

ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE DO TURISMO NACIONAL

MARAÚ
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.....	23
3.6. Políticas públicas	25
3.7. Cooperação regional	27
3.8. Monitoramento	29
3.9. Economia local	31
3.10. Capacidade empresarial	33
3.11. Aspectos sociais	35
3.12. Aspectos ambientais.....	37
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 Marau foi realizada entre os dias 25 e 29 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.

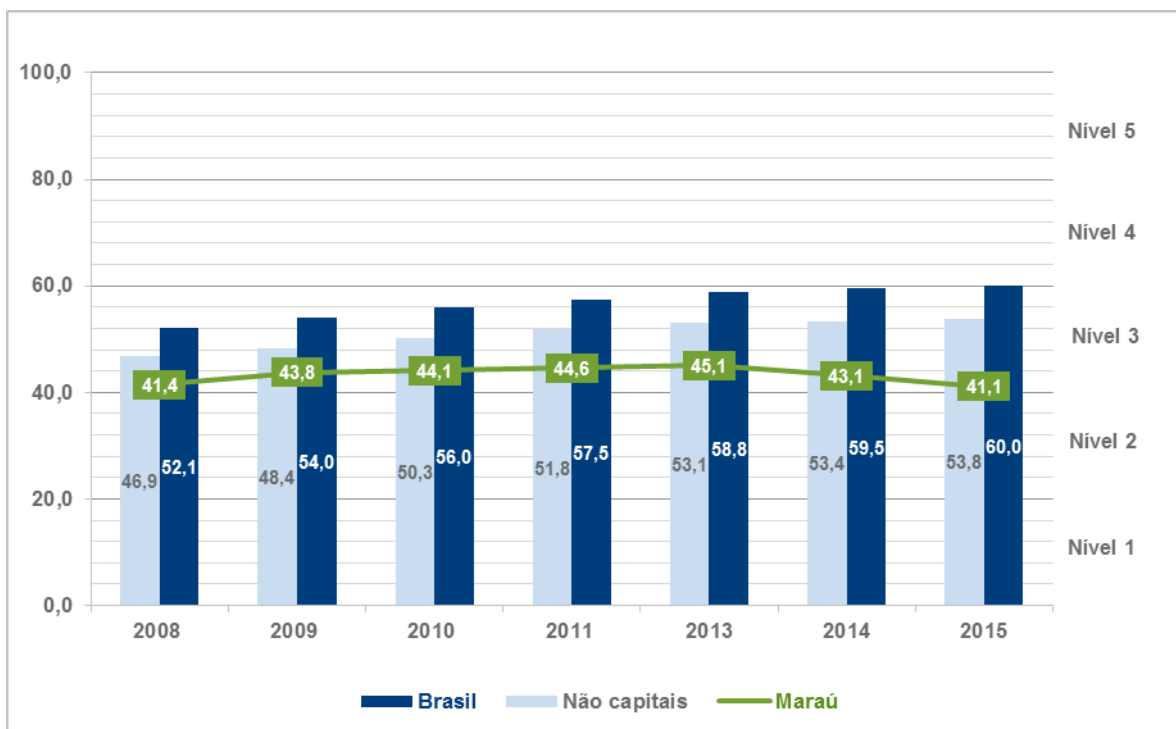
Cabe ressaltar que cada ponto deve ser discutido entre os atores envolvidos com o turismo no destino, tendo como base uma investigação mais detalhada sobre cada ponto, bem como um planejamento voltado para o desenvolvimento do turismo.

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 Marau indica que o destino posiciona-se no nível 3 de competitividade, e registrou queda em relação ao último ano da pesquisa. O resultado é inferior à média Brasil e à média das não capitais, conforme é possível observar no Gráfico 1.

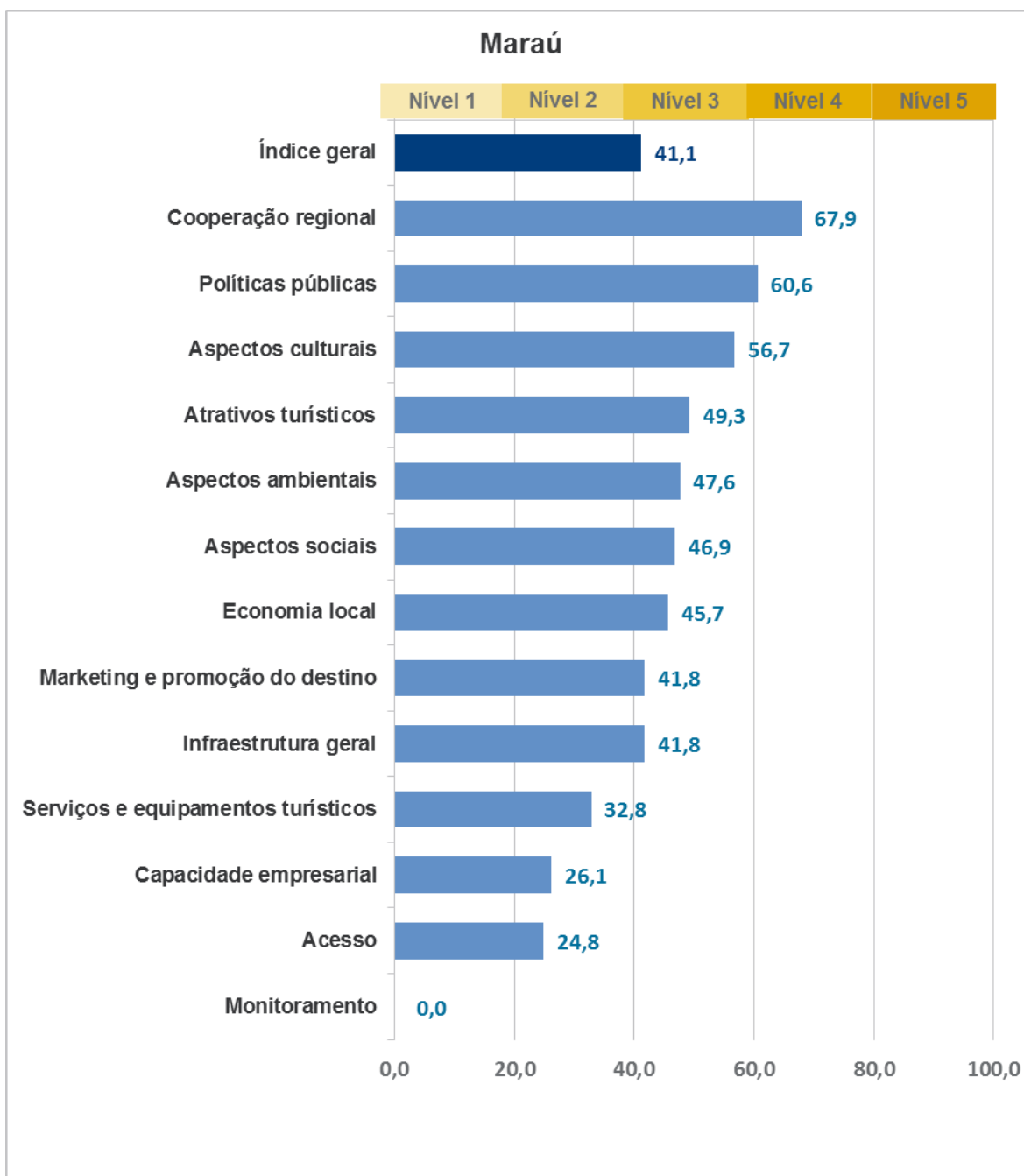
Gráfico 1. Índices gerais de competitividade – destino x Brasil x Não capitais: 2008-2015



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



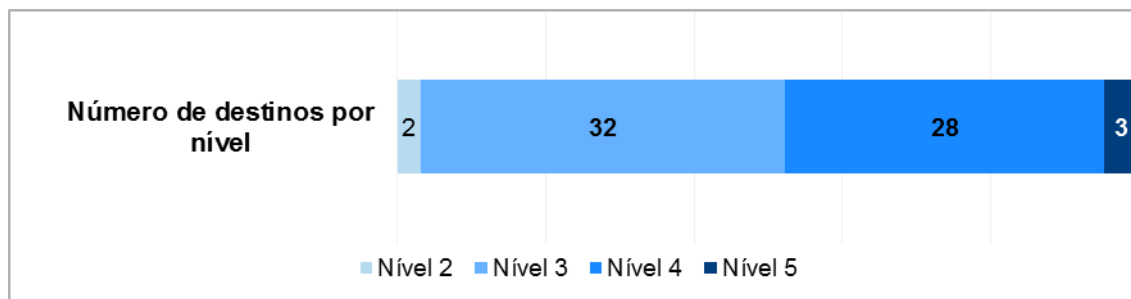
Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

As dimensões com os maiores índices são *Cooperação regional* e *Políticas públicas*, resultados que atingiram o nível 4 – ainda que haja espaço para melhorias e inovações, tendo em vista que nenhuma dimensão alcançou o nível 5.

Por sua vez, as dimensões com os menores índices registrados são *Serviços e equipamentos turísticos*, *Capacidade empresarial* e *Acesso*, cujos índices não ultrapassaram o nível 2, e *Monitoramento*, que não registrou pontos na dimensão, permanecendo no nível 1.

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 Marauá, 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 MARAÚ (BA):

- O destino é detentor de patrimônio natural diverso e peculiar capaz de atrair visitantes com diferentes motivações.
- Atividade regional fortalecida, a qual conta com instância de governança regional ativa, existência de Plano Estratégico regional vigente e Plano de Marketing específico para a região.
- A apropriação turística da gastronomia local, que valoriza os ingredientes e receitas típicas locais e regionais, tornando a experiência turística muito positiva neste sentido.

Desafios de MARAÚ (BA):

- Carências relacionadas à infraestrutura básica como saneamento básico e serviço de energia elétrica adequados.
- Necessidade de controle de uso de visitantes no principal atrativo natural do destino, embasado em estudo de capacidade de carga, dada sua fragilidade, bem como destinação correta dos resíduos sólidos no destino.
- Dificuldades no acesso rodoviário – BR030 – e circulação na península, causada pelas péssimas condições em que essas vias se encontram.

