

**PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO
SUSTENTÁVEL**

PÓLO TURÍSTICO DO VALE DO JEQUITINHONHA

Volume 11

**Parte 1 – ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO
Parte 2 – QUADROS PROSPECTIVOS**

Contrato de prestação de serviços especializados que celebram entre si a Secretaria de Estado de Turismo e a Fundação João Pinheiro por intermédio de seu Centro de Estudos Econômicos e Sociais, para o desenvolvimento do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha, em 27 de junho de 2003.

FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO
Alameda das Acácias, 70.
São Luis / Pampulha
31.275-150 – Belo Horizonte
Caixa Postal 1200 – CEP: 30.160-970
Telefone (31) 3448-9400
FAX: (031) 3448-9741
e-mail geral @fjp.mg.gov.br
http: www.fjp.mg.gov.br

COORDENAÇÃO GERAL
Centro de Estudos Econômicos e Sociais
Maria Aparecida Arruda
Nelson Antônio Quadros Vieira Filho
Patrícia Albano Maurício da Rocha

REVISÃO E NORMALIZAÇÃO
Afonso Celso Gomes
Aline Costa de Queiroz

CRIAÇÃO DA CAPA
Wagner Bottaro

APOIO ADMINISTRATIVO
Doralisse de Oliveira A. Rocha.

IMPRESSÃO
Organizações Lerbach Ltda.
Avenida dos Engenheiros, 1520.
Castelo
Belo Horizonte

Fundação João Pinheiro. Centro de Estudos Econômicos e Sociais

Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável do Pólo Turístico do
Vale do Jequitinhonha. Belo Horizonte, 2004. 13 v. il.

Conteúdo: v.1 – Resumo Executivo. v.2 – Parte 1 – Área de Planejamento. Parte 2 – Dinâmica Econômica e Social. v.3 – Infra-estrutura. v.4 – Patrimônio Histórico e Cultural. v.5 – Aspectos sócio-ambientais. v.6 – Capacidade Institucional Municipal. v.7 – Capacitação do Setor Privado envolvido com o Setor Turístico. v.8 – Parte 1– Produtos Turísticos e Atrativos. Parte 2 – Qualidade e Oferta de Alojamentos e outros Equipamentos Turísticos. v.9 – Parte 1 – Educação da Comunidade para o Turismo. Parte 2 – Capacitação do Profissional para o Turismo. v.10 – Parte 1 – Perfil do Turista. Parte 2 – Gastos Turísticos. Parte 3 – Demanda Atual e Potencial. v.11 – Parte 1 – Estratégias de Desenvolvimento Turístico. Parte 2 – Quadros Prospectivos. v.12 – Quadros Prospectivos: Projeção do Emprego por Município. v.13 – Plano de Ação.

1. Turismo – Vale do Jequitinhonha 2. Planejamento Turístico – Vale do Jequitinhonha.

CDU: 379.85 (815.1 – 0 Jequitinhonha)

**PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO
SUSTENTÁVEL**

PÓLO TURÍSTICO DO VALE DO JEQUITINHONHA

Volume 11

Parte 1 – ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

Parte 2 – QUADROS PROSPECTIVOS

**Belo Horizonte
Novembro de 2004**

APRESENTAÇÃO

O Plano de Desenvolvimento do Turismo Sustentável (PDITS) do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Programa de Desenvolvimento do Turismo (PRODETUR/NE II) foi elaborado pelo Centro de Estudos Econômicos e Sociais da Fundação João Pinheiro, atendendo a demanda da Secretaria de Estado de Turismo de Minas Gerais.

A metodologia de elaboração do PDITS, detalhada nos diversos itens que compõem o documento principal do Plano, demandou o levantamento de vários tipos de dados, primários e secundários, sobre a região, de forma a atender aos itens especificados no Termo de Referência do Plano, em seu Anexo A. As pesquisas relativas ao inventário turístico e ao patrimônio histórico, capacidade institucional dos municípios e do setor privado, aspectos socioambientais e capacitação da população para o turismo, ocorreram no período de julho a agosto de 2003. A pesquisa de demanda atual e potencial foi realizada em outubro de 2003. Alguns dados, especialmente aqueles relativos aos componentes socioambiental e à capacitação do profissional para o turismo, foram passíveis de atualização até julho de 2004. O resultado, em termos de diagnóstico, estratégias e plano de ação, foi também ajustado a partir de amplas discussões realizadas com o Conselho do Pólo e representantes da região em reuniões ocorridas em Diamantina, em maio, junho, julho e novembro de 2004, que tiveram por objetivo promover a participação pública no processo de elaboração do PDITS e sua validação.

O Plano compreende os seguintes volumes:

Volume 1 – Resumo Executivo

Volume 2 – Parte 1 – Área de Planejamento

– Parte 2 – Dinâmica Econômica e Social

Volume 3 – Infra-estrutura

Volume 4 – Patrimônio Histórico e Cultural

Volume 5 – Aspectos Socioambientais

Volume 6 – Capacidade Institucional Municipal

Volume 7 – Capacitação do Setor Privado envolvido com o Setor Turístico

Volume 8 – Parte 1 – Produtos Turísticos e Atrativos

– Parte 2 – Qualidade e Oferta de Alojamento e outros Equipamentos Turísticos

Volume 9 – Parte 1 – Educação da Comunidade para o Turismo

– Parte 2 – Capacitação do Profissional para o Turismo

Volume 10 – Parte 1 – Perfil do Turista

– Parte 2 – Gastos Turísticos

– Parte 3 – Demanda Atual e Potencial

Volume 11 – Parte 1 – Estratégias de Desenvolvimento Turístico

– Parte 2 – Quadros Prospectivos

Volume 12 – Quadros Prospectivos: Projeção do Emprego, por Município

Volume 13 – Plano de Ação

Operando em um horizonte temporal de planejamento que vai até 2020, este Plano representa um poderoso instrumento capaz de potencializar as vantagens e superar as principais limitações ao desenvolvimento integrado e sustentável do turismo da região, induzindo, em decorrência, o incremento do emprego e da renda, além de promover outros benefícios econômicos e socioambientais para a população da região e do Estado.

O Volume 11 do PDITS compõe-se de duas partes. Na Parte 1 – Estratégias de Desenvolvimento Turístico –, são apresentadas as estratégias gerais e específicas –

discutidas e validadas em reuniões com membros do Conselho do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha e representantes da comunidade – e as matrizes SWOT.

Na Parte 2 – Quadros Prospectivos –, apresentam-se os cenários conservador (sem o PRODETUR) e otimista (com o PRODETUR), acompanhados de projeções até o ano de 2020, referentes a fluxo turístico, gastos, dias de permanência, incremento de UHs e investimentos derivados, incremento de investimentos em outras empresas e serviços turísticos privados e públicos, incremento da receita esperada, renda derivada pela receita turística e pelos investimentos, impacto fiscal decorrente dos impostos gerados (ISS e ICMS) e incremento de empregos gerados pelo programa.

SUMÁRIO GERAL

Parte 1

ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO 11

INTRODUÇÃO	17
1 ATRATIVOS E PRODUTOS.....	19
2 DESTINOS TURÍSTICOS: INFRA-ESTRUTURA, ALOJAMENTOS E OUTROS EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS.....	27
3 GESTÃO E CAPACITAÇÃO	35
4 MERCADO E PROMOÇÃO TURÍSTICA.....	43
ANEXOS – Matrizes SWOT	45

PARTE 2

QUADROS PROSPECTIVOS 67

INTRODUÇÃO	75
1 ÍNDICES E RESULTADOS.....	77
REFERÊNCIAS	113

Parte 1

ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

EQUIPE TÉCNICA

COORDENAÇÃO

Nelson Antônio Quadros Vieira Filho

Maria Aparecida Arruda

Patrícia Albano Maurício da Rocha

ELABORAÇÃO

Ângelo Costa Gurgel (consultor)

Cristiano João dos Reis Milagres de Paula (consultor)

Deusdedit Soares dos Santos

Eduardo Eugênio Quirino Câmara (COPASA–MG)

Ermelinda Gomes Christófaru (SETUR/UEE)

Grécia Carlos Amaral Almeida

Ivanete de Deus Simões Vargas (consultora)

José Euclides Alhadas Cavalcanti (consultor)

Luciano Amorim Borges (consultor)

Marcos Flávio da Silva (SETUR/UEE)

Maria Aparecida Arruda

Maria de Fátima Cunha

Maria Marta Martins Araújo

Maria Teresa Monteiro de Castro Lisboa (DER)

Nelson Antônio Quadros Vieira Filho

Patrícia Albano Maurício da Rocha

Raquel Faria Scalco (consultora)

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	17
1 ATRATIVOS E PRODUTOS.....	19
1.1 Patrimônio histórico e cultural.....	19
1.2 Aspectos socioambientais e atrativos naturais.....	21
1.3 Manifestações culturais, acontecimentos programados e realizações técnicas e científicas contemporâneas.....	25
1.4 Produtos turísticos.....	26
2 DESTINOS TURÍSTICOS: INFRA-ESTRUTURA, ALOJAMENTOS E OUTROS EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS.....	27
2.1 Infra-estrutura	27
2.2 Qualidade e oferta de alojamentos e outros equipamentos e serviços de apoio ao turismo.....	31
3 GESTÃO E CAPACITAÇÃO	35
3.1 Capacidade institucional	35
3.2 Capacitação do setor privado envolvido com o setor turístico.....	37
3.3 Capacitação da população para o turismo.....	38
4 MERCADO E PROMOÇÃO TURÍSTICA.....	43
ANEXOS – Matrizes SWOT	45
1 Matriz síntese – Diretrizes gerais.....	46
2 Matriz de produtos turísticos e atrativos.....	48
3 Matriz de destinos turísticos: infra-estrutura e equipamentos.....	53
4 Matriz de gestão e capacitação.....	58
5 Matriz de mercado e promoção turística.....	63

INTRODUÇÃO

Tendo em vista o diagnóstico acima, cabe propor as seguintes *diretrizes* – geral e específicas – para a Área de Planejamento:

Diretriz geral:

- Planejar ações integradas e desenvolver o turismo da Área de forma sustentável, com foco no turismo histórico-cultural conjugado com o turismo voltado para atrativos naturais, fixando Diamantina, Serro e São Gonçalo do Rio Preto como destinos principais da região e os demais municípios como destinos que apresentam atrativos pontuais complementares.

Diretrizes específicas:

- Melhorar as condições de acesso de turistas de outras regiões de Minas e do Brasil à Área de Planejamento, sobretudo em relação aos destinos turísticos principais (Diamantina, Serro e São Gonçalo do Rio Preto).
- Sanar as principais deficiências de infra-estrutura básica e de serviços públicos nos principais destinos turísticos da Área (Diamantina, Serro e São Gonçalo do Rio Preto) que justificam este investimento do PRODETUR pela expressividade da oferta e da demanda turística efetiva e potencial. As deficiências dos demais municípios nesse quesito deverão ser atendidas segundo a disponibilidade de recursos do programa, uma vez que as demais ações tenham sido garantidas, apoiando-se a procura de fontes de recursos alternativas ao PRODETUR para viabilizar estes investimentos.
- Estruturar melhor os atrativos da Área de Planejamento, priorizando os de maior atratividade turística (hierarquias I, II e III), por meio de ações de preservação, infra-estrutura e gestão adequada.
- Realizar ações de capacitação institucional dos municípios, da população e do profissional para receber melhor o turismo na Área de Planejamento.

- Promover e comercializar mais o turismo da área em Minas e outros mercados emissores, de forma a atrair maior fluxo de turistas, com maior tempo de permanência e padrão de gastos.

Seguindo sugestões do Ministério do Turismo, para facilitar a compreensão e a apresentação das *estratégias* e ações *específicas* do PDITS, os itens do diagnóstico foram reagrupados em quatro grandes temas:

- 1) *Atrativos e Produtos*, envolvendo as conclusões dos itens “Patrimônio Histórico e Cultural” e “Aspectos Socioambientais”, acrescidos dos tópicos “Atrativos Naturais”, “Manifestações Culturais, Acontecimentos Programados e Realizações Técnicas e Científicas Contemporâneas” e “Produtos Turísticos”;
- 2) *Destinos*, envolvendo os itens de “Infra-estrutura” e “Qualidade e Oferta de Alojamentos e Outros Equipamentos e Serviços de Apoio do Turismo”;
- 3) *Gestão e Capacitação*, envolvendo os itens de “Capacidade Institucional”, “Capacitação do Setor Privado envolvido com o Setor Turístico”, “Capacitação da População e do Profissional para o Turismo”;
- 4) *Mercado e Promoção Turística*, envolvendo as considerações relativas aos itens “Gastos Turísticos e Perfil da Demanda Efetiva” e “Demanda Potencial”.

Discorre-se a seguir sobre as principais estratégias e ações relativas a esses itens. As correspondências entre as principais conclusões do diagnóstico – em termos de pontos fortes e fracos, ameaças e oportunidades detectadas – e as estratégias gerais e específicas, na forma de Matrizes SWOT, discutidas e validadas pelos membros do Conselho do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha.

1 ATRATIVOS E PRODUTOS

1.1 Patrimônio histórico e cultural

A partir do diagnóstico realizado, ficou evidente a necessidade de desenvolver o turismo na região, não apenas a partir de uma visão integrada do seu patrimônio histórico e cultural, mas também por meio da participação e do envolvimento da sociedade, principal garantia da sustentabilidade desse mesmo patrimônio e das ações a serem empreendidas no Pólo.

Afigura-se, portanto, como principal estratégia para o desenvolvimento turístico o trabalho efetivo com as populações locais e o fortalecimento da gestão municipal do patrimônio cultural, o que deverá ser feito no âmbito da elaboração dos Planos Municipais de Turismo e Preservação do Patrimônio Cultural e Ambiental, que incluem ações de capacitação institucional tanto de técnicos como de professores.

No âmbito dessa capacitação, deve ser incentivada a elaboração de Programas Municipais de Conservação Preventiva, uma vez que, por meio de ações periódicas, simples e de baixo custo – como imunização, controle de umidade e verificação de telhados e da parte elétrica e hidráulica –, é possível conservar o patrimônio e evitar danos maiores.

Além disso, é preciso garantir o apoio técnico para a elaboração de projetos e para o acompanhamento mais sistemático das ações municipais, principalmente quanto à realização de inventários e tombamentos dos bens culturais identificados como de interesse turístico, inclusive com o objetivo de contribuir para a consolidação da política municipal de proteção do patrimônio cultural.

É necessário garantir também que na elaboração dos Planos Diretores Municipais sejam definidas as áreas de interesse de preservação histórica e as diretrizes de planejamento para o setor.

De outro lado, é preciso estruturar os atrativos de maneira a desenvolvê-los de forma sustentável, não comprometendo sua qualidade e valor cultural. No caso dos pequenos povoados, recomenda-se um cuidado especial: ações preparatórias naqueles que ainda não recebem grandes fluxos turísticos, como é o caso de Penha de França, em Itamarandiba, e a elaboração de planos de desenvolvimento, monitoramento e mitigação dos impactos do turismo nos mais visitados, como é o caso de São Gonçalo do Rio das Pedras e Milho Verde, em Serro. Outra medida importante consiste em estabelecer restrições para a realização de atividades turísticas em locais ou monumentos que não estejam devidamente estruturados.

O diagnóstico revelou um quadro favorável em termos do estado de conservação dos principais monumentos, porém evidenciou a necessidade da realização de obras de restauração e preservação em alguns atrativos que aparecem também com maior valor turístico e com grande importância em termos da integração e consolidação do turismo na Área de Planejamento.

Conforme exposto anteriormente, tais edificações são: Clube Social e Cadeia Antiga, em Diamantina; Chácara do Barão do Serro e as igrejas de São Gonçalo e de Nossa Senhora dos Prazeres, no Serro; o Sobradão e a Capela de São José, em Minas Novas; e as igrejas de Bom Jesus do Matozinhos e de Nossa Senhora da Conceição, em Couto de Magalhães de Minas.

Para as outras edificações que também necessitam de restauração e não estão sendo priorizadas, em virtude de não se enquadrarem nos critérios de elegibilidade do PRODETUR/NE II ou de apresentarem menor valor em termos de atratividade turística, propõe-se a realização de parcerias entre os órgãos públicos das diferentes esferas de governo e a iniciativa privada, sobretudo, os proprietários. Destacam-se aqui duas igrejas de Minas Novas tombadas pelo patrimônio estadual que se enquadram nessa perspectiva e estão inseridas no orçamento complementar.

Na perspectiva da valorização dos principais atrativos turísticos, aponta-se ainda, enquanto ação estratégica, a realização das obras de instalação subterrânea de redes elétricas nos conjuntos históricos de Diamantina e Serro.

Por fim, é necessário disponibilizar alternativas de interpretação do patrimônio com o objetivo tanto de valorizar os atrativos quanto de subsidiar o trabalho de educação patrimonial e dos profissionais de turismo, por exemplo, os guias. A sinalização dos atrativos por meio de placas indicativas, educativas e, principalmente, interpretativas do patrimônio cultural aparece entre as ações prioritárias, contribuindo também para que o turista tenha uma percepção mais integrada dos atrativos turísticos da Área de Planejamento.

1.2 Aspectos socioambientais e atrativos naturais

Com o objetivo de enfrentar os principais obstáculos ao desenvolvimento do turismo sustentável, visando ao aproveitamento das potencialidades da região para a consolidação das várias formas de atividades turísticas apoiadas em melhor aproveitamento das riquezas e particularidades de seu quadro natural, duas formas de estratégias e ações são aqui propostas.

As estratégias de *médio prazo* buscam firmar na consciência dos vários atores da região os pressupostos do turismo sustentável, sem o que são incertos os esforços para a criação de um pólo turístico de forma que possa, de fato, trazer benefícios à região e aos vários segmentos de sua população. Estas estratégias visam à consecução de ações gradativas voltadas para um processo educativo e de capacitação da população cujas atividades se relacionam com a atividade turística, bem como das instituições. As estratégias e ações que se propõem nem sempre se limitam ao âmbito do setor turístico. Dependem de uma melhor articulação das políticas públicas e de um melhor nível de organização da sociedade civil, de modo a criar alternativas adequadas para um desenvolvimento endógeno e sustentável do turismo na região.

Outras estratégias visam à obtenção de resultados de *curto prazo*, ao buscar condições que propiciem a alavancagem do projeto voltado para a implementação do turismo sustentável.¹

Em *médio prazo*, além da estratégia geral de consolidar os pressupostos do desenvolvimento sustentável no conjunto da sociedade da região, há um conjunto de estratégias e ações específicas, relacionadas a seguir:

- Desenvolver as várias formas de turismo, fazendo uso dos recursos de um rico e diversificado patrimônio natural, mediante a realização de fóruns e conferências regionais, com a participação dos vários segmentos da sociedade.
- Adequar as atividades das comunidades rurais que sobrevivem da exploração de produtos naturais aos padrões do desenvolvimento sustentável, de modo a amenizar as pressões sobre o meio ambiente delas decorrentes. Pretende-se: a) capacitar os produtores rurais quanto ao emprego de técnicas adequadas de manejo de suas propriedades que levem em conta a proteção do meio ambiente; b) capacitar a população que complementa sua renda com a coleta seletiva de produtos da flora nativa para que faça uso de técnicas de manejo que sejam sustentáveis; e c) apoiar as experiências de ONGs e entidades que desenvolvem trabalhos nesse âmbito?
- Criar condições adequadas de exploração dos recursos hídricos, de modo a não gerar impactos diretos nos atrativos turísticos, melhorando o atual quadro de saneamento ambiental vigente nos meios urbano e rural. Pretende-se: a) estimular a realização de fóruns regionais das bacias hidrográficas JQ1 (Unidade de Planejamento da Bacia do Alto Jequitinhonha), JQ2 (Comitê de Bacia do Rio Araçuaí) e JQ3 (Unidade de Planejamento do Médio e Baixo Jequitinhonha), com a participação dos vários segmentos da sociedade, abordando problemas específicos dessas bacias e divulgando experiências inovadoras para preservação dos recursos hídricos; b) apoiar as comissões e os comitês de bacias na

¹ Esta dimensão temporal das estratégias e ações se justifica para se evitar incorrer no risco do imediatismo e da implementação de ações sem as pré-condições necessárias que garantam o sucesso de seus resultados, vindo a contribuir também para que não se perca de vista o fato de nos depararmos com um processo de planificação das políticas de estado mais do que de governo, dado o alcance desse projeto.

mobilização social e na realização de reuniões de trabalho; c) estimular a proteção de mananciais e a recuperação dos cursos d'água mediante soluções adequadas de saneamento nos meios urbano e rural, onde há impacto direto nos atrativos turísticos; e d) apoiar a realização de parcerias entre o IGAM e a EMATER–MG para a capacitação de produtores rurais, para que empreguem técnicas de manejo em suas propriedades que levem em conta a proteção dos recursos hídricos.

- Estimular as escolas de primeiro e segundo graus a abordarem em seus currículos as questões do meio ambiente regional e do desenvolvimento sustentável, apoiando ações de capacitação de professores quanto à transversalidade das questões ambientais.

