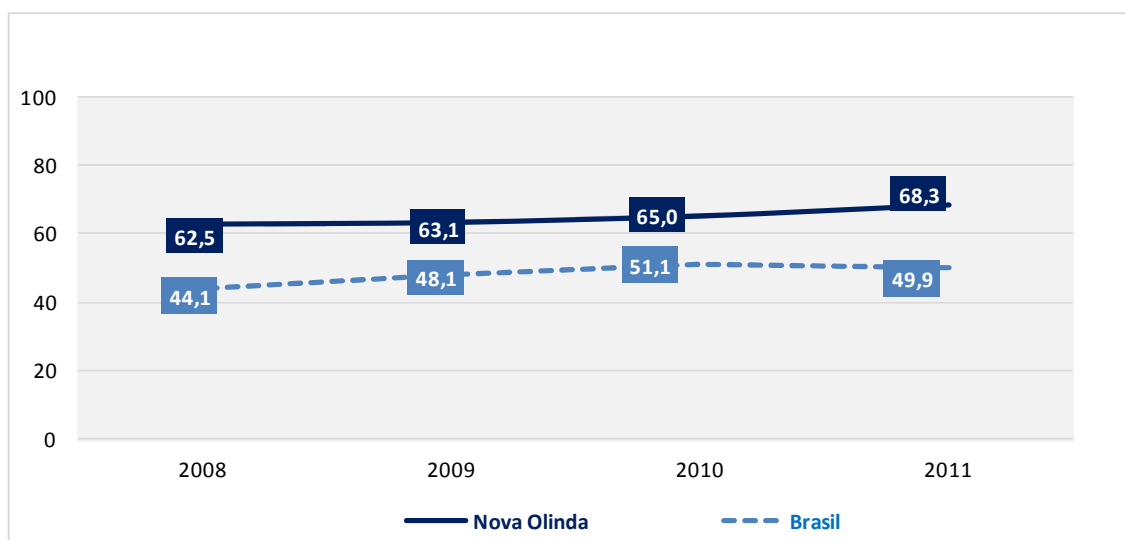
- Ausência de um órgão gestor de turismo exclusivo da pasta turismo, visto que a secretaria também é responsável pelo desenvolvimento e coordenação da pasta cultura – Secretaria Municipal de Cultura e Turismo;
- O destino não recebeu recursos de emendas parlamentares para o turismo no ano anterior, segundo lei orçamentária anual de 2010;
- O destino não recebeu, no ano anterior, investimentos diretos do governo estadual em projetos que visam a competitividade do turismo;
- A cidade de Nova Olinda não participou de nenhum programa de modernização administrativa ou fiscal na gestão municipal nos últimos cinco 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.

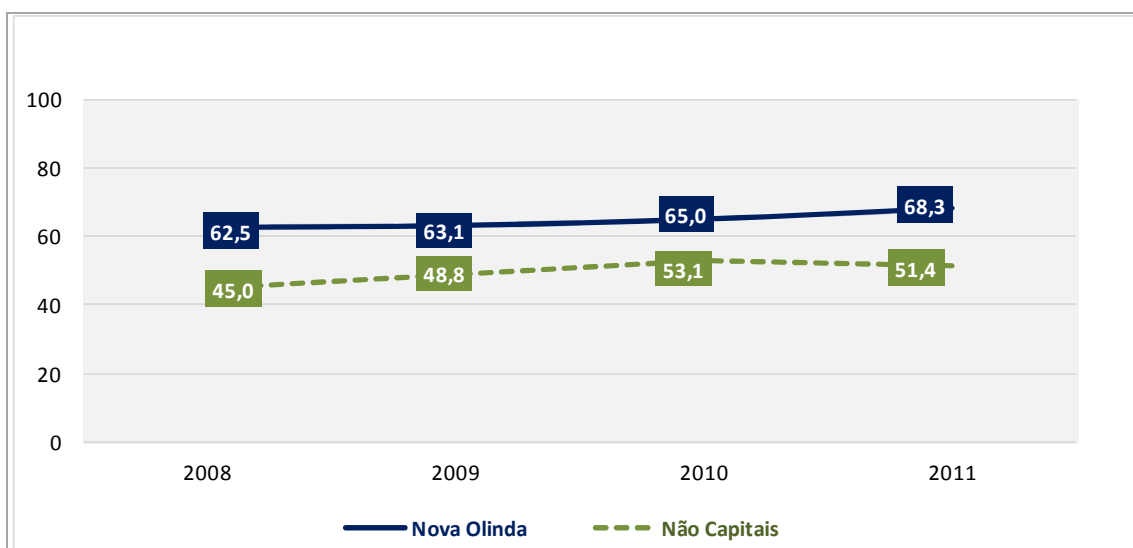
Em *Cooperação regional*, a média Brasil em 2011 foi 49,9. Nova Olinda registrou 68,3 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 51,4 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

Gráfico 17. Índices cooperação regional – destino x não 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 Regional de Turismo e Cultura Cariri – que conta com a participação ativa de diversos atores do segmento turístico da região do Cariri e segue os princípios do Programa de Regionalização do Ministério do Turismo;
- A instância regional dispõe de um gestor executivo com dedicação parcial à coordenação, realiza parcerias com os setores públicos e privados dos municípios que representa, mantém reuniões mensais, e dispõe de suporte para a condução de suas atividades – suporte este oferecido pelos governos municipais;
- Existem projetos de cooperação regional compartilhados entre o município avaliado e outros destinos da região do Cariri, entre eles, o Programa de Roteirização juntamente com os municípios de Crato, Juazeiro do Norte, Barbalha e Santana do Cariri;
- 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;
- Além disso, o destino integra roteiros regionais, comercializados por operadores e agências, elaborados com informações de um inventário da oferta turística e estruturados com a participação de atores do *trade* turístico;

