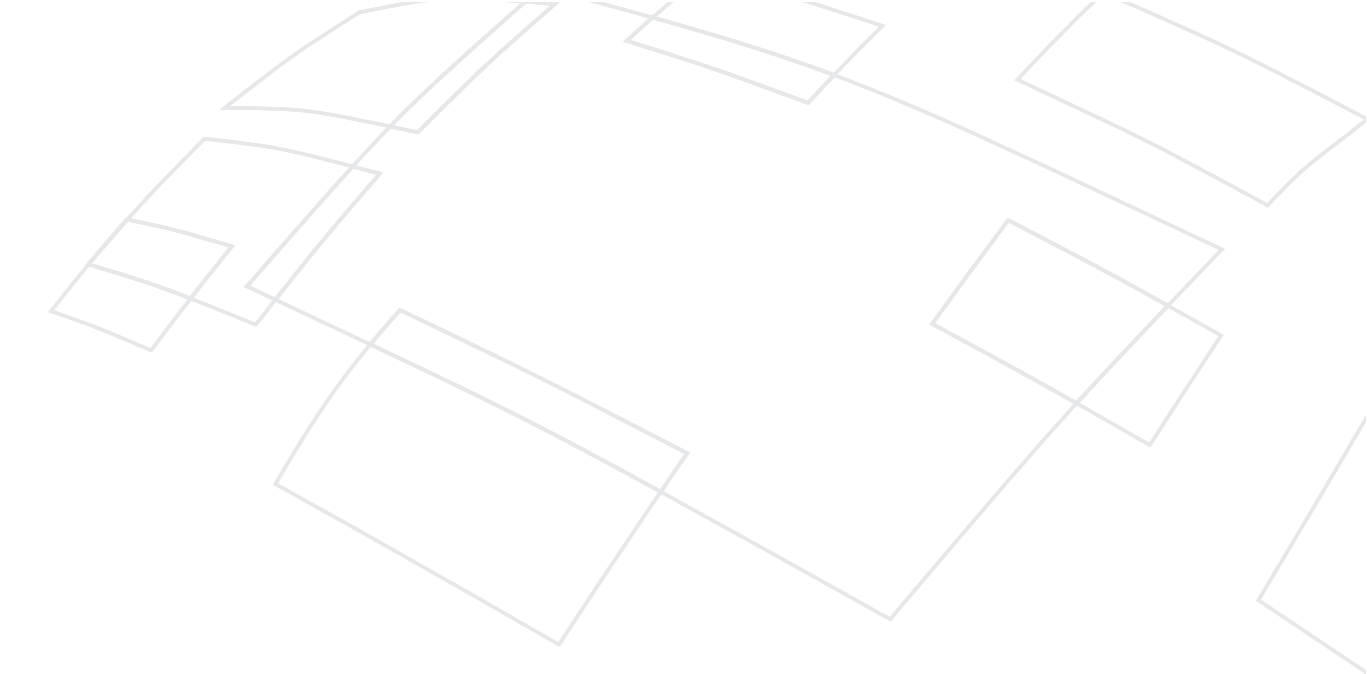


Plano
Municipal
de Turismo

CAMANDUCAIA - MG

2014 - 2017





Plano
Municipal
de Turismo

CAMANDUCAIA - MG

2014 - 2017

Isabela Rosa Sette
Mauro Knüpfer Coutinho
Marcela Pimenta Campos Coutinho
Gláucia Beatriz de Oliveira Borba



Brasília | 2014

MONTE VERDE

Onde o Romance Encontra a Natureza

Prefeitura Municipal de Camanducaia

Prefeito: Edmar Cassalho Moreira Dias
Subprefeito de Monte Verde: Rubens Osis
Secretário de Turismo e Chefe de Gabinete: Bruno Rosa

Turismo 360 Consultoria www.t360consultoria.com

Coordenação
Isabela Sette

Consultores
Gláucia Oliveira
Grazielle Vilela
Mauro Coutinho
Marcela Pimenta
Renata Coutinho

Crédito das Imagens
Acervo AHPMV -
Associação de Hotéis e
Pousadas de Monte Verde

**Projeto gráfico e
diagramação**
Agência Galo Índia

IABS - Instituto Brasileiro de Desenvolvimento e Sustentabilidade

Diretor presidente: Luis Tadeu Assad
Contribuição Especial: Núcleo de Turismo IABS

Realização:



Execução:



Apoio:



Colaboradores Locais

NOME ENTIDADE | EMPRESA

Adélia Carvalho | Espaço Adélia
Afonso Celso | Café Shamah
Alexandre dos Santos | Banco do Brasil
Bruno Rosa | Chefe de Gabinete / Sec. Turismo
Danilo Batista | Cantina Portali di Napolil
Edmar Dias | Prefeito
Ernani Pereira Vieira | Produtor Cultural
Fernanda Paiva | Circuito Turístico Serras Verdes do Sul de Minas
Fernanda Pereira Vieira | Chopp do Fritz
Hilda Justino | Hotel Amanita
Jorg Schwabe | Fritz Cervejaria Artesanal
José Aparecido Silva | Prefeitura
José Justino | Hotel Amanita
Leia Oliveira | Pousada Oliveri
Leonardo D'amore | Pousada Villa D'amore / Associação Comercial de MV
Luciola Ciavatta | Pousada Carícia do Vento

Luis Gustavo C. Almeida | Pousada Mirante da Colyna / COMTUR / AHPMV
Marcel Pinho | Site monteverde.com
Marcus Vinícius Nascimento | Prefeitura de Camanducaia
Maria Isabel Carvalho de Barros | Pousada Encontro da Pedra
Maria Mercedes Alba | Polos Verdes
Pedro Alves de Oliveira | Câmara Municipal
Ricardo Vieira da Conceição | Polícia Militar de Minas Gerais
Roseli | Pousada Alavamoah
Rubens Osis | Subprefeitura de Monte Verde
Rubens de Oliveira | Rádio Monte Verde FM
Rubens Gelschyn | Mimos com Arte
Sílvia Trova | Associação de Hotéis e Pousadas de Monte Verde - AHPMV
Sonia Kohen | Villa Donna
Susi Bell Lança | Espaço Adélia
Tania Maria P. Theodoro | Câmara dos Vereadores
Tiago Mentor | Minas Zen
Wagner Lopes | Banco do Brasil

Plano Municipal de Turismo de Camanducaia – MG (2014-2017) / Isabela Rosa Sette, Mauro Knupfer Coutinho, Marcela Pimenta Campos Coutinho, Gláucia Beatriz de Oliveira Borba (autores) Turismo 360 Consultoria / Prefeitura de Camanducaia - MG/ Editora IABS, Brasília-DF, Brasil - 2014.

ISBN 978-85-64478-27-5
88 p.

1. Turismo. 2. Planejamento de Destinos Turísticos. 3. Estudo e Inventário da Oferta Turística. 4. Diagnóstico Turístico. I. Título. II. Turismo 360. III. Prefeitura de Camanducaia - MG. IV. Editora IABS.

CDU: 338.48
371.23



MENSAGEM DO PREFEITO DE CAMANDUCAIA

O turismo é, sem sombra de dúvidas, uma atividade de fundamental importância para o Município de Camanducaia. Além de gerador de empregos, contribui para a dinamização da economia e estimula a inovação e o empreendedorismo, tornando nossa cidade mais acolhedora e estruturada para nossos moradores e turistas.

Monte Verde se consagra como um dos destinos de inverno de maior destaque no país, recebendo um número expressivo de turistas que buscam paz, tranquilidade, natureza preservada e bons serviços. No entanto, é nossa preocupação investir para que o destino se supere diariamente, oferecendo uma estrutura cada vez mais adequada e serviços de qualidade. E, além disso, siga se estruturando de modo a maximizar os benefícios que a atividade pode gerar.

Em 2013, tivemos um grande avanço na área do turismo para o município, com destaque para a elaboração do inventário da oferta turística e do Plano Municipal de Turismo. Fizemos questão de desenvolver o Plano Municipal de forma participativa, convidando empresários, comerciantes e moradores de todo o município para nos auxiliarem a estabelecer as estratégias e definir as prioridades de ações dos próximos anos.

Durante o processo de construção do Plano, ouvimos, debatemos, propusemos e definimos diretrizes junto com aqueles que lidam diariamente com o turismo, assim como os caminhos que deveremos seguir. Temos certeza que a organização, o planejamento e a cooperação entre os setores público, privado e sociedade civil são fatores-chave na competitividade turística de um destino e responsáveis pelos melhores resultados.

Edmar Dias

Prefeito Municipal de Camanducaia/MG



MENSAGEM DO SUBPREFEITO DE MONTE VERDE

A confecção do Plano Municipal de Turismo é uma das principais estratégias para estruturar ações que possibilitem uma alavancagem do turismo no município, enquanto atividade econômica.

O Distrito de Monte Verde, um dos principais destinos turísticos de inverno do Brasil, é o principal foco territorial de atuação do Plano. Mas as atividades voltadas ao turismo também são possíveis em outras localidades do município.

A participação de diversos atores para definir os eixos estratégicos para o desenvolvimento do setor e gerar ações que resultem em valores percebidos pelo turista são de fundamental importância. E, com o processo conduzido de forma participativa, as diretrizes e os resultados irão proporcionar aumento de competitividade e melhoria da qualidade da oferta turística.

O planejamento é a principal ferramenta para que ações possam gerar resultados. Para o turismo é essencial a fidelização do turista, a perenidade dos resultados econômicos e a eficiência dos investimentos públicos e privados com retornos econômicos ao município e investidores. A excelência na prestação dos serviços turísticos também será uma das metas a ser perseguida, com as devidas ações para qualificar a mão de obra local.

Com a participação da população, empreendedores e o poder público municipal, o Plano proporciona um norte comum e indica as diretrizes, bem como as ações necessárias para o desenvolvimento do turismo. Desta forma, acredito que temos no Plano o início de uma grande oportunidade de transformação e desenvolvimento, para que todos os envolvidos na atividade possam ser beneficiados, seja turista, cidadão, empreendedor ou poder público.

Rubens Osis

Subprefeito de Monte Verde



PALAVRA DO SECRETÁRIO DE TURISMO

O Município de Camanducaia acaba de dar um passo muito importante no turismo com a elaboração do Plano Municipal de Turismo. Em nosso município, temos o Distrito de Monte Verde, que hoje está posicionado entre os principais destinos turísticos de inverno e romance do Brasil. O turismo é uma das prioridades desta gestão e a busca pela sua estruturação, organização e melhoria da qualidade dos serviços é primordial.

É imprescindível, portanto, trabalhar o planejamento, considerando não só as ações sob responsabilidade do poder público municipal, mas envolvendo também o empresariado e a sociedade civil organizada. Os planos estratégicos constituem-se cada vez mais numa importante ferramenta para a gestão do turismo dos municípios. Sua realização de maneira participativa permite a definição conjunta do caminho a ser seguido, considerando uma maior cooperação e sinergia na execução das ações.

