

ESTUDO DE COMPETITIVIDADE DOS  
**65 DESTINOS INDUTORES**  
DO DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO REGIONAL

MARAÚ



## APRESENTAÇÃO

Qualquer forma de desenvolvimento econômico requer um trabalho de planejamento consistente para atingir o objetivo proposto. O turismo é apresentado hoje como um setor capaz de promover a aceleração econômica e um incremento nas áreas social, cultural e ambiental. Portanto a avaliação da intensidade com que fatores favorecem ou inibem tal atividade é de relevância estratégica para os destinos turísticos do País.

Diante disso, o Ministério do Turismo, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a Fundação Getulio Vargas (FGV) realizaram o *Estudo de competitividade dos 65 destinos indutores do desenvolvimento turístico regional*.

Vale ressaltar que todas as dimensões do estudo, com suas mais de 600 perguntas, foram estruturadas com o objetivo de mensurar o conceito de competitividade que permeia este trabalho – **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.**

O principal objetivo deste relatório é servir de instrumento de acompanhamento estratégico para que os destinos estudados possam analisar seus indicadores em cada uma das dimensões do estudo e utilizar essas informações para planejar e desenvolver vantagens competitivas.

É importante que os municípios façam uso destes indicadores e unam esforços com os mais diversos integrantes da cadeia produtiva do turismo na definição de metas e estratégias que gerem contribuições positivas para a competitividade dos destinos turísticos.

## SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO .....	2
1. ESTUDO DE COMPETITIVIDADE .....	4
2. RESULTADOS .....	6
2.1 Total geral .....	6
2.2 Infraestrutura geral .....	7
2.3 Acesso .....	8
2.4 Serviços e equipamentos turísticos .....	9
2.5 Atrativos turísticos .....	10
2.6 Marketing e promoção do destino.....	11
2.7 Políticas públicas.....	12
2.8 Cooperação regional .....	13
2.9 Monitoramento.....	14
2.10 Economia local .....	14
2.11 Capacidade empresarial.....	15
2.12 Aspectos sociais.....	16
2.13 Aspectos ambientais .....	17
2.14 Aspectos culturais .....	18
2.15 Resultados consolidados.....	20

## 1. ESTUDO DE COMPETITIVIDADE

Dando continuidade ao trabalho iniciado há dois anos, o Ministério do Turismo, o Sebrae Nacional e a Fundação Getulio Vargas consolidam, no presente documento, os resultados da edição 2009 do *Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional*.

Para realizar este estudo, aplicou-se um questionário no qual foram avaliadas mais de 60 variáveis, distribuídas em 13 dimensões: Infraestrutura geral, Acesso, Serviços e equipamentos turísticos, Atrativos turísticos, Marketing e promoção do destino, Políticas públicas, Cooperação regional, Monitoramento, Economia local, Capacidade empresarial, Aspectos sociais, Aspectos ambientais e Aspectos culturais.

Com base nas informações coletadas, atribuíram-se 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.

Foram considerados cinco níveis, numa escala de 0 a 100<sup>1</sup>, para a análise dos resultados. O primeiro nível (0 a 20 pontos) refere-se ao intervalo em que os destinos apresentam deficiência em relação à determinada dimensão; o segundo nível (21 a 40 pontos), apesar de expor uma situação mais favorável do que o anterior, ainda evidencia níveis inadequados para a competitividade de um destino em relação à dimensão; o terceiro nível (41 a 60 pontos) configura situação regularmente satisfatória; o quarto nível (61 a 80 pontos) revela a existência de condições adequadas para atividades turísticas; e o quinto nível corresponde ao melhor posicionamento que um destino pode alcançar em uma dada dimensão (81 a 100 pontos).

Para que o município avaliado possa comparar os resultados das duas edições da pesquisa, é importante observar os critérios estatísticos que compõem esse

---

<sup>1</sup> Para o posicionamento em níveis segundo a escala proposta, foi utilizado critério de arredondamento das pontuações. Por exemplo: se situada entre 20,1 e 20,4, a mesma posicionou-se no nível 1 (entre 0 e 20 pontos); no caso de ter-se situado entre 20,5 e 20,9, foi classificada no nível 2 (entre 21 e 40 pontos), e assim por diante.

levantamento. Considerou-se, como estabilidade da pontuação, um aumento ou queda de até 1,0 ponto em um indicador de 2009, em comparação com 2008. Isto é, para que o destino considere um índice como avanço ou recuo, é preciso que a diferença entre os resultados das duas pesquisas seja superior a 1,0 ponto para mais ou para menos no total geral ou em qualquer uma das 13 dimensões.

Vale ressaltar que a análise das dimensões em seus respectivos destinos deve levar em consideração que determinadas localidades não necessariamente precisam atingir os níveis mais elevados da escala para se tornarem competitivas. Isso é especialmente aplicado a alguns dos destinos não capitais ou destinos que trabalhem nichos específicos de mercado.