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 capitais ²

Dimensões	BRASIL			NÃO CAPITAIS			MARAÚ		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015
ÍNDICE GERAL	58,8	59,5	60,0	53,1	53,4	53,8	45,1	43,1	41,1
INFRAESTRUTURA GERAL	68,6	68,2	67,7	63,8	62,5	61,8	49,7	43,6	41,8
ACESSO	62,6	62,2	61,9	53,8	52,4	52,4	24,8	24,2	24,8
SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS	56,8	58,7	59,0	48,1	49,6	49,5	42,2	35,9	32,8
ATRATIVOS TURÍSTICOS	63,2	63,4	63,2	63,4	62,8	62,6	55,4	55,7	49,3
MARKETING E PROMOÇÃO DO DESTINO	46,8	48,4	48,5	44,4	45,7	45,0	42,4	35,9	41,8
POLÍTICAS PÚBLICAS	57,6	58,1	58,9	54,4	53,9	55,3	58,4	57,8	60,6
COOPERAÇÃO REGIONAL	44,6	48,3	50,0	44,9	49,3	51,7	63,1	74,8	67,9
MONITORAMENTO	37,4	36,2	36,3	31,9	30,7	30,4	28,1	17,2	0,0
ECONOMIA LOCAL	63,6	63,6	64,7	55,2	54,8	55,8	47,3	45,6	45,7
CAPACIDADE EMPRESARIAL	61,2	61,9	62,7	43,5	44,8	45,7	24,2	23,1	26,1
ASPECTOS SOCIAIS	59,4	59,7	60,5	56,7	56,8	57,9	57,7	55,8	46,9
ASPECTOS AMBIENTAIS	67,7	67,3	68,2	63,6	62,4	63,5	51,4	50,1	47,6
ASPECTOS CULTURAIS	58,2	62,0	64,0	52,4	55,6	57,6	51,2	53,8	56,7

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

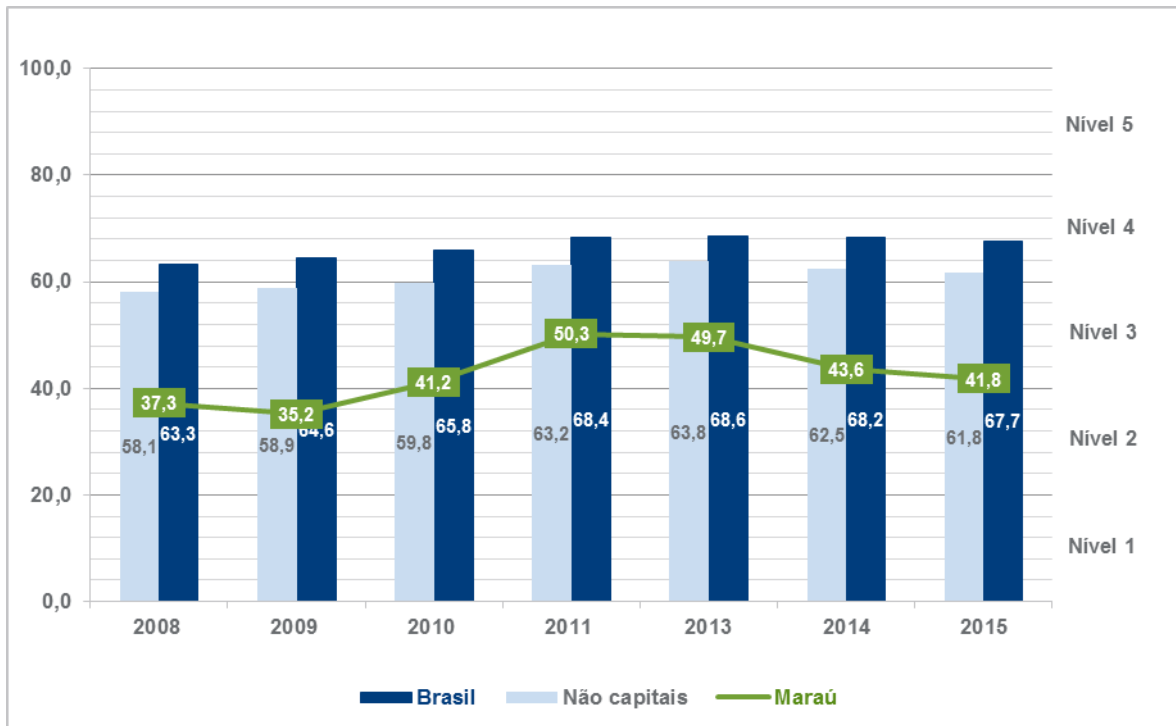
Variáveis analisadas:

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 3, como é possível observar no Gráfico 4. Este índice posicionou-se abaixo da média nacional e 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.

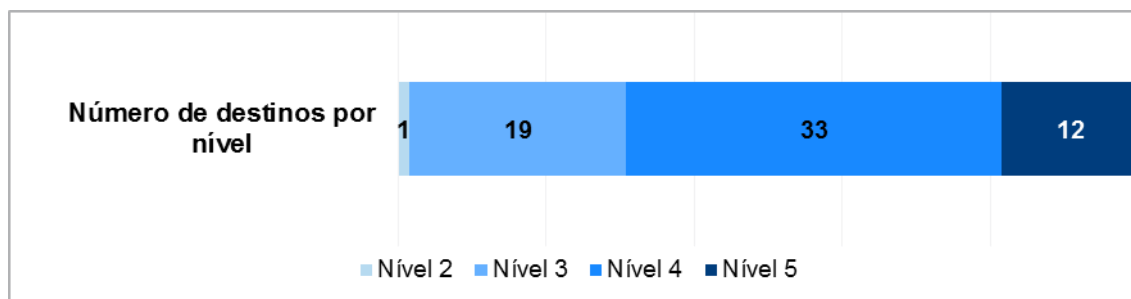
Gráfico 4. Índices Infraestrutura geral – destino x Brasil x Não capitais: 2008-2015



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 19 destinos se encontram no mesmo nível que Marau, enquanto a maior parte dos destinos pesquisados encontra-se no nível 4.

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:

- Evidente sensação de segurança apontada pela maioria dos entrevistados, especialmente nas áreas de maior circulação turística, como o povoado de Barra Grande e Taipu de Fora;
- Realização de melhoria da estrutura da Polícia Civil no destino, com a inauguração da nova delegacia localizada na sede, bem como incremento de itens na estrutura da Polícia Militar em Barra Grande - quadriciclos;
- Presença de elementos que evidenciam conservação urbana, a exemplo da Praça da Tainha.

Entre os desafios enfrentados pelo destino, estão:

- Inexistência, no destino, de serviço público de atendimento médico em emergências 24 horas eficaz para o turista, uma vez que a unidade que oferece esse atendimento localiza-se longe das áreas de circulação de turistas, e o principal acesso (pela BR 030) é precário;
- Fornecimento descontínuo de energia elétrica, especialmente durante a alta temporada, gerando impacto direto na qualidade do serviço e queima de aparelhos, segundo relatos em campo;
- Ausência de Corpo de Bombeiros e defesa civil no destino;
- Ausência de elementos de drenagem pluvial nas áreas turísticas, evidenciando as áreas de alagamento, que durante o período de chuvas forma grandes poças que dentre outros problemas quase impossibilita a locomoção nas principais áreas, como Barra Grande e Taipu de Fora;
- Carência de elementos de acessibilidade para portadores de necessidades especiais.

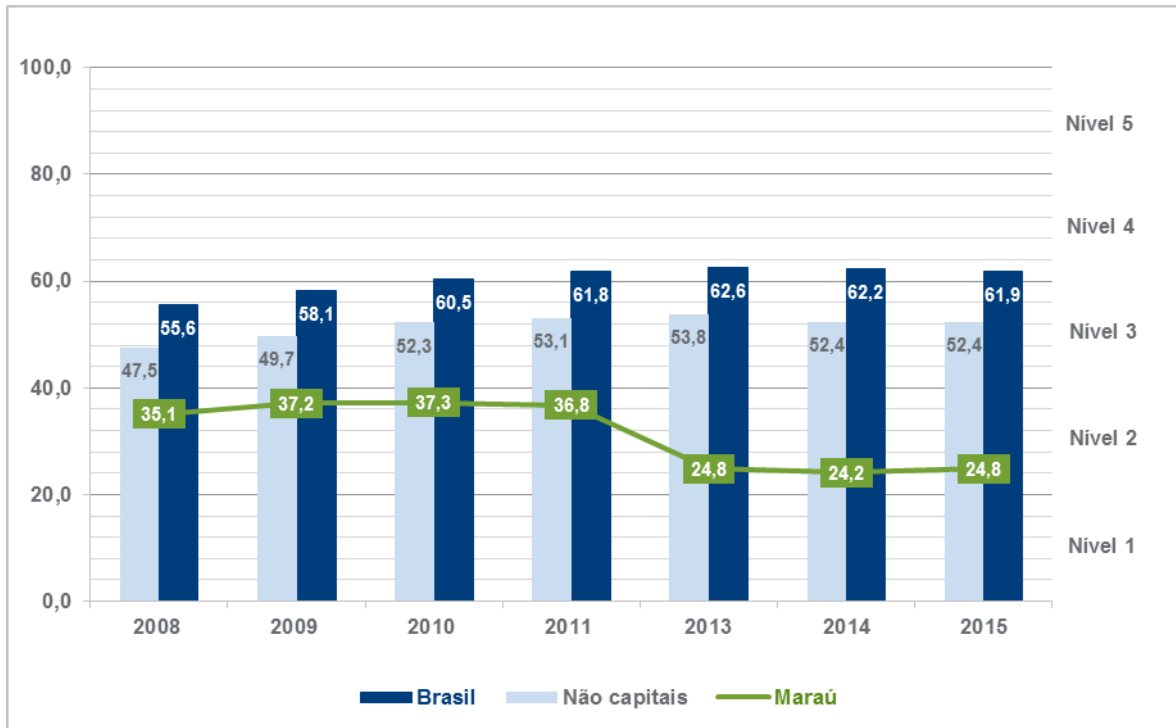
3.2. Acesso

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 permaneceu estável em relação ao registrado no ano anterior, mantendo-se no nível 2, como é possível observar no Gráfico 6. Este índice posicionou-se abaixo da média nacional e da média do grupo das não capitais na dimensão.

