



MUNICÍPIO DE NOVA VIÇOSA-BA
PODER EXECUTIVO

LEI Nº 580/2022

“ESTABELECE O PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE NOVA VIÇOSA COMO INSTRUMENTO INTEGRADO E NORTEADOR PARA O DESENVOLVIMENTO CONTÍNUO DO TURISMO E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS”.

A PREFEITA MUNICIPAL DE NOVA VIÇOSA, ESTADO DA BAHIA, no uso de suas atribuições legais conferidas pelo artigo 60, inciso III, da Lei Orgânica do município,

Faço saber que a Câmara Municipal aprovou, e eu sanciono a seguinte Lei.

Art. 1º. Esta Lei institui o Plano Municipal de Turismo do Município de Nova Viçosa, constante no documento anexo.

Art. 2º - O Plano Municipal de Turismo será instrumento norteador para o desenvolvimento consciente e contínuo do Turismo no Município de Nova Viçosa.

Art. 3º - O Município instituirá a implantação e operacionalização do Plano Municipal de Turismo de forma coordenada e integrada, considerando as seguintes competências:

§ 1º A secretaria Municipal de Turismo coordenará a implantação, execução e atualização do plano.

§ 2º O Conselho Municipal de Turismo se reunirá ao mínimo 03 (três) vezes ao ano para participar do monitoramento do Plano Municipal de Turismo .



MUNICÍPIO DE NOVA VIÇOSA-BA
PODER EXECUTIVO

Art. 4º - As atualizações do plano, entendidas como novas edições, serão elaboradas e publicadas em site oficial do poder executivo.

Art. 5º. Esta lei entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Gabinete da Prefeita de Nova Viçosa, Estado da Bahia, aos dezessete dias do mês de novembro do ano dois mil e vinte e dois.


LUCIANA SOUSA MACHADO RODRIGUES
Prefeita



Plano Municipal de Turismo de Nova Viçosa
2022-2024

A handwritten signature in black ink, appearing to be a stylized 'R' followed by a flourish.

FICHA TÉCNICA

LUCIANA SOUSA MACHADO RODRIGUES
Prefeita
2020-2024

CARLA BEATRIZ GONSALVES DUARTE
Secretária de Turismo

JANAÍNA GONÇALVES RIOS BARROS
Assessora da Secretaria de Turismo

ANTUNES MONTEIRO
Presidente do Conselho Municipal de Turismo

TW NORONHA TURISMO
Consultoria em Turismo

Wander Luiz Rocha de Noronha
Turismólogo
ABBTUR - 16269/BA

Tatiana Augusta Ferreira de Noronha
Turismóloga
ABBTUR - 16217/BA



Para que um destino seja capaz de atrair visitantes além de gerar emprego e renda para a comunidade local de forma sustentável não basta simplesmente ter um atrativo. É preciso planejamento e estratégia para que toda a cadeia do setor atue em harmonia. Se um município for bom para a comunidade, será também para o visitante. Agradecemos esta gestão pela oportunidade e confiança neste trabalho que, com certeza trará frutos para os munícipes de Nova Viçosa e para o Turismo da região.

TW Noronha Turismo



Um homem precisa viajar. Por sua conta, não por meio de histórias, imagens, livros ou TV. Precisa viajar por si, com seus olhos e pés, para entender o que é seu. Para um dia plantar as suas próprias árvores e dar-lhes valor. Conhecer o frio para desfrutar o calor. E o oposto. Sentir a distância e o desabrigo para estar bem sob o próprio teto. Um homem precisa viajar para lugares que não conhece para quebrar essa arrogância que nos faz ver o mundo como o imaginamos, e não simplesmente como é ou pode ser. Que nos faz professores e doutores do que não vimos, quando deveríamos ser alunos, e simplesmente ir ver.

Amyr Klink



SUMÁRIO

LISTA DE GRÁFICOS, TABELAS e FIGURAS	06
LISTA DE SIGLAS	08
1- INTRODUÇÃO	10
2- JUSTIFICATIVA	14
3- OBJETIVO GERAL	15
4- OBJETIVO ESPECÍFICO	15
5 - APRESENTAÇÃO DO MUNICÍPIO.....	16
6 - HISTÓRIA DO MUNICÍPIO	21
7 - ATRATIVOS.....	22
7.1 Principais Atrativos	22
7.1.1 Parque Nacional Marinho dos Abrolhos	22
7.2.2 Ilha Coroa Vermelha	23
7.1.3 Centro Histórico	23
7.1.4 Mercado do Peixe	24
7.1.5 Manguezais.....	25
7.1.6 Rio Peruípe.....	25
7.1.7 Praias.....	26
7.1.8 Praça do Bosque.....	27
7.1.9 Praça da Baleia.....	28
7.1.10 Helvécia.....	29
7.1.11 Posto da Mata.....	30
8 -DADOS GEOGRÁFICOS	32
8.1 População.....	32
8.2 Faixa Etária.....	33
8.3 População Residente por Religião.....	33
8.4 Trabalho e Rendimento.....	34
8.5 Economia.....	34
8.6 Território e Meio Ambiente.....	35
8.7 Clima.....	35
9 CONTEXTUALIZAÇÃO DO TURISMO COM POLÍTICAS PÚBLICAS...36	
10 SISTEMA ORGANIZACIONAL DO TURISMO NO MUNICÍPIO.....38	
11 O QUE É PLANO MUNICIPAL DE TURISMO.....39	
11.1 Metodologia do Plano Municipal de Turismo.....40	
12 ANÁLISE SWOT.....41	
13 MATRIZ GUT	44
13.1 Infraestrutura	47
13.2 Empreendedorismo.....	52
13.3 Marketing	56
13.4 Educação e Cultura.....	58



14- MAPA DE PRIORIDADES	59
15- ANÁLISE GERAL E CONSIDERAÇÕES	61
15.1 Infraestrutura	62
15.2 Aspectos socioambientais	62
15.3 Segmentos turísticos prioritários	63
16- EVENTOS JÁ EXISTENTES COM RELEVÂNCIA PARA O CALENDÁRIO TURÍSTICO	64
17- PLANO DE AÇÃO	66
18- GLOSSÁRIO	78
REFERÊNCIAS	84
ANEXOS	85



LISTA DE GRÁFICOS, TABELAS e FIGURAS

GRÁFICO 1 : Chegada de turistas estrangeiros no Brasil
FIGURA 1: Mapa de localização do município de Nova Viçosa
FIGURA 2: Sítio Natura
FIGURA 3: Arquipélago de Abrolhos (PARNAMA)
FIGURA 4: Antiga Estação em Helvécia- Museu
FIGURA 5: Igreja Matriz de Nossa Senhora da Conceição
FIGURA 6: Atobá com seu filhote
FIGURA 7: Farol de Coroa Vermelha
FIGURA 8: Casa da Câmara e Cadeia
FIGURA 9: Marisqueiras no Mercado do Peixe
FIGURA 10: Novo cais e Mercado do Peixe
FIGURA 11: Manguezais
FIGURA 12: Rio Peruípe
FIGURA 13: Praia do Lugar Comum
FIGURA 14: Praça do Bosque com anfiteatro e CAT
FIGURA 15: Réplica na Praça da Baleia Jubarte
FIGURA 16: Palco na Praça da Baleia
FIGURA 17: Vista aérea parcial de Posto da Mata
FIGURA 18: População no último censo
GRÁFICO 2: Faixa etária da população no último censo
GRÁFICO 3: População residente por religião
FIGURA 19: Trabalho e rendimento
FIGURA 20: Economia
FIGURA 21: Território e Meio ambiente
FIGURA 22: Clima
TABELA 1: Modelo da Gestão descentralizada do Turismo prevista na LGT
FIGURA 23: Mapa da Costa das Baleias
FIGURA 24: Sistema Municipal de Turismo
TABELA 2: Tabela de pontuação da Matriz GUT
GRÁFICO 4: Representatividade da amostra
GRÁFICO 5: Falta de Infraestrutura para Passeio Náutico
GRÁFICO 6: Falta de Infraestrutura para as barracas de praia
GRÁFICO 7: Melhorar estrutura das barracas de praia existentes
GRÁFICO 8: Lama na praia do pau fincado
GRÁFICO 9: Lama na Praia do Lugar Comum
GRÁFICO 10: Embarque e Desembarque precário
GRÁFICO 11: Falta de Rede Bancária
GRÁFICO 12: Falta de Banco 24 horas
GRÁFICO 13: Dificuldade de Acesso Minas-Bahia
GRÁFICO 14: Iluminação da Entrada da Cidade



GRÁFICO 15: Sujeira do Rio Sabacuí

GRÁFICO 16: Risco de Perda do Acervo Frans Krajcberg

GRÁFICO 17: Descontinuidade no trabalho de limpeza pública

GRÁFICO 18: Descontinuidade no trabalho de segurança pública

GRÁFICO 19: Melhoria na sinalização turística

GRÁFICO 20: Melhoria na Iluminação Pública

GRÁFICO 21: Falta de união do Trade

Turístico

GRÁFICO 22: Falta de qualificação dos colaboradores do Trade Turístico

GRÁFICO 23: Informalidade do Trade Turístico

GRÁFICO 23: Falta de conhecimento da população em relação ao potencial histórico e cultural para o Turismo

GRÁFICO 24: Falta do CADASTUR do Trade Turístico

GRÁFICO 25: Falta de Agência de Receptivo

GRÁFICO 26: Preço alto nas cabanas de praia

GRÁFICO 27: Falta de guias para pesca esportiva

GRÁFICO 28: Falta de informativo de horário de funcionamento de bares, restaurantes e similares

GRÁFICO 29: Falta de barracas de praia

GRÁFICO 30: Falta de empresas que operem passeios náuticos

GRÁFICO 31: Falta de portal na entrada da cidade

GRÁFICO 32: Falta de Sinalização Turística

GRÁFICO 33: Falta de material gráfico e mapa turístico

GRÁFICO 34: Falta de Calendário de Eventos

GRÁFICO 35: Informação negativa para os turistas sobre a lama na praia

GRÁFICO 36: Perda do Museu Frans Krajcberg

GRÁFICO 37: Quanto a falta de conhecimento da população em relação ao potencial histórico e cultural para o Turismo

GRÁFICO 38: Quanto a falta da disciplina de Turismo na grade escolar



LISTA DE SIGLAS

ABAV -- Associação Brasileira de Agências de Viagens

ABIH -- Associação Brasileira da Indústria de Hotéis

CADASTUR -- Cadastro do Turismo

CAT -- Centro de Atendimento ao Turista

CM -- Câmara Municipal

COMTUR -- Conselho Municipal de Turismo

CTCB -- Câmara de Turismo da Costa das Baleias

IBGE -- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IGR -- Instância de Governança Regional

ISSQN -- Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza

LGT- Lei Geral do Turismo

MTUR -- Ministério do Turismo

ODS -- Objetivo de Desenvolvimento Sustentável

OMT -- Organização Mundial do Turismo

ONU- Organização das Nações Unidas

PARNAMA- Parque Nacional Marinho dos Abrolhos

PIB -- Produto Interno Bruto

PMT -- Plano Municipal de Turismo

PNT- Plano Nacional de Turismo

PRT -- Programa de Regionalização do Turismo

SEBRAE -- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial

SEI - Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia

SETUR- Secretaria de Turismo

SISPTR- Sistema do Programa de Regionalização do Turismo

UC – Unidade de Conservação

UH – Unidade Habitacional

WTTC – World Travel & Tourism Council

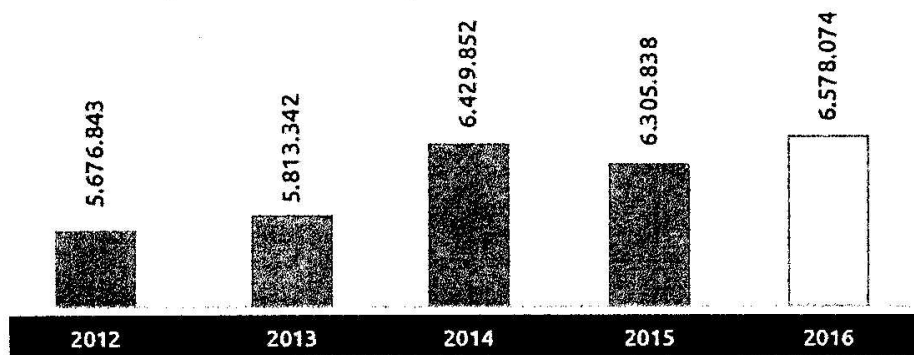


1- INTRODUÇÃO

De acordo com a OMT - Organização Mundial do Turismo, o setor, com um bom planejamento e estratégias corretas, fortalece a cultura local, a preservação ambiental, oxigenando a economia do destino turístico, gerando emprego, renda e inúmeras oportunidades para o empreendedorismo. Nas últimas décadas, o Turismo tem se mostrado uma ótima alternativa de desenvolvimento de cidades, regiões e países, sendo um dos setores que mais resiste a crises e mudanças.

Em relação à demanda internacional, as chegadas de turistas ao país não têm se alterado substancialmente em relação aos anos anteriores, tendo atingido o maior patamar já registrado 6,57 milhões de chegadas em 2016. Verifica-se, na tabela abaixo, que a Argentina é o maior emissor de turistas internacionais para o Brasil, seguida pelos Estados Unidos, o que representou, respectivamente, 34,9% e 8,7% do total de turistas em 2016.

GRÁFICO 1 : Chegada de turistas estrangeiros no Brasil



Fonte: MTur (2017)

A ONU - Organização das Nações Unidas declarou 2017, como o “Ano Internacional do Turismo Sustentável para o Desenvolvimento”, promovendo uma mobilização para que o setor passasse a ser visto como ferramenta de crescimento social e econômico, preservando seus principais atrativos, gerando redes de negócios e interação entre as forças que o compõem.

Para 2022 a previsão segundo pesquisa realizada pela WTTC – World Travel & Tourism Council, o setor de turismo e viagens deve se aproximar do período pré-pandemia. A contribuição do seguimento para a economia global pode chegar a US\$8,6 trilhões, apenas 6,4% abaixo do período pré-pandêmico. Em 2019 as viagens eram 10,4% do PIB global e geravam 330 milhões de empregos no mundo.

No Brasil o Turismo tem merecido atenção especial do governo federal ampliando o apoio e investimento na atividade. A criação Ministério do Turismo em 2003, fortaleceu o setor e teve como finalidade direcionar recursos e criar políticas públicas específicas para gerar benefícios econômicos, sociais e culturais.

Uma das exigências do Mapa do Turismo Brasileiro do Mtur é a existência da Secretaria Estadual de Turismo. A Bahia atende a esta e outras diretrizes do Mtur e a SETUR-BA trabalha para alavancar a atividade turística atuando no sentido de contribuir decisivamente para mudar a realidade de regiões turísticas e municípios ao fortalecer o Turismo e toda cadeia produtiva envolvida. Todo este trabalho é realizado com a parceria da IGR – Instância de Governança Regional da Costa das Baleias, onde o município de Nova Viçosa está inserido.

Com o processo de Regionalização do Turismo e a criação do Mapa do Turismo Brasileiro, pelo Mtur, para um município pleitear apoio para o desenvolvimento das Políticas Públicas para o Turismo, este deve ser reconhecido como destino turístico pela IGR, SETUR, e atender os critérios previstos no Programa de Regionalização do Turismo e do Mapa do Turismo Brasileiro. Estes municípios, uma vez reconhecidos como destinos turísticos, são categorizados de A a E. Atendendo a Portaria MTur nº192, de 27 de dezembro de 2018, o município precisa atender aos seguintes critérios:

- Possuir e apresentar a legislação comprovando a existência do órgão ou entidade responsável pela pasta de turismo (Secretaria, Fundação, Setor, Departamento, Diretoria, Gerência);
- Destinar dotação para o turismo na lei orçamentária anual e quadro de detalhamento de despesa vigente;
- Possuir Conselho Municipal de Turismo Ativo (ANEXO I) – com a

Legislação que o institui, Ata de Posse da Diretoria e das duas últimas reuniões realizadas. Excepcionalidade para casos que se enquadram no parágrafo único do Art; 2º da Portaria nº. 192/2018;

- Possuir prestador (es) de serviços turísticos de atividades obrigatórios registrados na base de dados do Sistema do CADASTUR até 30 dias antes do fechamento do SISPRT;
- Apresentar Termo de Compromisso assinado por Prefeito Municipal e dirigente responsável pela pasta de turismo, conforme modelo disponibilizado no SISPRT;
- O Estado tem autonomia para inserir outros critérios além dos previstos na Portaria.

Ao todo, 2.542 cidades distribuídas em 322 regiões turísticas no Brasil foram incluídas na edição de 2022. Sendo a Bahia o primeiro estado a concluir o processo de inclusão de informações e de homologação dos cadastros dos 136 municípios (ANEXO II).

Hoje o município de Nova Viçosa tem a validação por parte da SETUR-BA e da IGR, compondo o Mapa do Turismo Brasileiro (ANEXO III), tendo a posse do seu certificado. É um destino turístico reconhecido na categoria C (ANEXO IV).

A categorização dos municípios deve ser considerada estrategicamente para planejamento e ações de melhoria para os municípios. Serve para que cada município e trade turístico reflita sobre o seu papel no processo de desenvolvimento turístico regional. A categorização é um instrumento elaborado pelo MTur para identificar o desempenho da economia do turismo dos municípios que constam no Mapa.

O PMT - Plano Municipal de Turismo, visa a implantação de um planejamento de Turismo Sustentável no município, fortalecendo seus distritos, as associações e comunidades locais, abrindo espaço para o Turismo de Experiência, o Ecoturismo, investindo no turismo de sol e praia, já reconhecido do município e criando novas oportunidades para manifestações culturais, fomentando o comércio e a economia local.

O PMT tem como foco ações de curto, médio e longo prazos e orientar estratégias para o turismo local, em concordância com os planos federal e estadual, respeitando as

características, peculiaridades e os anseios da comunidade. Elaborado para o município de Nova Viçosa, o PMT foi construído com visão holística e trabalhando a cooperação com os demais municípios da Costa das Baleias, com objetivo de fortalecer e valorizar a regionalização da atividade turística, o desenvolvimento cultural, econômico, social e ambiental de toda a região.



2- JUSTIFICATIVA

Para o desenvolvimento do turismo o planejamento das ações é imprescindível. Segundo Molina (2005) *“o planejamento consiste em estabelecer um curso de ação que conduz à obtenção de uma situação desejada, mediante um esforço constante, coerente, organizado, sistemático e generalizado”*. Assim, o planejamento é necessário para definir políticas e processos analisando diversos fatores como: sociais, econômicos, ambientais, políticos e culturais.

O desenvolvimento acelerado do município, não pode deixar de levar em consideração a importância e a participação do turismo, especialmente no quesito econômico. Nesse sentido, a conscientização e sensibilização é processo fundamental, pois ajudam a despertar o olhar para a importância e dimensão dos atrativos turísticos, promovendo e conciliando o crescimento econômico com a preservação, manutenção e valorização do patrimônio histórico, atrativos culturais e atrativos naturais.

É o momento de integrar essas iniciativas e fazer com que o turismo cresça de maneira adequada e sustentável, com a união dos segmentos envolvidos, fazendo do PMT um importante instrumento transformador, determinando os objetivos, as estratégias e as decisões, tomadas pela representatividade do trade turístico - COMTUR.

Somente por meio do planejamento participativo, em que os atores envolvidos tornam-se protagonistas para a transformação do município, por meio de uma atividade turística sustentável no seu sentido mais amplo, justifica-se o desenvolvimento de um PMT que fortaleça o trade, a cultura local, a economia, valorizando os atrativos existentes, a gastronomia e todos os envolvidos na produção associada ao Turismo.



F

3- OBJETIVO GERAL

Desenvolver o Plano Municipal de Turismo com estratégias de fomento ao desenvolvimento sustentável do potencial turístico de Nova Viçosa, contemplando também a Costa das Baleias e em consonância com a Agenda 2030 da ONU – Organização das Nações Unidas, os ODS - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. São 17 objetivos ambiciosos e interconectados que abordam os principais desafios de desenvolvimento para acabar com a pobreza, proteger o meio ambiente, o clima e garantir que as pessoas, em todos os lugares, possam desfrutar de paz e de prosperidade.

4- OBJETIVOS ESPECÍFICOS

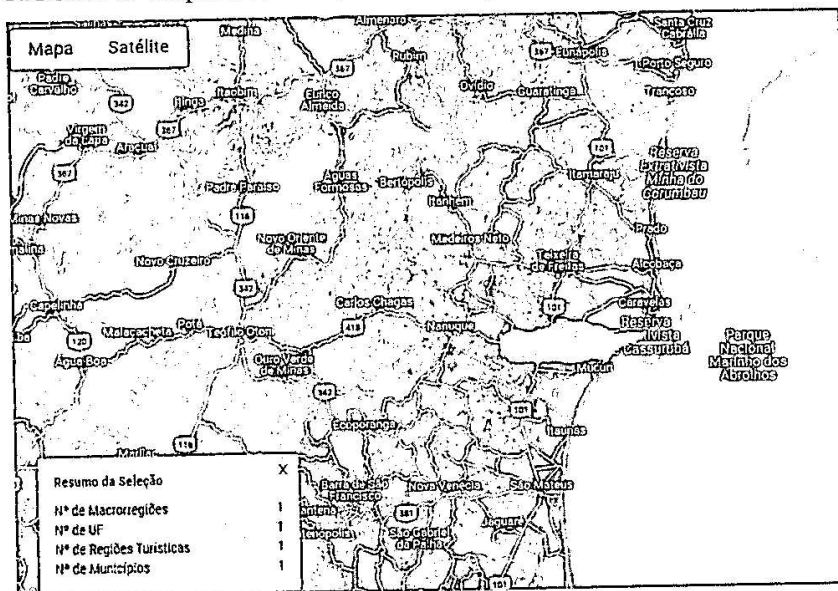
- Fortalecer o Sistema Municipal de Turismo.
- Fortalecer o Conselho Municipal de Turismo.
- Propor o desenvolvimento da atividade turística, respeitando os limites de uso dos recursos naturais e culturais, em consonância com a Política Nacional de Meio Ambiente e ODS.
- Envolver a comunidade de Nova Viçosa no processo de desenvolvimento do turismo.
- Fortalecer a cooperação, integração e informação entre a iniciativa privada, poder público e terceiro setor no turismo.
- Estimular e promover a formação profissional no setor de turismo.
- Propor a ampliação, manutenção e criação de infraestrutura turística e de apoio ao turismo.
- Gerar, com o fortalecimento do turismo, oportunidades de emprego e renda junto ao trade e comércio.
- Promover a educação continuada sobre o turismo, sempre dando ênfase à necessidade de preservação de recursos naturais e histórico-culturais.
- Buscar, através de ações integradas, a segurança dos visitantes na cidade e nos distritos.
- Criar um calendário de eventos institucional, com os eventos que reforcem a identidade do município com sua cultura.
- Definir planos de execução para as ações de acordo com as prioridades estabelecidas neste plano.



5- APRESENTAÇÃO DO MUNICÍPIO

O município de Nova Viçosa é um dos 8 municípios que compõe a IGR - Costa das Baleias, zona turística denominada pela secretaria de Turismo do Estado da Bahia. Está estrategicamente localizado na Costa das Baleias para todos que se deslocam do Espírito Santo e Minas Gerais para a Bahia, tendo como principal acesso uma das mais importantes rodovias do Brasil, a BR101. É consenso entre pescadores que, geograficamente, Nova Viçosa possui o melhor ponto de acesso com menor distância para o Parque Nacional Marinho de Abrolhos -- PARNAMA, grande relevância histórica e uma relevância ímpar tanto na referência a preservação e recuperação ambiental, como nas artes plásticas, com o acervo e patrimônio do artista Frans Krajcberg. Há ainda cursos d'água e uma natureza exuberante, o rio Peruípe, com destaque para o Mercado do Peixe, à beira do cais que foi todo reformado, revitalizado e recém inaugurado. Inaugurado este ano, o CAT- Centro de Atendimento ao Turista está bem localizado na Praça do Bosque. A cidade dispõe ainda de bom comércio e boa infraestrutura de apoio ao turismo e turística, que devidamente orientados e fortalecidos como produto turístico trará retorno para todos moradores, comércio, agricultura empresarial e familiar, comunidades indígenas, assentamentos rurais, trade local e a própria arrecadação municipal por meio do ISSQN. Entre as várias modalidades de Turismo, o Ecoturismo e Turismo de Sol e Praia vêm se destacando como tendência de Demanda Turística. Podemos citar também os grandes eventos, como o Forró do Asfalto e Carnaval com potenciais turísticos.