As estratégias e ações de *curto prazo* apresentadas a seguir visam implementar condições para alavancar o PRODETUR/NE II nos seus vários aspectos. Entre essas destacam-se:

- Estruturar as Unidades de Conservação, em particular os Parques Estaduais da região, de modo a se tornarem elementos polarizadores do ecoturismo na área. Para tanto, pretende-se: a) elaborar os planos de manejo das Unidades de Conservação, dotando-as de infra-estrutura mínima que permita aprimorar sua gestão, com o envolvimento e a participação das comunidades vizinhas; b) capacitar os Comitês de Gestão para o desempenho de suas funções; c) capacitar as comunidades que interagem diretamente com essas Unidades de Conservação, de modo a serem aliadas para a sua consolidação; e d) capacitar guias e prestadores de serviços.
- Estruturar os atrativos naturais, de forma a potencializar o desenvolvimento do turismo e não gerar impactos negativos diretos no meio ambiente. Para isso, pretende-se equipar os atrativos naturais localizados em área pública e os mais freqüentados (os de hierarquia II e III) com sinalização turística, instalações adequadas para receber visitantes (sanitários, controle do acesso, sala de primeiros socorros, lanchonete, estrutura para coleta de resíduos sólidos e outros equipamentos de ambientação dos atrativos turísticos) para posterior concessão à iniciativa privada.

- Promover ações integradas de preservação dos mananciais e de controle da qualidade da água por meio de parcerias com a Secretaria de Estado de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável (SEMAD), o Instituto Mineiro de Gestão das Águas (IGAM), o Conselho de Política Ambiental (COPAM) da região, as Faculdades Federais Integradas de Diamantina (FAFEID), a Companhia de Saneamento de Minas Gerais (COPASA-MG) e as prefeituras, monitorando e divulgando os índices de balneabilidade das águas dos balneários de hierarquia II e III, de modo a garantir as condições de sanidade necessárias para serem freqüentados.
- Reforçar as instituições da administração municipal cuja atuação se relacione com o meio ambiente e turismo, mediante a capacitação de gestores e membros dos Conselhos Municipais de Meio Ambiente e Turismo para o desempenho adequado de suas funções.

Ressalte-se que as soluções ou a mitigação dos inúmeros problemas ambientais da Área de Planejamento aqui apontados não devem ser consideradas somente no bojo das políticas específicas de preservação ambiental, mas também como parte das políticas sociais e econômicas voltadas para o desenvolvimento sustentável.² Assim, deve-se buscar um conjunto de atividades alternativas diversificadas e adequadas ao perfil econômico e social da região, tais como, apoio à agricultura familiar, incentivo a alternativas de complementação de renda (apicultura, piscicultura, cultivo ou o manejo de sempre-vivas e candeias) e integração das comunidades nos projetos integrados de turismo em seus vários segmentos (turismo ecológico, turismo rural, turismo histórico-cultural, entre outros) na direção de algumas das estratégias e ações aqui apontadas.

De outro lado, as condições ambientais, de modo geral favoráveis ao turismo na região, são potencializadas ao interagirem com uma variada gama de atrativos culturais, não só aqueles situados nos principais centros urbanos (Diamantina e

² Sustentabilidade aqui atinge um caráter de maior amplitude, indo além da variável ambiental pura e simplesmente, comprometendo-se com a defesa dos valores e da identidade de um povo.

Serro), mas também os que se distribuem por inúmeras vilas e comunidades rurais que conservam formas de cultura singulares que mereceriam ser resguardadas dos impactos negativos do turismo. Isto significa, ademais, não abrir mão de uma característica fundamental do turismo sustentável: a de propiciar para as comunidades locais melhor qualidade de vida e condições para sua sustentabilidade.

Por fim, ressalta-se que, em face dos recursos disponíveis, as ações prioritárias do componente socioambiental estão voltadas para a consolidação das Unidades de Conservação, em particular os parques estaduais e a APA estadual Águas Vertentes; para a estruturação dos atrativos naturais com potencial turístico em áreas públicas; e para a promoção de ações de capacitação específicas relacionadas a esses itens. Em razão da abrangência do PRODETUR/NE II, com um período de maturação de quase duas décadas, as outras ações complementares que são importantes para o projeto no seu conjunto e para o componente socioambiental em particular, deverão ser viabilizadas numa etapa posterior, quando se dispuser de um novo aporte de recursos ou fontes alternativas de financiamento.

1.3 Manifestações culturais, acontecimentos programados e realizações técnicas e científicas contemporâneas

As estratégias e ações abaixo buscam reforçar as potencialidades e superar as limitações identificadas no diagnóstico que contemplavam este importante tipo de atrativo da região, conforme colocado no item **1.8**, Produtos e Atrativos Turísticos:

- Melhorar a qualidade das manifestações culturais e dos acontecimentos programados já existentes na Área de Planejamento, por meio da mitigação das suas deficiências em termos de instalações sanitárias, limpeza e segurança.
- Preservar, valorizar e divulgar a gastronomia típica, por meio da capacitação da iniciativa privada e realização de eventos gastronômicos.

- Ampliar a oferta e a divulgação de manifestações, acontecimentos programados e realizações técnicas na Área de Planejamento, de forma sustentável, inserindo-os no calendário de eventos dos municípios e em roteiros turísticos comercializados.
- Sensibilizar a comunidade a valorizar a cultura do Vale do Jequitinhonha, tais como a música regional e os produtos do artesanato, incentivando o associativismo e a formação de parcerias para ampliar a comercialização.

1.4 Produtos turísticos

As estratégias e as ações que se seguem são relativas aos produtos turísticos em seu conjunto geral, baseadas no diagnóstico realizado e ainda não especificadas nos tópicos anteriores relativos aos atrativos histórico-culturais e naturais, às manifestações culturais, aos acontecimentos programados e às realizações técnicas e científicas contemporâneas. Salienta-se que algumas dessas estratégias abaixo sugeridas perpassam outros temas, como capacitação, promoção e marketing, estando por isso detalhadas e/ou orçadas nos planos de ação concernentes a esses tópicos.

- Aumentar a oferta de produtos turísticos na Área de Planejamento, de forma sustentável, sensibilizando a comunidade a criar novas agências de turismo receptivo e estimulando as agências à criação e comercialização de novos roteiros, integrando mais atrativos de diversas categorias.
- Desenvolver o produto turístico da Área, garantindo a inserção da população local nos benefícios advindos, por meio do incentivo ao empreendedorismo local e do investimento na ampliação e no aperfeiçoamento dos equipamentos e serviços turísticos, priorizando a mão-de-obra e os produtos da região.

2 DESTINOS TURÍSTICOS: INFRA-ESTRUTURA, ALOJAMENTOS E OUTROS EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS

2.1 Infra-estrutura

• Saneamento

A estratégia geral do PRODETUR/NE-II para o Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha quanto ao saneamento consiste em dotar os principais destinos turísticos de sistemas tecnicamente adequados, eficientes e capazes de atender ao aumento projetado do fluxo de turistas, bem como a população residente, tendo como prioridade o atendimento das necessidades da Área principal de Planejamento – Diamantina, Serro e São Gonçalo do Rio Preto –, envolvendo as seguintes ações:

- a) Promover a implantação/ampliação de sistemas de abastecimento de água nos distritos de Milho Verde (Serro), São Gonçalo do Rio das Pedras (Serro), Capivari (Serro) e a sede do município de São Gonçalo do Rio Preto.
- b) Ampliar o sistema de esgotamento sanitário de Diamantina e Serro.
- c) Implantar sistemas de esgotamento sanitário em Milho Verde (Serro), São Gonçalo do Rio das Pedras (Serro), Capivari (Serro) e São Gonçalo do Rio Preto.
- d) Fazer a drenagem, coleta seletiva de lixo, compostagem e reciclagem de resíduos sólidos em Diamantina e Serro.
- e) Realizar ações complementares de drenagem e coleta de lixo em São Gonçalo do Rio Preto, distritos de Milho Verde, São Gonçalo do Rio das Pedras, Capivari, Guinda, Mendanha e Sopa.

Quanto aos destinos turísticos da Área complementar de Planejamento, as ações necessárias envolvem:

- a) Ampliar o sistema de abastecimento de água de Capelinha, Itamarandiba, Minas Novas e Turmalina.
- b) Implantar o sistema de abastecimento de água de Couto de Magalhães de Minas e Felício dos Santos.
- c) Implantar o sistema de esgotamento sanitário de Capelinha.

Foram selecionadas para integrar o PRODETUR/NE-II todas as ações previstas para a Área principal, acrescidas dos sistemas de abastecimento de água de Capelinha, Itamarandiba, Minas Novas e Turmalina, de caráter vital para suportar o crescimento do turismo esperado nesses municípios.

As ações referentes aos sistemas de esgotamento sanitário de Capelinha e de abastecimento de água de Couto de Magalhães de Minas e Felício dos Santos dependem de outras fontes de financiamento, a serem definidas, e estão incluídas no orçamento complementar.

Foram selecionadas, para integrar o PRODETUR/NE-II todas as ações previstas para a área principal acrescidas dos sistemas de abastecimento de água de Capelinha, Itamarandiba, Minas Novas e Turmalina – de caráter vital para suportar o crescimento do turismo esperado nesses municípios.

As ações referentes aos sistemas de esgotamento sanitário de Capelinha e abastecimento de água de Couto de Magalhães de Minas e Felício dos Santos dependem de outras fontes de financiamento a serem definidas e estão incluídas no orçamento complementar.

• Transportes

A Área de Planejamento localiza-se numa região de baixa densidade viária, com dificuldades de acesso ao principal centro emissor de fluxos turísticos (Belo Horizonte) e aos Pólos Turísticos Caminhos do Norte e Vale Mineiro do São Francisco. Foram

estabelecidas quatro ordens de prioridade, correspondendo a diferentes estratégias, ficando a responsabilidade de execução das obras rodoviárias a cargo do Departamento de Estradas de Rodagem (DER).

A principal estratégia – e que dá origem à *prioridade 1* – se traduz na melhoria do acesso aos principais destinos turísticos e a produtos turísticos de maior atratividade da Área principal de Planejamento, envolvendo as seguintes ações:

- a) Promover a ampliação e melhoria do Aeródromo Juscelino Kubitschek em Diamantina, sob a responsabilidade da Secretaria de Obras Públicas (SETOP), que faz parte do Plano Aeroviário do Estado de Minas Gerais (PAEMG) 2000 a 2019, dotando-o de toda infra-estrutura necessária para atender ao aumento da demanda turística, com a implantação das ações previstas no Programa PRODETUR/NE-II.
- b) Realizar a pavimentação asfáltica do trecho da MG 010 que liga Conceição do Mato Dentro ao Serro, integrando os Circuitos Turísticos da Serra do Cipó e dos Diamantes, bem como a cidade de Belo Horizonte, principal centro emissor de turismo, ao Pólo do Vale do Jequitinhonha, com a redução em cerca de 100 km até o destino turístico de Serro.
- c) Fazer a pavimentação asfáltica do trecho da MGT 451 (Olhos D' Água–Rio Jequitinhonha – Entr. BR 367), integrando os Pólos Turísticos do Vale do Jequitinhonha, Caminhos do Norte e Vale Mineiro do São Francisco.
- d) Fazer pavimentação asfáltica do trecho da MG 317 Felício dos Santos–São Gonçalo do Rio Preto.
- e) Fazer a pavimentação poliédrica dos trechos Serro/Milho Verde/São Gonçalo do Rio das Pedras/Extração/Diamantina.
- f) Fazer a pavimentação poliédrica do trecho de acesso ao Parque Estadual do Rio Preto (São Gonçalo do Rio Preto), melhorando o acesso a produto turístico de maior atratividade (hierarquia II).

Foram propostas, também, interligações viárias complementares envolvendo as seguintes ações:

- g) Fazer a pavimentação asfáltica do trecho da MG 010 Serro–Santo Antônio do Itambé; e
- h) Fazer a pavimentação asfáltica do trecho da MG 214 Entr. MG 317–Senador Modestino Gonçalves.

A prioridade 1 deve integrar o PRODETUR/NE–II. As prioridades 2, 3 e 4, apesar de importantes e integrarem o Plano de Ação para a Área de Planejamento, dependem de outras fontes de financiamento, negociação que poderá se processar ao longo da implementação do PRODETUR/NE-II.

A prioridade 2 consiste em melhorar os acessos aos produtos turísticos de hierarquia III da Área principal de Planejamento, envolvendo as seguintes ações:

- a) Fazer a pavimentação poliédrica no acesso ao Parque Nacional Sempre Vivas (Diamantina);
- b) Fazer a pavimentação poliédrica no acesso ao Parque Estadual do Pico do Itambé (Serro); e
- c) Fazer a pavimentação poliédrica no acesso ao Parque Estadual do Biribiri (Diamantina).

A prioridade 3 compreende duas estratégias – acesso aos produtos turísticos de hierarquia IV da Área principal e aos principais atrativos turísticos da Área complementar –, com as seguintes ações:

- a) Fazer a pavimentação asfáltica do trecho Entr. BR 387–Distrito de Guinda–Distrito de Sopa (Diamantina);
- b) Promover o melhoramento de pontos críticos do trecho Turmalina–Buritis (Turmalina); e

- c) Promover o melhoramento de pontos críticos do trecho Entr.MG 214–Distrito Penha de França (Itamarandiba).

A prioridade 4 tem como estratégia melhorar os acessos aos municípios da Área complementar e envolve as seguintes ações:

- a) Fazer a pavimentação asfáltica da MG 214, no trecho Senador Modestino Gonçalves–Itamarandiba.
- b) Fazer a pavimentação asfáltica da MG 214, no trecho Itamarandiba–Entroncamento MG 308.

2.2 Qualidade e oferta de alojamentos e outros equipamentos e serviços de apoio ao turismo

As estratégias e ações relativas aos alojamentos e a outros equipamentos e serviços de apoio ao turismo são as seguintes:

Alojamentos hoteleiros e extra-hoteleiros, serviços de alimentação, agências de viagem e turismo, locadora de veículos, transportadoras, animação e entretenimento e artesanato

- Estimular investimentos em modernização e conservação das instalações, capacitação gerencial e da mão-de-obra, e na utilização de tecnologia de informática nos serviços de alojamento, mediante um trabalho de sensibilização dos empresários e de divulgação das oportunidades nos cursos do SEBRAE.
- Estimular a ampliação da oferta de *campings* bem estruturados, mediante um trabalho de divulgação das oportunidades e sensibilização dos empresários para investirem nessa área como alternativa de alojamentos, nos cursos do SEBRAE.

- Incentivar maior atuação do serviço de vigilância sanitária, mediante uma fiscalização constante nos estabelecimentos destinados à hospedagem e gastronomia.
- Estimular os investimentos em turismo receptivo (agências, serviços de locação de veículos e transporte), mediante um trabalho de sensibilização dos empresários para investirem nessa área e a melhoria e ampliação dos serviços das transportadoras locais.
- Estimular a implantação e/ou estruturação de centros de arte e cultura para divulgação e valorização da cultura regional, mediante um trabalho de sensibilização da comunidade;
- Estruturar o Clube Social da Praça de Esportes de Diamantina para eventos culturais.
- Estimular os empresários a investirem em estabelecimentos noturnos, como boates, bares e casas de shows, tendo em vista o retorno desse investimento, considerando-se sua importância para o turismo da região.
- Incentivar o investimento em novos pontos de comercialização do artesanato local nos municípios com pouca oferta dos mesmos, por meio da divulgação da oportunidade, sensibilização e treinamento dos interessados.
- Estimular a integração dos estabelecimentos gastronômicos e dos serviços de locação de veículos, transportadoras, agências de viagens, associações de guias turísticos, hotéis e outros alojamentos, visando à concretização das oportunidades de negócios e das facilidades para o turista, por meio da consolidação de parcerias entre estes atores;
- Promover a capacitação dos empresários e da mão-de-obra, visando ao aprimoramento da gestão e à melhoria da qualidade dos produtos e serviços oferecidos.

• **Outros serviços de apoio ao turismo**

- Construir novo terminal rodoviário em Diamantina que possibilite melhor atendimento e conforto aos usuários.
- Melhorar as condições de atendimento aos passageiros nas localidades que não dispõem de terminal rodoviário, por meio da implantação de postos de venda de passagens nos pontos de paradas de ônibus intermunicipais/interestaduais.
- Estimular investimentos na oferta e melhoria do transporte rodoviário municipal e intermunicipal, incluindo maior oferta de horários em dias de eventos especiais.
- Equipar os terminais rodoviários e aeroportuários e outros pontos de concentração de turistas com postos de informações turísticas.
- Integrar os postos de informações turísticas da região mediante a implantação de canais de comunicação entre eles e/ou secretarias de cultura e turismo dos municípios;
- Treinar e capacitar os guias turísticos e taxistas que atuam na região para que eles tenham condições de atender melhor os turistas.
- Apoiar e, eventualmente, ajudar a negociação com as empresas de telefonia fixa e móvel para que elas implantem seus serviços nos distritos de maior fluxo turístico e municípios não contemplados com os mesmos.
- Estimular a realização de campanhas e ações educativas visando incrementar a segurança pública e o zelo em relação ao meio ambiente, mediante a promoção de parcerias entre a Polícia Militar e o Corpo de Bombeiros.
- Estimular a prefeitura de Diamantina a buscar alternativas para dotar o município de abatedouro municipal visando melhorar a qualidade da carne consumida pela população local e pelos turistas e disposição adequada dos dejetos derivados da atividade;

- Estimular a prefeitura de Diamantina a buscar alternativas para dotar o município de Centro de Convenções de porte médio, de forma a dinamizar a realização de eventos na área.

3 GESTÃO E CAPACITAÇÃO

3.1 Capacidade institucional

O desenvolvimento institucional advém da realidade mapeada, como aspecto que estrutura, sustenta e condiciona o próprio desenvolvimento do turismo, a par com a administração intersetorial de políticas públicas.

Enfatiza-se assim que, para obter resultados satisfatórios para as comunidades locais e regionais, a ação de desenvolvimento integrado é fator preponderante. Aliam-se a essa perspectiva a parceria, o associativismo regional e a institucionalização do Plano Diretor Municipal.

Ainda como fatores estruturantes, o planejamento, como processo de ação, a capacitação de servidores e a estruturação de quadros profissionais interdisciplinares são estratégias que consolidam a mudança institucional local e regional.

É de se relevar o papel exercido pela Associação Microrregional de Municípios do Alto Jequitinhonha (AMAJE) como instância política e técnica que tem atuado no apoio à capacidade institucional e à gestão dos municípios na consolidação e ampliação de sua ação regional, podendo tornar-se também fator de aglutinação e participação social, necessário à superação de entraves e à busca de soluções eficazes e efetivas.

Projeta-se, pois, a gestão de uma prática de turismo regional que consolide políticas e estratégias e encontre respostas em ações aglutinadoras e participativas.

Assim, considera-se o papel do empresariado local como representante da sociedade nas ações de investimento, de incremento das políticas de geração de emprego e renda, de elaboração de projetos de industrialização e de comercialização de matérias-primas e de produtos locais e regionais.

Torna-se relevante consolidar o papel do Conselho de Turismo do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha, institucionalizando o Plano de Ação, o acompanhamento e a avaliação das políticas de desenvolvimento do turismo sustentável regional, como indutores da geração de emprego e renda, e de elevação da qualidade de vida da população local.

Nesse cenário, a consolidação das ações dos governos locais passa pelos projetos estruturadores, indutores das políticas de gestão e capacitação.

A gestão e a capacitação de pessoas para o desenvolvimento do planejamento, dos programas e dos projetos que alavancam o turismo regional, enquanto política participativa, comunitária e de parceria, são fatores necessários à consecução de resultados e à multiplicação de esforços.

Considera-se que o conhecimento da realidade, como desencadeador das ações, deve se somar às habilidades e percepções, ao bom senso e ao discernimento dos dirigentes, empresários, técnicos e de toda a comunidade, bem como às atitudes que darão respaldo às ações e aos projetos de política regional de turismo sustentável.

Portanto, em resposta à percepção do espaço territorial, físico e social, e à forma de como geri-lo, cabe situar a questão de quem vai dirigi-lo, sob a ótica da competência, da qualidade e dos resultados.

Os projetos estruturadores das políticas de gestão e capacitação compreendem:

- estruturação e consolidação da UEE – Unidade Executora Estadual da Secretária de Estado de Turismo, para acompanhar e avaliar o PRODETUR/NE II em Minas Gerais;
- desenvolvimento da gestão e capacitação dos agentes públicos e secretários das Prefeituras para planejar, executar, controlar e avaliar planos, programas e projetos, sob a ótica do planejamento municipal e do desenvolvimento do turismo sustentável;
- implantação de processos de modernização administrativa e de gestão financeira dos municípios, com estruturas organizacionais, planos de carreira, planos

diretores e de turismo e do patrimônio natural, histórico e cultural, com vistas ao desenvolvimento sustentável e incremento do turismo local e regional;

- desenvolvimento de sistemas de informações e informatização dos municípios, visando ao monitoramento da atividade turística;
- consolidação das políticas públicas locais, com relevância para o turismo regional, mediante a formação de agentes multiplicadores e capacitação da comunidade.