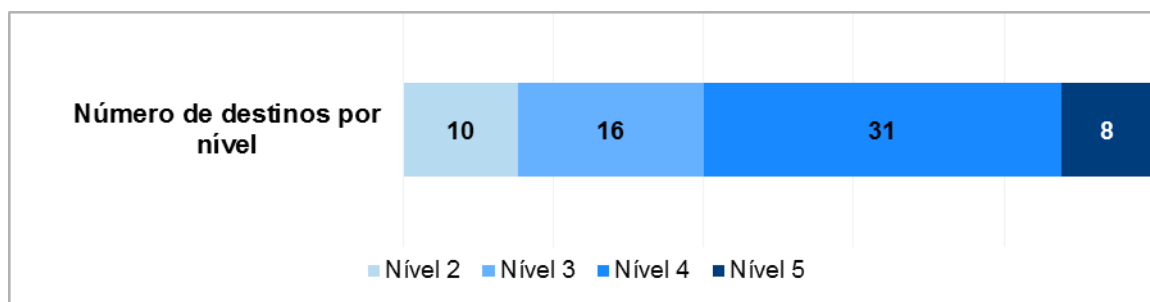
Gráfico 6. Índices Acesso – destino x Brasil x Não capitais: 2008-2015



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 10 destinos se encontram no mesmo nível que Marau 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 de linhas regulares intermunicipais que atendam ao destino – Ilhéus e Camamu;
- Ausência de pontos de congestionamento no destino;
- Facilidade para encontrar vagas estacionamento nas áreas de circulação turística. Esta disponibilidade muda consideravelmente na alta temporada, mas não impossibilita o acesso às vagas, segundo relatos em campo;
- Existência de serviço de táxi regulamentado no destino com padronização adequada, facilitando o reconhecimento pelo turista;
- Realização de capacitação para taxistas no último ano em parceria com o SEBRAE.

Entre os desafios enfrentados pelo destino, estão:

- Ausência de aeroporto dentro do território municipal ou dentro de um raio de 100km de distância do destino;
- Necessidade de melhorias no acesso aquaviário do destino, como iluminação, facilidades para pessoas com deficiência, conservação;
- Inexistência de terminal rodoviário no destino, como observado em campo;
- Carência de facilidades no serviço de táxi do destino, como sistema de chamada via aplicativos para *smartphones* e pagamento por cartões de crédito;
- O estado da BR 030, principal rodovia de acesso ao destino, segundo pesquisa realizada pela Confederação Nacional de Transporte – CNT, avaliada como Péssimo.

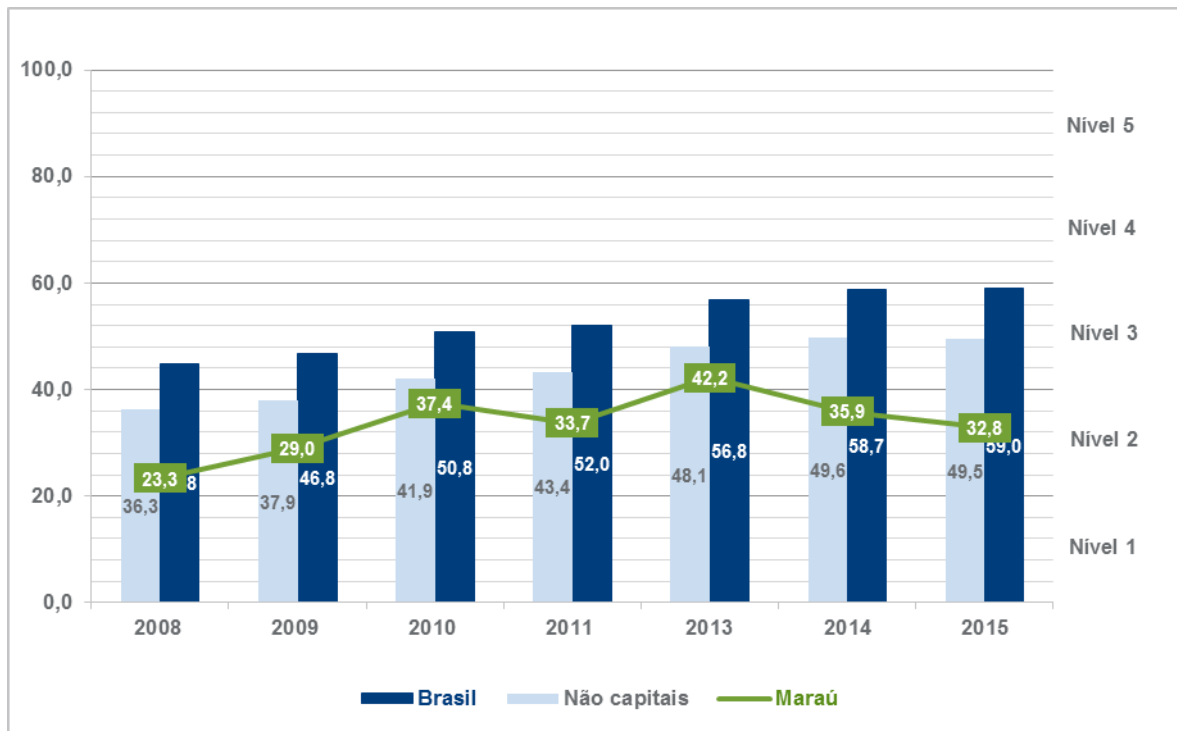
3.3. Serviços e equipamentos turísticos

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 2, como é possível observar no Gráfico 8. Este índice posicionou-se abaixo da média nacional e da média do grupo das não capitais na dimensão.

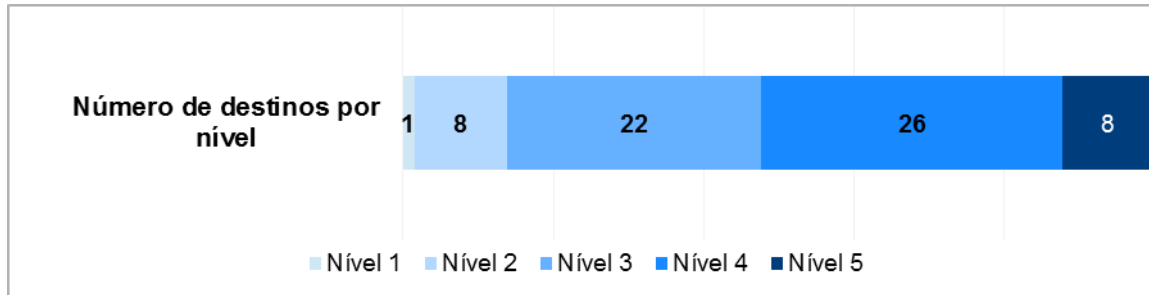
Gráfico 8. Índices Serviços e equipamentos turísticos – destino x Brasil x Não capitais: 2008-2015



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 8 destinos se encontram no mesmo nível que Marau, 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 sinalização turística viária obedecendo aos padrões internacionais recomendados pelo Ministério do Turismo;
- Presença no destino de um meio de hospedagem diferenciado (hotel sustentável) – Pousada Lagoa do Cassange;
- Oferta regular de cursos que ofereçam qualificação na área de turismo, como curso de guia de turismo oferecido pelo CETEP;
- Valorização da gastronomia local no destino, que prioriza os ingredientes e receitas típicas locais e regionais.

Entre os desafios enfrentados pelo destino, estão:

- Estado inadequado de conservação da sinalização turística viária, constatado durante visita técnica ao município;
- Inexistência de Centro de atendimento ao turista adequado no destino. Atualmente este atendimento é realizado de maneira improvisada na sede da secretaria de turismo local;
- Oferta reduzida de internet de qualidade na região, impossibilitando a oferta de sinal wi-fi dentro das unidades habitacionais – em Taipu de Fora em especial, área de grande circulação turística;
- Carência de quesitos de acessibilidade na maior parte dos meios de hospedagem do destino;
- Inexistência de empresas que ofereçam serviço de receptivo no destino. Atualmente existem apenas algumas empresas que se restringem à venda de passeios de barco ou instrução de mergulho. Outras empresas que atuavam no setor consideradas no último estudo fecharam suas portas, conforme relatos e observação em campo.

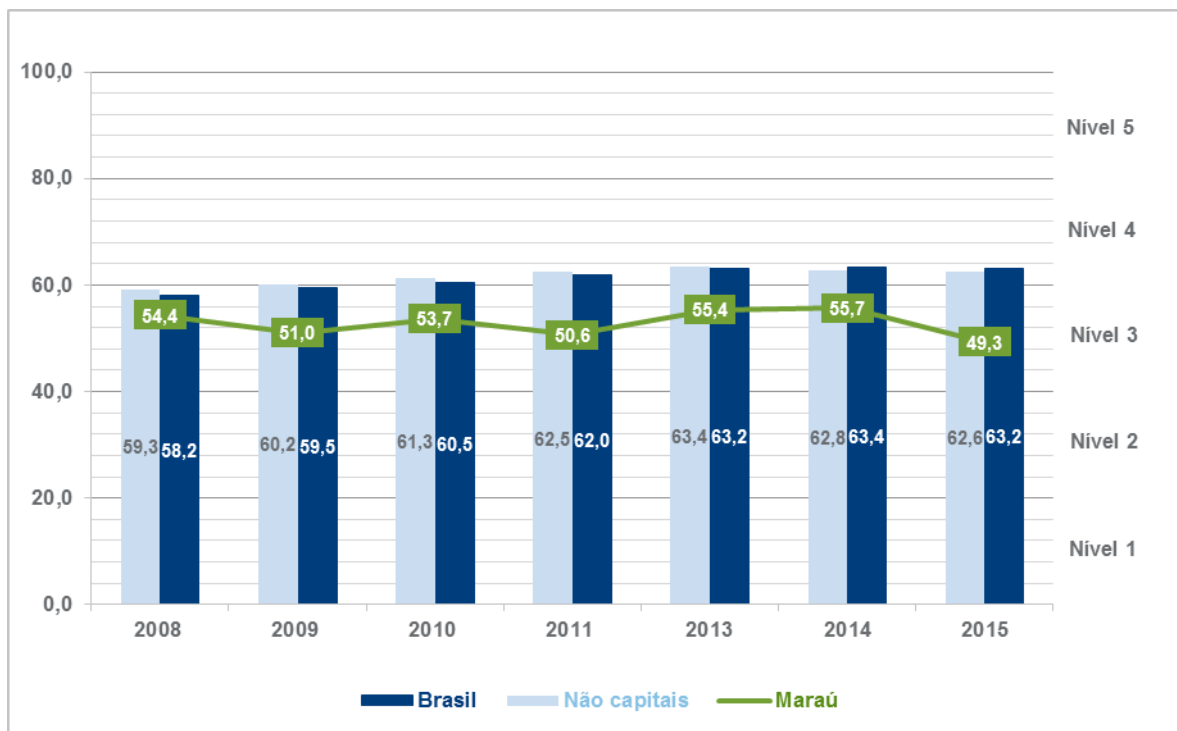
3.4. Atrativos turísticos

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 3, como é possível observar no Gráfico 10. Este índice posicionou-se abaixo da média nacional e da média do grupo das não capitais na dimensão.