FIGURA 1: Mapa de localização do município de Nova Viçosa



Fonte: Mapa do Turismo Brasileiro

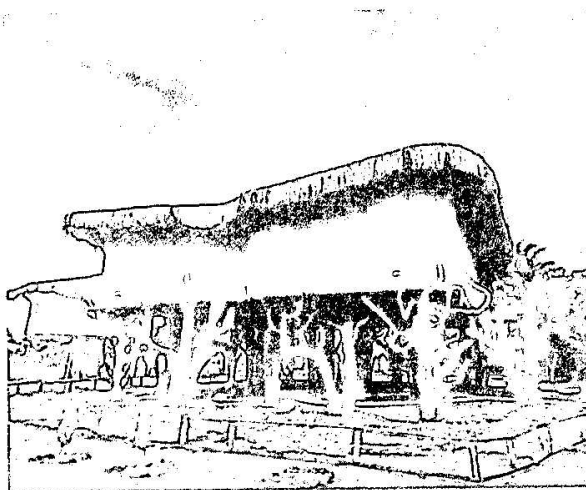
O Turismo de Sol e Praia, o Ecoturismo e esportes são a bola da vez, tendo em vista a forte tendência para o Turismo de Natureza e atividades ao ar livre, podendo ser explorado de inúmeras formas como: esportes, aventura, *trekking* por trilhas, passeios náuticos e marítimos e até contemplativo pelo mangue, fomentando o desenvolvimento e estruturação no seu entorno.

Para Mathieson e Wall (1988) demanda turística é “[...] o número total de pessoas que viajam, ou desejam viajar, para utilizar facilidades e serviços turísticos em lugares distantes do seu local de trabalho e residência”.

Curiosidades e aspectos históricos que não são conhecidos por muitos:

- Nova Viçosa é conhecida por ser a guardiã do lugar que o artista plástico Frans Krajcberg escolheu para viver e criar suas obras. Além de toda recuperação ambiental e construções extremamente singulares, como por exemplo a Casa na Árvore, o Sítio Natura é um espaço cultural e centro de preservação ecológica de propriedade. O artista, polonês de nascimento, naturalizado brasileiro, chegou ao Brasil em 1951, radicado em Nova Viçosa há mais de trinta anos e participou de movimentos em defesa do meio ambiente em vários estados. O Sítio Natura fica na BA-998, estrada Mucuri-Nova Viçosa, Km 10.

FIGURA 2: Sítio Natura

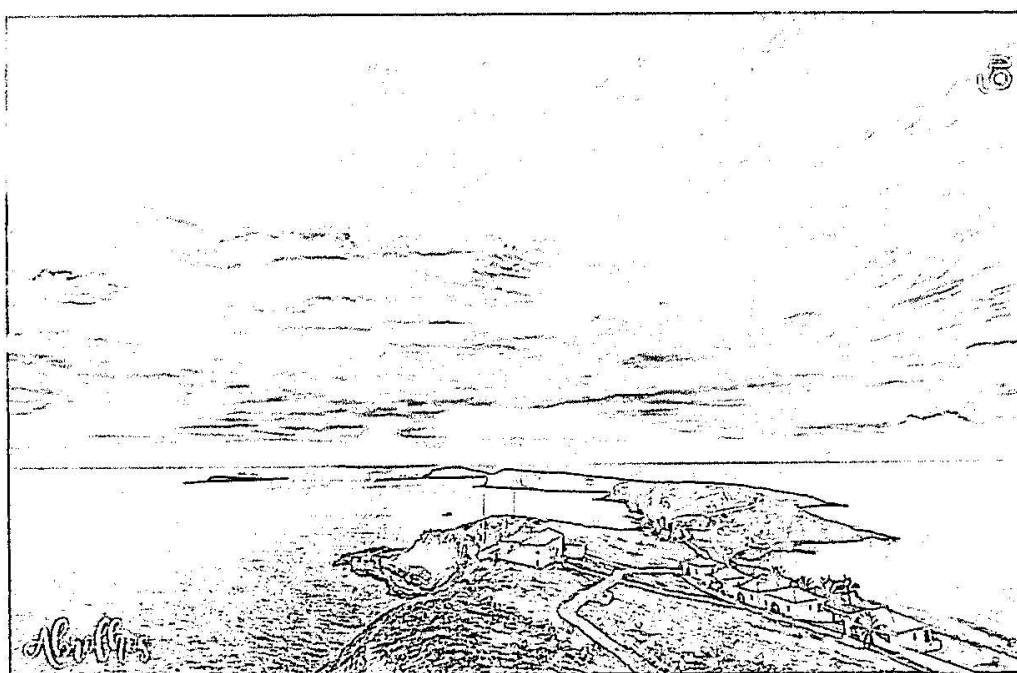


Créditos: Arquivo TW Noronha

A handwritten signature in black ink, located in the bottom right corner of the page.

- Sua localização em relação ao PARNAMA, primeiro parque nacional marinho do Brasil, um ícone mundial para o turismo de natureza não só pela preservação, mas por ser o único lugar no mundo a ter espécies como o coral cérebro. É imperativo para o turismo local que seja fomentado passeios partindo de Nova Viçosa com destino a abrolhos, em embarcações adequadas

FIGURA 3: Arquipélago de Abrolhos (PARNAMA)



Créditos: Peterson Fagundes

- No distrito de Helvécia há uma estação muito bem preservada da antiga estrada de ferro Baiminas, esta importante estrada de ferro marcou época e o desenvolvimento econômico, cortando do extremo sul da Bahia até o norte de Minas Gerais, com seus mais de 600 Km de trilhos. Foi desativada na década de 60 deixando a história e a força do desenvolvimento puxado pelas máquinas à vapor. Patrimônio Arquitetônico, a estação foi revitalizada recentemente e abriga um museu.

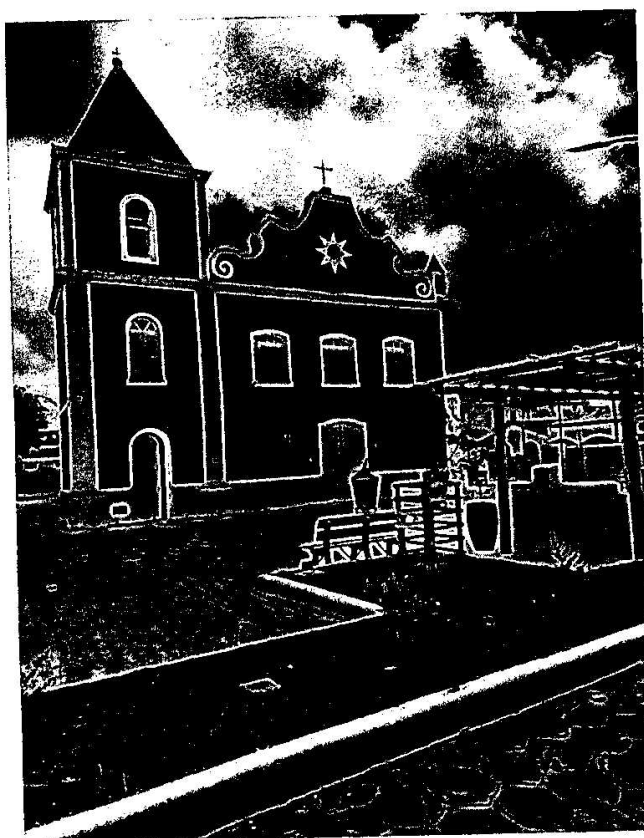
FIGURA 4: Antiga Estação em Helvécia/Museu



Crédito: Felipe Viana

- A Igreja Matriz de Nossa Senhora da Conceição é datada do final do século XVIII. A edificação de interesse arquitetônico possui programa constituído de nave, capela-mor, torre com acesso externo e terminação piramidal. Há uma pequena sacristia ao lado da Epístola. O corpo principal, correspondente à nave, é vazado por porta central e três janelas, ao nível do coro, todas com vergas abauladas. Frontão recortado coroa o corpo principal. A torre tem porta de acesso, encimada por janela, ao nível do coro, e sineira, todas em arcos plenos.

FIGURA 5: Igreja Matriz de Nossa Senhora da Conceição



Crédito: Felipe Viana

6- HISTÓRIA DO MUNICÍPIO

Em 1720 a região ocupada até então por índios aimorés foi ocupada por colonos provenientes do atual território do município de Mucuri. Com a chegada desses colonos foi então fundada a povoação de Campinhos, às margens do rio Peruípe. João Domingos Monteiro, o principal fundador do povoado edificou a capela de Nossa Senhora da Conceição de Campinhos, no ano de 1748. O lugar foi elevado a condição de vila em 1798 com o nome de Viçosa, que segundo eles, era devido ao viço da vegetação da região. Em janeiro de 1931 é anexado ao município de Mucuri, passando a ser um distrito do mesmo. Em dezembro de 1943 o distrito de Viçosa passa a se chamar Marobá, o que muda no ano de 1953, quando o distrito passa a se chamar Nova Viçosa.

Em 27 de julho de 1962 Nova Viçosa se emancipou e tornou-se município desmembrado de Mucuri agora constituído de 4 distritos: Nova Viçosa (sede), Posto da Mata, Argolo e Helvécia.

Com fácil acesso para todos aqueles que se deslocam no Extremo Sul da Bahia, pela BR101. Possui grande relevância histórica e cultural para a cidade o Museu Frans Krajeberg, Estrada de Ferro Bahia Minas. E ainda uma natureza de beleza ímpar, com praias que atraem turistas de todo Brasil como a praia do Pau Fincado, Pontal da Barra, Praia Lugar Comum e a praia Costa do Atlântico, que com suas águas mornas e ondas fortes atraem além de turistas e adeptos dos esportes, também as tartarugas marinhas. As construções históricas também são relevantes no município, onde destacamos a Casa de Câmara e Cadeia e Estação Ferroviária de Helvécia. Dispõe ainda de estrutura hoteleira, gastronômica. Além do comércio variado, a boa estrutura hoteleira e gastronômica deve ser fortalecida gerando retorno para todos os moradores, trade local e a própria arrecadação municipal. Entre as várias modalidades de Turismo destacamos o de sol e praia, que pode ser explorado de inúmeras formas como esportes radicais, aventura e até contemplativo.

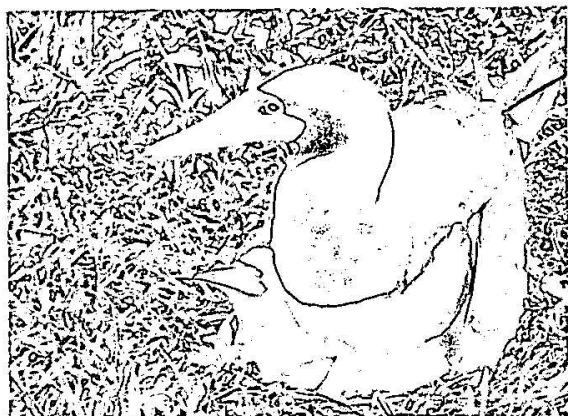


7. ATRATIVOS

7.1 Principais Atrativos

7.1.1 Parque Nacional Marinho dos Abrolhos

FIGURA 6: Atobá com seu filhote



Créditos: Arquivo TW Noronha

"As ilhas dos Abrolhos, vistas de uma certa distância, são de um verde brilhante. A vegetação consiste de plantas suculentas e graminas, entremeadas com alguns arbustos e cactos. Embora pequena, minha coleção de plantas de Abrolhos contém quase todas as espécies que ali florescem, acho eu. Pássaros da família dos totipalmados são extremamente abundantes, tais como atobás, rabos-de-palha e fragatas. Talvez o mais surpreendente seja o número de sáurios; quase todas as pedras têm o seu lagarto correspondente; aranhas em grande número; o mesmo com ratos. O fundo do mar em volta é densamente coberto por enormes corais cerebriformes (corais pedrentos, solitários, de aparência semelhante ao cérebro); muitos tinham mais de uma jarda (90 cm) de diâmetro."

Charles Darwin, 29 de março de 1832

Primeiro Parque Nacional Marinho criado no Brasil. Em abril de 1983, Abrolhos representou um marco para a conservação marinha no país. Desde então, 87.943 hectares da Unidade de Conservação ajudam a proteger ecossistemas marinhos de extrema relevância ecológica. Sob a administração do Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade - ICMBio, o Parque cobre duas áreas descontínuas: uma que protege o Recife de Timbebas, localizado entre os municípios de Alcobaça e Prado e contido no arco recifal costeiro do Banco dos Abrolhos, e outro a cerca de 70 quilômetros da cidade de Caravelas, que engloba o Arquipélago dos Abrolhos - composto pelas cinco ilhas de origem vulcânica: Redonda, Siriba, Sueste, Guarita e Santa Bárbara (esta última excluída dos limites do parque e sob jurisdição da Marinha do Brasil) e o Parcel dos Abrolhos, representado por um complexo de milhares de chapeirões, estruturas recifais únicas, encontradas somente no Banco dos Abrolhos.

O Parque está inserido na região que abriga o maior complexo recifal e a maior biodiversidade marinha do Oceano Atlântico Sul: lar para diversas espécies de peixes e corais, algumas que não existem em nenhum outro lugar do mundo. Abrolhos é o principal berçário de baleias-jubarte na costa brasileira e também um verdadeiro santuário para aves e tartarugas marinhas, incluindo espécies ameaçadas de extinção, que se alimentam, descansam, se reproduzem e prosperam nos limites da área marinha protegida.

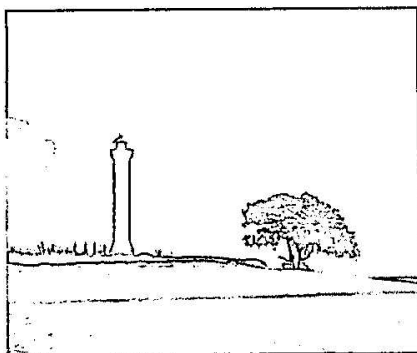
Classificado como uma Unidade de Conservação de proteção integral, o principal objetivo do Parque Nacional Marinho dos Abrolhos é preservar os recursos naturais aqui contidos. Mas não para por aí: Parques Nacionais permitem o uso indireto destes recursos, através de atividades de pesquisa, educação e visitação. Estes são os pilares que garantem que uma Unidade de Conservação prospere, deixando um legado para a sociedade e para as gerações futuras. Por fim, a ausência da pesca garante

a recuperação de populações de peixes vitais para o equilíbrio do ambiente marinho, que também recolonizam áreas adjacentes onde a pesca é permitida, fortalecendo a economia da região.

Desde 12/05/2020 a gestão do Parque Nacional Marinho dos Abrolhos é realizada pelo Núcleo de Gestão Integrada (NGI) ICMBio Abrolhos, sediado em Caravelas/BA. Esse arranjo gerencial contempla a gestão do Parque Nacional e da Reserva Extrativista de Cassurubá.

7.1.2 Ilha de Coroa Vermelha

FIGURA 7: Farol de Coroa Vermelha



Créditos: facebook.com/novavicosaooficial/photos

Essa ilha paradisíaca fica no Oceano Atlântico, a 12 km da Cidade de Nova Viçosa. A Ilha de Coroa Vermelha é do tipo arenosa e é parte de um grande recife submarino. Está na rota de aves migratórias. É uma excelente área para a prática de mergulho.

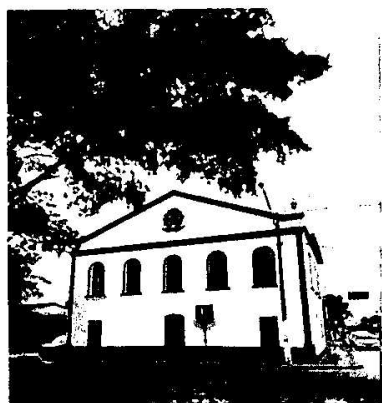
A Ilha abriga uma farol, instalado em 1937, com altitude de 16 metros e torre octogonal de concreto encarnada.

Com a maré baixa, formam-se piscinas naturais, em volta, e pode-se melhor apreciar a rica fauna marinha. Mas a navegação torna-se perigosa nesse período.

Os recifes de Coroa Vermelha abrangem uma área muitas vezes maior que a da Ilha. São vizinhos dos recifes Sebastião Gomes e os recifes de Viçosa, que possuem um banco de areia. Representam um importante ecossistema da região.

7.1.3 Centro Histórico

FIGURA 8: Casa da Câmara e Cadeia



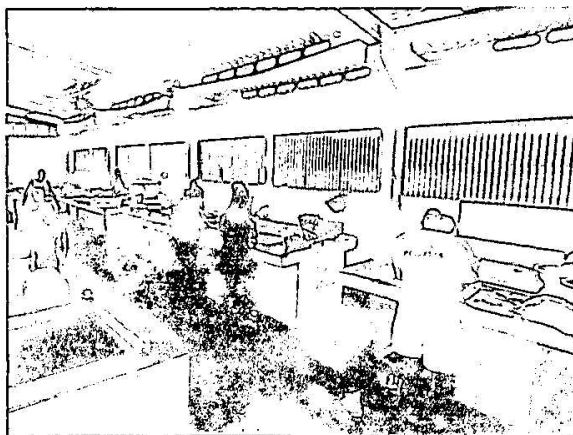
Crédito: Arquivo TW Noronha

A memória arquitetônica de Nova Viçosa, reúne edificações erguidas nos séculos XVII, XVIII e XIX, hoje tombada pelo patrimônio histórico municipal. É representada pela Igreja Matriz de Nossa Senhora da Conceição, em estilo colonial datada do final do século XVII, pela Casa da Câmara e Cadeia, casarão onde funciona até hoje departamentos da gestão municipal, com uma bela praça em frente e o característico coreto muito bem preservado.

7.1.4 Mercado do Peixe

Mercado do Peixe, referência em qualidade de pescado na Bahia e oferece uma variedade de peixes e frutos do mar, de trabalho de marisqueiras, pescadores e comerciantes, é também local para a compras e ainda um ponto de visitação turística.

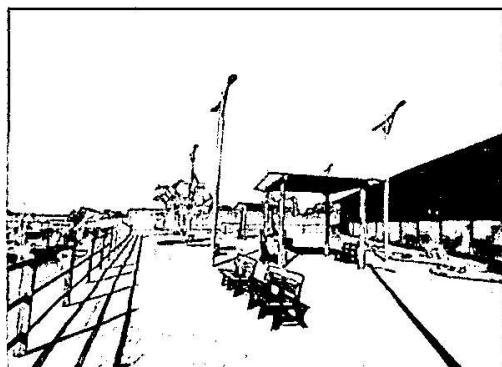
FIGURA 9: Marisqueiras no Mercado do Peixe



Crédito: Arquivo TW Noronha

Mercado Municipal de Peixe, anexo ao novo cais, é um local onde as pessoas buscam encontrar um pescado fresco, de boa qualidade e também querem passear, se relacionar de forma mais próxima com os moradores, conhecer o trabalho das marisqueiras e valorizá-las. Aprender sobre o preparo do peixe, camarão, mariscos e até uma moqueca. Isso comprova que o Mercado do Peixe é um espaço riquíssimo para o Turismo de Experiência.

FIGURA 10: Novo cais e Mercado do Peixe

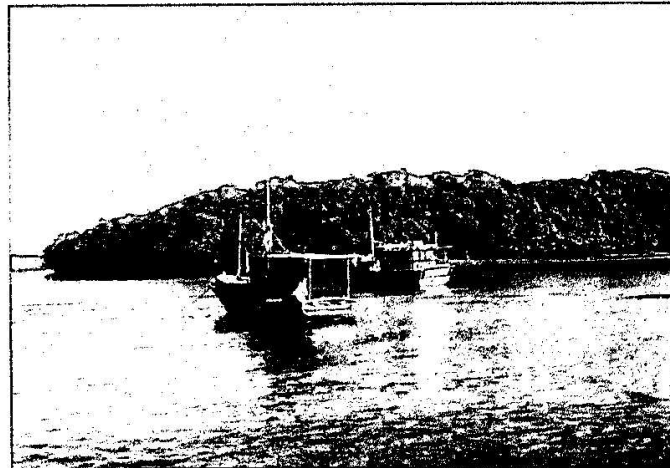


Crédito: Janaina Gonçalves

Janaina

7.1.5 Manguezais

FIGURA 11: Manguezais



Crédito: Arquivo TW Noronha

São a base de um ecossistema biodiverso, e atuam como berçário e protetor contra as mudanças climáticas, são ecossistemas típicos de regiões tropicais e subtropicais. São definidos como zonas de transição entre o ambiente marinho e o terrestre, formado por árvores de raízes aéreas e outras espécies capazes de resistir ao fluxo marítimo e, conseqüentemente, ao sal da água do mar. Ecossistema biologicamente diversificado, rico e produtivo, lar e local de alimentação de uma série de espécies, muitas das quais estão em extinção. Daí a importância de preservá-los, afinal, eles contribuem para o bem-estar das comunidades costeiras, como fonte de renda e alimentos devido as espécies vegetais e animais que residem ali. “Conhecer para preservar!”

7.1.6 Rio Peruípe

O Rio Peruípe é navegável, rico estuário que recebe a influência de vários outros rios brasileiros, divide com os municípios de Caravelas e Alcobaça a Reserva Extrativista de Cassurubá, que tem por objetivo proteger os meios de vida e garantir a utilização e a conservação dos recursos naturais renováveis tradicionalmente utilizados pela população extrativista residente na área de sua abrangência. Melhor local para pesca do robalo que proporciona eventos de Pesca Esportiva.



FIGURA 12: Rio Peruípe

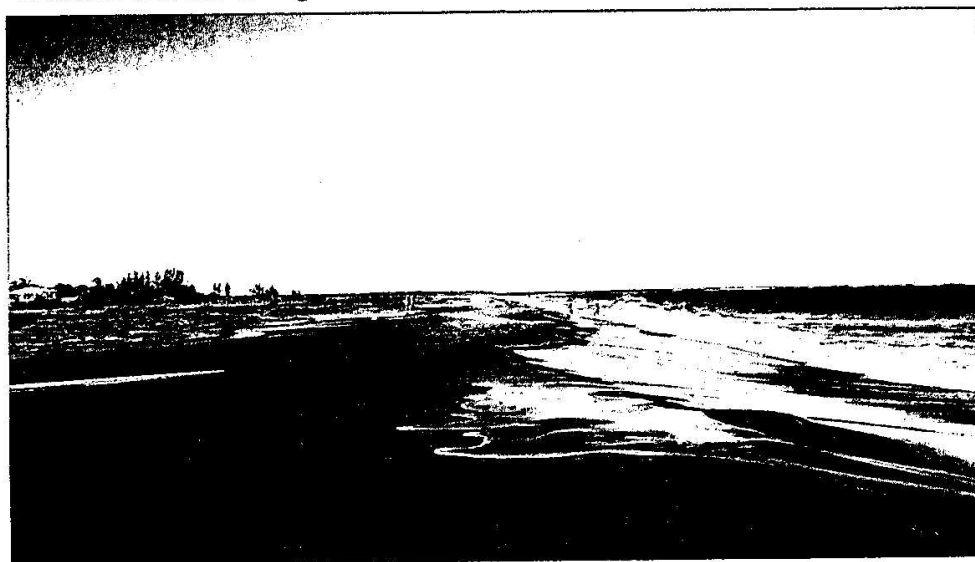


Fonte: Arquivo TW Noronha

7.1.7 Praias

O extenso litoral envolto pela natureza faz de Nova Viçosa o destino certo para quem procura sossego à beira mar, ao sol dourado da Bahia. Manguezais de Mata Atlântica, as belas ilhas de Barra Velha e Coroa Vermelha, rios cristalinos as praias de vasto areal branco, que na maré baixa chegam à 300 m de largura.

FIGURA 13: Praia do Lugar Comum



Fonte: novavicoso.com

- **Praia do Lugar Comum**

Praia urbana, point de jovens, de ondas fracas mornas, areia batida e branca, com verdes coqueirais. Uma das mais frequentadas pelos turistas e pela comunidade.

- **Praia do Pontal da Barra**

Próxima ao centro de Nova Viçosa, na avenida Beira Mar, localiza-se esta praia tranquila, que possui um ancoradouro de pequenas embarcações. As águas são turvas por causa do rio Peruípe que desagua no mar.

- **Praia do Pau Fincado**

Praia reta, situada no perímetro urbano, de ondas fracas e areia batidas. Uma das mais frequentadas, reúne barracas de petiscos e algum artesanato em madeira.

- **Praia da Costa do Atlântico**

Praia de ondas fortes, com muitos coqueiros, distante do centro urbano, é uma praia mais reservada, mas possui boa infraestrutura turística. Refúgio de tartarugas marinhas e boa para a pesca do robalo e do camarão.

