

ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE DO TURISMO NACIONAL

LENÇÓIS
2015



APRESENTAÇÃO

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 2015 do *Índice de Competitividade do Turismo Nacional*.

Por meio do índice de competitividade do destino e dos índices desagregados em 13 dimensões ligadas à atividade turística, é possível analisar o nível de desenvolvimento 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. A pesquisa é realizada anualmente em 65 destinos selecionados pelo MTur e Sebrae Nacional.

Tais resultados foram gerados a partir de respostas coletadas por pesquisadores da Fundação Getulio Vargas em visita a campo nos 65 municípios avaliados, realizada entre os meses de maio a agosto de 2015. A partir da identificação e do acompanhamento de aspectos objetivos, gera-se um diagnóstico da realidade local.

A principal finalidade deste documento 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.

Ministério do Turismo

Sebrae Nacional

Fundação Getulio Vargas

SUMÁRIO

1.	ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE 2015	4
2.	RESULTADOS GERAIS.....	9
3.	RESULTADOS POR DIMENSÃO	14
3.1.	Infraestrutura geral.....	14
3.2.	Acesso	16
3.3.	Serviços e equipamentos turísticos	18
3.4.	Atrativos turísticos	21
3.5.	Marketing e promoção do destino.....	24
3.6.	Políticas públicas	26
3.7.	Cooperação regional	28
3.8.	Monitoramento	31
3.9.	Economia local	32
3.10.	Capacidade empresarial	34
3.11.	Aspectos sociais	36
3.12.	Aspectos ambientais.....	38
3.13.	Aspectos culturais.....	40

1. ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE 2015

O conteúdo desse documento apresenta ao destino turístico os resultados do Índice de Competitividade, levantamento que visa refletir o estágio de desenvolvimento do destino de acordo com o seguinte conceito:

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

A competitividade do destino é avaliada de acordo com 13 dimensões e mais de 60 variáveis (Figura 1). A soma ponderada dos resultados conquistados pelo destino em cada uma dessas dimensões resulta no índice geral de competitividade do destino:

Figura 1. Dimensões e Variáveis que compõem o Índice de Competitividade

ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE DO TURISMO NACIONAL	DIMENSÃO	VARIÁVEIS						
	INFRAESTRUTURA GERAL	Capacidade de atendimento médico para o turista no destino	Fornecimento de energia	Serviço de proteção ao turista	Estrutura urbana nas áreas turísticas			
	ACESSO	Acesso aéreo	Acesso rodoviário	Acesso aquaviário	Acesso ferroviário	Sistema de transporte no destino	Proximidade de grandes centros emissores de turistas	
	SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS	Sinalização turística	Centro de atendimento ao turista	Espaço para eventos	Capacidade dos meios de hospedagem	Capacidade do turismo receptivo	Estrutura de qualificação para o turismo	Capacidade dos restaurantes
	ATRATIVOS TURÍSTICOS	Atrativos naturais	Atrativos culturais	Eventos programados	Realizações técnicas, científicas ou artísticas	Diversidade de atrativos, opções e equipamentos de lazer		
	MARKETING E PROMOÇÃO DO DESTINO	Plano de marketing	Participação em feiras e eventos	Promoção do destino	Estratégias de promoção digital			
	POLÍTICAS PÚBLICAS	Estrutura municipal para apoio ao turismo	Grau de cooperação com o governo estadual	Grau de cooperação com o governo federal	Planejamento para a cidade e para a atividade turística	Grau de cooperação público-privada		
	COOPERAÇÃO REGIONAL	Governança	Projetos de cooperação regional	Planejamento turístico regional	Roteirização	Promoção e apoio à comercialização de forma integrada		
	MONITORAMENTO	Pesquisas de demanda	Pesquisas de oferta	Sistema de estatísticas do turismo	Medição dos impactos da atividade turística	Setor específico de estudos e pesquisas		
	ECONOMIA LOCAL	Aspectos da economia local	Infraestrutura de comunicação	Infraestrutura e facilidades para negócios	Empreendimentos ou eventos alavancadores			
	CAPACIDADE EMPRESARIAL	Capacidade de qualificação e aproveitamento do pessoal local	Presença de grupos nacionais e internacionais do setor do turismo	Concorrência e barreiras de entrada	Geração de negócios e empreendedorismo			
	ASPECTOS SOCIAIS	Acesso à educação	Empregos gerados pelo turismo	Uso de atrativos e equipamentos turísticos pela população	Cidadania, sensibilização e participação na atividade turística	Política de enfrentamento e prevenção à exploração de crianças e adolescentes		
ASPECTOS AMBIENTAIS	Estrutura e legislação municipal de meio ambiente	Atividades em curso potencialmente poluidoras	Rede pública de distribuição de água	Rede pública de coleta e tratamento de esgoto	Coleta e destinação pública de resíduos	Patrimônio natural e unidades de conservação no território municipal		
ASPECTOS CULTURAIS	Produção cultural associada ao turismo	Patrimônio histórico cultural	Estrutura municipal para apoio à cultura					

Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

PESQUISA DE CAMPO

A pesquisa em Lençóis foi realizada entre os dias 11 e 15 de maio de 2015. Nesse período, o pesquisador da FGV realizou uma série de entrevistas com diversos atores, públicos e privados, envolvidos direta ou indiretamente com o turismo, como: prefeito; Secretaria Municipal de Turismo; outras secretarias municipais (Cultura, Meio Ambiente, Finanças, Infraestrutura ou Obras, Ação Social etc); representantes dos empresários do setor hoteleiro; representantes dos empresários do setor de alimentação; representantes dos empresários do setor de receptivo; Sebrae; conselho municipal de turismo; e instância de governança regional.

Além do levantamento de dados por meio de entrevistas, foram realizadas visitas técnicas aos principais equipamentos e atrativos turísticos do destino, além dos terminais de chegada ao destino. Nesta etapa, vários pontos são observados pelo pesquisador, como as principais características físicas dos atrativos turísticos e da estrutura urbana do destino. Por fim, parte das perguntas é respondida com base em informações oriundas de fontes secundárias, de abrangência nacional, disponíveis em nível municipal. O levantamento dessas informações permitiu que fosse preenchido o instrumento de coleta de dados da pesquisa, composto por mais de 500 perguntas, divididas entre as 13 dimensões que compõem o Índice de Competitividade.

CALCULO DO ÍNDICE

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.

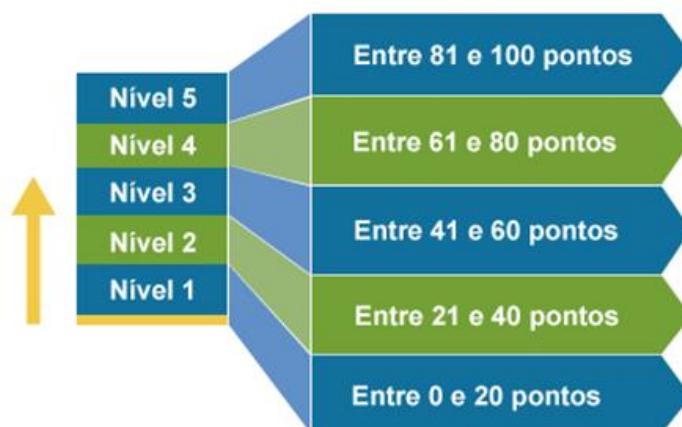
A soma da pontuação obtida em cada pergunta, multiplicada pelo peso de cada variável, resulta nos índices de cada dimensão. Os resultados de cada dimensão, por sua vez, foram multiplicados por seu peso - atribuído de acordo com sua importância para a competitividade - e, mais uma vez, somados. O resultado desse cálculo corresponde ao índice geral de competitividade do destino.

ANÁLISE DOS RESULTADOS

O presente relatório apresenta os resultados consolidados do destino em 2015: o índice geral de competitividade do destino e o indicador em cada uma das 13 dimensões avaliadas.

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

Figura 2. Níveis do Índice de Competitividade



Para 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.

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.

No capítulo de Resultados Consolidados, é apresentada uma tabela com os resultados gerais do destino, do Brasil e do grupo das não capitais dos últimos três anos.

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.

O índice geral vai indicar o nível de competitividade alcançado pelo destino. Porém, a competitividade deve ser analisada de forma relativa. Por isso, é fundamental analisar os resultados de forma crítica, ponderando questões ligadas às suas características geográficas, econômicas e ao posicionamento do destino, 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. É importante também verificar a evolução ao longo do tempo.

Para identificar as áreas onde é preciso melhorar, o destino deve verificar as dimensões com índice mais baixo e avaliar quais são os aspectos que demandam ações de curto prazo. Para auxiliar nessa identificação, foram elencados, com base na análise dos resultados e, principalmente, das respostas obtidas em campo, os principais desafios do destino dentro da temática abordada em cada dimensão.

Além de avaliar seus pontos fracos, o destino deve ter atenção nos seus pontos fortes, pois essas são fontes de vantagem competitiva. É importante também analisar as dimensões com os melhores índices e manter a continuidade das ações dentro destes aspectos.

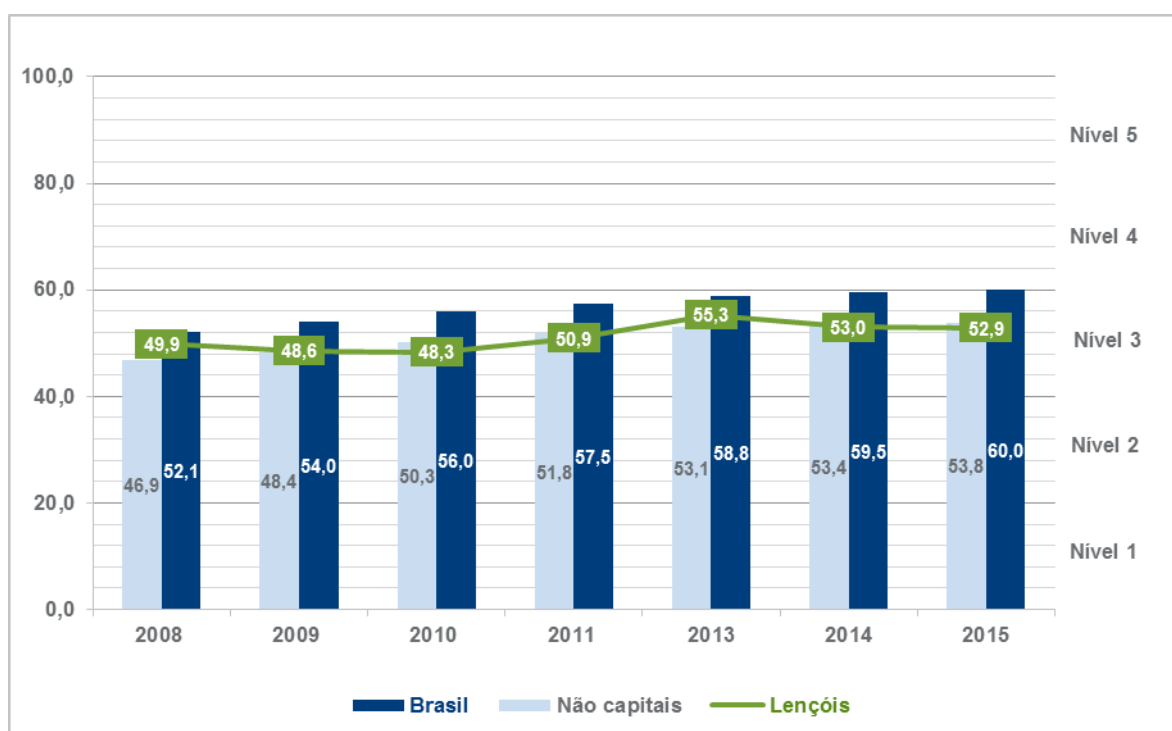
Cabe ressaltar que cada ponto deve ser discutido entre os atores envolvidos com o turismo no destino, tendo como base uma investigação mais detalhada sobre cada ponto, bem como um planejamento voltado para o desenvolvimento do turismo.

Além de observar os fatores destacados neste relatório individual, é importante conhecer todos os fatores avaliados pelo Índice, ainda que o destino já os tenha desenvolvido, pois a continuidade das ações é fundamental para a competitividade do destino. Para isso, pode-se consultar o capítulo referente aos Aspectos Metodológicos do Índice na publicação *Índice de Competitividade do Turismo Nacional - Relatório Brasil 2015*, em especial a parte que detalha cada dimensão e variável.