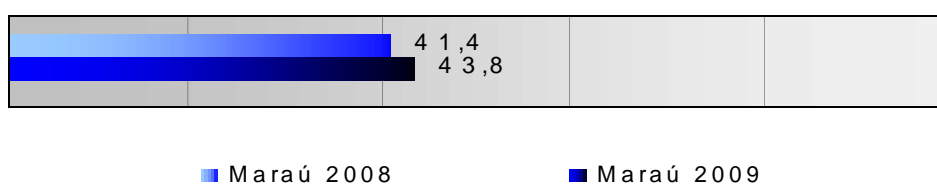
Este documento apresenta os resultados consolidados dos 65 destinos, das capitais, não capitais e da região geográfica na qual o destino está inserido, bem como do município em questão. Os resultados apresentados referem-se ao índice geral e os índices de cada dimensão, seguidos de uma análise das variáveis que exerceram maior impacto nestes resultados.

## 2. RESULTADOS

### 2.1 Total geral

O índice geral de competitividade refere-se à soma ponderada das 13 dimensões avaliadas. A média Brasil<sup>2</sup> atingiu 54,0 pontos (escala de 0 a 100), abaixo da média das capitais (61,9), acima da média das não capitais (48,4) e acima da média da região Nordeste (50,4). O resultado de Marauí foi de 43,8, uma nota acima da obtida pelo município na edição 2008 do estudo, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 1. Total geral



Os resultados obtidos pelo destino nas dimensões Atrativos turísticos (51,0), Marketing (54,4), Políticas públicas (57,3), Cooperação regional (74,1), Aspectos sociais (45,5), Aspectos ambientais (50,7) e Aspectos culturais (59,2) contribuíram positivamente para o índice geral de competitividade do município, uma vez que se mantiveram acima da média geral. Por sua vez, as notas registradas nas dimensões Infraestrutura geral (35,2), Acesso (37,2), Serviços e equipamentos turísticos (29,0), Monitoramento (15,8), Economia local (42,6) e Capacidade empresarial (24,7) se posicionaram abaixo do total geral do destino, influenciando negativamente o indicador de competitividade do município.

A seguir, as análises de cada uma das 13 dimensões que compõem o total geral do destino.

---

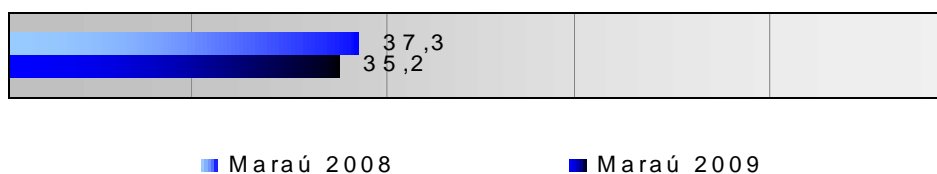
<sup>2</sup> O resultado Brasil reflete a amostra das 65 cidades analisadas.

## 2.2 Infraestrutura geral

O *Estudo 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.

A média Brasil atingiu o patamar de 64,6 pontos (escala de 0 a 100), abaixo da média das capitais (71,3), acima da média das não capitais (58,9) e acima da média da região Nordeste (60,4). O resultado da cidade de Marará, na dimensão Infraestrutura geral, foi de 35,2, uma nota abaixo da nota obtida pelo município na primeira edição do estudo, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 2. Infraestrutura geral



A nota obtida por Marará nesta dimensão é o reflexo da realidade de um município que enfrenta grandes desafios em relação à Infraestrutura, os quais são agravados por sua grande extensão territorial.

Entre os fatores que influenciaram negativamente a nota apurada nesta dimensão estão: problemas com o fornecimento regular de energia independente de alta ou baixa temporada, deficiências de estrutura apresentadas pela Polícia Militar e Polícia Civil, e a inexistência de Corpo de Bombeiros e Defesa Civil. Além disso, a ausência de espaços específicos para o estacionamento ou parada de veículos turísticos, a deficiente sinalização das ruas com placas informando nomes de ruas e números, e falta de placas com sinalização turística viária, somados aos problemas apresentados pelo serviço de limpeza pública são fatores que precisam ser trabalhados para que haja melhora do indicador de competitividade nesta dimensão. Além dos fatores mencionados, a necessidade de reforma dos banheiros públicos e de melhoria do estado de conservação e funcionamento dos telefones públicos também foi apontada pelo estudo.