3.2 Capacitação do setor privado envolvido com o setor turístico

O desenvolvimento do turismo na Área de Planejamento dependerá da ampliação, melhoria e adequação da oferta de serviços ao perfil do turista “esperado”. Como são condições para o investimento privado a percepção de oportunidades de negócio e a identificação de possibilidades de obtenção de lucro, sugere-se como estratégia inicial a realização de eventos, *workshops*, seminários e cursos informando sobre as oportunidades associadas ao turismo e os padrões de qualidade requeridos. Espera-se com estas ações ampliar o potencial empreendedor dos empresários locais.

No entanto, considerando-se o perfil dos empresários, o apoio e a orientação serão essenciais para a sua efetiva capacitação. Recomenda-se a oferta de cursos periódicos relativos a métodos e técnicas de gestão em geral e específicas do setor.

Reforçar e fortalecer as entidades representativas e as associações de classe, para que se tornem mais efetivas no encaminhamento de soluções para problemas comuns e para a melhoria das condições de negociação dos pequenos e médios empresários, este é o objetivo dos seminários e dos projetos de assistência técnica a serem implementados.

Outro aspecto a ser abordado refere-se à implantação de programas de certificação de qualidade dos empreendimentos e da mão de obra ocupada. A inversão dos

problemas identificados dependerá da disposição dos empregadores em participar e, até mesmo, patrocinar o treinamento de seus empregados.

O crescimento do fluxo turístico e, por conseguinte, da atividade econômica acarreta impacto ambiental, cuja solução precisa ser antecipadamente planejada e compartilhada com toda a sociedade. Visando à sustentabilidade do processo de desenvolvimento, são previstas ações que capacitem os empresários a implementar programas de responsabilidade social, tanto nos aspectos de proteção do patrimônio natural como no desenvolvimento social da população.

Objetivando melhorar as condições de abastecimento e a qualidade de vida da população local, recomenda-se incentivar a produção e comercialização dos hortifrutigranjeiros e outros produtos da região. Isto envolve a preparação e a oferta de assistência aos produtores rurais para que se integrem ao setor fornecendo insumos às atividades hoteleiras e gastronômicas com a regularidade e qualidade requeridas.

Finalmente, destaca-se o caráter essencial de um plano de marketing que defina e detalhe as estratégias de promoção dos produtos, equipamentos e serviços turísticos e estabeleça diretrizes de articulação e integração da cadeia produtiva do turismo na região.

3.3 Capacitação da população para o turismo

- Capacitação da comunidade para o turismo

Diagnosticou-se ser oportuna e necessária a realização de um trabalho de informação, mobilização e organização da comunidade para o desenvolvimento sustentável da atividade turística na região.

A capacitação da população para o seu papel de agente e beneficiária do desenvolvimento integrado e sustentável do turismo, levando-se em consideração a importância da atividade como um caminho de inclusão e desenvolvimento

econômico-social, deverá ser realizada por meio da promoção de oficinas, palestras, seminários e encontros, bem como de programas, projetos e cursos de forma presencial, semipresencial ou à distância.

Como forma de evitar a duplicidade de ações e o desperdício de recursos humanos e financeiros e de potencializar os resultados das ações desenvolvidas, será necessário realizar uma parceria efetiva entre as diversas instituições dos setores público e privado interessados e envolvidos em projetos e programas de capacitação: SETUR/UEE, Prefeituras Municipais, Conselhos Municipais, Comissão Municipal de Emprego e Renda, associações de classe dos empresários e dos trabalhadores, gestores de organizações não-governamentais e lideranças locais, IDENE, IEF, IEPHA, CODEMA, EMATER, SEBRAE, SENAC, universidades e rede escolar, dentre outros.

Os programas de capacitação a serem desenvolvidos deverão ser criteriosamente definidos, planejados e avaliados periodicamente e oferecidos de acordo com o estágio atual e às necessidades reais de cada localidade/setor, considerados aí os investimentos realizados para melhoria, modernização, ampliação e diversificação dos produtos e serviços oferecidos aos turistas.

De modo geral, os programas e projetos deverão fortalecer a atitude positiva da população residente de forma a desenvolver uma “cultura de hospitalidade” e, especialmente, a criar uma população capaz de reconhecer, valorizar e preservar o seu patrimônio histórico, cultural e natural.

Objetivando ampliar a geração de emprego e renda, e a melhoria da qualidade de vida da população residente, deverão ser desenvolvidos projetos de qualificação, desenvolvimento e atualização profissional para pessoas de todas as idades, com ou sem experiência e formação na área de turismo.

Os programas deverão preparar os participantes para melhorar a qualidade dos produtos e serviços oferecidos e ocupar os novos postos de trabalho gerados com o desenvolvimento do turismo sustentável na região (guias de turismo, ecoturismo, turismo rural, agências de turismo receptivo, *campings*, postos de informações turísticas e outros).

Dado o baixo poder aquisitivo da população, recomenda-se a realização de programas de qualificação profissional subsidiados pelo Poder Público em associação com as entidades representativas do empresariado e da comunidade local. A formatação de tais programas deve levar em consideração a existência de recursos já identificados em programas de qualificação profissional, como os do FAT.

Além das ações de capacitação da comunidade local para receber o turismo, especial atenção deverá ser dada à melhoria dos níveis de educação escolar da população, fundamental para sua inserção no mercado de trabalho. Assim, competirá ao Poder Público local buscar formas de reverter / melhorar esse quadro por meio de estímulos a programas de alfabetização de jovens e adultos, tal como o “Por um Brasil Alfabetizado”, desenvolvido com recursos do MEC, mediante convênios firmados entre o Sesi e as prefeituras municipais.

- Capacitação do profissional para o turismo

O regulamento operacional do PRODETUR/NE II prevê que a capacitação dos profissionais que atuam no setor de turismo seja orientada para o desenvolvimento e a certificação das competências (conhecimentos, habilidades e atitudes) previstas no Sistema Brasileiro de Certificação da Qualidade Profissional para o Turismo.

Assim, embora instituições formadoras já venham atuando com cursos e programas voltados para o setor do turismo e hospitalidade, tais programas e cursos deverão ter seu conteúdo e sua metodologia adequados, de modo a desenvolver as competências ocupacionais com vistas à certificação profissional. Para tanto, essas instituições deverão dedicar especial atenção à seleção e capacitação de seus instrutores, de preferência profissionais residentes na Área de Planejamento, que deverão ser preparados para utilizar as tecnologias e o material institucional desenvolvido especialmente para a qualificação de ocupações e competências associadas ao setor do turismo.

Alguns módulos do programa de capacitação, formatados com o objetivo de desenvolver conhecimentos, atitudes e valores que propiciem a realização e o desenvolvimento do potencial turístico local de forma sustentável, poderão ser oferecidos também aos profissionais dos demais setores / atividades que atendem

direta ou indiretamente o turista (taxistas, frentistas, comerciários, policiais militares, guardas de trânsito e outros). São os chamados “módulos transversais”, em cujo conteúdo estão os temas “Noções sobre Turismo e Hospitalidade”, “Meio ambiente e Sustentabilidade”, “Ética e Cidadania” e “Qualidade no Atendimento”, dentre outros.

Conforme já mencionado no diagnóstico (item **1.10.2**), no segundo semestre de 2003 foi desenvolvido pelo Instituto Estrada Real (IER), em parceria com o SEBRAE, um programa de capacitação e certificação da qualidade profissional para o turismo em dois dos cinco municípios da Área de Planejamento integrantes do Programa Estrada Real e dos Circuitos dos Diamantes – Diamantina e Serro (distritos de Milho Verde e São Gonçalo do Rio das Pedras) – utilizando metodologia desenvolvida pelo Instituto de Hospitalidade (IH) e tendo o SENAC-MG como unidade executora. Com base nos resultados obtidos e nas dificuldades encontradas em sua implementação, poderão ser promovidas a continuidade e a ampliação desse processo de capacitação e certificação, e a sua expansão para as localidades ainda não atendidas.

Importante registrar a necessidade de se desenvolver um amplo processo de informação e conscientização dos empresários e trabalhadores do setor, de modo a se implantar um sistema de capacitação e certificação profissional que seja reconhecido e resulte em vantagens competitivas para os que a ele aderirem.

Considerando-se a necessidade de desenvolver um processo de capacitação continuada que atenda aos atuais e futuros profissionais do setor, investimentos nos programas de capacitação e certificação da qualidade profissional para o turismo foram estimados para o período de 2005 a 2020, tendo como base o crescimento projetado da demanda e da mão-de-obra e as estratégias de desenvolvimento do turismo na região, com a presença de maior número de turistas nacionais e internacionais, e de maior poder aquisitivo e com maior nível de exigência.

Cabe ressaltar, finalmente, a necessidade de se oferecer ao trabalhador uma formação profissional mais abrangente, capaz de desenvolver nele competências (conhecimentos, habilidades e atitudes) que o prepare para o desempenho profissional e lhe proporcione melhores condições de empregabilidade, bem como o eduque para a prática da participação individual e coletiva, isto é, para o exercício da cidadania.

4 MERCADO E PROMOÇÃO TURÍSTICA

O potencial turístico da região, a existência de linhas de crédito de agentes financeiros como o Banco de Desenvolvimento de Minas Gerais S/A (BDMG), a Caixa Econômica Federal (CEF) e Banco do Nordeste do Brasil S/A (BNB), e a presença de outros programas de incentivo ao turismo na região, como Estrada Real, Circuitos Turísticos, Turismo Solidário e Cara Brasileira, aliados às ações aqui planejadas no âmbito do PRODETUR/NE II, contribuem para a consolidação de cenário favorável ao crescimento do fluxo turístico para a Área de Planejamento, estimulando investimentos no setor.

Ações devem ser promovidas no sentido de permitir o aumento do fluxo de turistas para a região, sobretudo daqueles oriundos de outras regiões e sem vínculos locais, com níveis de renda mais elevados e dispostos a permanecer na Área de Planejamento por períodos mais longos. Os principais atrativos turísticos relacionados e avaliados neste estudo como sendo de hierarquias I e II, por definição, apresentam potencial para atrair maior fluxo turístico no mercado internacional, em conjunto ou isoladamente. Além de incrementar os fluxos de turistas internacionais e regionais, o Plano pretende trabalhar, principalmente, o mercado nacional. Para consolidar tal crescimento do fluxo desejado, pretende-se elaborar e desenvolver um plano de marketing que enfatize os principais destinos e a diversidade de atrativos turísticos da região.

Este plano deverá: a) integrar as ações de marketing da região com as do Estado, as dos circuitos turísticos e as previstas no Programa “Cara Brasileira”; b) assegurar condições para maior investimento por parte do Poder Público e privado na produção e divulgação de material de qualidade, com base nos estudos e pesquisas sobre a região, cabendo lembrar nesse quesito que o regulamento do PRODETUR/NE II prevê que parte substantiva do custo de divulgação e marketing deverá recair sobre o empresariado local e suas associações; e c) estimular mais operadoras e agências a ampliar a oferta e comercialização dos produtos turísticos da Área de Planejamento.

É necessário também que as ações de promoção e marketing ocorram de forma sintonizada com a estruturação efetiva dos produtos turísticos, em termos de infraestrutura e serviços em geral, de forma a aumentar o grau de satisfação do turista e reverter os fatores inibidores da demanda potencial.

ANEXOS

Matrizes SWOT

1 MATRIZ SÍNTESE – DIRETRIZES GERAIS

		PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
		.Existência de patrimônio histórico-cultural de grande valor com destaque para o conjunto de Diamantina e Serro. .Existência de vários atrativos naturais com destaque para o Parque Estadual do Rio Preto. - Há demanda potencial, sobretudo para Diamantina e Serro. - Diamantina, Serro e São Gonçalo do Rio Preto têm boas condições de produto e mercado para se firmarem como principais destinos turísticos da Área de Planejamento. .Demais municípios apresentam atrativos e produtos turísticos pontuais complementares aos da área principal, mas tem que se preparar para essa oferta.	- Distância e acessibilidade aos principais mercados emissores .Deficiências de infra-estrutura básica, sobretudo em saneamento. - Vários atrativos histórico-culturais e naturais precisam de ações de preservação, infra-estrutura e gestão adequadas. - Oferta de alojamentos e serviços (e em especial os de melhor qualidade) concentrada em Diamantina e Serro. - Deficiências na capacitação institucional dos municípios, da população e do profissional para receber o turismo. - Gasto e permanência do turista na área é relativamente baixo .Demanda atual é, sobretudo, regional.
OPORTUNIDADES	Ações do PRODETUR/NE II e demais programas na área, como a Estrada Real e o Circuito dos Diamantes, poderão estimular o turismo na área	Planejar ações integradas e desenvolver de forma sustentável o turismo da área, com foco no turismo histórico-cultural conjugado com o turismo voltado para atrativos naturais, estruturando Diamantina, Serro e São Gonçalo do Rio Preto como destinos principais da região e os demais municípios como destinos que apresentam atrativos pontuais complementares.	- Melhorar condições e tempo de acesso de turistas de outras regiões de Minas e do Brasil à Área de Planejamento, sobretudo aos destinos turísticos principais (Diamantina, Serro e São Gonçalo do Rio Preto). - Sanar principais deficiências de infra-estrutura básica e de serviços nos principais destinos turísticos da região (Diamantina, Serro e São Gonçalo do Rio Preto), e que justificam este investimento pela expressividade da oferta e demanda turística efetiva e potencial. As deficiências dos demais municípios nesse quesito deverão ser atendidas dentro da disponibilidade de recursos existentes no programa, uma vez que todas as demais ações tenham sido garantidas, apoiando-se a procura de fontes de recursos alternativas ao PRODETUR/NE II para viabilizar estes investimentos. - Estruturar melhor os atrativos da área de planejamento, priorizando-se os de maior atratividade turística (hierarquia I, II e III), através de ações de preservação, infra-estrutura e gestão adequada. - Realizar ações de capacitação institucional dos municípios, da população e do profissional para receber o turismo na Área de Planejamento. - Promover, divulgar e comercializar mais o turismo da área em Minas e outros mercados emissores, de forma a atrair maior fluxo de turistas, com maior tempo de permanência e padrão de gastos na Área de Planejamento.

RISCOS	O não desenvolvimento de ações estruturantes que fomentem o turismo podem levar a perda de qualidade e competitividade crescente do turismo da área de planejamento frente a outras regiões, com reflexos negativos sobre emprego, renda e conservação do patrimônio.		
--------	---	--	--

2 MATRIZ DE PRODUTOS TURÍSTICOS E ATRATIVOS

PRODUTOS TURÍSTICOS E ATRATIVOS		PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
1- Atrativos Histórico-Culturais		- Importante acervo de edificações históricas dos séculos XVIII e XIX, destacando-se os conjuntos de Diamantina (Patrimônio Cultural da Humanidade) e Serro com maior valor turístico e capacidade de atrair turistas nacionais e internacionais. - Minas Novas destaca-se por sua importância histórica, localização estratégica no contexto do pólo e por imóveis de grande singularidade: Sobradão e Capela de São José. Couto de Magalhães de Minas possui ainda duas capelas de grande valor artístico: N. Sra. da Conceição e Senhor Bom Jesus do Matozinhos. - Povoados históricos com forte apelo turístico, destacando-se Milho Verde, São Gonçalo do Rio das Pedras, Biribiri, dentre outros. - Os atrativos de maior relevância encontram-se, de modo geral, bem preservados, principalmente os monumentos de Diamantina. - Presença e atuação do IPHAN e do IEPHA na região, em virtude dos diversos tombamentos federais e estaduais.	- Descaracterização e degradação de muitos atrativos por falta de recursos ou de interesse por parte do poder público e dos proprietários. - Muitos atrativos sem planejamento e infra-estrutura adequada para o recebimento de turistas. - Crescimento desordenado dos núcleos urbanos levando à descaracterização da paisagem histórica, como é o caso da ocupação da Serra dos Cristais em Diamantina. - Vários atrativos histórico-culturais sem instrumentos de proteção, como inventário e tombamento, e necessitando de obras de restauração.
OPORTUNIDADES	- Vários atrativos inseridos no Circuito dos Diamantes e Estrada Real, reforçando a divulgação, visitação e recebimento de recursos. - Programa Monumenta/BID, com várias ações de preservação previstas ou em execução (Serro, Diamantina). - Fortalecimento da gestão municipal do patrimônio por meio do ICMS Cultural e ampliação do número de bens culturais de valor turístico com proteção legal.	- Estruturar atrativos de maneira a desenvolvê-los de forma integrada e sustentável, não comprometendo a sua qualidade e identidade histórica. - Disponibilizar alternativas de interpretação do patrimônio. - Articular as ações do PRODEUR/NE II com outros projetos em desenvolvimento na região, principalmente com o Monumenta/BID. - Fortalecer e consolidar a gestão municipal do patrimônio por meio de capacitação institucional e da valorização e divulgação do esforço realizado pelos municípios no âmbito da Lei do ICMS Cultural.	- Realizar as ações de restauração e preservação de bens culturais priorizadas no item relativo ao patrimônio histórico-cultural. - Incentivar e apoiar os municípios na realização de inventários e no tombamento de seus atrativos turísticos; na implantação de programas e projetos de restauração e revitalização de bens culturais, de conservação preventiva e de educação patrimonial.
RISCOS	- Degradação e destruição dos atrativos em virtude da falta de investimentos, do envolvimento das comunidades e de ações de controle urbano. - Atividades turísticas sem planejamento e infra-estrutura adequada nos atrativos podem descaracterizar ou destruir o patrimônio histórico-cultural e comprometer o próprio turismo.	Monitorar o desenvolvimento do turismo nos pequenos povoados, evitando-se a descaracterização da paisagem histórica e natural e impactos nocivos para as comunidades locais.	- Informar e sensibilizar a população visando ao conhecimento e valorização de seu patrimônio cultural, por meio de campanhas educativas e de parcerias com entidades locais. - Elaborar Planos Diretores Municipais e Legislações Urbanísticas Básicas, contendo definição das áreas de interesse de preservação histórica, normas e diretrizes para o setor. - Restringir as atividades turísticas em áreas ainda não adequadamente estruturadas.

PRODUTOS TURÍSTICOS E ATRATIVOS		PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
2- ATRATIVOS NATURAIS		- Riqueza cênica das paisagens naturais do complexo do Espinhaço. - Presença de atrativos naturais em toda a região, favorecendo uma melhor distribuição dos fluxos turísticos. - Significativo número de unidades de conservação, correspondendo a 26% da área de planejamento. - Presença de 5 parques, sendo um nacional (Parque Sempre-Vivas). - Parque Estadual do Rio Preto com infra-estrutura e aberto oficialmente à visitação. - Alto potencial para desenvolvimento do ecoturismo, turismo de aventura, turismo rural e agroturismo. - Complementaridade entre os atrativos naturais e histórico-culturais.	- Desconhecimento da comunidade sobre o potencial turístico representado pelos atrativos naturais da região. - Unidades de conservação implantadas em nível incipiente, sem elaboração e implementação dos Planos de Manejo, com exceção do Parque do Rio Preto. - Deficiência dos atrativos naturais quanto à infra-estrutura, serviços e divulgação. - Acesso precário aos atrativos naturais. - Fraca atuação do poder público na regulamentação do uso e na preservação dos atrativos naturais. - Existência de áreas de interesse turístico e paisagístico sem os instrumentos adequados de proteção ambiental. - Presença de áreas degradadas pela mineração e garimpo e pela disposição inadequada de lixo. - Poluição de cursos d'água por lançamento de esgotos, especialmente em Diamantina. - Incidência da esquistossomose nas praias do rio Itamarandiba. - Desmatamento acentuado de matas nativas para produção de carvão. - Práticas não-sustentáveis de coleta da flora nativa e de exploração inadequada de sítios arqueológicos.
OPORTUNIDADES	- Tendência atual de crescimento do ecoturismo, turismo de aventura, turismo rural e agroturismo. - Existência na área de planejamento de organizações públicas e da sociedade civil voltadas para a preservação do meio ambiente. - Aparato legal favorece ações em prol da proteção do meio ambiente. - Repasse de ICMS Ecológico aos municípios que se habilitarem nos critérios Saneamento Ambiental e Unidades de Conservação. - Potencial turístico do lago a ser gerado pela Usina Hidroelétrica de Irapé no município de Turmalina.	- Envolver os atores públicos e privados e comunidades locais nos processos de gestão e tomada de decisão. - Desenvolver o ecoturismo, turismo de aventura, turismo rural e agroturismo com vistas à exploração sustentável dos recursos naturais. - Intensificar a fiscalização e controle das áreas de preservação ambiental. - Criar e comercializar roteiros turísticos que integrem os atrativos naturais e histórico-culturais.	Realização de fóruns regionais de turismo e desenvolvimento de programas de educação ambiental.