Para a elaboração do Plano Municipal de Turismo, contratamos a Turismo 360, uma empresa de consultoria especializada com uma equipe de profissionais experientes na área. O Plano Municipal de Turismo foi elaborado a partir de oficinas participativas, com a presença de empresários do trade, população e parceiros do município. Além do Plano, fizemos também a atualização do inventário da oferta turística, que é o primeiro passo para compreensão do território no que diz respeito aos serviços e equipamentos turísticos, bem como os de apoio.

Agora, com este documento que apresentamos, podemos dizer que o município sabe o caminho que quer seguir com destino à sustentabilidade do desenvolvimento turístico. Mãos à obra!

Bruno Rosa
Chefe de Gabinete e Secretário Municipal de Turismo

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	15
2. ASPECTOS METODOLÓGICOS	19
3. CENÁRIO GLOBAL DO TURISMO: DADOS E TENDÊNCIAS	22
3.1. Panorama Mundial	23
3.2. Cenário Brasil	27
3.3. Minas Gerais	29
4. DADOS SÓCIO-ECONÔMICOS DE CAMANDUCAIA/MG	33
5. DIAGNÓSTICO: ASPECTOS GERAIS DO TURISMO NO DESTINO	36
5.1. Oferta Turística	37
5.1.1. Informações Básicas e Infraestrutura	38
5.1.2. Equipamentos Turísticos	38
5.1.3. Atrativos Turísticos	41
Principais Conclusões da análise da Oferta Turística do destino	41
5.2. Análise da Demanda	43
5.2.1. Demanda Turística no Brasil	43
5.2.2. Aspectos Gerais: Demanda Turística em Minas Gerais	45
5.2.3. O município de Camanducaia/Monte Verde	47
Principais Conclusões da análise da Demanda Turística do destino	48
5.3. Competitividade Turística	49
5.4. Posicionamento Online	55
Principais Resultados.....	58
5.5. A Política de Turismo Atual e a Governança Turística do Município	61
6. ANÁLISE FOFA: FORÇAS, OPORTUNIDADES, FRAQUEZAS E AMEAÇAS	65
7. DIRETRIZES ESTRATÉGICAS	68
7.1. Visão	69
7.2. Eixos Temáticos, Linhas de Atuação e Ações	71
7.3. Mapa Estratégico	79
8. METAS E INDICADORES DE MONITORAMENTO	83
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	85
Lista de Siglas	86



1

> INTRODUÇÃO

INTRODUÇÃO

A atividade turística tem se destacado nos cenários nacional e internacional, o que tem provocado uma ampliação dos estudos sobre o tema, e maior preocupação dos governos e da sociedade com a sua gestão, de modo a favorecer o seu desenvolvimento.

Como atividade de extrema importância econômica, o turismo possui uma cadeia produtiva extensa que qualifica sua multidisciplinaridade e exige participação de diversos setores da sociedade e da economia. O seu planejamento é complexo, uma vez que envolve um grande número de atividades e pessoas, com diferentes expectativas e necessidades.

É extremamente delicado alinhar o trabalho desses diferentes atores, de forma a obter um conjunto integrado de ações para melhorar a qualidade dos produtos e serviços turísticos e, conseqüentemente, melhorar a qualidade dos serviços prestados à população local. Isso porque muitos dos serviços são únicos e não diferenciam turistas de residentes, principalmente no que se refere à infraestrutura básica.

O Plano Municipal de Turismo é uma ferramenta de planejamento que consiste na construção de um documento no qual são definidas as estratégias de desenvolvimento turístico do destino, bem como as diretrizes, programas e projetos a serem executados.

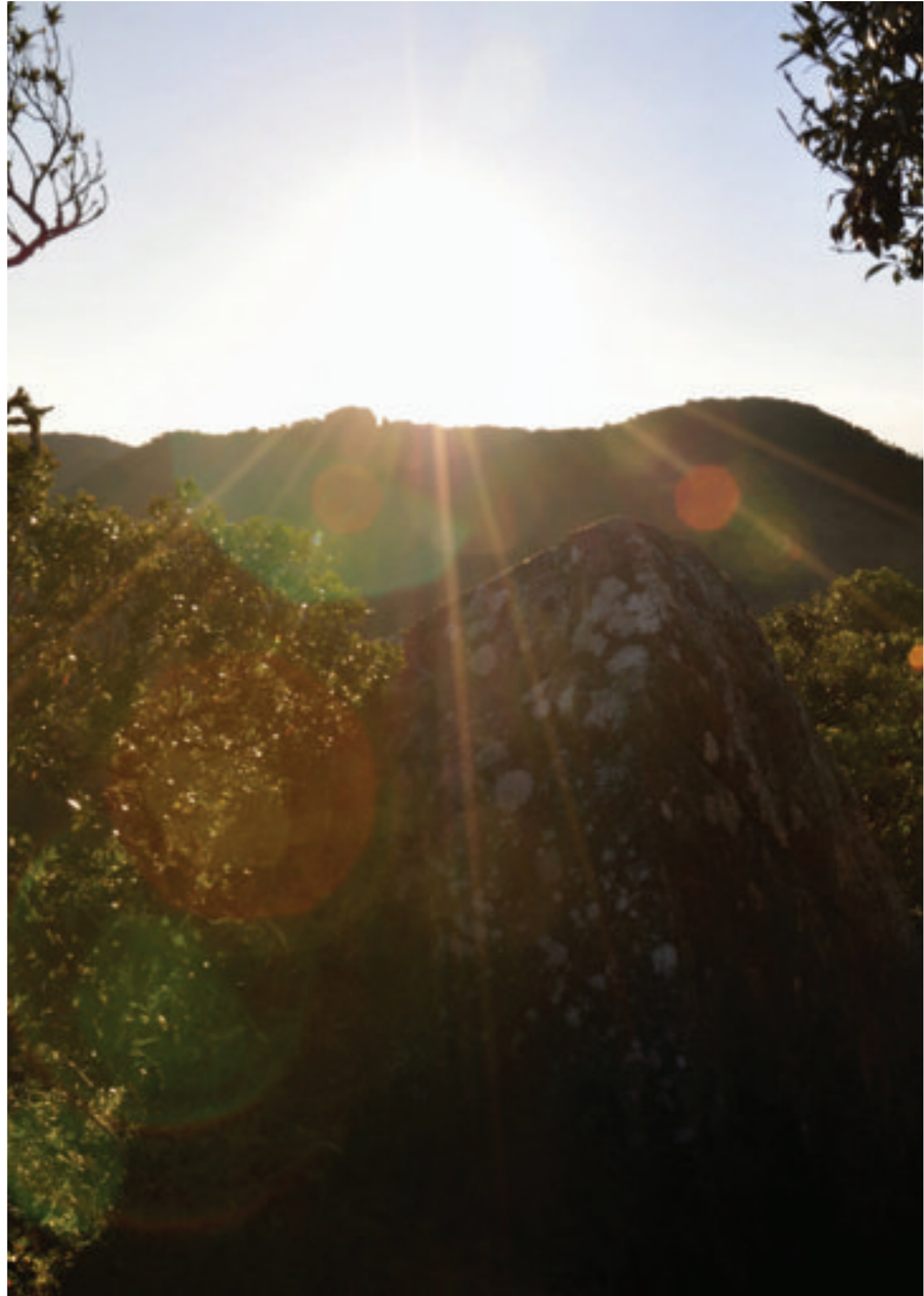
Como o turismo envolve uma ampla rede de atores ligada ao desenvolvimento, – empresariado de diversos setores como hotelaria, restaurantes, agências e operadores, poder público e associações, ONGs e entidades de classe –, é fundamental que a elaboração do Plano aconteça de forma participativa. Esse modelo permite distribuir a responsabilidade de execução entre o poder público, empresariado e sociedade civil.

O Município de Camanducaia (MG) tem uma vocação clara para o turismo, com destaque espe-

cial para o Distrito de Monte Verde, que já possui uma demanda expressiva de turistas. Para que o turismo siga se desenvolvendo de maneira a maximizar os seus benefícios e minimizar os impactos negativos, o Plano Municipal, construído de forma democrática e participativa por meio da consulta direta aos atores locais, constitui a principal ferramenta para orientar a gestão municipal do turismo, considerando seu contexto regional, nacional e internacional.

O CONTEÚDO DESSE DOCUMENTO ENCONTRA-SE DIVIDIDO EM 7 SEÇÕES:

1. Aspectos metodológicos de elaboração do plano;
2. Panorama global do turismo, apresentando o cenário mundial e as características do Brasil e de Minas Gerais;
3. Dados socioeconômicos de Camanducaia;
4. Apresentação do diagnóstico do destino;
5. Análise das forças, oportunidades, fraquezas e ameaças;
6. Apresentação das diretrizes estratégicas para desenvolvimento do turismo no destino e, por fim;
7. Apresentação das metas e indicadores de monitoramento.





> ASPECTOS
METODOLÓGICOS

ASPECTOS METODOLÓGICOS

O processo de construção do Plano Municipal de Turismo de Camanducaia foi feito de forma participativa, por meio de oficinas técnicas conduzidas junto a atores da iniciativa privada, poder público e terceiro setor ligados ao turismo no destino. Inicialmente foi realizada uma ampla pesquisa, considerando fonte de dados secundários, a fim de diagnosticar a situação atual do turismo

no destino. Em seguida, foram realizadas duas oficinas técnico-participativas, com o objetivo de discutir o diagnóstico do turismo no destino e definir estratégias para o seu desenvolvimento.

O esquema a seguir demonstra as etapas de construção do Plano Municipal de Turismo de Camanducaia – Monte Verde:



A etapa de diagnóstico envolveu, portanto, a análise dos seguintes aspectos:

- 1** Governança Turística, por meio de entrevistas semiestruturadas com atores estratégicos do turismo no destino, como: Secretário de Turismo de Camanducaia; Subprefeito de Monte Verde; Presidente da Associação de Hotéis e Pousadas de Monte Verde – AHPMV; Presidente da Associação Comercial de Monte Verde – ACMV, Presidente do Conselho Municipal de Turismo; Presidente do Circuito Turístico Serras Verdes do Sul de Minas;
- 2** Demanda Turística atual, por meio de pesquisas de demanda realizadas pela Secretaria de Estado de Turismo de Minas Gerais – SETUR/MG (atual Secretaria de Estado de Turismo e Esportes – SETES);
- 3** Oferta Turística, a partir do Inventário da Oferta Turística do destino realizado, em 2013, pela Turismo 360 Consultoria;
- 4** Competitividade Turística, por meio dos relatórios do estudo de competitividade turística elaborados pela Fundação Getúlio Vargas – FGV no destino, nos anos de 2009, 2010 e 2013, e impacto do turismo nas finanças públicas municipais, realizado pela SETUR/MG e Instituto Kultur; e
- 5** Posicionamento Online, a partir da análise de redes sociais e sites especializados em viagem na internet.

Após a etapa de diagnóstico, foi realizada a 1ª oficina técnico-participativa em Monte Verde, ocorrida nos dias 5 e 6 de Novembro de 2013.

Nessa oficina foram apresentados os dados obtidos a partir do diagnóstico feito anteriormente, bem como discutidos, de maneira coletiva e com

auxílio de um moderador, alguns aspectos relevantes da situação atual do destino. Em seguida, foi aplicada a metodologia de planejamento conhecida como FOFA¹ – Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças, configurando-se em um cruzamento de cenários para identificar as diretrizes estratégicas do turismo no destino. Por último, foram elencadas as prioridades para o turismo no destino, na visão dos atores presentes.