- A elaboração dos roteiros regionais dos quais o destino faz parte considerou questões de sustentabilidade constantes nos documentos do Plano de Regionalização;
- No ano anterior, o destino participou de eventos para a promoção e comercialização dos roteiros regionais e da região turística dos quais faz parte, e realizou ações promocionais em parceria com outros destinos da mesma região;
- O destino coproduz material promocional dos roteiros turísticos dos quais faz parte.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

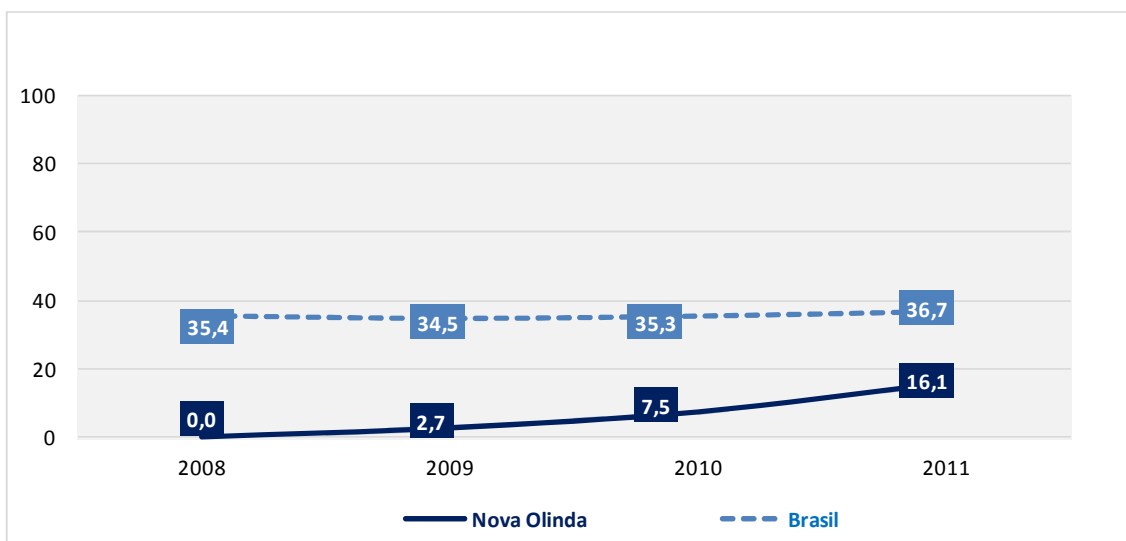
- A instância de governança regional – Fórum Regional de Turismo e Cultura Cariri – não está formalmente constituída e não conta com recurso próprio;
- As ações promocionais para a região não levaram em conta a relação com agentes e operadores de turismo receptivo;
- Inexistência de uma página institucional da região turística na internet;
- O destino não participa de consórcio público ligado a projetos turísticos com outros destinos de sua região turística.

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.

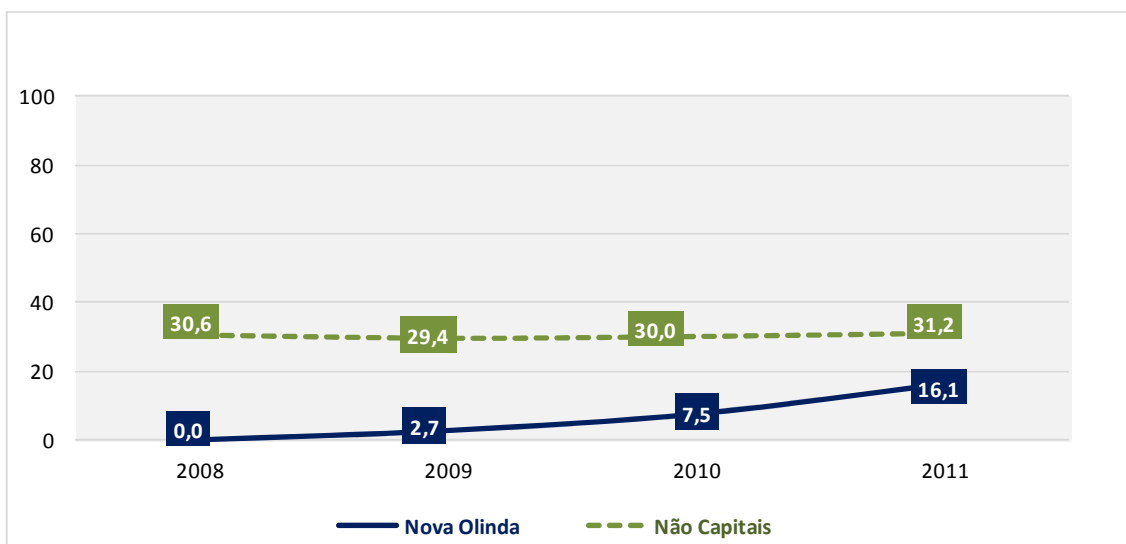
Em *Monitoramento*, a média Brasil em 2011 foi 36,7. Nova Olinda registrou 16,1 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 31,2 pontos, acima do resultado do destino nesta dimensão.