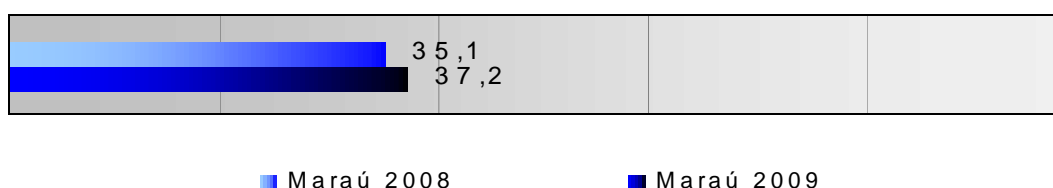
Os fatores positivos apontados nesta dimensão foram: existência de atendimento médico 24 horas, de órgão responsável pela conservação urbana do destino e de bases da Polícia Militar e Civil - ainda que apresentando deficiências de equipamentos e quanto ao contingente policial.

### 2.3 Acesso

Nesta dimensão foram analisadas as seguintes variáveis: (i) Acesso aéreo; (ii) acesso rodoviário; (iii) acesso aquaviário; (iv) acesso ferroviário; (v) sistema de transporte no destino; e (vi) proximidade de grandes centros emissores de turistas.

O Brasil atingiu uma média de 58,1 pontos na dimensão Acesso, abaixo da média das capitais (69,9), acima da média das não capitais (49,7) e acima da média da região Nordeste (51,8). Maraú obteve, nesta dimensão, 37,2 pontos, índice acima do obtido pelo destino na primeira edição do estudo, como é possível conferir no gráfico a seguir:

Gráfico 3. Acesso



A distância e as condições de acesso rodoviário entre o município e os aeroportos que o atendem, a ocorrência de congestionamentos durante a alta temporada e a oferta ainda irregular de serviço de táxi contribuíram de maneira negativa para a composição do indicador de competitividade nesta dimensão. Da mesma forma, a inexistência de serviço de transporte público intramunicipal e a dificuldade de encontrar estacionamento nas áreas turísticas durante o verão.

Entre os aspectos positivos, a possibilidade de utilizar o aeroporto de Salvador como o portão de entrada de seus principais mercados emissores nacionais e internacionais, e de oferecer além de acesso rodoviário, acesso aquaviário a partir do município de Camamu. Há de se considerar ainda que Maraú também é atendida pelo aeroporto da cidade de Ilhéus, ampliando assim as opções de acesso ao destino.

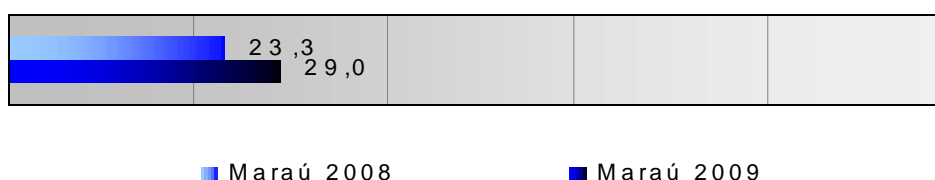


## 2.4 Serviços e equipamentos turísticos

A dimensão *Serviços e equipamentos turísticos* contemplou as seguintes variáveis: (i) sinalização turística; (ii) centro de atendimento ao turista; (iii) espaços para eventos; (iv) capacidade dos meios de hospedagem; (v) capacidade do turismo receptivo; (vi) estrutura de qualificação para o turismo; e (vii) capacidade dos restaurantes.

A média Brasil alcançou 46,8 pontos, abaixo da média das capitais (59,4), acima da média das não capitais (37,9) e acima da média da região Nordeste (41,8). O índice de Maráú foi de 29,0, acima do obtido pelo município em 2008, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 4. Serviços e equipamentos turísticos



A nota do destino nesta dimensão foi positivamente influenciada pela presença de agências de receptivo - com atendimento em idiomas estrangeiros e capazes de ofertar diversos serviços aos turistas -, de um parque hoteleiro cuja maioria das unidades habitacionais encontra-se em bom estado de conservação ou recém-reformadas, e pela oferta regular de cursos livres e capacitações nas áreas relacionadas ao turismo.

A Associação de Empresários, a qual foi criada em 2009 e reúne profissionais do setor turístico, contribuiu para o aumento da competitividade em *Serviços e Equipamentos Turísticos*, comparativamente à apresentada na pesquisa anterior.

Em contrapartida, alguns dos fatores que influenciaram negativamente a nota do destino nesta dimensão foram a inexistência de um Centro de Atendimento ao Turista, a falta de sinalização turística viária e descritiva e a limitada oferta de espaços para eventos.

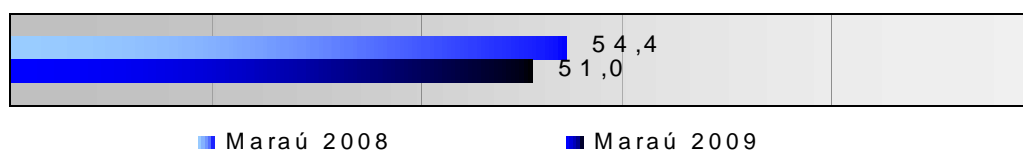
Outros aspectos que também precisam ser aprimorados estão relacionados aos meios de hospedagem e restaurantes: o cumprimento de quesitos de acessibilidade nos restaurantes e meios de hospedagem, a aceitação de cartões de crédito como forma de pagamento e a disponibilidade de serviço de internet nas unidades habitacionais.