A 2ª oficina técnico-participativa ocorreu no dia 21 de Novembro de 2013 e envolveu a definição da visão de futuro do turismo no destino (Onde queremos chegar?) e a elaboração de um plano de ação para cada uma das diretrizes estratégicas definidas anteriormente, por meio de trabalhos em grupo.

Estiveram presentes cerca de 30 pessoas em cada uma das oficinas, dentre empresários dos setores de hotéis, restaurantes, espaços de eventos, além de representantes da Prefeitura, Câmara Municipal e associações locais.

A partir das informações obtidas nas oficinas, a Turismo 360 Consultoria trabalhou a consolidação e organização dos dados, além da redação do documento final do Plano Municipal de Turismo de Camanducaia – Monte Verde, apresentado a seguir.

¹ Em inglês, conhecida como SWOT – Strength, Weakness, Opportunities and Threats

> CENÁRIO GLOBAL DO TURISMO: DADOS E TENDÊNCIAS

3.1. Panorama Mundial	23
3.2. Cenário Brasil	27
3.3. Minas Gerais	29



3.1 PANORAMA MUNDIAL

Durante as últimas seis décadas, o turismo tem experimentado um crescimento contínuo. Um número crescente de destinos vem ampliando e investindo no desenvolvimento da atividade, fazendo dela um fator-chave de desenvolvimento econômico, mediante o surgimento de novas empresas, criação de empregos e melhoria da infraestrutura.

Além dos impactos econômicos diretos que o turismo pode gerar, há ainda impactos indiretos, além dos induzidos pela atividade. A contribuição direta do setor no PIB - Produto Interno Bruto em 2012 foi de dois trilhões de dólares, o que representa 2,9% do PIB mundial, segundo o World Travel & Tourism Council (WTTC, 2013). Esse impacto econômico direto envolve, principalmente, setores como hotéis, agências de viagens, companhias aéreas e outros serviços de transporte de passageiros.

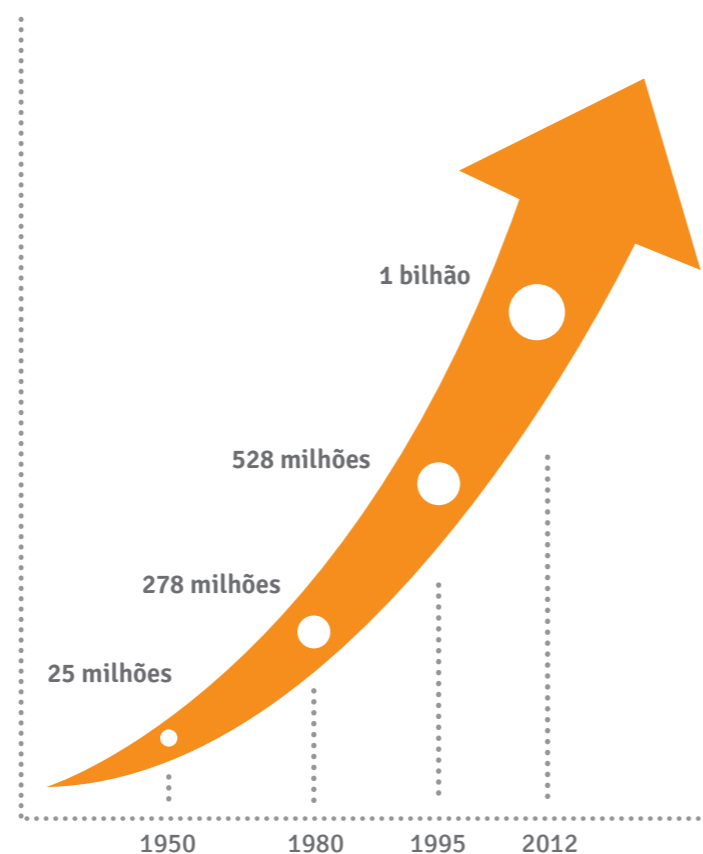
A contribuição total do setor de turismo para o PIB - incluindo os setores impactados indiretamente e induzidos - foi de cerca de seis trilhões de dólares em 2012, o que corresponde a 9,3% do PIB Mundial (WTTC, 2013).

Em 2012, o setor de turismo gerou mais de 100 milhões de empregos, correspondendo a 3,4% do número total de empregados no mundo. A estimativa é que, em 2020, o turismo seja responsável por 7.790.000 empregos, o que será fortemente impulsionado pelos grandes eventos esportivos de 2014 e 2016. (WTTC, 2013).

Ao longo dos próximos 10 anos (até 2023), espera-se que o turismo contribua com 6,9 trilhões de dólares para o PIB e gere 72 milhões de novos empregos, representando cerca de 340 milhões de empregos ao redor do mundo (WTTC, 2013b).

De acordo com a Organização Mundial de Turismo - OMT (2013), as chegadas de turistas internacionais no mundo têm mostrado um crescimento praticamente ininterrupto, apesar de algumas quebras ocasionais - de 25 milhões em 1950, para 278 milhões em 1980, 528 milhões em 1995; e 1 bilhão em 2012, aproximadamente.

CHEGADAS INTERNACIONAIS DE TURISTAS

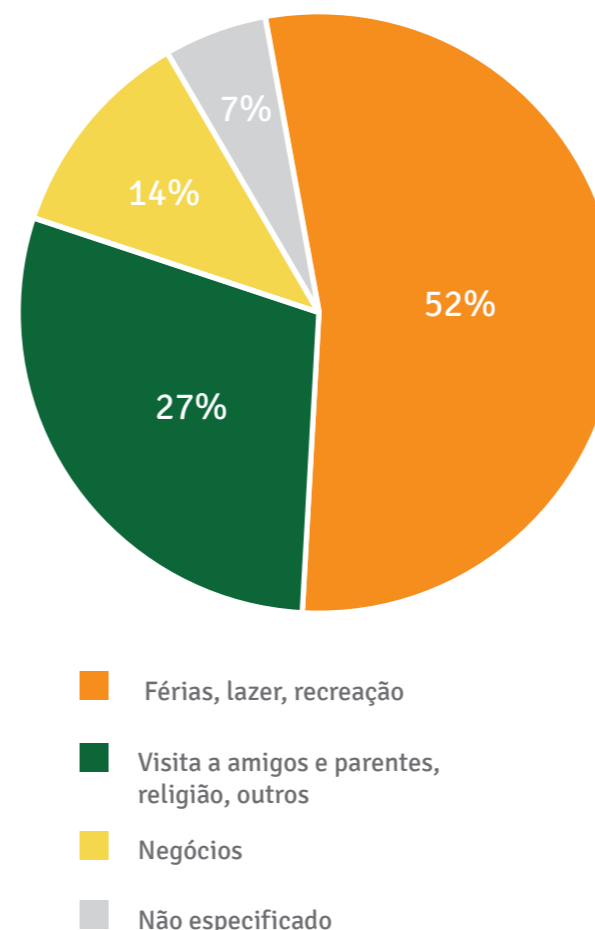


Fonte: OMT, 2013 - Adaptação Turismo 360 Consultoria

Prevê-se um aumento de 3,3% ao ano no número de chegadas de turistas internacionais em todo o mundo, chegando a 1,8 bilhão em 2030. As chegadas em destinos emergentes deverão crescer com o dobro do ritmo dos destinos com economia avançada (OMT, 2013).

De acordo com a OMT (2013), as viagens cuja motivação foi de lazer, férias ou recreação corresponderam a mais de metade das chegadas de turistas internacionais em 2012 (52% ou 536 milhões de chegadas). Cerca de 14% dos turistas internacionais viajaram para fins comerciais ou profissionais e outros 27% viajaram para outros objetivos, tais como visitar amigos e parentes, razões religiosas, saúde, dentre outros, como demonstra o gráfico abaixo:

CHEGADAS INTERNACIONAIS DE TURISTAS, POR MOTIVAÇÃO (2012)



Fonte: OMT, 2013 - Adaptação Turismo 360 Consultoria

Ainda segundo a OMT (2013), os principais destinos turísticos internacionais, considerando o número de chegadas internacionais de turistas e receita gerada são França e Estados Unidos, respectivamente. A França se mantém no topo do ranking de chegadas internacionais, com 83 milhões de visitantes em 2012, e ocupa a 3ª posição quando analisadas as receitas geradas por turistas internacionais. Os Estados Unidos ocupam a 1ª posição em receitas geradas, com 126 bilhões de dólares, e o 2º lugar em chegadas internacionais de turistas. A Espanha, assim como em 2011, continua a ser o 2º país em receitas geradas - ocupando o 1º lugar quando analisado apenas o continente europeu -, e é o 4º país com maior número de chegadas internacionais de turistas.

Chegadas Internacionais de Turistas						
Rank	Série	Milhões		Mudança (%)		
		2011	2012	11/10	12/11	
1	França	TF	81.6	83.0	5.0	1.8
2	Estados Unidos	TF	62.7	67.0	4.9	6.8
3	China	TF	57.6	57.7	3.4	0.3
4	Espanha	TF	56.2	57.7	6.6	2.7
5	Itália	TF	46.1	46.4	5.7	0.5
6	Turquia	TF	34.7	35.7	10.5	3.0
7	Alemanha	TCE	28.4	30.4	5.5	7.3
8	Reino Unido	TF	29.3	29.3	3.6	-0.1
9	Federação Russa	TF	22.7	25.7	11.9	13.4
10	Malásia	TF	24.7	25.0	0.6	1.3

Receitas Internacionais de Turismo						
Rank	US\$				Local \$	
	Bilhões	2011	2012	Mudança (%)	Mudança (%)	
1	Estados Unidos	115.6	126.2	11.7	9.2	9.2
2	Espanha	59.9	55.9	14.0	-6.6	1.2
3	França	54.5	53.7	16.2	-1.5	6.7
4	China	48.5	50.0	5.8	3.2	0.8
5	Macao (China)	38.5	43.7	38.3	13.7	13.3
6	Itália	43.0	41.2	10.9	-4.2	3.8
7	Alemanha	38.9	38.1	12.1	-1.9	6.2
8	Reino Unido	35.1	36.4	8.2	3.7	5.2
9	Hong Kong	27.7	32.1	24.6	16.0	15.6
10	Austrália	31.5	31.5	8.1	0.2	-0.2

Fonte: OMT, 2013

O continente americano recebeu 163 milhões de turistas internacionais em 2012, o que significou um crescimento de 5% quando comparado ao ano anterior. Da mesma forma, houve também um aumento (+ 6%) na receita do turismo internacional, atingindo 213 bilhões de dólares. O continente recebe, portanto, cerca de 16% do total de chegadas internacionais de turistas, além de 20% do total de receitas (OMT, 2013).

A OMT (2013) ressalta que turistas chineses gastaram o recorde de 102 bilhões de dólares em viagens internacionais em 2012, o que correspondeu a um aumento de 37% quando comparado a 2011. Impulsionados pelo aumento considerável de renda, a flexibilização das restrições sobre as viagens ao exterior e uma moeda valorizada, o gasto do turista chinês aumentou quase oito vezes em 12 anos.