2. RESULTADOS GERAIS

O índice geral alcançado por Lençóis indica que o destino situa-se no nível 3 de competitividade, e registrou estabilidade em relação ao último ano da pesquisa. O resultado é inferior à média Brasil e similar à média das não capitais, conforme é possível observar no Gráfico 1.

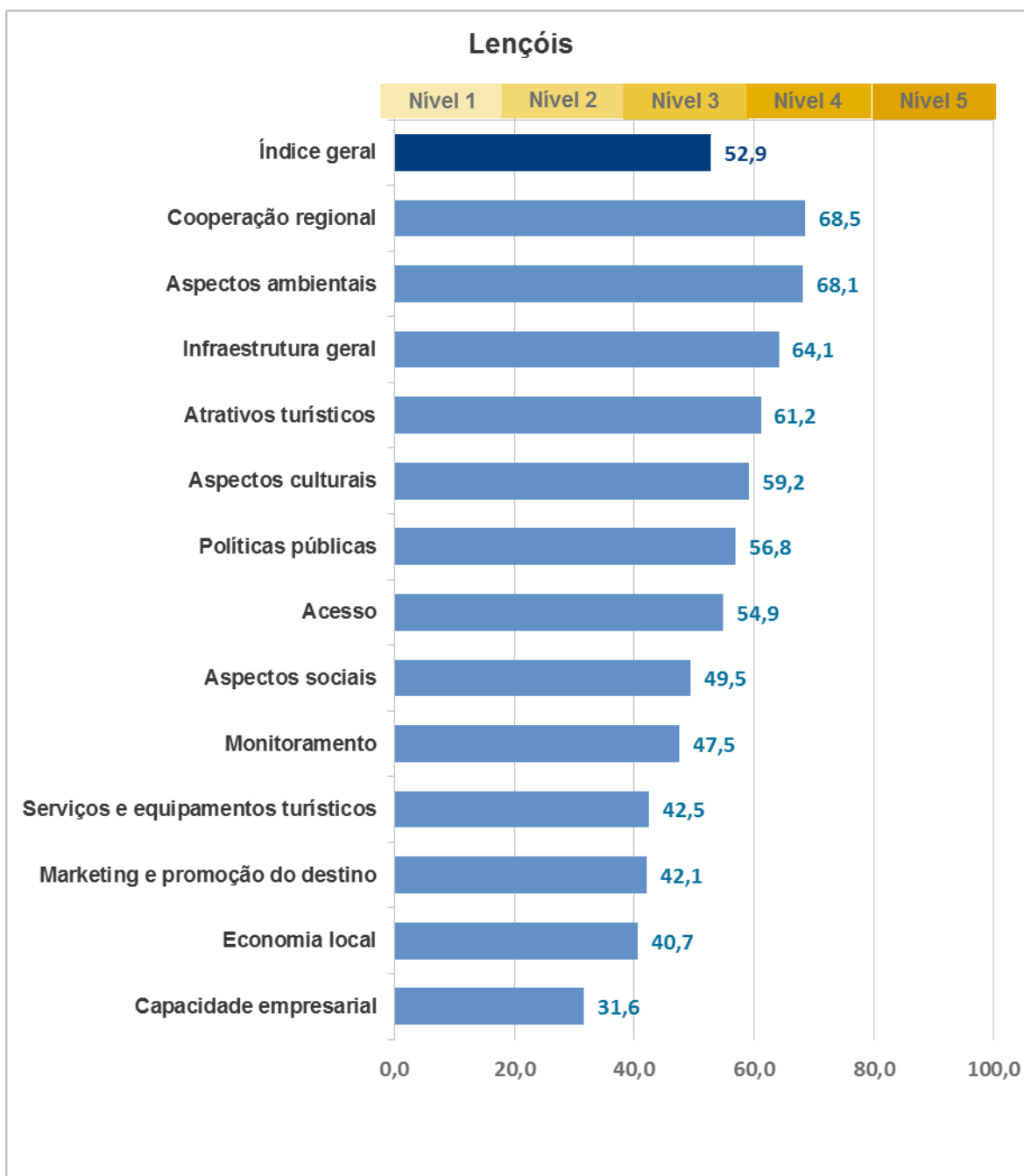
Gráfico 1. Índices gerais de competitividade – destino x Brasil x não capitais: 2008-2015



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

Este índice foi influenciado pelos resultados de cada uma das 13 dimensões avaliadas, apresentados no Gráfico 2:

Gráfico 2. Índices do destino por dimensão, em ordem decrescente de desempenho



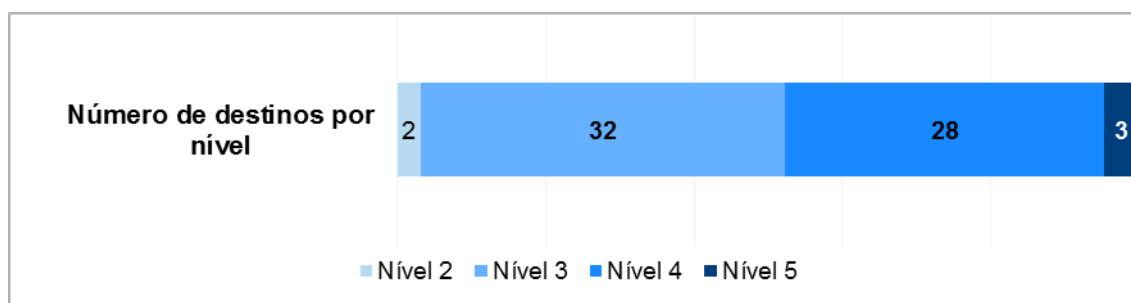
Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

As dimensões com os maiores índices são *Cooperação regional*, *Aspectos ambientais*, *Infraestrutura geral* e *Atrativos turísticos*, resultados que atingiram o nível 4, indicativo de que há espaço para melhorias e inovações.

Por sua vez, a dimensão com o menor índice registrado é *Capacidade empresarial*, cujo índice não ultrapassou o nível 2.

O Gráfico 3 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado. Observa-se que 32 destinos se encontram no mesmo nível que Lençóis, estágio em que se encontra a maior parte dos destinos pesquisados.

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



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

Com base nas observações realizadas ao longo da pesquisa, nas respostas obtidas e, em especial, nos relatos dos próprios entrevistados, é possível destacar alguns dos principais fatores positivos, bem como os principais desafios para a competitividade do destino:

Diferenciais de LENÇÓIS (BA):

- Presença de atrativos naturais, culturais, eventos e realizações técnicas e científicas, com destaque para o Parque Nacional da Chapada Diamantina, que atrai fluxos turísticos nacionais e internacionais em qualquer parte do ano;
- Cooperação regional com a organização de agentes e promoção de projetos pela Câmara de Turismo do Território da Chapada Diamantina, sendo um deles a reativação em 2014 do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo e da Economia Criativa - Circuito do Diamante da Chapada Diamantina – BA - 2013/2016;
- O aprimoramento da participação em discussões do turismo por meio do Conselho Municipal.

Desafios de LENÇÓIS (BA):

- A sinalização turística viária indicativa e descritiva ou interpretativa nas áreas turísticas e de entorno;
- Deficiências dos profissionais de nível técnico administrativo e operacional em turismo que envolvem a necessidade de aprimorar conhecimentos gerais em gestão de negócios e compreensão do turismo, como a necessidade da resolução de problemas em idiomas, atendimento ao cliente e outros, como os benefícios da formalização de negócios e uso de facilidades para a prestação de serviços;
- O fato de Lençóis não dispor de Política, Plano, legislação municipal de fomento à cultura, conselho e fundo municipal de cultura, ressaltando que o conselho, segundo entrevistados estava em processo de organização;
- Inexistência de planos formais como o Plano de Marketing contemplando ações a curto, médio e longo prazos, estratégicas, participativas e articuladas para o Turismo, que contribuam para a redução dos impactos negativos e a potencialização dos impactos positivos socioeconômicos, ambientais e culturais da atividade.

RESULTADOS CONSOLIDADOS

A tabela 1 consolida os resultados gerais do destino, do Brasil e do grupo das não capitais nos últimos três anos nas dimensões avaliadas.

Tabela 1. Índices de competitividade do destino e médias Brasil e não capitais²

Dimensões	BRASIL			NÃO CAPITAIS			LENÇÓIS		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015
ÍNDICE GERAL	58,8	59,5	60,0	53,1	53,4	53,8	55,3	53,0	52,9
INFRAESTRUTURA GERAL	68,6	68,2	67,7	63,8	62,5	61,8	77,3	71,0	64,1
ACESSO	62,6	62,2	61,9	53,8	52,4	52,4	60,6	56,4	54,9
SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS	56,8	58,7	59,0	48,1	49,6	49,5	43,0	46,0	42,5
ATRATIVOS TURÍSTICOS	63,2	63,4	63,2	63,4	62,8	62,6	63,7	62,9	61,2
MARKETING E PROMOÇÃO DO DESTINO	46,8	48,4	48,5	44,4	45,7	45,0	38,4	33,5	42,1
POLÍTICAS PÚBLICAS	57,6	58,1	58,9	54,4	53,9	55,3	56,3	55,5	56,8
COOPERAÇÃO REGIONAL	44,6	48,3	50,0	44,9	49,3	51,7	55,7	60,1	68,5
MONITORAMENTO	37,4	36,2	36,3	31,9	30,7	30,4	44,1	37,2	47,5
ECONOMIA LOCAL	63,6	63,6	64,7	55,2	54,8	55,8	41,0	40,7	40,7
CAPACIDADE EMPRESARIAL	61,2	61,9	62,7	43,5	44,8	45,7	41,9	35,1	31,6
ASPECTOS SOCIAIS	59,4	59,7	60,5	56,7	56,8	57,9	57,8	50,2	49,5
ASPECTOS AMBIENTAIS	67,7	67,3	68,2	63,6	62,4	63,5	72,0	67,7	68,1
ASPECTOS CULTURAIS	58,2	62,0	64,0	52,4	55,6	57,6	54,8	61,5	59,2

Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

² O resultado Brasil considera a amostra das 65 localidades analisadas. Os resultados das não capitais refletem a média dos índices do grupo de cidades de mesma característica geopolítica.

3. RESULTADOS POR DIMENSÃO

Conforme indicado na etapa anterior, o Índice de Competitividade do destino (Índice geral) é o resultado da soma ponderada dos índices registrados em cada uma das 13 dimensões. Nas próximas páginas, portanto, serão apresentados os resultados registrados pelo destino em cada dimensão, e a série histórica de índices. Para apoiar a compreensão, serão destacados os principais fatores positivos e os principais desafios para a competitividade do destino³.

3.1. Infraestrutura geral

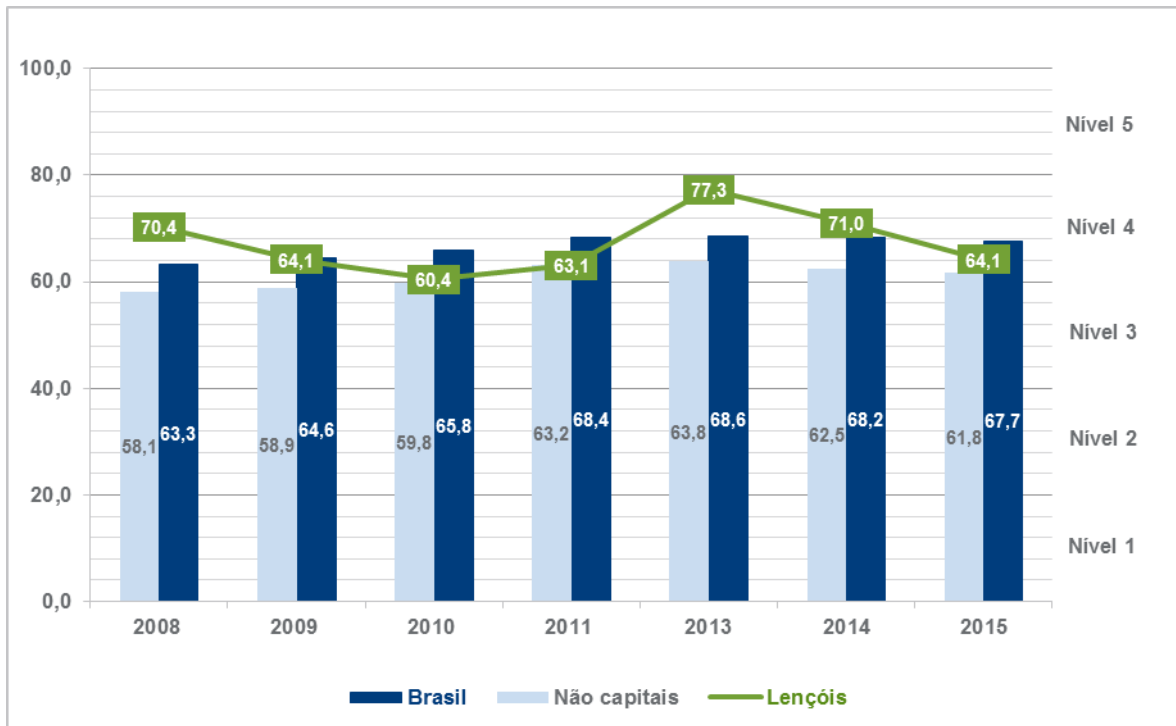
Variáveis analisadas:

Capacidade de atendimento médico para o turista no destino	Fornecimento de energia	Serviço de proteção ao turista	Estrutura urbana nas áreas turísticas
--	-------------------------	--------------------------------	---------------------------------------

Na dimensão *Infraestrutura geral*, o índice registrado pelo destino em 2015 ficou abaixo do alcançado no ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 4. Este índice posicionou-se abaixo da média nacional e acima da média do grupo das não capitais na dimensão.