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



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

- É realizada pesquisa de demanda – ainda que sem periodicidade definida. Esse levantamento gera dado relevante para o planejamento do turismo no destino;
- Existência de pesquisa de oferta – Inventário da Oferta Turística – atualizada;
- Aproveitamento e divulgação dos dados coletados na pesquisa de demanda e de oferta em planejamento, políticas públicas, ações de marketing e promoção;
- É realizado acompanhamento contínuo dos objetivos da política em turismo em nível estadual e em nível federal.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

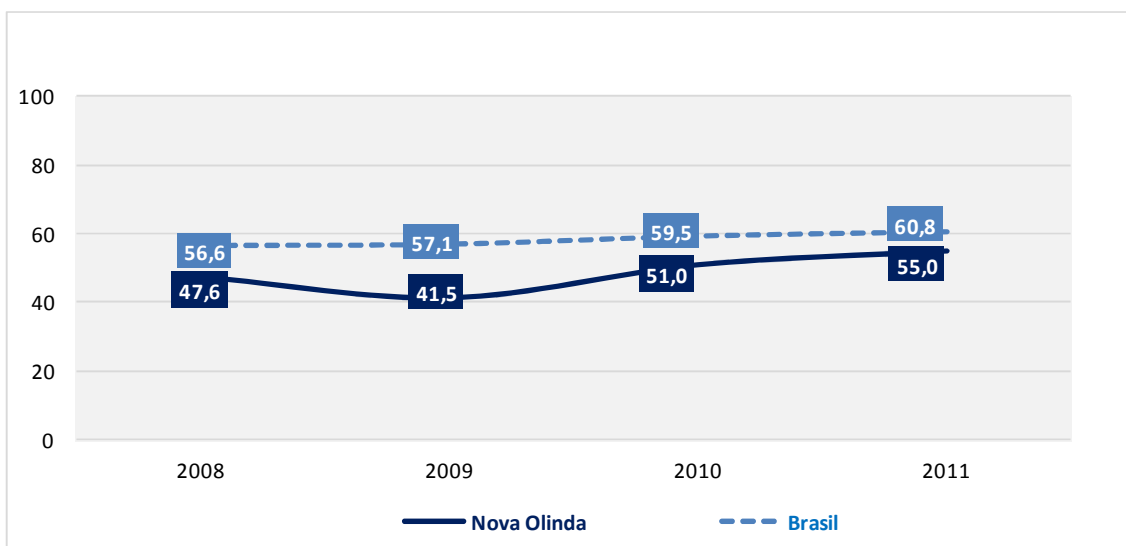
- Ausência de um sistema de indicadores de desempenho do setor do turismo;
- Não há um conjunto técnico de estatísticas turísticas e relatórios de conjuntura turística dos segmentos relacionados ao turismo;
- Não há monitoramento dos impactos econômicos, sociais, ambientais e culturais gerados pelo turismo;
- A administração pública local não possui um setor específico de estudos que realize pesquisas em turismo;
- Inexistência de instituição que realize pesquisas em turismo, focadas no destino ou na região turística da qual Nova Olinda faz parte.

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.

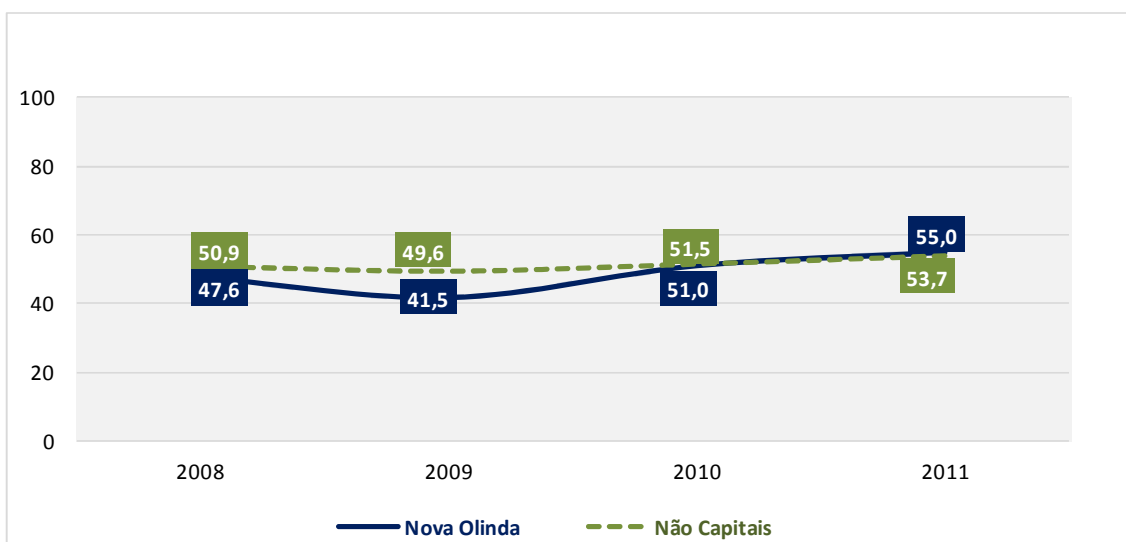
Em *Economia local*, a média Brasil em 2011 foi 60.8. Nova Olinda registrou 55,0 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 53,7 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