Além do Panorama apresentado pela OMT, o Fórum Econômico Mundial realiza também um estudo acerca da competitividade turística de países, chamado Travel & Tourism Competitiveness Report (BLANKE & CHIESA, 2013).

Tal estudo analisa a competitividade de 140 países no turismo, por meio da análise de 14 pilares:

- 1) Políticas públicas, regras e regulações;
- 2) Sustentabilidade ambiental;
- 3) Proteção e segurança;
- 4) Saúde e higiene;
- 5) Priorização do turismo;
- 6) Infraestrutura do transporte aéreo;
- 7) Infraestrutura do transporte terrestre;
- 8) Infraestrutura turística;
- 9) Infraestrutura tecnológica;
- 10) Competitividade do preço na indústria de viagens e turismo;
- 11) Recursos Humanos;
- 12) Afinidade / percepção nacional por viagens e turismo;
- 13) Recursos Naturais e;
- 14) Recursos Culturais. Cada um desses pilares é, por sua vez, constituído por uma série de variáveis individuais.

O relatório aponta como sendo os países mais competitivos no turismo em 2013:

País	Ranking 2013	Nota	Ranking 2011
Suíça	1	5,66	1
Alemanha	2	5,39	2
Austria	3	5,39	4
Espanha	4	5,38	8
Reino Unido	5	5,38	7
Estados Unidos	6	5,32	6
França	7	5,31	3
Canadá	8	5,28	9
Suécia	9	5,24	5
Singapura	10	5,23	10
Brasil	51	4,37	52

Fonte BLANKE & CHIESA, 2013

A Suíça aparece como o país mais competitivo em função das riquezas naturais e culturais, com um vasto número de Patrimônios da Humanidade, considerando a sua pequena extensão territorial. Destaca-se também os altos investimentos em sustentabilidade ambiental e desenvolvimento do turismo de forma sustentável. O país investe ainda na qualificação profissional para a indústria do turismo e, não é por acaso, que a Suíça concentra muitas das melhores escolas de hotelaria do mundo. Soma-se a isso a excelente infraestrutura de transporte terrestre, infraestrutura turística, bem como a segurança. (BLANKE & CHIESA, 2013).

No ranking geral, o Brasil aparece na 51ª posição em 2013, subindo uma posição quando comparado a 2011. Observado apenas o ranking do Continente Americano, o Brasil ocupa a 7ª posição, atrás de Estados Unidos, Canadá, Barbados, Panamá, México e Costa Rica. Interessante ressaltar que o Brasil ocupa o 1º lugar geral no que diz respeito a recursos naturais e o 23º com relação aos recursos culturais, em função da quantidade de sítios tombados pelo Patrimônio Mundial, grande proporção de área protegida, e a mais rica fauna do mundo (BLANKE & CHIESA, 2013).

Dentre as principais tendências do setor de turismo para os próximos 15 anos, a OMT (2011) ressalta:

- Demanda intrarregional em contínuo crescimento;
- Redução do tempo total das viagens;
- Há um potencial crescimento mais acelerado do turismo nas próximas décadas. Destinos consolidados ou novos destinos turísticos podem se beneficiar dessa oportunidade, a partir de políticas adequadas relativas ao ambiente de negócios, infraestrutura, facilidades, marketing e recursos humanos;
- Com essas oportunidades, surgem também desafios no que diz respeito à maximização dos benefícios sociais e econômicos e minimização dos impactos negativos que o turismo pode causar;
- O padrão de crescimento do turismo em longo prazo será mais moderado, sustentável e inclusivo.

Além das tendências citadas acima, vale ressaltar também:

- Busca de experiências únicas, autênticas e individuais – enfraquecimento dos pacotes de viagens padronizados;
- Utilização da internet para busca de viagens e destinos adequados ao seu comportamento e aspirações, além do crescimento do e-commerce no setor.
- Hiperconectividade: o avanço tecnológico e os hábitos resultantes têm um importante efeito sobre a forma de consumo, uma vez que a informação é instantânea, fácil de ser obtida e não requer presença física.
- Crescente uso das redes sociais no turismo: é clara a influência delas nas decisões de viagens, atrativos a visitar, serviços a serem utilizados, etc.
- Valorização dos elementos de sustentabilidade, associada à proteção do meio ambiente, valoriza-

ção das culturas tradicionais e geração de benefícios para as comunidades (conceitos de responsabilidade sócioambiental e consumo sustentável).

3.2 CENÁRIO BRASIL

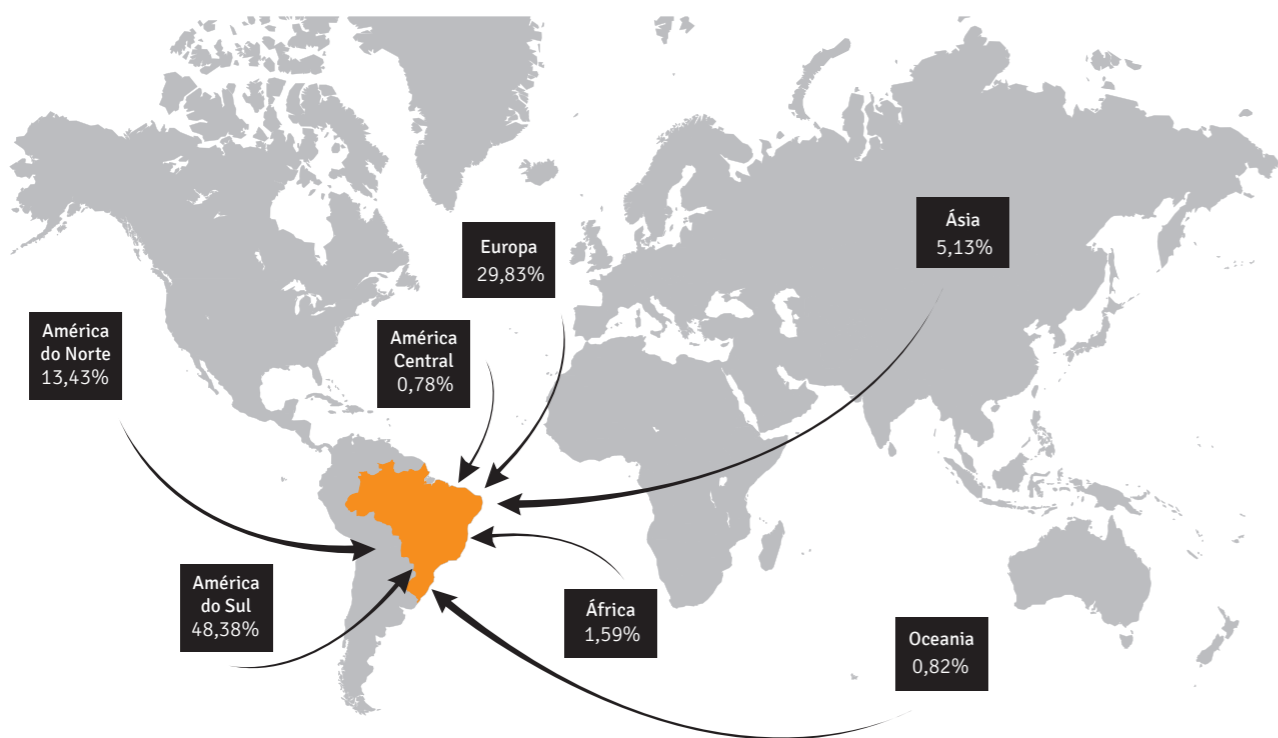
Dados da Organização Mundial do Turismo (OMT, 2013) demonstram que, em 2012, a América Latina recebeu cerca de 8% do fluxo de turistas internacionais, sendo que, deste total, 2,6 % das chegadas correspondem à América do Sul e cerca de 0,6% ao Brasil.

Apesar dos modestos números em relação a outros destinos do mundo, observa-se um crescimento da atividade turística no Brasil nos últimos dois anos, que assumiu a ponta na América do Sul em número de chegada de turistas internacionais no ano de 2012, ultrapassando a Argentina. (OMT, 2013)

O Brasil foi o país da América do Sul que mais recebeu turistas internacionais em 2012

O mapa abaixo demonstra a distribuição do fluxo turístico internacional para o Brasil em 2012:

MAPA DO FLUXO TURÍSTICO INTERNACIONAL PARA O BRASIL:



Fonte: Ministério do Turismo

No Brasil, segundo dados do World Travel & Tourism Council (WTTC, 2013), a estimativa é que, em 2020, a atividade turística seja responsável por 7.790.000 empregos, o que será fortemente impulsionado pelos grandes eventos esportivos de 2014 e 2016.

O crescimento da atividade turística no PIB brasileiro, assim como sua potencial capacidade de gerar trabalho, ocupação e renda são aspectos positivos resultados da gestão turística estabelecida no país, principalmente após a criação do Ministério do Turismo, em 2003. Tal fato é evidenciado pelos números referentes ao gasto de turistas estrangeiros, que evoluiu de 2,47 bilhões de dólares em 2003 para 6,64 bilhões em 2013, segundo o Ministério do Turismo.

Vale ressaltar que, com o aumento da renda de uma parcela da população brasileira, o turismo doméstico foi impulsionado. Em setembro de 2012, o Ministério do Turismo publicou um estudo realizado pela FIPE – Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas, intitulado Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil – 2010/2011 que foi realizado por meio de mais de 30 mil entrevistas em 137 municípios do Brasil. Esse estudo revela que 48,5% dos brasileiros realizaram pelo menos uma viagem em 2011, sendo que na classe de renda mais baixa essa proporção é de 39,2%, enquanto na classe mais elevada chega a 78%.