RISCOS	• Quadro de pobreza da população, sobretudo no meio rural, exercendo pressão sobre os recursos naturais. • Desenvolvimento de atividades turísticas nos atrativos naturais sem o devido planejamento. • Ocupação desordenada pela ausência de instrumentos de regulação físico-territorial. • Descaracterização de atrativos naturais pela ausência de regulamentação de seu uso. • Redução de matas nativas. • Agravamento do déficit hídrico, principalmente devido ao desmatamento nas nascentes. • Lançamento de esgotos sem tratamento nos cursos d'água.	• Implementar infra-estrutura de apoio aos visitantes nos atrativos naturais localizados em área pública e com maior potencial turístico. • Elaborar e implementar planos de manejo e zoneamento ambiental nas unidades de conservação, propiciando visitação adequada a essas áreas.	• Elaborar e implementar planos diretores nos municípios da área de planejamento. • Implementar fiscalização e controle efetivos nos atrativos naturais e seu entorno. • Recuperar áreas degradadas no entorno dos atrativos naturais e em outros locais com potencial para impactá-los. • Executar melhorias nos acessos aos atrativos. • Orientar a população quanto às condições impróprias de balneabilidade de águas comprometidas com a esquistossomose. • Implementar tratamento de esgotos nos municípios da área de planejamento.
--------	--	--	---

PRODUTOS TURÍSTICOS E ATRATIVOS		PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
3 - Manifestações Culturais, Acontecimentos Programados e Realizações Técnicas e Científicas Contemporâneas		- Dada a sua grande quantidade, diversidade e singularidade, as manifestações culturais reforçam o potencial turístico da área de planejamento enquanto atrativos complementares. - Autenticidade da cultura do Vale Jequitinhonha. - Artesanato reconhecido e comercializado internacionalmente, com destaque na produção para Turmalina, Minas Novas e Capelinha e na sua comercialização para Diamantina e Serro. - Destaque para Vesperata e Festival de Inverno da UFMG e o Queijo do Serro	- A maioria destas manifestações, acontecimentos e realizações não possuem cunho turístico, não sendo capaz de motivar, por si só, fluxos expressivos. - Número bastante incipiente de acontecimentos programados e realizações técnicas e científicas contemporâneas. - Divulgação deficiente destas manifestações, acontecimentos e realizações. - A gastronomia típica é pouco divulgada e não se afirma como produto turístico
OPORTUNIDADES	- Existência de uma demanda turística voltada para o conhecimento de diferentes culturas, regionais e locais. - Motivados pelo ICMS Cultural, os municípios vêm apoiando as manifestações culturais.	- Formação de parcerias para a comercialização e divulgação do artesanato local. - Desenvolver o turismo na região a partir de uma visão integrada dos atrativos.	- Promoção e divulgação do calendário de eventos do Vale do Jequitinhonha. - Inserção de novos acontecimentos programados e realizações técnicas e científicas no calendário de eventos dos municípios. - Inserção das manifestações, acontecimentos e realizações em roteiros turísticos comercializados. - Preservação, valorização e divulgação da gastronomia típica, por meio da capacitação da iniciativa privada e da realização de eventos gastronômicos.
RISCOS	- Alteração das tradições culturais por influência da atividade turística. - Descaracterização do artesanato local. - Abandono e desvalorização das práticas tradicionais pela falta de iniciativas de preservação e divulgação.		

		PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
PRODUTOS TURÍSTICOS E ATRATIVOS 4- Produtos Turísticos		- Diamantina, Serro e São Gonçalo do Rio Preto apresentam produtos de maior valor turístico. - Existem vários atrativos com grande potencial de se tornarem produtos no curto prazo. - Existência de produtos turísticos diversificados, reforçando a sua complementaridade. - Os produtos comercializados apresentam, em geral, preços compatíveis com outros destinos concorrentes. - De acordo com as agências que comercializam produtos na região, eles encontram-se bem estruturados. - O artesanato do Vale do Jequitinhonha é um produto reconhecido nacionalmente e com penetração em mercados internacionais. - O Parque Estadual do Rio Preto destaca-se enquanto produto de maior relevância na categoria de atrativos naturais. - Hospitalidade e receptividade da população da região.	- Poucos produtos sendo comercializados (apenas 12% dos atrativos). - Concentração de produtos em Diamantina e Serro. - Pouca interação entre produtos comercializados. - Falta planejamento e divulgação dos produtos. - As dificuldades de acesso e a ausência ou precariedade dos equipamentos e serviços de apoio turístico impedem a comercialização de alguns atrativos. - A infra-estrutura básica e de apoio ao turismo dos municípios é deficiente.
OPORTUNIDADES	- Inserção de alguns municípios da área de planejamento no Circuito do Diamante e no Programa Estrada Real. - A grande divulgação da Estrada Real na mídia potencializa a visitação na região. - Tendência atual de crescimento da demanda por turismo cultural, ecoturismo, turismo de aventura, turismo rural, agroturismo, turismo de negócios e de eventos. - Presença de instituições de ensino e pesquisa que podem ser utilizadas enquanto apoio ao desenvolvimento turístico.	- Criar e comercializar roteiros integrando atrativos e produtos de diversas categorias na região. - Priorizar ações voltadas para produtos já comercializados e investir nos atrativos com maior potencial turístico. - Promover planejamento e gestão integrada do turismo entre municípios, circuitos e outros programas voltados para a região.	- Criar, preparar e divulgar melhor os produtos turísticos. - Estimular as operadoras e agências a ampliar a oferta e canais de comercialização dos produtos turísticos da região.
RISCOS	- A comercialização de produtos não estruturados pode comprometer a sustentabilidade do turismo na região. - Mercantilização dos bens culturais, com o esvaziamento de seu conteúdo sócio-cultural. - Desenvolvimento do turismo de forma excludente, sem trazer benefícios para a população local.		Desenvolver o turismo garantindo a participação e a inserção da população local nos seus benefícios.

3 MATRIZ DE DESTINOS TURÍSTICOS: INFRA-ESTRUTURA E EQUIPAMENTOS

		PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
DESTINOS TURÍSTICOS 1- Acessibilidade		Acesso pavimentado às sedes municipais, a exceção de São Gonçalo do Rio Preto e Felício dos Santos.	- Pavimento da BR 135 (principal acesso à Área de Planejamento) em péssimo estado de conservação. - Ausência de pavimentação no trecho da MG 010 Serra do Cipó – Serro - Falta de pavimentação da MG 214, no trecho São Gonçalo do Rio Preto – Entr. MGT 367 - Falta de pavimentação da MG 317, no trecho Felício dos Santos – São Gonçalo do Rio Preto. - Estradas municipais em leito natural com inúmeros pontos críticos dificultando o acesso a produtos e atrativos turísticos - Sinalização precária, fiscalização deficiente e falta de segurança. - Aeródromo de Diamantina sem capacidade para receber aeronaves de médio porte e sem terminal de passageiros.
OPORTUNIDADES	- Acesso a programas estaduais e federais e, conseqüentemente, às novas fontes/linhas de financiamento em condições mais favoráveis. - Adequação do aeródromo de Diamantina aprovada pela Aeronáutica (70% da infraestrutura financiada pelo Programa Federal de Auxílio a Aeroportos – PROFAA).		- Pavimentação asfáltica da MG 010 entre Conceição do Mato Dentro e Serro (integrando BH/Circuito Turístico da Serra do Cipó/Área de Planejamento). - Pavimentação asfáltica dos trechos da MG 214 (São Gonçalo do Rio Preto–Entr. MGT 367) e da MGT367 (Felício dos Santos–São Gonçalo do Rio Preto) - Pavimentação asfáltica do trecho Olhos D’Água/rio Jequitinhonha/Entr. BR 367 - Pavimentação poliédrica nos principais acessos a produtos turísticos (Serro/Milho Verde/São Gonçalo do Rio das Pedras; Diamantina/Extração; acesso ao Parque Estadual do Rio Preto) - Buscar alternativas para viabilizar a pavimentação de outros trechos (outras rotas) que facilitem o acesso entre os municípios da Área de Planejamento, especialmente da MG 214 (SGRP-Capelinha), acessos aos distritos de Guinda, Sopa (Diamantina), Penha de França (Itamarandiba) e Buritis (Turmalina) e aos parques. - Sinalização turística (indicativa, educativa e Interpretativa) - Financiamento para complementação do Aeródromo – estacionamento e terminal de passageiros – não incluídos no PROFAA.

RISCOS	• Não enquadramento da região como prioritária nos planos de recuperação das malhas viárias estadual e federal.		• Aceleração da degradação da malha existente. • Redução /inibição da expansão da demanda turística pelas dificuldades de acesso à região. • Comprometimento na atração de investimentos privados. • Inibição do abastecimento e escoamento da produção regional.
--------	---	--	---

		PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
DESTINOS TURÍSTICOS 2 – Saneamento		Sistema de abastecimento de água operado pela COPASA–MG nas sedes dos municípios de Capelinha, Diamantina, Itamarandiba, Minas Novas, Serro e Turmalina.	- Sistemas de saneamento basicamente sob a responsabilidade de administrações municipais com dificuldades técnicas e financeiras para a operacionalização e manutenção dos sistemas. - Baixo nível de cobertura (% de população atendida) de todos os sistemas de saneamento, exceto o de abastecimento de água sob responsabilidade da COPASA–MG. - Ausência de Estações de Tratamento de Água (ETA) nas áreas não operadas pela COPASA. - Ausência de Estações de Tratamento de Esgoto (ETE) em todos os municípios. - Ausência de adequado sistema de drenagem urbana em todos os municípios. - Poluição dos cursos d' água com o lançamento de resíduos sólidos, comprometendo as captações superficiais e a balneabilidade de atrativos naturais. - Existência de lixões a céu aberto. (Capelinha, Couto de Magalhães de Minas, Itamarandiba e Turmalina). - Ausência de critério tarifário (exceto nas áreas de operação da COPASA–MG) comprometendo o retorno dos investimentos.
OPORTUNIDADES	Acesso aos novos programas estaduais e federais e, conseqüentemente, às novas fontes/linhas de financiamento com condições mais favoráveis.		- Implantação/ampliação dos SAA nas sedes de São Gonçalo do Rio Preto, Capelinha, Couto de Magalhães de Minas, Felício dos Santos, Itamarandiba, Minas Novas, Turmalina e nos distritos de Milho Verde e São Gonçalo do Rio das Pedras - Implantação/ampliação dos SES nas sedes de Diamantina, Serro, São Gonçalo do Rio Preto e Capelinha; e distritos de Milho Verde e São Gonçalo do Rio das Pedras. - Implantar sistemas adequados de limpeza urbana em todos os municípios (melhoria dos serviços de coleta do lixo, campanhas educativas, colocação de lixeiras nas ruas, implantação da coleta seletiva e destinação final do lixo). - Implantar adequados sistemas de drenagem pluvial.
RISCOS	Exclusão da região dos programas de saneamento, em decorrência da baixa capacidade de retorno dos investimentos.		- Manutenção dos índices de poluição dos corpos receptores - Manutenção de elevados níveis de mortalidade infantil e de causas de mortalidade geral ligadas à qualidade da água. - Comprometimento na atração de investimentos privados e na atração de fluxos de turistas em função da insalubridade.

	PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
DESTINOS TURÍSTICOS 3 – Equipamentos e Serviços de Apoio ao Turismo	• Preços médios dos serviços de hospedagem e alimentação compatíveis com os preços dos destinos concorrentes. • Estabelecimentos gastronômicos de melhor qualidade em Diamantina e Serro • Presença da Localiza <i>Rent a Car</i> em Diamantina. • Presença de transporte coletivo em Diamantina. • Estabelecimentos comerciais dos principais destinos vendendo o artesanato regional. • Associações de artesãos promovem a venda direta do artesanato. • Todos as sedes municipais contam com serviços de telefonia fixa e correios • Existência de estação de tv em Diamantina e de estações de rádio em alguns municípios. • Presença da Polícia Militar, em todos os municípios da Área de Planejamento • Postos de informação turística em Diamantina e Serro. • Existência de equipamentos e serviços no Parque Estadual do Rio Preto.	• Insuficiência na oferta de alojamentos de qualidade para atender a demanda nos períodos de pico (feriados/eventos). • Pouca utilização de tecnologia de informática para a venda de diárias. • Baixa qualidade das instalações e dos serviços oferecidos por boa parte dos meios de hospedagem e dos estabelecimentos de alimentação. • Reduzida oferta de <i>campings</i>. • Baixo controle de qualidade na elaboração e conservação dos alimentos. • Ausência de abatedouros na região • Fragilidade nas ações de vigilância sanitária, epidemiológica e de controle de zoonoses. • Pequena oferta de agências de turismo receptivo. • Precariedade do sistema de saúde na região. • Deficiências no transporte rodoviário municipal e intermunicipal, a partir de Diamantina, nos quesitos conforto e frequência. • Ausência de terminais rodoviários em Couto de Magalhães de Minas, Felício dos Santos e São Gonçalo do Rio Preto. • Reduzida oferta de locadora de veículos. • Deficiência no transporte público (ônibus/táxis) a exceção de Diamantina. • Falta de sinal para celular na maioria dos municípios. • O único quartel do Corpo de Bombeiros existente em Diamantina atende 34 municípios. • Inexistência de postos de informação turística na maioria dos municípios. • Terminais rodoviários não contam com postos de informações turísticas. • Baixa oferta de entretenimentos noturnos. • Centros de cultura e arte mal estruturados. • Inexistência de um centro de convenções de porte médio.

OPORTUNIDADES	• Inserção dos principais destinos da Área de Planejamento no Circuito dos Diamantes e no Programa Estrada Real potencializando o fluxo e a média de permanência dos turistas na região. • Programa de Certificação da Qualidade Profissional para o Turismo, desenvolvido pelo Programa Estrada Real nos principais destinos da Área de Planejamento. • Presença e atuação na região das principais instituições capacitadoras de empresários / empreendedores e de mão-de-obra para o setor (SEBRAE e SENAC). • Linhas de crédito específicas para o setor (investimento/capital de giro).	• Aumento da demanda turística e da média de permanência na Área de Planejamento.	• Estimular investimentos em modernização e conservação das instalações e utilização de tecnologia de informática. • Estimular a ampliação da oferta de campings bem estruturados. • Promover maior atuação do serviço de vigilância sanitária. • Estimular a criação de abatedouros. • Estimular investimentos em turismo receptivo, principalmente em Diamantina (agências, serviços de transporte, serviços de guias turísticos). • Promover a melhoria das condições de atendimento nas localidades que não dispõem de terminal rodoviário. • Estimular a integração dos serviços de guias, locação de veículos e agências de viagens e hotéis. • Estimular a implantação de postos de informação turística. • Equipar os terminais rodoviários e aeroportuários com postos de informações turísticas. • Estimular a implantação de centros de arte e cultura para divulgação e valorização da cultura regional. • Estimular a criação de um centro de convenções.
RISCOS	• Manutenção da baixa qualidade de boa parte dos equipamentos turísticos.		• Redução/inibição do fluxo turístico devido à baixa qualidade de boa parte dos equipamentos e serviços turísticos.

4 MATRIZ DE GESTÃO E CAPACITAÇÃO

		PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
GESTÃO E CAPACITAÇÃO 1 - Capacidade Institucional		- Existência de base institucional mínima para articulação público-privado para o turismo (Órgãos e Conselhos Municipais de Turismo). - Integração regional. - Existência de diagnóstico e de projetos participativos. - Existência de pessoas multiplicadoras de ações na região. - Participação do empresariado local em empreendimentos turísticos: parcerias - Presença da Agência de Desenvolvimento do Vale do Jequitinhonha. - Atuação de agências de capacitação na região – SEBRAE, SENAC, EMATER, FEVALE, Agência ECO. - Parceria público-privado e papel da AMAJE – Associação Municípios Alto do Jequitinhonha.	- Baixa capacidade de arrecadação de recursos próprios. - Qualificação insuficiente dos recursos humanos das prefeituras. - Precária base de planejamento físico-territorial. - Ação fragilizada nas gestões do conselho regional de turismo e na AMAJE - Predomínio de baixa capacidade institucional, no sentido de dar respostas às demandas da população local e regional. - Baixa capacidade institucional para a gestão e planejamento turístico. - Deficiente prestação de serviços públicos básicos (abastecimento, saneamento e vigilância sanitária) - Inadequada política de recursos humanos (terceirização e ausência de planos de carreira). - Falta de sensibilidade da comunidade - Descrença da população com relação a programas públicos. - Burocracia na liberação de recursos financeiros afetando a execução de projetos. - Falta de conhecimento histórico e cultural da população, que reflete nas informações ao turista. - Existência de exclusão social. - Especialização Setorial das pessoas e ações fragmentando os resultados pretendidos. - Baixa capacidade de resposta da área educacional às necessidades locais e regionais. - Pouca integração política na região. - Desconhecimento das linhas de financiamento para o desenvolvimento dos municípios.
OPORTUNIDADES	- Concepção integrada de planos de desenvolvimento do turismo. - Atuação na região de representações de vários órgãos estaduais e federais que atuam no suporte ao turismo (IPHAN, IEPHA, IEF, EMATER, Secretaria de Estado Extraordinária para o Desenvolvimento dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri e para o Norte de Minas). - Possibilidade de captação de recursos para financiar melhoria da capacidade institucional (BNDES, CEF e BB) - Existência de Associações Microrregionais de Municípios e Circuito do Diamante. - Cenários favoráveis à integração Governo-sociedade-iniciativa privada. - Importância crescente do município na formulação e implementação de políticas públicas.		- Atuar de forma integrada visando otimizar a locação de recursos para o desenvolvimento turístico. - Capacitar recursos humanos necessários à superação da baixa capacidade institucional dos municípios. - Estruturação e institucionalização do Plano Diretor. - Institucionalização do planejamento para o desenvolvimento do turismo.

RISCOS	• Descontinuidade das políticas e planos de desenvolvimento do turismo. • Cultura política inadequada à implantação de programas que requerem maturação. • Marginalização dos jovens • Descrença da população em inovações e mudanças. • Fechamento de postos de trabalhos nas áreas institucional e empresarial • Ocupação do espaço local por empresários de fora, com forte apelo por resultados imediatos. • Falta de visão de longo prazo, do empresariado. • Degradação dos recursos naturais. • Deturpação dos valores históricos e culturais da região.	• Sensibilizar e informar as instituições municipais para legitimação e implantação de ações de médio e longo prazo. • Fortalecer mecanismos de envolvimento e participação das instituições na consolidação das ações para o desenvolvimento do turismo.	• Fortalecer a integração regional e as parcerias. • Integração intersetorial no planejamento e implementação das ações. • Criar base para sistema de informação e monitoramento da atividade turística dos municípios.
----------------------	---	--	---

GESTÃO E CAPACITAÇÃO 2 – Capacitação do Setor Privado		PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
		- Os entrevistados consideram importante o fortalecimento do associativismo para o melhor desempenho da atividade turística. - Percepção dos empresários de que os problemas de saneamento e meio ambiente afetam o desenvolvimento do turismo - Interesse dos empresários em realizar melhorias em seus negócios e em novos empreendimentos.	- Ineficácia das associações empresariais existentes. - Precária capacitação profissional do empresariado e da mão-de-obra do setor: - Níveis insatisfatórios de percepção da qualidade dos serviços prestados na área de turismo - Estratégias empresariais limitadas frente aos desafios do empreendedorismo. - Dificuldade de abastecimento de bebidas e produtos alimentícios, exceto em Diamantina. - Dificuldade de adquirir matéria prima industrializada para determinados tipos de artesanato (tapeçaria, bordados etc).
OPORTUNIDADES	- Tendência de os programas de governo se basearem em parcerias entre os setores públicos/ privados e na participação da sociedade civil, por intermédio de suas organizações representativas. - Presença de universidades federais em Diamantina. - Expansão do número de cursos superiores de turismo e hotelaria em Minas Gerais. - Existência de programas de treinamento e qualificação profissional - Tendência de crescimento do ecoturismo. - Existência de linhas de financiamento (BNDES e Fundos Estaduais) para o setor	- Estimular novos empreendimentos e melhorias nos existentes, desenvolvendo o potencial empreendedor dos empresários locais e facilitando o acesso às linhas de crédito existentes. - Informar sobre as oportunidades de negócios decorrentes do desenvolvimento do turismo.	- Estimular a organização da classe empresarial para a solução de problemas comuns. - Ampliar a capacidade gerencial da classe empresarial - Estimular a adoção de sistemas de certificação dos serviços turísticos - Treinar a mão-de-obra, mediante parceria com governos locais, escolas de nível médio e superior, centros de formação profissional e outras instituições com atuação na região, buscando a otimização dos recursos destinados aos programas de desenvolvimento do turismo.
RISCOS	- Envolvimento das associações com a política partidária local, comprometendo a efetivação de suas finalidades. - Crescimento desordenado da atividade turística, aumentando os problemas ambientais. - Permanência das atuais dificuldades de acesso à região	- Desenvolver ações e programas voltados para a proteção ambiental e para a melhoria dos serviços da área de saneamento. - Estimular a adoção de gestão ambiental dos estabelecimentos baseada nas normas de certificação.	- Incentivar a produção local de hortifrutigranjeiros e outros produtos típicos da região. - Estimular a organização de um eficiente sistema de abastecimento de insumos para o artesanato.

		PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
		Atitude positiva da população em relação à presença dos turistas.	- Baixo grau de escolaridade da população dificulta a educação para o turismo e o desenvolvimento de uma cultura de hospitalidade. - Baixa conscientização e preparação do cidadão quanto ao seu papel no desenvolvimento do turismo sustentável e na oferta de produtos e serviços de qualidade. - Grande parte da população local desconhece o valor do seu patrimônio natural, histórico e de suas tradições culturais, não se sentindo motivada a preservá-los. - Insuficiente oferta de atividades ligadas à educação para o turismo.
GESTÃO E CAPACITAÇÃO 3- Capacitação da População para o Turismo			
OPORTUNIDADES	- Presença e atuação de instituições formadoras como SEBRAE e SENAC, universidades e ONGs na região podem favorecer a capacitação da população para o turismo. - O desenvolvimento do turismo sustentável na região, com a geração de emprego e renda, pode estimular o interesse da população local para a valorização e conservação do seu patrimônio histórico, cultural e natural.	Fortalecer a atitude positiva da população através de trabalho de informação, mobilização e organização da comunidade para o desenvolvimento da atividade turística na região.	Estimular a oferta de atividades ligadas à educação da população para o turismo.
RISCOS	- Comprometimento da qualidade dos serviços turísticos e de programas de capacitação profissional na região pelo não enfrentamento dos baixos níveis de escolaridade e educação da população. - Tendência de abandono e desvalorização de certas práticas tradicionais da cultura local pela falta de reconhecimento de sua importância turística e de incentivo, aliada à introdução de elementos externos pelos meios de comunicação.		- Estimular os órgãos públicos a implementarem ações de fomento à educação básica da população, especialmente jovens e adultos. - Realizar oficinas de planejamento participativo, buscando articular a identidade local e a preservação do patrimônio natural, histórico e cultural com o desenvolvimento urbano e econômico.

GESTÃO E CAPACITAÇÃO 4 – Capacitação do Profissional para o Turismo		PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
		Programas de capacitação profissional para o turismo são realizados através da parceria entre os setores público e privado: prefeituras, associações comerciais, sindicatos, escolas e instituições capacitadoras.	- Baixa qualidade dos produtos e serviços devido à falta de qualificação da mão-de-obra do setor. - Baixo comprometimento do setor público, dos empresários e lideranças locais com a capacitação da mão-de-obra para o turismo, pelo não reconhecimento de sua importância. - Carência de profissionais residentes na região capacitados para atuarem como instrutores nos programas de capacitação. - O baixo poder aquisitivo da população inviabiliza que as pessoas invistam em sua qualificação profissional.
OPORTUNIDADES	- Presença e atuação de instituições formadoras como SEBRAE e SENAC, universidades e ONGs na região podem favorecer a capacitação do profissional para o turismo. - Divulgação da Estrada Real e do Circuito dos Diamantes tende a aumentar a demanda por equipamentos e serviços turísticos de qualidade, exigindo mão-de-obra capacitada. - Implementação do programa de Certificação da Qualidade Profissional para o Turismo pelo Instituto Estrada Real e Circuito dos Diamantes nos municípios de Diamantina e Serro (distritos de Milho Verde e de São Gonçalo do Rio das Pedras).	- Promover a articulação com o Programa Estrada Real e o Circuito dos Diamantes para continuidade e ampliação do Programa de Certificação da Qualidade profissional para o Turismo nos municípios de Diamantina e Serro (distritos de Milho Verde e São Gonçalo do Rio das Pedras). - Expandir o Programa de Certificação da Qualidade Profissional para o Turismo para os municípios ainda não contemplados.	Promover a capacitação de profissionais residentes na região para atuarem como instrutores dos programas de capacitação e certificação.
RISCOS	- A não integração dos programas de capacitação profissional compromete sua eficácia. - Dificuldades na ampliação e/ou redução da demanda pela insatisfação gerada pelo baixo profissionalismo e qualidade dos produtos e serviços oferecidos. - Baixo nível salarial dificulta investimentos em capacitação.	Promover a integração dos diversos programas de capacitação profissional na região, otimizando a utilização dos recursos humanos e financeiros.	- Promover a conscientização e estimular investimentos dos setores público e privado na capacitação da mão-de-obra como forma de garantir a oferta de produtos e serviços de qualidade. - Estimular o reconhecimento e a valorização da mão-de-obra qualificada pelo empresariado.

5 MATRIZ DE MERCADO E PROMOÇÃO TURÍSTICA

	PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
MERCADO 1 – Gastos turísticos e perfil da demanda efetiva	60% dos turistas que viajam de ônibus e 50% dos que viajam de automóvel consideram "bons" ou "excelentes" os serviços de higiene e limpeza, atendimento, localização e infra-estrutura dos equipamentos de hospedagem. - Dos turistas que viajam de ônibus, 58% e 71% acham "boas" a higiene e o atendimento dos serviços de alimentação, respectivamente. - Dos turistas que viajam de ônibus, 67% acham "bons" os serviços de limpeza, 54% os de segurança pública e 54% os de transporte urbano. - Dos turistas que viajam de automóvel, 54,1% consideram "excelente" a acolhida da população.	- Baixo nível de renda dos turistas resulta em baixo nível de expectativas e conformidade quanto a qualidade dos serviços turísticos da região - Concentração de turistas de maior poder aquisitivo em apenas 02 municípios da Área de Planejamento (Diamantina e Serro). - Baixo fluxo médio de turistas/dia (207,7 turistas/dia) na Área de Planejamento. - Baixo índice de ocupação de quartos por estabelecimento (2,7 quartos/dia) na Área de Planejamento. - Elevada presença de turistas de Minas Gerais (70,5%). - Baixo nível de renda individual dos turistas (de 1 a 05 SM) para 60% dos que viajam de ônibus e 30% dos que viajam de automóvel. - Baixo nível de gastos total por turista (R\$56,82). - Baixo nível de gastos médios por pessoa/dia: R\$10,86 para os que viajam de ônibus e R\$23,19 para os que se hospedam em hotéis e ou pousadas. - Baixo uso de agenciamento e pacotes turísticos (concentrados em Diamantina e Serro) - Apenas 50% dos turistas que viajam de ônibus consideram "satisfatória" a disponibilidade de informações turísticas. - vários turistas reclamam não terem conhecido alguns estabelecimentos turísticos do Serro, por estes se encontrarem fechados - Elevada concentração de fluxos turísticos nos feriados, finais de semana e nos meses de férias escolares, em Diamantina e Serro. - Nos demais municípios predominam turistas de negócio em dias de semana. - Taxa média de permanência do turista de 2,5 dias para os que utilizam o setor de hospedagem - Elevado percentual de turistas que viajam de ônibus (77,08%) e de carro (34,9%) se hospedam em casas de parentes e amigos.

	PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
MERCADO 2 - Demanda Potencial	• 76,8% dos turistas têm interesse em voltar a região. • 88% têm interesse em conhecer a região	• 23,2% de turistas não pretendem voltar à região devido: – Acesso ruim (53,8%) – Condições ruins de hospedagem (38,5%) – Insatisfação com os atrativos (23,1%) – Falta de informações turísticas (15,4%) – Condições de alimentação e serviços públicos ruins (15,4%). • Os que nunca visitaram a região alegam os seguintes motivos: – Desconhecem os atrativos (45%) – Falta de informação turística (41%) – Preferiram outros roteiros turísticos mais interessantes (30,9%) – Percepção negativa quanto aos serviços de alimentação e hospedagem praticados na área de planejamento (2,8%)
MERCADO 3 - Promoção Turística	• A Área de Planejamento apresenta diversidade de atrativos e é um produto novo no mercado. Seu portão de entrada é Diamantina, "Patrimônio Histórico da Humanidade" e também Serro, Patrimônio Nacional.	• As ações de divulgação da região são desestruturadas e descoordenadas. • Carência de oferta de roteiros e informações turísticas de qualidade sobre a região. • Pouco agenciamento receptivo e comercialização dos produtos turísticos da região. • Falta planejamento estratégico na comercialização do produto turístico da região.

OPORTUNIDADES	- A presença dos programas Estrada Real e do Circuito dos Diamantes tende a ampliar a divulgação turística de parte da Área de Planejamento no âmbito regional, nacional e até internacional, possibilitando o aumento do fluxo de turistas – sobretudo os de renda mais elevada – o aumento dos dias de permanência e dos gastos turísticos na região. - Presença do Projeto Piloto em Diamantina do “Movimento Cara Brasileira” e do Programa Turismo Solidário tende também a aumentar a divulgação e o interesse turístico pela região, com efeito, positivo sobre os fluxos turísticos. - Presença de linhas de crédito (BDMG, CEF, BNB e outros) para micro e pequenas empresas que precisam se reestruturar para atender melhor seus clientes		
RISCOS	- A manutenção do perfil de demanda, gastos turísticos e sazonalidade atuais podem inibir o potencial turístico da região. - A divulgação de produtos ainda não estruturados pode afetar a sustentabilidade dos produtos. - A falta ou promoção inadequada da Área de Planejamento compromete os investimentos e o desenvolvimento do turismo na região. - Estagnação ou redução do fluxo de turistas frente à competitividade de destinos concorrentes, com conseqüente redução da taxa de lucratividade e queda do índice de emprego no setor turístico.		- Elaborar e desenvolver programa de marketing – enfatizando os principais destinos e a diversidade de atrativos turísticos da região – voltado para atrair um público de maior renda em Minas, no Brasil e exterior, estimulando o aumento da permanência e gastos turísticos na região. Este plano deverá: – Integrar as ações de marketing da área de Planejamento às de nível estadual e às dos circuitos em particular – Assegurar condições para maior investimento por parte do poder público e privado na produção e divulgação do material promocional da região – Estimular mais operadora e agências a ampliarem a oferta e comercialização dos produtos turísticos da região, incluindo eventos que ajudem a reduzir a sazonalidade turística - Sintonizar as ações de promoção e marketing com a estruturação efetiva dos produtos, em termos de infra-estrutura e serviços em geral, de forma a aumentar o grau de satisfação do turista e reverter fatores inibidores da demanda potencial.

Parte 2
QUADROS PROSPECTIVOS

EQUIPE TÉCNICA

Ângelo Costa Gurgel (consultor)

João Batista Rezende (FJP)

Elizângela Adriana de Castro Silva (consultora)

LISTA DE TABELAS

TABELA 1.1 –	Cenário conservador – Crescimento à taxa anual de 2% do fluxo de turistas no Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha.....	79
TABELA 1.2 –	Cenário conservador – Incremento necessário de UHs no Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha.....	80
TABELA 1.3 –	Cenário otimista – Incremento de 10% à taxa anual de 2% do fluxo de turistas no Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha.....	81
TABELA 1.4 –	Cenário otimista – Incremento necessário de UHs no Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha.....	82
TABELA 1.5 –	Investimentos totais realizados em empresas do setor de turismo e UHs construídas a partir dos incentivos concedidos pelo FINAM e FINOR e pelas aplicações do FUNGETUR, 1969 a 2001, Brasil.....	89
TABELA 1.6 –	Cenário otimista – Situação desejada com o aumento de dias de permanência e dos gastos no Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha.....	92
TABELA 1.7 –	Cenário otimista – Geração de tributos a partir da renda gerada pelos gastos turísticos esperados no Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha.....	95
TABELA 1.8 –	Número de ocupados no setor de turismo e relação entre ocupados e UHs utilizadas nos municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – 2003.....	97
TABELA 1.9 –	Empregos nos setores de atividade do turismo devido ao consumo turístico – 1999.....	98
TABELA 1.10 –	Principais Ocupações em Hospedagem. Brasil – 1999.....	99
TABELA 1.11 –	Principais Ocupações em Bares e Restaurantes. Brasil – 1999.....	99
TABELA 1.12 –	Principais Ocupações em Agência de Viagem. Brasil – 1999.....	99
TABELA 1.13 –	Principais Ocupações em Outros Setores de Serviço e Comércio. Brasil –1999.....	100
TABELA 1.14 –	Cenário conservador – Incremento no emprego a partir do aumento das UHs na Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha.....	101
TABELA 1.15 –	Cenário conservador – Decomposição dos empregos em outros setores do comércio e serviços. Participação de cada segmento no total dos setores do comércio e serviços na Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha.....	103

TABELA 1.16 –	Cenário conservador – Total de empregados na Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha.....	104
TABELA 1.17 –	Cenário conservador – Incremento total de empregados na Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha.....	105
TABELA 1.18 –	Cenário otimista – Incremento no emprego a partir do aumento das UHs na Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha.....	106
TABELA 1.19 –	Cenário otimista – Decomposição dos empregos em outros setores do comércio e serviços. Participação de cada segmento no total dos setores de comércio e serviços na Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha.....	108
TABELA 1.20 –	Cenário otimista – Total de empregados na Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha.....	109
TABELA 1.21 –	Cenário otimista – Incremento no total de empregados na Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha.....	110

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	75
1 ÍNDICES E RESULTADOS.....	77
1.1 Crescimento do turismo externo e do turismo interno	77
1.2 Tipo de turista desejado no futuro e que será motivado por meio das ações que se prevêem no PDITS.....	83
1.3 Comportamento futuro do turista quanto a gasto e a estadia média.....	83
1.4 Incremento das UHs e investimentos derivados.....	85
1.5 Incremento esperado de investimentos em outras empresas e serviços turísticos privados e públicos.....	88
1.6 Incremento esperado da receita do turismo para a Área de Planejamento.	90
1.7 Renda derivada pela receita turística e pelos investimentos.....	93
1.8 Impacto fiscal decorrente dos impostos gerados.....	93
1.9 Cobertura de crédito.....	96
1.10 Incremento de empregos gerados pelo programa.....	96
1.11 Impacto do turismo (sem o PRODETUR) no meio ambiente.....	111
REFERÊNCIAS	113

INTRODUÇÃO

A elaboração dos quadros prospectivos compreende a definição da situação atual – baseada em indicadores originários de diferentes pesquisas de campo e de informações secundárias disponíveis – de dois cenários para o turismo no Pólo e de projeções até 2020.

Na situação atual procurou-se definir todos os indicadores demandados no Termo de Referência e que seriam objeto das projeções para os cenários *conservador* (sem o Programa) e *otimista* (com o Programa): fluxo turístico, gastos, dias de permanência, incremento de UHs e investimentos derivados, de investimentos em outras empresas e serviços turísticos privados e públicos, da receita esperada, da renda derivada pela receita turística e pelos investimentos, impacto fiscal e incremento de empregos gerados pelo programa.

Os índices e metodologia utilizados, bem como os resultados obtidos, são descritos neste relatório.

1 ÍNDICES E RESULTADOS

1.1 Crescimento do turismo externo e do turismo interno

a) Turismo externo

A pesquisa de demanda revelou que o turismo externo é incipiente e ainda insignificante na região, não sendo possível, a partir dos dados existentes, projetar estatisticamente um crescimento relevante deste tipo de turismo para o Pólo. Todavia, com as ações previstas no PRODETUR/NE II, deverá ocorrer um aumento neste fluxo, não passível de estimativa, mas que está embutido nas estimativas totais do fluxo esperado.

b) Turismo interno

Foram projetados dois cenários alternativos de crescimento do fluxo turístico interno para a Área. No cenário conservador, prevê-se um crescimento anual do fluxo de 2%, que representa um valor intermediário entre a taxa de crescimento do fluxo estimado para a Área de Planejamento de 2000 a 2002 (1,75%)³ e a taxa de crescimento do fluxo de turistas no Brasil entre 1998 e 2001 (2,74%). Pressupõe-se que o efeito de outros programas de turismo na região a partir de 2003 implicará uma taxa de crescimento superior à de 1,75%, estimada para a Área de Planejamento no período 2000/2002, mas ainda não tão expressiva como a que se prevê para o cenário mais otimista, devido a ausência de investimentos do PRODETUR/NE II e outros aportes mais significativos para a atração de turistas para a área (TAB. 1.1).

Neste cenário conservador, seriam esperados 391.105 turistas visitando os municípios pesquisados em 2010. Esse fluxo significa um crescimento acumulado de 17,17% em relação ao fluxo calculado para o ano de 2002. Em 2015, seriam esperados 431.811

³ Vide cálculo da taxa de crescimento da Área de Planejamento no item de Demanda deste PDITS.

turistas e em 2020, 476.754. O número de unidades habitacionais precisaria ser ampliado de forma mais significativa a partir de 2013. O aumento dos gastos turísticos, a partir deste cenário, seria modesto e de pouco impacto na economia local (TAB. 1.2)

No cenário otimista, prevê-se um crescimento do fluxo de 2% no primeiro ano, com um aumento de 10% desta taxa anualmente, atingindo a taxa de 11,79% de crescimento anual em 2020. Além de investimentos de outros programas na região, este cenário considera que os expressivos investimentos a serem realizados pelo PRODETUR/NE II tenham uma maturação gradual que incremente o fluxo de turistas a cada ano, até atingir uma taxa anual de crescimento próxima ao que se observou para Minas Gerais (12,03) e para o estado da Bahia (13,24%) no período de 1998 a 2001. Ainda, a taxa média de crescimento anual da Área de Planejamento obtida por este procedimento para o período de 2002 a 2020 fica em torno de 3,14%, valor próximo ao da taxa de crescimento do fluxo de turistas nos estados do Nordeste – de 3,06% no período de 1998 a 2001 –, desconsiderando o estado que mais cresceu (Rio Grande do Norte, 19,2%) e o que menos cresceu (Maranhão, -19,55%). Os estados do Nordeste, em geral, além de guardarem certas semelhanças edafoclimáticas, econômicas e socioambientais com a área do Vale do Jequitinhonha, o que permitiu a inclusão desta última na área de atuação da Agência de Desenvolvimento do Nordeste (ADENE) receberam, em seu conjunto, ações significativas para o desenvolvimento do turismo no período (TAB. 1.3).

Neste cenário otimista de crescimento do fluxo turístico – que só seria possível a partir da implementação de um conjunto de ações do PRODETUR/NE II na Área de Planejamento, voltadas para a melhoria de acesso, da infra-estrutura e dos serviços em geral, a criação e valorização dos atrativos e produtos turísticos e, sobretudo sua divulgação –, seriam esperados 438.085 turistas no ano de 2010 (crescimento de 31,24% em relação ao ano de 2002). O número de turistas estimado seria de 595.456 em 2015 e de 967.408 em 2020. O número de unidades habitacionais precisaria ser ampliado já no ano de 2006 (TAB. 1.4).

TABELA 1.1

Cenário conservador – Crescimento à taxa anual de 2% do fluxo de turistas no Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha

ANO	TAXA DE CRESCIMENTO ANUAL (%)	NÚMERO TOTAL ESTIMADO DE TURISTAS	NÚMERO DE TURISTAS QUE UTILIZAM OS SERVIÇOS DE HOSPEDAGEM NO PÓLO	NÚMERO DE TURISTAS QUE NÃO UTILIZAM O SERVIÇO DE HOSPEDAGEM	SITUAÇÃO ATUAL E PROJETADA				
					Turistas que utilizam serviços de hospedagem		Turistas que não utilizam serviços de hospedagem		Gasto total dos turistas no Pólo (R\$)
					Permanência total de turistas (dias)	Gasto total dos turistas no Pólo (R\$)	Permanência total de turistas (dias)	Gasto total dos turistas no Pólo (R\$)	
2001	2,00	331.907	74.347	257.560	185.868	4.310.277,06	1.347.038	14.628.831,83	18.939.108,89
2002	2,00	333.804	74.772	259.032	186.930	4.334.912,27	1.354.737	14.712.442,28	19.047.354,54
2003	2,00	340.480	77.518	262.962	193.796	4.494.124,92	1.375.290	14.935.649,14	19.429.774,06
2004	2,00	347.290	80.365	266.924	200.914	4.659.185,14	1.396.014	15.160.710,90	19.819.896,05
2005	2,00	354.235	83.317	270.918	208.293	4.830.307,70	1.416.903	15.387.568,85	20.217.876,54
2006	2,00	361.320	86.377	274.943	215.943	5.007.715,24	1.437.952	15.616.159,53	20.623.874,77
2007	2,00	368.547	89.550	278.997	223.874	5.191.638,60	1.459.154	15.846.414,62	21.038.053,22
2008	2,00	375.918	92.839	283.079	232.096	5.382.317,10	1.480.503	16.078.260,61	21.460.577,71
2009	2,00	383.436	96.248	287.188	240.621	5.579.998,85	1.501.991	16.311.618,62	21.891.617,46
2010	2,00	391.105	99.783	291.321	249.458	5.784.941,04	1.523.610	16.546.404,11	22.331.345,16
2011	2,00	398.927	103.448	295.478	258.621	5.997.410,36	1.545.352	16.782.526,65	22.779.937,01
2012	2,00	406.905	107.248	299.658	268.119	6.217.683,25	1.567.209	17.019.889,63	23.237.572,88
2013	2,00	415.043	111.187	303.857	277.967	6.446.046,32	1.589.170	17.258.389,96	23.704.436,28
2014	2,00	423.344	115.270	308.074	288.176	6.682.796,71	1.611.226	17.497.917,81	24.180.714,51
2015	2,00	431.811	119.504	312.307	298.760	6.928.242,46	1.633.366	17.738.356,27	24.666.598,73
2016	2,00	440.447	123.893	316.554	309.733	7.182.702,95	1.655.578	17.979.581,05	25.162.284,00
2017	2,00	449.256	128.443	320.813	321.109	7.446.509,27	1.677.851	18.221.460,14	25.667.969,41
2018	2,00	458.241	133.161	325.080	332.902	7.720.004,66	1.700.171	18.463.853,47	26.183.858,13
2019	2,00	467.406	138.052	329.355	345.129	8.003.544,99	1.722.524	18.706.612,53	26.710.157,52
2020	2,00	476.754	143.122	333.632	357.805	8.297.499,19	1.744.897	18.949.580,03	27.247.079,22

Fonte: Dados básicos: Pesquisa de campo realizada em 2003.

