

ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE
DO TURISMO NACIONAL
DESTINOS INDUTORES
DO DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO
REGIONAL

MATA DE SÃO JOÃO

2014



APRESENTAÇÃO

Com o objetivo de conhecer e entender a realidade dos principais destinos turísticos brasileiros e também como forma de fornecer subsídios para o planejamento e para a formulação de políticas públicas que contribuam para o desenvolvimento das localidades turísticas, 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 2008, 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 gera índices em 13 setores ligados à atividade turística, denominados como dimensões neste Índice, os quais permitem 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 ao desenvolvimento da atividade turística.

Com este documento, o Ministério do Turismo, o Sebrae Nacional e a Fundação Getulio Vargas esperam fornecer 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

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO.....	2
SUMÁRIO.....	3
1. ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE	4
2. RESULTADOS	8
2.1. Índice geral	9
2.2. Infraestrutura geral	11
2.3. Acesso	14
2.4. Serviços e equipamentos turísticos	16
2.5. Atrativos turísticos.....	19
2.6. Marketing e promoção do destino	22
2.7. Políticas públicas.....	25
2.8. Cooperação regional.....	28
2.9. Monitoramento	31
2.10. Economia local	34
2.11. Capacidade empresarial.....	36
2.12. Aspectos sociais	39
2.13. Aspectos ambientais.....	41
2.14. Aspectos culturais.....	44
3. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE	47

1. ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE

A fim de dar continuidade ao trabalho iniciado em 2008, o Ministério do Turismo (MTur), o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae Nacional) e a Fundação Getulio Vargas (FGV) consolidam, no presente documento, os resultados da edição 2014 do *Índice de Competitividade do Turismo Nacional*.

Com o intuito de entender as transformações do mercado turístico nos últimos anos, o Índice de Competitividade Turística é atualizado sistematicamente para captar com profundidade o desenvolvimento dos principais destinos turísticos brasileiros. Tais atualizações objetivam deixar o Índice em consonância com debates contemporâneos e com tendências do mercado turístico nacional e internacional – posto que a competitividade é um fenômeno dinâmico e um recurso básico pode se tornar obsoleto ao longo do tempo. Desta forma, espera-se fornecer elementos fundamentais para o planejamento e tomada de decisão das localidades pesquisadas e para a ampliação de suas vantagens competitivas.

Como ocorre desde o primeiro ano, para o cálculo do índice de competitividade estabeleceu-se uma série de critérios junto a especialistas em diversas áreas, com o intuito de definir a importância e o peso de cada dimensão do estudo. Em seguida, foram atribuídos pontos às perguntas e pesos também às variáveis. A soma ponderada da pontuação resulta no índice geral de competitividade do destino.

Na fase de pesquisa de campo, os pesquisadores da FGV permanecem uma semana em cada destino aplicando um formulário, por meio de um *tablet*, com perguntas que incluem dados primários e secundários, as quais estão agrupadas em 13 dimensões (Figura 1). Cada uma das dimensões consideradas possui subdivisões, que são chamadas de variáveis. O detalhamento de todos os quesitos avaliados na pesquisa encontra-se na publicação Relatório Brasil 2014, no capítulo que descreve os aspectos metodológicos.

Figura 1. Dimensões do Índice de Competitividade



Além do levantamento de dados por meio de entrevistas e de dados secundários, são realizadas visitas técnicas aos principais equipamentos e atrativos turísticos do destino. Nesta etapa, muitos pontos são observados pelo pesquisador, como as principais características físicas dos atrativos turísticos e da estrutura urbana do destino.

Todas as perguntas que integram as 13 dimensões do questionário compõem o Índice de Competitividade do destino, ou seja, mensuram:

A capacidade crescente de gerar negócios nas atividades econômicas relacionadas com o setor de turismo, de forma sustentável, proporcionando ao turista uma experiência positiva

Para fins de análise, os índices de competitividade foram divididos em cinco níveis, em uma escala de 0 a 100¹:



O presente relatório apresenta os resultados consolidados do destino em 2014: o índice geral de competitividade do destino e o indicador em cada uma das 13 dimensões avaliadas. O documento apresenta ainda a média Brasil (média dos indicadores obtidos pelos 65 destinos), a média das cidades não capitais, além da distribuição dos 65 destinos pesquisados em relação aos cinco níveis de competitividade nas 13 dimensões estudadas. Estes dados poderão ser comparados aos resultados obtidos nos anos anteriores, o que permitirá observar a evolução dos índices, devido à série histórica que vem sendo construída.

Para que o município avaliado possa comparar os resultados das últimas edições da pesquisa, é importante observar os critérios estatísticos nos quais esse levantamento se baseia. Considerou-se que o índice se manteve estável em casos de 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, recomenda-se que cada destino analise seus resultados de forma crítica, ponderando questões ligadas às suas

¹ Para o posicionamento em níveis, segundo a escala proposta, utilizou-se o critério de arredondamento das pontuações. Por exemplo: abaixo de 20,5, a pontuação posiciona-se no nível 1 (entre 0 e 20); acima de 20,6, classifica-se no nível 2 (entre 21 e 40), e assim por diante.

características geográficas, econômicas e ao posicionamento, a fim de entender que os resultados de determinada dimensão serão influenciados por esses fatores. Dessa forma, não se espera que alguns destinos alcancem, necessariamente, o nível mais alto de competitividade em todas as dimensões. Isso é especialmente aplicado a alguns destinos não capitais ou que estejam direcionados a nichos específicos de mercado.

Uma leitura criteriosa e consciente dos índices obtidos poderá fornecer referências para 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 a atividade turística, norteando a elaboração de políticas públicas que potencializem suas vantagens competitivas e eliminem, gradativamente, os entraves ao desenvolvimento sustentável da atividade turística.

2. RESULTADOS

A pesquisa em Mata de São João foi realizada entre os dias 26 e 30 de maio de 2014, período em que foram entrevistados diversos representantes do setor público e privado, associações de classe, entre outros, para coletar os dados que compõem o índice de competitividade do destino.

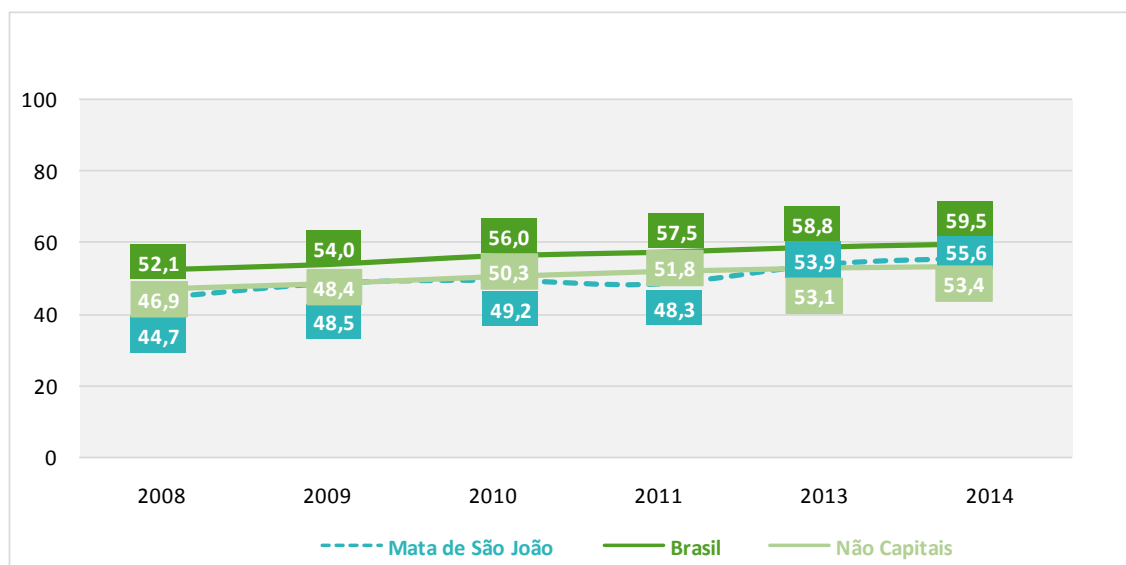
Além dos índices alcançados pelo destino em cada dimensão, serão destacados, a seguir, os principais fatores que contribuíram para tais resultados.

Ressalta-se que, além de todo o planejamento realizado pela Fundação Getúlio Vargas para a realização do Índice de Competitividade, fatores externos podem influenciar a coleta de informações em campo e conseqüentemente o sucesso da pesquisa, como: realização de todas as entrevistas programadas, visita *in loco* a todos os atrativos e equipamentos turísticos indicados, disponibilização prévia de agenda de entrevistas completa e com respondentes qualificados, apoio institucional do órgão oficial de turismo, fidedignidade das informações repassadas. Dessa forma, o apoio dos municípios na realização do estudo é imprescindível nesta fase de pesquisa de campo.

2.1. Índice geral

O índice geral de competitividade do destino refere-se à soma ponderada das 13 dimensões avaliadas e está representado no Gráfico 1.

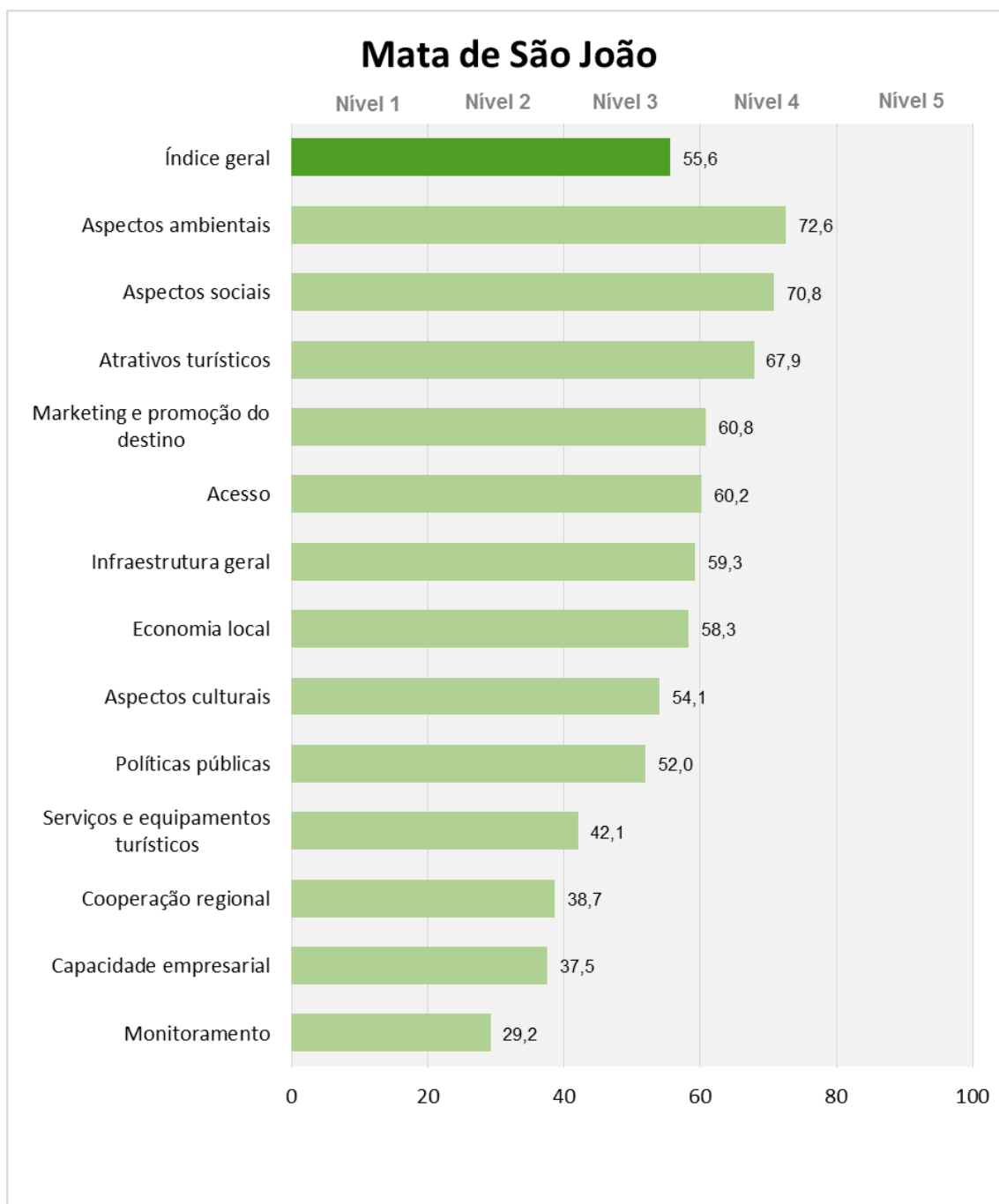
Gráfico 1. Índices gerais de competitividade – destino x Brasil: 2008-2014



No ano de 2014, o índice geral de competitividade registrado pelo destino ficou acima do registrado no ano anterior, mantendo-se no nível 3, como é possível observar no Gráfico 1. Este índice posiciona-se abaixo da média nacional, mas acima da média do grupo das não capitais no índice geral.