O estudo realizado pela FIPE em 2012 aponta também que o número médio de viagens em 2011, por domicílio brasileiro, foi de 2,6 viagens. Nas classes de renda mais elevadas, o número médio de viagens aumenta, conforme pode ser observado no quadro acima ao lado:

A pesquisa anual de conjuntura econômica, realizada pela Fundação Getúlio Vargas – FGV e Ministério do Turismo em 2013, demonstra o cres-

NÚMERO DE VIAGENS DOMÉSTICAS NO DOMICÍLIO, POR RENDA (EM %) - 2011

Número de Viagens	Classe de Renda Mensal Familiar (SM - Salários Mínimos)			Total
	De 0 a 4 SM	De 4 a 15 SM	Acima de 15 SM	
1	56,9	40,3	31,9	48,1
2 ou 3	29,2	33,5	34,7	31,4
4 a 6	10,8	17,7	19,8	14,3
7 a 10	2,1	5,9	9,6	4,3
11 ou mais	1,0	2,6	4,0	1,9
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0
Média	2,6			

Fonte: Ministério do Turismo / FIPE

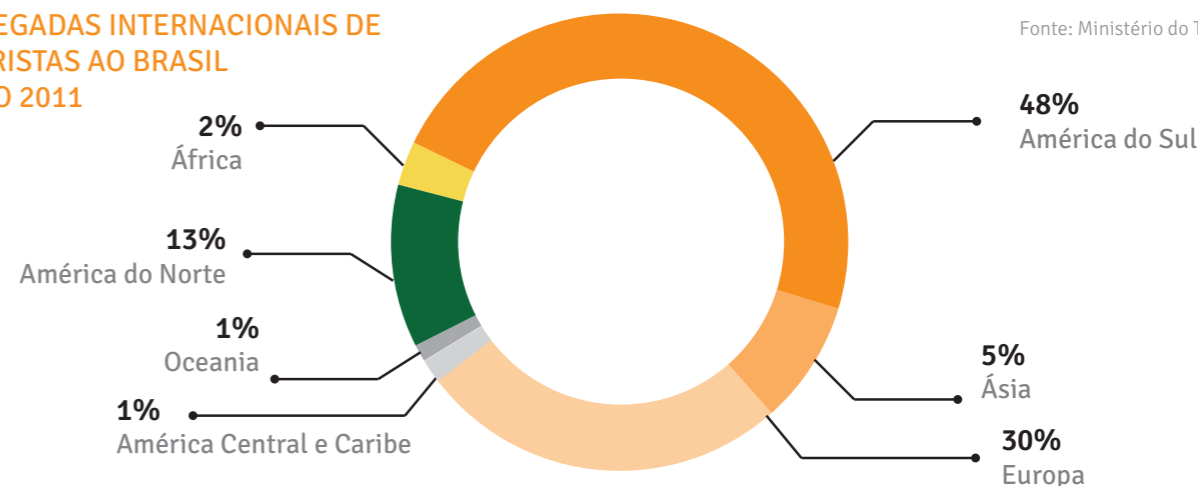
cimento do número de desembarques no Brasil, que era de 5,375 milhões em 2003, chegando a 9,4 milhões em 2012. E a expectativa é a de que, com a proximidade de realização dos megaeventos esportivos, esses números cresçam significativamente.

Com relação aos desembarques internacionais, destacam-se os turistas oriundos de países da América do Sul, responsáveis por aproximadamente 48% do fluxo para o Brasil conforme aponta gráfico mais abaixo.

A tendência do turismo brasileiro é de crescimento. O financiamento da atividade no país vem ocupando espaço de destaque, junto às demais áreas sociais não protegidas constitucionalmente, como meio ambiente, cultura, esporte e lazer, no debate sobre políticas públicas.

Os dados da OMT apontam que turismo brasileiro deve continuar crescendo nos próximos anos acima da média mundial. Cabe ao setor governamental o papel de regular e estimular os investimentos privados, fomentando assim o desenvolvimento econômico social das regiões.

CHEGADAS INTERNACIONAIS DE TURISTAS AO BRASIL ANO 2011

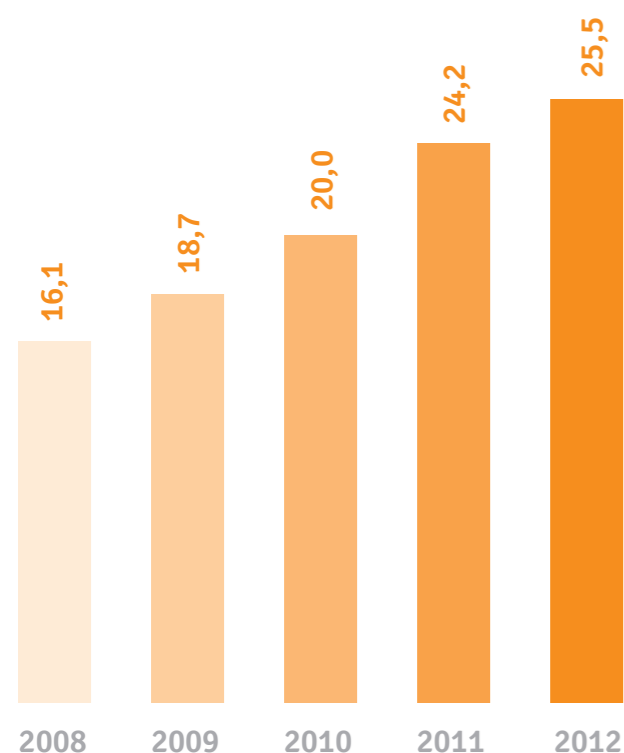


Fonte: Ministério do Turismo / FGV

3.3 MINAS GERAIS

Minas Gerais segue o ritmo brasileiro de crescimento da atividade turística. Dados do Observatório de Turismo de Minas Gerais apontam um crescimento contínuo do fluxo turístico no Estado. No ano de 2008 era de 16,1 milhões de turistas, passando para 25,5 milhões em 2012, conforme gráfico com dados anuais:

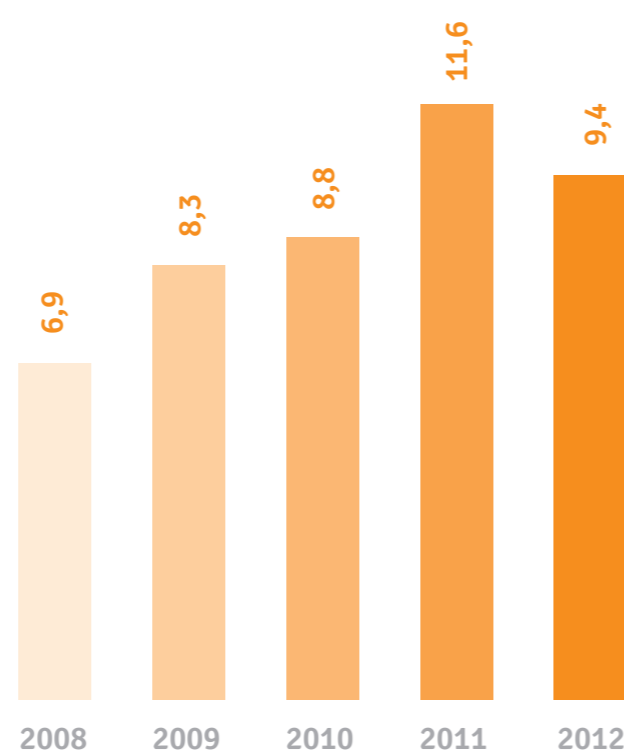
**FLUXO DE TURISTAS DE MINAS GERAIS:
(EM MILHÕES)**



Fonte: SETES/MG

Apesar do crescimento do fluxo turístico, observou-se, no ano de 2012, uma queda da receita turística em Minas Gerais, justificada pelo gasto médio individual menor que no ano de 2011, somada à diminuição da permanência média individual, segundo informações da SETES – Secretaria de Estado de Turismo e Esportes de Minas Gerais.

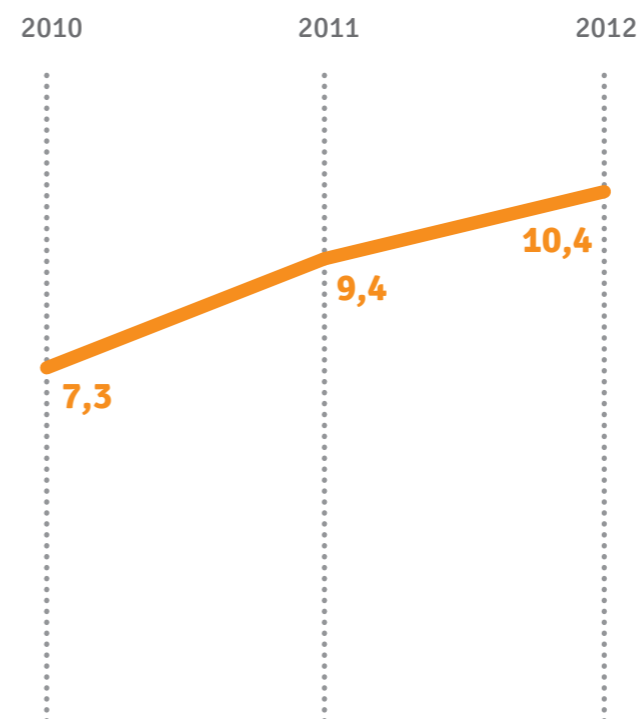
**RECEITA TURÍSTICA DE MINAS GERAIS:
(EM BILHÕES DE REAIS)**



Fonte: SETES/MG

No entanto, a movimentação dos aeroportos de Minas Gerais foi crescente nos últimos anos, com destaque para o Aeroporto Internacional Tancredo Neves em Confins, representado no gráfico abaixo:

**MOVIMENTAÇÃO AEROPORTO DE CONFINS:
(EM MILHÕES DE PASSAGEIROS)**



Fonte: SETES/MG - Adaptado Turismo 360 Consultoria

Minas Gerais possui políticas públicas estruturadas no setor de turismo. Os resultados podem ser percebidos diretamente no setor econômico do Estado, principalmente no que diz respeito à geração de emprego. Segundo dados da Pesquisa de Impacto do Turismo nas Finanças Públicas Municipais, realizada pela Secretaria de Estado de Turismo em 2011, o setor turístico em Minas Gerais empregou 354.648 trabalhadores em 2009, sendo 62.369 em atividades tipicamente turísticas e 292.279 em atividades parcialmente turísticas.

Tais dados evidenciam o valor econômico do turismo para o Estado de Minas Gerais, o que reforça ainda mais a importância de se estabelecer políticas públicas que garantam a perpetuidade dos benefícios que o setor pode trazer, contribuindo para sua gestão e organização de maneira responsável, cooperada e sustentável (SEPLAG, 2012).