Elaboração: Fundação João Pinheiro (FJP). Centro de Estudos Econômicos e Sociais (CEES)

TABELA 1.2

Cenário conservador – Incremento necessário de UHs no Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha

ANO	NÚMERO PREVISTO DE TURISTAS UTILIZANDO SERVIÇOS DE HOSPEDAGEM NO MÊS DE PICO	NÚMERO PREVISTO DE TURISTAS POR DIA	NÚMERO DE DIAS DE PERMANÊNCIA	NÚMERO DE LEITOS NECESSÁRIOS	NÚMERO DE UHs NECESSÁRIAS	EXCESSO (+) OU DÉFICIT (-) DE UNIDADES HABITACIONAIS	INCREMENTO DE INVESTIMENTOS DERIVADOS DO INCREMENTO DE UHs	INCREMENTO DE INVESTIMENTOS EM OUTRAS EMPRESAS E SERVIÇOS TURÍSTICOS	RENDA DIRETA DERIVADA PELOS GASTOS TURÍSTICOS
2001	14.869	480	2,5	1.199	600	289	-	-	608.457,03
2002	14.954	482	2,5	1.206	603	286	-	-	611.934,64
2003	15.504	500	2,5	1.250	625	264	-	-	621.218,48
2004	16.073	518	2,5	1.296	648	241	-	-	630.579,48
2005	16.663	538	2,5	1.344	672	217	-	-	640.015,18
2006	17.275	557	2,5	1.393	697	192	-	-	649.522,95
2007	17.910	578	2,5	1.444	722	167	-	-	659.099,95
2008	18.568	599	2,5	1.497	749	140	-	-	668.743,12
2009	19.250	621	2,5	1.552	776	113	-	-	678.449,18
2010	19.957	644	2,5	1.609	805	84	-	-	688.214,62
2011	20.690	667	2,5	1.669	834	55	-	-	698.035,66
2012	21.450	692	2,5	1.730	865	24	-	-	707.908,30
2013	22.237	717	2,5	1.793	897	(8)	268.330,01	388.603,19	717.828,25
2014	23.054	744	2,5	1.859	930	(33)	1.152.646,94	1.669.296,24	727.790,93
2015	23.901	771	2,5	1.927	964	(34)	1.194.981,36	1.730.606,15	737.791,48
2016	24.779	799	2,5	1.998	999	(35)	1.238.870,64	1.794.167,85	747.824,75
2017	25.689	829	2,5	2.072	1.036	(37)	1.284.371,88	1.860.064,05	757.885,23
2018	26.632	859	2,5	2.148	1.074	(38)	1.331.544,29	1.928.380,48	767.967,09
2019	27.610	891	2,5	2.227	1.113	(39)	1.380.449,25	1.999.206,04	778.064,17
2020	28.624	923	2,5	2.308	1.154	(41)	1.431.150,39	2.072.632,88	788.169,92

Fonte: Dados básicos: Pesquisa de campo realizada em 2003.

Elaboração: Fundação João Pinheiro (FJP). Centro de Estudos Econômicos e Sociais (CEES)

TABELA 1.3

Cenário otimista – Incremento de 10% à taxa anual de 2% do fluxo de turistas no Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha

ANO	TAXA DE CRESCIMENTO ANUAL (%)	NÚMERO TOTAL ESTIMADO DE TURISTAS	NÚMERO DE TURISTAS QUE UTILIZAM OS SERVIÇOS DE HOSPEDAGEM NO PÓLO	NÚMERO DE TURISTAS QUE NÃO UTILIZAM OS SERVIÇOS DE HOSPEDAGEM NO PÓLO	SITUAÇÃO ATUAL E PROJETADA				
					Turistas que utilizam serviços de hospedagem		Turistas que não utilizam serviços de hospedagem		Gasto total dos turistas no Pólo (R\$)
					Permanência total de turistas (dias)	Gasto total dos turistas no Pólo (R\$)	Permanência total de turistas (dias)	Gasto total dos turistas no Pólo (R\$)	
2001	2,00	331.907	74.347	257.560	185.868	4.310.277,06	1.347.037,92	14.628.831,83	18.939.108,89
2002	2,20	333.804	74.772	259.032	186.930	4.334.912,27	1.354.736,86	14.712.442,28	19.047.354,54
2003	2,42	341.882	77.838	264.045	194.594	4.512.630,14	1.380.952,93	14.997.148,87	19.509.779,01
2004	2,66	350.983	81.220	269.763	203.050	4.708.733,56	1.410.859,90	15.321.938,51	20.030.672,07
2005	2,93	361.260	84.969	276.291	212.423	4.926.099,18	1.445.002,30	15.692.724,99	20.618.824,17
2006	3,22	372.897	89.145	283.752	222.862	5.168.160,04	1.484.023,37	16.116.493,84	21.284.653,88
2007	3,54	386.109	93.817	292.292	234.542	5.439.035,16	1.528.687,11	16.601.541,99	22.040.577,15
2008	3,90	401.157	99.072	302.085	247.680	5.743.694,67	1.579.906,20	17.157.781,30	22.901.475,97
2009	4,29	418.356	105.014	313.342	262.534	6.088.172,03	1.638.777,68	17.797.125,58	23.885.297,61
2010	4,72	438.085	111.770	326.315	279.424	6.479.838,51	1.706.628,71	18.533.987,76	25.013.826,27
2011	5,19	460.810	119.496	341.315	298.739	6.927.761,21	1.785.075,81	19.385.923,29	26.313.684,50
2012	5,71	487.105	128.386	358.719	320.965	7.443.173,87	1.876.102,17	20.374.469,52	27.817.643,40
2013	6,28	517.680	138.682	378.998	346.706	8.040.101,32	1.982.159,29	21.526.249,91	29.566.351,23
2014	6,90	553.424	150.689	402.735	376.723	8.736.195,36	2.106.301,97	22.874.439,41	31.610.634,77
2015	7,59	595.456	164.793	430.663	411.982	9.553.864,34	2.252.368,99	24.460.727,26	34.014.591,60
2016	8,35	645.203	181.489	463.715	453.722	10.521.815,07	2.425.227,59	26.337.971,65	36.859.786,71
2017	9,19	704.497	201.418	503.080	503.544	11.677.179,92	2.631.107,47	28.573.827,12	40.251.007,04
2018	10,11	775.715	225.416	550.299	563.540	13.068.484,05	2.878.062,16	31.255.755,04	44.324.239,09
2019	11,12	861.973	254.590	607.383	636.474	14.759.833,38	3.176.613,59	34.498.023,62	49.257.857,00
2020	12,23	967.408	290.417	676.991	726.041	16.836.899,11	3.540.663,51	38.451.605,69	55.288.504,80

Fonte: Dados básicos: Pesquisa de campo realizada em 2003.
Elaboração: Fundação João Pinheiro (FJP). Centro de Estudos Econômicos e Sociais (CEES)

TABELA 1.4

Cenário otimista – Incremento necessário de UHs no Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha

ANO	NÚMERO PREVISTO DE TURISTAS UTILIZANDO SERVIÇOS DE HOSPEDAGEM NO MÊS DE PICO	NÚMERO PREVISTO DE TURISTAS POR DIA	NÚMERO DE DIAS DE PERMANÊNCIA	NÚMERO DE LEITOS NECESSÁRIOS	NÚMERO DE UHs NECESSÁRIAS	EXCESSO (+) OU DÉFICIT (-) DE UNIDADES HABITACIONAIS	INCREMENTO DE INVESTIMENTOS DERIVADOS DO INCREMENTO DE UHs	INCREMENTO DE INVESTIMENTOS EM OUTRAS EMPRESAS E SERVIÇOS TURÍSTICOS	RENDA DIRETA DERIVADA PELOS GASTOS TURÍSTICOS
2001	14.869	480	2,50	1.199	600	289	-	-	8.554.795,49
2002	14.954	482	2,63	1.266	633	256	-	-	8.603.690,05
2003	15.568	502	2,76	1.384	692	197	-	-	8.812.567,18
2004	16.244	524	2,89	1.516	758	131	-	-	9.047.854,57
2005	16.994	548	3,04	1.666	833	56	-	-	9.313.522,88
2006	17.829	575	3,19	1.835	918	-29	998.530,33	1.446.100,15	9.614.278,16
2007	18.763	605	3,35	2.028	1.014	-96	3.372.977,43	4.884.842,29	9.955.728,70
2008	19.814	639	3,52	2.248	1.124	-110	3.861.435,86	5.592.241,73	10.344.596,69
2009	21.003	678	3,69	2.502	1.251	-127	4.445.279,51	6.437.780,80	10.788.988,93
2010	22.354	721	3,88	2.797	1.398	-147	5.147.848,65	7.455.261,50	11.298.745,33
2011	23.899	771	4,00	3.084	1.542	-144	5.024.712,67	7.276.932,45	11.885.891,29
2012	25.677	828	4,00	3.313	1.657	-115	4.014.954,87	5.814.572,36	12.565.229,52
2013	27.736	895	4,00	3.579	1.789	-133	4.649.937,71	6.734.172,65	13.355.120,85
2014	30.138	972	4,00	3.889	1.944	-155	5.422.424,30	7.852.909,80	14.278.523,73
2015	32.959	1.063	4,00	4.253	2.126	-182	6.369.467,19	9.224.444,37	15.364.391,03
2016	36.298	1.171	4,00	4.684	2.342	-215	7.540.130,03	10.919.831,74	16.649.565,66
2017	40.284	1.299	4,00	5.198	2.599	-257	9.000.046,15	13.034.123,97	18.181.379,88
2018	45.083	1.454	4,00	5.817	2.909	-310	10.837.962,88	15.695.847,50	20.021.258,80
2019	50.918	1.643	4,00	6.570	3.285	-376	13.175.251,09	19.080.775,06	22.249.774,01
2020	58.083	1.874	4,00	7.495	3.747	-462	16.179.899,70	23.432.193,02	24.973.817,62

Fonte: Dados básicos: Pesquisa de campo realizada em 2003.

Elaboração: Fundação João Pinheiro (FJP). Centro de Estudos Econômicos e Sociais (CEES)

1.2 Tipo de turista desejado no futuro e que será motivado por meio das ações que se prevêem no PDITS

O tipo de turista desejado é aquele interessado em permanecer um número maior de dias nas cidades do Pólo, com um maior nível de renda, com maior propensão a gastar e com um comportamento ambientalmente responsável.

1.3 Comportamento futuro do turista quanto a gasto e a estadia média

a) Comportamento atual quanto a gasto e a estadia média

O gasto médio por turista foi calculado em R\$56,82. A média de dias de permanência dos turistas que viajam de ônibus é de 5,23 dias, o que permite obter um valor de gasto médio diário por turista de R\$10,86 para esse grupo. Considerando o gasto médio por turista no Pólo, de R\$ 56,82, e a média de dias de permanência dos turistas que utilizam os serviços de hospedagem, de 2,50 dias, o gasto médio diário por turista que utiliza os serviços de hospedagem no Pólo passa a ser de R\$ 23,19.

b) Comportamento desejado

– Parcela de turistas que utilizam os serviços de hospedagem

Espera-se que as ações do PRODETUR/NE II permitam atrair uma maior proporção de turistas que utilizam os serviços do setor de Hospedagem. Dessa forma, tem-se como meta elevar, ano a ano, a participação deste tipo de turista no total de turistas visitando o Pólo, de forma, que no ano 2020 esta participação tenha aumentado de 22,4% para 30%. Esse aumento pressupõe que, ao longo do tempo, a atração de novos turistas para o Pólo com este perfil seja superior à atração dos turistas que

visitam e se hospedam em casas de amigos e parentes, bem como de turistas de segunda residência.

– Gasto

De acordo com os dados da pesquisa da FIPE para 2001, o gasto turístico *per capita* em Minas Gerais era de R\$187,92. Este valor é cerca de 3,3 vezes superior ao valor estimado para o Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha. Dessa forma, o valor de R\$188,00 seria aquele desejado para os turistas que visitam o Pólo a partir das ações do PRODETUR/NE III. Ou seja, espera-se que os turistas que visitam o Pólo atinjam um nível de gasto individual similar ao observado para o Estado até 2020.

– Estadia média

Pretende-se com as ações do PRODETUR/NE II elevar a estadia média no Pólo para cerca de 4 dias de permanência até 2020. Esta estadia média baseia-se no estímulo ao uso de roteiros turísticos que contemplam dois ou mais municípios do Pólo. Acredita-se que seria muito difícil aproximar a estadia média do Pólo da média nacional – de cerca de 10,8 dias, de acordo com a pesquisa da FIPE para 2001. A moda observada na referida pesquisa para o país é de 3 dias de permanência. Portanto, acredita-se que elevar a permanência média do turista de 2,45 para 4 dias seja uma meta mais realista.

– Gasto médio por dia de permanência

Considerando o gasto desejado de R\$188,00 por turista e a meta de 4 dias de permanência, o gasto médio por dia de permanência deveria ser elevado para R\$47,00 até 2020, cerca de duas vezes superior aos gastos diários realizados pelos turistas que utilizam os serviços de hospedagem e quatro vezes superior aos gastos diários pelos turistas que viajam de ônibus para o Pólo.

1.4 Incremento das UHs e investimentos derivados

Para estimar o número de UHs necessárias para o conjunto dos municípios pesquisados, devem-se utilizar as estimativas sobre o fluxo turístico, a parcela de turistas que utilizam os meios de hospedagem (inicialmente de 22,4%, e crescendo anualmente a uma taxa de 1,64%, até atingir 30%), o tempo médio de estadia observado e esperado (2,45 e 4 dias, respectivamente), o número médio de turistas por quarto (2 turistas, na percepção de 60,7% dos empresários do setor de hospedagem) e o fluxo de turistas no mês de pico, a partir da sazonalidade da demanda (TAB 1.2 e 1.4).

De acordo com o estudo da FIPE, 42,2% das viagens domésticas no Brasil se concentram nos meses de alta temporada (janeiro, fevereiro, julho e dezembro), o que resulta em uma proporção média de 10,6% das viagens por mês de alta temporada. Para o Sudeste, a proporção de viagens nos meses de alta temporada sobe para 45,1%, enquanto para o Nordeste essa proporção é de 39,7%. No presente estudo, os meses de julho, janeiro, fevereiro e dezembro, nesta ordem, foram considerados os de maior fluxo de turistas pelos empresários do setor de hospedagem, sendo que o mês de julho foi apontado o dobro de vezes pelos empresários como aquele de maior fluxo em relação ao segundo colocado, janeiro. Pode-se utilizar o valor de 42,2% das viagens domésticas no Brasil como *proxy* para o fluxo de turistas nos meses de pico. Ainda segundo as informações dos empresários, pode-se inferir que cerca de 50% do fluxo observado nos meses de pico concentra-se em um único mês. Dessa forma, espera-se que 20% do fluxo de turistas esteja concentrado no mês de pico (julho) no Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha.

Com base nos parâmetros acima relacionados apurou-se para 2002 o seguinte quadro:

- Número de pessoas utilizando os estabelecimentos no setor de hospedagem: 22,4% (parcela de turistas utilizando os serviços de hospedagem) de 333.804 (fluxo total de turistas estimado) = 74.772 turistas

- Número máximo de turistas no mês de pico: 20% (proporção de turistas no mês de pico) de 74.772 = 14.954 turistas
- Número médio de turistas por dia no mês de pico: $14.954 / 31 = 482$ turistas
- Número de leitos necessários considerando a média de permanência de turistas: $482 \times 2,45$ (número médio de dias de permanência observado) = 1.181 leitos
- Número de UHs necessárias: $1.181 / 2$ (número médio de pessoas hospedadas por quarto) = 591 UHs.

Esses cálculos podem ser repetidos para os demais anos, considerando constantes a proporção de turistas no mês de pico, o número médio de pessoas hospedadas por quarto e o aumento na parcela de turistas utilizando os serviços de hospedagem. Quanto ao número médio de dias de permanência observado, deve-se projetar uma elevação deste número ano a ano com as ações do PRODETUR/NE II, até atingir o valor de 4, que é o número médio de dias de permanência desejado. Se for considerado um crescimento de 5% ao ano do número médio de dias de permanência, em 2011 seria atingido o valor de 4 dias de permanência por parte dos turistas. Portanto, para efeitos do cálculo de incremento no número de UHs, deve-se elevar o número médio de dias de permanência em 5%, a partir do valor observado de 2,5 dias, até atingir 4 dias, estabilizando-se neste número até o último ano considerado. Com a elevação do número de dias de permanência, o cálculo acima para o ano de 2002 deveria ser corrigido para 633 UH's.

O estudo de oferta turística, constante deste relatório apurou que existem 889 UHs nas cidades pesquisadas do Pólo. Considerando um cenário otimista, calcula-se que em 2006 haveria um déficit de 29 Uhs. Para os demais anos, este déficit é calculado como o número de UHs necessárias menos o número de UHs existente, considerando que o déficit do ano anterior tenha sido suprido. Da mesma forma, o déficit pode ser considerado como a diferença entre o número de UHs necessárias no ano menos o número necessário no ano anterior, a partir do ano de 2006 (TAB.1.4).

Os investimentos derivados, calculados a partir do incremento das UHs, podem ser obtidos a partir de estatísticas de custo médio do m^2 de construção e da área média de uma UH, considerando uma área adicional que represente a fração de área de cômodos de apoio, como *hall* de entrada, recepção, *lobby*, área de lazer, refeitório, estacionamento e outros, necessários aos estabelecimentos do setor de hospedagem, para cada UH. De acordo com o Sindicato da Indústria da Construção Civil de Minas Gerais (SINDUSACON), o valor médio do m^2 de construção em junho de 2004 foi de R\$714,48⁴. Arredonda-se este valor no presente estudo para R\$700,00.

A área média de uma UH, acrescida de uma área de apoio, que representa a fração de outros cômodos necessários aos estabelecimentos do setor de hospedagem para cada UH, pode variar bastante de acordo com o tipo de estabelecimento considerado. O valor de 50 m^2 poderia ser usado como referência, uma vez que diversas combinações de tamanho de UH e área de apoio poderiam ser ajustadas a esse valor, de forma a representar tanto grandes estabelecimentos, que possuem um grande número de quartos de metragem considerável e uma pequena fração de área de apoio por quarto, quanto pequenos estabelecimentos, com número reduzido de quartos e que precisam de uma fração relativamente grande de área de apoio por quarto. Ou seja, 50 m^2 poderiam considerar UHs de 35 m^2 de área (cerca de 7m x 5m) mais 15 m^2 de fração de *lobby*, refeitório, área de lazer e outros cômodos de apoio para cada UH. De outro lado, para estabelecimentos de maior escala e luxo, pode-se considerar que 50 m^2 representam 40 m^2 por UH (cerca de 7m x 7m) e apenas 10 m^2 de área para apoio, menor por UH devido ao grande número de UHs desse tipo de estabelecimento.

Para maior segurança no valor escolhido de 50 m^2 , foram pesquisados a área total construída e o número de UHs de alguns estabelecimentos do setor de hospedagem. Para o Hotel Caesar Business de Nova Lima, a área média por UH é de 52,15 m^2 (6.415,76 m^2 de área construída e 123 UHs)⁵ e para o Confort Suites Londrina é de 51,03 m^2 (6.226 m^2 de área construída e 122 UHs)⁶. Dessa forma, pode-se ter como confiável o valor de 50 m^2 como padrão para uma UH e área de apoio.

⁴ Fonte: http://www.cbic.org.br/bd/frm_bd.htm (acesso em 6/08/2004).

⁵ Fontes: informações do próprio estabelecimento e <http://www.hiarq.com.br/commenu.cfm>

⁶ Fontes: informações do próprio estabelecimento e <http://www.hiarq.com.br/commenu.cfm>

Com base no custo de R\$700,00 por m² de construção e na área média de 50m² por UH, cada nova UH construída custaria cerca de R\$35.000,00 de novos investimentos. Dessa forma, o valor de R\$35.000,00 deve ser multiplicado pelo valor positivo do déficit de UH's para ser obtido o investimento necessário para suprir o número de UHs demandas por ano. Para o cenário otimista, portanto, investimentos de cerca de R\$998.530,00 seriam necessários no ano de 2006 para suprir o déficit de 29 UHs (TAB 1.4).

