

Cluster Turístico de Granada — Reposicionamento de Destino Financiado pela Compete Caribbean (2013–2015)

City Innovation Library · Boa prática · Granada

Pontuação de qualidade: 57/100

Força da evidência: Moderada

Sumário

Uma campanha de marketing da Compete Caribbean ajudou o cluster turístico de Granada a aumentar chegadas em ~30% entre 2013-2015 (~88.000 para 136.000), embora um novo resort Sandals no mesmo período também tenha impulsionado a procura.

Dimensões-chave

Dimensão	Pontuação
Evidence of impact / measured results	2/3
Transferability / demonstrated replication	2/3
Scalability	2/3
Sustainability / continuity	2/3
Innovation	1/3
Inclusiveness / equity	1/3
Multi-stakeholder collaboration	2/3

Avaliado por C-NAPSE

Fontes de dados

[C-NAPSE web research](#) — acedido a 2026-09-05

[Grenada Tourism Authority & Grenada Hotel and Tourism Association, with Compete Caribbean Partnership Facility \(IDB\)](#) — acedido a 2026-09-05

[Caribbean Journal: Grenada Reports 18.4 Percent Increase in Tourist Arrivals](#) — acedido a 2026-09-05

[Compete Caribbean Final Evaluation Report \(Technopolis Group, 2016\), p.64](#) — acedido a 2026-09-05

Citar — Evidoria. *Cluster Turístico de Granada — Reposicionamento de Destino Financiado pela Compete Caribbean (2013–2015)*. ID persistente: 73644fbc-16d1-45ba-bf2d-45abde7e0a9c.