> DADOS SÓCIO-
ECONÔMICOS DE
CAMANDUCAIA/
MG

DADOS SÓCIOECONÔMICOS

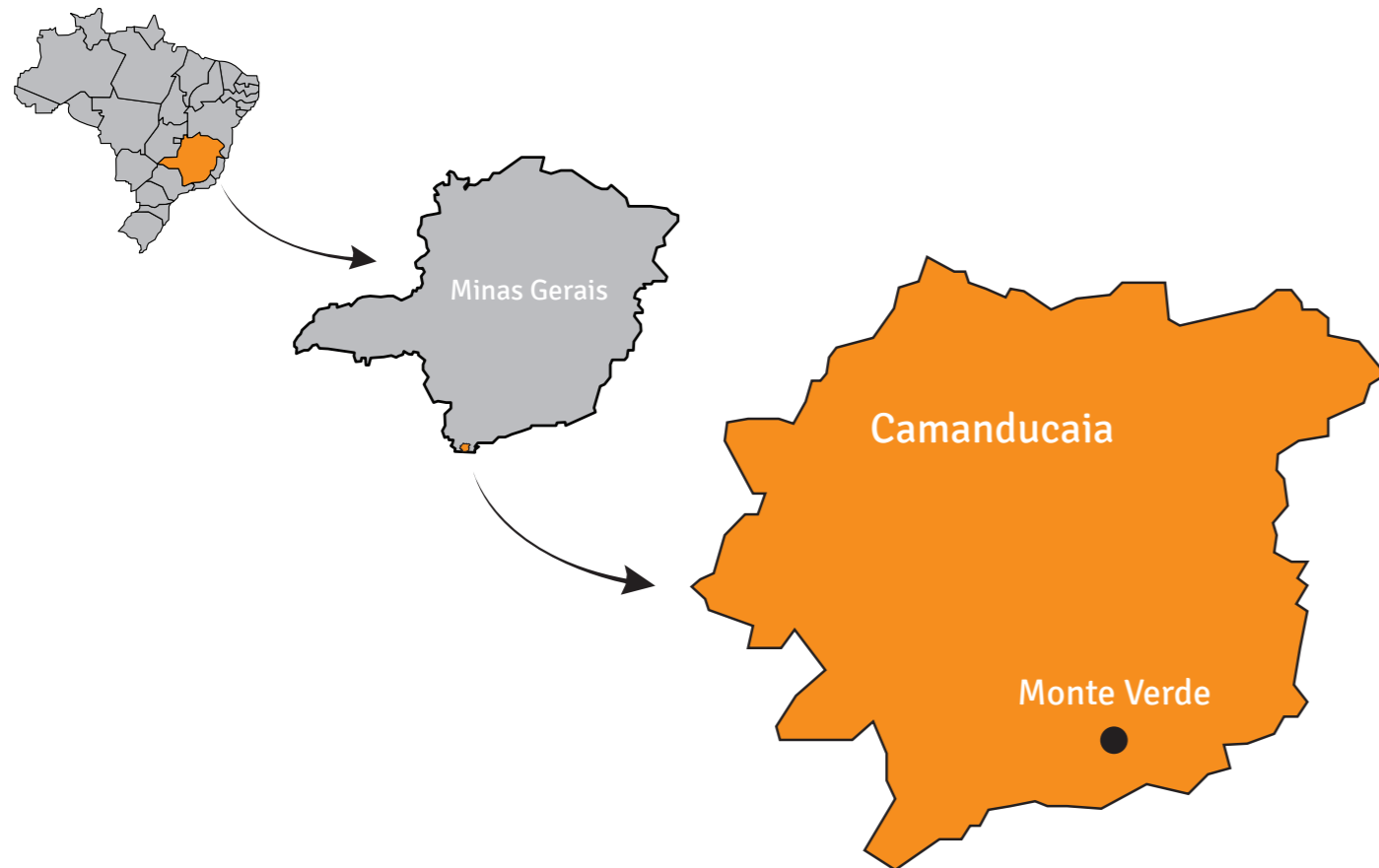
Camanducaia está localizada no extremo sul do Estado de Minas Gerais fazendo limite com Extrema, Itapeva, Cambuí, Córrego do Bom Jesus, Paraisópolis, Gonçalves, Sapucaí-Mirim, São José dos Campos (SP) e Joanópolis (SP). O município foi emancipado no ano de 1840 por meio da Lei no 171, de 23/3/1840 e possui dois distritos: Monte Verde e São Matheus de Minas.

A época precisa do início do arraial que deu origem ao município não é totalmente conhecida. Sabe-se que foi anterior a 1775, sendo o vilarejo formado por aventureiros em busca de ouro, uma

vez que a localidade estava situada em uma das rotas seguidas pelos “bandeirantes paulistas de Atibaia”(IBGE, 2013).

O município surgiu com o nome de Jaguari, cujo território foi desmembrado do município de Pouso Alegre pela Lei provincial n.º 171, de 23 de março de 1840. A instalação da sede ocorreu em 3 de maio de 1842. O termo Camanducaia significa, em tupi-guarani, feijão queimado, sendo esse o atual nome da cidade que se levanta à margem direita do rio Jaguari (IBGE, 2013).

MAPA DO MUNICÍPIO DE CAMANDUCAIA



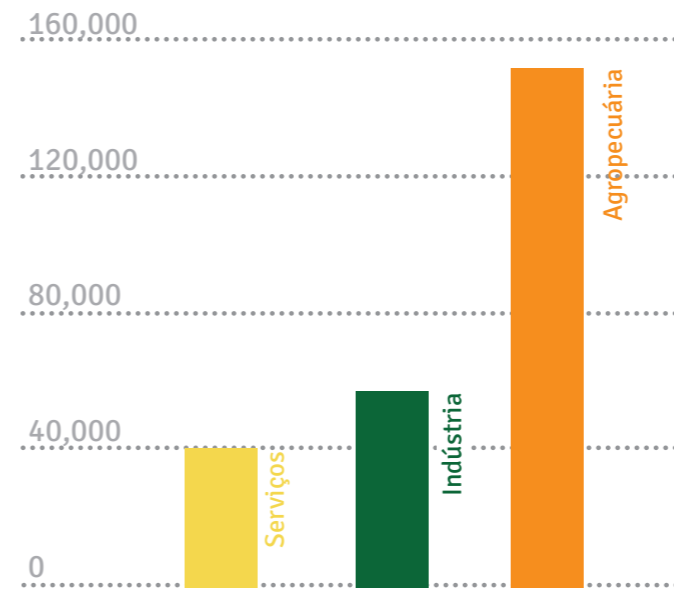
Informações Gerais do Município:

Síntese da Informação	
Área de Unidade Territorial	528, 476 KM ²
Estabelecimentos de Saúde SUS	7 Estabelecimentos
Índice de Desenvolvimento Humano municipal 2010 (IDHM 2010)	0,689
Pessoal Ocupado Total	5.113 pessoas
PIB Per Capta a Preços Correntes 2011	12.896,89 reais
População Residente 2010	21.080 pessoas
Densidade Demográfica	39,89 Hab/KM ²
Bioma	Mata Atlântica
Altitude Máxima	2082.0 m
Altitude Mínima	1000.0 m
Temperatura Máxima Anual	26.4 C
Temperatura Mínima Anual	14.3 C

Fonte: IBGE, 2012

Seguindo a tendência do que é apresentado em Minas Gerais e no Brasil acerca do Produto Interno Bruto, o setor de serviços em Camanducaia tem maior destaque do que os setores de agropecuária e industrial, conforme gráfico abaixo:

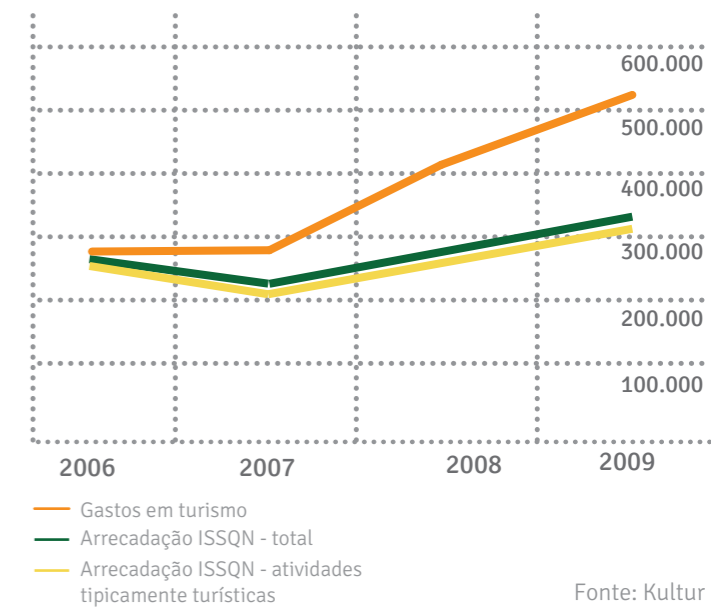
PRODUTO INTERNO BRUTO DE CAMANDUCAIA (VALOR ADICIONADO) DADOS DE 2009



Fonte: IBGE, 2009

O turismo se destaca como atividade econômica do município. O estudo realizado pela Secretaria de Estado de Turismo – SETUR/MG com o Instituto Kultur – Cultura, Turismo e Sustentabilidade aponta, por um lado, a informalidade do setor e, por outro, o crescente investimento público na atividade entre os anos de 2006 a 2009, conforme apontado no gráfico abaixo:

EVOLUÇÃO DOS GASTOS TURÍSTICOS E DA ARRECAÇÃO DO ISSQN DO TOTAL DAS ATIVIDADES TURÍSTICAS E DAS ATIVIDADES TÍPICAMENTE TURÍSTICAS EM CAMANDUCAIA 2006 – 2009 (R\$)



Fonte: Kultur

> DIAGNÓSTICO: ASPECTOS GERAIS DO TURISMO NO DESTINO

5.1. Oferta Turística	37
5.2. Análise da Demanda	43
5.3. Competitividade Turística	49
5.4. Posicionamento Online	55
5.5. A Política de Turismo Atual e a Governança Turística do Município ..	61



5.1 OFERTA TURÍSTICA

A oferta turística de um destino engloba um somatório de bens e serviços diretos e de apoio que podem ser oferecidos ao turista ou que possam ser úteis durante a sua estadia. Segundo o Ministério do Turismo – MTur (2006, p. 13), a oferta turística pode ser entendida como tudo aquilo que o local tem para oferecer aos seus turistas atuais e potenciais, sendo representada por uma gama de atrações, bens e serviços que determinarão a preferência do visitante (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2006).

De acordo com o MTur (2006), a Inventariação da Oferta Turística consiste no levantamento, identificação e registro dos atrativos turísticos, serviços e equipamentos turísticos, e da infraestrutura de apoio ao turismo como instrumento base de informações para fins de planejamento e gestão da atividade turística.

Ainda segundo o MTur (2006), o inventário permite a identificação e quantificação dos atrativos, equipamentos e serviços, além de subsidiar, a partir dos dados gerados, a sua análise e qualificação. Isso possibilita o planejamento e definição das políticas de turismo com mais segurança e eficácia.

No ano de 2013, foi realizado o Inventário da Oferta Turística de Camanducaia/Monte Verde pela Turismo 360 Consultoria, por meio de contrato com a Prefeitura de Camanducaia (MG).

A elaboração do inventário de Camanducaia utilizou como referência a metodologia do Ministério do Turismo, conhecido como INVITUR.

O trabalho contou com uma ampla pesquisa de campo, que consistiu na visita a cada um dos equipamentos e atrativos selecionados para obtenção das informações, durante os meses de Outubro a Dezembro de 2013.

No total, foram aplicados 402 formulários, divididos em três grandes componentes, como demonstra a tabela a seguir:

Tipo de Formulário	Quantidade
A - Informações Básicas e Infra-estrutura	142
B- Equipamentos Turísticos	218
C- Atrativos	42
TOTAL	402

Fonte: Inventário da Oferta Turística 2013 - Adaptação Turismo 360

Seguindo a metodologia do INVITUR, cada um desses componentes é dividido em categorias, e ainda em tipos e subtipos.

A partir dos resultados obtidos com a elaboração do inventário, foi possível constatar que o número total de empregados permanentes do setor turístico de Camanducaia é de 830, sendo 156 temporários, conforme quadro a seguir:

Nº de Empregados Permanentes	Nº de Empregados Temporários	Nº de Empregados com Deficiência
830	156	2

Fonte: Inventário da Oferta Turística 2013 - Adaptação Turismo 360

Ressalta-se que, para a opção “empregados temporários”, há indícios de que o número seja maior, considerando a mão de obra utilizada na realização de eventos permanentes ou festas populares. Entretanto, os entrevistados, na maioria das vezes, não souberam responder o campo relativo à “Geração de Emprego e Renda” das categorias C2 e C5.