1.5 Incremento esperado de investimentos em outras empresas e serviços turísticos privados e públicos

Os investimentos em outras empresas e serviços turísticos privados e públicos derivados do incremento das UHs podem ser obtidos a partir de estatísticas que mostrem investimentos realizados em serviços e produtos turísticos e número de UHs construídas. O Anuário Estatístico EMBRATUR – 2003 apresenta informações sobre investimentos turísticos realizados no Brasil, de 1969 a 2001, relacionados aos incentivos fiscais concedidos pelos extintos FINAM e FINOR e sobre a aplicação de recursos do Fundo Geral de Turismo (FUNGETUR). Essas informações mostram o número de projetos aprovados, o volume e as fontes de recursos envolvidas na sua execução, complementadas por dados referentes ao número de UHs e a geração de empregos diretos. Dessa forma, essa fonte pode ser utilizada para a criação de parâmetros sobre o volume de investimentos realizados no setor de turismo e sua relação com a construção de novas UHs. A TAB. 1.5 reproduz as colunas de interesse obtidas do Anuário Estatístico da EMBRATUR.

TABELA 1.5

Investimentos totais realizados em empresas do setor de turismo e UHs construídas a partir dos incentivos concedidos pelo FINAM e FINOR e das aplicações do FUNGETUR, 1969 a 2001, Brasil

ANO	INVESTIMENTOS TOTAIS	UH	ANO	INVESTIMENTOS TOTAIS	UH	ANO	INVESTIMENTOS TOTAIS	UH
1969	108.532.287	2.907	1980	75.309.824	5.144	1991	53.658.924	417
1970	35.356.930	2.147	1981	97.982.456	3.586	1992	17.833.770	34
1971	49.845.191	4.238	1982	51.579.235	2.018	1993	70.064.280	498
1972	64.453.824	4.934	1983	50.721.158	1.980	1994	34.681.589	153
1973	75.646.775	5.278	1984	65.467.870	2.544	1995	82.093.201	1.106
1974	59.185.508	4.363	1985	143.904.428	4.578	1996	94.343.928	337
1975	74.427.252	5.310	1986	50.044.348	1.593	1997	119.003.452	908
1976	41.004.164	1.031	1987	207.493.511	2.344	1998	125.766.890	993
1977	95.328.662	5.841	1988	111.293.278	3.544	1999	149.053.143	1006
1978	84.588.619	3.837	1989	195.138.243	1.972	2000	170.000.592	870
1979	67.627.882	4.895	1990	37.797.288	522	2001	89.892.299	541

Fonte: Anuário Estatístico EMBRATUR, 2003. Valores a preços de dezembro de 2002.

Os dados da TAB. 1.5 podem ser utilizados para calcular o nível de investimentos realizados, em média, para cada UH construída, bastando dividir ano a ano os investimentos totais pelo número de UH's. Calculando a média de investimentos por UH para todos os anos, obtém-se o valor de R\$85.687,70. Dessa forma, pode-se supor que para cada UH construída foram investidos R\$85.688,00 em empresas do setor de turismo. Como os investimentos específicos nos estabelecimentos do setor de hospedagem para construção de uma UH foram estimados em R\$35.000,00, pode-se supor que dos R\$85.688,00 investidos no setor de turismo a cada UH construída R\$50.688,00 são investimentos em outras empresas deste setor.

O valor de R\$50.688,00 por UH construída será, então, utilizado como parâmetro para estimar o volume esperado de investimentos em outras empresas e serviços turísticos. Basta multiplicar esse valor pelo valor positivo do déficit de UHs. Para o cenário otimista, então, seriam investidos R\$1.446.100,00 em outras empresas e serviços turísticos no ano de 2006 (TAB. 1.4).

1.6 Incremento esperado da receita do turismo para a Área de Planejamento

Para estimar o incremento da receita do turismo na Área de Planejamento, deve-se multiplicar o fluxo de turistas estimado pelo nível de gasto médio por turista. Com base nos cenários traçados para o crescimento do fluxo turístico, podem ser projetados dois cenários para o incremento da receita do turismo.

a) Cenário 1 (conservador)

Considera o crescimento anual de 2% do fluxo de turistas e o aumento da proporção de turistas que utilizam os serviços de hospedagem de 22,4% para 30% até 2020. Os turistas que utilizam os serviços do setor de hospedagem permanecem, em média, 2,5 dias e gastam por dia cerca de R\$ 23,19. Multiplicando o número estimado de turistas que utilizam os serviços de hospedagem pelo número de dias de permanência e pelos gastos diários, obtém-se o total de gastos dos turistas que utilizam os serviços de hospedagem. Somam-se a estes os gastos dos turistas que não utilizam os serviços de hospedagem, obtidos pelo número estimado destes turistas multiplicado pelo número médio de 5,23 dias de permanência e pelo gasto diário de R\$10,86.

b) Cenário 2 (otimista)

Considera o crescimento de 2% no primeiro ano do fluxo de turistas, com um aumento de 10% desta taxa anualmente e o aumento da proporção de turistas que utilizam os serviços de hospedagem de 22,4% para 30% até 2020.

Ainda, podem-se traçar duas situações possíveis, de acordo com o padrão observado (situação atual) e o padrão desejado (situação desejada) de dias de permanência dos turistas no setor de hospedagem e seus gastos diários:

- Situação atua

Os turistas que utilizam os serviços do setor de hospedagem permanecem, em média, 2,5 dias e gastam por dia R\$ 23,19. Multiplicando o número estimado de turistas que utilizam os serviços de hospedagem pelo número de dias de permanência e pelos

gastos diários, obtém-se o total de gastos dos turistas que utilizam os serviços de hospedagem. Somam-se a estes os gastos dos turistas que não utilizam os serviços de hospedagem, obtido pelo número estimado destes turistas multiplicado pelo número médio de 5,23 dias de permanência e pelo gasto diário de R\$10,86.

- Situação desejada

Ocorre um aumento de 5% anualmente no número de dias de permanência dos turistas que utilizam os serviços do setor de hospedagem, até atingir 4 dias de permanência (em 2011), bem como ocorre o aumento anual, de cerca de 7,5%, dos gastos diários destes turistas, até atingir o gasto de R\$47,00 diários no ano de 2011. Multiplicando o número estimado de turistas que utilizam os serviços de hospedagem pelo número de dias de permanência e pelos gastos diários, obtém-se o total de gastos dos turistas que utilizam os serviços de hospedagem. Somam-se a estes os gastos dos turistas que não utilizam os serviços de hospedagem, obtido pelo número estimado destes turistas multiplicado pelo número médio de 5,23 dias de permanência e pelo gasto diário de R\$10,86 (TAB. 1.6).

TABELA 1.6

Cenário otimista – situação desejada com o aumento de dias de permanência e dos gastos no Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha

ANO	TURISTAS QUE UTILIZAM OS SERVIÇOS DE HOSPEDAGEM		TURISTAS QUE NÃO UTILIZAM OS SERVIÇOS DE HOSPEDAGEM		GASTO TOTAL DOS TURISTAS (R\$)
	Permanência de turistas (dias)*	Gasto total dos turistas no Pólo (R\$)**	Permanência total de turistas (dias)	Gasto total dos turistas no Pólo (R\$)	
2001	185.868	4.310.277,06	1.347.038	14.628.831,83	18.939.108,89
2002	196.277	4.660.030,69	1.354.737	14.712.442,28	19.372.472,96
2003	214.540	5.214.908,21	1.380.953	14.997.148,87	20.212.057,08
2004	235.056	5.849.644,99	1.410.860	15.321.938,51	21.171.583,50
2005	258.202	6.578.653,44	1.445.002	15.692.724,99	22.271.378,42
2006	284.434	7.419.562,12	1.484.023	16.116.493,84	23.536.055,96
2007	314.309	8.394.071,26	1.528.687	16.601.541,99	24.995.613,25
2008	348.510	9.529.071,70	1.579.906	17.157.781,30	26.686.853,00
2009	387.883	10.858.119,81	1.638.778	17.797.125,58	28.655.245,39
2010	433.478	12.423.396,91	1.706.629	18.533.987,76	30.957.384,68
2011	477.983	14.040.740,70	1.785.076	19.385.923,29	33.426.664,00
2012	513.544	15.085.345,93	1.876.102	20.374.469,52	35.459.815,45
2013	554.729	16.295.160,08	1.982.159	21.526.249,91	37.821.409,99
2014	602.756	17.705.958,69	2.106.302	22.874.439,41	40.580.398,10
2015	659.171	19.363.157,56	2.252.369	24.460.727,26	43.823.884,82
2016	725.955	21.324.937,82	2.425.228	26.337.971,65	47.662.909,47
2017	805.670	23.666.556,97	2.631.107	28.573.827,12	52.240.384,09
2018	901.663	26.486.362,67	2.878.062	31.255.755,04	57.742.117,71
2019	1.018.358	29.914.280,68	3.176.614	34.498.023,62	64.412.304,30
2020	1.161.666	34.123.943,87	3.540.664	38.451.605,69	72.575.549,55

Fonte: Dados básicos: Pesquisa de campo realizada em 2003.

Elaboração: Fundação João Pinheiro (FJP). Centro de Estudos Econômicos e Sociais (CEES).

*Na situação desejada considerou-se o crescimento do número de dias de permanência ano a ano, a uma taxa de 5%, até atingir o valor desejado de 4 dias de permanência.

** Na situação desejada considerou-se o crescimento do gasto diário ano a ano, a uma taxa de 7,5%, até atingir o valor desejado de R\$47,00 por dia de permanência.

1.7 Renda derivada pela receita turística e pelos investimentos

Na ausência de dados sobre consumo intermediário, gastos com empregados, excedentes operacionais e lucros líquidos das empresas do setor de turismo no Pólo do Vale do Jequitinhonha, a renda derivada diretamente pela receita turística pode ser calculada com base nos dados da Conta Satélite do Turismo (EMBRATUR, 2002). De acordo com esta fonte estatística, o consumo turístico interno no Brasil em 1999 atingiu o montante de R\$38.794.665,50. Nesse mesmo ano, o valor adicionado pelas atividades do turismo foi de R\$17.525.364,30. Dividindo o segundo número pelo primeiro, percebe-se que cerca de 45,17% dos gastos dos turistas internamente foram destinados ao pagamento de salários, excedente operacional bruto e rendimentos de autônomos; ou seja, geraram renda. O restante dos gastos deve ter sido utilizado pelas empresas e prestadores de serviços turísticos para o pagamento de insumos intermediários e impostos.

A partir dessas observações, a proporção de 45,17% pode ser utilizada como *proxy* para a parcela dos gastos turísticos no Jequitinhonha que é revertida para a geração de renda, na forma de remuneração ao trabalho e ao capital. Aplicando essa proporção na estimativa de gasto total dos turistas no Jequitinhonha para o ano de 2001, no cenário otimista, obtém-se o montante de R\$8.554.795,49 como renda direta gerada pela receita turística (TAB. 1.4).

Não foram encontrados dados sobre renda gerada a partir de investimentos nos setores de turismo ou multiplicadores que permitissem a estimação da renda derivada pelos investimentos.

1.8 Impacto fiscal gerado pelos impostos

As informações a seguir foram utilizadas para calcular os índices e parâmetros que permitiram a estimação dos impostos gerados:

- PIB total dos municípios selecionados em 2002: R\$413.818.512;
- PIB do setor de serviços dos municípios selecionados em 2002: R\$266.438.993
- Renda direta derivada pelos gastos turísticos em 2002: R\$8.603.690,05
- ISS arrecadado em 2002: R\$745.827,11
- ICMS arrecadado em 2002: R\$9.587.942,09
- IPTU arrecadado em 2002: R\$534.767,06

Com base nessas informações, podem-se calcular os coeficientes que mostram a relação entre a arrecadação de impostos e a renda gerada no setor de turismo, com base no ano de 2002.

Dividindo a renda direta derivada dos gastos turísticos pelo PIB do setor de serviços, obtém-se uma estimativa da participação do turismo no PIB do setor de serviços. Apurou-se que 3,23% do PIB do setor de serviços é proveniente dos gastos com o setor de turismo. Supondo que essa mesma fração seja arrecadada em impostos – ou seja, do total do imposto sobre serviços (ISS) arrecadado nos municípios selecionados do Pólo, 3,23% são gerados pelos gastos turísticos – obtém-se para o ano de 2002 o total de R\$24.090,21, proveniente de ISS pelos gastos turísticos. Dividindo este valor pela renda derivada dos gastos turísticos, encontra-se que para cada R\$ 1.000,00 de gastos turísticos em 2002 gerou-se uma arrecadação de R\$2,82 de ISS para os municípios pesquisados do Pólo. Esse valor pode ser usado para os demais anos para estimar o impacto fiscal gerado pela atividade do turismo, a partir da arrecadação do ISS.

Como os gastos turísticos também estão relacionados com setores que geram ICMS, principalmente pelas empresas fornecedoras de insumos para as empresas turísticas, é necessário obter uma estimativa da arrecadação de ICMS a partir dos gastos turísticos. Para tal, parte-se da fração dos gastos turísticos no PIB total dos municípios pesquisados para o ano de 2002, de cerca de 2,08%. Pode-se supor que do total de

ICMS arrecadado nos municípios selecionados do Pólo 2,08% sejam gerados pelos gastos turísticos, ou R\$199.429,20. Dividindo este valor pelo total de gastos turísticos, encontra-se que para cada R\$1.000,00 de renda direta derivada pelos gastos turísticos em 2002 foram arrecadados cerca de R\$23,31 de ICMS.

Para calcular o impacto fiscal decorrente dos impostos gerados, foram utilizados os coeficientes acima calculados (R\$2,82 de ISS e R\$23,31 para cada R\$1.000,00 de gastos turísticos), que foram multiplicados, para cada ano, pela renda gerada pelos gastos turísticos esperados no cenário otimista (TAB 1.7).

TABELA 1.7

Cenário otimista – Geração de tributos a partir da renda gerada pelos gastos turísticos esperados no Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha

ANO	GASTO TOTAL DOS TURISTAS NO PÓLO (R\$)	TRIBUTOS		
		ISS	ICMS	Total
2001	18.939.108,89	24.124,52	199.412,28	223.536,81
2002	19.047.354,54	24.262,41	200.552,01	224.814,42
2003	19.509.779,01	24.851,44	205.420,94	230.272,38
2004	20.030.672,07	25.514,95	210.905,49	236.420,44
2005	20.618.824,17	26.264,13	217.098,22	243.362,35
2006	21.284.653,88	27.112,26	224.108,82	251.221,09
2007	22.040.577,15	28.075,15	232.068,04	260.143,19
2008	22.901.475,97	29.171,76	241.132,55	270.304,31
2009	23.885.297,61	30.424,95	251.491,33	281.916,28
2010	25.013.826,27	31.862,46	263.373,75	295.236,22
2011	26.313.684,50	33.518,21	277.060,13	310.578,34
2012	27.817.643,40	35.433,95	292.895,50	328.329,45
2013	29.566.351,23	37.661,44	311.307,87	348.969,31
2014	31.610.634,77	40.265,44	332.832,39	373.097,82
2015	34.014.591,60	43.327,58	358.143,95	401.471,54
2016	36.859.786,71	46.951,78	388.101,38	435.053,15
2017	40.251.007,04	51.271,49	423.807,96	475.079,46
2018	44.324.239,09	56.459,95	466.695,54	523.155,49
2019	49.257.857,00	62.744,36	518.642,23	581.386,59
2020	55.288.504,80	70.426,17	582.139,69	652.565,85

Fonte: Dados básicos: Pesquisa de campo realizada em 2003.

Elaboração: Fundação João Pinheiro (FJP). Centro de Estudos Econômicos e Sociais (CEES)

1.9 Cobertura de crédito

Existem várias linhas de crédito no setor bancário disponíveis para investimentos e capital de giro para o setor de turismo e de serviços em geral, em volume e condições adequadas para suprir a demanda identificada na região. O Banco do Desenvolvimento de Minas Gerais, por exemplo, opera as seguintes linhas de crédito:

- BNDS automático – valor máximo de R\$ 10.000.000,00 e mínimo de R\$50.000,00, com prazo de acordo com a capacidade de pagamento e à taxa TJLT + 5% a. a.
- Empresa Mineira Competitiva (FUNDESE) – valor máximo de R\$2.000.000,00, com prazo máximo de 48 meses, à taxa: IPCA + 6% a. a.
- Fundese Estrada Real – valor máximo de R\$1.000.000,00, com prazo de 60 meses, à taxa de 12% a. a., sem correção.
- Geraminas – valor máximo de 360.000,00 e mínimo de R\$ 2.000,00, com prazo máximo de 60 meses, à taxa de 12% a. a., sem correção.

Existem, ainda, diversos fundos disponíveis na Caixa Econômica Federal e no Banco do Brasil, dentre outros, oferecendo recursos para investimento no setor turístico em volume mais do que suficiente para as necessidades identificadas na região e em condições razoáveis de atratividade.

1.10 Incremento de empregos gerados pelo programa

Os empregos diretos gerados pelo programa podem ser calculados a partir do incremento das UHs e dos dados da Pesquisa de Emprego de 2003 – a parte sobre número de ocupados nos setores de hospedagem, agências de turismo, restaurantes

e similares, e nos setores de comércio diretamente relacionados com a atividade turística.

A partir dessas informações, considerando a estimativa para o número de UHs utilizadas em 2003 no cenário conservador, podem-se calcular os índices que indicam qual é o número de ocupados por UH, em cada um dos setores listados (TAB. 1.8).

TABELA 1.8

Número de ocupados no setor de turismo e relação entre ocupados e UHs utilizadas nos municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha– 2003

SETOR	OCUPADOS NO SETOR DE TURISMO		RELAÇÃO OCUPADOS/UHs	
	Fixo	Temporário	Fixo	Temporário
Hospedagem	354	87	0,57	0,14
Agências de turismo	90	–	0,14	–
Restaurantes e similares	486	129	0,78	0,21
Comércio (ligado ao turismo)	451	146	0,72	0,23
Total	1381	362	2,21	0,58

Fonte: Dados básicos: Pesquisa de campo realizada em 2003.

Elaboração: Fundação João Pinheiro (FJP). Centro de Estudos Econômicos e Sociais (CEES)

Dessa forma, pode-se inferir que para cada UH ocupada em 2003 existiam 0,57 pessoa em ocupações fixas e 0,14 em ocupações temporárias no setor de Hospedagem. Considerando esses coeficientes como representativos da realidade do emprego no Pólo em estudo, é possível utilizá-los como estimativa do número de vagas a serem criadas a partir do incremento na utilização das UHs. Para tal, basta multiplicar o número de UHs estimado no item 4 pelos coeficientes da TAB. 1.8 para obter projeções do número de postos de trabalho que serão necessários a cada ano.

Ainda, é possível decompor os postos de trabalho dos demais setores de comércio ligados ao turismo nas atividades de transporte, aluguel de veículos, serviços culturais, recreação e lazer. Para tal, utilizam-se os dados da Conta Satélite do Turismo (EMBRATUR, 2002), que apresenta o número total de empregados nas diversas atividades ligadas ao turismo, como consequência do consumo turístico (TAB. 1.9).

Na última coluna da tabela, apresentam-se as participações dos empregados nas atividades de transporte, aluguel de veículos, serviços culturais, recreação e lazer no total dos outros setores de comércio, considerando que aquelas três atividades representam os outros setores de comércio ligados ao turismo. Essas proporções podem ser utilizadas para decompor os postos de trabalho estimados para os outros setores de comércio nos três segmentos considerados. Dessa forma, de cada 100 postos de trabalho gerados nos outros setores de comércio ligados ao turismo 85 devem ser nas atividades de transporte de passageiros, 3 na atividade de aluguel de veículos e 12 nas atividades de serviços culturais, recreação e lazer.

TABELA 1.9
Empregos nos setores de atividade do turismo devido ao consumo turístico – 1999

SETOR	TOTAL	ASSALARIADO	TOTAL (%)	ASSALARIADO (%).	TOTAL OUTROS SETORES COMÉRCIO (%)	ASSALARIADO OUTROS SETORES COMÉRCIO (%)
Alojamento	271.097	228.735	16,65	24,22		
Hotéis e outros	271.097	228.735	16,65	24,22		
Residência secundária						
Alimentação	1.013.358	383.093	62,24	40,57		
Transporte de passageiros	280.283	271.816	17,22	28,78	85,23	85,35
Ferrovário	112	112	0,01	0,01		
Rodoviário	212.666	205.517	13,06	21,76		
Aquaviário	918	893	0,06	0,09		
Aéreo	35.698	35.256	2,19	3,73		
Apoio	30.899	30.038	1,90	3,18		
Agências de viagens	14.718	13.999	0,90	1,48		
Aluguel de veículos	9.121	8.849	0,56	0,94	2,77	2,78
Serviços culturais, recreação, lazer	39.467	37.817	2,42	4,00	12,00	11,87
Total	1.628.044	944.309	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: Conta Satélite do Turismo, EMBRATUR (2002).

A partir daí, estima-se o número de empregados por ocupação em cada um destes setores até o ano de 2020. Para tanto, foram utilizados parâmetros obtidos do estudo do Sebrae (2001), conforme os índices abaixo:

TABELA 1.10

Principais Ocupações em Hospedagem – Brasil – 1999

OCUPAÇÃO	%
Arrumadeiras / Camareiros	16,6
Recepcionistas	16,4
Cozinheiros / Ajudantes de Cozinha	9,9
Diretores / Gerentes / Administradores / Donos / Sócios (Empregadores e Conta própria)	20,4
Garçons / Ajudantes de Garçom	4,9
Outras Ocupações	31,8

Fonte: PNAD 1999 *apud* Sebrae 2001.