³ Como ressaltado anteriormente, a totalidade dos quesitos considerados em cada dimensão pode ser conferida no Relatório Brasil 2015, no capítulo correspondente aos Aspectos Metodológicos do Índice. Optou-se por destacar aqui apenas os principais, para oferecer ao destino uma análise mais direcionada.

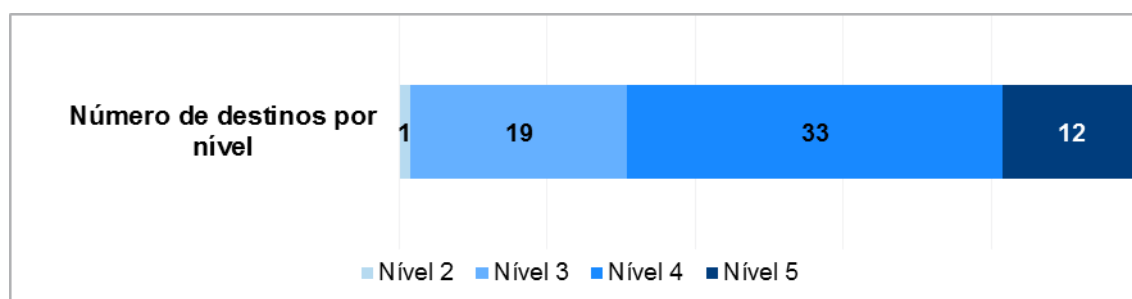
Gráfico 4. Índices Infraestrutura geral – destino x Brasil x não capitais: 2008-2015



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

O Gráfico 5 mostra o posicionamento dos 65 destinos pesquisados de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Infraestrutura geral*. Ressalta-se que 33 destinos se encontram no mesmo nível que Lençóis, estágio em que se encontra a maioria dos destinos pesquisados.

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



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

Dentre os fatores que influenciaram o resultado da dimensão, destacam-se:

- Existência de Deltur, Delegacia de Proteção ao Turista da Polícia Civil;
- Presença de Corpo de Bombeiros com grupo de busca e salvamento;
- Existência de algum elemento de drenagem pluvial nas áreas turísticas;
- Evidência da limpeza pública e da conservação urbana no entorno das áreas turísticas.

Entre os desafios enfrentados pelo destino, estão:

- Baixa complexidade do atendimento de emergências médicas 24 horas, restrito a primeiros socorros, esterilização e regulação de baixa complexidade;
- Fornecimento descontínuo de energia elétrica durante o ano, conforme relatos de oscilação no fornecimento;
- Inexistência de monitoria, vigilância ou controle por câmeras nas áreas turísticas;
- Carência de elementos de acessibilidade que permitam a circulação de pessoas com deficiência ou necessidades especiais nas áreas turísticas.

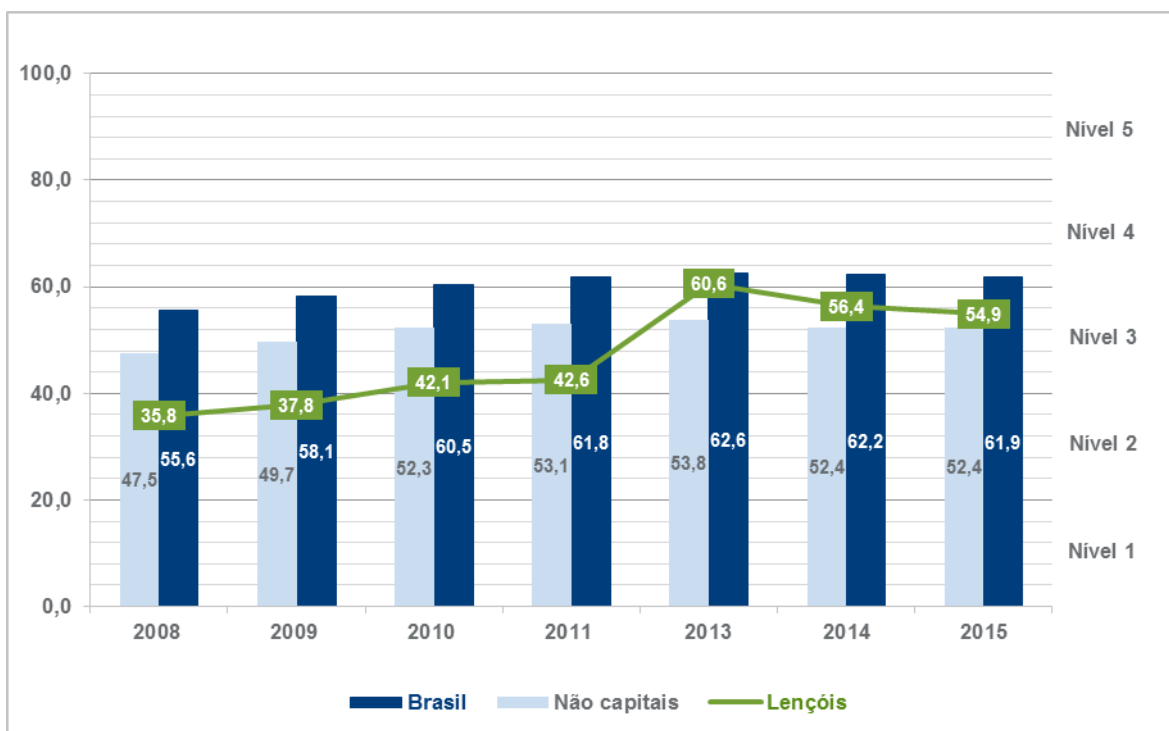
3.2. Acesso

Variáveis analisadas:

Acesso aéreo	Acesso rodoviário	Acesso aquaviário	Acesso ferroviário
Sistema de transporte no destino	Proximidade de grandes centros emissores de turistas		

Na dimensão Acesso, o índice alcançado pelo destino em 2015 ficou abaixo do registrado no ano anterior, mantendo-se no nível 3, como é possível observar no Gráfico 6. Este índice posicionou-se abaixo da média nacional e acima da média do grupo das não capitais na dimensão.

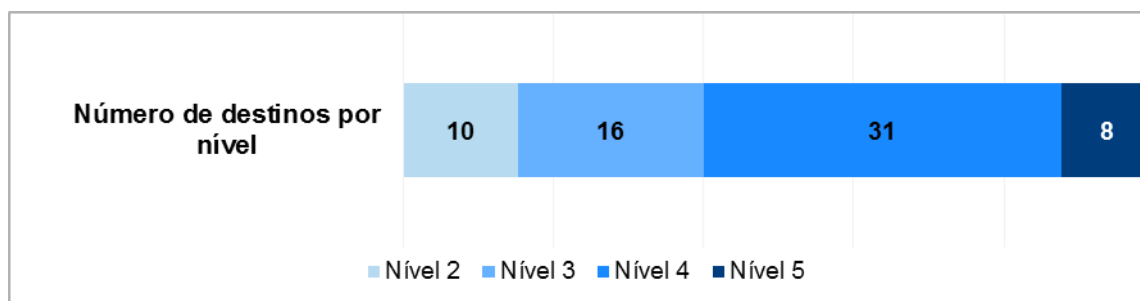
Gráfico 6. Índices Acesso – destino x Brasil x não capitais: 2008-2015



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

O Gráfico 7 mostra o posicionamento dos 65 destinos pesquisados de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão Acesso. Observa-se que 16 destinos se encontram no mesmo nível que Lençóis, enquanto a maior parte dos destinos pesquisados encontra-se no nível 4.

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



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

Dentre os fatores que influenciaram o resultado da dimensão, destacam-se:

- Existência do Aeroporto da Chapada Diamantina – Coronel Horácio de Mattos dentro do território municipal, mesmo que opere voos regulares apenas uma vez por semana, facilita a chegada do turista através da ligação aérea direta com a capital Salvador;
- Presença de linhas de ônibus intermunicipais e interestaduais regulares que atendam ao destino.

Entre os desafios enfrentados pelo destino, estão:

- Carência de serviços no terminal do Aeroporto da Chapada Diamantina, tais como: atendimento ao turista contínuo, empresa de locação de automóveis, serviço bancário, facilidades para pessoas com deficiência e lojas e lanchonetes adequadas. Cabe destaque para o serviço de atendimento ao turista feito pela Secretaria Municipal de Cultura e Turismo na alta temporada;
- Estado de conservação, equipamentos e serviços na estrutura para embarque e desembarque dos que acessam o destino por via rodoviária, o antigo terminal rodoviário, que dispõe apenas de assentos e banheiro não apropriados. Cabe ressaltar que, segundo relatos de campo, esta estrutura está sendo utilizada em caráter temporário em vista de obras no principal terminal rodoviário de Lençóis;
- Carência de serviço de táxi padronizado com facilidades como sistema de chamada via aplicativos para smartphones e pagamento por cartões de crédito.

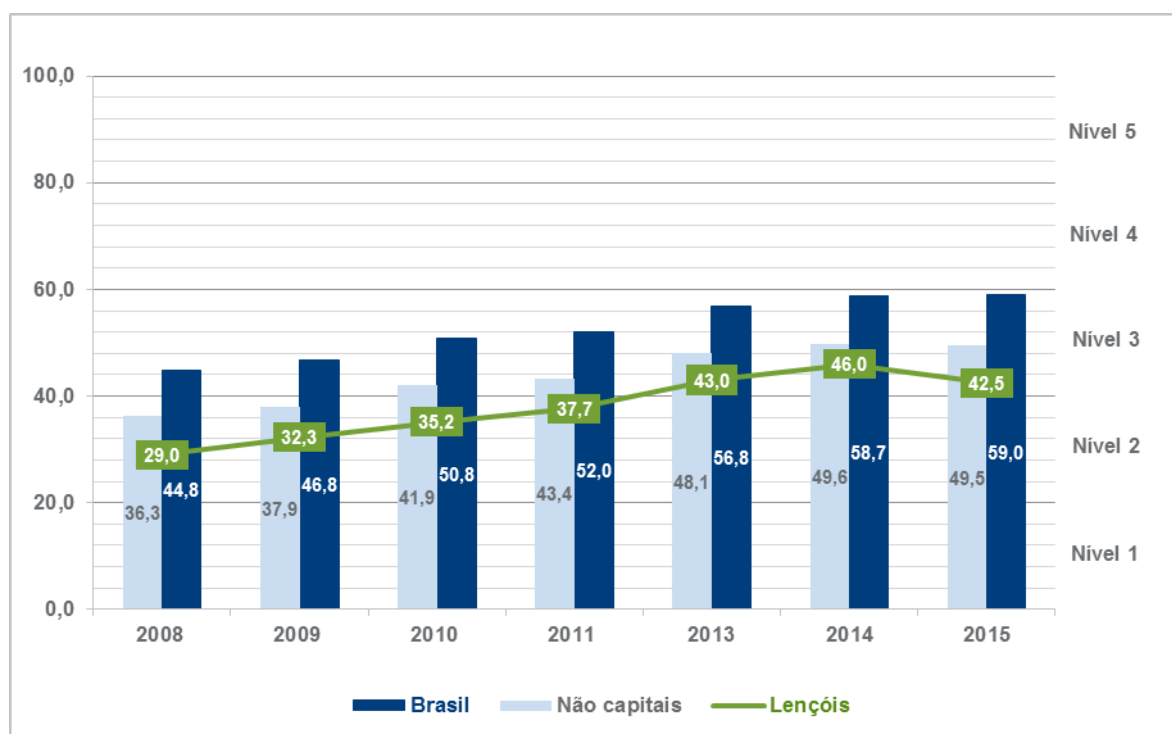
3.3. Serviços e equipamentos turísticos

Variáveis analisadas:

Sinalização turística	Centro de atendimento ao turista	Espaço para eventos	Capacidade dos meios de hospedagem
Capacidade do turismo receptivo	Estrutura de qualificação para o turismo	Capacidade dos restaurantes	

Na dimensão *Serviços e equipamentos turísticos*, o índice registrado pelo destino em 2015 ficou abaixo do registrado no ano anterior, mantendo-se no nível 3, como é possível observar no Gráfico 8. Este índice posicionou-se abaixo da média nacional e abaixo da média do grupo das não capitais na dimensão.