## 2.5 Atrativos turísticos

O *Estudo de Competitividade* analisou as seguintes variáveis referentes à Atrativos Turísticos: (i) atrativos naturais; (ii) atrativos culturais; (iii) eventos programados; e (iv) realizações técnicas, científicas ou artísticas.

O Brasil atingiu uma média de 59,5 pontos, acima da média das capitais (58,5), abaixo da média das não capitais (60,2) e acima da média da região Nordeste (57,8). A cidade de Maráú obteve, nesta dimensão, o índice de 51,0, abaixo da pontuação obtida pelo destino na primeira edição do estudo, como é possível conferir no gráfico a seguir:

Gráfico 5. Atrativos turísticos



A nota do destino nesta dimensão foi influenciada de forma positiva, entre outros fatores, pela existência de atrativos naturais apresentando bom estado de preservação ambiental em seu entorno. O destino também conta com atrativos culturais, ainda que não apresentem singularidade e necessitem ser potencializados.

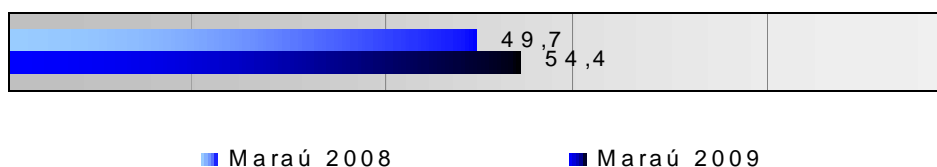
Apesar disso, os eventos programados existentes ainda não compõem um calendário e não ocorrem realizações técnicas, científicas e artísticas capazes de atrair turistas durante todo o ano. O não cumprimento dos quesitos de acessibilidade, a necessidade de melhoria na infraestrutura dos atrativos naturais e culturais, e a inexistência de estudo de capacidade de suporte tanto para os atrativos como para os eventos programados também foram alguns dos fatores que afetaram negativamente o resultado nesta dimensão.

## 2.6 Marketing e promoção do destino

Nesta dimensão 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).

O Brasil atingiu uma média de 41,1 pontos na dimensão *Marketing e promoção do destino*, abaixo da média das capitais (47,5), acima da média das não capitais (36,5) e acima da média da região Nordeste (37,1). Por sua vez, o resultado de Maraú nesta dimensão foi de 54,4, acima da nota alcançada pelo destino na primeira edição do estudo, conforme o gráfico a seguir:

Gráfico 6. Marketing e promoção do destino



Dentre outros fatores que contribuíram de maneira positiva para esta avaliação estão a prática contínua e institucionalizada de participação em feiras e eventos turísticos, a existência de material promocional institucional adequado ao segmento de mercado que se pretende atingir e a de um site – de propriedade privada - com informações turísticas sobre a cidade disponível em três idiomas estrangeiros.

Entre os fatores que influenciaram negativamente o resultado do destino nesta dimensão estão: a ausência de um plano de marketing formal - com metas e responsabilidades definidas, fundamentado em pesquisas de demanda -, a não realização de evento promocional em outros destinos por iniciativa própria do destino nos últimos cinco anos e a falta de um calendário de eventos para consulta. Além disso, Maraú não utiliza seu material promocional para alertar os turistas sobre a preservação ambiental e o respeito à comunidade. O destino também não possui serviço de assessoria de imprensa.

## 2.7 Políticas públicas

Para avaliar a dimensão *Políticas Públicas* foram considerados os seguintes aspectos: (i) estrutura municipal para apoio ao turismo; (ii) grau de cooperação com o governo estadual; (iii) grau de cooperação com o governo federal; (iv) planejamento para a cidade e para a atividade turística; e (v) grau de cooperação público-privada.

A média Brasil nesta dimensão foi de 53,7 pontos, abaixo da média das capitais (58,7), acima da média das não capitais (50,2) e acima da média da região Nordeste (51,3). Maraú obteve 57,2 pontos, resultado acima do registrado pelo município em 2008, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 7. Políticas públicas



Dentre os aspectos positivos observados nesta dimensão, destaca-se o fato de o destino possuir uma coordenação com atribuição de alavancar o desenvolvimento do turismo – Secretaria Municipal de Turismo e Eventos – com representação no Fórum Estadual de Turismo, instância de governança local em fase de reativação e Plano Diretor Municipal contemplando o setor do turismo. Constatou-se ainda que houve ingresso de recursos através de emendas parlamentares federais, de investimentos diretos do governo estadual e do governo federal para projetos que visam a competitividade turística e que a parceira público-privada culminou em ações conjuntas durante o ano de 2008.