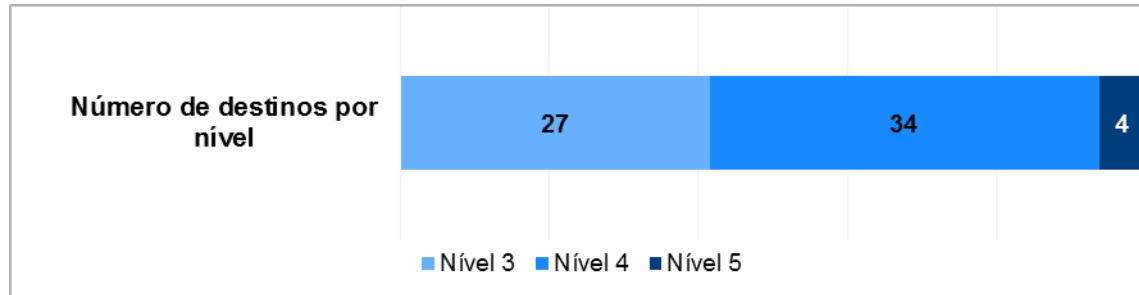
Gráfico 10. Índices Atrativos turísticos – destino x Brasil x Não capitais: 2008-2015



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 27 destinos se encontram no mesmo nível que Marará, enquanto a maior parte dos destinos pesquisados concentra-se no nível 4.

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, os quais promovem fluxo turístico sendo o principal deles as Piscinas Naturais de Taipu de Fora; em segundo lugar as Ilhas da Baía de Camamu – Goigó, Sapinho e Pedra Furada; em terceiro lugar a Cachoeira de Tremembé;
- Oferta adequada da seguinte estrutura de apoio no principal atrativo natural – restaurantes e lojas de souvenir;
- Existência de sinalização de trânsito viária, sinalização turística e pavimentação de acesso adequados para o principal atrativo cultural do destino, a Igreja de São Sebastião;
- Realização de eventos programados no destino, capazes de atrair fluxo turístico, sendo eles a Festa de São Sebastião; os Festejos Juninos dos diversos povoados que compõe o destino e o Festival da Tainha;
- Presença de opções de lazer no destino, tais como área de concentração de bares e restaurantes (a exemplo da Praça da Tainha); casas noturnas e praças;

Entre os desafios enfrentados pelo destino, estão:

- Inexistência de estudo de capacidade de carga ou suporte aplicado ao principal atrativo natural do destino – as Piscinas Naturais de Taipu de Fora – que auxilie na gestão e controle de usuários e minimizem o impacto ambiental da atividade em seus recursos naturais;
- Carência de recursos que viabilizem o acesso e circulação de pessoas com deficiência no principal atrativo natural;
- Necessidade de melhorias na estrutura física do principal atrativo cultural do destino – a Igreja de São Sebastião – classificada como regular;

- Carência de quesitos de acessibilidade para portadores de necessidades especiais no principal evento programado do destino – Festa de São Sebastião;
- Inexistência de estrutura que consolide no destino realização técnica ou científica para o qual haja fluxo turístico efetivamente técnico e representativo no destino. Segundo relatado e observado em campo, não são raros os casos de pesquisadores que visitam o destino atraídos por seus atributos naturais.

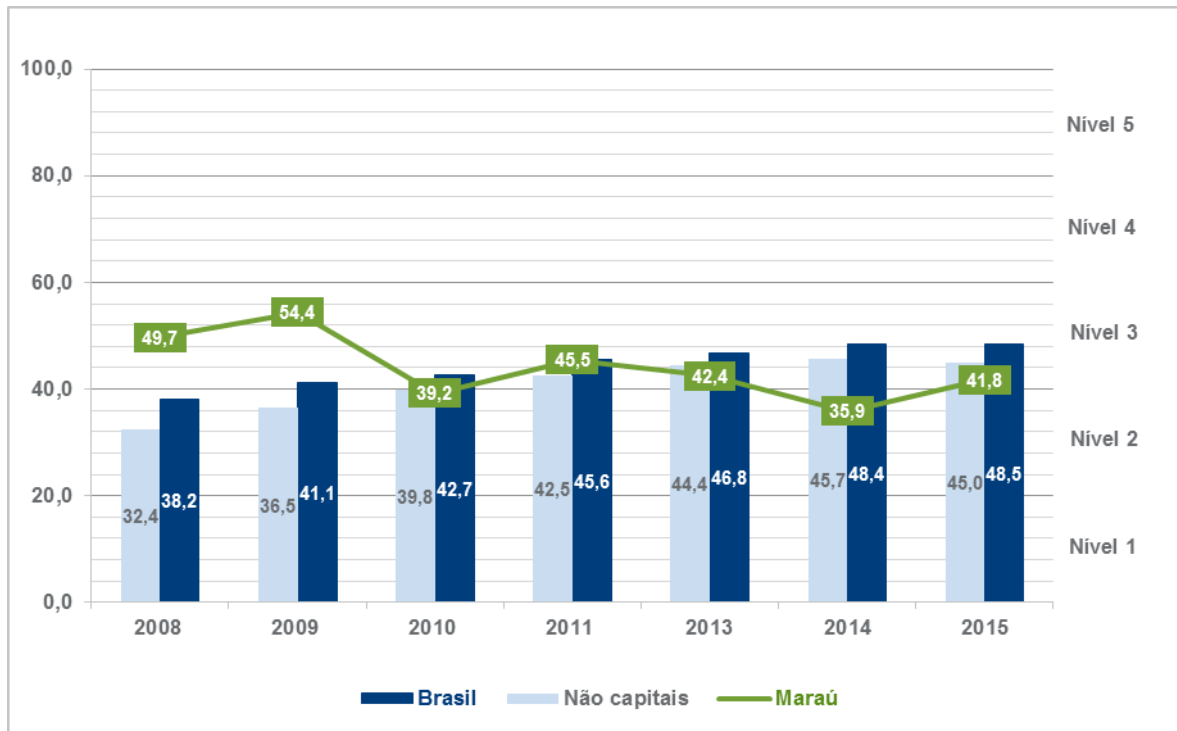
3.5. Marketing e promoção do destino

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 de nível na escala de competitividade (nível 3), como é possível observar no Gráfico 12. Este índice posicionou-se abaixo da média nacional e da média do grupo das não capitais na dimensão.

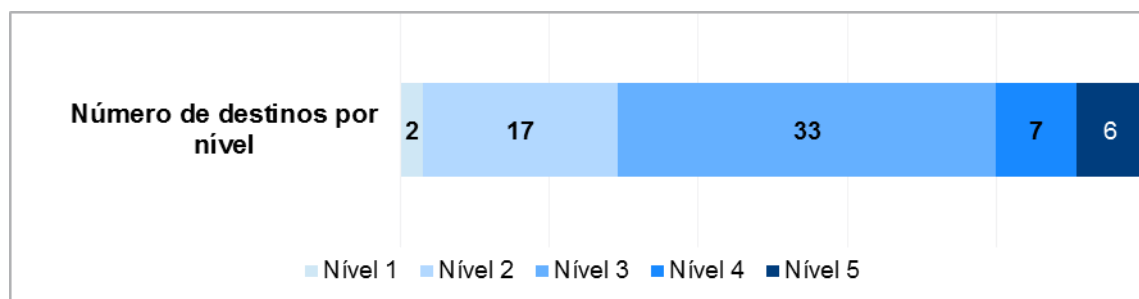
Gráfico 12. Índices Marketing e promoção do destino – destino x Brasil x Não capitais: 2008-2015



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 Marau, 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 plano de marketing regional – Plano de Marketing da Costa do Dendê – que contempla o destino;
- Participação regular em feiras e eventos de turismo e rodadas de negócios e reuniões para promoção do destino;
- Produção de programas de repercussão nacional no último ano em que o destino serviu como cenário;
- Disponibilidade de material promocional institucional no destino (mapas, folhetos e manuais impressos para comercialização dos atrativos) destinados ao trade e ao público final, alguns;
- Existência de portal governamental do destino (www.marau.ba.gov.br) que contém informações turísticas sobre o destino, como os principais atrativos.

Entre os desafios enfrentados pelo destino, estão:

- Inexistência de plano de marketing formal específico para o destino, 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;
- O fato de o destino não ter produzido eventos fora de seu território para divulgar seus atrativos e equipamentos, no ano anterior;
- Indisponibilidade de agenda de eventos para consulta por parte do turista e da população local;
- Inexistência de assessoria de imprensa no destino, seja específica para o turismo ou que contemple toda a Prefeitura para atender a mídia, bem como ausência de acompanhamento (clipagem) de notícias veiculadas na mídia e que envolvam o destino;
- Ausência de página promocional de turismo oficial na internet que forneça informações turísticas sobre o destino para o turista