5.1.1 Informações Básicas e Infraestrutura

Foram aplicados os seguintes formulários nessa categoria:

Tipo de Formulário	Quantidade
A1 - Informações Básicas e Infra-estrutura	3
A2 - Meios de Acesso	1
A3 - Sistema de Comunicação	14
A4 - Sistema de Segurança	3
A5 - Sistema Médico Hospitalar	9
A6 - Sistema Educacional	14
A7 - Outros Equipamentos	98
TOTAL	142

Fonte: Inventário da Oferta Turística 2013 - Adaptação Turismo 360

Os formulários A7 – **Outros Equipamentos** abrangem o comércio do Distrito de Monte Verde, do qual se destacam as lojas de vestuário e artesanato. Importante esclarecer que tais estabelecimentos foram inventariados por serem considerados como atrativos do distrito, o que não acontece com o comércio na sede.

Já para os demais formulários foram considerados os estabelecimentos e as informações de ambos, sede e distrito.

Camanducaia é o 2º município de Minas Gerais com maior número de estabelecimentos formais de hospedagem

5.1.2 Equipamentos Turísticos

Com relação aos equipamentos turísticos (formulários B) foram identificados:

Tipo de Formulário	Quantidade
B1 - Serviços e Equipamentos de Hospedagem	133
B2 - Serviços e Equipamentos para Gastronomia	63
B3 - Serviços e Equipamentos de Agenciamento	1
B4 - Serviços e Equipamentos para Transporte	15
B5 - Serviços e Equipamentos para Eventos	2
B6 - Serviços e Equipamentos de Lazer e Entretenimento	3
B7 - Outros Serviços e Equipamentos Turísticos	1
TOTAL	218

Fonte: Inventário da Oferta Turística 2013 - Adaptação Turismo 360

Nos dados oficiais sobre os estabelecimentos formais do setor de hospedagem, extraídos da RAIS (Relação Anual de Informações Sociais), apontam que, em 2012, havia 126 equipamentos de hospedagem no Município de Camanducaia.

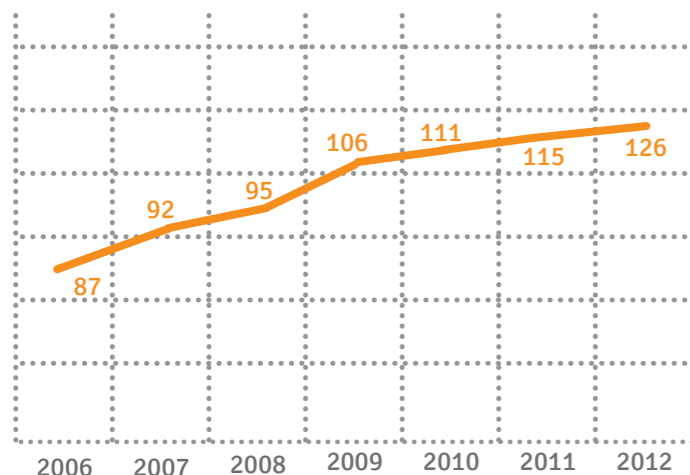
Estabelecimentos formais do setor de hospedagem em Camanducaia 2012			
	Com Funcionários	Sem Funcionários	Total
Hotéis e Similares	61	32	93
Outros tipos de alojamento não especificados anteriormente	26	07	33
Total	87	39	126

Fonte: RAIS

2 Categorias RAIS: Hotéis e Similares e Outros tipos de alojamento não especificados anteriormente

A quantidade de meios de hospedagem e outros tipos de alojamento existentes em Camanducaia se destaca em Minas Gerais por ficar atrás apenas da capital, Belo Horizonte, que em 2012, segundo a RAIS, tinha 477 equipamentos nessas categorias. O crescimento desse tipo de equipamento tem sido constante nos últimos anos e também merece destaque, como pode ser observado no gráfico abaixo.

NÚMERO DE EMPREENDIMENTOS FORMAIS DE HOSPEDAGEM EM CAMANDUCAIA. ENTRE 2006 E 2012



Fonte: Adaptado RAIS

Dos formulários B1 – **Serviços e Equipamentos de Hospedagem** destacam-se como dados relevantes:

Número Total de Hotéis / Pousadas em Monte Verde	129
Número Total de Hotéis / Pousadas em Camanducaia - Sede	4
Número Total de Unidades Habitacionais (UHs)	1604 UHs
Número Total de Leitos	4024
Número UHs adaptadas para portadores de deficiência	36
Mês de maior ocupação	Julho
Meses de Menor ocupação	Nov / Out / Mar
Valor médio das diárias	R\$ 249,89
Média de taxa de ocupação total do destino ³	60%
Número de estabelecimentos cadastrados no CADASTUR	8
Número de estabelecimentos informais declarados	18

Fonte: Inventário da Oferta Turística 2013 - Adaptação Turismo 360

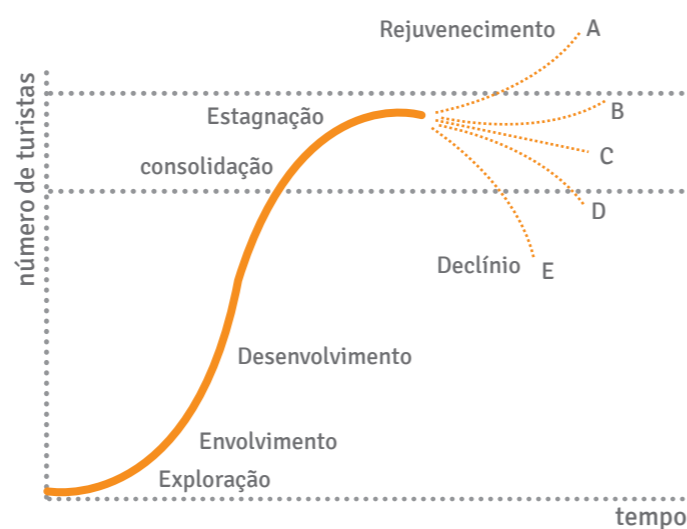
Vale destacar ainda que a maioria dos equipamentos de hospedagem foi aberta na década de 2000, conforme tabela abaixo:

Início da Atividade	Quantidade
Década de 1960	2
Década de 1970	4
Década de 1980	13
Década de 1990	29
Década de 2000	44
Década de 2010	28
Não Informado	13
Total	133

Fonte: Inventário da Oferta Turística 2013 - Adaptação Turismo 360

O verdadeiro crescimento do destino ainda está acontecendo e não se pode afirmar que Monte Verde – Camanducaia atingiu o estágio de consolidação, segundo o modelo do ciclo de evolução do destino Turístico, publicado por Butler em 1980 e citado por vários autores.

CICLO DE EVOLUÇÃO NA AREA DO TURISMO



Fonte: Butler, 1980

³ O valor pode não refletir a realidade do município, já que muitos estabelecimentos não souberam informar a taxa de ocupação e não há um registro formal dos dados.

Segundo esse modelo, após um forte ritmo de crescimento, ocorre a consolidação e, dependendo da estratégia adotada pelo destino pode haver declínio, estagnação ou rejuvenescimento.

Na década de 2000 foram abertos muitos empreendimentos, o que conduz a uma percepção de consolidação do destino. No entanto, 21,05% do total de equipamentos de hospedagem foram inaugurados em apenas três anos, entre janeiro de 2010 e dezembro de 2013, apontando uma tendência de crescimento de oferta na década de 2010 superior ao da década de 2000. Esse crescimento acelerado da oferta vem causando uma mudança no perfil da oferta e é especialmente preocupante para o posicionamento do destino e sua sustentabilidade.

Para os formulários B2 – **Serviços e Equipamentos para Gastronomia** têm-se como dados relevantes:

- Dos 63 equipamentos inventariados, 58 estão localizados em Monte Verde e cinco em Camanducaia - sede;
- O mês de maior ocupação dos Equipamentos para Gastronomia é JULHO e o mês de menor ocupação é NOVEMBRO;
- Por falta de dados, não foi possível aferir a taxa média de ocupação.
- Assim como os equipamentos de hospedagem, a maioria foi aberta nos anos 2000 e 2010, confirmando que o destino ainda vive uma fase de forte crescimento, conforme pode ser observado na tabela abaixo:

Início da Atividade	Quantidade
Década de 1960	1
Década de 1970	2
Década de 1980	3
Década de 1990	10
Década de 2000	21
Década de 2010	21
Não Informado	5
Total	63

Fonte: Inventário da Oferta Turística 2013 - Adaptação Turismo 360

Em relação aos equipamentos de agenciamento, apenas uma agência de receptivo foi identificada em Camanducaia (formulário B3) e esse equipamento emprega duas pessoas de forma permanente. Abaixo, segue um breve resumo das informações obtidas:

- Faixa Etária dos Clientes: 26 a 38 anos;
- Renda Média: 12 a 25 salários mínimos;
- Principais Roteiros:
 - City Tour de 4x4 em Monte Verde;
 - Esportes de Aventura no Rio Jaguary;
 - Passeio nas Pedras;
 - Caminhadas guiadas;
 - Prática de alpinismo (escalada em rocha e rapel);
 - Prática de canoagem;
 - Voo livre (parapente);
 - Passeios com bicicleta.
- Aproximadamente 10% dos visitantes de Monte Verde utilizam os serviços da agência.

Da categoria B4 – **Serviços e Equipamentos para Transportes**, 12 dos 15 estabelecimentos inventariados oferecem passeios locais pelos principais pontos turísticos de Monte Verde, dois são utilizados em traslados e um é considerado como especial. Nenhum dos estabelecimentos soube informar o volume anual de passageiros.

Para a categoria B5 – **Serviços e Equipamentos para Eventos** foram inventariados dois espaços em Camanducaia – sede.

Já para a categoria B6 – **Serviços e Equipamentos de Lazer e Entretenimento** os três estabelecimentos inventariados foram em Monte Verde. Destaca-se que a Fazenda Radical também teve os dados contabilizados como Equipamento de Hospedagem.

E por último, na categoria B7 – **Outros Serviços e Equipamentos Turísticos**, foram coletados dados sobre o Portal de Entrada de Monte Verde que tem como principais atividades o fornecimento de informações turísticas, a realização de pesquisas e orientação em geral.