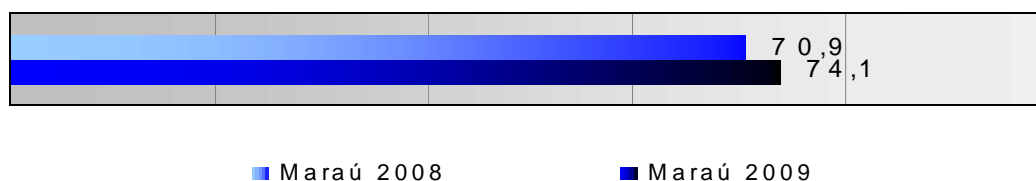
Entretanto, o órgão responsável pelo turismo não possui recursos próprios nem funcionários concursados e o destino não participou nos últimos cinco anos de nenhum programa de modernização administrativa e fiscal.

## 2.8 Cooperação regional

O *Estudo 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.

O Brasil atingiu uma média de 48,1 pontos, acima da média das capitais (47,1), abaixo da média das não capitais (48,8) e abaixo da média da região Nordeste (48,2). O resultado de Maráú nesta dimensão foi de 74,1, acima do índice obtido na primeira edição do estudo, como é possível conferir no gráfico a seguir:

Gráfico 8. Cooperação regional



A nota obtida nesta dimensão reflete, entre outros aspectos, a presença de uma instância de governança regional, a realização de ações para mobilizar atores sobre a importância da cooperação regional no destino durante 2008 e a conclusão de um plano de desenvolvimento integrado para a região. O fato de o destino fazer parte de um roteiro regional considerado prioritário para o Ministério do Turismo também colaborou para a avaliação positiva do destino.

Em contrapartida, considerou-se o fato de não haver um site integrado da região e do destino não divulgar produtos turísticos regionais e estaduais através de seus meios competentes.

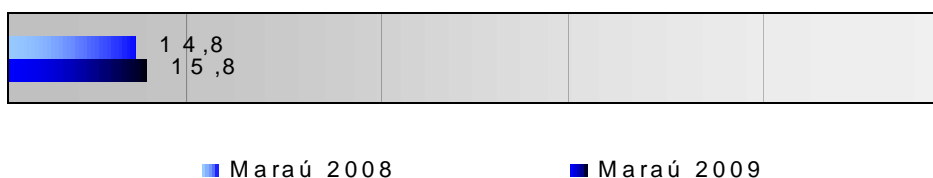
Por último, verificou-se que quando da elaboração dos roteiros regionais não foi realizado estudo de capacidade de suporte, nem estudos e/ou relatórios de impactos ambientais; e por conseguinte, não foi previsto o monitoramento dos impactos ambientais, culturais e socioeconômicos possivelmente gerados pelos mesmos.

## 2.9 Monitoramento

Nesta dimensão 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.

A média Brasil não ultrapassou o patamar de 34,5 pontos, abaixo da média das capitais (41,8), acima da média das não capitais (29,4) e acima da média da região Nordeste (28,8). O município de Maraú obteve nesta dimensão a nota 15,8, acima do resultado apresentado pelo destino na primeira edição do estudo, conforme gráfico a seguir:

Gráfico 9. Monitoramento



Em Monitoramento, a nota mais baixa obtida por Maraú entre todas as dimensões é resultante do fato de não ocorrer elaboração de um inventário técnico de estatísticas turísticas, nem monitoramento dos impactos econômicos, sociais e ambientais gerados pela atividade turística; e não existir nenhum sistema ou conjunto de indicadores de desempenho do setor. Constatou-se ainda que não há nenhum setor específico de estudos público ou privado localizado no território municipal ou em município limítrofe focado no destino ou na região da qual o destino faça parte .

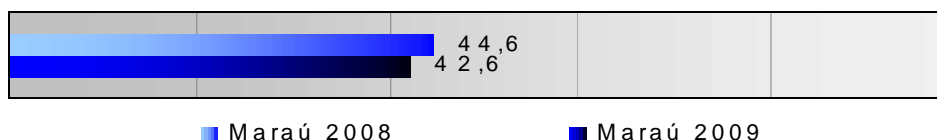
A nota obtida pelo destino foi atribuída apenas ao levantamento da oferta turística realizado pela Secretaria Municipal de Turismo e Eventos e ao acompanhamento dos objetivos da política em turismo a partir de um plano de ação com responsabilidades definidas.

## 2.10 Economia local

Para avaliar a dimensão *Economia Local* foram considerados os seguintes aspectos: (i) aspectos da economia local; (ii) infraestrutura de comunicação; (iii) infraestrutura e facilidades para negócios; e (iv) empreendimentos ou eventos alavancadores.