Os resultados apresentados a seguir apontam que, das 13 dimensões avaliadas, as que obtiveram melhores desempenhos, com índices acima do nível 4, foram *Aspectos ambientais*, *Aspectos sociais*, *Atrativos turísticos* e *Marketing e promoção do destino*, conforme o Gráfico 2. Por sua vez, as dimensões com os menores níveis de competitividade são *Cooperação regional*, *Capacidade empresarial* e *Monitoramento*, as quais não ultrapassaram o nível 2.

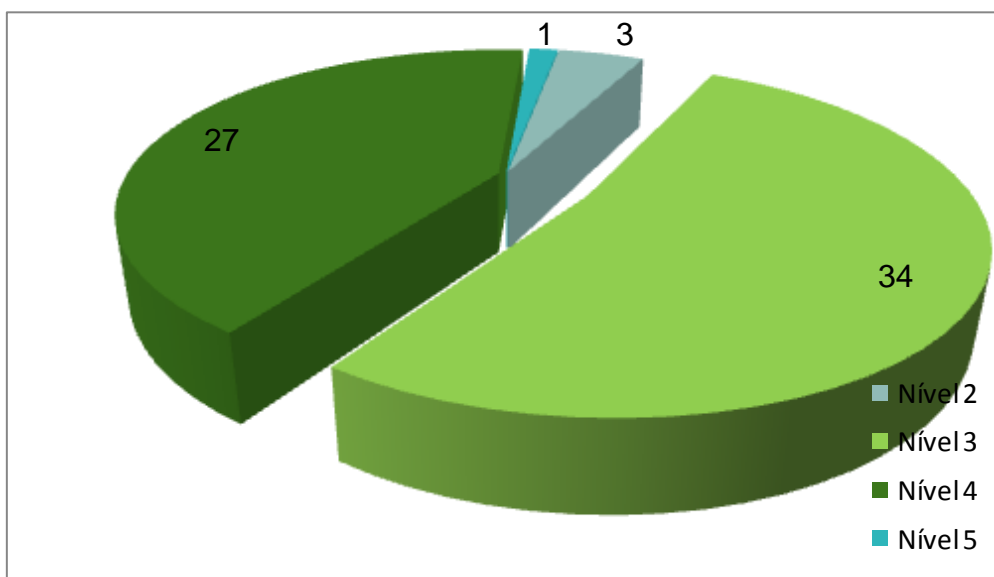
Gráfico 2. Índices por dimensão em ordem decrescente de desempenho



Quanto à distribuição das dimensões, conforme os cinco níveis de competitividade, observa-se que há uma concentração maior de resultados no nível 3, o que demonstra que, na maior parte das dimensões, o destino apresenta desenvolvimento básico nos quesitos avaliados.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 3 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado. Observa-se que 34 destinos se encontram no mesmo nível que Mata de São João; nível em que se encontra a maioria dos destinos indutores.

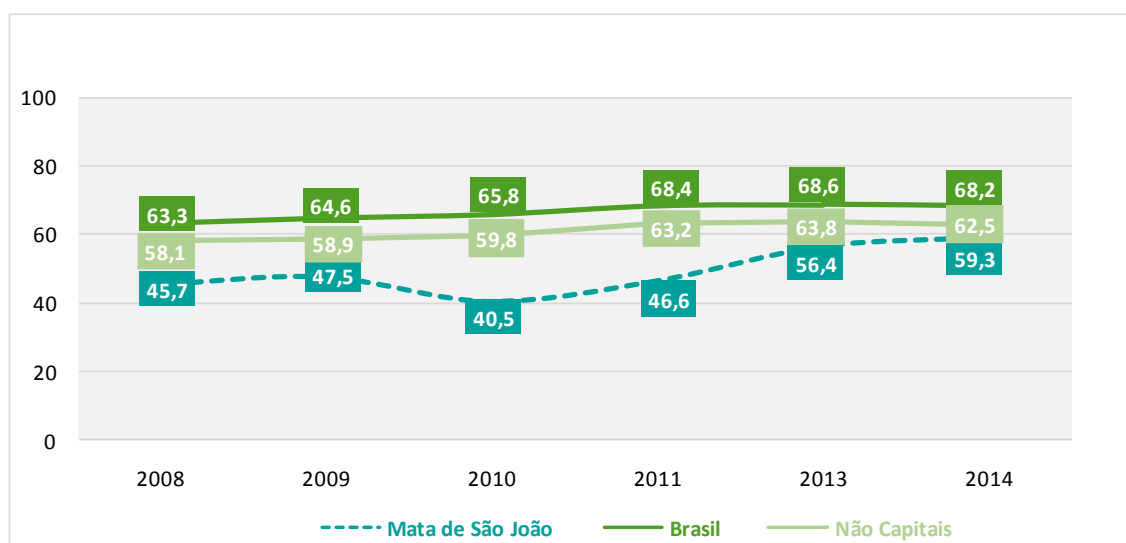
Gráfico 3. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice geral



2.2. Infraestrutura geral

O *Índice de Competitividade do Turismo Nacional* considerou 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.

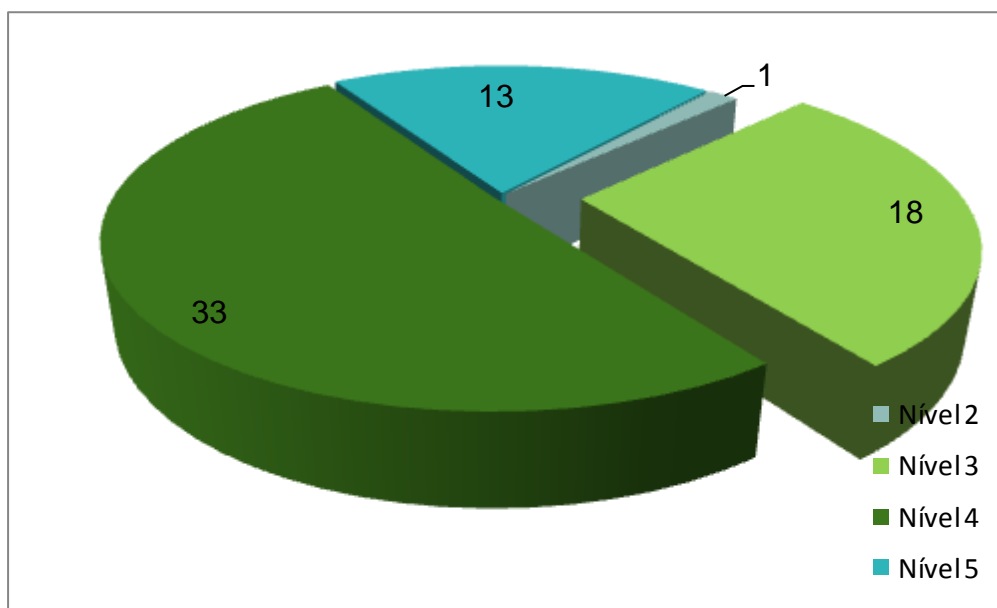
Gráfico 4. Índices Infraestrutura geral – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Infraestrutura geral*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do registrado no ano anterior, mantendo-se no nível 3, como é possível observar no Gráfico 4. Este índice posiciona-se abaixo da média nacional na dimensão, e abaixo da média do grupo das não capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 5 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Infraestrutura geral*. Observa-se que 18 destinos se encontram no mesmo nível que Mata de São João; enquanto a maior parte dos destinos indutores encontra-se no nível 4.

Gráfico 5. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Infraestrutura geral



O indicador foi influenciado de forma positiva por fatores, tais como:

- Disponibilidade, no destino, de serviço público de atendimento médico em emergências 24 horas com atendimento em nível de primeiros socorros, estrutura para pequenas cirurgias e cirurgias de emergência e laboratório de análise;
- Fornecimento contínuo de energia elétrica no destino durante todo o ano;
- Existência de uma delegacia especializada de proteção ao turista na Polícia Civil;
- Existência de Defesa Civil e Guarda Municipal no destino;
- Existência de elementos de drenagem pluvial nas áreas turísticas;
- Evidência da limpeza pública e da conservação urbana no entorno das áreas turísticas;
- Disponibilidade de lixeiras no entorno das áreas turísticas;
- Existência de elementos de acessibilidade como calçadas livres, calçadas com piso regular e rampas em grande parte das áreas turísticas do destino.

Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

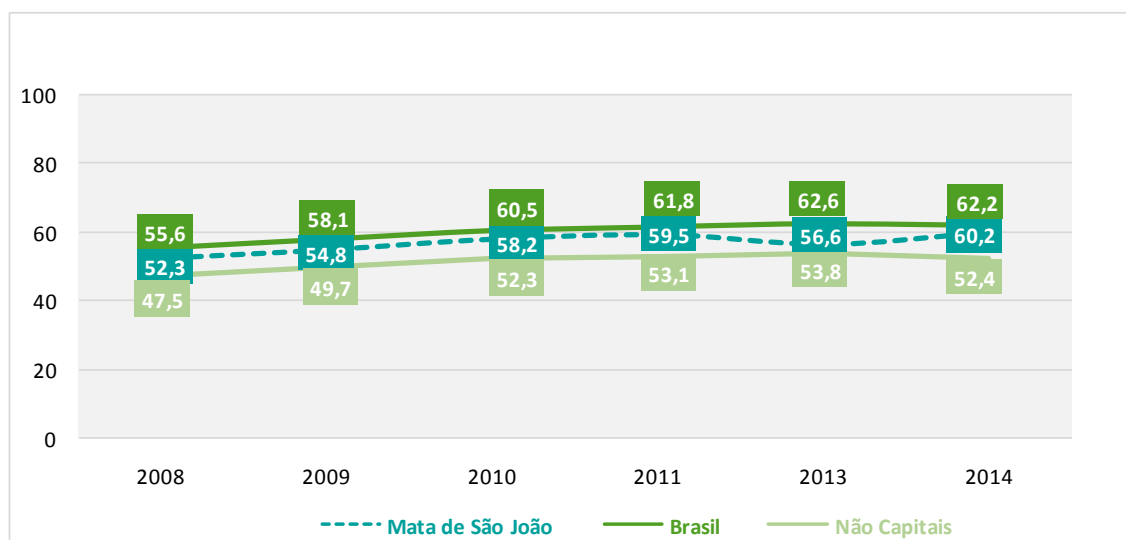
- Ausência de Corpo de Bombeiros;

- Presença de ciclovias em apenas parte das áreas turísticas;
- Carência de iluminação e banheiros públicos no entorno das áreas turísticas.

2.3. Acesso

Nesta dimensão foram consideradas 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.