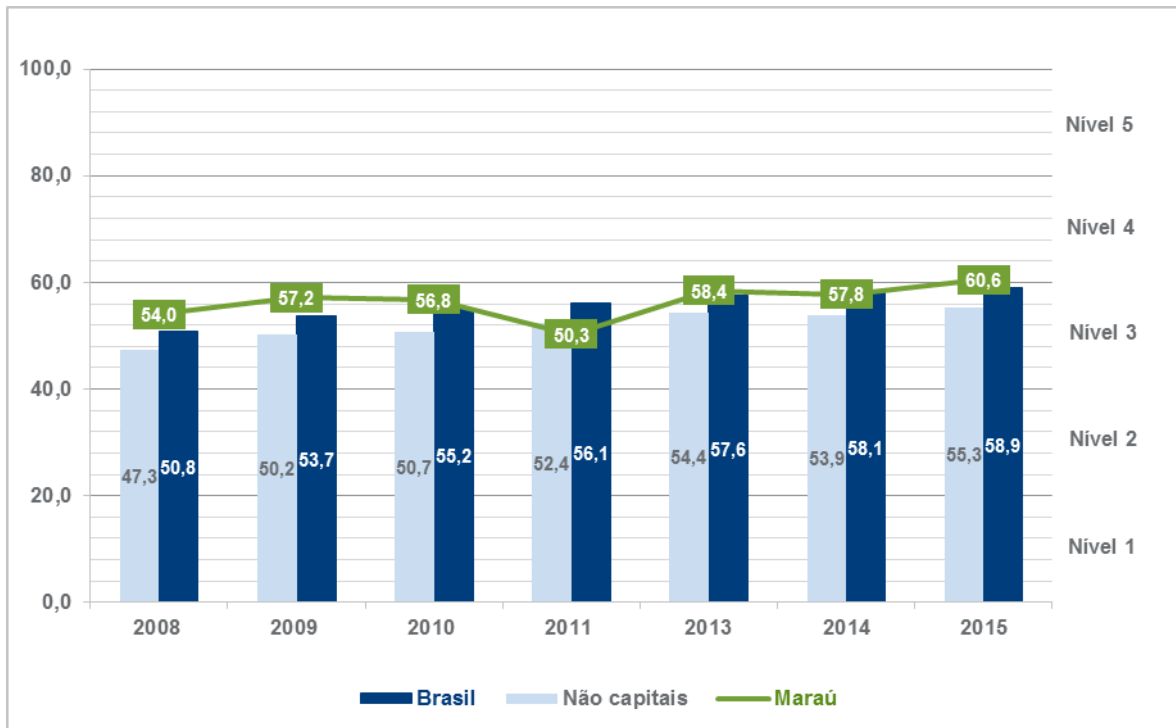
3.6. Políticas públicas

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, o que levou o destino a subir de nível na escala de competitividade (nível 4), como é possível observar no Gráfico 14. Este índice posicionou-se acima da média nacional e da média do grupo das não capitais na dimensão.

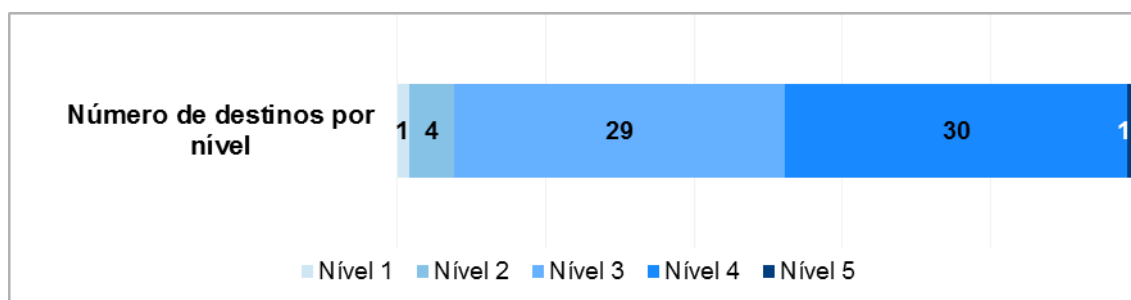
Gráfico 14. Índices Políticas públicas – destino x Brasil x Não capitais: 2008-2015



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 30 destinos se encontram no mesmo nível que Marau, estágio em que se encontra a maior parte dos destinos pesquisados.

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:

- Existência de Secretaria Municipal – Secretaria Municipal de Turismo e Lazer de Marau – destinada a coordenar o desenvolvimento turístico local;
- Recebimento, no último ano, de recursos federais provenientes de emendas parlamentares;
- Participação direta do órgão gestor de turismo local no Fórum Estadual de Turismo;
- Recebimento de investimento direto do governo estadual no Festival da Tainha realizado no último ano;
- Existência de Plano Diretor Municipal que contempla o setor de turismo.

Entre os desafios enfrentados pelo destino, estão:

- Indisponibilidade de um portal institucional do órgão gestor de turismo, que apresente sua estrutura, programas e ações. Há um link da secretaria no portal da prefeitura que contém somente os dados de seus gestores;
- O fato de o Fundo de Turismo estar atualmente inativo;
- Ausência de fonte de recurso próprio extraorçamentário para o órgão gestor de turismo;
- Inexistência de um Plano de Turismo formal específico do destino, que trace metas e direcione as ações do setor.

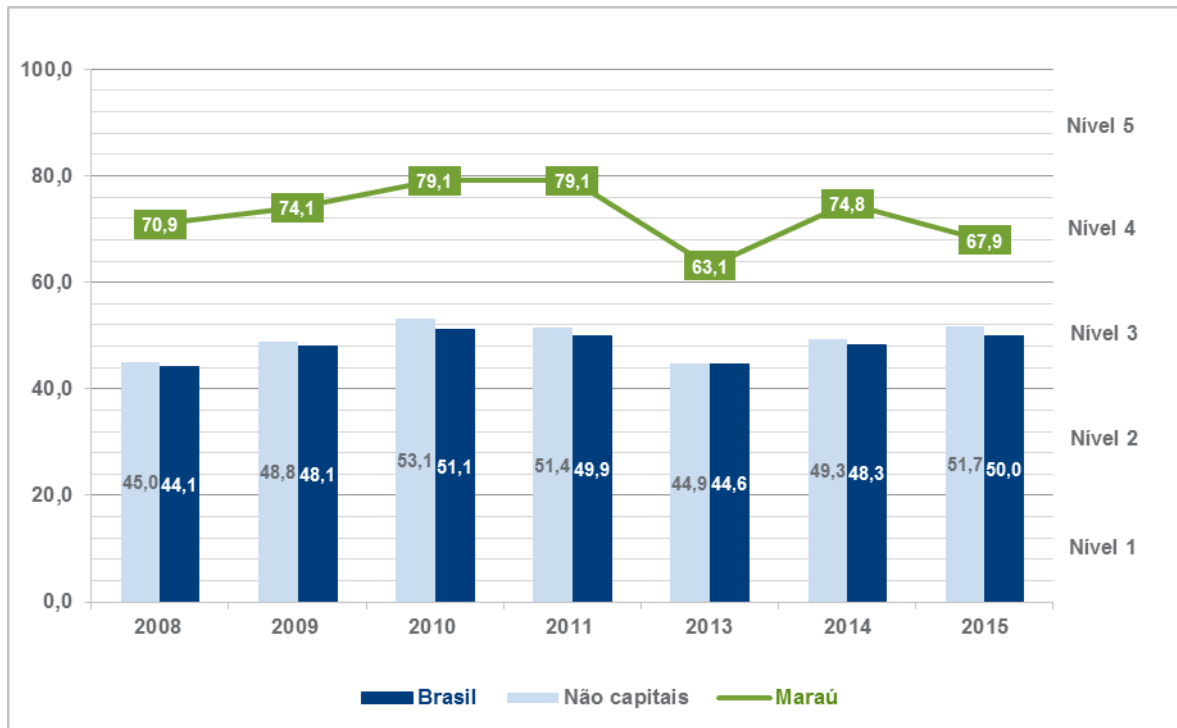
3.7. Cooperação regional

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 abaixo do alcançado pelo destino no ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 16. Este índice posicionou-se acima da média nacional e da média do grupo das não capitais na dimensão.

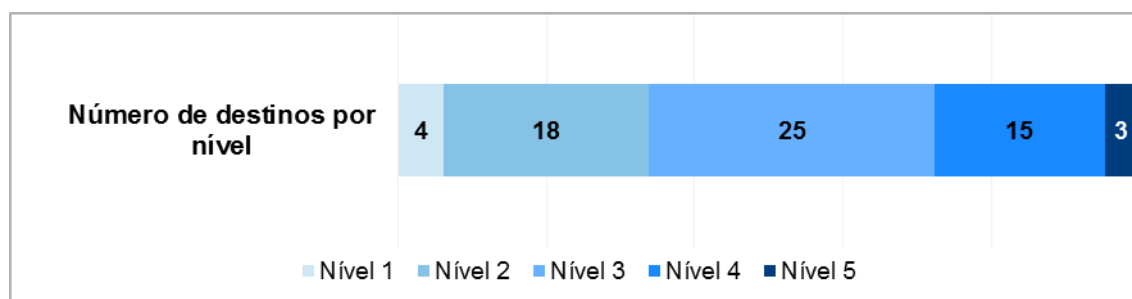
Gráfico 16. Índices Cooperação regional – destino x Brasil x Não capitais: 2008-2015



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 Marau, enquanto a maior parte dos destinos pesquisados 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 de uma instância regional ativa – Câmara de Turismo da Costa do Dendê – a qual conta com a participação de representantes dos órgãos de turismo dos destinos, entidades de classe, representantes do "sistema S", terceiro setor, órgãos estaduais e demais representantes da cadeia produtiva do turismo;
- Disponibilidade de um gestor executivo com dedicação parcial à coordenação das atividades da instância de governança regional;
- Existência de Plano de Desenvolvimento Turístico Integrado – PDITS da Costa do Dendê – em vigor;
- Presença do destino em roteiros regionais elaborados já comercializado por agências locais/regionais, nacionais e internacionais;
- Participação do destino em rodada de negócio – Salão Baiano de Turismo – para promoção da região turística.

Entre os desafios enfrentados pelo destino, estão:

- Carência de recurso próprio e suporte para condução das atividades da instância de governança regional;
- Ausência de projetos de cooperação regional compartilhados com outros destinos;
- A não realização de ações de promoção da região no último ano, seja em publicidade, realização de eventos, realização de *famtour*, realização de *press trips*;
- Indisponibilidade de site promocional da região turística ou de algum roteiro turístico do qual o destino faça parte;
- Inexistência de material promocional da região turística ou de algum roteiro turístico do qual o destino faça parte.