- **Praia Sabacuí**

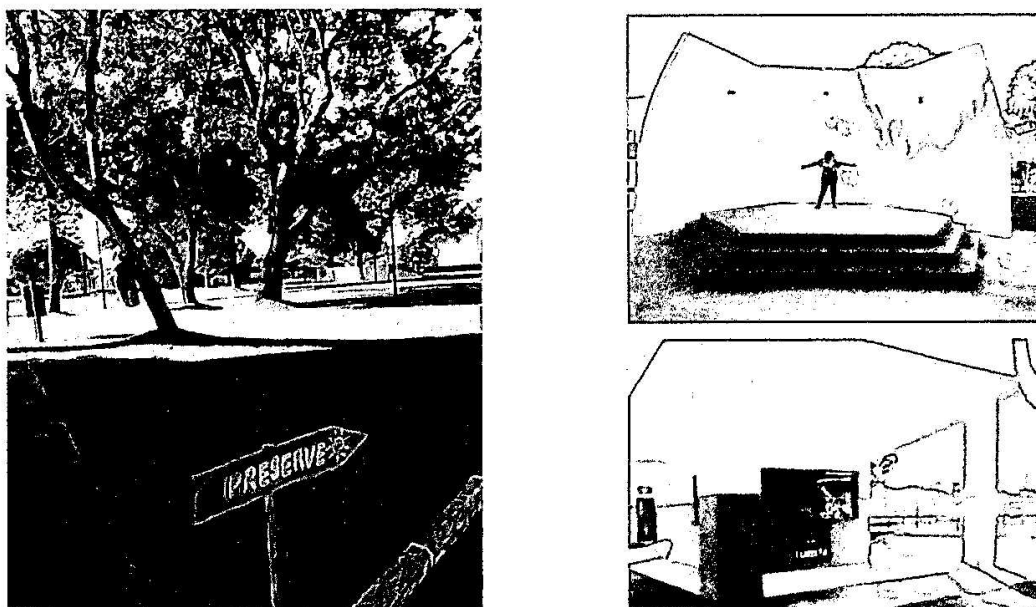
Cerca de 2 km do centro, possui água limpa e areia clara. Enseada de ondas mansas, extensa, com búzios sobre areia fina e solta. Encontro do rio Sabacuí com o mar, formando grandes depósitos de areia (dunas). Possui infraestrutura que funciona na alta temporada.

7.1.8 Praça do Bosque

Recém inaugurada, a Praça do Bosque, que homenageia o artista e ambientalista Frans Krajcberg é um espaço que conta com um anfiteatro, criado para atividades culturais e lazer. Devidamente sinalizado, com placas informativas de conscientização ambiental, possui grandes árvores que tornam o ambiente fresco e agradável, atraindo moradores e turistas. E lá também que está localizado o novo Centro de Atendimento ao Turista- CAT.



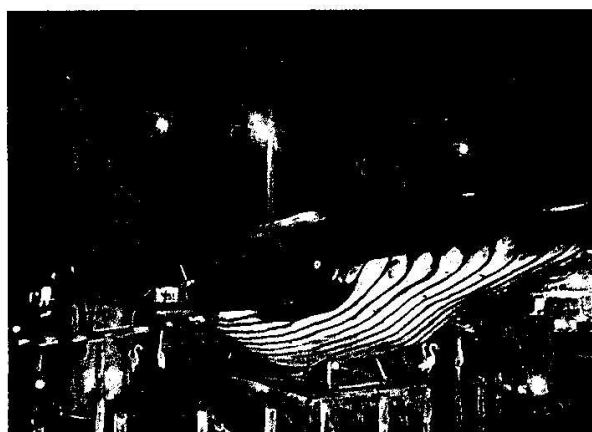
FIGURA 14: Praça do Bosque com anfiteatro e CAT



Créditos: Arquivo TW Noronha

7.1.9 Praça da Baleia

FIGURA15: Réplica na Praça da Baleia Jubarte

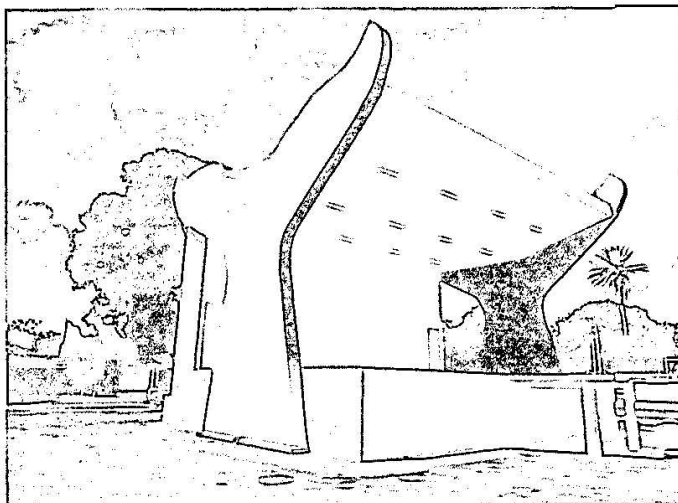


Créditos: Arquivo TW Noronha

[Handwritten signature]

A Praça da Baleia fica situada no centro da cidade. É o point noturno de Nova Viçosa. Palco de vários shows e apresentações culturais. Barraquinhas e lojas de artesanato dividem a atenção dos turistas no verão. Na entrada da praça uma réplica de uma baleia Jubarte dá boas vindas ao visitante. O palco foi todo revitalizado, e suas laterais fazem alusão à cauda de uma jubarte.

FIGURA16: Palco na Praça da Baleia



Fonte: facebook.com/novavicosaooficial/photos

7.1.10 Helvécia

A antiga vila Leopoldina hoje Helvécia, é uma vila e um distrito do Município de Nova Viçosa, no Sul da Bahia, na margem direita do Rio Peruípe (grafado antigamente como Peruhype).

Segundo relatos, o núcleo urbano do Distrito de Colônia Leopoldina começou a se formar com o movimento do Porto de São José do Peruípe, no final dos anos 1850, e aumentou nos anos 1880, com a inauguração da Ferrovia Bahia-Minas.

Em 1818, chegaram colonos alemães e suíços, e fundaram a Colônia Leopoldina (atual Helvécia), 12 léguas acima do Rio Peruípe. Foi a primeira colônia alemã do Brasil. Da antiga Colônia, encontra-se ruínas do Cemitério de São Pedro, com lápides. Datada do início do século 21, a antiga Estação Ferroviária da BahiaMinas, recentemente revitalizada e aberta à visitaçãõ com um museu com peças da época.

O café tem origem africana e chegou ao Brasil em 1727, trazido da Guyana Francesa. Chegou na Vila Viçosa por volta dos anos 1780, Manoel Fernandes Norinho, informado que o café produzido no

Brasil, obteve meia dúzia de grãos e os plantou no seu sítio do Sacco, uma légua distante da Vila. Norinho colheu mais de meia arroba de café em seu sítio e continuou produzindo pelas décadas seguintes e também vendeu suas mudas para agricultores da região.

Em 1835, a Colônia Leopoldina abrigava 156 famílias e a produção de café naquele ano foi de 27.130 arrobas (Diccionario Geographico, Histórico e Descriptivo do Imperio do Brazil, 1845). Em 1841, a exportação de café chegou a 36 mil arrobas (Fala do Presidente da Província, 1842) e a 80 mil arrobas em 1846 (Fala do Presidente da Província, 1847). Na Fala do ano seguinte, o Presidente da Bahia relatou que a mesma Colônia exportou de 66 a 70 mil arrobas de café, em 1847, que sua produção aumentava anualmente e eram 40 fazendas, com 130 pessoas livres, afora índios empregados na agricultura e 1.267 escravos.

No fértil solo e no abençoado clima da Colônia, eram cultivados com êxito: café, jaca, manga, fruta-pão, banana, laranja, abacaxi, mamona, cana de açúcar, algodão, fumo, milho, mandioca e vários legumes. A Colônia exportava anualmente perto de 100 mil arrobas, parte para a Bahia e parte para o Rio de Janeiro, em duas embarcações a vapor contratadas especialmente pela Colônia (Teófilo Otoni também relatou que os vapores subiam o Rio Peruípe, até a Colônia, para o embarque de sua produção). Existia, então, o Porto de São José do Peruípe, que também se ligava por terra à Cidade de Caravelas através de uma estrada, melhorada, em 1857, com recursos dos produtores da Colônia Leopoldina, da Comarca de Caravelas e da Província da Bahia. Em 1869, o Porto de São José da Colônia Leopoldina fazia parte da Linha Sul da navegação costeira da Bahia e possuía depósitos para armazenamento da produção.

De forma geral, a atual população de Helvécia é composta de mestiços de índios, negros e brancos, com predominância de afrodescendentes. Desde o início dos anos 2000, o Dr. Valdir Nunes dos Santos tem estudado contribuições culturais dos habitantes de Helvécia, incluindo o que chamou de "Dança do Bate-Barriga" uma manifestação cultural que tem raízes na Umbigada do Recôncavo Baiano, com referência no século 17, pelo poeta baiano Gregório de Mattos.

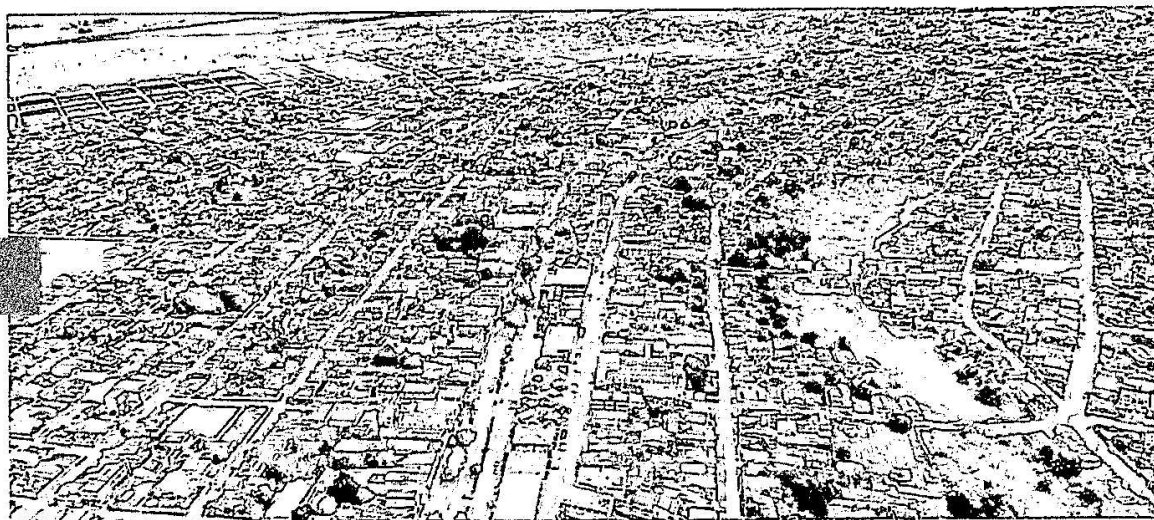
7.1.11 Posto da Mata

À margem das rodovias BR 101 e BR418, conhecida como rodovia do boi, o distrito de Posto da Mata surgiu em 1939, onde havia muita mata e onde se encontrava a Estrada de Ferro Bahia-Minas que explorava a madeira, tanto para abastecer as caldeiras do trem, quanto para dormentes. O local se chamava "o 103" por este ser o quilômetro de marcação da linha férrea. Por muito tempo o lugarejo ficou sendo conhecido somente como o 103. Era um posto localizado em uma região deserta de mata,



que servia de ligação entre os estados de Minas Gerais e da Bahia, parada quase obrigatória para quem fizesse a viagem. O distrito de Posto da Mata é mais populoso do que a própria sede, com mais de 22 mil habitantes (IBGE), abrigando inclusive uma subprefeitura.

FIGURA 17: Vista aérea parcial de Posto da Mata



Crédito: Peterson Fagundes

8- DADOS GEOGRÁFICOS

Nova Viçosa está à 890 Km da capital baiana. Possui como Municípios limítrofes: Ibirapuã, Caravelas e Mucuri.

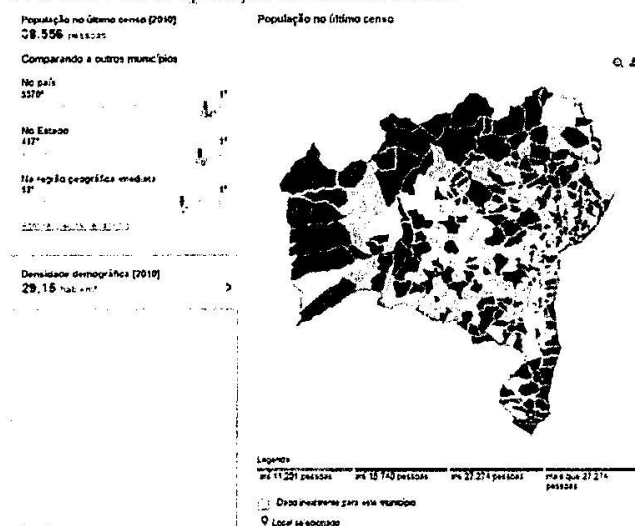
População Estimada (2021)	43.376 habitantes
Área de Unidade Territorial	1322,90 km ²
Densidade Populacional	32,8 ha. /km ²
Altitude de Nova Viçosa	10 metros de altitude
Coordenadas geográficas decimais	Latitude: -17.8722 Longitude: -39.3856
Coordenadas geográficas sexagesimais	Latitude: 17° 52' 20" Sul Longitude: 39° 23' 8" Oeste
Fuso Horário	UTC -3:00 (América/Bahia) Hora de Verão: UTC -3:00 Hora de Inverno: UTC -2:00

FONTE: CIDADE BRASIL

8.1 População

Segundo o último censo realizado em 2010 (FIGURA 18), a população é 38.556, e para 2021 foi estimada em 43.376.

FIGURA 18: População no último censo

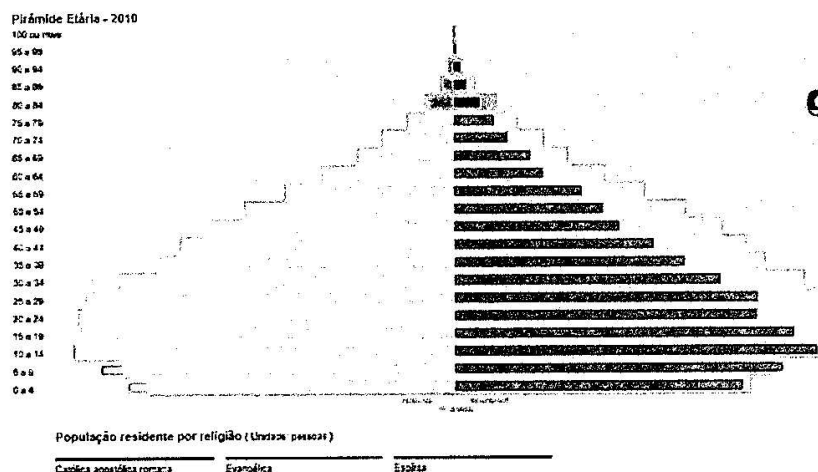


FONTE: IBGE

8.2 Faixa etária

No gráfico abaixo observa-se que a maior parcela da população de Nova Viçosa é composta por jovens.

GRÁFICO 2: Faixa etária da população no último censo

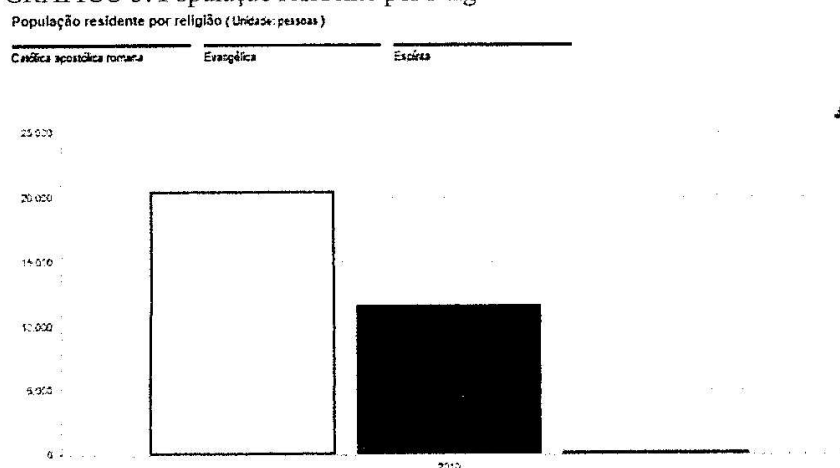


FONTE IBGE

8.3 População residente por religião

No censo realizado em 2010 foi constatado que a maioria da população de Nova Viçosa é católica, conforme pode-se verificar no GRÁFICO 3.

GRÁFICO 3: População residente por religião

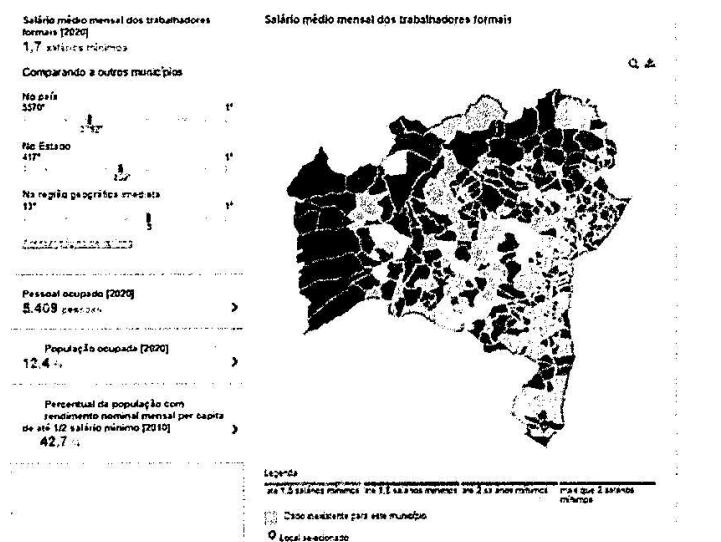


Fonte: IBGE

8.4 Trabalho e rendimento

Em 2020, o salário médio mensal era de 1,7 salários mínimos. A proporção de pessoas ocupadas em relação à população total era de 12,4%, conforme pode ser observado na FIGURA 11

FIGURA 19: Trabalho e rendimento

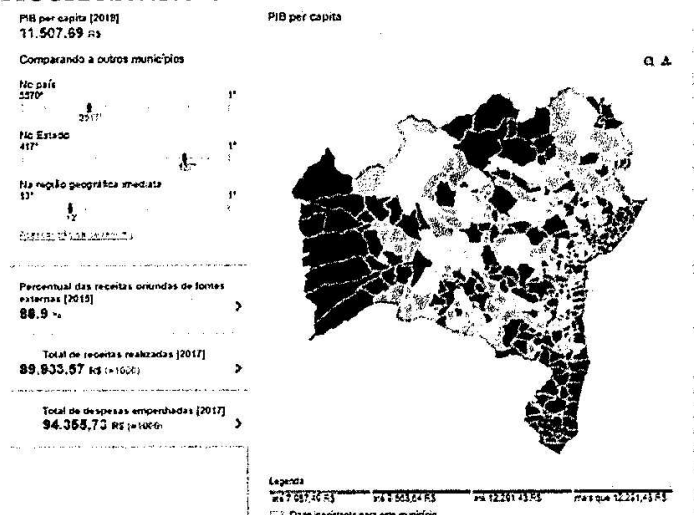


Fonte:IBGE

8.5 Economia

Conforme pode ser observado na FIGURA 12, o PIB em 2019 do município de Nova Viçosa chegou à R\$ 11.507,69

FIGURA 20: Economia

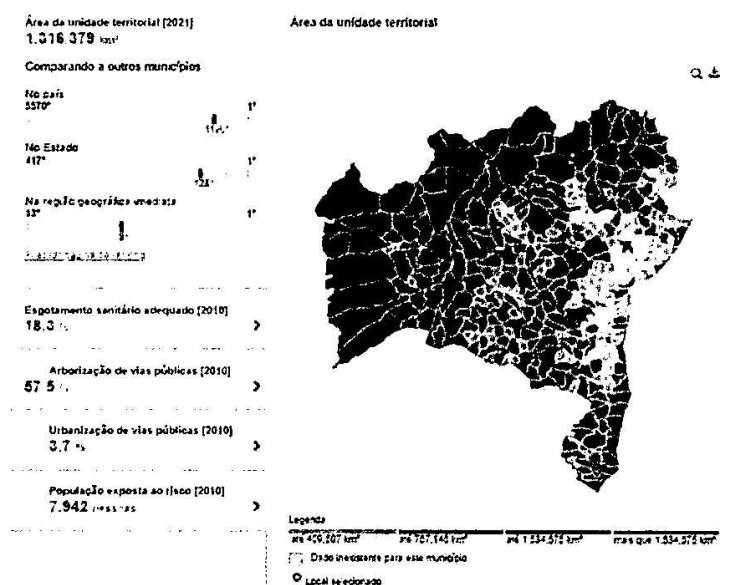


Fonte:IBGE

8.6 Território e Meio Ambiente

Nova Viçosa apresenta 18.3% de domicílios com esgotamento sanitário adequado, 57.5% de domicílios urbanos em vias públicas com arborização e 3.7% de domicílios urbanos em vias públicas com urbanização adequada (presença de bueiro, calçada, pavimentação e meio-fio), conforme FIGURA 21.

FIGURA 21: Território e Meio ambiente



Fonte: IBGE

8.7 Clima

O clima em Nova Viçosa é tropical. Com a pluviosidade significativa ao longo do ano, nem nos meses mais secos ela diminui. Segundo a Köppen-Geiger o clima é classificado como Af. A temperatura média anual em Nova Viçosa é 24.3 °C. Tem uma pluviosidade média anual de 1560 mm. Fevereiro é o mês mais seco com 78 mm. Com uma média de 191 mm o mês de Novembro é o mês de maior precipitação. Janeiro é o mês mais quente do ano com uma temperatura média de 26.6 °C. A temperatura média em Julho, é de 22.2 °C. Durante o ano é a temperatura média mais baixa.

FIGURA 22: Clima

Dados climatológicos para Nova Viçosa														[Esconder]
Mês	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Ano	
Temperatura máxima média (°C)	30.8	30.4	29.3	28.1	27.0	26.1	25.1	25.4	27.6	28.1	28.8	28.6	28.1	
Temperatura média (°C)	26.6	26.5	25.4	24.4	23.3	22.3	22.2	22.9	24.0	24.7	25.4	24.4	24.3	
Temperatura mínima média (°C)	22.7	22.6	21.6	20.8	19.6	18.6	18.4	19.1	20.4	20.6	22.1	21.2	20.6	
Precipitação (mm)	185	78	122	107	125	103	120	99	100	167	191	182	1560	

Fonte: Climate-Data

9. CONTEXTUALIZAÇÃO DO TURISMO COM POLÍTICAS PÚBLICAS

Na década de 80 teve início o processo de descentralização das políticas públicas relacionadas ao turismo transferindo para os municípios o protagonismo do seu próprio desenvolvimento turístico, sendo a Constituição Federal de 1988 a principal ferramenta para este processo. Os municípios que já possuíam recursos naturais e históricos para ser divulgados e valorizados por meios de políticas de preservação e difusão, anteriormente eram desfavorecidos. Com a descentralização foram fortalecidos e com boas perspectivas de trabalhar o Turismo buscando seu posicionamento no mercado turístico, gerando emprego, renda, capacitando guias de turismo, fortalecendo a cultura e movimentando a economia local.

O Plano Nacional de Turismo, criado pelo Ministério do Turismo em 2003, trouxe diretrizes e normas gerais de gestão da atividade turística no país. A Lei Geral do Turismo (Lei nº 11.171/08), é onde estão determinadas as responsabilidades, o planejamento, a gestão e a fiscalização da atividade turística nacional. A LGT, reuniu várias normas relativas ao setor que estavam dispersas dentro da legislação brasileira, submetidas a várias interpretações, e traçou os parâmetros para o desenvolvimento do setor. A regulamentação trouxe novidades como a instituição do Sistema Nacional de Turismo, a obrigatoriedade do CADASTUR e o estabelecimento de normas sobre a PNT, bem como sobre as atividades da cadeia turística, seus direitos e deveres.

TABELA 1: Modelo da Gestão descentralizada do Turismo prevista na LGT

ÂMBITO	INSTITUIÇÃO	COLEGIADO
Nacional	Ministério do Turismo	Conselho Nacional
Estadual	Órgão Oficial de Turismo da UF	Conselho/Fórum Estadual
Regional	Governança Regional	Governança Regional
Municipal	Órgão Oficial de Turismo Municipal	Conselho/Fórum Estadual

Fonte: Mtur (2004)

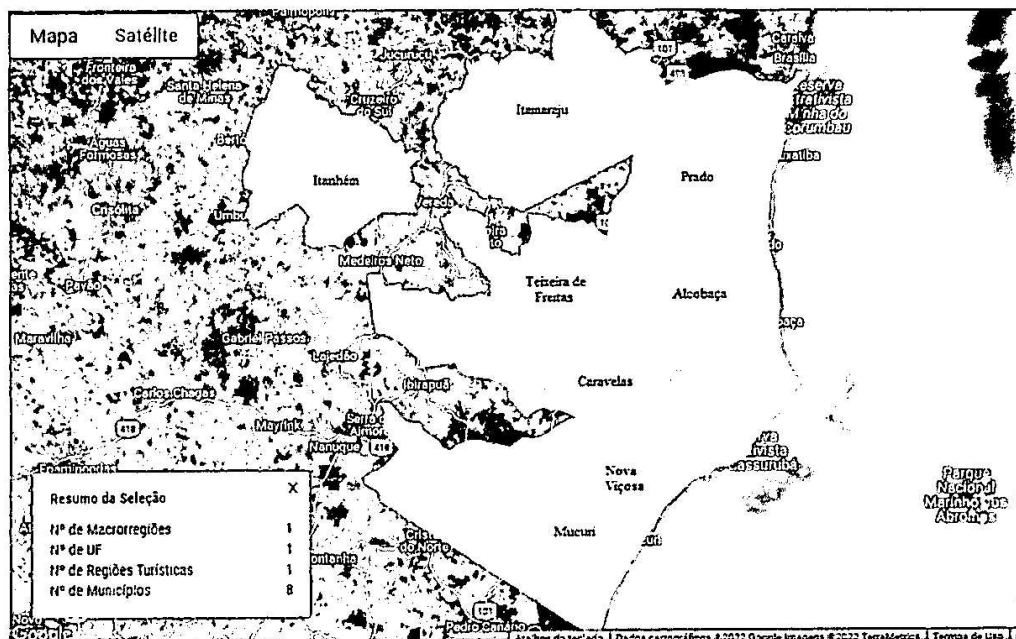


O Programa de Regionalização, organiza os municípios brasileiros em regiões a fim de promover e fomentar o turismo na região da qual fazem parte. É baseado nas instâncias de governanças regionais, estruturando o processo de desenvolvimento das atividades, buscando atender as demandas e resolver os conflitos.