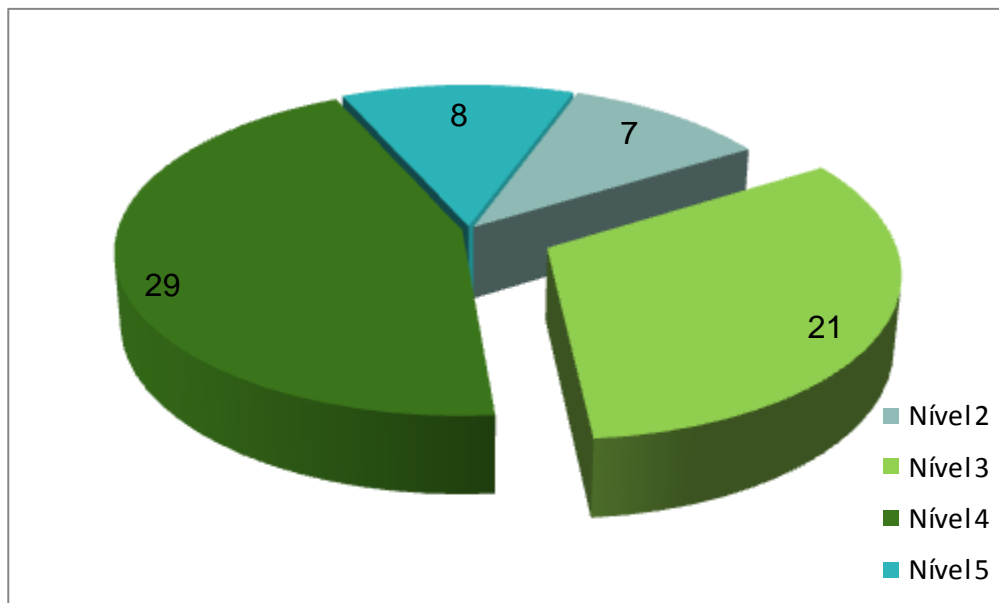
Gráfico 6. Índices Acesso – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Acesso*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do registrado no ano anterior, mantendo-se no nível 3, como é possível observar no Gráfico 6. Este índice posiciona-se abaixo da média nacional na dimensão, mas acima da média do grupo das não capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 7 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Acesso*. Observa-se que 21 destinos se encontram no mesmo nível que Mata de São João; enquanto a maior parte dos destinos indutores encontra-se no nível 4.

Gráfico 7: Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Acesso



Entre os fatores que contribuíram favoravelmente para o índice de competitividade do destino nesta dimensão, constam:

- Existência de um terminal aeroportuário num raio de 100 km do destino – Aeroporto Internacional de Salvador/Dep. Luís Eduardo Magalhães – que conta com Centro de Atendimento ao Turista (CAT), restaurantes e lanchonetes, lojas, locadoras de veículos, serviços bancários e de câmbio, sanitários limpos e conservados, facilidades para pessoas com deficiência e sinalização interna em idioma estrangeiro;
- Disponibilidade de opções de transporte público para atender àqueles que desembarcam no terminal aéreo – ônibus convencional, ônibus executivo com ar condicionado e táxi –, conforme observado em visita técnica ao local;
- Oferta regular de ligações aéreas diretas entre o aeroporto que atende ao destino e seus principais centros emissores de turistas nacionais (São Paulo e Minas Gerais), conforme informado nas entrevistas;
- Existência de linhas de ônibus intermunicipais e interestaduais regulares que atendam ao destino;

- Disponibilidade de vagas públicas para estacionamento nas áreas turísticas;
- Oferta de transporte urbano que atende às principais atrações turísticas – ônibus circular;
- Disponibilidade de serviço de táxi regularizado e padronizado, que ofereça facilidades como pagamento com cartões de crédito;
- Estado da BA 099, principal rodovia de acesso ao destino, segundo pesquisa realizada pela Confederação Nacional de Transporte – CNT.

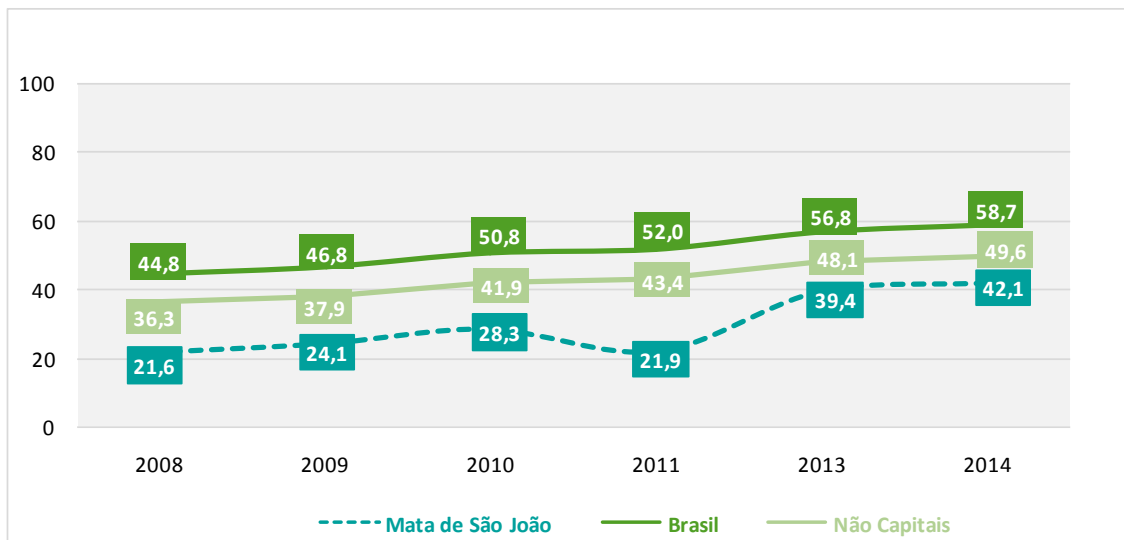
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador, constam os seguintes:

- Inexistência de um terminal rodoviário para o desembarque de turistas que chegam ao destino;
- Inexistência de linha regular de transporte turístico (ônibus ou similar) que interligue os principais atrativos do destino;
- Oferta escassa de ligações aéreas diretas entre o aeroporto do destino e seus principais centros emissores de turistas internacionais indicados na pesquisa.

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 - CAT; (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.

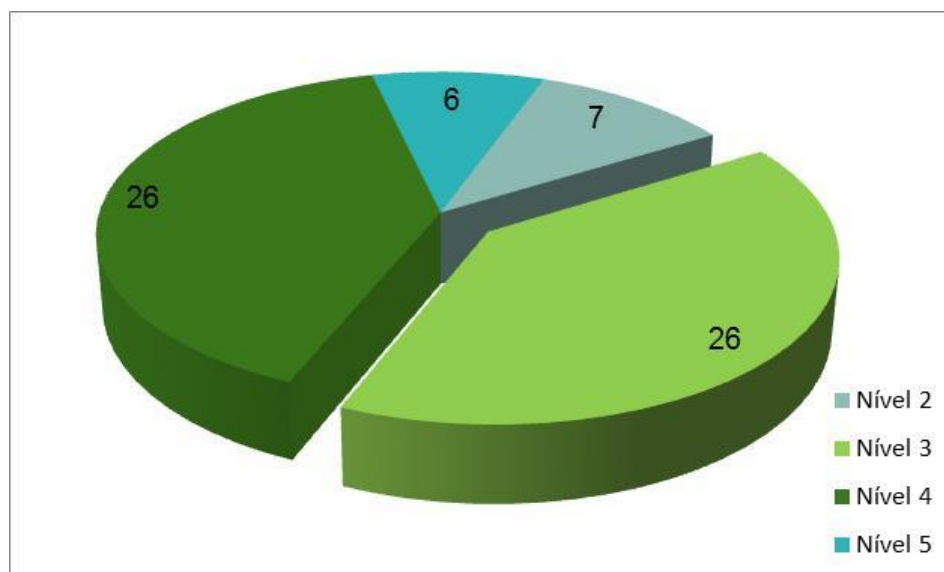
Gráfico 8. Índices Serviços e equipamentos turísticos – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Serviços e equipamentos turísticos*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do registrado no ano anterior, alcançando um nível superior (nível 3), como é possível observar no Gráfico 8. Este índice posiciona-se abaixo da média nacional na dimensão, e abaixo da média do grupo das não capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 9 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Serviços e equipamentos turísticos*. Observa-se que 26 destinos se encontram no mesmo nível que Mata de São João.

Gráfico 9. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Serviços e equipamentos turísticos



O indicador foi influenciado de forma positiva pela verificação de fatores, entre os quais:

- Existência de Serviço de Atendimento ao Turista (SAT) no destino, localizado na Praia do Forte, com funcionários capacitados para o atendimento em outro idioma e que oferecem informações sobre o destino e seu entorno;
- Oferta de espaços para a realização de eventos – salas em hotéis para eventos de pequeno, médio e grande porte;
- Disponibilidade de acesso à internet nas unidades habitacionais na maior parte dos meios de hospedagem do destino;
- Presença de empresas de receptivo, que oferecem diversos serviços aos turistas (atividades de aventura, passeios de barco, visitas guiadas, entre outros);
- Disponibilidade de guias de turismo registrados no CADASTUR;
- Possibilidade de alugar meio de transporte de lazer para se deslocar pelo destino, tais como: bicicleta, tuc-tuc e bicitáxi;
- Valorização e o fortalecimento da gastronomia regional por parte dos restaurantes do destino, por meio da aplicação de receitas baseadas em ingredientes típicos regionais;

- Oferecimento de capacitação quanto à manipulação com higiene dos alimentos para os ambulantes que vendem refeições;
- Participação frequente do empresariado local do setor de alimentação em cursos, públicos ou privados, com o objetivo de ampliar seu conhecimento sobre gestão do negócio e manipulação de alimentos;
- Presença de instituições de qualificação profissional que oferecem cursos regulares livres, técnicos, de graduação e de especialização nas áreas relacionadas ao turismo no município.

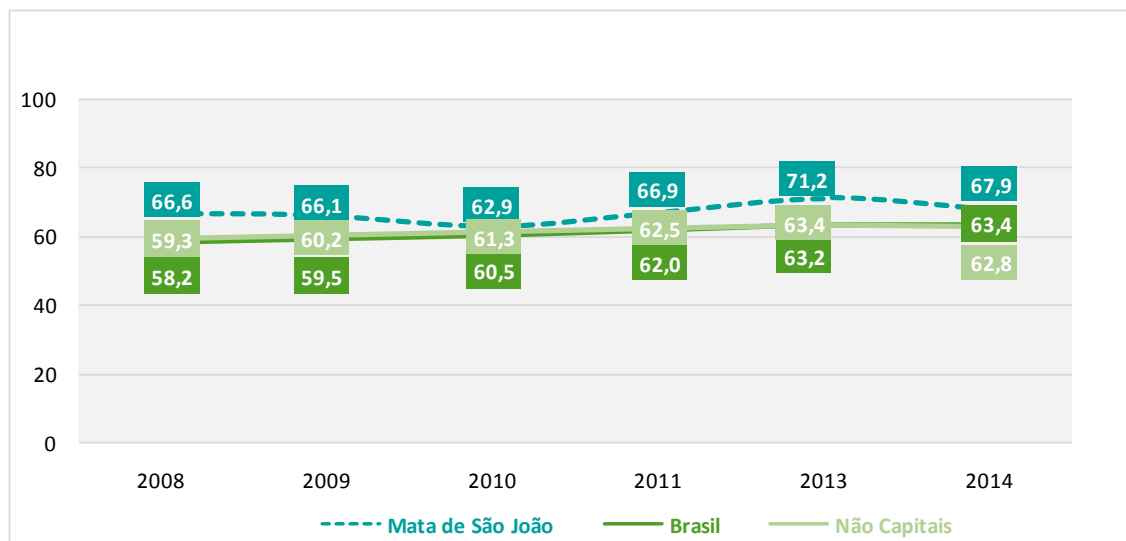
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador, constam os seguintes:

- Cobertura da sinalização turística viária do destino e da sinalização turística descritiva ou interpretativa dos atrativos, presente em apenas parte do município;
- Inexistência de sinalização com mapa turístico informativo nas áreas turísticas;
- Ausência de políticas locais de incentivo ao uso de tecnologias que priorizem a questão ambiental em meios de hospedagem;
- Não cumprimento dos quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida por parte dos meios de hospedagem;
- Ausência de guias de turismo capacitados para atendimento em outros idiomas;
- A não obrigatoriedade por parte do poder público de capacitação dos proprietários de restaurantes para a obtenção do alvará de funcionamento.

2.5. Atrativos turísticos

Na dimensão *Atrativos turísticos*, o *Estudo de Competitividade* analisou as seguintes variáveis: (i) atrativos naturais; (ii) atrativos culturais; (iii) eventos programados; e (iv) realizações técnicas, científicas ou artísticas.