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



O indicador de Nova Olinda 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 e disponibilidade de acesso gratuito à internet em locais públicos;
- O destino aplica políticas de incentivo à formalização de estabelecimentos comerciais e de prestadores de serviços, através do programa Empreendedor Individual;
- São oferecidos benefícios financeiros regionais (linhas especiais de financiamento) para empreendimentos e serviços ligados ao setor de turismo, através do Banco do Nordeste;
- Existência de um polo físico de produção significativo para movimentar a economia local, que tende a gerar fluxo turístico receptivo em consequência de sua existência.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Ausência de caixas eletrônicos de autoatendimento disponíveis 24 horas para saques com cartões de crédito internacionais e inexistência de casas de câmbio no destino;
- O destino não oferece benefícios de isenção ou redução de impostos ou taxas para as atividades características do turismo;
- Inexistência de um *Convention & Visitors Bureau* do destino ou da região da qual o município faz parte, instituição que, uma vez instalada e ativa, poderia auxiliar o destino na captação de eventos, na promoção e divulgação dos atrativos e no planejamento turístico de curto, médio e longo prazo.

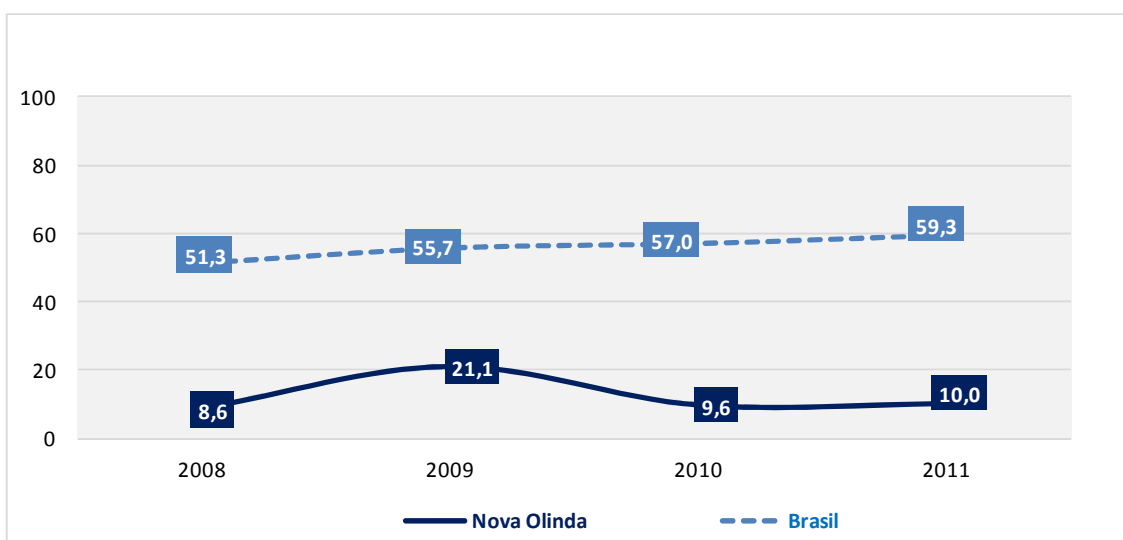
Além destes fatores, dados econômicos de fontes secundárias também foram observados, como o PIB, PIB *per capita* e volume de operações de crédito, por exemplo.

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.

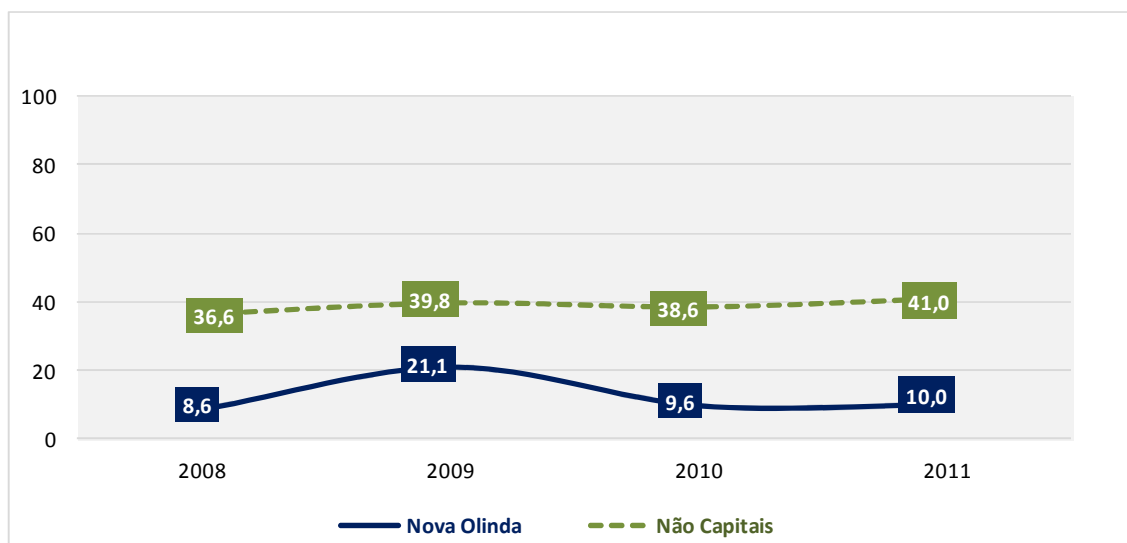
Em *Capacidade empresarial*, a média Brasil em 2011 foi 59,3. Nova Olinda registrou 10,0 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 41,0 pontos, acima do resultado do destino nesta dimensão.