O Brasil atingiu uma média de 57,1 pontos, abaixo da média das capitais (67,6), acima da média das não capitais (49,6) e acima da média da região Nordeste (51,3). O resultado de Maraú nesta dimensão foi de 42,6, abaixo da nota obtida em 2008, como é possível conferir no gráfico a seguir:

Gráfico 10. Economia local



A oferta de linhas especiais de financiamento através do Banco do Nordeste (BNB) para atividades características do turismo e a existência de serviço de banda larga – ainda que não esteja acessível à totalidade do município - contribuíram de maneira positiva para a composição da nota do destino nesta dimensão.

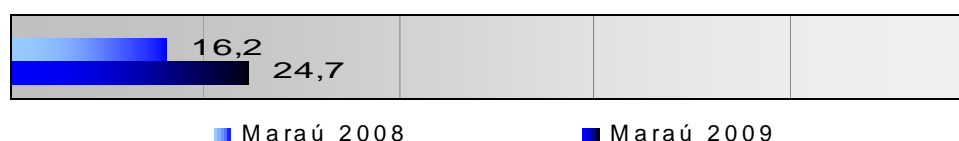
Entre os aspectos negativos identificados nesta dimensão estão a inexistência de oferta de acesso à Internet em locais públicos, o fato do município não poder sediar congressos ou seminários internacionais em função de não possuir espaços para eventos deste porte, e a ausência de um *Convention & Visitors Bureau* e de um polo físico de produção ou de negócios que seja significativo para movimentar a economia local e gerar fluxo turístico receptivo em consequência do turismo de negócios.

## 2.11 Capacidade empresarial

O *Estudo 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.

O Brasil atingiu uma média de 55,7 pontos nesta dimensão, abaixo da média das capitais (78,1), acima da média das não capitais (39,8) e acima da média da região Nordeste (50,2). A cidade de Maraú obteve 24,7 pontos nessa dimensão, acima do índice registrado em 2008, conforme exposto no gráfico a seguir:

Gráfico 11. Capacidade empresarial



O resultado do destino nesta dimensão foi afetado negativamente pela falta de grupos nacionais e internacionais do setor de turismo (como redes de hospedagem e restaurantes), pela inexistência de empresas de grande porte, filiais e subsidiárias, e pela carência de pessoal qualificado para trabalhar em hotelaria e estabelecimentos de alimentos e bebidas em níveis técnico, de supervisão administrativa e gerência.

Outros aspectos como a inexistência de escolas ou programas de idiomas e a não-organização dos empreendimentos turísticos enquanto arranjo produtivo local prejudicaram a composição da nota do destino em *Capacidade Empresarial*.

A nota obtida nesta dimensão reflete, enquanto único aspecto positivo identificado, a presença de instituições de ensino com oferta de cursos livres (SENAC e SEBRAE).

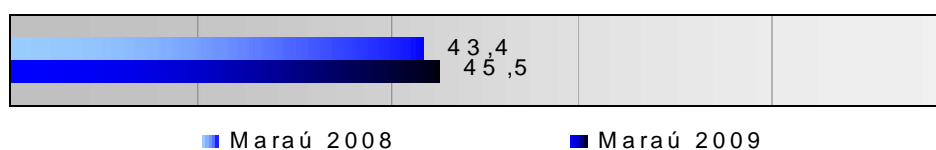
## 2.12 Aspectos sociais

O *Estudo 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.

A média Brasil atingiu o patamar de 57,4 pontos, abaixo da média das capitais (63,1), acima da média das não capitais (53,4) e acima da média da região Nordeste (55,0). O resultado de Maraú, na dimensão Aspectos Sociais, foi de 45,5, acima da nota obtida pelo município na primeira edição do estudo, como mostra o gráfico a seguir:



Gráfico 12. Aspectos sociais



Nesta dimensão, o destino se destacou, entre outros itens, pela existência de investimentos em educação acima do percentual obrigatório, pela utilização dos atrativos naturais e culturais por parte da população local, Considerou-se ainda o apoio da comunidade ao desenvolvimento da atividade turística, e a participação da sociedade civil organizada e da comunidade local no desenvolvimento do turismo no destino e na elaboração do orçamento do destino.

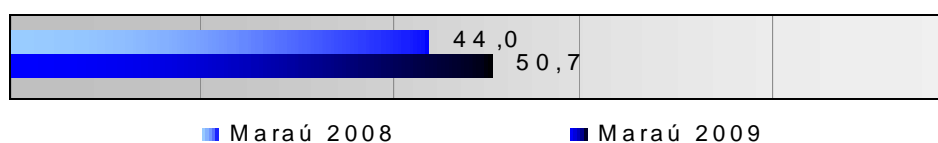
Entretanto, entre os aspectos que contribuíram negativamente para a nota estão a inexistência de ações de sensibilização da comunidade sobre a importância do turismo, as deficiências apontadas na formação da força de trabalho local e a utilização de mão de obra informal nas diversas atividades do setor. A não adoção de instrumentos de consulta à população sobre projetos turísticos e o fato do destino não realizar ações para conscientização do turista sobre o respeito ao meio ambiente também corroboraram para o resultado nesta dimensão.