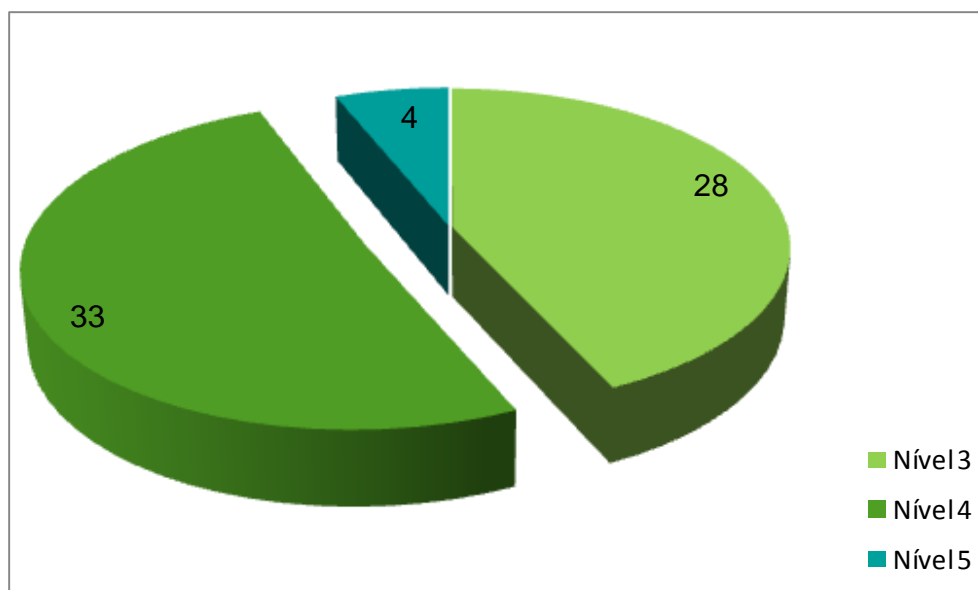
Gráfico 10. Índices Atrativos turísticos – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Atrativos turísticos*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou abaixo do registrado no ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 10. Este índice posiciona-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das não capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 11 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Atrativos turísticos*. Observa-se que 33 destinos se encontram no mesmo nível que Mata de São João; nível em que se encontra a maioria dos destinos indutores.

Gráfico 11. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Atrativos turísticos



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

- Existência de atrativos naturais para os quais há fluxo turístico: Praia do Forte, Reserva Sapiranga e Rio Pojuca;
- Evidência de conservação ambiental e da estrutura física disponível no entorno do principal atrativo natural indicado – Praia do Forte –, conforme observado em visita técnica;
- Existência de sinalização de trânsito viária e pavimentação das vias de acesso até o principal atrativo natural indicado;
- Presença de atrativos culturais com fluxo turístico, sendo indicados como principais: Casa da Torre de Garcia D'Ávila e Casa de Artesanato de Diogo;
- Existência de sinalização de trânsito viária até o principal atrativo cultural indicado;
- Existência de eventos programados que atraem turistas, dentre os quais os principais são: Festa de São João, Festival Gastronômico da Praia do Forte e *Réveillon* da Praia do Forte;
- Acesso facilitado ao local onde ocorre o evento devido à existência de sinalização viária e pavimentação das vias de acesso ao local;

- Existência de atrativos de realizações técnicas e científicas² que atraem visitantes ao longo de todo o ano com interesse específico, independentemente de uma data especial no calendário de eventos, com destaque para o Projeto Tamar, o Projeto Baleia Jubarte e a Observação da flora e da fauna na Reserva Sapiranga;
- Adoção de quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência no Projeto Tamar.

Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

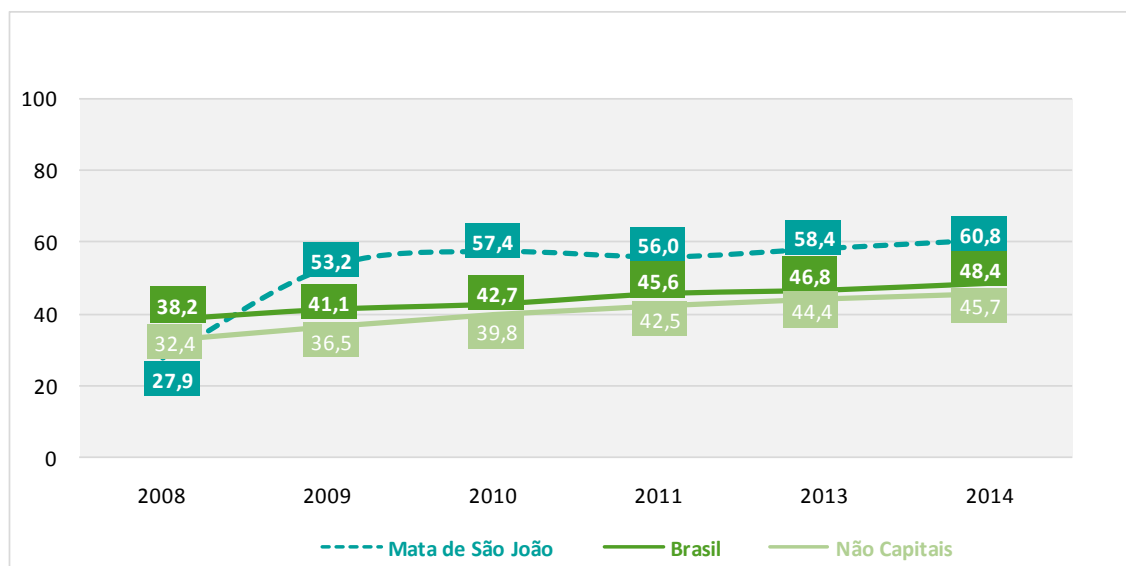
- Inexistência de estudo de capacidade de carga ou suporte para o principal atrativo natural para o controle de visitantes no local com intuito de minimizar o impacto da atividade turística sobre os recursos naturais;
- Inexistência de estudo de capacidade de carga para o principal atrativo cultural indicado;
- Carência de melhorias de estrutura no principal atrativo cultural indicado e inexistência de um serviço de apoio aos visitantes no local;
- As condições de acessibilidade para pessoas com deficiência no principal atrativo cultural não é completa;
- Ausência de recursos que confirmem acessibilidade para pessoas com deficiência no local em que acontece o principal evento programado.

2.6. Marketing e promoção do destino

Na dimensão *Marketing e promoção do destino* foram consideradas as seguintes variáveis: (i) plano de marketing; (ii) participação em feiras e eventos; (iii) promoção do destino; e (iv) estratégias de promoção digital.

² Realizações técnicas, científicas e artísticas são obras, instalações, atividades acadêmicas e de pesquisas que, em qualquer época do ano, independentemente de eventos, são **capazes de motivar o interesse de turistas e especialistas e, com isso, provocar a utilização de serviços e equipamentos turísticos**. Exemplos: sítios arqueológicos, locais de observação de pássaros, exposições, ateliers, escolas de dança, de música ou de artes cênicas, centros de treinamento e de excelência, campos de golfe, parques temáticos e parques aquáticos.

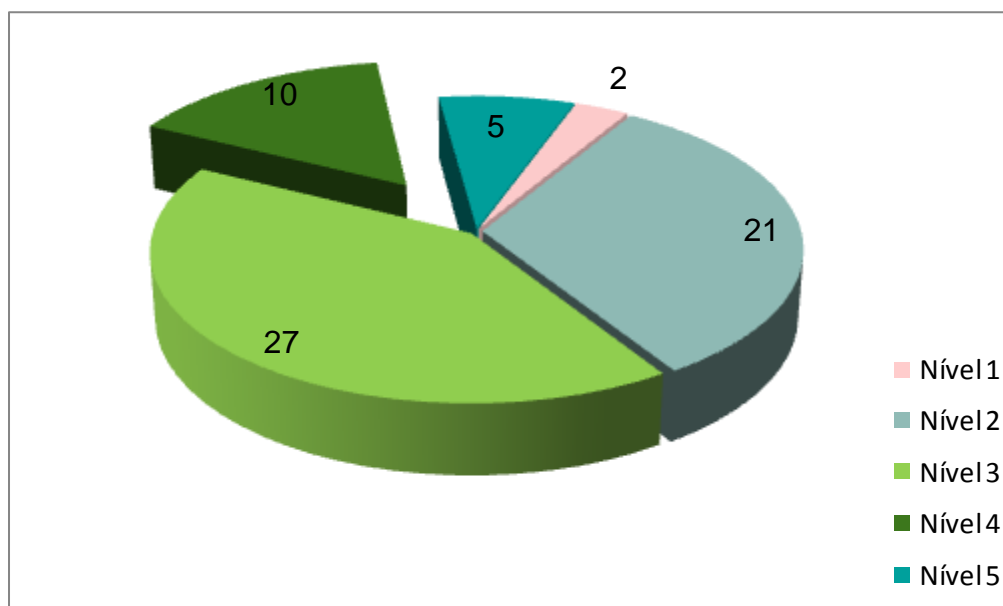
Gráfico 12. Índices Marketing e promoção do destino – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Marketing e promoção do destino*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do registrado no ano anterior, alcançando um nível superior (nível 4), como é possível observar no Gráfico 12. Este índice posiciona-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das não capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 13 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Marketing e promoção do destino*. Observa-se que 10 destinos se encontram no mesmo nível que Mata de São João; enquanto a maior parte dos destinos indutores encontra-se no nível 3.

Gráfico 13. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Marketing e promoção do destino



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

- Existência de plano de marketing formal para o destino, elaborado com a colaboração de diversos atores, fundamentado em pesquisa sobre a demanda turística, com indicadores de desempenho definidos, e contemplando a relação com agências e operadoras de turismo;
- Participação contínua em feiras e eventos do setor de turismo, cujos resultados são avaliados por meio de contagem dos relacionamentos estabelecidos;
- Participação do destino em rodadas de negócios em eventos e feiras de turismo no ano anterior;
- Existência de material promocional institucional (folhetos, manuais, mapas) disponível inclusive em idioma estrangeiro, distribuído no centro de atendimento ao turista e nos eventos promocionais;
- Realização de acompanhamento de notícias ou matérias específicas, do setor de turismo, veiculadas na mídia sobre o destino (clipagem);
- Realização de ações promocionais do destino, no ano anterior, dentre as quais estão a realização de *famtour* e *press trips*;

- Existência de página institucional do município na internet – acessível pelo endereço <http://www.matadesaojoao.ba.gov.br/> – na qual são divulgadas informações turísticas sobre o destino;
- Existência de página promocional de turismo do destino, acessível pelo endereço <http://www.matadesaojoao.ba.gov.br/guia-turistico>, atualizada periodicamente.

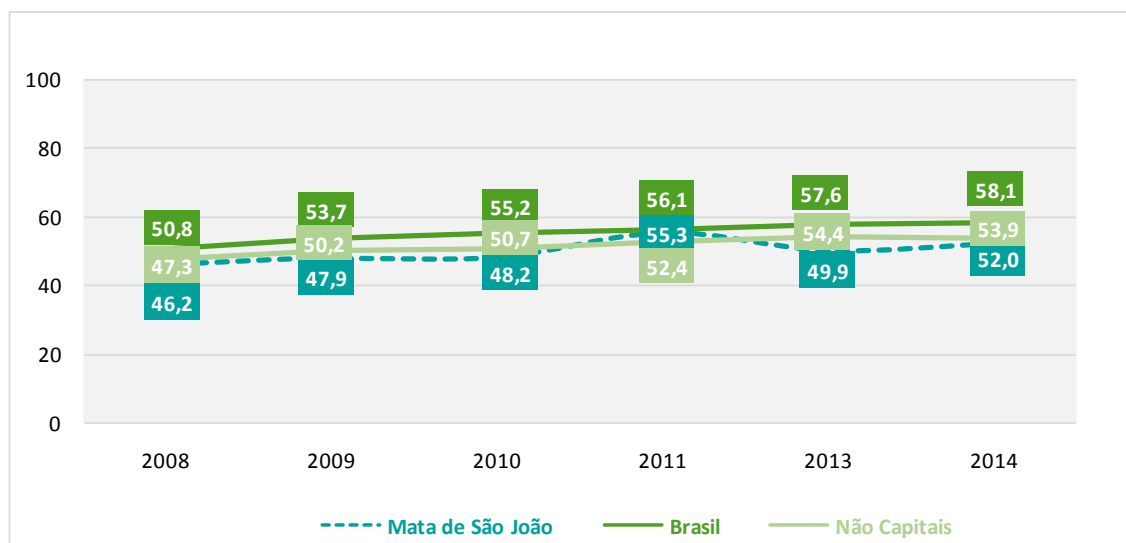
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

- Não participação contínua em feiras e eventos de outros setores, não diretamente ligados ao turismo;
- O fato de o destino não ter produzido eventos fora de seu território para divulgar seus atrativos e equipamentos, no ano anterior;
- Inexistência de material promocional específico que apresente a estrutura disponível para eventos no destino;
- Indisponibilidade de agenda de eventos para consulta pelo turista e a população local;
- Ausência de informações em idioma estrangeiro na página promocional de turismo do destino;
- Ausência do destino nas redes sociais, o que poderia ser feito com o intuito de divulgar suas atrações e eventos;
- Inexistência de aplicativo oficial do destino para smartphones.