Na Bahia, o processo de regionalização ocorreu em forma de Câmaras Técnicas de Turismo, entes autônomos que organizam e auxiliam os municípios, fazendo a interlocução com a Secretaria de Turismo do Estado e indicando diretrizes na execução das políticas públicas advindas dos governos Federal e Estadual.

Nova Viçosa é reconhecida como destino turístico pelo Ministério do Turismo por pertencer à Câmara Técnica de Turismo da Costa das Baleias e estar inserida no Mapa do Turismo Brasileiro. A Câmara de Turismo da Costa das Baleias é formada também pelos municípios de Itamaraju, Prado, Alcobaça, Caravelas, Mucuri, Itanhém e Teixeira de Freitas.

FIGURA 23: Mapa da Costa das Baleias

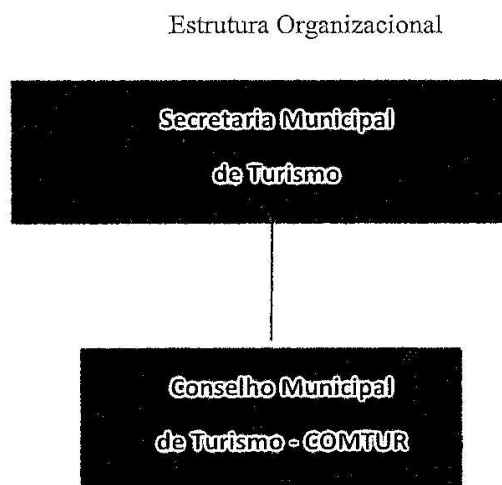


Fonte: Mapa do Turismo Brasileiro

10. SISTEMA ORGANIZACIONAL DO TURISMO NO MUNICÍPIO

A organização para ações operacionais do turismo na estrutura administrativa do município de Nova Viçosa é apresentada no organograma abaixo, tendo como apoio de forma sistêmica as instituições gestoras a Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Turismo e Conselho Municipal de Turismo (COMTUR). Essas instituições oportunizam o alinhamento dos princípios, ideias e procedimentos necessários para o desenvolvimento da atividade turística no território.

FIGURA 24: Sistema Municipal de Turismo



11. O QUE É O PLANO MUNICIPAL DE TURISMO

O desenvolvimento sustentável, gerenciamento por diretrizes e por projetos, indicadores de desempenho, análise técnica, diagnóstico turístico, prognóstico, visão de longo prazo, economicidade, otimização de recursos e gestão por processos são conceitos ligados à iniciativa privada, mas ainda distantes da gestão pública do turismo no Brasil.

O Plano Municipal de Turismo - PMT é um instrumento que permite a amarração de todos estes conceitos de maneira integrada e propositiva. Ele é um norteador da gestão e desenvolvimento da atividade turística para os Municípios e deve estabelecer os caminhos a serem percorridos para promoção turística visando o alcance dos objetivos e metas.

O PMT trata dos programas e ações necessárias para o fomento e crescimento da atividade turística de forma sustentável, no âmbito municipal, expressando uma política para todos os níveis. Ou seja, são instrumentos utilizados como requisito básico para a inclusão dos municípios junto a políticas públicas que permitam o repasse de recursos estaduais e federais

O PMT, além de ter seu referencial no PNT, está alinhado, no âmbito estadual, com as diretrizes da Secretaria de Turismo do Estado e regionalmente trabalhando em conjunto com os demais municípios da Costa das Baleias e Descobrimento, pois entende-se que “no Turismo não existe carreira solo”.

Vale destacar que o Turismo é uma atividade econômica que condiciona a organização do território, pois utiliza, consome e transforma. O que coloca esta atividade como um dos principais agentes de descaracterização dos recursos em que se apoia. Portanto ele deve ser planejado numa ótica que aponte claramente o que se deseja alcançar, quais espaços devem ser protegidos e qual identidade que será atingida ou fortalecida.

Dessa forma, o uso do território pela atividade turística e a fragilidade dos recursos dos quais depende o turismo para sua continuidade justificam por si só a necessidade de se recorrer à técnica de planejamento como forma de garantir um desenvolvimento turístico sustentável (DIAS, 2008).



11.1 Metodologia do Plano Municipal de Turismo

As metodologias utilizadas na construção deste plano, que foram as Matrizes: SWOT e GUT. Ambas, instrumentos ligados diretamente ao desenvolvimento de soluções aplicadas na área de administração e gestão, sendo trazidas neste plano para o contexto do turismo como importantes aliados na elaboração e execução de um planejamento prático, participativo e eficaz.

Assim, os dados coletados mais levantamentos obtidos em reuniões e oficinas (ANEXO V) com o COMTUR, empresários, munícipes e visitas técnicas, uma vez compilados e analisados puderam compor um banco de ações que está descrito no plano, direcionando os esforços e onde o poder público municipal de Nova Viçosa deverá atuar para obter resultados mais concretos no desenvolvimento da atividade turística a longo prazo, de 2022 a 2024.

O plano aponta ainda quem, como e até quando realizar as ações, monitoramento, controlando e avaliando para que haja efetividade e os resultados esperados possam ser alcançados fortalecendo a oferta turística. Resultados estes que somente serão possíveis se o poder público municipal, COMTUR e trade turístico, colocarem em prática todas as ações apresentadas neste documento, além de realizar sua revisão e ajustes necessários ao longo dos próximos anos.

Beni (2007) define oferta turística como “conjunto de equipamentos, bens e serviços de alojamento, de alimentação, de recreação e lazer, de caráter artístico, cultural, social ou de outros tipos, capaz de atrair e assentar numa determinada região, durante um período determinado de tempo, um público visitante”



12- ANÁLISE SWOT

Análise SWOT ou Análise FOFA é uma técnica de planejamento estratégico utilizado para auxiliar pessoas ou organizações a identificar forças, fraquezas, oportunidades e ameaças relacionadas à competição em negócios ou planejamento de projetos.

A análise SWOT foi inventada na década de 1960 por *Albert Humphrey*, consultor em gestão do instituto de pesquisas da Universidade de Stanford.

Humphrey formulou um plano simples com indicadores-chave que mostram a situação de uma empresa: (SWOT, em inglês) '*Strengths*', '*Weaknesses*', '*Opportunities*' e '*Threats*' ou F.O.F.A (Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças), como é conhecida sua versão traduzida para o português.

O objetivo da SWOT é analisar de forma clara como a relação de fatores externos (ameaças e oportunidades) e internos (forças e fraquezas) podem influenciar o desempenho e resultados.

É um método de planejamento estratégico que engloba a análise de cenários para tomada de decisões,

Ao fazer a matriz e realizar os cruzamentos entre seus fatores, é possível criar planos de ação mais coesos e estruturados, melhorando a estratégia.

De acordo com o pré-projeto do Plano Municipal de Turismo de Nova Viçosa, cadastrado no Ministério do Turismo, teremos inicialmente alguns pontos a serem trabalhados.

- Inventário Turístico
- Formalização dos Equipamentos Turísticos
- Calendário Integrado de Eventos
- Capacitação do Setor
- Melhoria de acesso aos atrativos
- Divulgação e promoção do destino

Para construir um diagnóstico é necessária a visão coletiva acerca destes pontos para nortear o ponto de partida do PMT com perspectivas diferentes.

Baseado nisto, a análise SWOT foi realizada com os membros do Conselho Municipal de Turismo-COMTUR.



Abaixo listamos as Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças relacionadas pelos membros.

FORÇAS
Praias
Mangues/Rios
Ilha Coroa Vermelha
Estrutura de Hospedagem e Restaurantes
Facilidade de Acesso para Espírito Santo
Museu Frans Frajceberg
Melhoria na Iluminação/Placas/Segurança/Limpeza
Entrada na cidade Mata Atlântica de Restinga
Eventos Esportivos (Caiaque/Bike/Beach Tênis)
Helvécia (História e Cultura)
Carnaval/ Réveillon (Verão)
Calendário de Eventos/Festas Tradicionais
Bosque Frans Krajcberg (Infraestrutura)
Infraestrutura p/ embarcação (píer)
Passeios de Caiaques p/ Ilhas e Manguezais
Ponto de Atendimento ao Turismo (CAT)
FRAQUEZAS
Falta de Infraestrutura (Passeios Náuticos)
Falta de Infraestrutura Barraca de Praia
Lama na Praia do Lugar Comum/ Pau Fincado
Falta uma agência de Turismo
Falta de Bancos/Rede Bancária (Banco 24 horas)
Dificuldade a acesso Minas Gerais/ Bahia
Falta de um portal na entrada da cidade
Falta de Iluminação na entrada da cidade
Sujeira no Rio Sabacui
Informativo de dias e horários de funcionamento dos Restaurantes/Barracas de Praia
Falta de Guias p/ Pesca Esportiva
Falta de Material Gráfico e Mapa
Embarque e desembarque rodoviário precário
Falta de Capacitação e Treinamento
Preço alto das Cabanas de Praia
Falta de Turismo (tema) na grade escolar
OPORTUNIDADES
Passeios Náuticos Profissionais
Encontro da Melhor idade
Reforma da Pesca Esportiva
Organizar e Fortalecer o Calendário de Eventos
Fortalecer e dar Continuidade ao Festival Gospel (Desperta Nova Viçosa)
Criar um Festival Gastronômico

Fortalecer o Carnaval criando um circuito
Criar um Tour Histórico no Centro da Cidade
Aprovação do Projeto da Trilha Bahia/Minas/Posto da Mata/ Helvécia
AMEACAS
Falta de União
Divulgação negativa p/ os Turistas da lama das Praias
Perder o Museu Frans Krajcberg
Descontinuidade na melhoria na limpeza, placas, iluminação, segurança
Informalidade
Perder as tradições culturais
Perda do Acervo do Frans Krajcberg



13- MATRIZ GUT

A partir da coleta de dados realizada através da Matriz SWOT com os membros do Conselho Municipal de Turismo foram identificados 04 eixos prioritários: INFRAESTRUTURA, EMPREENDEDORISMO, MARKETING e POTENCIAL TURÍSTICO. Percebeu-se que os problemas enfrentados para o desenvolvimento do turismo local são desafiadores. Por isso foi necessário eleger qual o grau de prioridade estes problemas deverão ser tratados. A metodologia utilizada foi a aplicação da Matriz GUT, através de formulários criados no *Google Docs*. (ANEXO VI)

A Matriz GUT foi criada por *Charles H. Kepner* e *Benjamin B. Tregoe*, na década de 80, e tinha como propósito ajudar na resolução de problemas complexos das indústrias americanas e japonesas. Em sua essência, a Matriz GUT é uma ferramenta da qualidade utilizada para a priorização de tomadas de decisões. Por esse motivo, também é conhecida como Matriz de Prioridades.

O termo GUT, na verdade é um acrônimo que faz referência a:

G- Gravidade

U- Urgência

T- Tendência.

A Matriz GUT utiliza desses três elementos para classificar algum problema ou ação e, com isso, priorizá-lo. Uma definição mais detalhada desse acrônimo é apresentada a seguir:

Gravidade

Representa o impacto do problema para os envolvidos, caso ele esteja acontecendo ou venha acontecer. É o momento de analisar o quão grave é (será) o problema ou ação para a empresa, processo ou pessoas.

Urgência

Representa o prazo ou tempo disponível para a resolução do problema ou execução da ação. Quanto mais urgente for, menor será o tempo disponível para trabalhar no problema ou ação.

Tendência

Representa o potencial de crescimento do problema ou ação, ou seja, a probabilidade de se agravar com o passar do tempo (caso nada seja feito). Além do crescimento, a tendência de redução ou desaparecimento do problema também podem ser consideradas na análise da tendência.



A mistura de problemas por si só gera confusão, e acaba dificultando a visão do administrador na identificação dos problemas prioritários e na sua relevância. Nesse caso, é preciso separar cada problema que tenha causa própria e somente após isso, saber qual a prioridade na solução dos problemas identificados. A Matriz GUT atua justamente nesse aspecto, selecionando e escalonando os problemas, e levando em conta os principais impactos positivos e negativos que a correção deles pode trazer.

Os conselheiros utilizaram a tabela abaixo (FIGURA 23), para pontuarem o grau de prioridade nas fraquezas e ameaças elencadas nas oficinas realizadas para a análise SWOT. A partir deste resultado foi elaborado o Plano de Ação.

TABELA 3: Pontuação da Matriz GUT

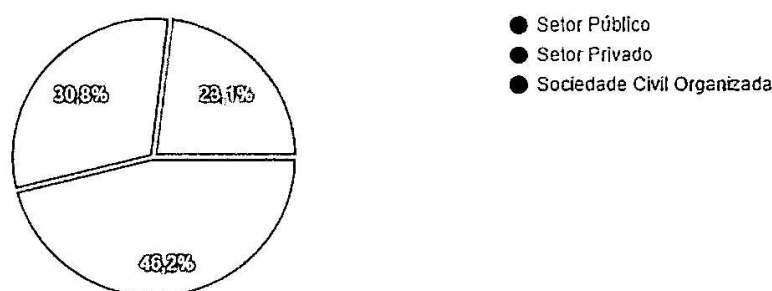
G Gravidade	U Urgência	T Tendência
5 Extremamente grave.	5 Precisa de ação Imediata.	5 Irá piorar rapidamente se nada for feito.
4 Muito grave.	4 É urgente.	4 Irá piorar em pouco tempo se nada for feito.
3 Grave.	3 O mais rápido possível.	3 Irá piorar.
2 Pouco grave.	2 Pouco urgente, o prazo ainda é longo.	2 Irá piorar a longo prazo.
1 Sem gravidade.	1 Fica tranquilo, pode esperar!	1 A situação não tem tendência de piorar.

Fonte: econsult.org.br/blog/matriz-gut/

O Conselho Municipal de Turismo teve fundamental importância para elencar as prioridades. Os membros do COMTUR, titulares e s

suplentes, foram nomeados através do Decreto Nº3192021, publicado em 17/05/2021. Entre os membros que participaram da MATRIZ GUT, 46,2% são do setor público, 27,3% do setor privado e 36,4% da Sociedade Civil Organizada.

GRÁFICO 4: Representatividade da amostra



Representatividade no COMTUR	Entidade ou Empresa membro do COMTUR
Setor Público	Restaurante cabana da morena Representante dos Cabaneiros
Sociedade Civil Organizada	Associação de caiaqueiros
Setor Público	Secretaria Municipal de Turismo
Setor Público	Sectur
Sociedade Civil Organizada	Associação dos caiaqueiros
Setor Público	SEMMA
Setor Público	Secretaria Municipal de Educação
Setor Privado	Segmento de Hospedagem e Cultura
Setor Privado	Representante de Hotéis e Pousadas
Setor Privado	Comercial
Setor Público	Câmara Legislativa
Setor Privado	Quintal das Cores Restaurante e Bar
Sociedade Civil Organizada	ACE

A partir da análise SWOT, pôde-se identificar e selecionar 04 áreas prioritárias: INFRAESTRUTURA, EMPREENDEDORISMO, MARKETING e POTENCIAL TURÍSTICO.

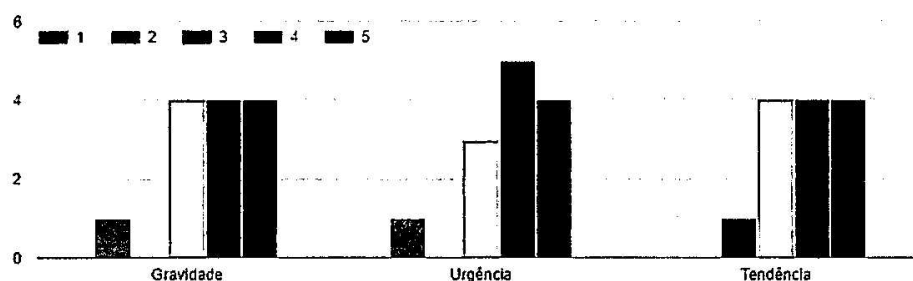
[Assinatura]

13.1 Infraestrutura

Em relação à infraestrutura do município, foi constatado que:

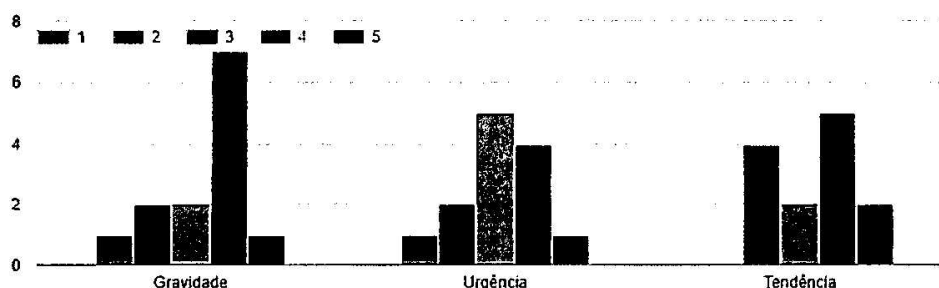
Quanto falta de Infraestrutura para Passeio Náutico no total 92% dos conselheiros consideram que é grave, muito grave ou extremamente grave a situação. 38% afirma que é urgente. E 92% afirma que se nada for feito, a tendência é piorar, piorar em pouco tempo, ou irá piorar rapidamente se nada for feito.

GRÁFICO 5: Falta de Infraestrutura para Passeio Náutico



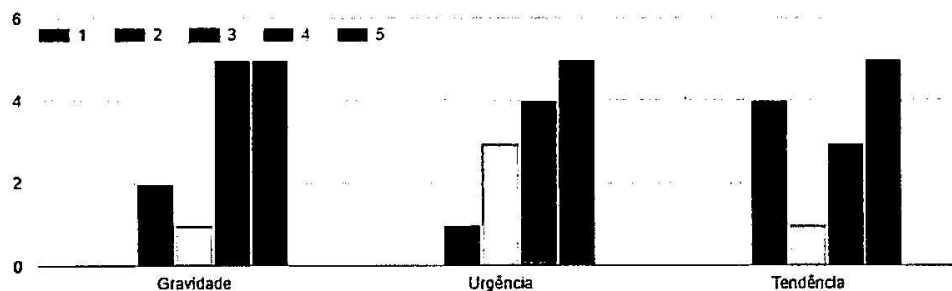
Quanto a falta de Infraestrutura para as barracas de praia no total 54% dos conselheiros consideram que é muito grave a situação. 38% afirma que providências devem ser tomadas o mais rápido possível. E 38% afirma que irá piorar se nada for feito.

GRÁFICO 6: Falta de Infraestrutura para as barracas de praia



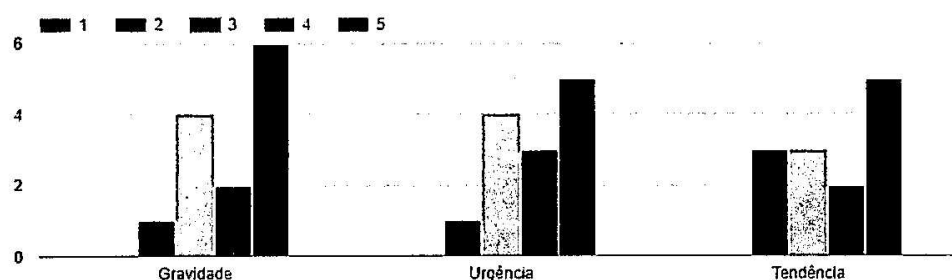
Quanto a melhorar estrutura das barracas de praia existentes, 76% dos conselheiros entendem que a situação é muito grave ou extremamente grave, já para 38% precisa de uma ação imediata. E 38% afirma que irá piorar rapidamente se nada for feito.

GRÁFICO 7: Melhorar estrutura das barracas de praia existentes



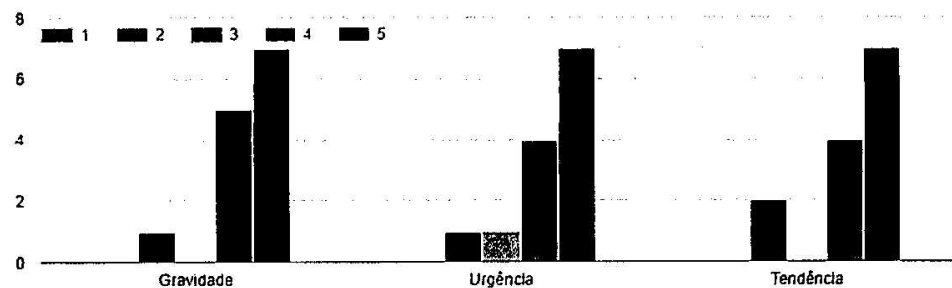
Quanto a Lama na praia do pau fincado, 46% dos conselheiros entendem que a situação é extremamente grave, já para 38% precisa de uma ação imediata. E 38% afirma que irá piorar rapidamente se nada for feito.

GRÁFICO 8: Lama na praia do pau fincado



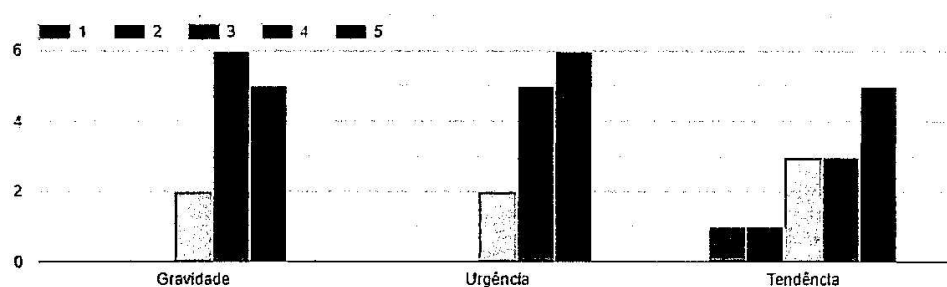
Quanto a lama na Praia do Lugar Comum, 54% dos conselheiros entendem que a situação é extremamente grave, já para 54% precisa de uma ação imediata. E 54% afirma que irá piorar rapidamente se nada for feito.

GRÁFICO 9: Lama na Praia do Lugar Comum



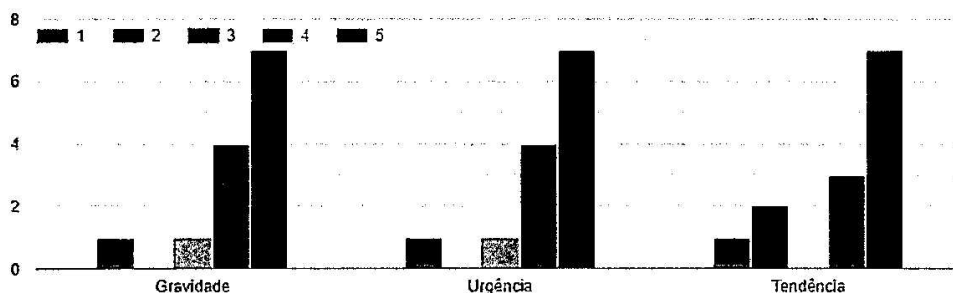
Quanto ao embarque e desembarque precário, 46% dos conselheiros entendem que a situação é muito grave, já para 46% precisa de uma ação imediata. E 38% afirma que irá piorar rapidamente se nada for feito.

GRÁFICO 10: Embarque e Desembarque rodoviário precário



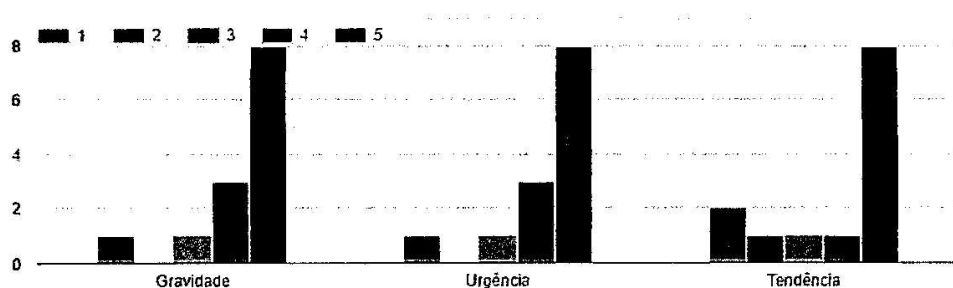
Quanto a falta de rede bancária, 54% dos conselheiros entendem que a situação é extremamente grave, já para 54% precisa de uma ação imediata. E 54% afirma que irá piorar rapidamente se nada for feito.