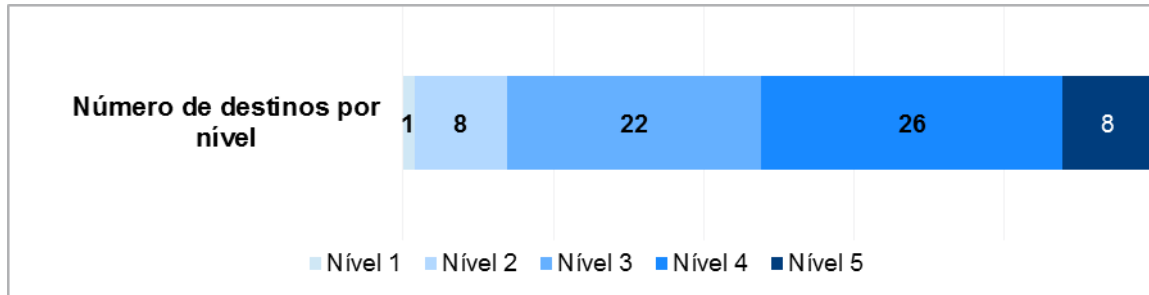
Gráfico 8. Índices Serviços e equipamentos turísticos – destino x Brasil x não capitais: 2008-2015



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

O Gráfico 9 mostra o posicionamento dos 65 destinos pesquisados de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Serviços e equipamentos turísticos*. Ressalta-se que 22 destinos se encontram no mesmo nível que Lençóis, enquanto a maior parte dos destinos pesquisados encontra-se no nível 4.

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



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

Dentre os fatores que influenciaram o resultado da dimensão, destacam-se:

- Existência de Centro de Atendimento ao Turista no destino, localizado na sede da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo, com funcionários capacitados para o atendimento em idioma estrangeiro que oferecem diversos serviços, como informações sobre o destino e seu entorno, e contatos dos prestadores de serviços turísticos. Há ainda suporte de atendimento na Associação de Condutores de Veículos de Lençóis (ACVL), principalmente na alta temporada.
- Oferta de espaços para a realização de eventos, tais como: salas em hotéis para eventos de pequeno e médio porte, anfiteatro da Casa Afrânio Peixoto, Clube Social de Lençóis, Teatro de Arena;
- Presença de empresas de locação de automóveis, empresas de receptivo que oferecem diversos serviços aos turistas inclusive com atendimento em idioma estrangeiro e guias de turismo registrados no CADASTUR e capacitados para o atendimento em outros idiomas;
- Valorização e fortalecimento da gastronomia regional por parte dos restaurantes, por meio da aplicação de receitas típicas locais e regionais;
- Presença de instituições de qualificação profissional que oferecem cursos livres e técnicos regulares nas áreas relacionadas ao turismo no município ou em município limítrofe.

Entre os desafios enfrentados pelo destino, estão:

- Inexistência de sinalização turística viária nos padrões internacionais recomendados pelo Ministério do Turismo, inclusive em idioma estrangeiro;
- Inexistência de sinalização turística descritiva ou interpretativa nos atrativos;
- O fato de o destino não contar com um centro de convenções que o atenda;

- Carência de capacitação para proprietários e empregados de novos estabelecimentos de alimentação e específica para ambulantes que vendem refeições quanto à manipulação com higiene dos alimentos, além da carência de fiscalização da vigilância sanitária, conforme relatado por entrevistados;
- Não cumprimento dos quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida por parte da maioria dos meios de hospedagem, conforme depoimento dos empresários.

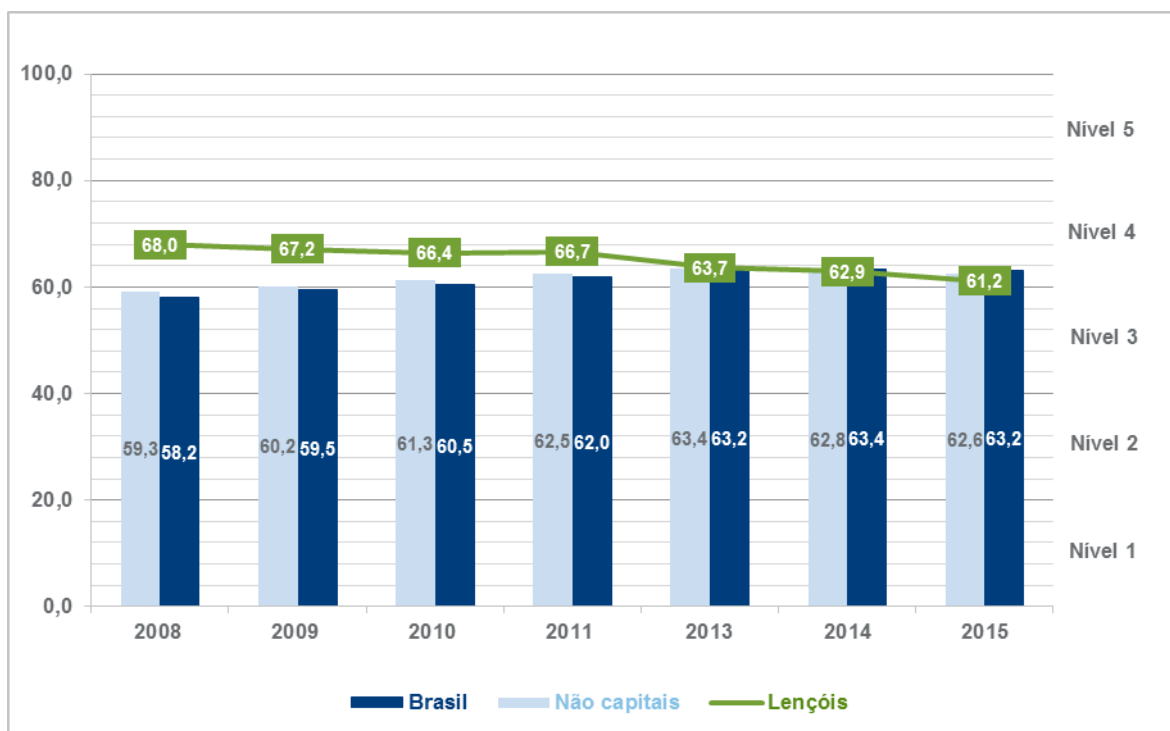
3.4. Atrativos turísticos

Variáveis analisadas:

Atrativos naturais	Atrativos culturais	Eventos programados	Realizações técnicas, científicas ou artísticas.
Diversidade de atrativos e equipamentos de lazer			

Na dimensão *Atrativos turísticos*, o índice alcançado pelo destino em 2015 ficou abaixo do registrado no ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 10. Este índice posicionou-se abaixo da média nacional e abaixo da média do grupo das não capitais na dimensão.

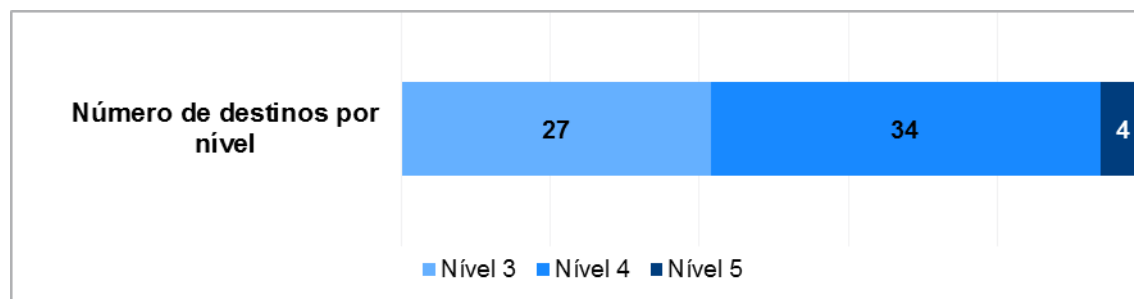
Gráfico 10. Índices Atrativos turísticos – destino x Brasil x não capitais: 2008-2015



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

O Gráfico 11 mostra o posicionamento dos 65 destinos pesquisados de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Atrativos turísticos*. Observa-se que 34 destinos se encontram no mesmo nível que Lençóis, estágio em que se encontra a maior parte dos destinos pesquisados.

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



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

Dentre os fatores que influenciaram o resultado da dimensão, destacam-se:

- Existência de atrativos naturais para os quais há fluxo turístico, tais como: Parque Municipal do Serrano, Mucugezinho com Poço do Diabo e Cachoeira do Mosquito. Para o Parque Municipal do Serrano há conservação urbanística e ambiental no entorno;
- Presença de atrativos culturais com fluxo turístico, tendo sido indicados como principais: Centro Histórico, Casa Afrânio Peixoto e Oficina do Garimpeiro. Há conservação urbanística e ambiental no entorno do Centro Histórico, que conta ainda com restaurantes, lojas de souvenir, e visitas guiadas;
- Existência de eventos programados que atraem turistas; sendo os principais: Festa de São João, Festival de Lençóis e Festa do Nosso Senhor dos Passos;
- Existência de atrativos de realizações técnicas e científicas que atraem visitantes ao longo de todo o ano com interesse específico, com destaque para o Sítio Arqueológico da Serra das Paridas, o próprio Parque Nacional da Chapada Diamantina com observação técnica de pássaros e outros e a Casa Afrânio Peixoto, um dos locais que contam a história e possuem informações técnicas sobre o destino;
- Existência de polo gastronômico, uma galeria para compras e a exibição de filmes clássicos na Casa Afrânio Peixoto, que ampliam a oferta de lazer para locais e visitantes.

Entre os desafios enfrentados pelo destino, estão:

- Inexistência de estudo de capacidade de carga ou suporte para o Parque Municipal do Serrano e Centro Histórico para o controle de visitantes com intuito de minimizar o impacto da atividade turística sobre os recursos naturais e culturais. Destaque para a campanha no Centro Histórico para inibir a visitação com automóveis, estimulando o passeio e reduzindo os impactos.
- Carência de recursos que viabilizem a circulação de pessoas com deficiência no Parque Municipal do Serrano, no Sítio Arqueológico da Serra das Paridas e no Centro Histórico, onde ocorre ainda a Festa de São João, principal evento programado indicado;
- Estado geral da estrutura física no Parque Municipal do Serrano e Centro Histórico, que carecem de melhorias;
- Estado da estrutura de acesso para o Sítio Arqueológico da Serra das Paridas e para o Centro Histórico, que carecem de melhorias em seus diversificados tipos de pavimentação.