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.

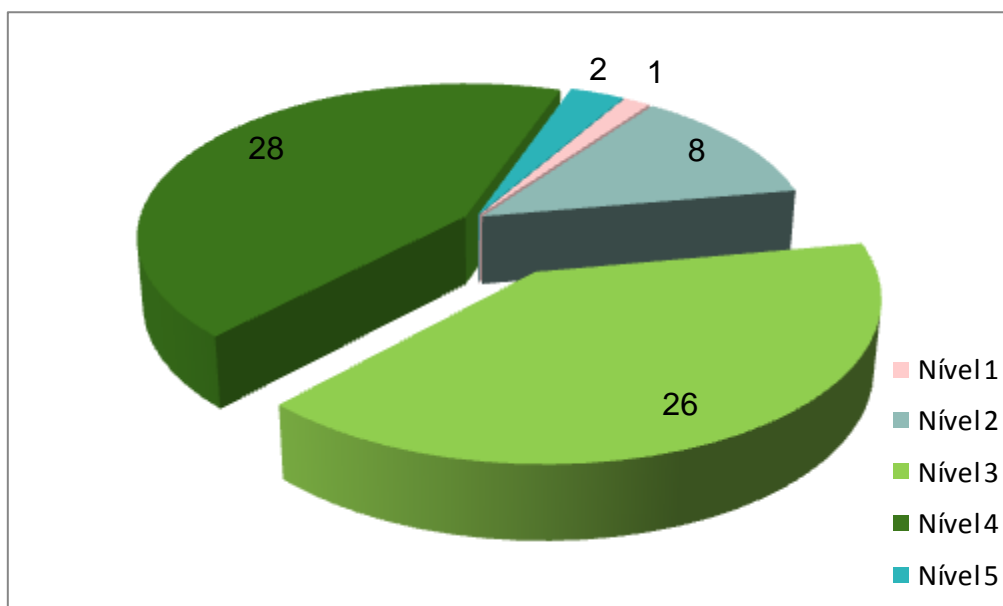
Gráfico 14. Índices Políticas públicas – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Políticas públicas*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do registrado no ano anterior, mantendo-se no nível 3, como é possível observar no Gráfico 14. Este índice posiciona-se abaixo da média nacional na dimensão, e abaixo da média do grupo das não capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 15 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Políticas públicas*. Observa-se que 26 destinos se encontram no mesmo nível que Mata de São João; enquanto a maior parte dos destinos indutores encontra-se no nível 4.

Gráfico 15. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Políticas públicas



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;
- A Secretaria Municipal de Cultura e Turismo desenvolveu, em 2013, projetos em conjunto com a Secretaria Municipal de Educação e a Secretaria Municipal de Ação Social em atividades relacionadas ao turismo;
- Existência de instância de governança local ativa – em formato de Conselho Municipal de Turismo – dedicada ao acompanhamento da atividade turística, com reuniões mensais;
- Representação do órgão municipal de turismo no fórum ou conselho estadual do turismo;
- Recebimento de investimentos diretos do governo federal em projetos ligados ao turismo no destino no ano anterior;
- Existência de Plano Diretor Municipal, revisado recentemente, que contempla o setor de turismo;
- Execução de ações em parceria com a iniciativa privada ou com entidades de classe representativas do setor ao longo do ano anterior em áreas como

treinamento e capacitação profissional voltado para o turismo e incremento da segurança do destino.

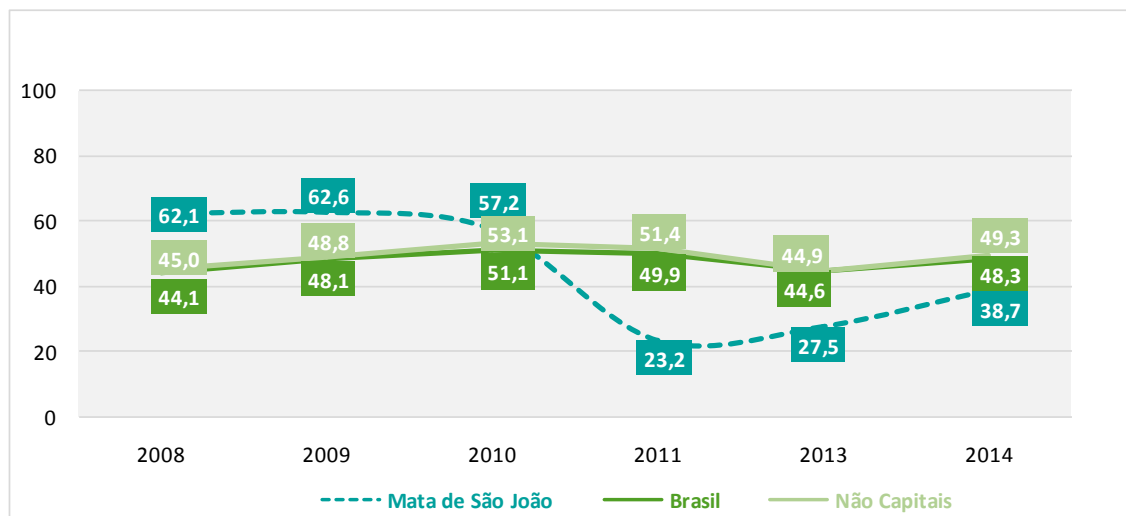
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

- Inexistência de órgão gestor exclusivo da pasta turismo – Secretaria de Cultura e Turismo;
- Indisponibilidade de fonte de recurso próprio extraorçamentário para o órgão gestor de turismo;
- Não recebimento de recursos de emendas parlamentares para o turismo no ano anterior;
- Ausência de investimentos diretos do governo estadual em projetos que visam ao desenvolvimento do turismo, no ano anterior;
- Ausência de convênios firmados com o Governo Federal, especificamente com o Ministério do Turismo;
- Inexistência de planejamento formal para o setor de turismo do destino, que defina diretrizes e metas do setor para os próximos anos.

2.8. Cooperação regional

O *Estudo de Competitividade* considerou 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.

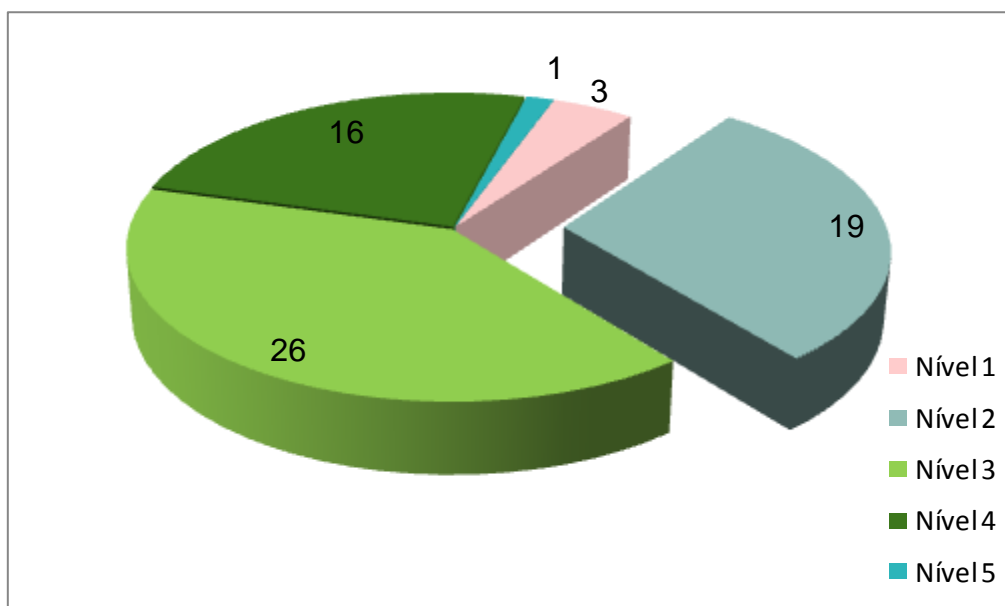
Gráfico 16. Índices Cooperação regional – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Cooperação regional*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do registrado no ano anterior, mantendo-se no nível 2, como é possível observar no Gráfico 16. Este índice posiciona-se abaixo da média nacional na dimensão, e abaixo da média do grupo das não capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 17 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Cooperação regional*. Observa-se que 19 destinos se encontram no mesmo nível que Mata de São João; enquanto a maior parte dos destinos indutores encontra-se no nível 3.

Gráfico 17. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Cooperação regional



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

- Existência de uma instância de governança regional – Câmara de Turismo do Litoral Norte da Bahia (zona turística Costa dos Coqueiros) – responsável por gerir as ações referentes à região turística da qual o destino faz parte, que conta com a participação ativa de diversos atores do segmento turístico da região, e que está formalmente constituída, seguindo os princípios do Programa de Regionalização do Turismo do Ministério do Turismo;
- Disponibilidade de um gestor executivo com dedicação parcial à coordenação das atividades da instância de governança regional;
- O fato de a instância de governança regional manter reuniões periódicas;
- Realização de parcerias com os setores públicos e privados dos municípios que a instância de governança regional representa;
- Realização de ações, no ano anterior, para mobilizar atores do segmento turístico do destino sobre a importância da cooperação regional nos municípios de Lauro de Freitas e Entre Rios;
- O fato de o destino integrar roteiros turísticos regionais, comercializados por operadores e/ou agências locais, nacionais e internacionais;

- Participação do destino em eventos para a promoção e comercialização dos roteiros regionais e da região turística dos quais faz parte, no ano anterior;
- O fato de o destino produzir material promocional da região da qual faz parte.

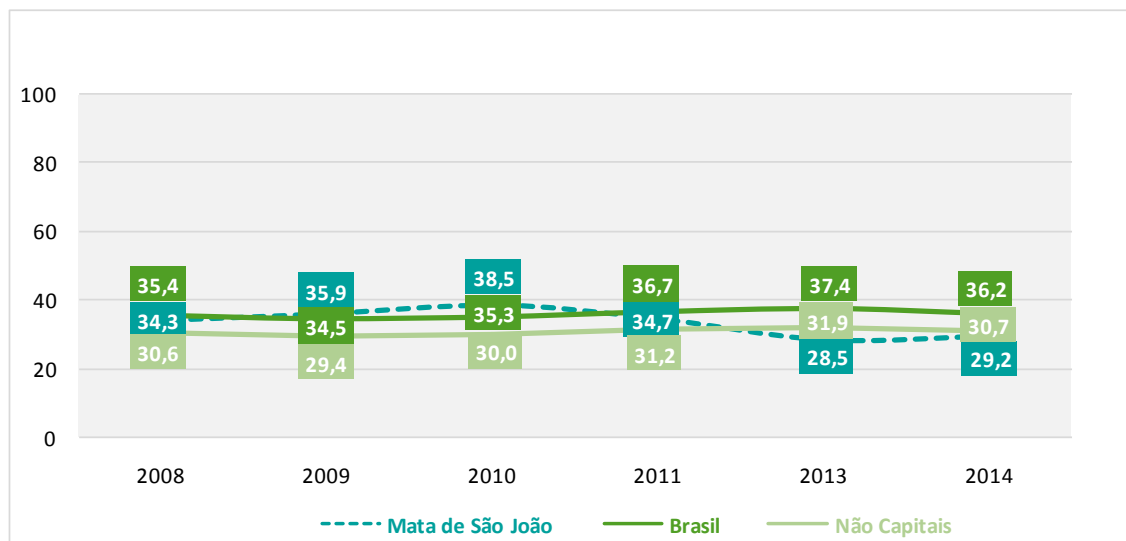
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador nesta dimensão, estão:

- O fato de a instância de governança regional – Câmara de Turismo do Litoral Norte da Bahia (zona turística Costa dos Coqueiros) – não dispor de um gestor executivo com dedicação exclusiva à coordenação, não contar com recurso próprio e nem suporte para a condução de suas atividades;
- Ausência de projetos de cooperação regional compartilhados com outros destinos da região da Costa dos Coqueiros;
- Ausência de plano de desenvolvimento turístico integrado para a região turística em vigor, que determine responsabilidades e metas de mercado;
- O fato de não terem sido realizadas ações promocionais em parceria com outros destinos da mesma região, como realização de *famtour* e *press trip*;
- Inexistência de página institucional da região turística ou dos roteiros turísticos regionais na internet;
- Inexistência de material promocional dos roteiros turísticos dos quais o destino faz parte.