### 2.13 Aspectos ambientais

Para avaliar a dimensão *Aspectos Ambientais* foram considerados os seguintes aspectos: (i) estrutura e legislação municipal de meio ambiente; (ii) atividades em curso potencialmente poluidoras; (iii) rede pública de distribuição de água; (iv) rede pública de coleta e tratamento de esgoto; (v) coleta e destinação pública de resíduos; e (vi) unidades de conservação no território municipal.

O Brasil atingiu uma média de 61,8 pontos, abaixo da média das capitais (67,0), acima da média das não capitais (58,1) e acima da média da região Nordeste (59,9). A nota do destino nesta dimensão foi de 50,7, resultado acima do que foi obtido na primeira edição do estudo, como é possível conferir no gráfico a seguir:

Gráfico 13. Aspectos ambientais



Nesta dimensão, a nota obtida pelo destino foi composta, entre outros quesitos, pela existência de unidades de conservação demarcadas no território municipal e de um órgão municipal responsável por coordenar as ações relacionadas ao Meio Ambiente – ainda que com atribuição e orçamento divididos com outras pastas: Secretaria Municipal da Agricultura, Meio Ambiente e Pesca;

A Área de Proteção Ambiental da Península de Maraú, considerada a principal, é dotada de conselho gestor e consiste em local de realização de atividades econômicas como meios de hospedagem e quiosques de praias.

Entretanto foram apontados no estudo temas que, uma vez melhorados, poderão ajudar o destino a incrementar o índice de competitividade nesta dimensão, a saber: fato do Conselho Municipal de Meio Ambiente estar inativo e de não haver Fundo Municipal de Meio Ambiente e Código Ambiental Municipal, somados às coberturas e serviços deficientes dos sistemas de distribuição de água, de coleta de resíduos sólidos e de esgoto

Observou-se ainda a necessidade da implantação de um aterro sanitário em substituição ao aterro aberto cuja capacidade de operação encontra-se esgotada, da promoção de campanhas de uso racional da água e de destinação de resíduos sólidos e do tratamento adequado dos resíduos hospitalares produzidos no território municipal.

## 2.14 Aspectos culturais

Nesta dimensão foram analisados os seguintes quesitos: (i) produção cultural associada ao turismo; (ii) patrimônio histórico e cultural; e (iii) estrutura municipal para apoio à cultura.

A média Brasil chegou ao patamar de 54,6 pontos, abaixo da média das capitais (63,0), acima da média das não capitais (48,7) e acima da média da região Nordeste (52,9). Maráú obteve nesta dimensão o índice de 59,2, pontuação acima da registrada pelo destino na primeira edição do estudo, conforme gráfico a seguir:

Gráfico 14. Aspectos culturais



Na dimensão *Aspectos Culturais*, o fato de existir uma Diretoria de Cultura subordinada à Secretaria Municipal de Educação, Cultura e Esporte (ainda que sem orçamento específico) e de ter havido um esforço para a manutenção do calendário de festas tradicionais populares colaborou positivamente para a pontuação obtida por Maráú.

A interação existente entre turistas e moradores durante o Carnaval de Saquiáira, evento apontado como típico, também foi outro fator que beneficiou o resultado na dimensão.

Alguns dos fatores que contribuíram de forma negativa para a composição da nota foram: o fato de não existir patrimônio imaterial, patrimônio artístico e histórico tombados e a ausência de legislação de fomento à cultura. Além disso, foi identificado que não há estudo de capacidade de suporte para a utilização turística do patrimônio cultural.

Em contrapartida, a pontuação mencionada é decorrente da identificação de atividade artesanal e culinária típicas no destino, e do mesmo apresentar manifestações religiosas e tradições culturais evidentes, bem como eventos tradicionais.