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



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

- Aplicação de programa de qualificação especificamente voltado para empresários ou gerentes de empreendimentos turísticos, como o Programa Gerenciando a Pequena Empresa com Sucesso;
- Presença de empresas que produzem mercadorias de alto valor agregado.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Inexistência de instituições de ensino com programas regulares de formação técnica, de formação superior e de cursos livres e ausência de escolas de formação em idioma estrangeiro no destino;
- A carência de pessoal local qualificado para trabalhar em cargos de gerência ou administrativos em hotelaria, em agências ou operadoras e em estabelecimentos de alimentos e bebidas;
- Ausência de grupos nacionais ou internacionais do setor de turismo, como redes de locação de automóveis, cadeias de restaurantes e redes de meios de hospedagem;
- Não existem adensamentos de empreendimentos turísticos que fomentem o empreendedorismo como arranjos produtivos locais;

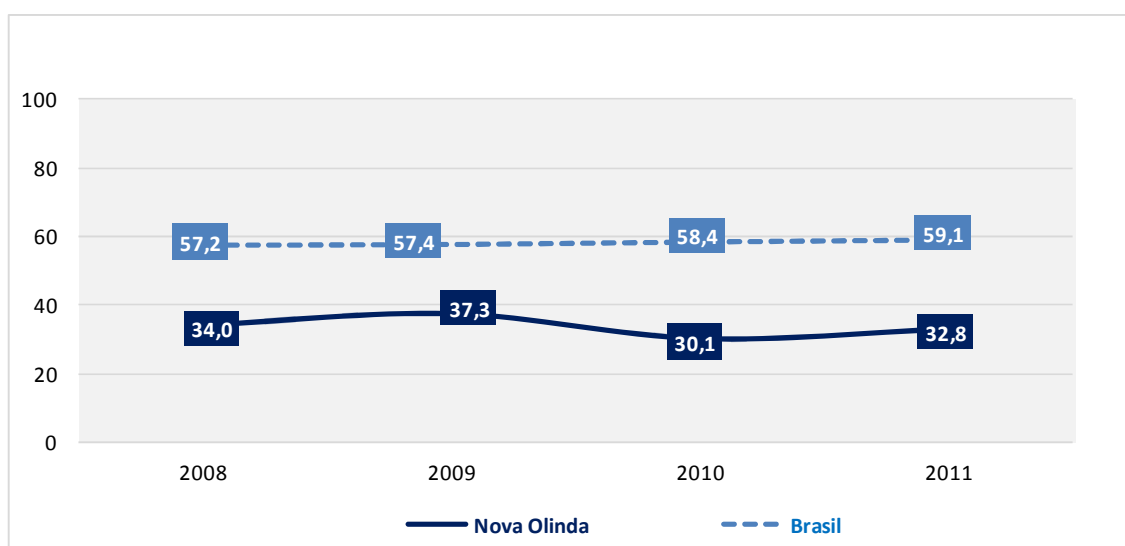
- Inexistência de empresas de grande porte, filiais ou subsidiárias com mais de mil funcionários.

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.

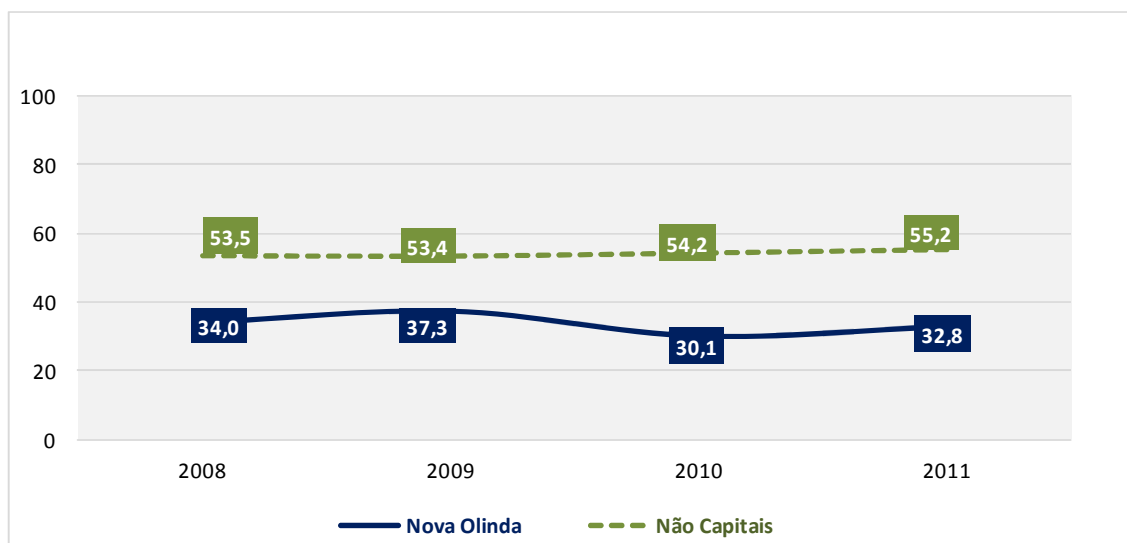
Em *Aspectos sociais*, a média Brasil em 2011 foi 59,1. Nova Olinda registrou 32,8 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 55,2 pontos, acima do resultado do destino nesta dimensão.