2.9. Monitoramento

Na dimensão *Monitoramento* foram considerados 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.

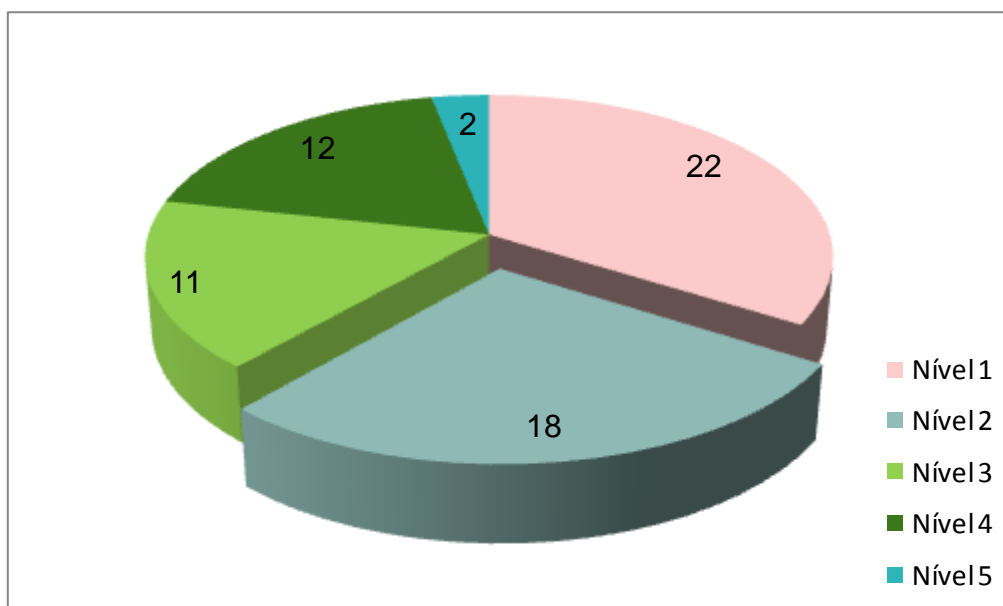
Gráfico 18. Índices Monitoramento – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Monitoramento*, o índice registrado pelo destino em 2014 manteve-se estável em relação ao ano anterior, mantendo-se no nível 2, como é possível observar no Gráfico 18. Este índice posiciona-se abaixo da média nacional na dimensão, e abaixo da média do grupo das não capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 19 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Monitoramento*. Observa-se que 18 destinos se encontram no mesmo nível que Mata de São João; enquanto a maior parte dos destinos indutores encontra-se no nível 1.

Gráfico 19. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Monitoramento



Na dimensão *Monitoramento*, o indicador foi influenciado de forma positiva por:

- Realização de controle de visitantes no Centro de Atendimento ao Turista (CAT) localizado na Praia do Forte;
- Existência de pesquisa de oferta turística atualizada – Cadastramento dos equipamentos e atrativos do destino;
- Aproveitamento dos dados coletados na pesquisa de oferta em planejamento, políticas públicas, ações de marketing e promoção;
- Acompanhamento contínuo dos objetivos da política em turismo em âmbito federal e municipal;
- Existência de estudos sobre os impactos econômicos gerados pelo turismo como o controle de arrecadação de impostos recolhidos do setor no destino;
- Monitoramento periódico dos impactos ambientais gerados pelo turismo, realizado pelo Projeto Tamar.

Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

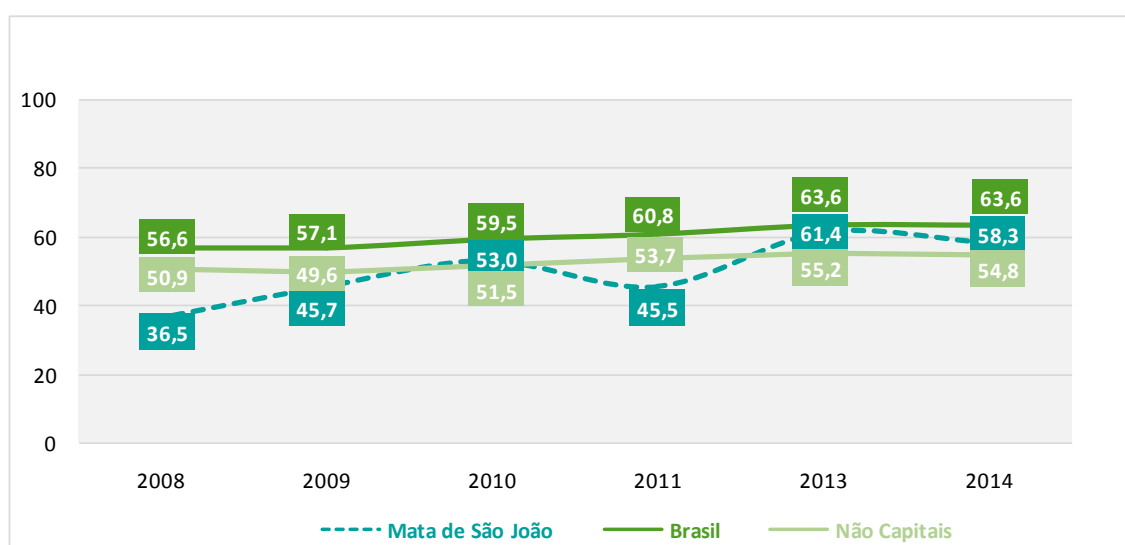
- Ausência de pesquisa de demanda turística periódica, que poderia gerar dados relevantes para a gestão, o planejamento e a divulgação de informações sobre a atividade turística no destino;

- Ausência de um conjunto de estatísticas turísticas e de relatórios de conjuntura turística;
- Inexistência de estudos e monitoramento sobre os impactos sociais gerados pelo turismo;
- Ausência de um setor específico de estudos que realize pesquisas em turismo na administração pública local.

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.

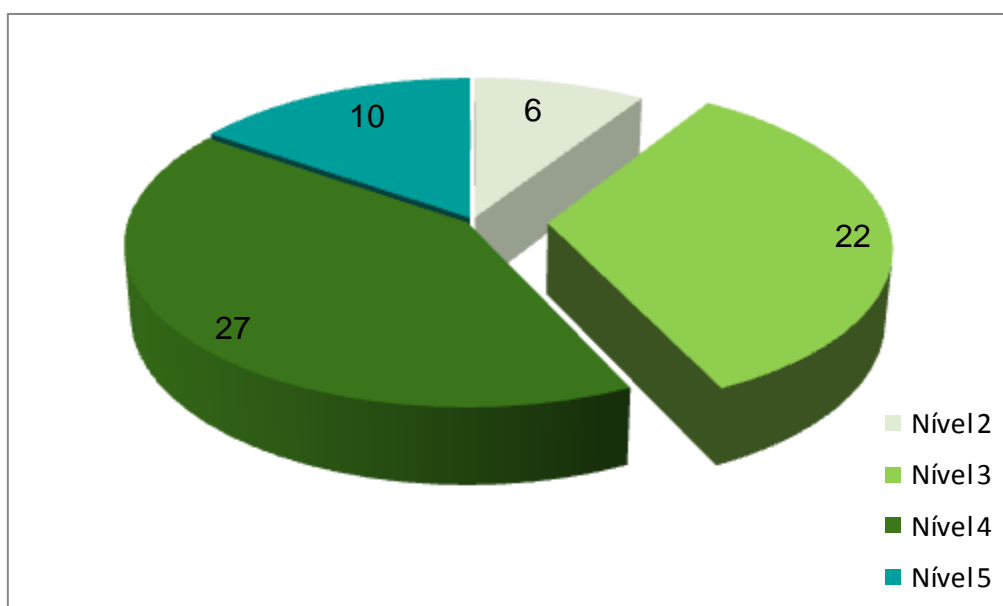
Gráfico 20. Índices Economia local – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Economia local*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou abaixo do registrado no ano anterior, caindo para o nível 3, como é possível observar no Gráfico 20. Este índice posiciona-se abaixo da média nacional na dimensão, mas acima da média do grupo das não capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 21 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Economia local*. Observa-se que 22 destinos se encontram no mesmo nível que Mata de São João; enquanto a maior parte dos destinos indutores encontra-se no nível 4.

Gráfico 21. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Economia local



O indicador foi influenciado de forma positiva nesta dimensão por fatores como:

- Cobertura de cinco operadoras de telefonia móvel no destino, sendo elas: Oi, TIM, Vivo, Claro e Nextel;
- Presença de caixas eletrônicos de autoatendimento para saques com cartões de crédito internacionais;
- Disponibilidade de benefícios locais de redução de impostos ou taxas para as atividades características do turismo, como o desconto de ISS durante os dois primeiros anos de empreendimentos hoteleiros com mais de 50 unidades habitacionais que contratarem pelo menos 65% da mão de obra local;
- Existência de lei municipal de incentivo à formalização de estabelecimentos comerciais e de prestadores de serviços: Lei 456/2010.

Entre os fatores que limitam a evolução do indicador, estão:

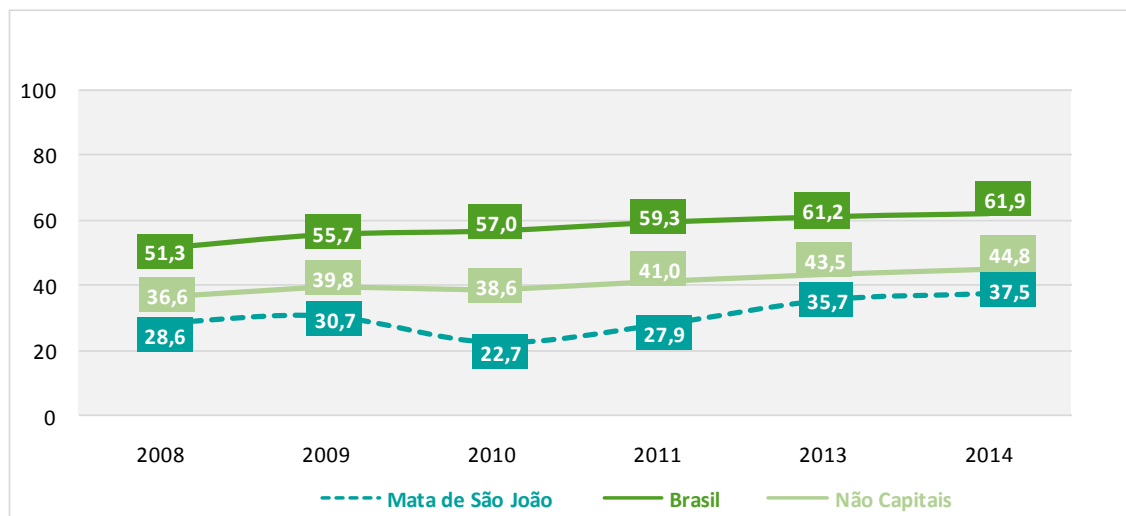
- Indisponibilidade de acesso gratuito à internet em locais públicos;
- Inexistência de um *Convention & Visitors Bureau* do destino, instituição que poderia auxiliar o destino na captação de eventos, na promoção e divulgação dos atrativos e no planejamento turístico em curto, médio e longo prazo;
- Ausência de empresas multinacionais de produção de bens (indústrias) no destino;
- O fato de o destino não exportar mercadoria de alto valor agregado e/ou perecível.

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

2.11. Capacidade empresarial

O *Estudo de Competitividade* considerou 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) geração de negócios e empreendedorismo.