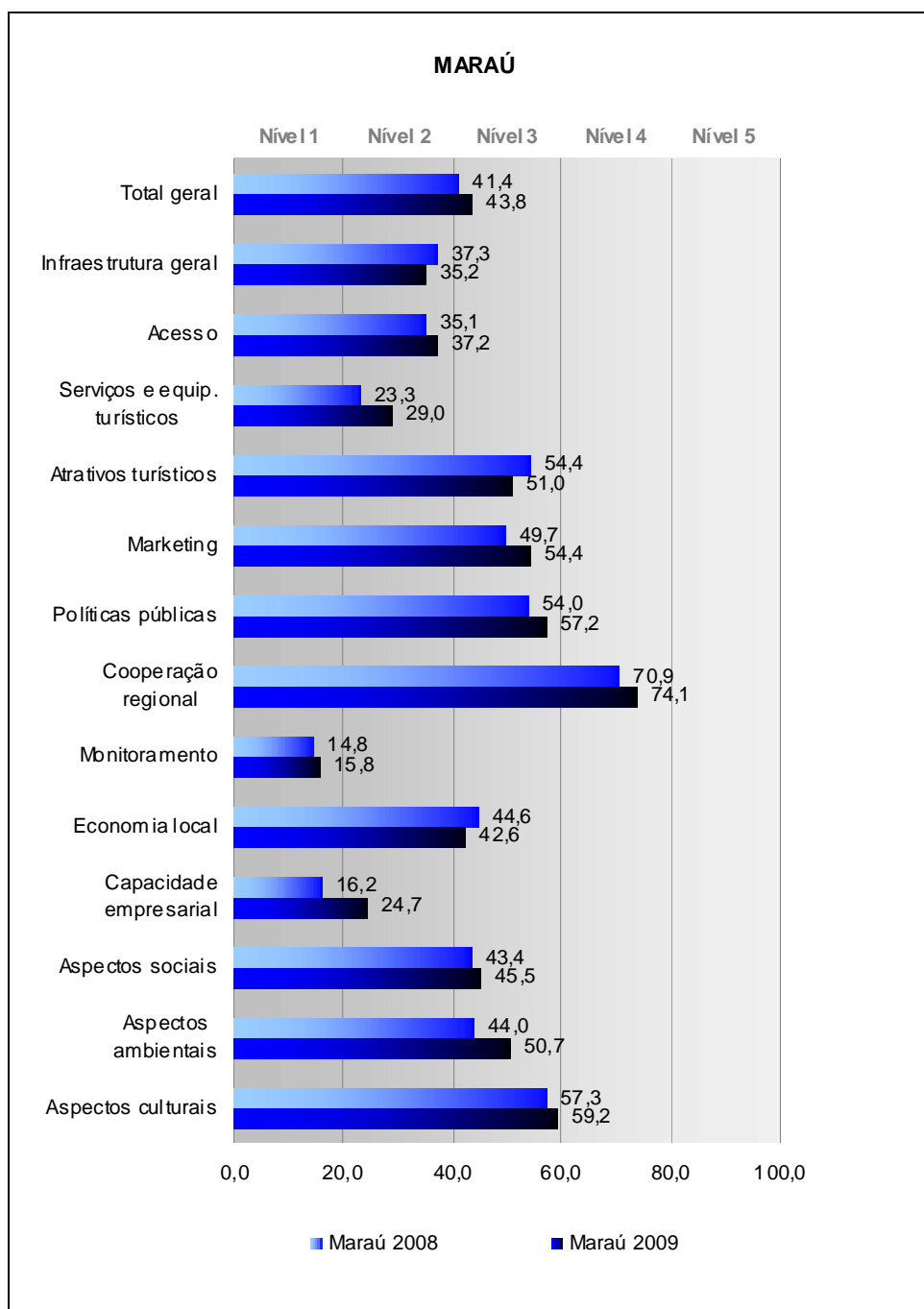
## 2.15 Resultados consolidados

A tabela a seguir consolida os resultados das dimensões avaliadas e apresenta o total geral para Brasil, região, não capitais e para o destino em questão. O total geral é o resultado da soma ponderada das 13 dimensões, analisadas segundo a sua importância para a competitividade do turismo.

Dimensões	Brasil*		Nordeste		Não Capitais		Marauá	
	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009
Total geral	52,1	54,0	49,0	50,4	46,9	48,4	41,4	43,8
Infraestrutura geral	63,8	64,6	60,2	60,4	58,1	58,9	37,3	35,2
Acesso	55,6	58,1	49,5	51,8	47,5	49,7	35,1	37,2
Serviços e equip. turísticos	44,8	46,8	40,0	41,8	36,3	37,9	23,3	29,0
Atrativos turísticos	58,2	59,5	57,8	57,8	59,3	60,2	54,4	51,0
Marketing	38,2	41,1	34,6	37,1	32,4	36,5	49,7	54,4
Políticas públicas	50,8	53,7	48,0	51,3	47,3	50,2	54,0	57,2
Cooperação regional	44,1	48,1	45,1	48,2	45,0	48,8	70,9	74,1
Monitoramento	35,4	34,5	29,0	28,8	30,6	29,4	14,8	15,8
Economia local	56,6	57,1	51,5	51,3	50,9	49,6	44,6	42,6
Capacidade empresarial	51,3	55,7	46,4	50,2	36,6	39,8	16,2	24,7
Aspectos sociais	57,2	57,4	56,8	55,0	53,5	53,4	43,4	45,5
Aspectos ambientais	58,9	61,8	56,9	59,9	55,5	58,1	44,0	50,7
Aspectos culturais	54,6	54,6	53,0	52,9	49,8	48,7	57,3	59,2

\* O resultado Brasil reflete a amostra das 65 cidades analisadas.

Gráfico 15. Resultados consolidados



Fontes: FGV / MTur / SEBRAE, 2009