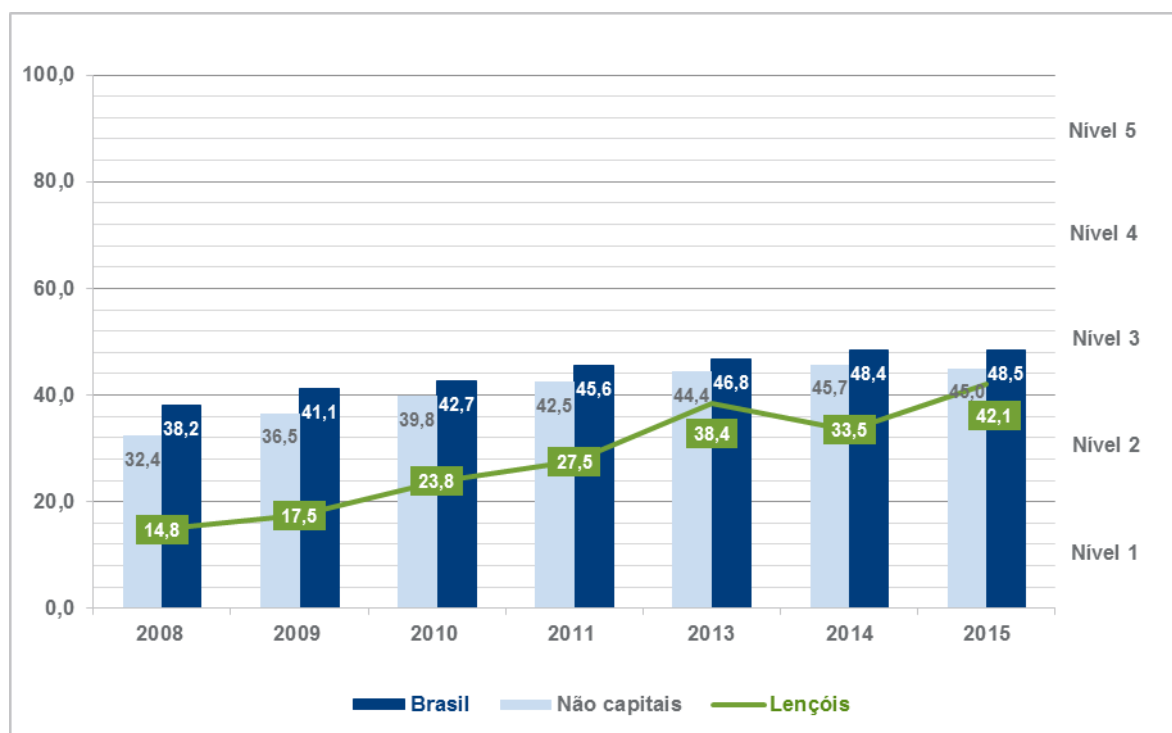
3.5. Marketing e promoção do destino

Variáveis analisadas:

Plano de marketing	Participação em feiras e eventos	Promoção do destino	Estratégias de promoção digital
--------------------	----------------------------------	---------------------	---------------------------------

Na dimensão *Marketing e promoção do destino*, o índice registrado pelo destino em 2015 ficou acima do conquistado no ano anterior, o que levou o destino a subir para o nível 3, como é possível observar no Gráfico 12. Este índice posicionou-se abaixo da média nacional e abaixo da média do grupo das não capitais na dimensão.

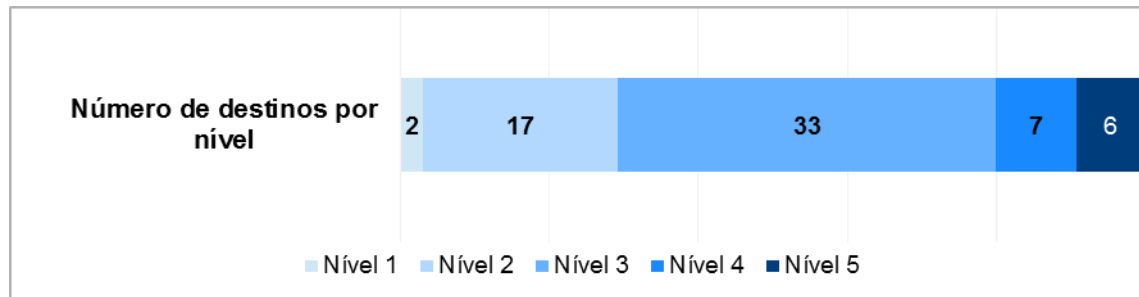
Gráfico 12. Índices Marketing e promoção do destino – destino x Brasil x não capitais: 2008-2015



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

O Gráfico 13 mostra o posicionamento dos 65 destinos pesquisados de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Marketing e promoção do destino*. Ressalta-se que 33 destinos se encontram no mesmo nível que Lençóis, estágio em que se encontra a maioria dos destinos pesquisados.

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



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

Dentre os fatores que influenciaram o resultado da dimensão, destacam-se:

- Existência de um planejamento que contemple Lençóis e o marketing, o Pacto pelo Desenvolvimento Integrado do Turismo e da Economia Criativa - Circuito do Diamante da Chapada Diamantina – BA - 2013/2016;
- Participação contínua em feiras e eventos do setor de turismo, cujos resultados são avaliados por meio de contagem de visitantes recebidos em estandes e contagem de relacionamentos estabelecidos (número de contatos feitos) e participação em rodadas de negócios e reuniões agendadas em eventos e feiras de turismo em 2014;
- O fato do destino ter sido cenário de produção audiovisual de repercussão nacional em 2014, a novela Além do Horizonte na TV Globo e a realização de ações de promoção, principalmente *press trips*;
- Existência de material promocional institucional (folheto dos atrativos turísticos e mapas) disponível inclusive em idioma estrangeiro e distribuído no centro de atendimento ao turista e em eventos promocionais, realização de acompanhamento de notícias ou matérias específicas de turismo, veiculadas na mídia sobre o destino (clipagem);
- Disponibilidade de agenda de eventos disponível para consulta, página institucional do município na internet – acessível pelo endereço: www.lencois.ba.gov.br e presença oficial de Lençóis em redes sociais, como o Facebook com o intuito de divulgar suas atrações e eventos.

Entre os desafios enfrentados pelo destino, estão:

- Inexistência de plano de marketing local ou regional, o qual poderia ser elaborado com a colaboração de diversos atores, fundamentado em pesquisa sobre a demanda turística, possuir

indicadores de desempenho definidos e contemplar a relação com agências e operadoras de turismo;

- Irregularidade de participação em eventos de outros setores, não diretamente ligados ao turismo;
- Indisponibilidade de marca promocional turística;
- Ausência de página promocional de turismo na internet que forneça informações turísticas sobre o destino para o turista.

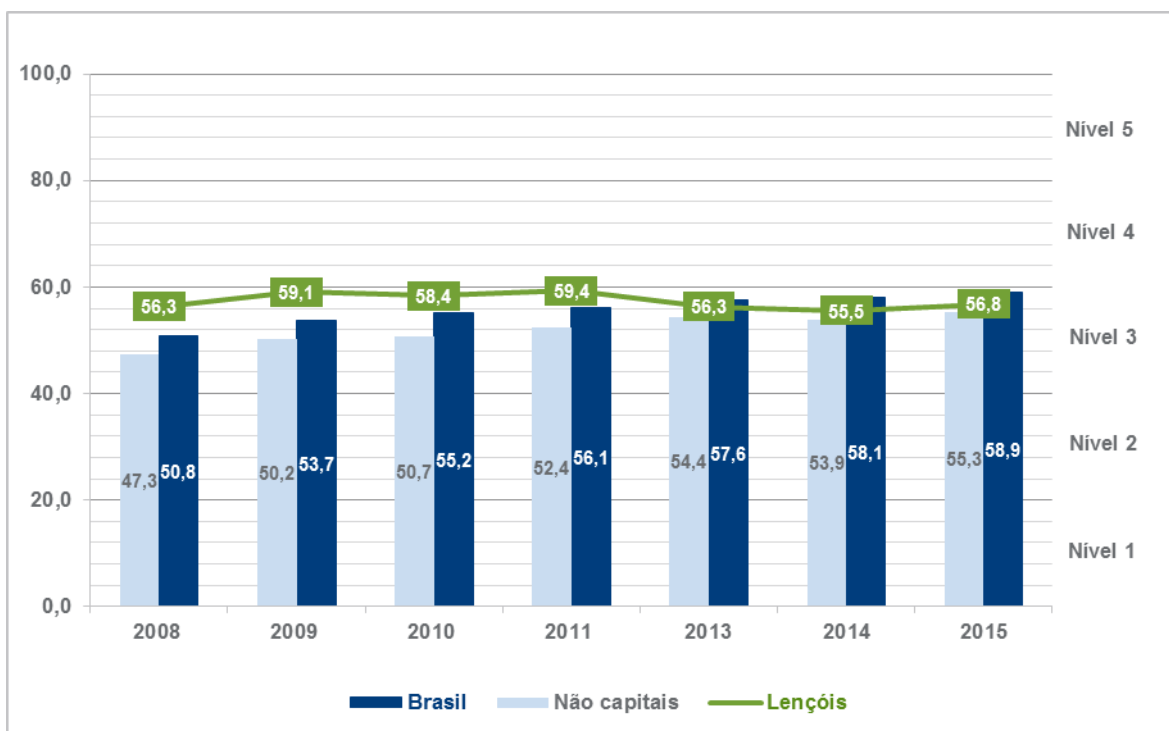
3.6. Políticas públicas

Variáveis analisadas:

Estrutura municipal para apoio ao turismo	Grau de cooperação com o governo estadual	Grau de cooperação com o governo federal	Planejamento para a cidade e para a atividade turística	Grau de cooperação público-privada
---	---	--	---	------------------------------------

Na dimensão *Políticas públicas*, o índice registrado pelo destino em 2015 ficou acima do conquistado no ano anterior, mantendo-se no nível 3, como é possível observar no Gráfico 14. Este índice posicionou-se abaixo da média nacional e acima da média do grupo das não capitais na dimensão.

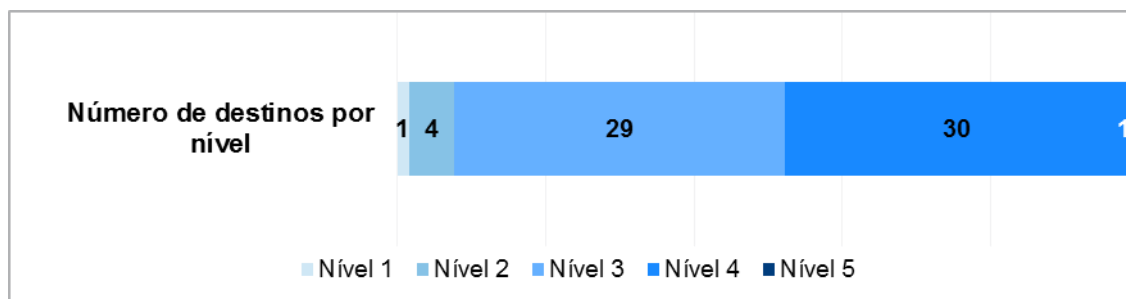
Gráfico 14. Índices Políticas públicas – destino x Brasil x não capitais: 2008-2015



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

O Gráfico 15 mostra o posicionamento dos 65 destinos pesquisados de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Políticas públicas*. Observa-se que 29 destinos se encontram no mesmo nível que Lençóis, enquanto a maior parte dos destinos pesquisados (30) apresentou resultados no nível 4.

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



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

Dentre os fatores que influenciaram o resultado da dimensão, destacam-se:

- Desenvolvimento de projetos pela Secretaria Municipal de Cultura e Turismo, em conjunto com outras secretarias em 2014 – Secretarias de Assistência Social, Esporte, Educação e outras;
- Presença de conselho Municipal de Turismo ativo com reuniões mensais, dedicado ao acompanhamento da atividade turística e representação do órgão municipal de turismo no Fórum Estadual de Turismo da Bahia;
- Recebimento de investimentos diretos do governo estadual em projetos que visavam ao desenvolvimento do turismo, em áreas como apoio a eventos e a existência de 2 convênios ou contratos de repasse firmados entre o Governo Federal e Lençóis em 2014, sendo um diretamente com o Ministério do Turismo;
- Existência de Plano Diretor Municipal, 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 como o aprimoramento do controle de hospedagem e sistema de informações Bocapio e apoio na realização e participação de eventos.

Entre os desafios enfrentados pelo destino, estão:

- Ausência de página da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo na internet, na qual poderiam ser divulgadas informações sobre a organização do órgão gestor, além de planos, pesquisas e demais ações da secretaria;
- Inexistência de fundo municipal de turismo;
- Inexistência de planejamento formal para o setor de turismo do destino, que defina diretrizes e metas do setor para os próximos anos. Cabe ressaltar a organização e acompanhamento de planos de ação anuais pelo destino.