Elaboração: Fundação João Pinheiro

TABELA 1.11

Principais Ocupações em Bares e Restaurantes – Brasil – 1999

OCUPAÇÃO	%
Cozinheiros / Ajudantes de Cozinha	14,3
Garçons / Ajudantes de Garçom	10,2
Diretores / Gerentes / Administradores / Donos / Sócios (Empregadores e Conta própria)	43,9
Outras Ocupações	31,6

Fonte: PNAD 1999 *apud* Sebrae 2001.

Elaboração: Fundação João Pinheiro

TABELA 1.12

Principais Ocupações em Agência de Viagem. Brasil – 1999

OCUPAÇÃO	%
AGENTES DE VENDA DE PASSAGEM E DE TURISMO	13,4
Motoristas	6,0
Diretores / Gerentes / Administradores/ Donos / Sócios (Empregadores e Conta própria)	15,4
Técnico de turismo	2,0
Outras Ocupações	63,2

Fonte: PNAD 1999 *apud* Sebrae 2001.

Elaboração: Fundação João Pinheiro

TABELA 1.13
Principais Ocupações em Outros Setores de Serviço e Comércio – Brasil –1999

OCUPAÇÃO	%
DIRETORES / GERENTES / ADMINISTRADORES / DONOS / SÓCIOS	13,15
Motoristas / Taxistas / Manobristas	18,9
Mecânicos / Auxiliares	1,0
Garçons / Ajudantes de Garçons	1,1
Agentes de venda de passagens / Agente de turismo	0,1
Cozinheiros / Ajudantes de cozinha	0,3
Outras Ocupações	65,45

Fonte: PNAD 1999 *apud* Sebrae 2001

Elaboração: Fundação João Pinheiro

As projeções de empregos gerados pelo programa foram estimadas para o Pólo do Jequitinhonha como um todo e também desagregadas para os nove municípios do Pólo: Capelinha, Couto de Magalhães de Minas, Diamantina, Felício dos Santos, Itamarandiba, Minas Novas, São Gonçalo do Rio Preto, Serro e Turmalina. Os empregos foram distribuídos nas atividades de hospedagem, agências de viagens, restaurantes e bares, e outros setores do comércio e serviços. Além disso, estão divididos nos cenários otimista e conservador, e em empregos fixos e temporários. (TAB. 1.14 a 1.21).

TABELA 1.14

Cenário conservador – Incremento no emprego a partir do aumento das UHs na Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha

(Continua)

ANO	COEFICIENTES DE EMPREGOS GERADOS							
	0,57	0,14		0,14		0,78	0,21	
	Emprego fixo no setor de hospedagem, de acordo com as UHs	Emprego temporário no setor de hospedagem, de acordo com as UHs	Incremento no emprego no setor de hospedagem	Emprego fixo no setor de agências de viagens, de acordo com as UHs	Incremento no emprego no setor de agências de viagens	Emprego fixo no setor de restaurantes e bares	Emprego temporário no setor de restaurantes e bares	Incremento no emprego no setor de restaurantes e bares
2001	342	84		84		468	126	
2002	344	84	2	84	0	470	127	3
2003	356	88	16	88	3	488	131	22
2004	369	91	16	91	3	506	136	23
2005	383	94	17	94	3	524	141	24
2006	397	98	18	98	3	543	146	24
2007	412	101	18	101	4	563	152	25
2008	427	105	19	105	4	584	157	26
2009	442	109	20	109	4	605	163	27
2010	459	113	20	113	4	628	169	28
2011	476	117	21	117	4	651	175	29
2012	493	121	22	121	4	675	182	30
2013	511	126	23	126	4	699	188	31
2014	530	130	23	130	5	725	195	33
2015	549	135	24	135	5	752	202	34
2016	570	140	25	140	5	779	210	35
2017	590	145	26	145	5	808	218	36
2018	612	150	27	150	5	838	226	38
2019	635	156	28	156	6	868	234	39
2020	658	162	29	162	6	900	242	40

(Conclusão)

COEFICIENTES DE EMPREGOS GERADOS							
Ano	0.72	0.23		Totais			
	Emprego fixo em outros setores do comércio	Emprego temporário em outros setores do comércio	Incremento em outros setores do comércio	Total de empregos fixos	Incremento anual no total de empregos fixos	Total de empregos temporários	Incremento no total de empregos temporários
2001	432	138		1.325		348	
2002	434	139	3	1.333	8	350	2
2003	450	144	21	1.382	49	363	13
2004	467	149	22	1.432	51	376	13
2005	484	155	23	1.485	53	390	14
2006	502	160	23	1.539	55	404	14
2007	520	166	24	1.596	57	419	15
2008	539	172	25	1.655	59	434	15
2009	559	179	26	1.715	61	450	16
2010	579	185	27	1.778	63	467	17
2011	601	192	28	1.844	65	484	17
2012	623	199	29	1.911	68	502	18
2013	646	206	30	1.982	70	520	18
2014	669	214	31	2.054	73	539	19
2015	694	222	32	2.130	75	559	20
2016	719	230	34	2.208	78	580	21
2017	746	238	35	2.289	81	601	21
2018	773	247	36	2.373	84	623	22
2019	802	256	37	2.460	87	646	23
2020	831	265	39	2.551	90	669	24

Fonte: Dados básicos: Pesquisa de campo realizada em 2003.

Elaboração: Fundação João Pinheiro (FJP). Centro de Estudos Econômicos e Sociais (CEES)

TABELA 1.15

Cenário conservador – Decomposição dos empregos em outros setores do comércio e serviços. Participação de cada segmento no total dos setores do comércio e serviços na Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha

ANO	PARTICIPACÃO DE CADA SEGMENTO NO TOTAL DOS SETORES DO COMÉRCIO								
	0.85	0.85		0.03	0.03		0.12	0.12	
	Empregos fixos no setor de transporte	Empregos temporários no setor de transporte	Incremento no setor de transporte	Empregos fixos no setor de aluguel de veículos	Empregos temporários no setor de aluguel de veículos	Incremento no setor de aluguel de veículos	Empregos fixos no setor de serviços culturais, recreação e lazer	Empregos temporários no setor de serviços culturais, recreação e lazer	Incremento no setor de serviços culturais, recreação e lazer
2001	367	117		13	4		52	17	
2002	369	118	3	13	4	0	52	17	0
2003	383	122	18	14	4	1	54	17	3
2004	397	127	19	14	4	1	56	18	3
2005	411	131	19	15	5	1	58	19	3
2006	426	136	20	15	5	1	60	19	3
2007	442	141	21	16	5	1	62	20	3
2008	458	146	21	16	5	1	65	21	3
2009	475	152	22	17	5	1	67	21	3
2010	492	157	23	17	6	1	70	22	3
2011	511	163	24	18	6	1	72	23	3
2012	529	169	25	19	6	1	75	24	3
2013	549	175	26	19	6	1	77	25	4
2014	569	182	27	20	6	1	80	26	4
2015	590	188	28	21	7	1	83	27	4
2016	611	195	29	22	7	1	86	28	4
2017	634	203	30	22	7	1	89	29	4
2018	657	210	31	23	7	1	93	30	4
2019	681	218	32	24	8	1	96	31	4
2020	706	226	33	25	8	1	100	32	5

Fonte: Dados básicos: Pesquisa de campo realizada em 2003.

Elaboração: Fundação João Pinheiro (FJP). Centro de Estudos Econômicos e Sociais (CEES)

TABELA 1.16

Cenário conservador – total de empregados na Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha

ANO	TOTAL DE EMPREGADOS								
	Hospedagem		Agências de viagens	Restaurantes e bares		Outros setores do comércio		Total	
	Fixo	Temporário	Fixo	Fixo	Temporário	Fixo	Temporário	Fixo	Temporário
2001	342	84	84	468	126	432	138	1325	348
2002	344	84	84	470	127	434	139	1333	350
2003	356	88	88	488	131	450	144	1382	363
2004	369	91	91	506	136	467	149	1432	376
2005	383	94	94	524	141	484	155	1485	390
2006	397	98	98	543	146	502	160	1539	404
2007	412	101	101	563	152	520	166	1596	419
2008	427	105	105	584	157	539	172	1655	434
2009	442	109	109	605	163	559	179	1715	450
2010	459	113	113	628	169	579	185	1778	467
2011	476	117	117	651	175	601	192	1844	484
2012	493	121	121	675	182	623	199	1911	502
2013	511	126	126	699	188	646	206	1982	520
2014	530	130	130	725	195	669	214	2054	539
2015	549	135	135	752	202	694	222	2130	559
2016	570	140	140	779	210	719	230	2208	580
2017	590	145	145	808	218	746	238	2289	601
2018	612	150	150	838	226	773	247	2373	623
2019	635	156	156	868	234	802	256	2460	646
2020	658	162	162	900	242	831	265	2551	669

Fonte: Dados básicos: Pesquisa de campo realizada em 2003.

Elaboração: Fundação João Pinheiro (FJP). Centro de Estudos Econômicos e Sociais (CEES)

TABELA 1.17

Cenário conservador – Incremento total de empregados na Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha

ANO	INCREMENTO NO TOTAL DE EMPREGADOS								
	Hospedagem		Agências de viagens	Restaurantes e bares		Outros setores do comércio		Total	
	Fixo	Temporário		Fixo	Fixo	Temporário	Fixo	Temporário	Fixo
2002	2	0	0	3	1	2	1	8	2
2003	13	3	3	17	5	16	5	49	13
2004	13	3	3	18	5	17	5	51	13
2005	14	3	3	19	5	17	5	53	14
2006	14	3	3	19	5	18	6	55	14
2007	15	4	4	20	5	18	6	57	15
2008	15	4	4	21	6	19	6	59	15
2009	16	4	4	21	6	20	6	61	16
2010	16	4	4	22	6	21	7	63	17
2011	17	4	4	23	6	21	7	65	17
2012	17	4	4	24	6	22	7	68	18
2013	18	4	4	25	7	23	7	70	18
2014	19	5	5	26	7	24	8	73	19
2015	19	5	5	27	7	25	8	75	20
2016	20	5	5	28	7	25	8	78	21
2017	21	5	5	29	8	26	8	81	21
2018	22	5	5	30	8	27	9	84	22
2019	22	6	6	31	8	28	9	87	23
2020	23	6	6	32	9	29	9	90	24

Fonte: Dados básicos: Pesquisa de campo realizada em 2003.

Elaboração: Fundação João Pinheiro (FJP). Centro de Estudos Econômicos e Sociais (CEES)

TABELA 1.18

Cenário otimista – Incremento no emprego a partir do aumento das UHs na Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha

(Continua)

ANO	COEFICIENTES DE EMPREGOS GERADOS							
	0,57	0,14		0,14		0,78	0,21	
	Emprego fixo no setor de hospedagem, de acordo com as UHs	Emprego temporário no setor de hospedagem, de acordo com as UHs	Incremento no emprego no setor de hospedagem	Emprego fixo no setor de agências de viagens, de acordo com as UHs	Incremento no emprego no setor de agências de viagens	Emprego fixo no setor de restaurantes e bares	Emprego temporário no setor de restaurantes e bares	Incremento no emprego no setor de restaurantes e bares
2001	342	84		84		468	126	
2002	361	89	24	89	5	494	133	33
2003	394	97	42	97	8	540	145	58
2004	432	106	47	106	9	591	159	66
2005	475	117	53	117	10	650	175	74
2006	523	128	60	128	12	716	193	84
2007	578	142	68	142	13	791	213	95
2008	641	157	78	157	15	877	236	109
2009	713	175	90	175	18	976	263	126
2010	797	196	104	196	21	1.091	294	146
2011	879	216	102	216	20	1.203	324	142
2012	944	232	81	232	16	1.292	348	114
2013	1.020	251	94	251	19	1.396	376	132
2014	1.108	272	110	272	22	1.517	408	153
2015	1.212	298	129	298	25	1.659	447	180
2016	1.335	328	153	328	30	1.827	492	213
2017	1.481	364	183	364	36	2.027	546	255
2018	1.658	407	220	407	43	2.269	611	307
2019	1.872	460	267	460	53	2.562	690	373
2020	2.136	525	328	525	65	2.923	787	458

(Conclusão)

ANO	COEFICIENTES DE EMPREGOS GERADOS			TOTAIS			
	0,72	0,23					
	Emprego fixo em outros setores do comércio	Emprego temporário em outros setores do comércio	Incremento em outros setores do comércio	Total de empregos fixos	Incremento anual no total de empregos fixos	Total de empregos temporários	Incremento no total de empregos temporários
2001	432	138		1.325		348	
2002	456	146	32	1.399	74	367	19
2003	498	159	56	1.529	130	401	34
2004	546	174	63	1.676	146	440	38
2005	600	192	71	1.841	165	483	43
2006	661	211	80	2.028	187	532	49
2007	730	233	92	2.241	213	588	56
2008	809	259	105	2.485	244	652	64
2009	901	288	121	2.765	281	726	74
2010	1.007	322	140	3.090	325	811	85
2011	1.110	355	136	3.408	317	894	83
2012	1.193	381	109	3.661	254	961	67
2013	1.288	412	126	3.955	294	1.038	77
2014	1.400	447	147	4.297	342	1.128	90
2015	1.531	489	173	4.699	402	1.233	106
2016	1.686	539	205	5.175	476	1.358	125
2017	1.871	598	244	5.744	568	1.507	149
2018	2.094	669	294	6.428	684	1.687	180
2019	2.365	756	358	7.260	832	1.905	218
2020	2.698	862	439	8.282	1.022	2.173	268

Fonte: Dados básicos: Pesquisa de campo realizada em 2003.

Elaboração: Fundação João Pinheiro (FJP). Centro de Estudos Econômicos e Sociais (CEES)

TABELA 1.19

Cenário otimista – Decomposição dos empregos em outros setores do comércio e serviços. Participação de cada segmento no total dos setores de comércio e serviços na Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha

ANO	PARTICIPAÇÃO DE CADA SEGMENTO NO TOTAL DOS SETORES DO COMÉRCIO								
	1	1		0	0		0	0	
	Empregos fixos no setor de transporte	Empregos temporários no setor de transporte	Incremento no setor de transporte	Empregos fixos no setor de aluguel de veículos	Empregos temporários no setor de aluguel de veículos	Incremento no setor de aluguel de veículos	Empregos fixos no setor de serviços culturais, recreação e lazer	Empregos temporários no setor de serviços culturais, recreação e lazer	Incremento no setor de serviços culturais, recreação e lazer
2001	367	117		13	4		52	17	
2002	387	124	27	14	4	1	55	17	4
2003	424	135	48	15	5	2	60	19	7
2004	464	148	53	16	5	2	66	21	8
2005	510	163	60	18	6	2	72	23	9
2006	562	179	68	20	6	2	79	25	10
2007	621	198	78	22	7	3	88	28	11
2008	688	220	89	24	8	3	97	31	13
2009	766	245	103	27	9	4	108	35	14
2010	856	273	119	30	10	4	121	39	17
2011	944	301	116	33	11	4	133	43	16
2012	1.014	324	93	36	11	3	143	46	13
2013	1.095	350	107	39	12	4	155	49	15
2014	1.190	380	125	42	13	4	168	54	18
2015	1.301	416	147	46	15	5	184	59	21
2016	1.433	458	174	51	16	6	202	65	25
2017	1.591	508	208	56	18	7	225	72	29
2018	1.780	569	250	63	20	9	251	80	35
2019	2.010	642	304	71	23	11	284	91	43
2020	2.293	733	373	81	26	13	324	103	53

Fonte: Dados básicos: Pesquisa de campo realizada em 2003.

Elaboração: Fundação João Pinheiro (FJP). Centro de Estudos Econômicos e Sociais (CEES)

TABELA 1.20

Cenário otimista – Total de empregados na Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha

ANO	TOTAL DE EMPREGADOS								
	Hospedagem		Agências de viagens	Restaurantes e bares		Outros setores do comércio		Total	
	Fixo	Temporário	Fixo	Fixo	Temporário	Fixo	Temporário	Fixo	Temporário
2001	342	84	84	468	126	432	138	1325	348
2002	361	89	89	494	133	456	146	1399	367
2003	394	97	97	540	145	498	159	1529	401
2004	432	106	106	591	159	546	174	1676	440
2005	475	117	117	650	175	600	192	1841	483
2006	523	128	128	716	193	661	211	2028	532
2007	578	142	142	791	213	730	233	2241	588
2008	641	157	157	877	236	809	259	2485	652
2009	713	175	175	976	263	901	288	2765	726
2010	797	196	196	1091	294	1007	322	3090	811
2011	879	216	216	1203	324	1110	355	3408	894
2012	944	232	232	1292	348	1193	381	3661	961
2013	1020	251	251	1396	376	1288	412	3955	1038
2014	1108	272	272	1517	408	1400	447	4297	1128
2015	1212	298	298	1659	447	1531	489	4699	1233
2016	1335	328	328	1827	492	1686	539	5175	1358
2017	1481	364	364	2027	546	1871	598	5744	1507
2018	1658	407	407	2269	611	2094	669	6428	1687
2019	1872	460	460	2562	690	2365	756	7260	1905
2020	2136	525	525	2923	787	2698	862	8282	2173

Fonte: Dados básicos: Pesquisa de campo realizada em 2003.

Elaboração: Fundação João Pinheiro (FJP). Centro de Estudos Econômicos e Sociais (CEES)

TABELA 1.21

Cenário otimista – Incremento no total de empregados na Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha

ANO	INCREMENTO NO TOTAL DE EMPREGADOS								
	Hospedagem		Agências de viagens	Restaurantes e bares		Outros setores do comércio		Total	
	Fixo	Temporário	Fixo	Fixo	Temporário	Fixo	Temporário	Fixo	Temporário
2002	19	5	5	26	7	24	8	74	19
2003	34	8	8	46	12	42	14	130	34
2004	38	9	9	52	14	48	15	146	38
2005	43	10	10	58	16	54	17	165	43
2006	48	12	12	66	18	61	19	187	49
2007	55	13	13	75	20	69	22	213	56
2008	63	15	15	86	23	79	25	244	64
2009	72	18	18	99	27	91	29	281	74
2010	84	21	21	115	31	106	34	325	85
2011	82	20	20	112	30	103	33	317	83
2012	65	16	16	89	24	83	26	254	67
2013	76	19	19	104	28	96	31	294	77
2014	88	22	22	121	33	112	36	342	90
2015	104	25	25	142	38	131	42	402	106
2016	123	30	30	168	45	155	50	476	125
2017	147	36	36	201	54	185	59	568	149
2018	177	43	43	242	65	223	71	684	180
2019	215	53	53	294	79	271	87	832	218
2020	264	65	65	361	97	333	106	1022	268

Fonte: Dados básicos: Pesquisa de campo realizada em 2003.

Elaboração: Fundação João Pinheiro (FJP). Centro de Estudos Econômicos e Sociais (CEES)

1.11 Impacto do turismo (sem o PRODETUR) no meio-ambiente

Em um cenário conservador, em que não se prevêem ações do PRODETUR, é de se esperar que o aumento do fluxo turístico estimado, sem as correspondentes ações de preservação e proteção ao meio ambiente e recursos turísticos previstos no programa, gere um aprofundamento em alguns impactos ambientais negativos relacionados. O cenário provável seria o de aumento do volume do lixo e resíduos sólidos, da deterioração da qualidade dos recursos hídricos potencialmente balneáveis, do processo de urbanização, de percentagem de áreas degradadas e/ou com usos inadequados e dos conflitos previsíveis de uso do solo e impactos socioculturais nas comunidades receptoras. É, todavia, difícil especificar e projetar de forma quantificada esses impactos negativos de forma consistente, devido tanto à insuficiência dos dados disponíveis quanto ao número excessivo de variáveis intervenientes (tais como a formatação de outros programas e políticas públicas a serem projetadas para a área até 2020), que poderiam afetar substancialmente qualquer projeção num cenário de longo prazo.

Este cenário negativo, contudo, indica as necessidades de ações preventivas de ordenação do uso dos recursos naturais e de proteção dos valores socioculturais das comunidades locais, propostas por meio das várias estratégias e ações deste PDITS em todos os seus componentes (vide Matrizes SWOT e Planos de Ação), assegurando a sustentabilidade das estratégias turísticas propostas.

REFERÊNCIAS

EMBRATUR. *Conta Satélite do Turismo – CST – Brasil 1999*. 2002. Disponível em: http://200.236.105.128/conheca/outrosassuntos/viva_seu_novo_brasil.asp?id=ou. Acesso em: 14 de março de 2003.

EMBRATUR. *Anuário Estatístico da EMBRATUR 2003*. Brasília: EMBRATUR, v. 30, 202 p. 2003. Disponível em: <http://www.embratur.gov.br/br/conteudo/ver.asp?id=166&conteudold=102>. Acesso em: 5 de julho de 2004.

SEBRAE. *Perfil dos profissionais no mercado de trabalho do setor de turismo no Brasil*: Pesquisa/Instituto de Hospitalidade. Salvador: Flash Design, 2001.