GRÁFICO 11: Falta de Rede Bancária



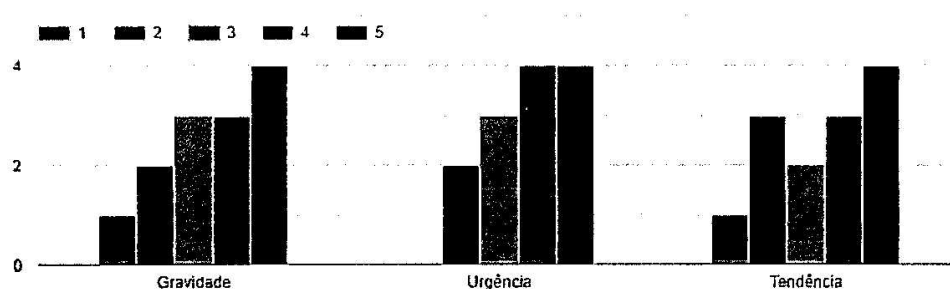
Quanto a falta de Banco 24 horas, 54% dos conselheiros entendem que a situação é extremamente grave, já para 54% precisa de uma ação imediata. E 54% afirma que irá piorar rapidamente se nada for feito.

GRÁFICO 12: Falta de Banco 24 horas



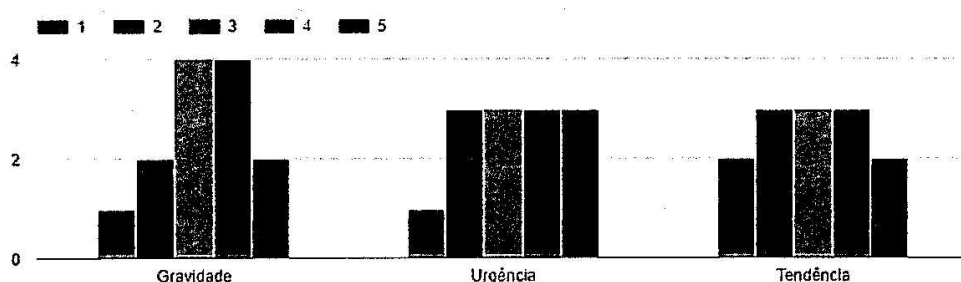
Quanto a Dificuldade de Acesso – Minas – Bahia, 31% dos conselheiros entendem que a situação é extremamente grave, já para 62% é urgente ou precisa de uma ação imediata. E 31% afirma que irá piorar rapidamente se nada for feito.

GRÁFICO 13: Dificuldade de Acesso Minas-Bahia



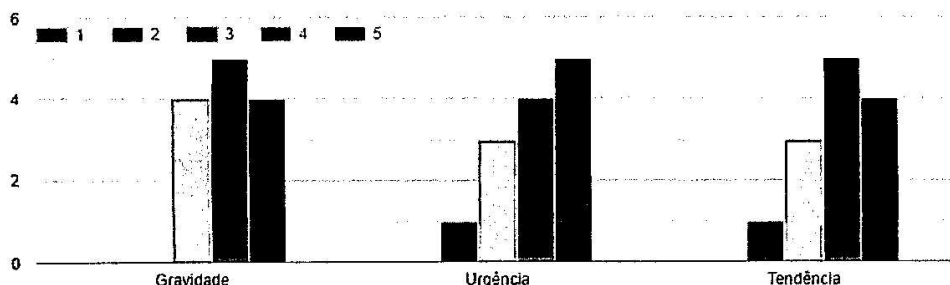
Quanto a Iluminação da Entrada da Cidade, 62% dos conselheiros entendem que a situação é grave ou muito grave, já para 92% a avaliação vai de pouco urgente o prazo ainda é longo até que precisa de uma ação imediata. E 69% afirma que irá piorar a longo prazo até irá piorar em pouco tempo se nada for feito.

GRÁFICO 14: Iluminação da Entrada da Cidade



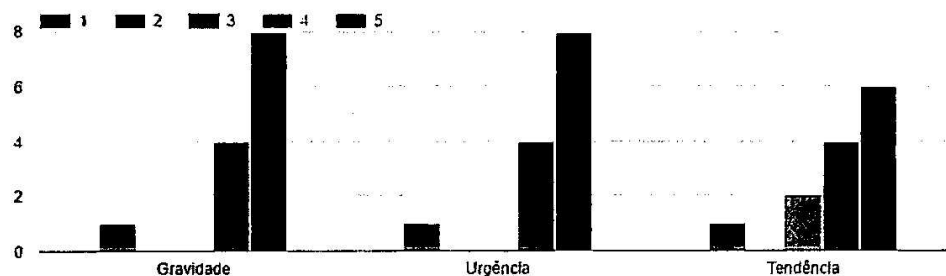
Quanto a Sujeira do Rio Sabacuí, 38% dos conselheiros entendem que a situação é muito grave, já para 38% precisa de uma ação imediata. E 38% afirma que irá piorar em pouco se nada for feito.

GRÁFICO 15: Sujeira do Rio Sabacuí



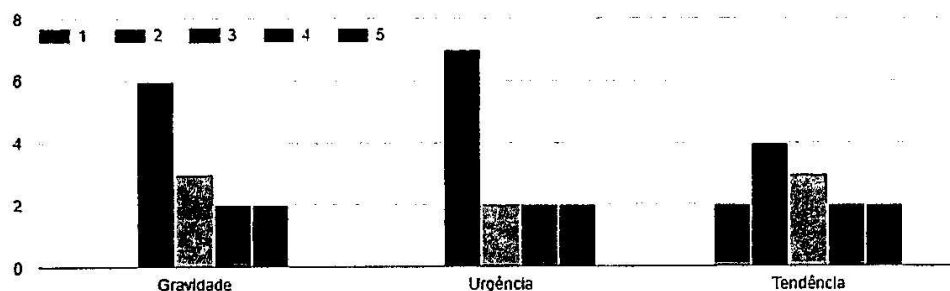
Quanto ao risco de Perda do Museu e ou Acervo Frans Krajcberg, 54% dos conselheiros entendem que a situação é extremamente grave, já para 54% precisa de uma ação imediata. E 46% afirma que irá piorar rapidamente se nada for feito.

GRÁFICO 16: Risco de Perda do Museu e ou Acervo Frans Krajcberg



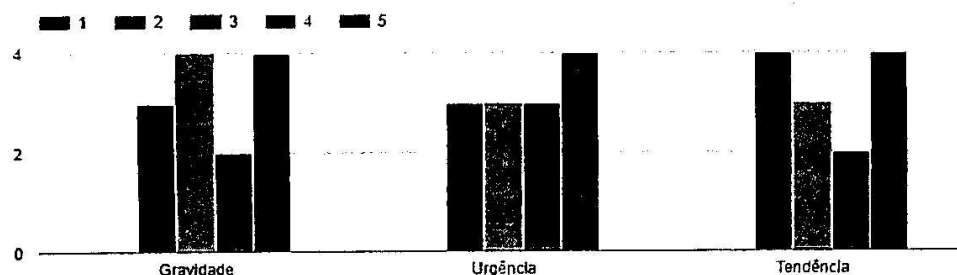
Quanto a descontinuidade no trabalho de limpeza pública, 46% dos conselheiros entendem que a situação é pouco grave, já para 54% é pouco grave e o prazo é longo. E 31% afirma que irá piorar a longo prazo.

GRÁFICO 17: Descontinuidade no trabalho de limpeza pública



Quanto a descontinuidade no trabalho de segurança pública, 31% dos conselheiros entendem que é grave, e 31% que a situação é extremamente grave, já para 31% precisa de uma ação imediata. E 31% afirma que irá piorar a longo prazo e 31% que irá piorar rapidamente se nada for feito.

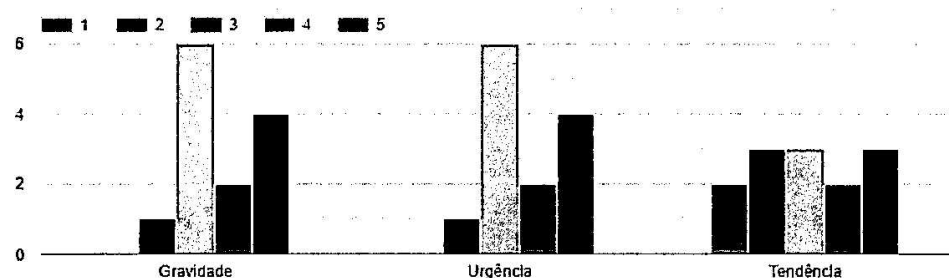
GRÁFICO 18: Descontinuidade no trabalho de segurança pública



Ass.

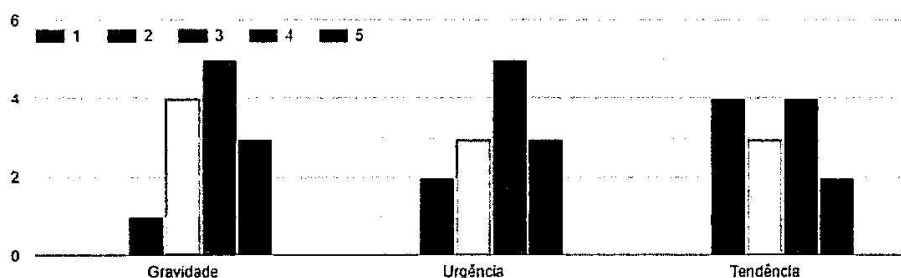
Quanto a melhoria na sinalização turística, 46% dos conselheiros entendem que a situação é grave, já para 46 % tem que se tomar uma ação o mais rápido possível. E 69% afirma que irá piorar a longo prazo, que irá piorar ou que irá piorar rapidamente se nada for feito.

GRÁFICO 19: Melhoria na sinalização turística



Quanto a melhoria na iluminação pública, 38% dos conselheiros entendem que a situação é muito grave, já para 38% é urgente a necessidade de uma ação. E 62% ficaram divididos em afirmar que irá piorar a longo prazo e irá piorar em pouco tempo se nada for feito.

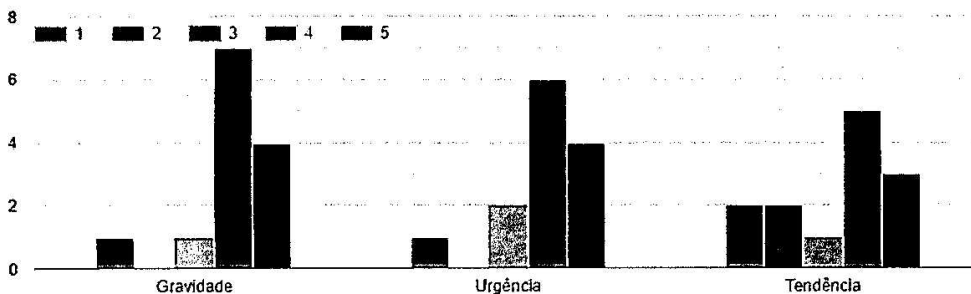
GRÁFICO 20: Melhoria na iluminação pública



13.2 Empreendedorismo

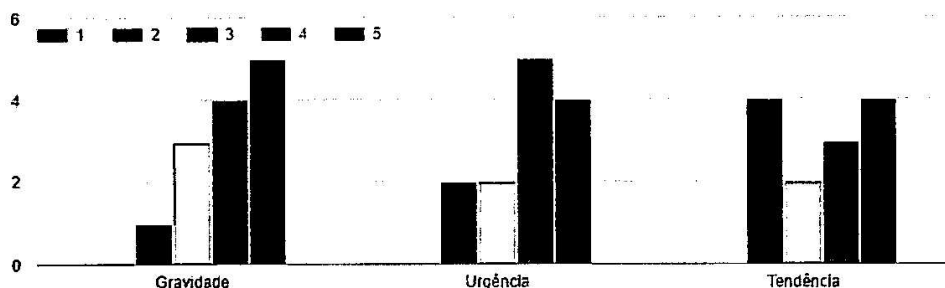
Quanto a falta de união do Trade Turístico - empresas do setor de Turismo, 54 % dos conselheiros entendem que a situação é muito grave, já para 46% é urgente a necessidade de uma ação. E 38% entendem que irá piorar em pouco tempo se nada for feito.

GRÁFICO 21: Falta de união do Trade Turístico



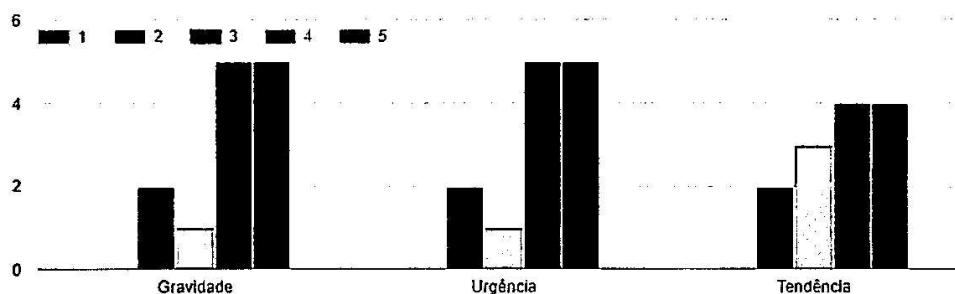
Quanto a falta de qualificação do Trade Turístico - empresas do setor de Turismo, 38 % dos conselheiros entendem que a situação é extremamente grave, já para 38% é urgente a necessidade de uma ação. E 62% ficaram divididos em afirmar que irá piorar a longo prazo e irá piorar rapidamente se nada for feito.

GRÁFICO 22: Falta de qualificação dos colaboradores do Trade Turístico



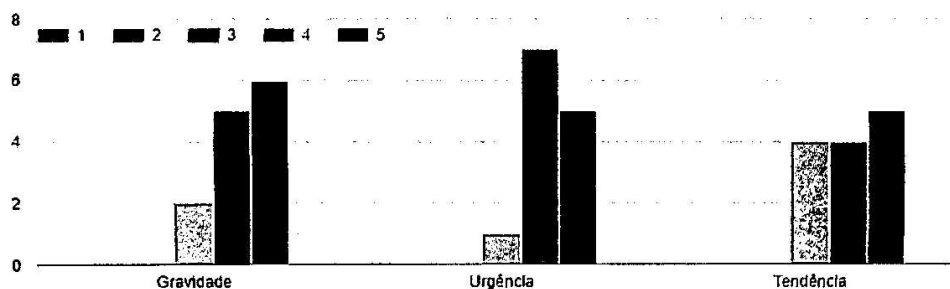
Quanto a informalidade do Trade Turístico, 76 % dos conselheiros ficaram divididos em afirmar que é muito grave ou extremamente grave. Também 76 % dos conselheiros ficaram divididos em afirmar que é urgente ou precisa de ação imediata. E 62% ficaram divididos em afirmar que irá piorar em pouco tempo ou rapidamente se nada for feito.

GRÁFICO 23: Informalidade do Trade Turístico



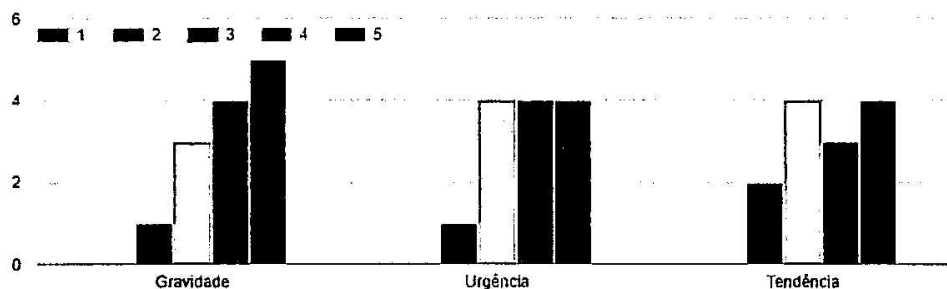
Quanto a falta do CADASTUR do Trade Turístico, 46 % dos conselheiros entendem que a situação é extremamente grave, já para 54% é urgente a necessidade de uma ação. E 38% entendem que irá piorar rapidamente se nada for feito.

GRÁFICO 24: Falta do CADASTUR do Trade Turístico



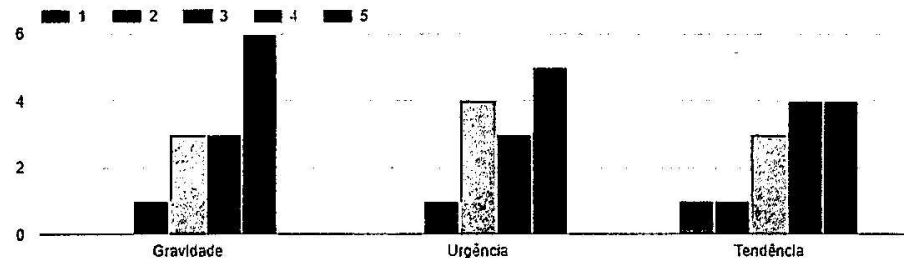
Quanto a falta de Agência de Receptivo, 38 % dos conselheiros entendem que a situação é extremamente grave, já 93% ficaram divididos entre o mais rápido possível, é urgente e precisa de ação imediata. Para 62% ficaram divididos entre irá piorar e que irá piorar rapidamente se nada for feito.

GRÁFICO 25: Falta de Agência de Receptivo



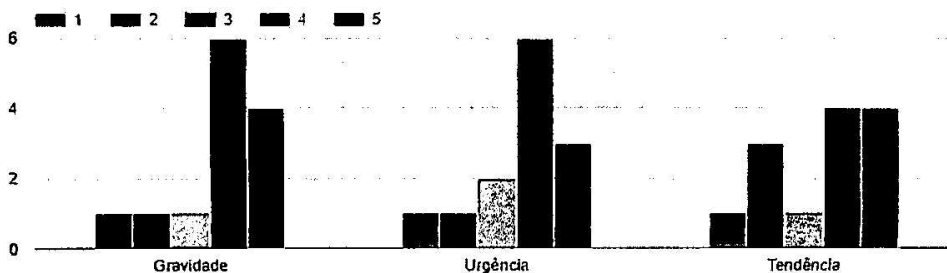
Quanto ao preço alto nas cabanas de praia, 46 % dos conselheiros entendem que a situação é extremamente grave, já para 38% é urgente a necessidade de uma ação. E 62% entendem que irá piorar em pouco tempo ou rapidamente se nada for feito.

GRÁFICO 26: Preço alto nas cabanas de praia



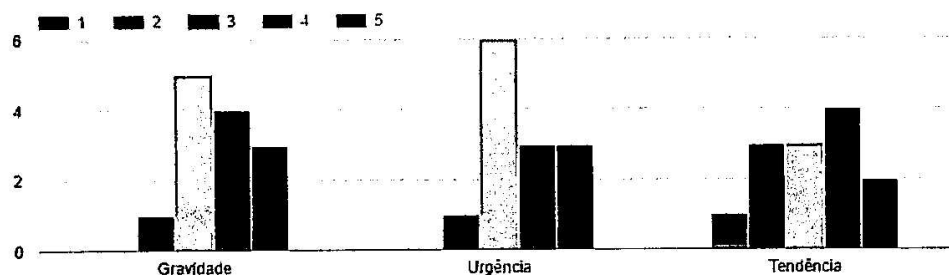
Quanto a falta de guias para pesca esportiva, 46 % dos conselheiros entendem que a situação é muito grave, já para 46% é urgente a necessidade de uma ação. E 38% entendem que irá piorar em pouco tempo ou rapidamente se nada for feito.

GRÁFICO 27: Falta de guias para pesca esportiva



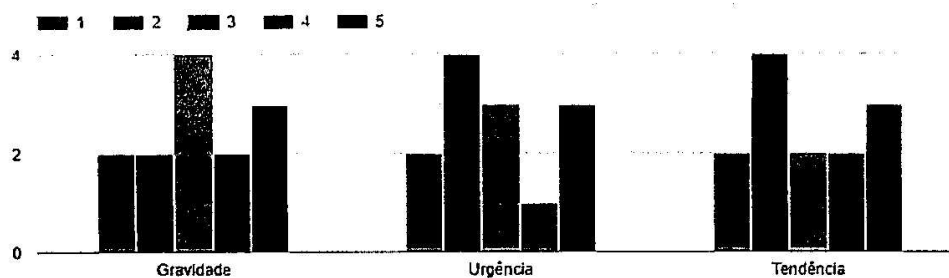
Quanto a falta de informativo de horário de funcionamento de bares, restaurantes e similares, 38 % dos conselheiros entendem que a situação é grave, já para 46% há necessidade de uma ação o mais rápido possível. E 31% entendem que irá piorar em pouco tempo se nada for feito.

GRÁFICO 28: Falta de informativo de horário de funcionamento de bares, restaurantes e similares



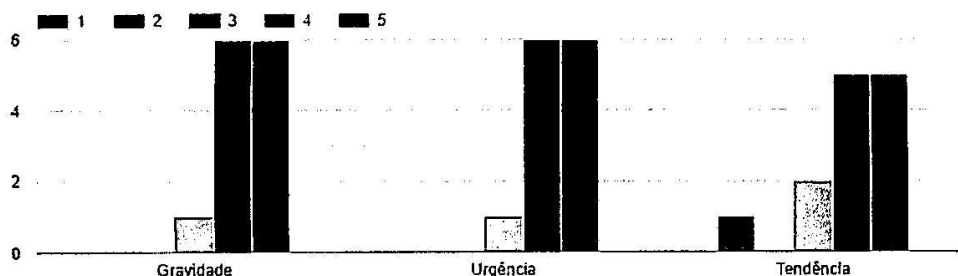
Quanto a falta de barracas de praia, 31 % dos conselheiros entendem que a situação é grave, já para 31% pouco urgente e o prazo ainda é longo. E 31% entendem que irá piorar a longo prazo.

GRÁFICO 29: Falta de barracas de praia



Quanto a falta de empresas que operem passeios náuticos, 92 % dos conselheiros ficaram empatedados que a situação é muito grave ou extremamente grave, já 92% também ficaram empatedados em urgente e o extremamente urgente. E 76% também empatarem em que irá piorar em pouco tempo ou irá piorar rapidamente se nada for feito.

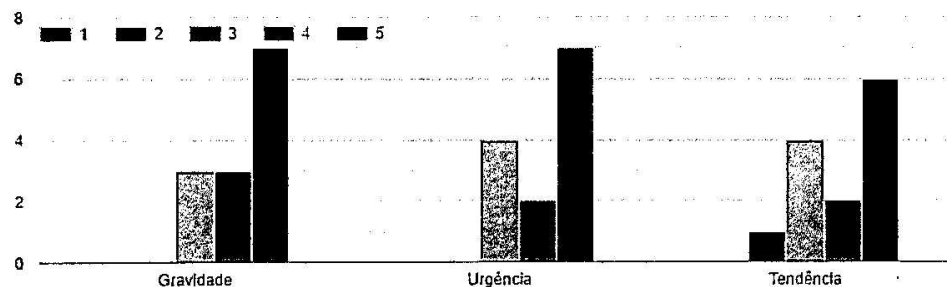
GRÁFICO 30: Falta de empresas que operem passeios náuticos



13.3 Marketing

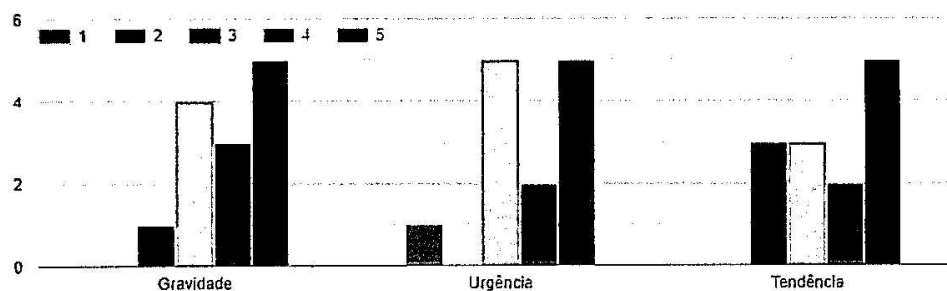
Quanto a falta de portal na entrada da cidade, 54 % dos conselheiros entendem que a situação é extremamente grave, já para 54% é urgente a necessidade de uma ação imediata. E 46% entendem que irá piorar rapidamente se nada for feito.

GRÁFICO 31: Falta de portal na entrada da cidade



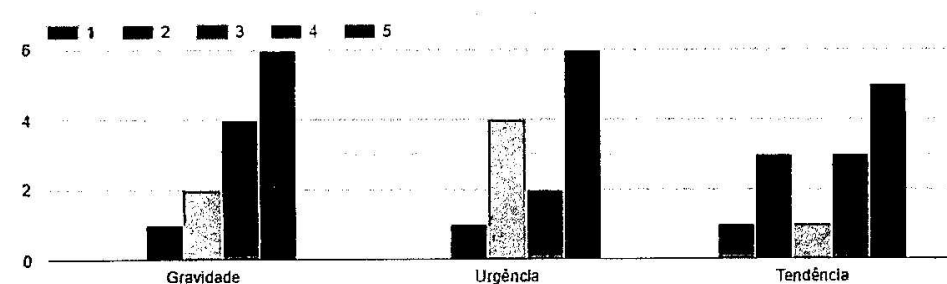
Quanto a Falta de Sinalização Turística, 38 % dos conselheiros entendem que a situação é extremamente grave, já para 38% há necessidade de uma ação o mais rápido possível e parra também 38% precisa de uma ação imediata. E 38% entendem que irá piorar rapidamente se nada for feito.