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



O indicador de Nova Olinda 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;
- O município sensibiliza constantemente os cidadãos sobre a importância da atividade turística para o destino – através de reuniões e palestras;
- A comunidade local se envolve com a atividade turística por meio de cooperativas, sindicatos e associação de moradores.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Utilização de mão de obra informal durante a alta temporada, de acordo com relatos de entrevistados;
- Inexistência de programa específico de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes no turismo, ação que fortaleceria o destino ao mobilizar a iniciativa privada, o poder público municipal e o terceiro setor;
- Ausência de programas de incentivo ao uso dos equipamentos turísticos pela população local;

- Não existe elaboração de orçamento participativo – apenas a aprovação de orçamento previamente estabelecido;
- Não há sensibilização do turista sobre o respeito à comunidade local ou para o respeito à cultura e ao patrimônio;
- A população não é consultada sobre atividades ou projetos turísticos, através de audiências públicas, por exemplo.

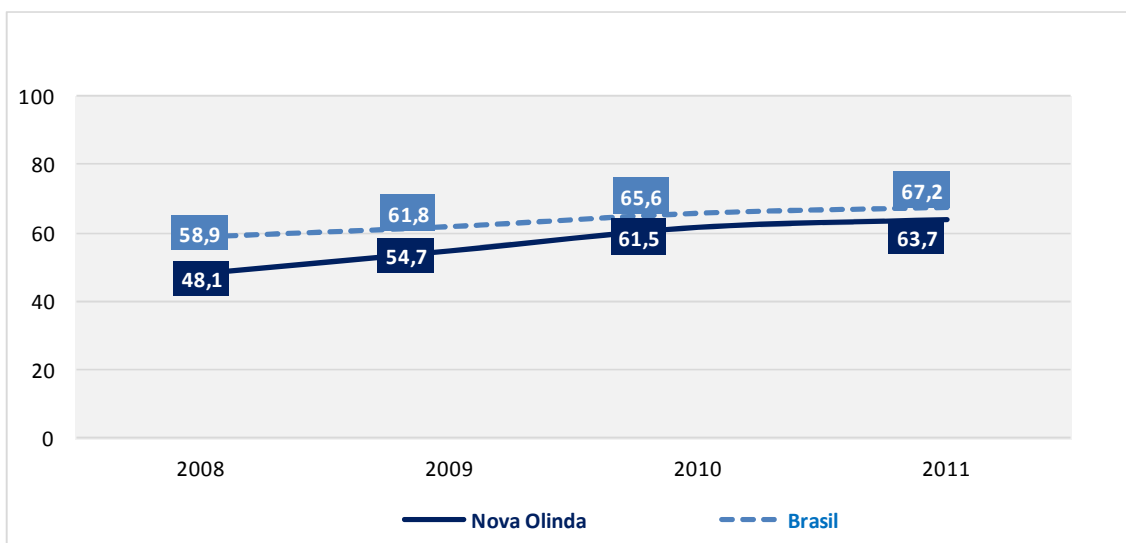
Além destes fatores, também foram considerados indicadores sociais do município, como percentual de habitantes com acesso ao ensino, Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB) e Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M), dentre outros.

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.

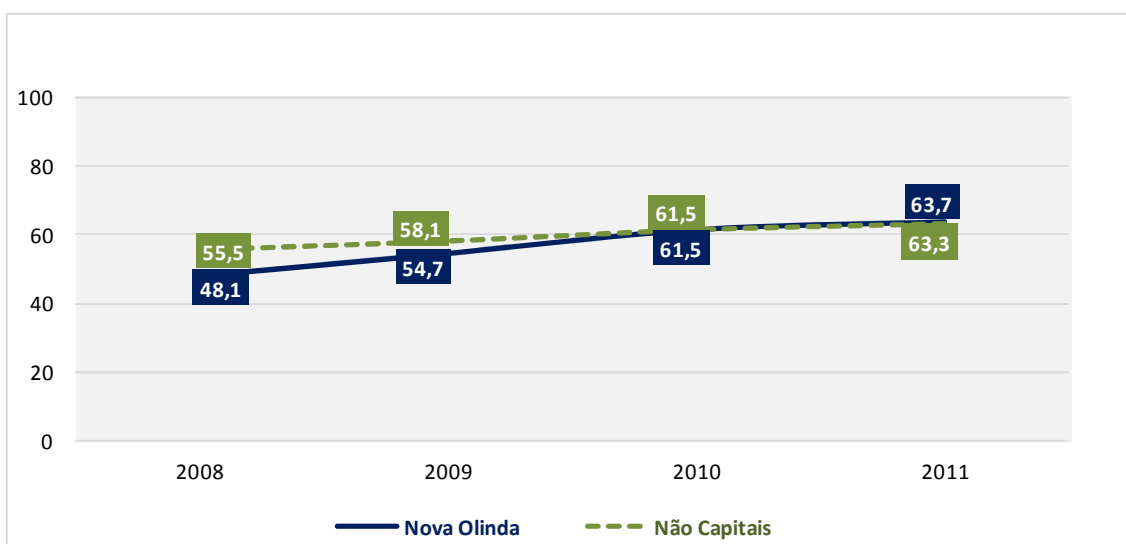
Em *Aspectos ambientais*, a média Brasil em 2011 foi 67,2. Nova Olinda registrou 63,7 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 63,3 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