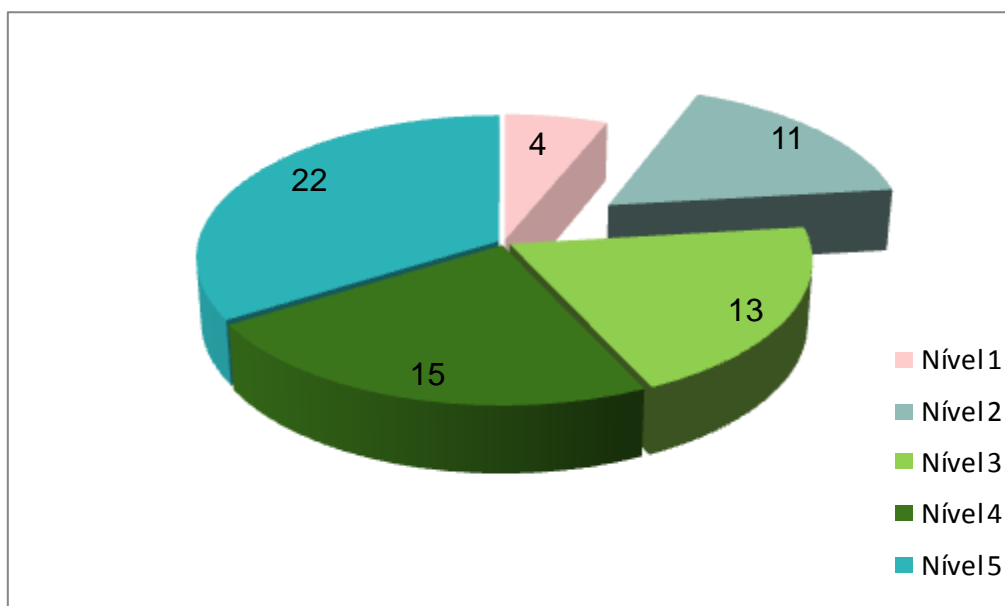
Gráfico 22. Índices Capacidade empresarial – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Capacidade empresarial*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do registrado no ano anterior, mantendo-se no nível 2, como é possível observar no Gráfico 22. Este índice posiciona-se abaixo da média nacional na dimensão, e abaixo da média do grupo das não capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 23 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Capacidade empresarial*. Observa-se que 11 destinos se encontram no mesmo nível que Mata de São João; enquanto a maior parte dos destinos indutores encontra-se no nível 5.

Gráfico 23. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Capacidade empresarial



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

- Existência de instituições de ensino com programas regulares de formação no destino;
- Presença de escola de formação em idioma estrangeiro – inglês;
- Presença de redes internacionais de meios de hospedagem;
- Existência de arranjos produtivos locais (APL) ligados ao setor de turismo no destino – Central de Negócios com empresários do destino e Associações de Artesãos.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador, estão:

- Carência de escolas de formação em outros idiomas estrangeiros que não o inglês;
- Ausência de grupos de redes nacionais ou internacionais de locação de automóveis;
- Presença de barreiras à entrada de novos empreendimentos turísticos, sinalizadas pelos entrevistados durante a pesquisa – infraestrutura para edificações (esgotamento);

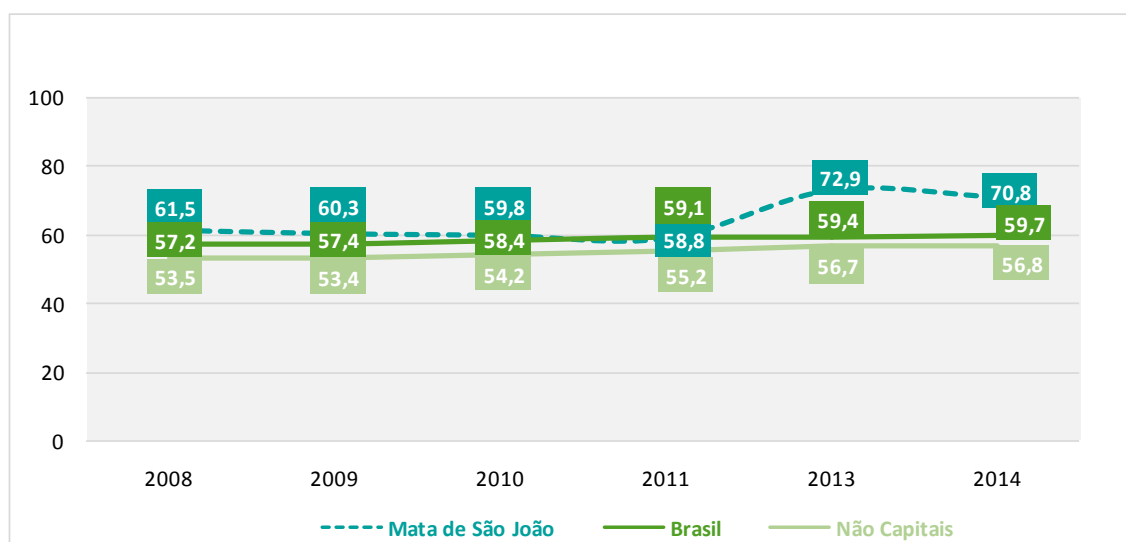
- O fato de não ter sido oferecido no destino, no ano anterior, curso do EMPRETEC; o que poderia ajudar a fomentar o empreendedorismo local.

Além disso, alguns dados secundários também ajudaram a compor a avaliação nesta dimensão, como o saldo de empresas formais (considerando abertura e fechamento) nos últimos dois anos; o salário médio, a massa salarial e sua taxa de crescimento; a taxa de criação de empregos no destino nos últimos dois anos, e o volume de exportação de bens e serviços.

2.12. Aspectos sociais

O *Estudo de Competitividade* considerou as seguintes variáveis referentes aos *Aspectos sociais*: (i) acesso à educação; (ii) empregos gerados pelo turismo; (iii) política de enfrentamento e prevenção à exploração de crianças e adolescentes; (iv) uso de atrativos e equipamentos turísticos pela população; e (v) cidadania, sensibilização e participação na atividade turística.

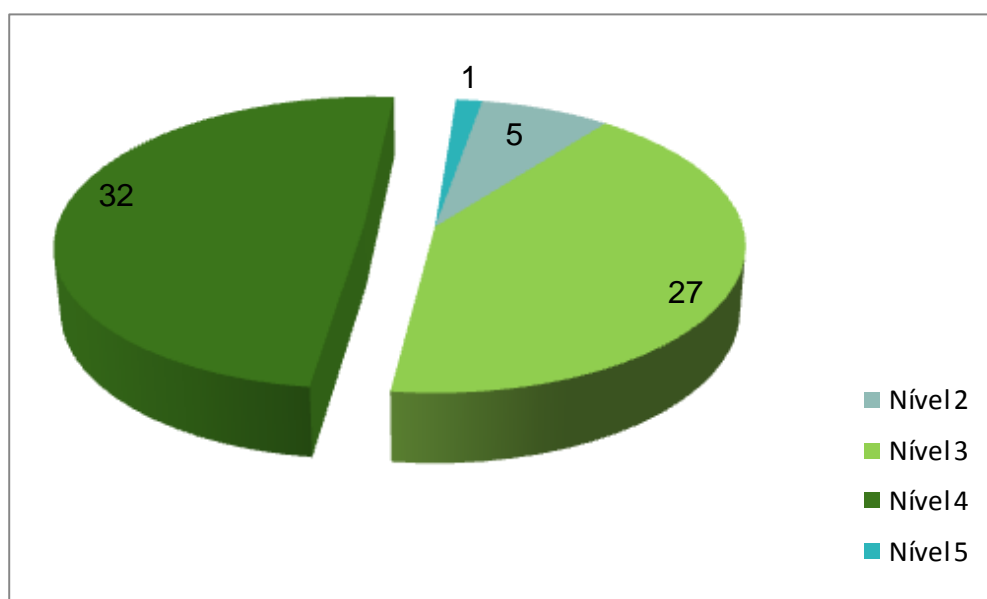
Gráfico 24. Índices Aspectos sociais – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Aspectos sociais*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou abaixo do registrado no ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 24. Este índice posiciona-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das não capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 25 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Aspectos sociais*. Observa-se que 32 destinos se encontram no mesmo nível que Mata de São João; nível em que se encontra a maioria dos destinos indutores.

Gráfico 25. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Aspectos sociais



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

- Existência de programas de incentivo ao uso dos equipamentos turísticos pela população local, ações contínuas realizadas por parte da iniciativa privada e do poder público;
- Sensibilização dos cidadãos sobre a importância da atividade turística para o destino – folheto Bem Receber;

- Sensibilização do turista para o respeito à comunidade local e para a preservação do meio ambiente, realizada pelo poder público municipal;
- A população costuma ser consultada sobre atividades ou projetos turísticos por meio das audiências públicas da prefeitura;
- Envolvimento da comunidade local com a atividade turística e participação evidente de associações não governamentais e associações de classe na discussão de projetos turísticos, em caráter consultivo;
- 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 da iniciativa privada, do terceiro setor e do poder público.

Entre os fatores limitantes para a evolução do indicador, estão:

- Utilização de mão de obra informal durante a alta temporada, segundo relatos obtidos em campo, em atividades relacionadas ao turismo, como hotelaria, bares e restaurantes e agências de viagens;
- Presença de deficiências dos profissionais de turismo de nível técnico-administrativo e operacional, conforme indicado pelos entrevistados durante a pesquisa, principalmente no que se refere a capacitação profissional e idiomas;
- Ocorrência de relatos de exploração sexual de crianças e adolescentes relacionada ao turismo no destino e de exploração do trabalho de crianças e adolescentes em atividades relacionadas ao turismo.

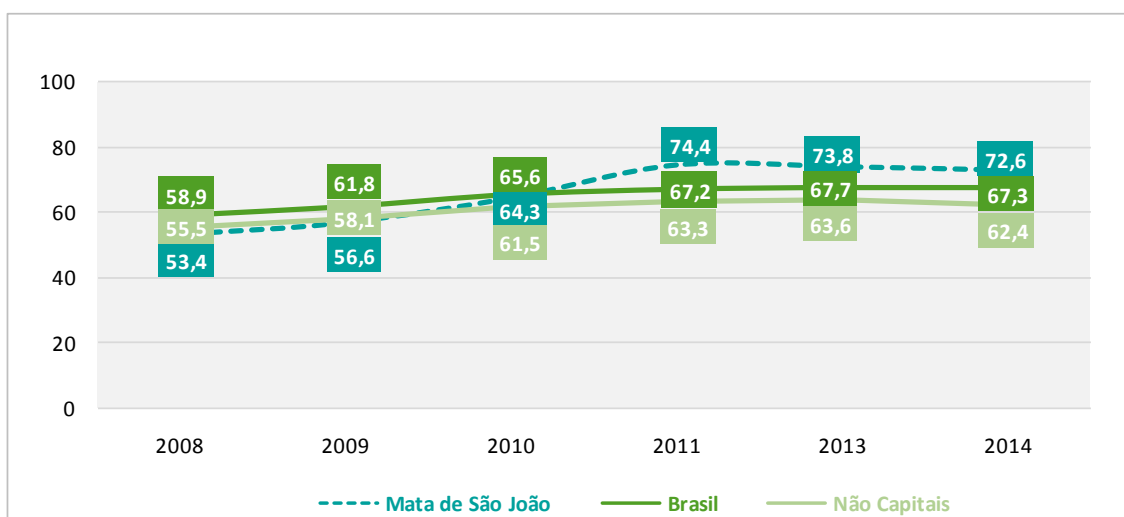
Além disso, indicadores sociais do município, como percentual de habitantes com acesso ao ensino, Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB) e Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M), foram alguns dos dados considerados na composição do índice da dimensão *Aspectos Sociais*.

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.