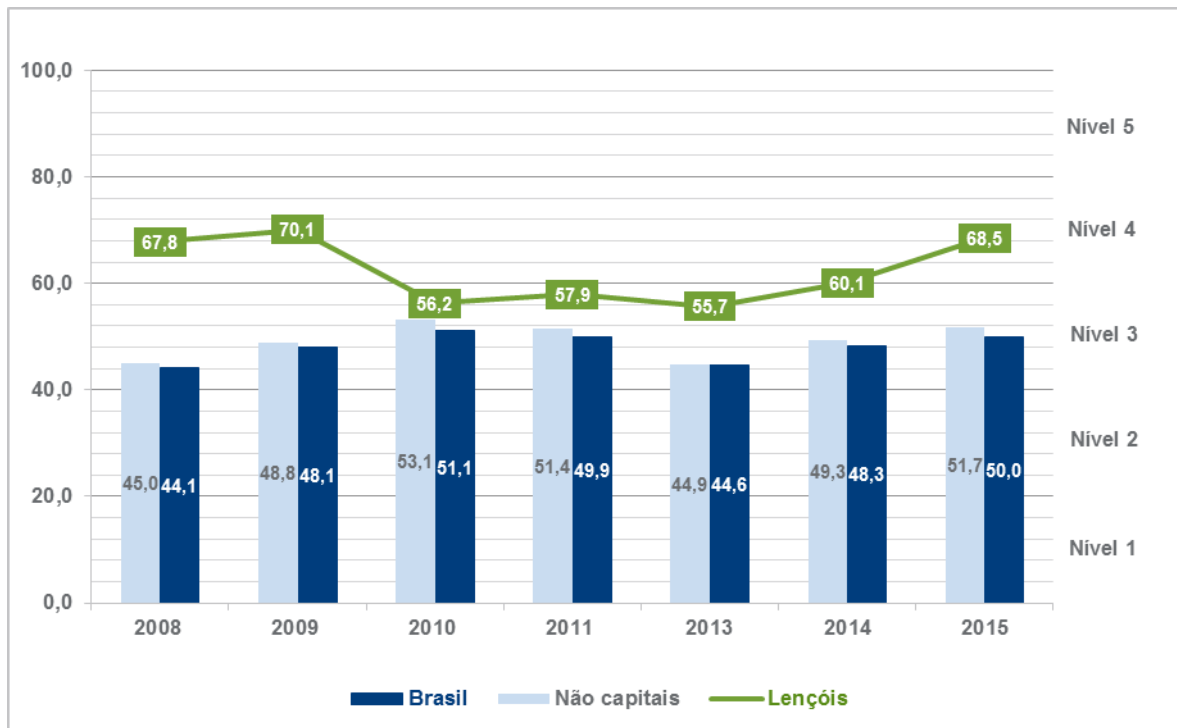
3.7. Cooperação regional

Variáveis analisadas:

Governança	Projetos de cooperação regional	Planejamento turístico regional	Roteirização	Promoção e apoio à comercialização de forma integrada
------------	---------------------------------	---------------------------------	--------------	---

Na dimensão *Cooperação regional*, o índice registrado em 2015 ficou acima do alcançado pelo destino no ano anterior, o que levou o destino a subir de nível na escala de competitividade (nível 4), como é possível observar no Gráfico 16. Este índice posicionou-se acima da média nacional e acima da média do grupo das não capitais na dimensão.

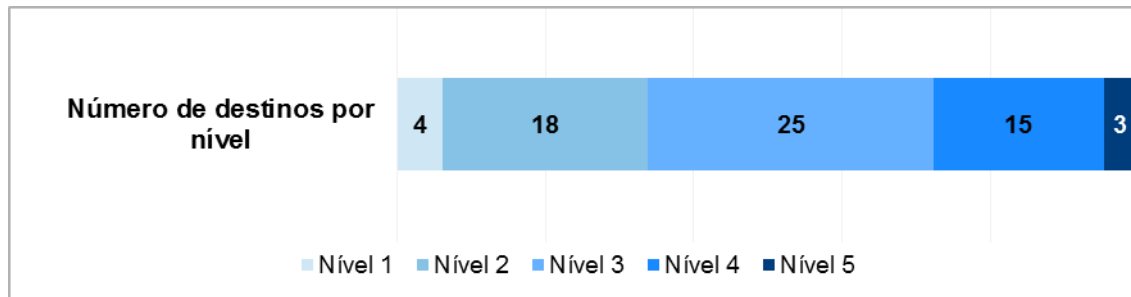
Gráfico 16. Índices Cooperação regional – destino x Brasil x não capitais: 2008-2015



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

O Gráfico 17 mostra o posicionamento dos 65 destinos pesquisados de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Cooperação regional*. Ressalta-se que 15 destinos se encontram no mesmo nível que Lençóis, enquanto a maior parte dos destinos pesquisados (25) encontra-se no nível 3.

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



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

Dentre os fatores que influenciaram o resultado da dimensão, destacam-se:

- Existência da Câmara de Turismo do Território da Chapada Diamantina ativa que conta com a participação de diversos agentes do setor e suporte técnico de órgãos como Sebrae, sendo organizados de mais de 70 projetos que envolvem a cooperação regional e são compartilhados com destinos pertencentes ao Circuito do Diamante como Mucuge e outros. Tais projetos são organizados por grupos de ação temáticos em áreas como qualificação, infraestrutura e outros;
- Existência do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo e da Economia Criativa - Circuito do Diamante da Chapada Diamantina – BA - 2013/2016, revitalizado em 2014;
- Participação do destino em eventos para a promoção e comercialização dos roteiros regionais dos quais faz parte, em 2014 como o Salão Baiano de Turismo;
- Realização de ações promocionais, em parceria com outros destinos da mesma região e outros, com agentes/operadores de turismo receptivo para divulgar a região, como publicidade, ações promocionais e *press trips*.

Como desafio enfrentado pelo destino, está:

- As reuniões da Instância de Governança Regional não possuem periodicidade definida;
- A mesma ainda não conta com um gestor com função executiva, responsável por realizar as atividades e ações de coordenação no dia a dia e não dispõem de recurso próprio extraorçamentário;
- Inexistência de página institucional da região turística ou dos roteiros turísticos regionais na internet.

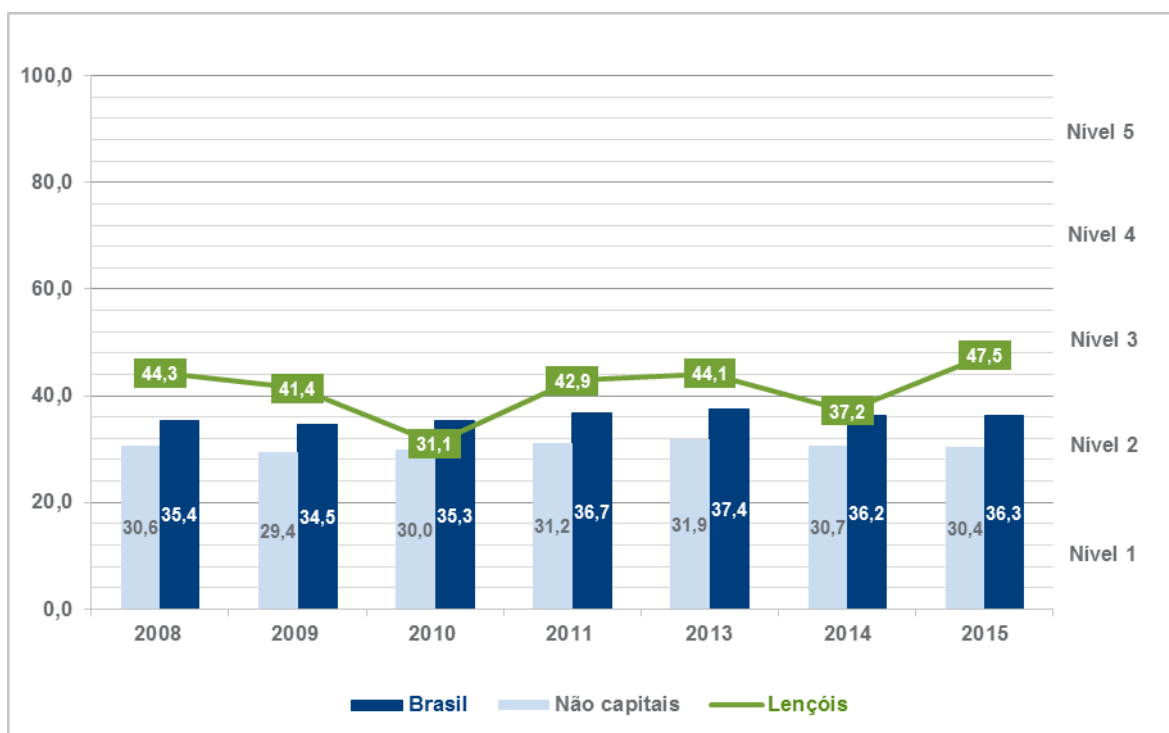
3.8. Monitoramento

Variáveis analisadas:

Pesquisas de demanda	Pesquisas de oferta	Sistema de estatísticas do turismo	Medição dos impactos da atividade turística	Setor específico de estudos e pesquisas
----------------------	---------------------	------------------------------------	---	---

Na dimensão *Monitoramento*, o índice registrado pelo destino em 2015 ficou acima do conquistado no ano anterior, o que levou o destino a subir de nível na escala de competitividade (nível 3), como é possível observar no Gráfico 18. Este índice posicionou-se acima da média nacional e acima da média do grupo das não capitais na dimensão.

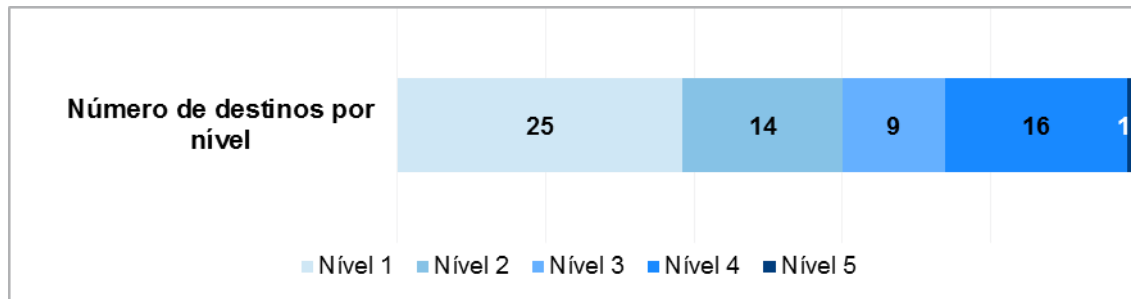
Gráfico 18. Índices Monitoramento – destino x Brasil x não capitais: 2008-2015



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

O Gráfico 19 mostra o posicionamento dos 65 destinos pesquisados de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Monitoramento*. Observa-se que nove destinos se encontram no mesmo nível que Lençóis, enquanto a maior parte dos destinos pesquisados (25) encontra-se no nível 1.

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



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

Dentre os fatores que influenciaram o resultado da dimensão, destacam-se:

- Existência de pesquisa de demanda periódica, que gera dados relevantes para o planejamento do turismo no destino, a Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo do Estado da Bahia;
- Realização do controle de visitantes no Centro de Atendimento ao Turista (CAT);
- Existência de o Inventário da oferta turística;
- Aproveitamento dos dados coletados nas pesquisas de demanda e de oferta em planejamentos e políticas públicas, além da divulgação dos dados por meio de relatórios gerenciais internos e outros;
- Existência de um sistema com informações estatísticas sobre o Turismo no destino e profissional que realiza estudos e pesquisas em turismo na administração pública local.

Entre os desafios enfrentados pelo destino, estão:

- Ausência de um conjunto de estatísticas turísticas e de relatórios de conjuntura turística para Lençóis em específico;
- Inexistência de estudos e monitoramento sobre os impactos econômicos, sociais e ambientais gerados pelo turismo.

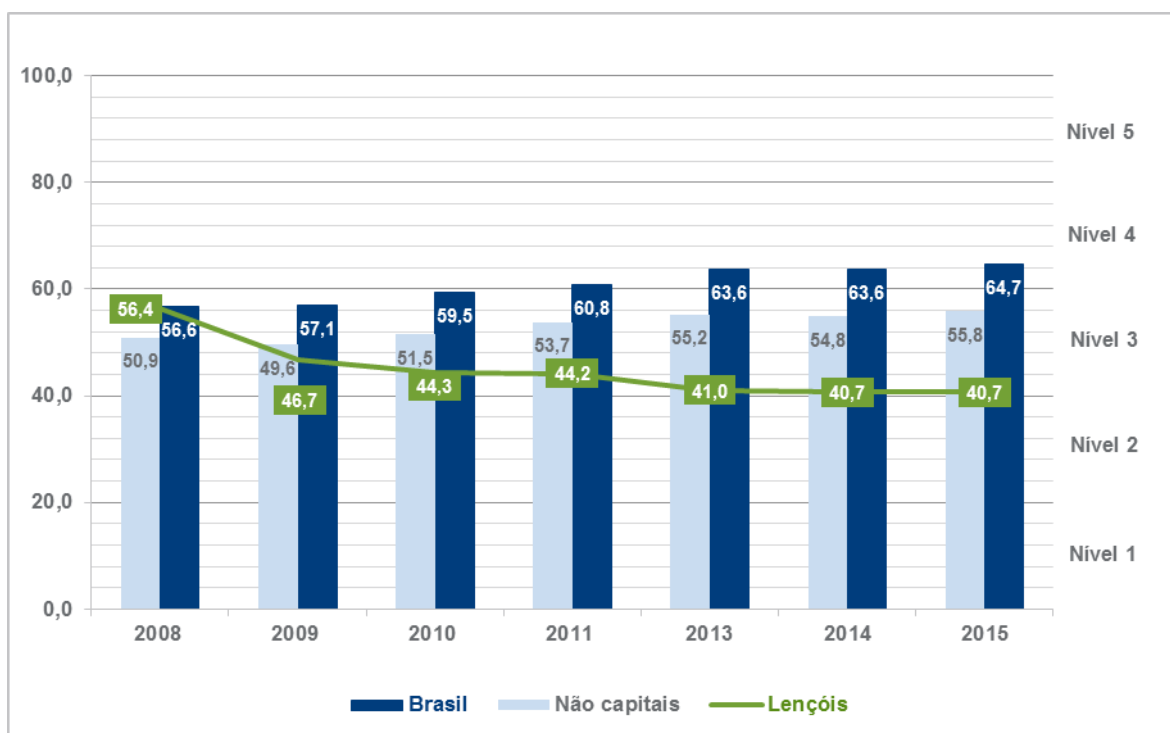
3.9. Economia local

Variáveis analisadas:

Aspectos da economia local	Infraestrutura de comunicação	Infraestrutura e facilidades para negócios	Empreendimentos ou eventos alavancadores
----------------------------	-------------------------------	--	--

Na dimensão *Economia local*, o resultado conquistado pelo destino em 2015 permaneceu estável em relação ao registrado no ano anterior, mantendo-se no nível 3, como é possível observar no Gráfico 20. Este índice posicionou-se abaixo da média nacional e abaixo da média do grupo das não capitais na dimensão.