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



O indicador de Nova Olinda 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, dotado de recurso próprio;
- Existência de um Conselho Municipal de Meio Ambiente atuante e de um Código Ambiental Municipal contra o qual não há ação judicial pública;
- O município possui uma rede pública de distribuição de água e existe uma estação de tratamento de água que atende ao destino;
- O destino é atendido por um sistema público de coleta de esgoto – ainda que sem configurar separador absoluto;
- Existência de programas públicos de sensibilização ambiental;
- Presença de Unidades de Conservação em território municipal – APA Chapada do Araripe –, detentora de conselho gestor e onde há aplicação de Plano de Manejo.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

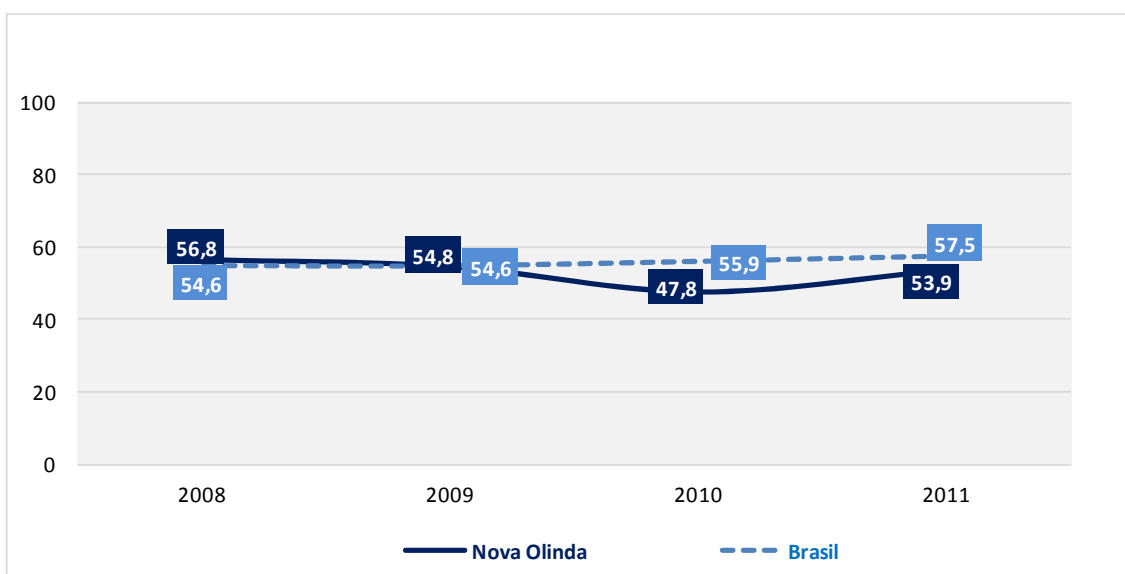
- A secretaria municipal com atribuição de coordenar ou incentivar a preservação do meio ambiente não desenvolve parcerias, projetos ou atividades relacionadas ao turismo em conjunto com a Secretaria Municipal de Cultura e Turismo;
- O município não conta com um Fundo Municipal para o Meio Ambiente;
- Ausência de legislação específica para a adoção de fontes de energia limpa ou renovável em estabelecimentos públicos ou privados;
- Não há estação de tratamento de água para a sua reutilização e não são realizadas campanhas de educação periódicas para o uso racional da água;
- Ausência de uma política de monitoramento da balneabilidade em ambientes naturais;
- Os resíduos sólidos residenciais e comerciais são destinados para um local sem tratamento e estrutura e não há disponibilidade de serviços de coleta seletiva residencial no destino.

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.

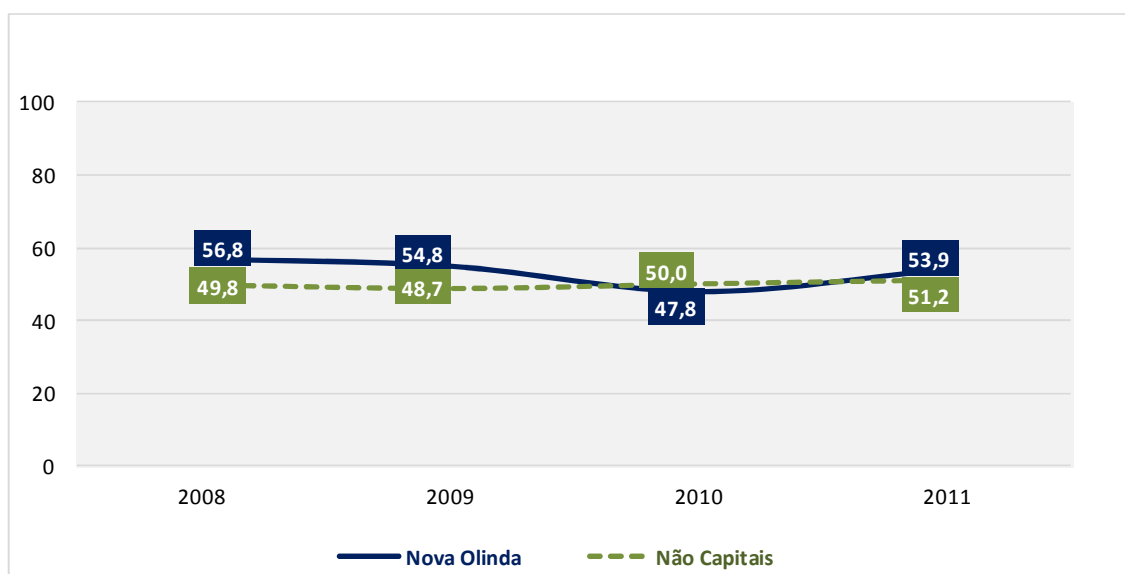
Em *Aspectos culturais*, a média Brasil em 2011 foi 57,5. Nova Olinda registrou 53,9 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