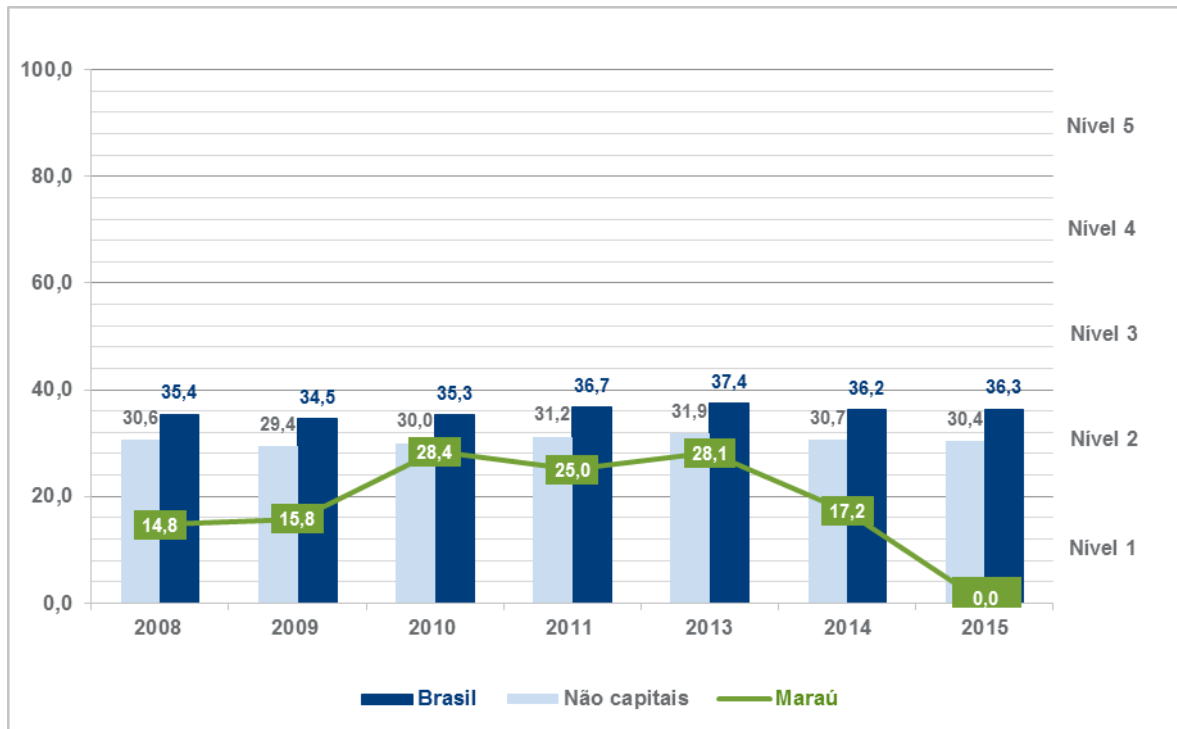
3.8. Monitoramento

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 abaixo do alcançado no ano anterior, mantendo-se no nível 1, como é possível observar no Gráfico 18. Este índice posicionou-se abaixo da média nacional e da média do grupo das não capitais na dimensão.

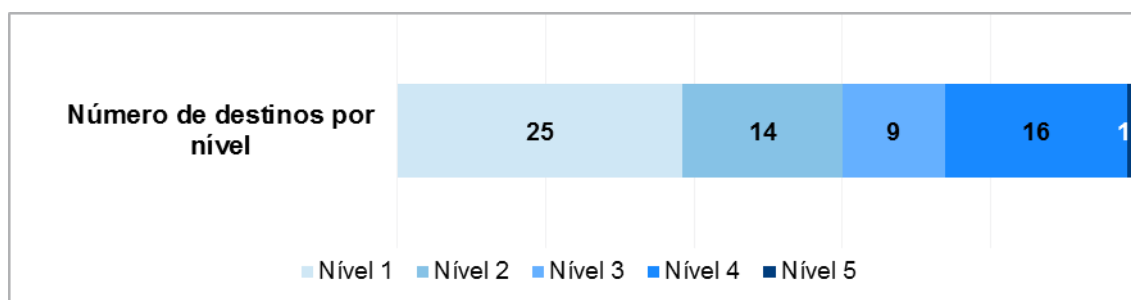
Gráfico 18. Índices Monitoramento – destino x Brasil x Não capitais: 2008-2015



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 25 destinos se encontram no mesmo nível que Marau, estágio em que se encontra a maior parte dos destinos pesquisados.

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



Fontes: FGV/MTUR/SEBRAE, 2015

Entre os desafios enfrentados pelo destino, estão:

- Inexistência de pesquisas de demanda realizadas com periodicidade no destino, que abordem minimamente informações como perfil socioeconômico do turista, informações sobre a viagem (motivação, tipo de hospedagem, gasto médio do turista, grau de satisfação e intenção de retorno), seja regularmente ou em eventos específicos;
- Ausência de pesquisa de oferta atualizada;
- A não realização de monitoramento de visitantes para levantamento de dados nos atrativos turísticos ou na base provisória de atendimento, na secretaria de turismo;
- Inexistência de algum sistema de estatísticas turística, onde seja possível catalogar dados estatísticos do destino já existentes;
- Inexistência de monitoramento no destino dos impactos sociais, econômicos ou ambientais causados pela atividade turística no destino.

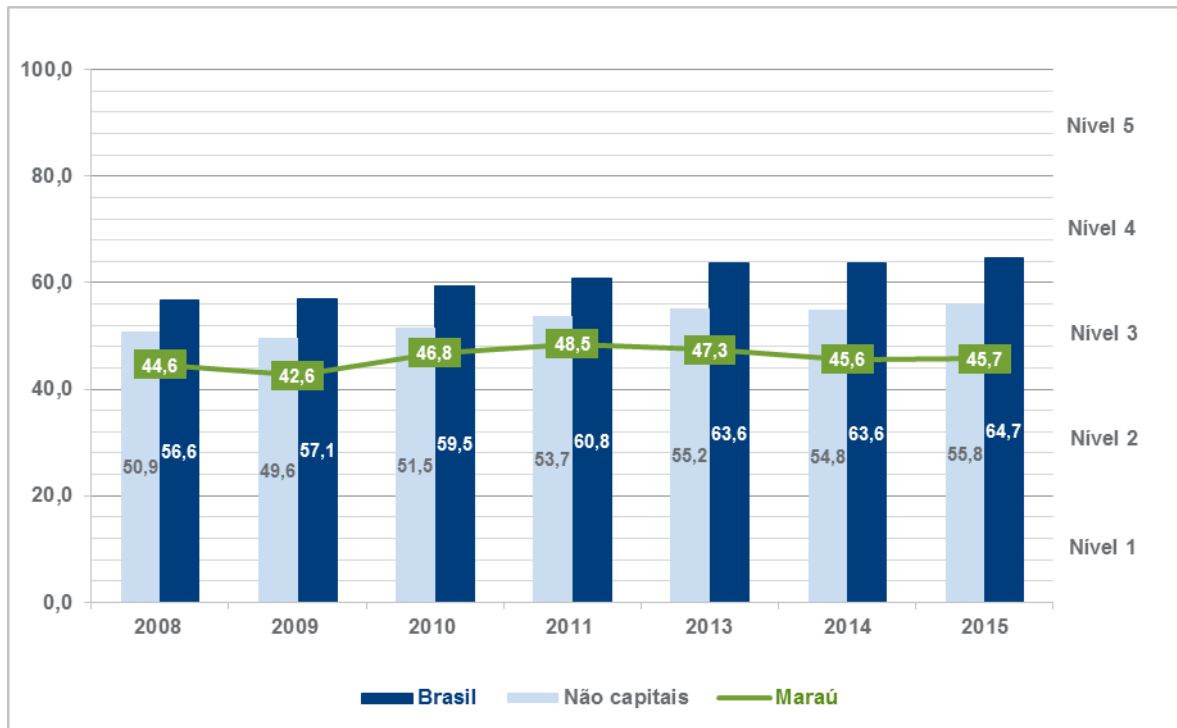
3.9. Economia local

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 da média do grupo das não capitais na dimensão.

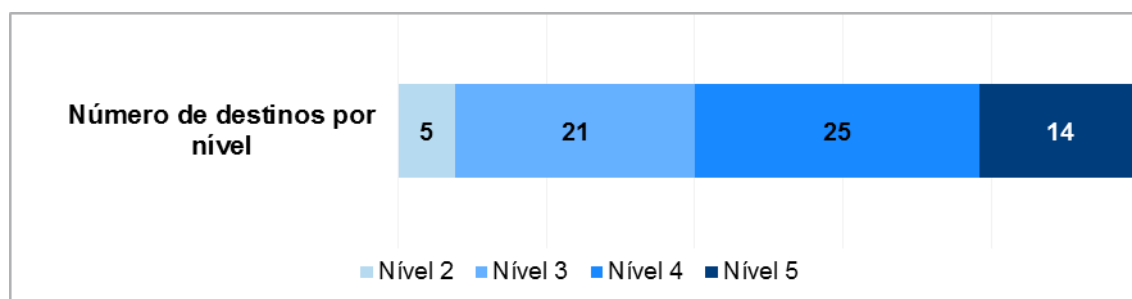
Gráfico 20. Índices Economia local – destino x Brasil x não capitais: 2008-2015



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 Maraú, enquanto a maior parte dos destinos pesquisados 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

Entre os desafios enfrentados pelo destino, estão:

- Inexistência de pontos de acesso gratuito à internet;
- O fato do destino não possuir lei municipal de incentivo à formalização de estabelecimentos comerciais e prestadores de serviço – Lei Geral da micro e pequena empresa não implementada;
- Falta de benefícios, seja redução ou isenção de impostos para empreendimentos relacionados a atividade turística;
- Ausência de caixas eletrônicos de autoatendimento 24h para saques nacionais e internacionais.

Além destes fatores, nesta dimensão, dados econômicos de fontes secundárias também foram observados, como o PIB, PIB per capita, volume de operações de crédito, receita de serviços do destino, valor da corrente de comércio, rendimento médio registrado, número de trabalhadores, número de empresas formais, saldo de admissões e desligamentos do destino nas atividades características do turismo, todos referentes ao último ano disponível.