GRÁFICO 32: Falta de Sinalização Turística



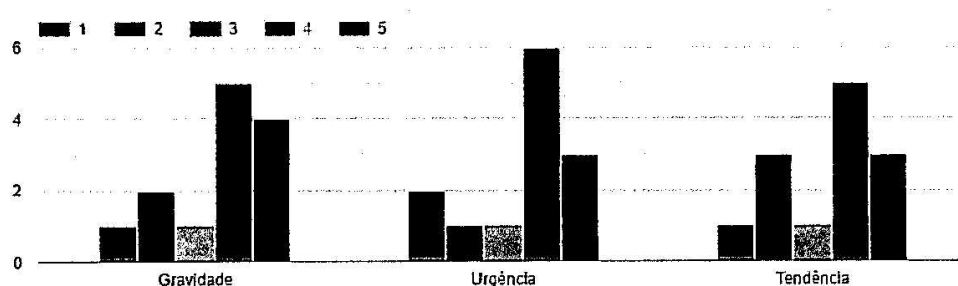
Quanto a falta de material gráfico e mapa turístico, 46 % dos conselheiros entendem que a situação é extremamente grave, já para 46% há necessidade de uma ação imediata. E 38% entendem que irá piorar rapidamente se nada for feito.

GRÁFICO 33: Falta de material gráfico e mapa turístico



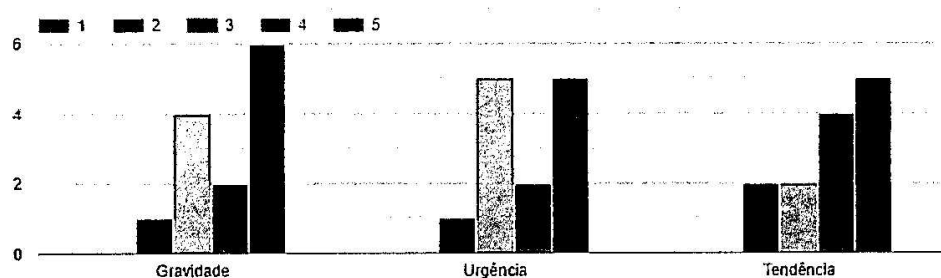
Quanto a falta de Calendário de Eventos, 38 % dos conselheiros entendem que a situação é muito grave, já para 46% é urgente. E 38% entendem que irá piorar em pouco tempo se nada for feito.

GRÁFICO 34: Falta de Calendário de Eventos



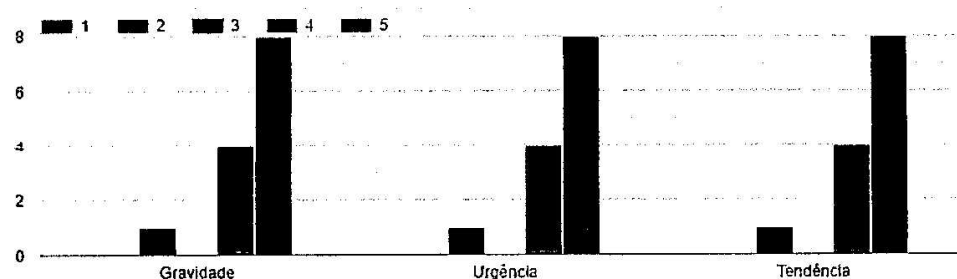
Quanto a informação negativa para os turistas sobre a lama na praia, 46 % dos conselheiros entendem que a situação é extremamente grave, já para 38% deve ser feito o mais rápido possível e também 38% entendem que precisa de ação imediata. E 38% entendem que irá piorar rapidamente se nada for feito.

GRÁFICO 35: Informação negativa para os turistas sobre a lama na praia



Quanto a Perda do Museu Frans Krajcberg, 62 % dos conselheiros entendem que a situação é extremamente grave, já para 62% entendem que precisa de ação imediata. E 62% entendem que irá piorar rapidamente se nada for feito.

GRÁFICO 36: Perda do Museu Frans Krajcberg

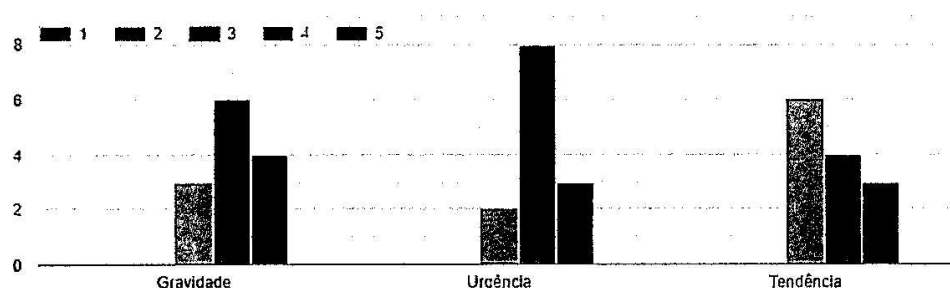


[Assinatura]

13.4 Educação e cultura

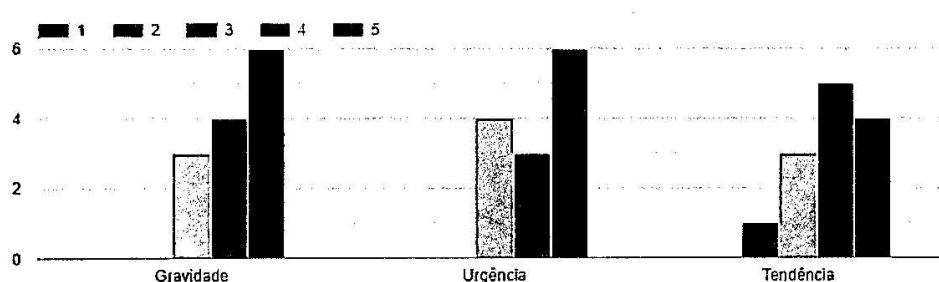
Quanto a falta de conhecimento da população em relação ao potencial histórico e cultural para o Turismo, 46 % dos conselheiros entendem que a situação é muito grave, já para 62% entendem que é urgente. E 46% entendem que irá piorar.

GRÁFICO 37: Quanto a falta de conhecimento da população em relação ao potencial histórico e cultural para o Turismo



Quanto a falta da disciplina de Turismo na grade escolar, 46 % dos conselheiros entendem que a situação é extremamente grave, já para 46% entendem que precisa de uma ação imediata. E 38% entendem que irá piorar em pouco tempo se nada for feito

GRÁFICO 38: Quanto a falta da disciplina de Turismo na grade escolar



Ass.

14- MAPA DE PRIORIDADES

A Matriz GUT é analisada com base na pontuação adquirida e a partir desta pontuação é que serão priorizadas as ações. Como o resultado define a prioridade do problema, quanto maior for a pontuação, mais urgente será a resolução.

TABELA 3: Prioridades

PROBLEMA	G	U	T	Pontuação	Grau de prioridade
Perda do Museu Frans Krajcberg	4,07	4,07	4,07	67,42	4,50
Lama na praia do Lugar Comum	4	3,92	3,84	60,21	4,02
Risco de Perda do acervo Frans Krajcberg	4	4	3,69	59,04	3,94
Falta de empresas que operem passeios náuticos	4	4	3,61	57,76	3,85
Falta do CADASTUR do Trade Turístico	3,92	3,92	3,69	56,70	3,78
Falta de Rede Bancária	3,84	3,84	3,84	56,62	3,78
Falta de portal na entrada da cidade	3,92	3,84	3,61	54,34	3,62
Falta de Banco 24 horas	3,92	3,92	3,53	54,24	3,62
Quanto a falta da disciplina de Turismo na grade escolar	3,92	3,76	3,61	53,21	3,55
Embarque e desembarque precário	3,84	3,92	3,38	50,88	3,39
Informalidade do Trade Turístico	3,69	3,69	3,69	50,24	3,35
Sujeira do Rio Sabacuí	3,69	3,69	3,61	49,15	3,28
Quanto a falta de conhecimento da população em relação ao potencial histórico e cultural para o Turismo	3,76	3,76	3,46	48,92	3,26
Preço alto nas cabanas de praia	3,84	3,69	3,38	47,89	3,19
Lama na praia do Pau Fincado	3,69	3,61	3,38	45,02	3,00
Informação negativa para os turistas sobre a lama na praia	3,61	3,46	3,53	44,09	2,94
Falta de material gráfico e mapa turístico	3,76	3,61	3,23	43,84	2,92
Falta de informativo de horário de funcionamento de bares, restaurantes e similares	3,84	3,84	2,92	43,06	2,87
Melhorar estrutura das barracas de praia existentes	3,61	3,61	3,3	43,01	2,87
Falta de qualificação dos colaboradores do Trade Turístico	3,69	3,53	3,23	42,07	2,81
Falta de Agência de Receptivo	3,61	3,46	3,3	41,22	2,75
Falta de união do Trade Turístico - empresas do setor de Turismo.	3,69	3,61	3,07	40,90	2,73

Falta de infraestrutura para passeios náuticos	3,38	3,46	3,46	40,46	2,70
Falta de Sinalização Turística	3,53	3,38	3,3	39,37	2,63
Descontinuidade no trabalho de segurança pública	3,38	3,46	3,3	38,59	2,57
Falta de guias para pesca esportiva	3,46	3,38	3,23	37,77	2,52
Melhoria na iluminação pública	3,53	3,46	3,07	37,50	2,50
Dificuldade de Acesso - Minas- Bahia	3,23	3,46	3,15	35,20	2,35
Melhoria na sinalização turística	3,46	3,46	2,84	34,00	2,27
Falta de Calendário de Eventos	3,3	3,15	3,07	31,91	2,13
Falta de infraestrutura para as barracas de praia	3,07	2,84	3,07	26,77	1,79
Iluminação da Entrada da Cidade	3,07	3,07	2,76	26,01	1,73
Falta de barracas de praia	2,92	2,76	2,76	22,24	1,48
Descontinuidade no trabalho de limpeza pública	2,84	2,76	2,69	21,09	1,41



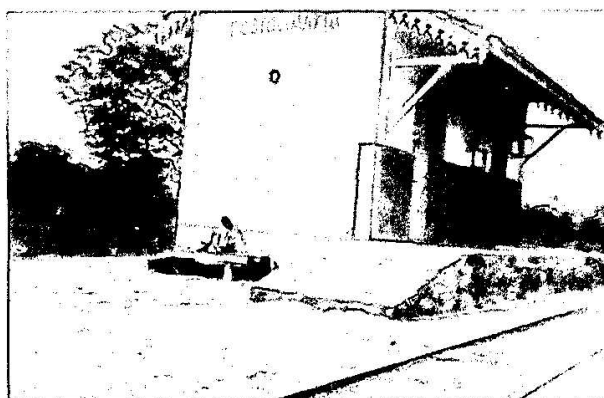
15- ANÁLISE GERAL E CONSIDERAÇÕES

No município identifica-se a necessidade de uma sinalização turística, um calendário turístico, inventário da oferta turística, ordenamento de espaços públicos para o Turismo, com objetivo de aumentar o número de visitantes. Já no que tange à capacitação, treinamento e divulgação, aponta-se a importância da conscientização da população por meio do *endomarketing* para o potencial turístico do município, divulgação e guia turístico.

Podemos concluir que, mesmo Nova Viçosa ainda não tendo o Turismo como principal força econômica, seus atrativos naturais, culturais e eventos turísticos, somados ao contexto histórico e excepcional localização principalmente em relação ao Parque Nacional Marinho dos Abrolhos, validam o seu potencial turístico e a força econômica que o Turismo poderá incrementar, pois o Parque de Abrolhos já é uma referência para Ecoturismo. Possui também Bosque FransKrajcberg com suas trilhas e o Rio Peruípe para esportes náuticos. Cab o investimento da iniciativa privada em serviços e equipamentos turísticos, para o desenvolvimento das modalidades de Turismo, como o Turismo de Eventos, contemplando também o Turismo Acessível e infraestrutura turística, melhorando por exemplo, a oferta dos produtos turísticos. O município tem uma variedade de atrativos, mas precisa de empresas que operem os passeios.

A criação e estruturação de roteiros para ciclistas percorrerem o trecho de Posto da Mata à Helvécia, por onde antes estavam os trilhos da Bahiaminas. Todo este trecho sinalizado com informações históricas, pois o contexto histórico dos distritos de Helvécia, com a força que teve principalmente na exportação de café, e Posto da Mata com todo o contexto da Estrada de Ferro Bahia Minas - EFBM, são ícones da época áurea da ferrovia.

FIGURA: Estação da EFBM em Posto da Mata



Fonte: estacoesferroviarias.com.br/ba/minas/mata.htm



O município conta também com 6 comunidades quilombolas certificadas de acordo com a Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia - SEI. São elas: Cândido Mariano, Helvécia, Mutum, Naíá, Rio do Sul e Volta Miúda. Há ainda uma gastronomia local privilegiada.

Um aspecto que reforça sua localização privilegiada, é o distrito de Posto da Mata sendo porta de entrada da Bahia para todos que chegam de Minas Gerais. Outro ponto forte é a posição estratégica de Nova Viçosa pela proximidade do Parque de Abrolhos. Observamos ainda dentro de uma visão mais ampla a necessidade de roteiros turísticos integrando os municípios da região turística Costa das Baleias.

Tudo isso, se bem trabalhado, somado ao *marketing* turístico buscando diminuir a sazonalidade, para proporcionar um aumento no *ticket* médio anual poderá transformar Nova Viçosa num destino turístico consolidado.

15.1 - Infraestrutura

Nova Viçosa possui boa sinalização na área central e também em seus acessos pela BR 101, tanto para quem chega pelo Norte ou pelo Sul, e ainda para quem vem pela estrada de terra -BA 697 -, o acesso também é fácil. A sinalização turística regional da Costa das Baleias contribui bastante neste sentido. A maioria das ruas são pavimentadas. A cidade possui hospital, rede bancária e comércio diversificado. O município apresenta também uma boa situação nas áreas de educação e saúde. Possui SAMU e escolas estaduais. Iluminação pública atende bem a todo município podendo haver melhorias pontuais. O investimento na segurança pública melhorou bastante e é importante que se mantenha os investimentos para que não haja perda na segurança pública.

15.2 Aspectos socioambientais

O fortalecimento do Turismo deverá acontecer concomitantemente com a avaliação dos impactos da área ambiental. Identificamos que a limpeza de praias foi pontuado como urgente, necessitando de uma ação pontual, principalmente no verão, quando o aumento da população é considerável, devido ao grande parque hoteleiro e também casas de veraneio. A limpeza das praias e coleta nestes pontos também devem ser aumentadas devido à demanda.

 62

Soluções sobre a destinação do tratamento dos resíduos sólidos será um grande desafio, uma vez que o município não conta com aterro sanitário, coleta seletiva e trabalho de reciclagem. Este é um ponto negativo que precisa ser solucionado. Um aspecto positivo é a relevância das atividades turísticas em contato com a natureza, fortalecendo entre visitantes e moradores, a importância da conservação e da recuperação de áreas degradadas. Preservação de nascentes e rios e a conscientização do setor privado quanto a mitigação de impactos causados pela atividade turística.

15.3 Segmentos turísticos prioritários

Baseado nos levantamentos e análises realizados, os quais apontam Nova Viçosa como potencial destino turístico, conclui-se ainda que, existe um cenário já consolidado nos atrativos culturais, atrativos naturais, eventos turísticos e turismo religioso.

Segundo Trigo (2005), a sociedade está constituída por um número substancial de pessoas com necessidades básicas já satisfeitas e que estão canalizando seu tempo, dinheiro e esforços para satisfazer outras necessidades e desejos, como o lazer, a viagem, o turismo.

O *feedback* obtido em oficinas realizadas com o objetivo de identificar e definir os principais tipos de turismo praticados, sua importância e potencialidade, identificamos como prioritários.

São eles:

- Turismo de sol e praia: constitui-se das atividades turísticas relacionadas à recreação, entretenimento ou descanso em praias, em função da presença conjunta de água, sol e calor
- Turismo histórico cultural: Turismo Cultural compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura
- Turismo Religioso: configura-se pelas atividades turísticas decorrentes da busca espiritual e da prática religiosa em espaços e eventos relacionados às religiões institucionalizadas.
- Ecoturismo: é um segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações
- Turismo esportivo: Turismo de Esportes compreende as atividades turísticas decorrentes da prática, envolvimento ou observação de modalidades esportivas
- Turismo de eventos: compreende o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social.



16- EVENTOS JÁ EXISTENTES COM RELEVÂNCIA PARA O CALENDÁRIO TURÍSTICO

• JANEIRO

Réveillon: 31/12 e 01/01 Apresentação de bandas musicais e queima de fogos.

Início das atividades de Verão: Atividades esportivas (torneios) na orla de Nova Viçosa, Shows musicais e apresentações culturais.

Festa de São Sebastião: Festa em homenagem a São Sebastião, caracterizada pela manifestação entre Mouros e Cristãos e pelo mastro. (Nova Viçosa e Helvécia)

• FEVEREIRO/MARÇO

Carnaval – Evento de grande repercussão com programação que varia de blocos a bandas.

• JUNHO

Festa do Santo Casamenteiro – Tradicional Festa Junina com barracas, música, dança, quadrilha junina, conta com a participação da comunidade. (Posto da Mata)

Forró de São Pedro - Tradicional Festa Junina com barracas, música, dança, quadrilha junina, conta com a participação da comunidade.

• JULHO

Forró do Asfalto - Tradicional Festa com barracas, música, dança, quadrilha, conta com a participação da comunidade

• SETEMBRO

Festa de Nossa Senhora da Piedade – **Festa de Helvécia.** Evento religioso, com apresentações culturais e estrutura de barracas para comidas e artesanato.



- **OUTUBRO**

Festival da Baleia Jubarte – Circuito de torneios e atividades esportivas promovidas pela Prefeitura Municipal de Nova Viçosa, como o Beach Tennis, Futevôlei e Beach Soccer. Durante o Festival também acontece o Pedal dos Recanto dos Corais e o Encontro de Caiaqueiros com remada ecológica e pesca esportiva. O Festival conta, ainda, com atividades artísticas culturais, com exposições temáticas, manifestações culturais e shows musicais.

Aniversário da cidade – Apresentações artísticas culturais para celebrar o aniversário de fundação de Nova Viçosa.

- **DEZEMBRO**

Natal – Cidade Luz – Decoração natalina na cidade incentivando moradores, comércio e pousadas a também participar, há ainda a construção de um presépio.



17- PLANO DE AÇÃO

Os problemas identificados estão listados à seguir em ordem de maior prioridade. Foram elencados também os possíveis colaboradores e executores das ações estabelecidas no Plano, destacando que por tratar-se de sugestão, esse documento não tem a intenção de responsabilizá-los. Foi alinhado que, prazos para execução das ação serão da seguinte forma: Curto prazo: Até 1 ano, Médio prazo: Até 1 ano e meio, Longo prazo: Até 2 anos.

PROBLEMA	Ações	Executores	Prazo
Perda do Museu Frans Krajcberg	• Articulação junto ao governo do estado para parceria em estruturação, abertura e divulgação do Museu	Prefeitura Municipal e COMTUR	Curto
Lama na praia do Lugar Comum	• Parcerias para Estudos de viabilidade de projeto/ações e recursos para mitigar o fenômeno.	Prefeitura Municipal e COMTUR	Curto
Risco de Perda do acervo Frans Krajcberg	• Articulação junto ao governo do estado para em parceria catalogar e registrar o acervo e estratégias para abertura e divulgação do Museu	Prefeitura Municipal e COMTUR	Curto
Falta de empresas que operem passeios náuticos	• Fomentar e sensibilizar os empreendedores de serviços turísticos sobre o potencial do destino para a atividade e seus benefícios, viabilizando a atividade no segmento do turísticos náutico.	COMTUR e Prefeitura Municipal	Curto
Falta do CADASTUR do Trade Turístico	• Fomentar e sensibilizar os prestadores de serviços turísticos sobre a importância do CADASTUR e seus benefícios, visando aumentar a regularização dos empreendimentos turísticos no município, atendendo as disposições legais. • Exigir CADASTUR para renovação do alvará dos empreendimentos	COMTUR e Prefeitura Municipal	Curto



	turísticos (nos casos em que o cadastro é obrigatório) • Por em práticas ações de conscientização para cumprimento da lei de formalização de atividades turísticas, bem como sua fiscalização. • Criar critérios que beneficiem os empreendimentos turísticos formalizados, tais como: participação nas ações promocionais, inclusão de folheteria, participação nas missões técnicas e outros		
Falta de Rede Bancária	• Articulação junto a instituições bancárias e cooperativa de crédito	Prefeitura Municipal Câmara Legislativa	Curto
Falta de portal na entrada da cidade	• Desenvolver Parcerias com governo do Estado e iniciativa privada para elaborar estudos projeto e captação de recursos para execução.	Prefeitura Municipal	Curto
Falta de Banco 24 horas	• Articulação junto ao comércio a instituições bancárias e banco 24h para viabilizar a instalação.	Prefeitura Municipal, Câmara de Vereadores e COMTUR	Curto
Falta da disciplina de Turismo na grade escolar	• Incentivar a pauta do turismo junto as associações de bairros, viabilizando a participação, envolvimento e comprometimento da comunidade, tornando-a parte das ações para o turismo. • Elaborar programa de qualificação para condutores de turismo.	Prefeitura Municipal e COMTUR	Curto



	Solicitar a viabilidade da inserção do Turismo na grade curricular.		
Embarque e desembarque precário	Estudos de viabilidade de projeto/ações e recursos para implementação de local adequado para embarque e desembarque rodoviário.	Prefeitura Municipal	Curto
Informalidade do Trade Turístico	- Fomentar e sensibilizar os prestadores de serviços turísticos sobre a importância de formalização e seus benefícios, visando aumentar a regularização dos empreendimentos turísticos no município, para sair da ilegalidade - Por em práticas ações de conscientização para cumprimento da lei de formalização de atividades turísticas, bem como sua fiscalização. - Criar a Sala do Empreendedor em parceria com o SEBRAE (Sistema S).	Prefeitura Municipal e COMTUR	Curto
Sujeira do Rio Sabacuí	- Realizar levantamentos periódico quanto a situação do rio - Mapear a situação do rio quanto a poluição tomando medidas preventivas e corretivas conforme necessidade em parceria com órgão do meio ambiente. - Conscientização de alunos e comunidade sobre a importância da preservação.	Prefeitura Municipal e COMTUR	Curto
Falta de conhecimento da população em relação ao potencial histórico e	- Aproveitar a semana de aniversário do município para realização de Mostra da história e cultura do município. - Criar e formatar eventos culturais no município a fim de minimizar a baixa temporada e inseri-los no calendário	Prefeitura Municipal e COMTUR	Curto

cultural para o Turismo	oficial. Tais como concursos, festivais, mostras, oficinas, entre outros. • Investir e apoiar a criação e realização de eventos de interesse cultural e turístico no município. • Realizar eventos para disseminar, preservar e valorizar a cultura local e suas potencialidades a serem desenvolvidas. • Realizar oficinas periódicas com a comunidade local, a fim de disseminar os saberes e modos de fazer da cultura material e imaterial, garantindo a continuidade de suas tradições.		
Preço alto nas cabanas de praia	• Oferecer oficinas de precificação e estratégias de mercado. • Criar critérios que beneficiem os empreendimentos turísticos formalizados e participantes das estratégias para diminuir a sazonalidade, tais como: participação nas ações promocionais, inclusão em folheteria, participação nas missões técnicas e outros.	Prefeitura Municipal e COMTUR	Curto
Lama na praia do Pau Fincado	• Parcerias para Estudos de viabilidade de projeto/ações e recursos para mitigar o fenômeno.	Prefeitura Municipal e COMTUR	Curto
Informação negativa para os turistas sobre a lama na praia	• Realizar campanha de <i>endomarketing</i> – fortalecer a imagem e importância do turismo para a comunidade local, incentivando a prática da hospitalidade e receptividade com o visitante.	Prefeitura Municipal e COMTUR	Médio