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



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 51,2 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

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



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

- Presença de atividade artesanal típica – artesanato em couro e artesanato em pedra cariri – comercializada em esfera internacional;
- O destino apresenta tradições culturais evidentes e típicas da região onde está inserido, entre elas as Lendas da Casa Grande;
- Existem manifestações religiosas no destino – Festa do Padroeiro São Sebastião, Renovações do Coração de Jesus e de Maria, e Procissão de Nossa Senhora de Fátima – que atraem fluxo turístico;
- Presença de grupos artísticos de manifestação popular tradicional como o grupo Cinemarte e os grupos da Mestra Gelda e da Mestra Angelina;
- Existência de sítio arqueológico tombado ou registrado – Caverninha do Olho D' Água –, e de bens tombados como patrimônio histórico;
- O destino aplica política municipal de cultura, que dentre outros benefícios ajuda a manter um calendário de manifestações culturais;
- Existência de um Fundo Municipal de Cultura efetivo, ou seja, os recursos estão disponíveis para ser aplicados;
- O destino aderiu ao Sistema Nacional de Cultura e dispõe de projetos de implementação de turismo cultural como, por exemplo, o programa de formação de condutores e gestores culturais da Fundação Casa Grande.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Ausência de patrimônios imateriais registrados e de patrimônios artísticos tombados considerados atrativos turísticos;
- O órgão da administração local com atribuição de incentivar o desenvolvimento da cultura não é exclusivo da pasta cultura;
- Não existe legislação 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 não capitais avaliadas.

Ao realizar uma análise sobre a série histórica dos resultados de Nova Olinda, 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 *Infraestrutura geral, Acesso, Marketing e promoção do destino, Políticas públicas, Cooperação regional, Monitoramento, Economia local, Aspectos sociais, Aspectos ambientais e Aspectos culturais*.

As dimensões *Atrativos turísticos* e *Capacidade empresarial* registraram estabilidade de resultados em 2011 em relação a 2010.

Por fim, foi possível observar que a dimensão *Serviços e equipamentos turísticos* apresentou regressão de indicadores quando avaliadas as edições de 2011 e 2010.

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

| Dimensões | Brasil | | | | Não Capitais | | | | Nova Olinda | | | |
|------------------------------------|--------|------|------|------|--------------|------|------|------|-------------|------|------|------|
| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
| Índice geral | 52,1 | 54,0 | 56,0 | 57,5 | 46,9 | 48,4 | 50,3 | 51,8 | 31,6 | 35,9 | 36,7 | 40,5 |
| Infraestrutura geral | 63,8 | 64,6 | 65,8 | 68,4 | 58,1 | 58,9 | 59,8 | 63,2 | 59,8 | 55,3 | 59,1 | 64,9 |
| Acesso | 55,6 | 58,1 | 60,5 | 61,8 | 47,5 | 49,7 | 52,3 | 53,1 | 24,2 | 24,6 | 25,0 | 30,9 |
| Serviços e equipamentos turísticos | 44,8 | 46,8 | 50,8 | 52,0 | 36,3 | 37,9 | 41,9 | 43,4 | 5,5 | 7,9 | 17,6 | 14,9 |
| Atrativos turísticos | 58,2 | 59,5 | 60,5 | 62,0 | 59,3 | 60,2 | 61,3 | 62,5 | 39,2 | 39,8 | 42,0 | 41,8 |
| Marketing e promoção do destino | 38,2 | 41,1 | 42,7 | 45,6 | 32,4 | 36,5 | 39,8 | 42,5 | 0,0 | 36,3 | 33,1 | 41,6 |
| Políticas públicas | 50,8 | 53,7 | 55,2 | 56,1 | 47,3 | 50,2 | 50,7 | 52,4 | 26,4 | 32,6 | 29,3 | 36,6 |
| Cooperação regional | 44,1 | 48,1 | 51,1 | 49,9 | 45,0 | 48,8 | 53,1 | 51,4 | 62,5 | 63,1 | 65,0 | 68,3 |
| Monitoramento | 35,4 | 34,5 | 35,3 | 36,7 | 30,6 | 29,4 | 30,0 | 31,2 | 0,0 | 2,7 | 7,5 | 16,1 |
| Economia local | 56,6 | 57,1 | 59,5 | 60,8 | 50,9 | 49,6 | 51,5 | 53,7 | 47,6 | 41,5 | 51,0 | 55,0 |
| Capacidade empresarial | 51,3 | 55,7 | 57,0 | 59,3 | 36,6 | 39,8 | 38,6 | 41,0 | 8,6 | 21,1 | 9,6 | 10,0 |
| Aspectos sociais | 57,2 | 57,4 | 58,4 | 59,1 | 53,5 | 53,4 | 54,2 | 55,2 | 34,0 | 37,3 | 30,1 | 32,8 |
| Aspectos ambientais | 58,9 | 61,8 | 65,6 | 67,2 | 55,5 | 58,1 | 61,5 | 63,3 | 48,1 | 54,7 | 61,5 | 63,7 |
| Aspectos culturais | 54,6 | 54,6 | 55,9 | 57,5 | 49,8 | 48,7 | 50,0 | 51,2 | 56,8 | 54,8 | 47,8 | 53,9 |

Fonte: FGV, MTur, Sebrae, 2012

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