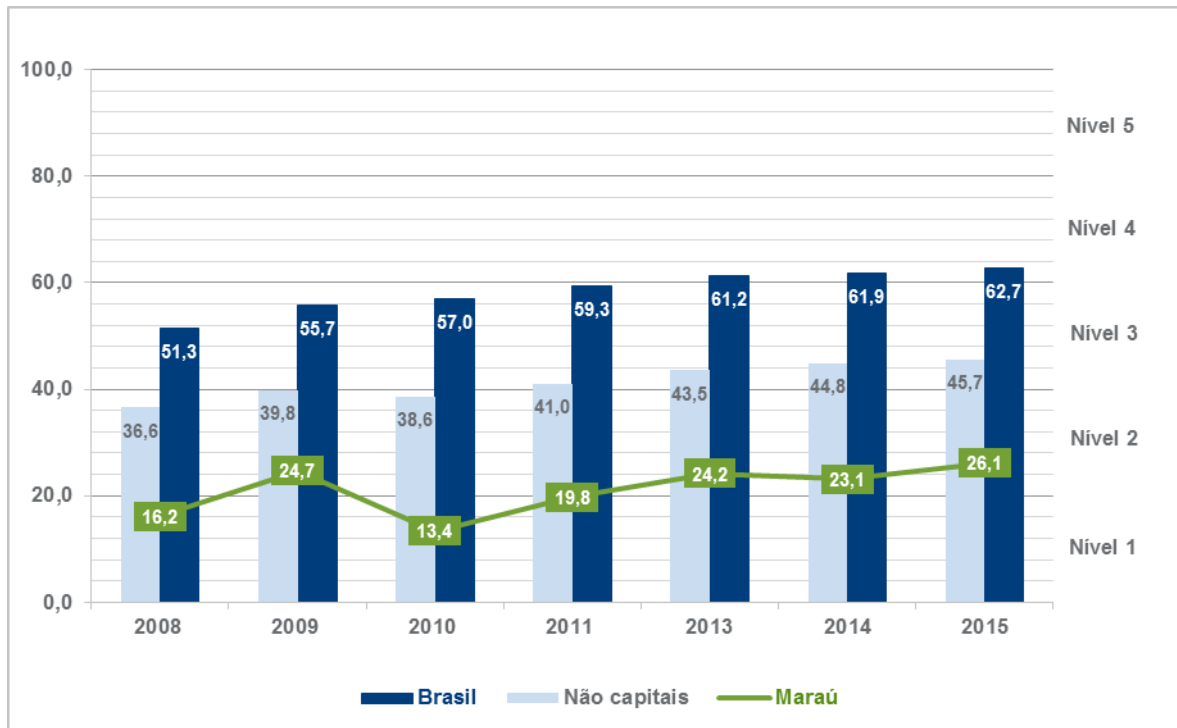
3.10. Capacidade empresarial

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 acima 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 da média do grupo das não capitais na dimensão.

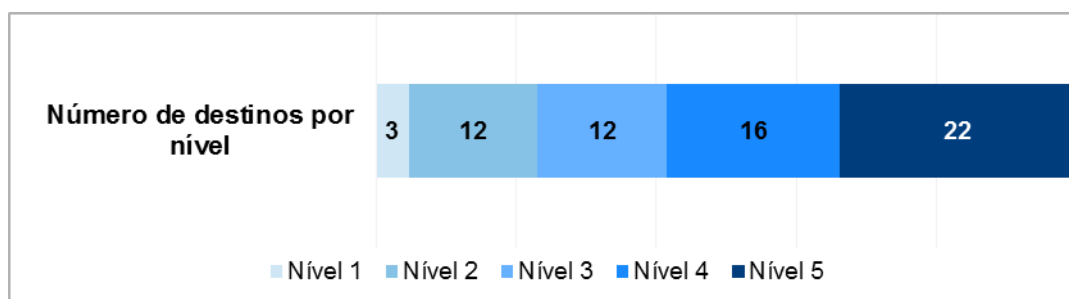
Gráfico 22. Índices Capacidade empresarial – destino x Brasil x não capitais: 2008-2015



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 Marau, enquanto a maior parte dos destinos pesquisados 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 no destino com programas regulares de formação;
- Realização no último ano do curso do Empretec, auxiliando no fomento do empreendedorismo local.

Entre os desafios enfrentados pelo destino, estão:

- Inexistência de escolas de formação em idiomas estrangeiros;
- Ausência de grupos de redes nacionais ou internacionais de locação de automóveis;
- Ausência de grupos de redes nacionais ou internacionais redes de meios de hospedagem;
- Ausência de grupos de redes nacionais ou internacionais redes de alimentos e bebidas;
- Evidência de barreiras à entrada de novos empreendimentos turísticos, tais como infraestrutura de acesso, infraestrutura para edificações, falta de pessoal capacitado no destino, falta de incentivos fiscais, custo elevado de terrenos e aluguéis, como relatado pela maior parte dos entrevistados em campo.

Além disso, o saldo de empresas formais (considerando abertura e fechamento nos últimos dois anos), o salário médio, a massa salarial, a taxa de criação de empregos no destino nos últimos dois anos, e o volume de exportação de bens e serviços, também são dados que foram analisados.

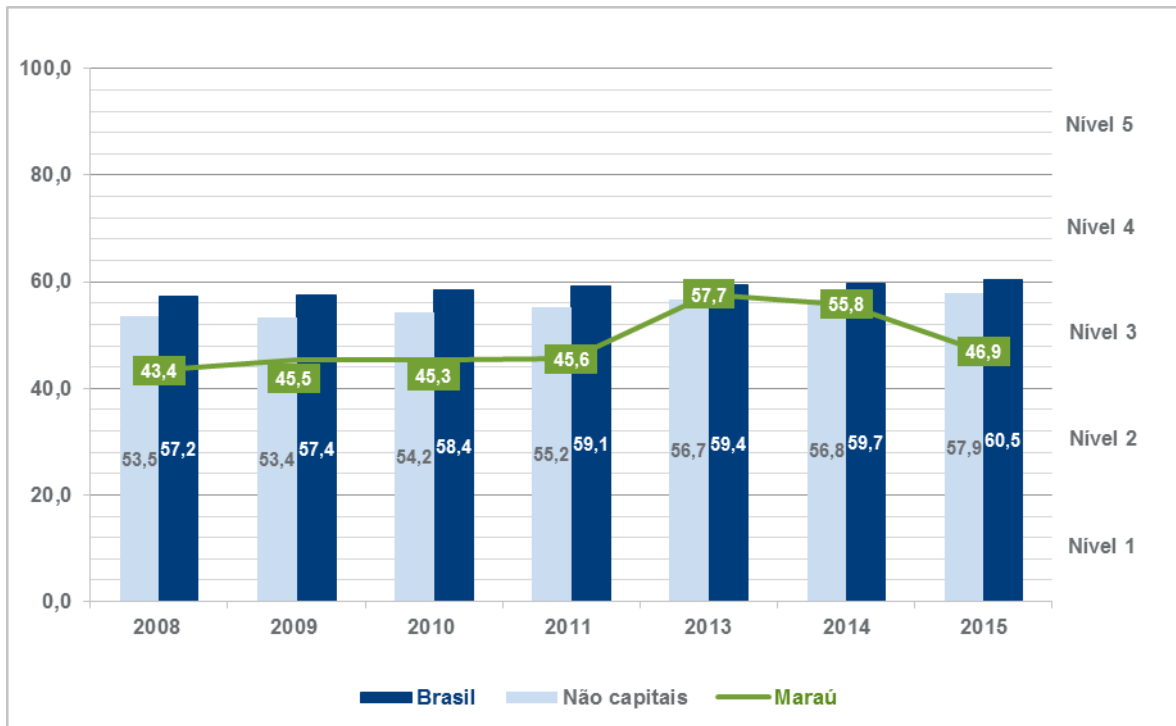
3.11. Aspectos sociais

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 ficou abaixo do resultado alcançado no ano anterior, mantendo-se no nível 3, como é possível observar no Gráfico 24. Este índice posicionou-se abaixo da média nacional e da média do grupo das não capitais na dimensão.

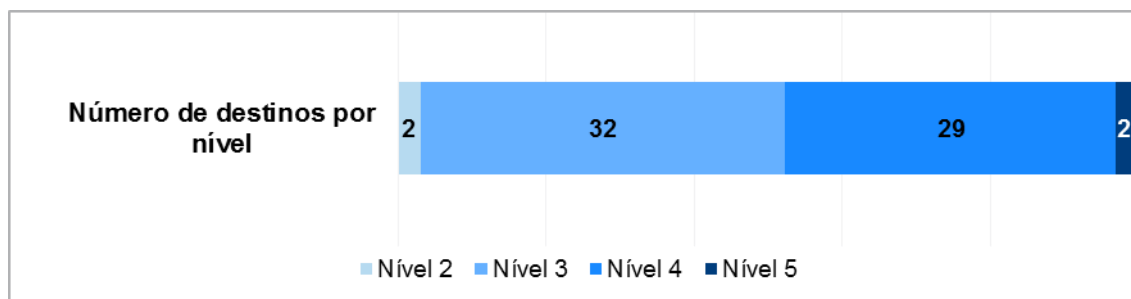
Gráfico 24. Índices Aspectos sociais – destino x Brasil x Não capitais: 2008-2015



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 Marará, 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:

- A apropriação da comunidade local dos atrativos turísticos do destino, principalmente as praias, que ocorre de maneira natural, sem que haja qualquer programa de incentivo para este fim;
- Existência de atividade de enfrentamento à exploração sexual de crianças e adolescentes no destino;
- Participação direta do órgão de gestão do turismo local nas campanhas de combate à exploração sexual de crianças e adolescentes relacionada à atividade turística;
- Não evidência de exploração sexual infanto-juvenil ou exploração de mão de obra infantil no destino;

Entre os desafios enfrentados pelo destino, estão:

- Evidência de utilização de mão de obra informal no destino com atividades relacionadas ao turismo, em especial na alta temporada. Essa informalidade é notada especial nos setores de hotelaria, bares e restaurantes, organização de eventos e oferta de serviços de passeio, segundo relatado em campo;
- Carência de mão de obra qualificada (tanto em nível técnico e operacional), a qual também necessita de orientação no que se refere a noções de higiene, idiomas, informática, capacitação técnica e atendimento ao cliente;
- Inexistência de qualquer ação formal de sensibilização da comunidade para a importância da atividade turística local e da mesma forma para o turista que visita o destino, no que se refere ao respeito à comunidade local;
- Falta de instrumentos que viabilizem a participação efetiva da comunidade local nas discussões dos projetos turísticos no destino;
- Divulgação e conhecimento escasso do Disque 100 no destino.