	Realizar visitas técnicas com alunos das escolas, imprensa e trade turístico nas praias do destino, apresentar opções a serem desenvolvidas, buscando também ideias, inovações e alternativas, que possam ser aplicados, minimizando o impacto negativo.		
Falta de material gráfico e mapa turístico	- Elaborar o plano de marketing do destino fundamentado em pesquisa sobre a oferta e demanda turística, contendo metas, indicadores de desempenho e atribuição de responsabilidades, ampliando os canais de comunicação, mídias digitais, distribuição e promoção dos produtos turísticos por meio de ações de fortalecimento dos canais diretos e indiretos de comercialização. - Produzir vídeo promocional turístico do município. - Produzir anualmente guias turísticos, folder/panfleto/flyer de divulgação e promoção do município com informações que despertem e convidem o potencial visitante a conhecer a cidade, a serem distribuídos em eventos do município e nos eventos que o município participe fora de seu território. - Participar dos principais eventos de turismo do estado e do país, como feiras realizadas pela ABAV, congressos, exposições, entre outros, a	COMTUR e Prefeitura Municipal	Médio



	fim de divulgar e comercializar o destino nos grandes centros emissivos de turistas, bem como atrair visitantes e investidores para o setor de turismo do município.		
Falta de informativo de horário de funcionamento de bares, restaurantes e similares	• Fomentar e sensibilizar os prestadores de serviços turísticos sobre a importância do rodízio na baixa temporada e seus benefícios, visando aumentar a satisfação do visitante e moradores neste período. • Incentivar o empreendedorismo voltado ao turismo, por meio de oficinas e palestras para trade e associações de bairros. Integrando o comércio e a indústria do turismo como forma de multiplicar o resultado em ambas as partes.	Prefeitura Municipal e COMTUR	Médio
Melhorar estrutura das barracas de praia existentes	• Oferecer por meio de oficinas/consultorias a qualificação dos empresários do trade. • Promover a inovação de produtos, processos e serviços turísticos. • Promover o diálogo com o empresariado dos restaurantes, barracas e bares da cidade, a fim de que seus estabelecimentos permaneçam competitivos com os de outros destinos, atendendo a demanda de visitantes que necessitam dos serviços durante o	COMTUR	Médio



	lazer. Consequentemente o estabelecimento também poderá aumentar ticket médio agregando valor ao seus serviços.		
Falta de qualificação dos colaboradores do Trade Turístico	- Integrar os empreendimentos do município por segmentos turísticos, a fim de dar oportunidade de qualificação. - Promover parcerias entre universidades públicas e privadas, consultorias e Sistema S - SENAC, com entidades do trade turístico disponibilizando treinamento e qualificação, nas áreas de hotelaria, gastronomia, atendimento e turismo. - Implantar programa de capacitação para melhoria e excelência do atendimento ao turista e técnicas operacionais para os profissionais da área, ampliando e definindo a periodicidade dos cursos/oficinas, palestras, por meio de consultoria particular ou Sistema S.	Prefeitura Municipal e COMTUR	Médio
Falta de Agência de Receptivo	- Incentivar o empreendedorismo voltado ao turismo, por meio de oficinas e palestras dentro das faculdades, escolas e associações de bairros e moradores. - Informar a população sobre condições de acesso a crédito e de processo para abertura e manutenção de novas empresas.	Prefeitura Municipal e COMTUR	Médio



Falta de união do Trade Turístico - empresas do setor de Turismo.	• Promover a cooperação pública e privada em prol do turismo. • Incentivar o empreendedorismo voltado ao turismo, por meio de oficinas e palestras dentro das faculdades e associações de bairros e moradores • Fortalecer os órgãos e entidades relacionadas ao turismo • Promover palestras junto aos empresários, sobre a importância do associativismo, incrementando ações conjuntas entre o poder público municipal e os segmentos associativos para o desenvolvimento do setor. • Integrar o comércio e a indústria do turismo como forma de multiplicar o resultado em ambas as partes. • Promover a inovação de produtos, processos e serviços turísticos do município. • Promover o diálogo com o empresariado dos restaurantes e bares da cidade, a fim de que seus estabelecimentos permaneçam abertos até mais tarde da noite, atendendo a demanda de visitantes que necessitam dos serviços de alimentação, bem como de lazer e entretenimento, em que o estabelecimento também poderá aumentar seus ganhos de recursos financeiros, propondo-se como solução o rodízio de restaurantes.	Prefeitura Municipal e COMTUR	Médio
---	--	-------------------------------	-------



	Promover parcerias entre faculdades públicas e privadas com entidades do trade turístico para disponibilização de vagas para estágios nas áreas de gastronomia, hotelaria e turismo.		
Falta de infraestrutura para passeios náuticos	- Estudos de viabilidade de projeto/ações e recursos para implementação de local adequado para embarque e desembarque. - Fomentar e sensibilizar os empreendedores de serviços turísticos sobre o potencial do destino para a atividade e seus benefícios, viabilizando a atividade no segmento do turísticos náutico.	Prefeitura Municipal e COMTUR	Médio
Falta de Sinalização Turística	Implantar sinalização turística informativa, orientativa, educativa e descritiva nas vias urbanas e de acesso aos atrativos turísticos, monitorando suas condições e propondo revitalização quando necessário, bem como a inserção do inglês como segundo idioma.	Prefeitura Municipal	Médio
Descontinuidade no trabalho de segurança pública	- Melhorar a iluminação pública nas vias e atrativos turísticos; - Fortalecer o Conselho Municipal de Segurança Pública; - Solicitar junto ao governo do Estado, responsável pelo policiamento do município, blitz educativas e coibir o uso de drogas; - Solicitar reforço de contingente, junto ao governo do estado, por meio de ofícios e reuniões, alertando sobre a situação do município quando necessário.	Prefeitura Municipal, Câmara de Vereadores	Médio



Falta de guias para pesca esportiva	• Elaborar programa de qualificação para condutores de turismo. • Incentivar o empreendedorismo voltado ao turismo, por meio de oficinas e palestras. • Criar a Sala do Empreendedor em parceria com o SEBRAE (Sistema S) • Incentivar o empreendedorismo voltado ao turismo, por meio de oficinas e palestras. • Informar a população sobre condições de acesso a crédito e de processo para abertura e manutenção de novas empresas.	COMTUR e Prefeitura Municipal	Médio
Melhoria na iluminação pública	• Ampliar, revitalizar e manter um cronograma de manutenção preventiva.	Prefeitura Municipal	Médio
Dificuldade de Acesso - Minas-Bahia	• Articulação junto ao governo do estado e MTur para estudos de viabilidade de projeto/ações e recursos para implementação da pavimentação asfáltica da BA-697	Prefeitura Municipal	Médio
Melhoria na sinalização turística	• Implantar sinalização turística informativa, orientativa, educativa e descritiva nas vias urbanas e de acesso aos atrativos turísticos, monitorando suas condições e propondo revitalização quando necessário, bem como a inserção do inglês como segundo idioma.	Prefeitura Municipal	Médio
Falta de Calendário de Eventos	• Mapear e criar calendário oficial de eventos de interesse turístico integrado ao portal de promoção e informações turísticas da cidade, atualizando-o mensalmente, bem como divulgando-o de forma ampla e prévia nos	Prefeitura Municipal e COMTUR	Médio

	calendários e portais das esferas estadual e federal, aumentando a visibilidade do município e atraindo novos visitantes.		
Falta de infraestrutura para as barracas de praia	• Implantar programa de capacitação para melhoria e excelência do atendimento ao turista e técnicas operacionais para os profissionais da área, ampliando e definindo a periodicidade dos cursos/oficinas, palestras, por meio de consultoria particular ou Sistema S. • Promover o diálogo com o empresariado dos restaurantes e bares da cidade, a fim de que seus estabelecimentos permaneçam competitivos, atendendo a demanda de visitantes que necessitam dos serviços e uma boa estrutura durante o lazer. Consequentemente o estabelecimento também poderá aumentar ticket médio agregando valor ao seus serviços. • Ação para conscientização da comunidade e trade de manter as praias limpas. • Parceria com o trade e iniciativa privada para instalação de lixeiras padronizadas. • Sinalização e iluminação de acesso às praias. • Cronograma de limpeza de praias.	Prefeitura Municipal	Longo



	• Contratar salva vidas nos períodos de maior público. • Levantamento das cabanas de praia em estado de abandono e/ou irregulares.		
Iluminação da Entrada da Cidade	• Ampliar, revitalizar e manter acessos e com cronograma de manutenção preventiva.	Prefeitura Municipal	Longo
Falta de barracas de praia	• Incentivar o empreendedorismo voltado ao turismo, por meio de oficinas e palestras. • Informar a população sobre condições de acesso a crédito e de processo para abertura e manutenção de novas empresas.	Prefeitura Municipal e COMTUR	Longo
Descontinuidade no trabalho de limpeza pública	• Acompanhamento dos investimentos em pessoal e equipamentos de acordo com a demanda. • Solicitar reforço de contingente, junto ao setor responsável, por meio de ofícios e reuniões, alertando sobre a situação do município quando necessário.	COMTUR e Prefeitura Municipal	Longo



18- GLOSSÁRIO

ABAV: A Associação Brasileira dos Agentes de Viagens, foi criada em 1953, tem como objetivo atuar como potencializador de negócios relacionados a viagens e na viabilização dos interesses coletivos dos agentes de viagens no Brasil.

ABIH: A Associação Brasileira da Indústria de Hotéis é uma entidade empresarial associativista sem fins lucrativos, surgiu em 1936. Tem a missão de fortalecer as relações institucionais com os poderes públicos, tanto na esfera do Executivo quanto na do Judiciário e do Legislativo, garantindo a defesa dos interesses do setor, como também tem investido na valorização da atividade econômica dos hoteleiros, promovendo a aproximação e a ampliação das oportunidades de negócios para todos seus associados.

Atrativos Culturais: elementos da cultura que, ao serem utilizados para fins turísticos, passam a atrair fluxos turísticos. São os bens e valores culturais de natureza material e imaterial produzidos pelo homem e apropriados pelo turismo, da pré-história à época atual, como testemunhos de uma cultura, representados por suas formas de expressão; modos de criar, fazer e viver; as criações científicas, artísticas e tecnológicas; as obras, os objetos, os documentos, as edificações e demais espaços para destinos diversos; os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico.

Atrativos Naturais: elementos da natureza que atraem fluxos turísticos (serras, rios, praias, cavernas, cachoeiras, clima, flora, fauna e tantos outros).

Atrativos Turísticos: locais, objetos, equipamentos, pessoas, fenômenos, eventos ou manifestações capazes de motivar o deslocamento de pessoas para conhecê-los. Os atrativos turísticos podem ser naturais; culturais; atividades econômicas; eventos programados e realizações técnicas, científicas e artísticas.

CADASTUR: trata-se de um sistema de cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor do turismo, executado pelo Ministério do Turismo, em parceria com os órgãos oficiais de turismo nos estados. O cadastro é obrigatório para os meios de hospedagem, agências de turismo, transportadoras, organizadores de eventos, parques temáticos, acampamentos e guias de turismo. Quanto maior o número de empresas cadastradas, maior o esforço do setor público na mobilização e legalização dos prestadores, favorecendo a arrecadação de impostos e garantindo, melhores condições durante as viagens.



Capacidade de Carga ou de Suporte: nível ótimo (máximo aceitável) de uso que uma área pode receber com alto nível de satisfação para os usuários (turistas, visitantes) e mínimos efeitos negativos sobre os recursos.

Categorização dos Municípios do Mapa do Turismo Brasileiro: Instrumento elaborado pelo Ministério do Turismo para identificação do desempenho da economia do turismo dos municípios inseridos nas regiões turísticas do mapa do turismo brasileiro.

Câmara Técnica de Turismo: identifica no Brasil um produto do setor turístico, fruto da implementação de um planejamento integral que envolve mais do que um município baseado em uma parceria local para explorar de forma mais eficiente o conjunto patrimonial regional.

Destino Turístico: local, cidade, região ou país para onde se movimentam os fluxos turísticos.

Diagnóstico Turístico: documento ou relatório que descreve a situação atual do turismo e de outros setores com os quais o turismo está relacionado, em um determinado local, com uma análise das potencialidades locais e uma avaliação das oportunidades, além de uma análise das dificuldades, ameaças e problemas existentes.

Endomarketing: são ações gerenciais de marketing eticamente dirigidas ao público interno, observando condutas de responsabilidade comunitária e ambiental. Seu objetivo é integrar, motivar e incentivar a comunidade a unir-se perante as decisões tomadas para com o turismo local.

EFBM- Estrada de Ferro Bahia Minas

Eventos Turísticos: eventos de notório conhecimento popular e geradores de fluxo de turistas. Muitas vezes constituem-se como uma das principais motivações de viagens para os destinos brasileiros, gerando atratividade para períodos específicos e contribuindo para a diminuição da sazonalidade.

Feedback: é uma palavra inglesa que significa realimentar ou dar resposta a uma determinado pedido ou acontecimento. É uma ação que revela os pontos positivos e negativos do trabalho executado tendo em vista a melhoria do mesmo.

Fluxo Turístico: todo e qualquer deslocamento de um conjunto de turistas que se movimenta de uma direção a outra, unidirecionalmente, num contexto espaço-temporal delimitado, com um ponto comum de emissão e um ou vários pontos de recepção.



Gastronomia Local: conjunto de alimentos e bebidas e seus rituais peculiares de elaboração, modo de servir e de consumir, confeccionados com ingredientes próprios de uma região e com base nas suas tradições gastronômicas.

Guia de Turismo: profissional que exerça as atividades de acompanhamento, orientação e transmissão de informações a pessoas ou grupos, em visitas, excursões urbanas, municipais, estaduais, interestaduais, internacionais ou especializadas.

Guia Turístico: papel, panfleto, livro ou até mesmo um site no qual é possível encontrar informações e dados relacionados ao destino escolhido, enfim, tudo aquilo que pode ser útil para o turista, de forma clara e objetiva.

Infraestrutura de Apoio ao Turismo: conjunto de obras, de estrutura física e serviços que proporciona boas condições de vida para com a comunidade e dá base para o desenvolvimento da atividade turística: sistemas de transportes, energia elétrica, serviço de abastecimento de água, arruamento, sistema de comunicação, sistema educacional, etc.

Infraestrutura Turística: conjunto formado por obras e instalações de estrutura física e de serviços, indispensáveis ao desenvolvimento do turismo e existentes em função dele.

Instância de Governança Regional: organização representativa dos poderes público e privado, da sociedade e dos municípios componentes das regiões turísticas, com o papel de coordenar, acompanhar e gerir o processo de regionalização do turismo na região turística. Pode ser um Conselho, um Fórum, uma Associação, um comitê etc.

Inventário da Oferta Turística: processo de levantamento, identificação e registro dos atrativos turísticos, dos serviços e equipamentos turísticos e da infraestrutura de apoio ao turismo como instrumento base de informações para fins de planejamento e gestão da atividade turística.

Mercado Turístico: encontro e relação entre a oferta de produtos e serviços turísticos e a demanda, individual ou coletiva, interessada e motivada pelo consumo e o uso destes produtos e serviços.

Mapa do Turismo Brasileiro: instrumento de orientação para a atuação do Ministério do Turismo no desenvolvimento das políticas públicas setoriais e locais, nos territórios nele identificados, tendo como foco a gestão, estruturação e promoção do turismo, de forma regionalizada e descentralizada.

Marketing Turístico: conjunto de técnicas estatísticas, econômicas, sociológicas e psicológicas, utilizadas para estudar e conquistar o mercado, mediante lançamento planejado de produtos,



consistindo numa estratégia dos produtos para adequar seus recursos às novas oportunidades que o mercado oferece.

OMT: a Organização Mundial do Turismo, foi criada em 1925 como uma organização internacional não governamental que reunia associações privadas e governamentais de turismo. Em 2003, tornou-se uma agência especializada das Nações Unidas. Sua missão consiste em promover o turismo sustentável, responsável e universalmente acessível como indutor do desenvolvimento inclusivo.

PIB: o Produto Interno Bruto é a soma de todos os bens e serviços finais produzidos por um país, estado ou cidade, geralmente em um ano.

Potencial Turístico: elementos naturais e/ou antrópicos (aqueles alterados pelo homem) passíveis de aproveitamento turístico.

Produção Associada ao Turismo: qualquer produção artesanal, industrial ou agropecuária que detenha atributos naturais e/ou culturais de uma determinada localidade ou região, capazes de agregar valor ao produto turístico. São riquezas, os valores e os sabores brasileiros. É o design, o estilismo, a tecnologia: o moderno e o tradicional. É ressaltar o diferencial do produto turístico para incrementar sua competitividade.

Produto Turístico: conjunto de atrativos, equipamentos e serviços turísticos acrescidos de facilidades, localizados em um ou mais municípios, ofertado de forma organizada por um determinado preço.

Prognóstico: que traça o provável desenvolvimento futuro ou o resultado de um processo, considerando as várias possibilidades de cenários que podem vir a existir. O prognóstico depende, portanto, de como é entendida e conduzida a situação atual do destino turístico e o que queremos para o desenvolvimento do turismo no futuro.

Promoção Turística: um dos itens do composto de marketing que abrange todas as ferramentas mercadológicas utilizadas para estabelecer comunicação com o mercado, incluindo as técnicas a serem aplicadas para promover o produto turístico e a forma como a promoção será transmitida ao consumidor: imagem, linguagem de comunicação etc.

Região Turística: espaço geográfico que apresenta características e potencialidades similares e complementares, capazes de serem articuladas e que definem um território delimitado para fins de planejamento e gestão. Assim, a integração de municípios de um ou mais estados, ou de um ou mais países, pode constituir uma região turística.



Regionalização do Turismo: modelo de gestão de política pública, descentralizada, coordenada e integrada, com base nos princípios da flexibilidade, articulação, mobilização, cooperação intersetorial e interinstitucional e na sinergia de decisões. **Roteiro Turístico:** itinerário caracterizado por um ou mais elementos que lhe conferem identidade, definido e estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística.

Sazonalidade: característica da atividade turística que consiste na concentração das viagens em períodos determinados (férias, feriados prolongados) e para o mesmo tipo de região (verão – praia; inverno – montanha/interior); alta e baixa temporada ou ocupação.

Serviços e Equipamentos Turísticos: conjunto de serviços, edificações e instalações indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística e que existem em função desta. Compreendem os serviços e os equipamentos de hospedagem, alimentação, agenciamento, transportes, para eventos, de lazer etc.

Sistema S: termo que define o conjunto de organizações das entidades corporativas voltadas para o treinamento profissional, assistência social, consultoria, pesquisa e assistência técnica, que além de terem seu nome iniciado com a letra S, têm raízes comuns e características organizacionais similares. Fazem parte do Sistema S: SENAI, SENAC, SEBRAE entre outros.

Tendência de Mercado: sequência de eventos com força e durabilidade que podem revelar como será o futuro do consumo e quais oportunidades podem ser aproveitadas.

Ticket Médio: consumo médio diário efetuado por um visitante, ou por conta do mesmo durante a sua viagem.

Trade Turístico: é o conjunto de equipamentos da superestrutura constituintes do produto turístico. Caracterizados com meios de hospedagem, bares e restaurantes, centros de convenções e feiras de negócios, agências de viagens e turismo, empresas de transporte, lojas de *souvenir's* e todas as atividades comerciais periféricas ligadas direta ou indiretamente a atividade turística.

Trekking: é uma modalidade de caminhada feita em locais que possibilitam maior contato com a natureza. Trata-se de uma atividade física que tem por objetivo explorar trilhas naturais e montanhas, podendo ser realizada em caráter de lazer ou competição por qualquer pessoa saudável que possua o mínimo de preparo físico.

Turismo Acessível: termo técnico para definir a possibilidade e condição do portador de deficiência alcançar e utilizar, com segurança e autonomia, edificações e equipamentos de interesse turístico.



Turismo Sustentável: atividade que satisfaz as necessidades dos visitantes e as necessidades socioeconômicas das regiões receptoras, enquanto os aspectos culturais, a integridade dos ambientes naturais e a diversidade biológica são mantidas para o futuro.

Unidades Habitacionais: espaço atingível a partir das áreas principais de circulação comuns no estabelecimento, destinado à utilização privada pelo hóspede, para seu bem-estar, higiene e repouso.



REFERÊNCIAS

DIAS, Reinaldo. Planejamento do turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil. São Paulo: Atlas, 2008.

Helvécia - Antiga Colônia Leopoldina da Bahia (bahia-turismo.com)

<http://www.portal-administracao.com/2014/01/matriz-gut-conceito-e-aplicacao.html>

<http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/conteudo/Perguntas%20e%20respostas%20%202019%20-%20APROVADO.pdf>

<https://www.econsult.org.br/blog/matriz-gut/>

<https://ferramentasdaqualidade.org/matriz-gut-matriz-de-priorizacao/>

https://pt.wikipedia.org/wiki/Nova_Vicosa

<https://www.guiadoturismobrasil.com/cidade/BA/272/novavicosa>

<https://www.linkedin.com/pulse/plano-municipal-de-turismo-porque-e-como-elaborar->

<https://www.mapa.turismo.gov.br/mapa/init.html#/home>

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/lei-geral-do-turismo-marco-regulatorio-do-turismo>

hotelcentralpm.blogspot.com/2015/10/posto-da-mata-bahia.html

manualdoturista.com.br/nova-vicosa-bahia/

Mapa do Turismo Brasileiro é atualizado; veja (brasilturis.com.br)

Mata -- Estações Ferroviárias do Estado da Bahia (estacoesferroviarias.com.br)

MATHIESON, Alister; WALL, Geoffrey. Tourism: economic, physical and social impacts. London: Longman, 1988.

MOLINA, Sérgio. Turismo: metodologia e planejamento. Bauru: Edusc, 2005.

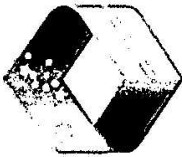
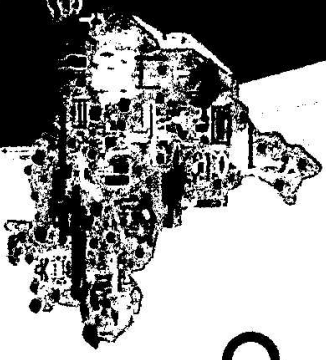
Nova Viçosa - Guia Oficial (novavicosa.com.br)

Nova Viçosa – Wikipédia, a enciclopédia livre (wikipedia.org)

WTTC: setor de viagens pode gerar US\$ 8,6 tri em 2022 - Hotelier News

ANEXOS

ANEXO I

 PROGRAMA DE REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO	Sistema de Informações do SISMAPA 	CERTIFICADO O Ministro de Estado do Turismo e o Secretário Nacional de Atração de Investimentos, Parcerias e Concessões por meio do Programa de Regionalização do Turismo e de seus Interlocutores Estaduais, reconhecem o Conselho Municipal de Turismo Nova Viçosa /BA, registrado no Sistema de Informações do Mapa do Turismo Brasileiro - SISMapa. Válido até : 28/03/2023	 Ministro de Estado do Turismo Carlos Alberto Gomes de Brito  Secretário Nacional de Atração de Investimentos, Parcerias e Concessões Helitor Magalhães de Sousa Kadri 	MINISTÉRIO DO TURISMO GOVERNO FEDERAL
--	--	--	---	---

Emissão no dia 19/09/2022 19:31:09 (data e hora de Brasília).

ANEXO II

MTur - Ministério do Turismo
Relatório Quantitativo de Municípios
Parâmetros da consulta: NORDESTE / Bahia / [2022]

Brasil		
Ano	Nº Municípios	Nº Regiões
2022	136	13

[Handwritten signature]



ANEXO III



CERTIFICADO

O Ministério do Turismo por meio do Programa de Regionalização do Turismo e dos Interlocutores Estaduais do PRT, certifica que o Município Nova Viçosa/BA integra o Mapa do Turismo Brasileiro registrado no Sistema de Informações do Mapa do Turismo Brasileiro - SISMapa.

Válido até : 28/03/2023

Ministro de Estado do Turismo
Carlos Alberto Gomes de Brito

Secretário Nacional de Atração de Investimentos, Parcerias e Concessões
Helton Magalhães de Sousa Nader

Emitido no dia 19/09/2022 19:31:06 (data e hora de Brasília).

Ministério do Turismo	Governo Federal
-----------------------	-----------------

ANEXO IV

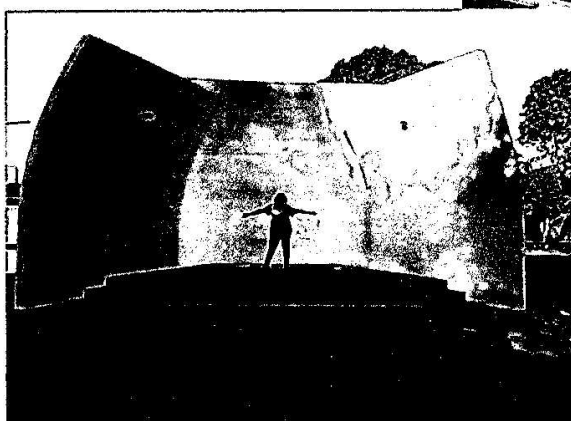
MTur - Ministério do Turismo
Categorização dos municípios das regiões turísticas do mapa do turismo brasileiro
Parâmetros da consulta: NORDESTE / Bahia, Costa das Baleias, Nova Viçosa
Resumo da Seleção

Categoria		A	B	C	D	E	Total
Nº de Casos		0	0	1	0	0	1
% de Casos		0.00%	0.00%	100%	0.00%	0.00%	100%

UF	Município	Região Turística	Domésticos	Internacionais	Estabelecimentos	Empregos	Arrecadação de Impostos	Categoria
BA	Nova Viçosa	Costa das Baleias	118.516	1.414	11	51	270.929	C

ANEXO V

Visita técnica CAT e Praça do Bosque



Handwritten signature

Reunião com o COMTUR



[Handwritten signature]

Reunião com o COMTUR



Handwritten signature

Reunião com o COMTUR



[Handwritten signature]

Análise SWOT com o COMTUR



Ass.