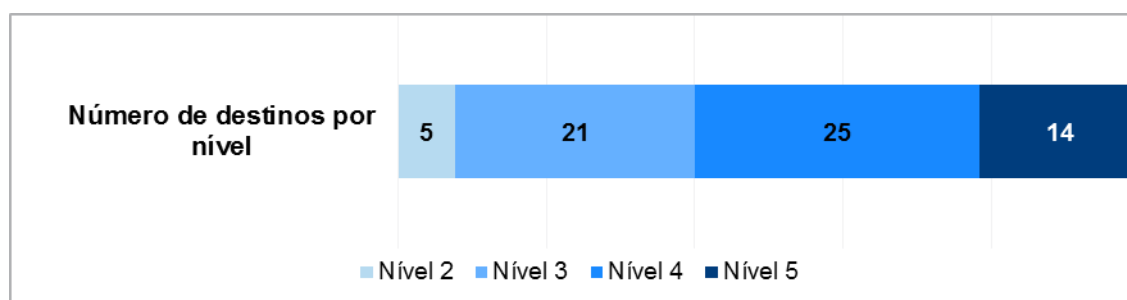
Gráfico 20. Índices Economia local – destino x Brasil x não capitais: 2008-2015



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

O Gráfico 21 mostra o posicionamento dos 65 destinos pesquisados de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Economia local*. Ressalta-se que 21 destinos se encontram no mesmo nível que Lençóis, enquanto a maior parte dos destinos pesquisados (25) apresentou resultados no nível 4.

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



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

Dentre os fatores que influenciaram o resultado da dimensão, destacam-se:

- Disponibilidade de benefícios locais de redução de impostos para as atividades características do turismo, como a redução do ISS para os meios de hospedagem, por meio da lei n.628/2004 do código tributário;
- Existência de lei municipal de incentivo à formalização de estabelecimentos comerciais e de prestadores de serviços, a Lei nº 744/2010.

Entre os desafios enfrentados pelo destino, estão:

- Indisponibilidade de acesso gratuito à internet em locais públicos, sem a necessidade de solicitação e disponibilização de senhas de acesso ou horários de uso, por exemplo. Cabe pontuar a disponibilização de acesso gratuito à internet por parceria público-privada durante evento que contribuiu, nesta ocasião, para a mídia espontânea do destino;
- Indisponibilidade de terminais de autoatendimento (Caixas Eletrônicas) que permitam saque com cartão de crédito ou débito internacional;
- Inexistência de um *Convention & Visitors Bureau* em atuação no destino ou na região – 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 prazos.

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.

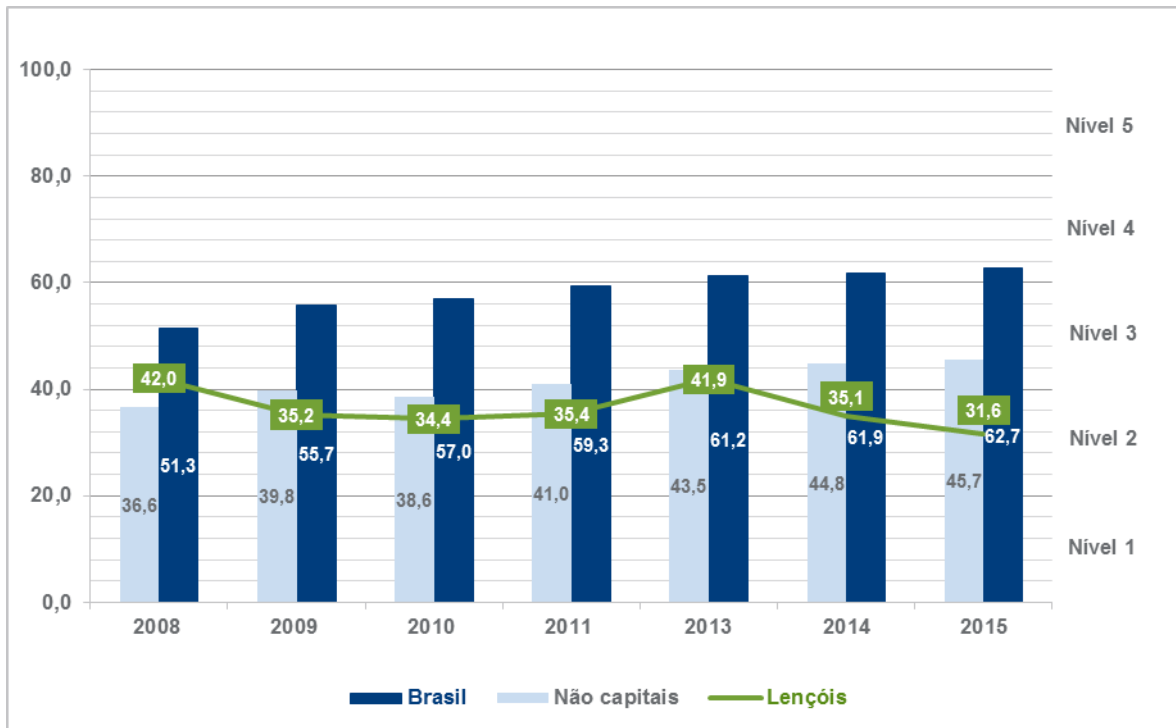
3.10. Capacidade empresarial

Variáveis analisadas:

Capacidade de qualificação e aproveitamento do pessoal local	Presença de grupos nacionais e internacionais do setor do turismo	Concorrência e barreiras de entrada	Geração de negócios e empreendedorismo
--	---	-------------------------------------	--

Na dimensão *Capacidade empresarial*, o índice registrado pelo destino em 2015 ficou abaixo do registrado no ano anterior, mantendo-se no nível 2, como é possível observar no Gráfico 22. Este índice posicionou-se abaixo da média nacional e abaixo da média do grupo das não capitais na dimensão.

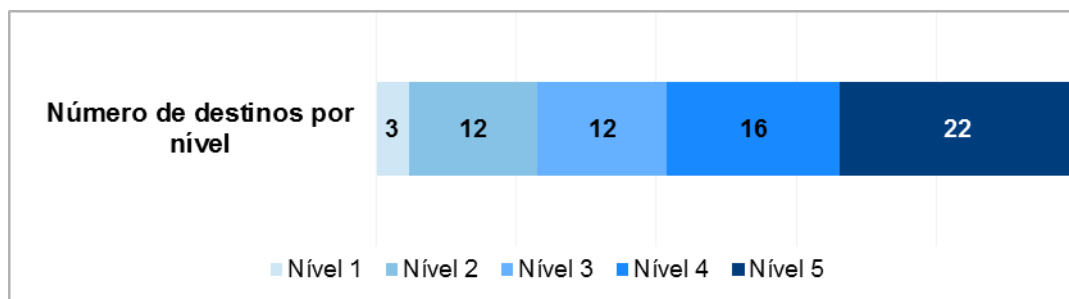
Gráfico 22. Índices Capacidade empresarial – destino x Brasil x não capitais: 2008-2015



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

O Gráfico 23 mostra o posicionamento dos 65 destinos pesquisados de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Capacidade empresarial*. Observa-se que 12 destinos se encontram no mesmo nível que Lençóis, enquanto a maior parte dos destinos pesquisados (22) encontra-se no nível 5.

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



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

Dentre os fatores que influenciaram o resultado da dimensão, destacam-se:

- Presença de instituições de ensino com programas regulares de formação técnica;
- Crescimento no saldo de empresas formais no destino nos últimos dois anos.

Entre os desafios enfrentados pelo destino, estão:

- Ausência de escolas de formação em idioma estrangeiro;
- Ausência de redes nacionais e internacionais de locação de automóveis, meios de hospedagem e estabelecimentos de alimentação;
- Presença de barreiras à entrada de novos empreendimentos turísticos, sinalizadas pelos entrevistados durante a pesquisa, entre elas: restrições por parte de órgãos de proteção do patrimônio (Iphan), falta de pessoas capacitado e incentivos fiscais;
- O fato de não ter sido oferecido no destino, no ano anterior, curso do Empretec, que poderia ajudar a fomentar o empreendedorismo local.

3.11. Aspectos sociais

Variáveis analisadas:

Acesso à educação	Empregos gerados pelo turismo	Uso de atrativos e equipamentos turísticos pela população	Cidadania, sensibilização e participação na atividade turística
Política de enfrentamento e prevenção à exploração de crianças e adolescentes			

Na dimensão *Aspectos sociais*, o índice registrado pelo destino em 2015 permaneceu estável em relação ao resultado obtido no ano anterior, mantendo-se no nível 3, como é possível observar no Gráfico 24. Este índice posicionou-se abaixo da média nacional e abaixo da média do grupo das não capitais na dimensão.

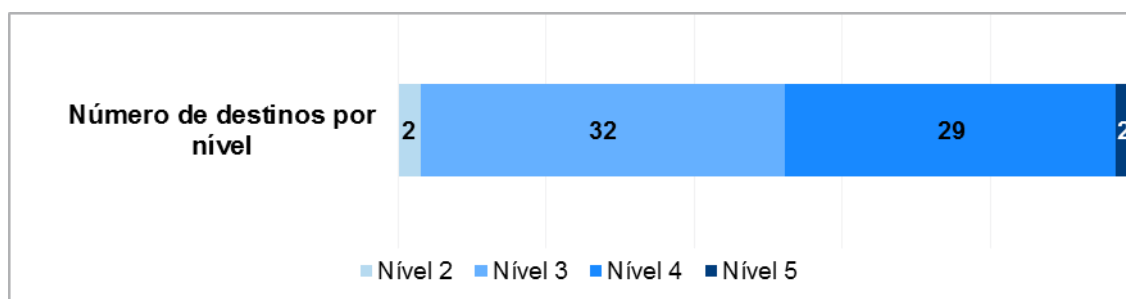
Gráfico 24. Índices Aspectos sociais – destino x Brasil x não capitais: 2008-2015



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

O Gráfico 25 mostra o posicionamento dos 65 destinos pesquisados de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Aspectos sociais*. Ressalta-se que 32 destinos se encontram no mesmo nível que Lençóis, estágio em que se encontra a maior parte dos destinos pesquisados.

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



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

Dentre os fatores que influenciaram o resultado da dimensão, destacam-se:

- Existência de programas de incentivo ao uso dos equipamentos turísticos pela população local; ações contínuas realizadas por parte da iniciativa privada e entidades ligadas ao turismo, feitos por exemplo, na Serra das Paridas e na casa Afrânio Peixoto;
- Existência de políticas de combate à exploração sexual de crianças e adolescentes.