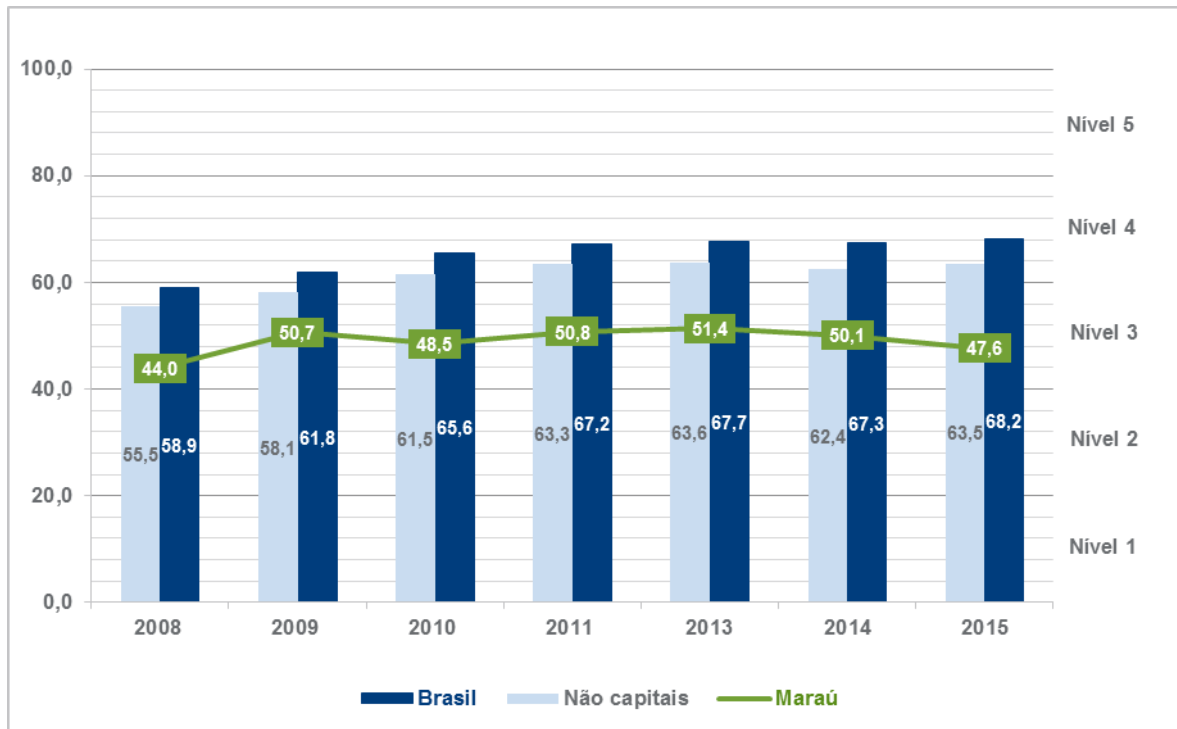
3.12. Aspectos ambientais

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 ficou abaixo do alcançado no ano anterior, mantendo-se no nível 3, como é possível observar no Gráfico 26. Este índice posicionou-se abaixo da média nacional e da média do grupo das não capitais na dimensão.

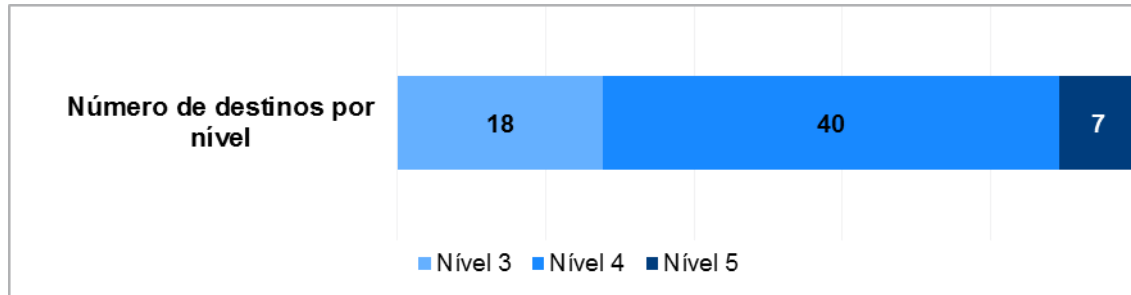
Gráfico 26. Índices Aspectos ambientais – destino x Brasil x não capitais: 2008-2015



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 18 destinos se encontram no mesmo nível que Maraú, enquanto a maior parte dos destinos pesquisados encontra-se no nível 4.

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:

- Existência de um órgão municipal com atribuição de direcionar e tratar as demandas relacionadas ao meio-ambiente no destino – Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Pesca;
- Presença de um Conselho de Meio Ambiente ativo no destino – Conselho Municipal de Meio Ambiente;
- Aprovação recente de um Código Ambiental Municipal para o destino;
- Realização controle da qualidade do ar no destino, executada pelo INEMA;
- Presença de associação de catadores atuante no destino;
- Existência de Unidades de Conservação no território municipal – tendo sido indicada como principal a APA Baía de Camamu, a qual possui conselho gestor ativo.

Entre os desafios enfrentados pelo destino, estão:

- Inexistência de um Plano Municipal de Meio Ambiente para o destino;
- Ausência de Plano Municipal de Resíduos Sólidos, conforme orienta a Política Nacional, que segundo informado em campo encontra-se em estágio de aprovação na câmara dos vereadores;
- Carência de coleta de esgoto no destino, colocando em risco a qualidade da água dos vários lençóis freáticos existentes no destino;
- Destinação inadequada dos resíduos sólidos do destino, que atualmente são descartados em lixão a céu aberto, um deles área de mangue, causando diversos malefícios ao ecossistema local, além de provocar uma reação muito negativa por parte dos visitantes que se deparam com esta realidade, uma vez que o lixão se localiza em área de circulação de turistas;

- Ausência de plano de manejo em vigor para a principal Unidade de Conservação indicada – APA Baía de Camamu.

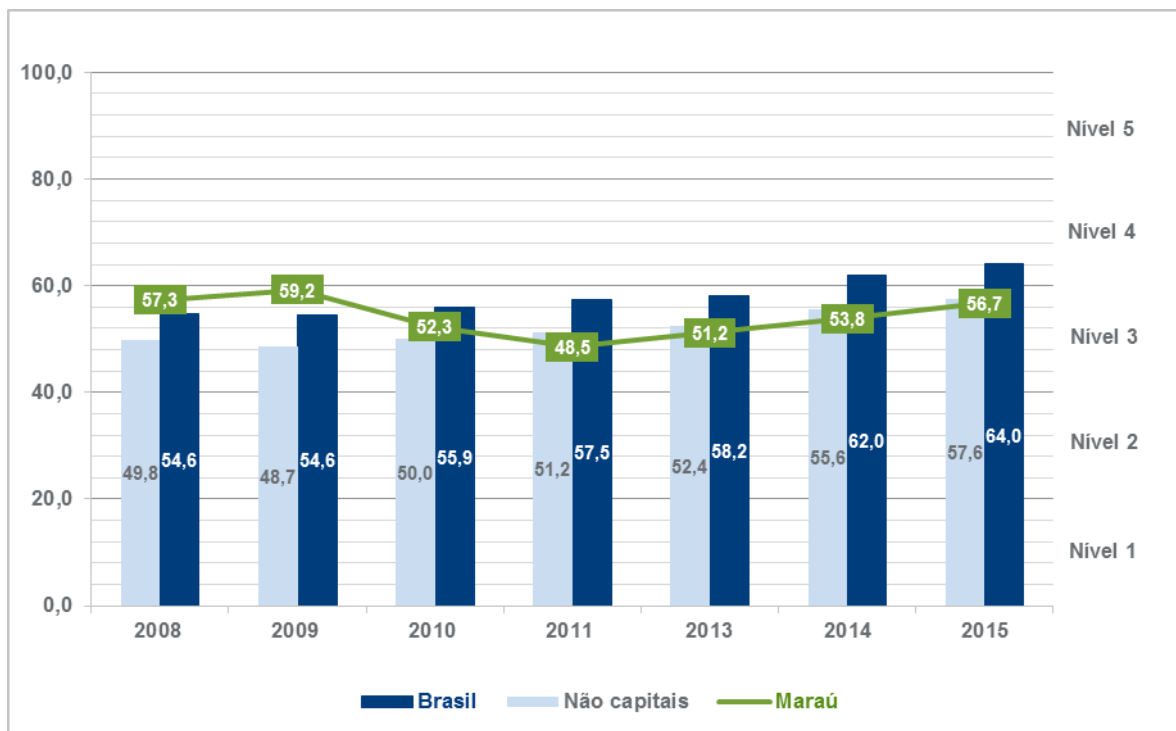
3.13. Aspectos culturais

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 acima do conquistado no ano anterior, mantendo-se no nível 3, como é possível observar no Gráfico 28. Este índice posicionou-se abaixo da média nacional e foi similar à média do grupo das não capitais na dimensão.

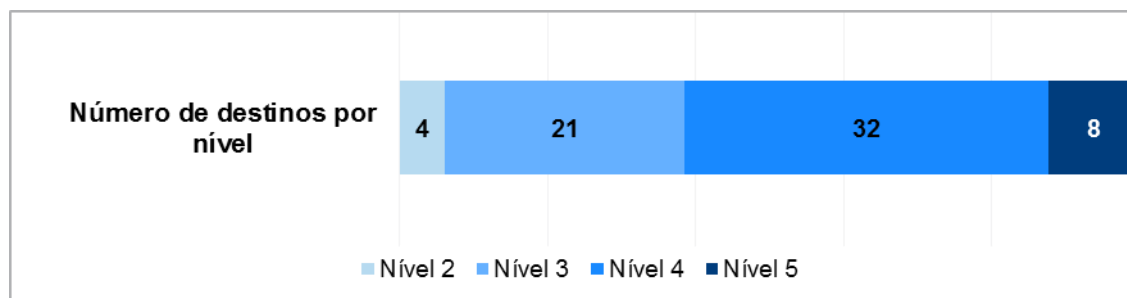
Gráfico 28. Índices Aspectos culturais – destino x Brasil x não capitais: 2008-2015



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 Marau, 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:

- Existência de atividade artesanal típica – feitos da palha de coco e piaçava – e disponíveis em lojas de fácil acesso para o turista;
- Presença de uma associação de artesãos no destino, que fortalece e mantém a tradição do artesanato local;
- Presença de uma culinária regional tradicional, encontrada facilmente nos restaurantes locais;
- Existência de órgão municipal com atribuição formal para coordenar e incentivar as ações relacionadas à cultura – Secretaria Municipal de Educação, Cultura e Esporte;
- Existência de um conselho municipal de cultura ativo no destino e fundo municipal efetivo e exclusivo da cultura;
- Adesão do destino ao sistema nacional de cultura.

Entre os desafios enfrentados pelo destino nessa dimensão, estão:

- Ausência de legislação municipal de fomento a cultura;
- Ausência de bens tombados no destino, que enriqueçam seu patrimônio cultural, e influenciem positivamente na atividade turística local;
- Inexistência de bem cultural reconhecido como Patrimônio da Humanidade pela UNESCO;
- Inexistência de projeto para implementação de turismo cultural no destino.