Visita técnica Helvécia



[Handwritten signature]

Visita técnica Helvécia



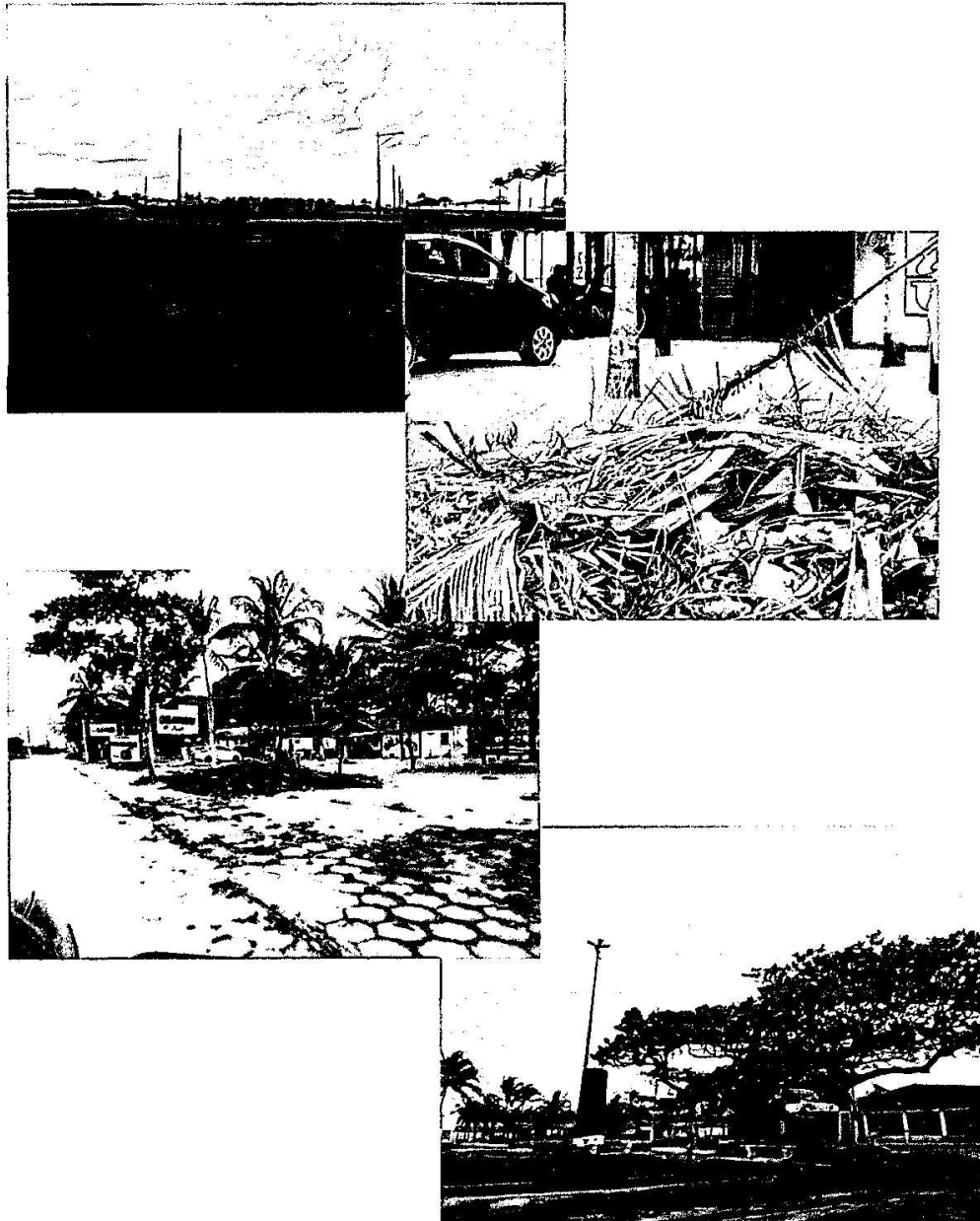
Handwritten signature

Visita técnica



[Handwritten signature]

Visita técnica



Ass.

ANEXO VI

Formulário do *Google Docs* (Arquivo em PDF)

Matriz GUT Nova Viçosa-BA

A partir da coleta de dados realizada através da Matriz SWOT com os membros do Conselho Municipal de Turismo, percebe-se que os problemas enfrentados para o desenvolvimento do turismo local são desafiadores. Agora é necessário eleger qual o grau de prioridade com a participação de vocês, membros do Conselho, através da **Matriz GUT**.

A Matriz GUT é uma ferramenta de auxílio na priorização de resolução de problemas. Esta matriz serve para classificar cada problema de acordo com gravidade (do problema), da urgência (de resolução dele) e pela tendência (dele piorar com rapidez ou de forma lenta).

- **Gravidade:** É necessário avaliar qual a seriedade do problema e como ele afeta o município a curto e longo prazo.
- **Urgência:** De acordo com sua gravidade, é aqui que se analisa em quanto tempo o problema precisa ser resolvido para não ser agravado.
- **Tendência:** É o potencial que o problema tem de crescer e se agravar, prejudicando os processos.

Contamos com os senhores conselheiros para pontuarem o grau de prioridade nas fraquezas elencadas nas últimas oficinas realizadas. A partir daí partiremos para o Plano de Ação.

Qualquer dúvida, estamos à disposição.

Atenciosamente,

Wander e Tatiana

*Obrigatório

MATRIZ GUT

1. Qual é a sua representatividade no COMTUR de Nova Viçosa ?

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Setor Público
- ☐ Setor Privado
- ☐ Sociedade Civil Organizada

2. Entidade ou Empresa que você representa no COMTUR



INFRAESTRUTURA

Em relação à infraestrutura do município de Nova Viçosa, avalie as prioridades de 1 a 5, de acordo com a tabela abaixo.

GUT

G

Gravidade

- 5** Extremamente grave.
- 4** Muito grave.
- 3** Grave.
- 2** Pouco grave.
- 1** Sem gravidade.

U

Urgência

- 5** Precisa de ação imediata.
- 4** É urgente.
- 3** O mais rápido possível.
- 2** Pouco urgente, o prazo ainda é longo.
- 1** Fica tranquilo, pode esperar.

T

Tendência

- 5** Irá piorar rapidamente se nada for feito.
- 4** Irá piorar em pouco tempo se nada for feito.
- 3** Irá piorar.
- 2** Irá piorar a longo prazo.
- 1** A situação não tem tendência de piorar.

3. Falta de infra estrutura para passeios náuticos (Classifique de 1 a 5) *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Gravidade	☐	☐	☐	☐	☐
Urgência	☐	☐	☐	☐	☐
Tendência	☐	☐	☐	☐	☐



4. Falta de empresa que faça passeios náuticos (Classifique de 1 a 5) *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Gravidade	☐	☐	☐	☐	☐
Urgência	☐	☐	☐	☐	☐
Tendência	☐	☐	☐	☐	☐

5. Falta de infraestrutura para as barracas de praia (Classifique de 1 a 5) *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Gravidade	☐	☐	☐	☐	☐
Urgência	☐	☐	☐	☐	☐
Tendência	☐	☐	☐	☐	☐

6. Faltam barracas em algumas praias (Classifique de 1 a 5) *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Gravidade	☐	☐	☐	☐	☐
Urgência	☐	☐	☐	☐	☐
Tendência	☐	☐	☐	☐	☐

[Handwritten signature]

4. Falta de empresa que faça passeios náuticos (Classifique de 1 a 5) *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Gravidade	☐	☐	☐	☐	☐
Urgência	☐	☐	☐	☐	☐
Tendência	☐	☐	☐	☐	☐

5. Falta de infraestrutura para as barracas de praia (Classifique de 1 a 5) *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Gravidade	☐	☐	☐	☐	☐
Urgência	☐	☐	☐	☐	☐
Tendência	☐	☐	☐	☐	☐

6. Faltam barracas em algumas praias (Classifique de 1 a 5) *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Gravidade	☐	☐	☐	☐	☐
Urgência	☐	☐	☐	☐	☐
Tendência	☐	☐	☐	☐	☐





7. Melhorar estrutura das barracas de praia existentes (Classifique de 1 a 5) *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Gravidade	☐	☐	☐	☐	☐
Urgência	☐	☐	☐	☐	☐
Tendência	☐	☐	☐	☐	☐

8. Lama na praia do Pau Fincado (Classifique de 1 a 5) *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Gravidade	☐	☐	☐	☐	☐
Urgência	☐	☐	☐	☐	☐
Tendência	☐	☐	☐	☐	☐

9. Lama na praia do Lugar Comum (Classifique de 1 a 5) *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Gravidade	☐	☐	☐	☐	☐
Urgência	☐	☐	☐	☐	☐
Tendência	☐	☐	☐	☐	☐

Handwritten signature

10. Embarque e desembarque precário(Classifique de 1 a 5) *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Gravidade	☐	☐	☐	☐	☐
Urgência	☐	☐	☐	☐	☐
Tendência	☐	☐	☐	☐	☐

11. Falta de Rede Bancária(Classifique de 1 a 5) *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Gravidade	☐	☐	☐	☐	☐
Urgência	☐	☐	☐	☐	☐
Tendência	☐	☐	☐	☐	☐

12. Falta de Banco 24 horas(Classifique de 1 a 5) *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Gravidade	☐	☐	☐	☐	☐
Urgência	☐	☐	☐	☐	☐
Tendência	☐	☐	☐	☐	☐



13. Dificuldade de Acesso - Minas- Bahia(Classifique de 1 a 5) *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Gravidade	☐	☐	☐	☐	☐
Urgência	☐	☐	☐	☐	☐
Tendência	☐	☐	☐	☐	☐

14. Iluminação da Entrada da Cidade(Classifique de 1 a 5) *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Gravidade	☐	☐	☐	☐	☐
Urgência	☐	☐	☐	☐	☐
Tendência	☐	☐	☐	☐	☐

15. Sujeira do Rio Sabacuí(Classifique de 1 a 5) *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Gravidade	☐	☐	☐	☐	☐
Urgência	☐	☐	☐	☐	☐
Tendência	☐	☐	☐	☐	☐



16. Risco de Perda do Museu e ou acervo Frans Krajcberg (Classifique de 1 a 5) *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Gravidade	☐	☐	☐	☐	☐
Urgência	☐	☐	☐	☐	☐
Tendência	☐	☐	☐	☐	☐

17. Descontinuidade no trabalho de limpeza pública (Classifique de 1 a 5) *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Gravidade	☐	☐	☐	☐	☐
Urgência	☐	☐	☐	☐	☐
Tendência	☐	☐	☐	☐	☐

18. Descontinuidade no trabalho de segurança pública (Classifique de 1 a 5) *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Gravidade	☐	☐	☐	☐	☐
Urgência	☐	☐	☐	☐	☐
Tendência	☐	☐	☐	☐	☐



19. Melhoria na sinalização turística (Classifique de 1 a 5) *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Gravidade	☐	☐	☐	☐	☐
Urgência	☐	☐	☐	☐	☐
Tendência	☐	☐	☐	☐	☐

20. Melhoria na iluminação pública (Classifique de 1 a 5) *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Gravidade	☐	☐	☐	☐	☐
Urgência	☐	☐	☐	☐	☐
Tendência	☐	☐	☐	☐	☐

Empreendedorismo

Em relação ao empresariado do trade do município de Nova Viçosa, avalie as prioridades de 1 a 5, de acordo com a tabela abaixo.



GUT

G Gravidade	U Urgência	T Tendência
5 Extremamente grave.	5 Precisa de ação imediata.	5 Irá chorar rapidamente se nada for feito.
4 Muito grave.	4 É urgente.	4 Irá chorar em pouco tempo se nada for feito.
3 Grave.	3 O mais rápido possível.	3 Irá chorar.
2 Pouco grave.	2 Pouco urgente, o prazo ainda é longo.	2 Irá chorar a longo prazo.
1 Sem gravidade.	1 Fica tranquilo, pode esperar!	1 A situação não tem tendência de chorar.

21. Falta de união do Trade Turístico - empresas do setor de Turismo. (Classifique de 1 a 5) *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Gravidade	☐	☐	☐	☐	☐
Urgência	☐	☐	☐	☐	☐
Tendência	☐	☐	☐	☐	☐

22. Falta de qualificação dos colaboradores do Trade Turístico (Classifique de 1 a 5) *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Gravidade	☐	☐	☐	☐	☐
Urgência	☐	☐	☐	☐	☐
Tendência	☐	☐	☐	☐	☐



23. Informalidade do Trade Turístico (Classifique de 1 a 5) *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Gravidade	☐	☐	☐	☐	☐
Urgência	☐	☐	☐	☐	☐
Tendência	☐	☐	☐	☐	☐

24. Falta do CADASTUR do Trade Turístico (Classifique de 1 a 5) *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Gravidade	☐	☐	☐	☐	☐
Urgência	☐	☐	☐	☐	☐
Tendência	☐	☐	☐	☐	☐

25. Falta de Agência de Receptivo (Classifique de 1 a 5) *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Gravidade	☐	☐	☐	☐	☐
Urgência	☐	☐	☐	☐	☐
Tendência	☐	☐	☐	☐	☐



26. Preço alto nas cabanas de praia (Classifique de 1 a 5) *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Gravidade	☐	☐	☐	☐	☐
Urgência	☐	☐	☐	☐	☐
Tendência	☐	☐	☐	☐	☐

27. Falta de guias para pesca esportiva (Classifique de 1 a 5) *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Gravidade	☐	☐	☐	☐	☐
Urgência	☐	☐	☐	☐	☐
Tendência	☐	☐	☐	☐	☐

28. Falta de informativo de horário de funcionamento de bares, restaurantes e similares (*
Classifique de 1 a 5)

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Gravidade	☐	☐	☐	☐	☐
Urgência	☐	☐	☐	☐	☐
Tendência	☐	☐	☐	☐	☐



29. Falta de barracas de praia (Classifique de 1 a 5) *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Gravidade	☐	☐	☐	☐	☐
Urgência	☐	☐	☐	☐	☐
Tendência	☐	☐	☐	☐	☐

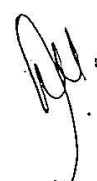
30. Falta de empresas que operem passeios náuticos (Classifique de 1 a 5) *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Gravidade	☐	☐	☐	☐	☐
Urgência	☐	☐	☐	☐	☐
Tendência	☐	☐	☐	☐	☐

Marketing

Em relação ao Marketing do município de Nova Viçosa, avalie as prioridades de 1 a 5, de acordo com a tabela abaixo.



GUT

G Gravidade	U Urgência	T Tendência
5 Extremamente grave.	5 Precisa de ação imediata.	5 Irá chorar rapidamente se nada for feito.
4 Muito grave.	4 É urgente.	4 Irá chorar em pouco tempo se nada for feito.
3 Grave.	3 O mais rápido possível.	3 Irá chorar.
2 Pouco grave.	2 Pouco urgente, o prazo ainda é longo.	2 Irá chorar a longo prazo.
1 Sem gravidade.	1 Fica tranquilo, pode esperar!	1 A situação não tem tendência de chorar.

31. Falta de portal na entrada da cidade (Classifique de 1 a 5) *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Gravidade	☐	☐	☐	☐	☐
Urgência	☐	☐	☐	☐	☐
Tendência	☐	☐	☐	☐	☐

32. Falta de Sinalização Turística (Classifique de 1 a 5) *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Gravidade	☐	☐	☐	☐	☐
Urgência	☐	☐	☐	☐	☐
Tendência	☐	☐	☐	☐	☐

Ass.

33. Falta de material gráfico e mapa turístico (Classifique de 1 a 5) *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Gravidade	☐	☐	☐	☐	☐
Urgência	☐	☐	☐	☐	☐
Tendência	☐	☐	☐	☐	☐

34. Falta de Calendário de Eventos (Classifique de 1 a 5) *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Gravidade	☐	☐	☐	☐	☐
Urgência	☐	☐	☐	☐	☐
Tendência	☐	☐	☐	☐	☐

35. Informação negativa para os turistas sobre a lama na praia (Classifique de 1 a 5) *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Gravidade	☐	☐	☐	☐	☐
Urgência	☐	☐	☐	☐	☐
Tendência	☐	☐	☐	☐	☐



36. Perda do Museu Frans Krajcberg (Classifique de 1 a 5) *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Gravidade	☐	☐	☐	☐	☐
Urgência	☐	☐	☐	☐	☐
Tendência	☐	☐	☐	☐	☐

Educação
e Cultura

Quanto a falta de conhecimento da população em relação ao potencial dos atrativos turísticos do município, avalie as prioridades de 1 a 5, de acordo com a tabela abaixo.

GUT

G

Gravidade

- 5** Extremamente grave.
- 4** Muito grave.
- 3** Grave.
- 2** Pouco grave.
- 1** Sem gravidade.

U

Urgência

- 5** Precisa de ação imediata.
- 4** É urgente.
- 3** O mais rápido possível.
- 2** Pouco urgente, o prazo ainda é longo.
- 1** Fica tranquilo, pode esperar!

T

Tendência

- 5** Irá piorar rapidamente se nada for feito.
- 4** Irá piorar em pouco tempo se nada for feito.
- 3** Irá piorar.
- 2** Irá piorar a longo prazo.
- 1** A situação não tem tendência de piorar.

37. Quanto a falta de conhecimento da população em relação ao potencial histórico e cultural para o Turismo (Classifique de 1 a 5) *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Gravidade	☐	☐	☐	☐	☐
Urgência	☐	☐	☐	☐	☐
Tendência	☐	☐	☐	☐	☐

38. Quanto a falta da disciplina de Turismo na grade escolar (Classifique de 1 a 5) *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Gravidade	☐	☐	☐	☐	☐
Urgência	☐	☐	☐	☐	☐
Tendência	☐	☐	☐	☐	☐

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários



ANEXO VII

Decreto (Arquivo em PDF)





Diário Oficial do **MUNICÍPIO**

Prefeitura Municipal de Nova Viçosa

1

Quarta-feira • 19 de Maio de 2021 • Ano • Nº 4128

Esta edição encontra-se no site oficial deste ente.

Prefeitura Municipal de Nova Viçosa publica:

- **Decreto Nº. 319/2021** - Nomeia os integrantes do Conselho Municipal do Turismo do de Nova Viçosa - COMTUR e dá outras providências.
- **Decreto Nº. 320/2021** - Designa defensor dativo para acompanhar o processo administrativo disciplinar 001/2021 e apresentar a respectiva defesa escrita.



Imprensa Oficial. Tá aqui, tá legal.

Lei exige que todo gestor publique seus atos no seu veículo oficial para que a gestão seja mais transparente. A Imprensa Oficial cumpre esse papel.

Imprensa Oficial
a publicidade legal
levada a sério

Gestor - Luciana Sousa Machado Rodrigues / Secretário - Governo / Editor - Ass. Comunicação
Nova Viçosa - BA

CERTIFICAÇÃO DIGITAL: BVA1EE+N0FJEXFOTY5DF7W

Quarta-feira
19 de Maio de 2021
2 - Ano - Nº 4128

Nova Viçosa

Diário Oficial do
MUNICÍPIO

Decretos



MUNICÍPIO DE NOVA VIÇOSA-BA
PODER EXECUTIVO

DECRETO Nº. 319/2021

"NOMEIA OS INTEGRANTES DO
CONSELHO MUNICIPAL DO TURISMO DO
DE NOVA VIÇOSA - COMTUR e dá outras
providências".

A PREFEITA MUNICIPAL DE NOVA VIÇOSA, Estado da Bahia, no uso de
suas atribuições legais que lhe são conferidas pelo artigo 60, inciso I, da Lei
Orgânica Municipal e o art. 6º da Lei nº 316/2009, de 16 de dezembro de 2009.

CONSIDERANDO a necessidade de atualização do Conselho Municipal do
Turismo de Nova Viçosa - COMTUR.

DECRETA:

Art. 1º. Ficam nomeados para integrar o Conselho Municipal do Turismo, na
condição de Conselheiros os representantes dos órgãos e entidades indicadas, a
seguir:

I - Representante da Secretaria Municipal de Turismo:

Titular: Carla Beatriz G. Duarte

Suplente: Janaína Gonçalves Rios Barros

II- Representante da Secretaria Municipal de Viação, Obras e Serviços Públicos:

Titular: Hipólito Ribeiro da Silva

Suplente: Silvana Ribeiro Reis de Mello

Av. Oceânica, n.º 2.994, Bairro Abrolhos 01, CEP 45920-000, Nova Viçosa/BA,
CNPJ sob o n.º 13.761.531/0001-49.

CERTIFICAÇÃO DIGITAL: BVA1EE+N0FJEXFOTY5DF7W

Esta edição encontra-se no site oficial deste ente.

Diário Oficial do
MUNICÍPIO

Nova Viçosa

Quarta-feira
19 de Maio de 2021
3 - Ano - Nº 4128



MUNICÍPIO DE NOVA VIÇOSA-BA
PODER EXECUTIVO

III- Representante da Secretaria Municipal de Educação, Cultura e Desportos:

Titular: Fábio do Nascimento Monteiro
Suplente: Jacob Nunes do Nascimento

IV – Representante da Secretaria Municipal de Meio Ambiente:

Titular: Anderson Silva
Suplente: Franco Silva Moreira

V– Representante do Poder Executivo Municipal:

Titular: José Antônio de Almeida Gouveia
Suplente: Romildo Sousa Machado

VI– Representante do Conselho Tutelar:

Titular: Aline Paranaguá
Suplente: Alyriana Martins

VII– Representante do Setor Cultural Municipal:

Titular: Corina Ramos Braga
Suplente: Reginaldo Cecília Antônio

VIII – Representante dos Pescadores Municipais:

Titular: Natalino Monteiro Paranaguá
Suplente: Adalberto Correia Domingo

IX– Representantes dos Ambulantes Municipais:

Titular: José Maciel Costa Borges
Suplente: José Bonfim da Silva

Av. Oceânica, n.º 2.994, Bairro Abrolhos 01, CEP 45920-000, Nova Viçosa/BA,
CNPJ sob o n.º 13.761.531/0001-49.

CERTIFICAÇÃO DIGITAL: BVA1EE+N0FJEXFOTY5DF7W

Esta edição encontra-se no site oficial deste ente.

Quarta-feira
19 de Maio de 2021
4 - Ano - Nº 4128

Nova Viçosa

Diário Oficial do
MUNICÍPIO



MUNICÍPIO DE NOVA VIÇOSA-BA
PODER EXECUTIVO

X- Representante do Comércio Municipal:

Titular: Cristiano Martins

Suplente: Thiago Andrade

XI- Representante dos Hotéis, Pousadas ou Similares do Município:

Titular: Lara Andreia Cândida Marques

Suplente: Izaura Oliveira

Titular: Mariamélia Biondi do Nascimento

Suplente: Elías Lima de Almeida

XII- Representantes dos Cabaneiros de Nova Viçosa:

Titular: Josélia Vieira de Oliveira

Suplente: Lusenira Bezerra de Freitas

XIII- Representantes de uma Entidade Social ou Recreativa Municipal:

Titular: Antunes Monteiro

Suplente: Sérgio Luiz Silva Pessoa

XIV- Representante do Poder Legislativo:

Titular: Renato Lopes Lage

Suplente: Kínhones Carvalho Evangelista

Art. 2º - O apoio administrativo necessário ao funcionamento do Conselho Municipal do Turismo será prestado pela Secretaria Municipal de Turismo.

Art. 3º - O mandato dos Conselheiros será de 2 (dois) anos, conforme art. 6º, Lei nº 316/2009, de 16 de dezembro de 2009.

Art. 4º - Este decreto entra em vigor nesta data.

Av. Oceânica, n.º 2.994, Bairro Abrolhos 01, CEP 45920-000, Nova Viçosa/BA,
CNPJ sob o n.º 13.761.531/0001-49.

CERTIFICAÇÃO DIGITAL: BVA1EE+N0FJEXFOTY5DF7W

Esta edição encontra-se no site oficial deste ente.

Diário Oficial do
MUNICÍPIO

Nova Viçosa

Quarta-feira
19 de Maio de 2021
5 - Ano - Nº 4128



MUNICÍPIO DE NOVA VIÇOSA-BA
PODER EXECUTIVO

Art. 5º - Registre-se, publique-se, revogam-se as disposições contrárias.

Gabinete da Prefeita, aos dezessete dias do mês de maio de dois mil e vinte e um.

LUCIANA SOUSA MACHADO RODRIGUES

Prefeita

Av. Oceânica, n.º 2.994, Bairro Abrolhos 01, CEP 45920-000, Nova Viçosa/BA,
CNPJ sob o n.º 13.761.531/0001-49.

CERTIFICAÇÃO DIGITAL: BVA1EE+N0FJEXFOTY5DF7W
Esta edição encontra-se no site oficial deste ente.