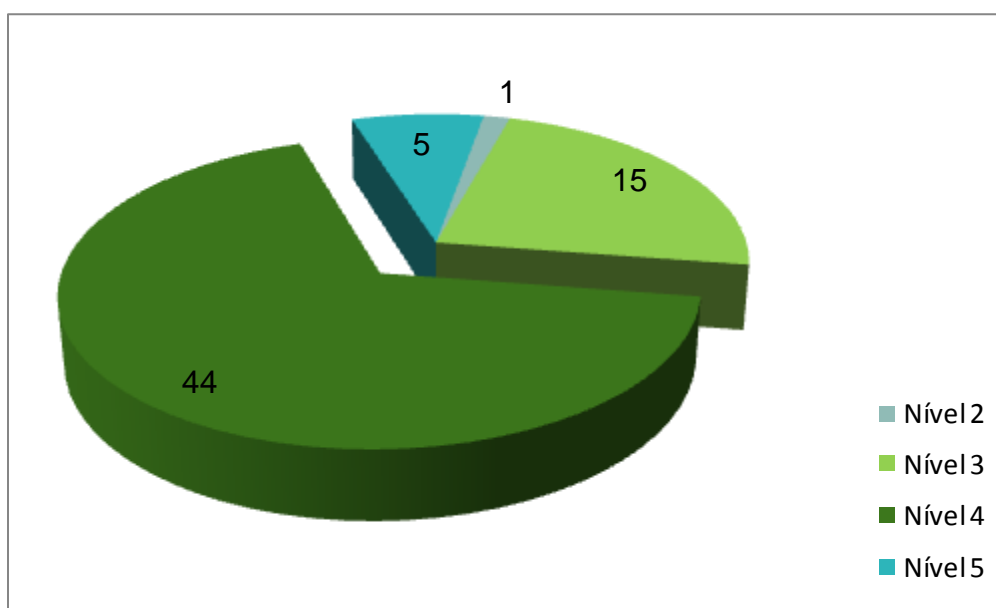
Gráfico 26. Índices Aspectos ambientais – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Aspectos ambientais*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou abaixo do registrado no ano anterior, permanecendo no nível 4, como é possível observar no Gráfico 26. Este índice posiciona-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das não capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 27 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Aspectos ambientais*. Observa-se que 44 destinos se encontram no mesmo nível que Mata de São João; nível em que se encontra a maioria dos destinos indutores.

Gráfico 27. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Aspectos ambientais



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

- Presença de um órgão municipal com atribuição de coordenar e incentivar ações referentes ao meio ambiente;
- Presença de um Conselho Municipal de Meio Ambiente ativo, com reuniões bimestrais;
- Existência de política municipal de meio ambiente no destino, a qual disciplina sobre ações do poder público no que tange ao meio ambiente, recursos hídricos, saneamento e desenvolvimento urbano;
- Existência de estação de tratamento de água (ETA) no destino;
- Realização de campanhas educativas periódicas para o uso racional da água;
- Monitoramento da balneabilidade da água do destino realizado semanalmente;
- Disponibilidade de sistema público de coleta de esgoto que atende ao destino;
- Destinação pública de resíduos sólidos residenciais e comerciais para aterro sanitário;
- Correta destinação (coleta, transporte, classificação e tratamento) dos Resíduos dos Serviços de Saúde (RSS) no destino;
- Presença de Unidade de Conservação no território municipal – APA Litoral Norte –, com conselho gestor ativo e plano de manejo em vigor.

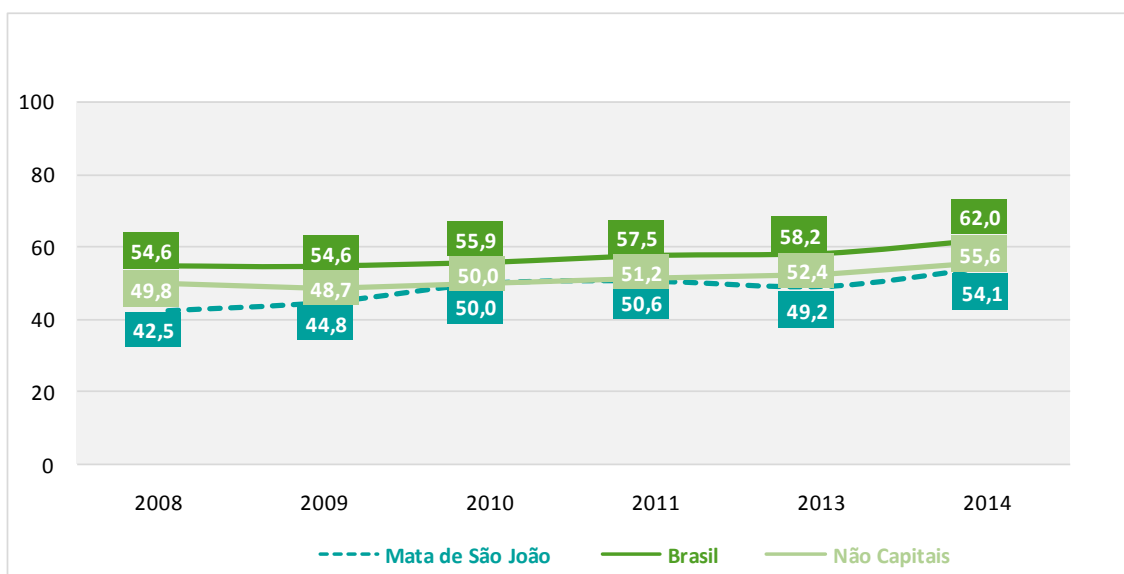
Entre os fatores limitantes para a evolução do indicador, figuram:

- Inexistência de um Código Ambiental Municipal;
- Inexistência de Plano Municipal de Meio Ambiente para o destino e de Plano Municipal de Resíduos Sólidos, em conformidade com a Política Nacional;
- Presença de atividades potencialmente poluidoras, com alvará de funcionamento ou de localização no território municipal, como extração de petróleo em terra;
- Inexistência de estação de tratamento de água para a sua reutilização;
- Inexistência de estação de tratamento de esgoto (ETE) em parte do destino;
- Inexistência de serviços de coleta seletiva de resíduos.

2.14. Aspectos culturais

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

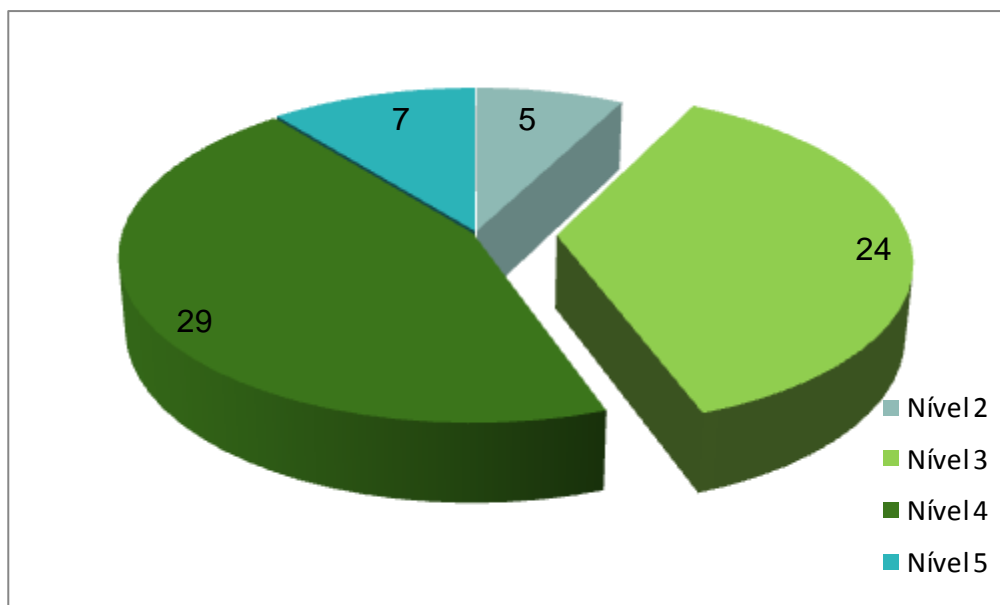
Gráfico 28. Índices Aspectos culturais – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Aspectos culturais*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do ano anterior, mantendo-se no nível 3, como é possível observar no Gráfico 28. Este índice posiciona-se abaixo da média nacional na dimensão, e abaixo da média do grupo das não capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 29 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Aspectos culturais*. Observa-se que 24 destinos se encontram no mesmo nível que Mata de São João; enquanto a maior parte dos destinos indutores encontra-se no nível 4.

Gráfico 29. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Aspectos culturais



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

- Presença de atividade artesanal típica – artesanato em palha de piaçava – comercializado em lojas e feiras de fácil acesso para o turista;
- Presença de cinco associações de artesãos;

- Existência de culinária típica pela qual o destino é reconhecido em esfera regional;
- Evidência de tradições culturais evidentes e típicas da região onde o destino está inserido, entre elas, o modo de vida dos pescadores, as tradições africanas, os grupos de capoeira, entre outras;
- Existência de manifestações religiosas, eventos tradicionais e típicos – Festa de São João e Festa do Bonfim;
- Presença de grupos artísticos de manifestação popular tradicional, que se apresentam com frequência no destino;
- Existência de patrimônios históricos tombados pelo Iphan, os quais também se constituem em atrativos turísticos, tais como: Casa da Torre de Garcia d'Ávila e Capela de Nossa Senhora da Conceição;
- Existência de sítio arqueológico registrado pelo Iphan;
- Presença de órgão da administração local responsável por incentivar o desenvolvimento da cultura;
- Manutenção de calendário de festas tradicionais populares, por meio de ações;
- Adesão do destino ao Sistema Nacional de Cultura.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador, estão:

- Ausência de patrimônio imaterial registrado;
- Inexistência de um Plano Municipal de Cultura que, entre outros benefícios, poderia ajudar a manter um calendário de manifestações culturais;
- Inexistência de legislação municipal de fomento à cultura, bem como de fundo municipal de cultura;
- Inexistência de projeto para implementação de turismo cultural no destino.

3. 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 do Brasil e do grupo das não capitais, registrados nas últimas três edições do Índice de Competitividade.

Ao realizar uma análise sobre a série histórica dos resultados de Mata de São João, é possível concluir que, em 2014, houve evolução do indicador de competitividade do destino (Índice geral) em comparação com o ano anterior da pesquisa.

Tabela 1. Índices de competitividade do destino e médias Brasil e não capitais³

Dimensões	Brasil				Não Capitais				Mata de São João			
	2010	2011	2013	2014	2010	2011	2013	2014	2010	2011	2013	2014
Índice geral	56,0	57,5	58,8	59,5	50,3	51,8	53,1	53,4	49,2	48,3	53,9	55,6
Infraestrutura geral	65,8	68,4	68,6	68,2	59,8	63,2	63,8	62,5	40,5	46,6	56,4	59,3
Acesso	60,5	61,8	62,6	62,2	52,3	53,1	53,8	52,4	58,2	59,5	56,6	60,2
Serviços e equipamentos turísticos	50,8	52,0	56,8	58,7	41,9	43,4	48,1	49,6	28,3	21,9	39,4	42,1
Atrativos turísticos	60,5	62,0	63,2	63,4	61,3	62,5	63,4	62,8	62,9	66,9	71,2	67,9
Marketing e promoção do destino	42,7	45,6	46,8	48,4	39,8	42,5	44,4	45,7	57,4	56,0	58,4	60,8
Políticas públicas	55,2	56,1	57,6	58,1	50,7	52,4	54,4	53,9	48,2	55,3	49,9	52,0
Cooperação regional	51,1	49,9	44,6	48,3	53,1	51,4	44,9	49,3	57,2	23,2	27,5	38,7
Monitoramento	35,3	36,7	37,4	36,2	30,0	31,2	31,9	30,7	38,5	34,7	28,5	29,2
Economia local	59,5	60,8	63,6	63,6	51,5	53,7	55,2	54,8	53,0	45,5	61,4	58,3
Capacidade empresarial	57,0	59,3	61,2	61,9	38,6	41,0	43,5	44,8	22,7	27,9	35,7	37,5
Aspectos sociais	58,4	59,1	59,4	59,7	54,2	55,2	56,7	56,8	59,8	58,8	72,9	70,8
Aspectos ambientais	65,6	67,2	67,7	67,3	61,5	63,3	63,6	62,4	64,3	74,4	73,8	72,6
Aspectos culturais	55,9	57,5	58,2	62,0	50,0	51,2	52,4	55,6	50,0	50,6	49,2	54,1

Fonte: FGV, SEBRAE, MTur, 2014

³ O resultado Brasil considera a amostra das 65 cidades analisadas. Os resultados das “Não capitais” refletem a média dos índices do grupo de cidades de mesma característica geopolítica.