Entre os desafios enfrentados pelo destino, estão:

- Utilização de mão de obra informal durante a alta temporada, segundo relatos obtidos em campo, em atividades relacionadas ao turismo, como nos setores de hotelaria, alimentação e receptivo;
- Presença de deficiências dos profissionais de turismo de nível técnico administrativo e operacional, conforme indicado pelos entrevistados, principalmente no que se refere a capacitação técnica (cursos, certificados) e atendimento ao cliente, noções de higiene;
- Carência de sensibilização sobre a importância da atividade turística para o destino e de conscientização do turista sobre como respeitar a comunidade local ou o destino;
- O fato de a população ser pouco consultada sobre atividades ou projetos turísticos, o que poderia ser feito por meio de convocações para audiências públicas, pesquisas de opinião e consultas em referendos, por exemplo;
- Ocorrência de relatos de exploração do trabalho de crianças e adolescentes em atividades relacionadas ao turismo.

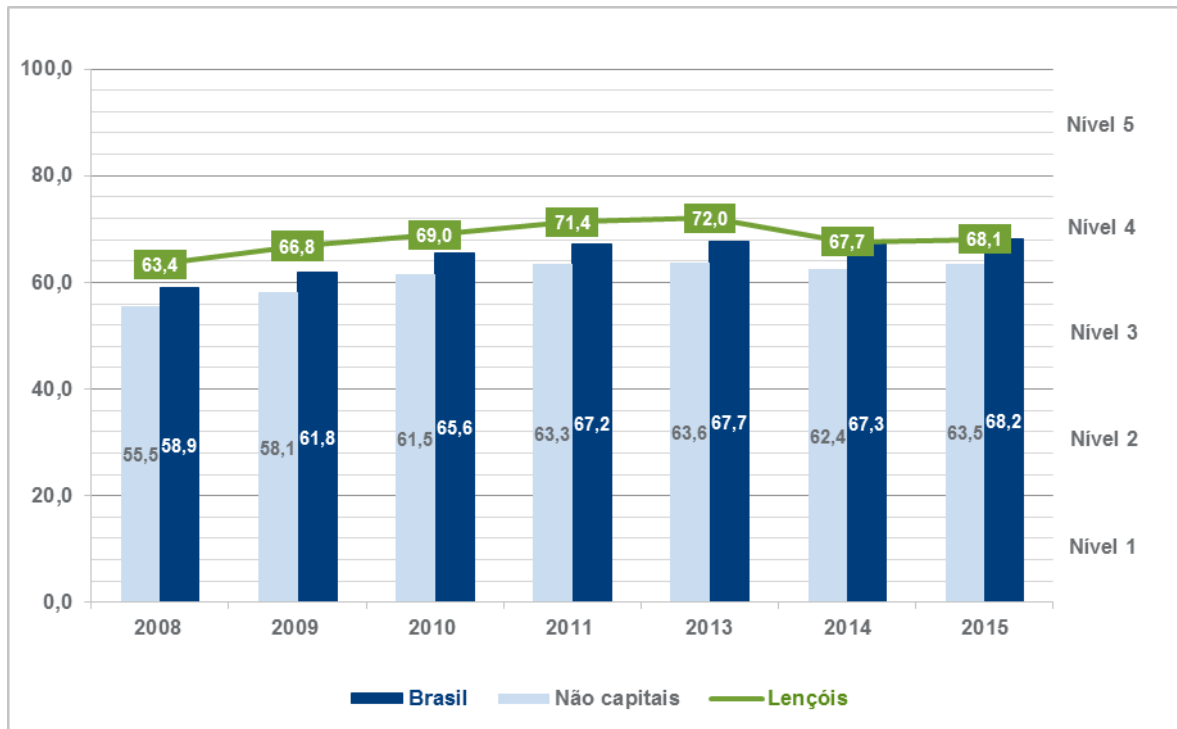
3.12. Aspectos ambientais

Variáveis analisadas:

Estrutura e legislação municipal de meio ambiente	Atividades em curso potencialmente poluidoras	Rede pública de distribuição de água	Rede pública de coleta e tratamento de esgoto
Coleta e destinação pública de resíduos	Patrimônio natural e unidades de conservação no território municipal		

Na dimensão *Aspectos ambientais*, o índice registrado pelo destino em 2015 permaneceu estável em relação ao alcançado no ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 26. Este índice foi similar à média nacional e acima da média do grupo das não capitais na dimensão.

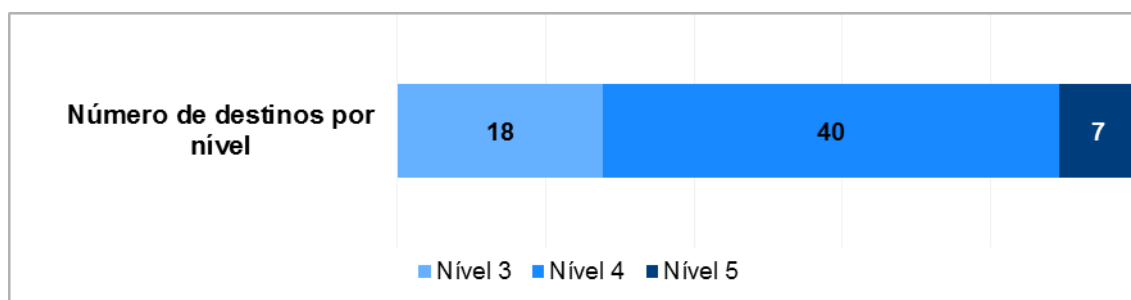
Gráfico 26. Índices Aspectos ambientais – destino x Brasil x não capitais: 2008-2015



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

O Gráfico 27 mostra o posicionamento dos 65 destinos pesquisados de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Aspectos ambientais*. Observa-se que 40 destinos se encontram no mesmo nível que Lençóis, estágio em que se encontra a maioria dos destinos pesquisados.

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



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

Dentre os fatores que influenciaram o resultado da dimensão, destacam-se:

- Presença de um Conselho de Meio Ambiente ativo e Código Ambiental Municipal em vigor,
- Presença de rede pública de distribuição de água e de estação de tratamento de água (ETA) no destino;
- Disponibilidade de sistema público de coleta de esgoto, com configuração de separador absoluto, e de estação de tratamento de esgoto (ETE) que atende ao destino;
- Correta destinação (coleta, transporte, classificação e tratamento) dos Resíduos dos Serviços de Saúde (RSS) no destino;
- Presença de Unidades de Conservação no território municipal – Parque Nacional da Chapada Diamantina –, a qual possui conselho gestor ativo e plano de manejo em vigor.

Entre os desafios enfrentados pelo destino, estão:

- Inexistência do Plano Municipal de Resíduos Sólidos, em conformidade com a Política Nacional;
- Inexistência de campanha periódica para a utilização racional e econômica de água;
- O fato de não haver destinação pública de resíduos sólidos residenciais e comerciais para aterro sanitário;
- Inexistência de serviços de coleta seletiva de resíduos.

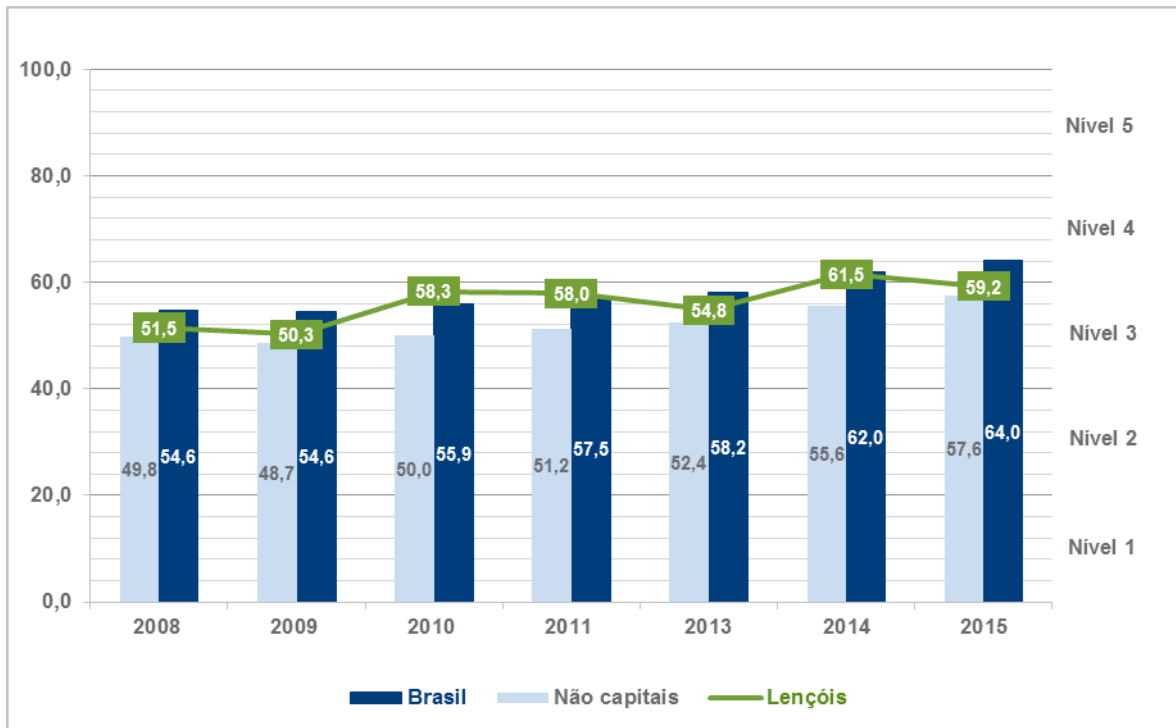
3.13. Aspectos culturais

Variáveis analisadas:

Produção cultural associada ao turismo	Patrimônio histórico cultural	Estrutura municipal para apoio à cultura
--	-------------------------------	--

Na dimensão *Aspectos culturais*, o índice registrado pelo destino em 2015 ficou abaixo do alcançado no ano anterior, o que levou o destino a posicionar-se um nível abaixo (nível 3), como é possível observar no Gráfico 28. Este índice posicionou-se abaixo da média nacional e acima da média do grupo das não capitais na dimensão.

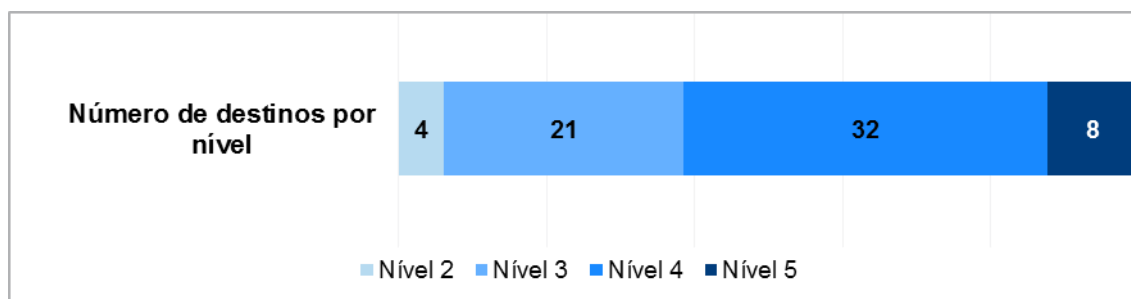
Gráfico 28. Índices Aspectos culturais – destino x Brasil x não capitais: 2008-2015



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

O Gráfico 29 mostra o posicionamento dos 65 destinos pesquisados de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Aspectos culturais*. Ressalta-se que 21 destinos se encontram no mesmo nível que Lençóis, enquanto a maior parte dos destinos pesquisados encontra-se no nível 4.

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



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

Dentre os fatores que influenciaram o resultado da dimensão, destacam-se:

- Presença de atividade artesanal típica – garrafinhas de areia colorida, porta retrato de pedra ardósia – comercializado em lojas e feiras de fácil acesso para o turista, culinária típica regional - godó de banana, palma, palmito da jaca, carne de sol, galinha caipira, batata da serra, tradições culturais evidentes e típicas da região, entre elas, as tradições oriundas da rotina e dos costumes dos garimpeiros, manifestações religiosas como a Festa do Nosso Senhor dos Passos e outras, grupos artísticos de manifestação popular tradicional, como reisado, samba de roda, maracatu; que se apresentam com frequência no estado da Bahia e algumas em outros países;
- Existência de patrimônios artísticos ou históricos tombados pelo Iphan, os quais também se constituem em atrativos turísticos, tais como: conjunto arquitetônico e paisagístico de Lençóis;
- Existência de sítio arqueológico registrado pelo Iphan, a Serra das Paridas;
- Existência de projeto para implementação de turismo cultural realizado por meio da ONG Grãos de Luz e Griô e parceiros;
- Aderência do destino ao sistema Nacional de Cultura.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador, estão:

- Inexistência de Conselho Municipal de Cultura ativo;
- Não possui fundo municipal de cultura;
- Inexistência de uma Política Municipal de Cultura e 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, conselho municipal de cultura e fundo municipal de cultura.