5.1.3 Atrativos Turísticos

Nessa categoria, foram mapeados 42 atrativos turísticos, classificados como naturais, culturais, de caráter técnico, científico ou artístico ou eventos permanentes. Vale destacar a variedade de atrativos naturais e culturais, evidenciados pela quantidade de festas e celebrações, conforme tabela abaixo:

Tipo de Formulário	Quantidade	Nomes
C1 - Atrativos Naturais	14	1- Parque Estadual do Cadete 2- Parque Verner Grinberg 3- Parque Municipal Pinheiro Velho 4- Roda D'Água 5- Rio Jaguary 6- Chapeu do Bispo 7- Pedra Partida 8- Pedra Redonda 9- Pico do Selado 10- Platô 11- Cachoeira dos Pretos 12- Cascata da Sidema 13- Queda D'Água Gato de Botas 14- Queda D'Água Pedreira
C2 - Atrativos Culturais	22	1- Sede da Fazenda Esperança 2- Igreja Matrix de Camanducaia 3- Festa da Padroeira 4- Carnaval 5- Reveillon 6- Aniversário de Camanducaia 7- Museu da MPB 8- Encontro de Bandas 9- III Fest Car de Camanducaia 10- Festa do Padroeiro de Monte verde 11- Camanducaia Country Club 12- Festival de Inverno 13- Festival de Natal 14- Fábrica de Chocolate 15- Arraial da Família 16- Comemoração da Independência 17- Comemoração dia das Crianças 18- Festa de Nossa Senhora Aparecida 19- Festa de São Matheus 20- Festa do Bom Jesus 21- Arraial Cultural 22- Semana Cultural
C4 - Atrações Técnicas, Artísticas e Científicas	3	1- Cerâmica Unger's Art Gallery 2-Ateliê de Cerâmica do Leite 3- Orquidário
C4 - Eventos	3	1- Encontro de Motoqueiros 2-Campeonato de Muay Thai 3- Motocross
Total	42	

Fonte: Inventário da Oferta Turística 2013 - Adaptação Turismo 360

Principais Conclusões da análise da Oferta Turística do destino

Considerando a percepção dos pesquisadores e da coordenação de campo do Inventário da Oferta Turística, pode-se concluir que:

> A oferta turística do destino está concentrada no Distrito de Monte Verde, notadamente no núcleo urbano principal, compreendido pela Av. Monte Verde e Av. Sol Nascente;

> A infraestrutura da avenida Monte Verde é a que está melhor preparada para o turismo, com pavimentação e elementos estéticos interessantes;

> Em contrapartida, a Avenida Sol Nascente apresenta problemas na pavimentação, alternando trechos pavimentados com trechos sem pavimentação e estado de conservação geral muito ruim;

> A oferta gastronômica concentra-se na Av. Monte Verde, mas há equipamentos muito procurados na Av. Sol Nascente. Já na Villa da Fonte é possível encontrar equipamentos com características mais “populares”;

> Há carência na operação turística receptiva do destino: apenas uma agência oferece passeios regulares e não há oferta de atividades que alinhem romance (principal posicionamento do destino) com ecoturismo;

> Sobre o preenchimento dos formulários houve uma boa recepção na maioria dos estabelecimentos. Entretanto, é notável a ausência de registro de informações básicas para o planejamento turístico. Como exemplo cita-se o Portal de Entrada que não soube informar o número de visitantes anuais que passam por Monte Verde;

> Uma tendência que começa a ser observada é o deslocamento de turistas para a região rural de Camanducaia, notadamente para os bairros Bom Jardim e Jaguary de Cima. Esse último já é conhecido pelos romeiros que percorrem a Estrada da Fé, com destino à Aparecida/SP.



5.2 ANÁLISE DA DEMANDA

A análise da demanda é um dos primeiros passos para o entendimento e planejamento da atividade turística em qualquer destino. Essa demanda é analisada a partir das características que determinam o perfil dos turistas, sejam eles atuais (que efetivamente frequentam e visitam o destino) ou potenciais (aqueles que ainda não visitam o destino, mas têm condições de se tornar turistas no futuro).

O principal e mais atual estudo disponível para que se possa entender o comportamento da demanda turística no Brasil é o **Caracterização do Turismo Doméstico no Brasil, – 2010/2011**, publicado pela FIPE. Esse estudo é especialmente importante para Monte Verde, uma vez que a demanda turística do município é essencialmente doméstica, segundo as informações dos empresários da região e considerando as observações realizadas em campo, durante a realização do estudo da oferta do município, apresentada anteriormente.

Em Minas Gerais, a Secretaria de Estado de Turismo – SETUR/MG divulgou a **Pesquisa de Demanda – 2011**, que incluía o Município de Camanducaia na amostragem. No entanto, ao se analisar os dados estratificados apenas do Circuito Turístico Serras Verdes do Sul de Minas, do qual Camanducaia participa, os resultados são incompatíveis com a realidade vivida pelos empresários de turismo do município, que estão concentrados no Distrito de Monte Verde. Dessa forma, os dados desagregados para a região não foram considerados para traçar o perfil do turista do município.

5.2.1 Demanda Turística no Brasil

A pesquisa de **Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil** iniciou-se em 1998 e está em sua 5ª edição, sendo coordenada pelo Ministério do Turismo. Tal pesquisa se configura como uma das principais fontes de informação acerca da demanda turística nacional, uma vez que é realizada em 137 municípios brasileiros. Tem como população de pesquisa o conjunto de domicílios particulares permanentes, situados nas áreas urbanas do país, e pretende levantar dados sobre as viagens realizadas em 2011. No ano de 2012, a pesquisa envolveu 37 mil domicílios brasileiros.

A pesquisa foi capaz de dimensionar que, em 48,5% dos domicílios brasileiros, pelo menos um dos seus residentes realizou alguma viagem em 2011. Do total de domicílios com turistas, 44% deles é de turismo doméstico, 4,3% de turismo internacional e 7% de viagens rotineiras (pelo menos 10 vezes no ano para o mesmo destino)⁴.

A quantidade de viagens realizadas vem aumentando consideravelmente, acima do crescimento de outros setores, uma vez que a população está aumentando e o número de domicílios com viajantes no Brasil também cresceu desde 2005, como pode ser observado no quadro a seguir:

Itens	2005	2007	2011
Nº de Domicílios Urbanos (em 1.000)	42.196,0	47.856,0	49.227,0
Proporção dos Domicílios com Viajantes (em %)	37,3%	38,2%	44,0%
Proporção dos Domicílios com Viajantes (em 1.000)	15.739,1	18.281,0	21.659,9

Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil. Ministério do Turismo, 2012.

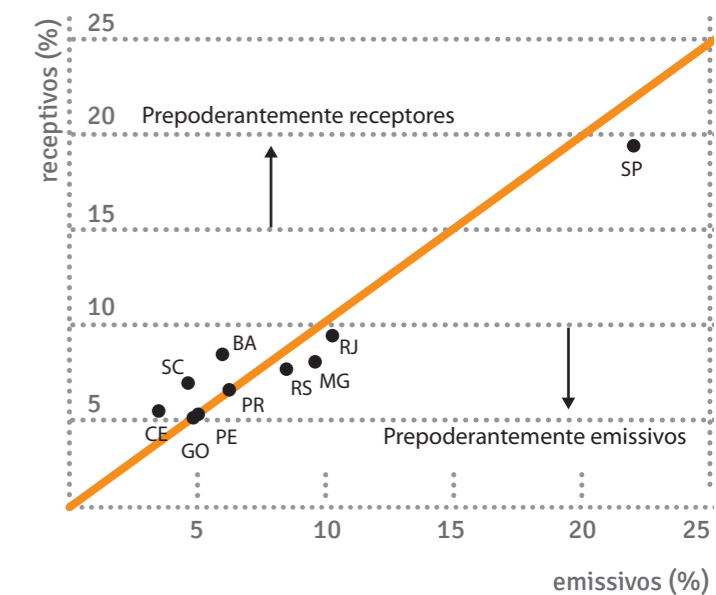
Esse cenário é extremamente favorável ao desenvolvimento turístico de Camanducaia, uma vez que o município se encontra na região Sudeste, principal polo emissor e receptor de turistas do Brasil (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2012). Além disso, devido a suas características de oferta e localização, atende ao mercado de maior demanda atual: período de viagem entre dois e três dias, tendo o automóvel como principal meio de transporte. Todos esses fatores explicam o crescimento da atividade turística no município e a ampliação da oferta de equipamentos como pousadas, restaurantes e atrativos.

Quando analisados os dados dos estados brasileiros, a pesquisa aponta que os mais desenvolvidos se destacam como os mais importantes centros receptivos e emissores. Em número de turistas, em apenas cinco estados, – São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e Bahia –, tem-se mais de 50% do emissor do país e quase 50% do receptivo.

A pesquisa demonstra também se o estado se caracteriza como predominantemente emissor: relação nº do Emissivo/Receptivo maior que 1 ou predominantemente receptor com o Nº do Emissivo/Receptivo inferiores a 1.

Os dados do quadro e gráfico abaixo indicam que os estados de São Paulo, Minas Gerais e Rio Grande do Sul, entre os de maior significado em valores absolutos, caracterizam-se como predominantemente emissores.

PARTICIPAÇÃO RELATIVA ENTRE O EMISSIVO E O RECEPTIVO NAS VIAGENS DOMÉSTICAS, EM NÚMEROS DE TURISTAS



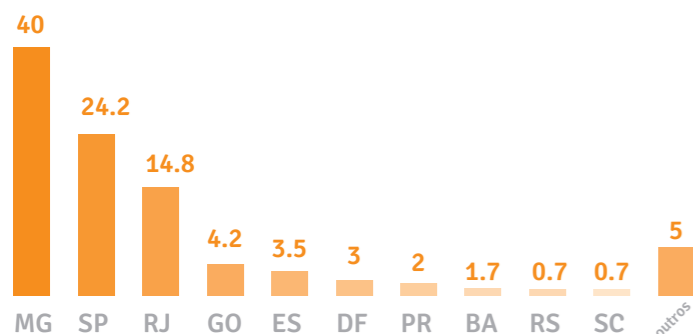
Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil. Ministério do Turismo, 2012.

⁴ Foram descontadas as respostas em duplicidade (Doméstica, Internacional e Rotineira) para concluir que, em 48,5% dos domicílios do Brasil, há pelo menos um turista.

5.2.2 Aspectos Gerais: Demanda Turística em Minas Gerais

Com relação aos principais centros emissores de turistas para Minas Gerais, destaca-se, em 1º lugar, o próprio estado de Minas Gerais, seguido dos estados de São Paulo e Rio de Janeiro, como pode ser observado no gráfico abaixo:

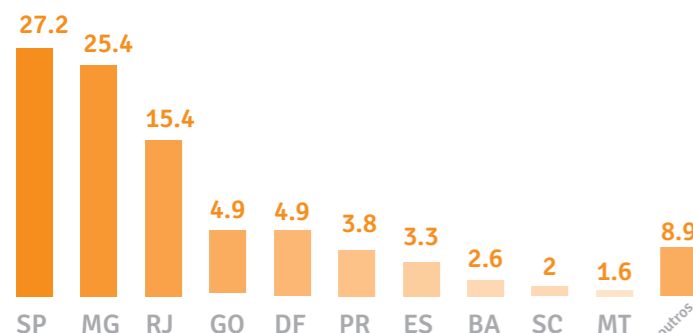
PRINCIPAIS EMISSORES DE TURISTAS PARA MINAS GERAIS (%)



Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil. Ministério do Turismo, 2012.

Por outro lado, quando analisados os principais geradores de receita para o estado, ou seja, aqueles que mais gastam, os turistas do estado de São Paulo atingem a 1ª posição, correspondendo a 27,2% do total. Em seguida, tem-se o estado de Minas Gerais (25,4%) e o estado do Rio de Janeiro (15,4%):

PRINCIPAIS GERADORES DE RECEITAS EM MINAS GERAIS (%)



Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil. Ministério do Turismo, 2012.

Como já citado anteriormente, além da pesquisa realizada pelo Ministério do Turismo, a SETUR/MG realiza, anualmente, uma pesquisa de demanda turística. O objetivo é traçar o perfil dos turistas e excursionistas que visitam Minas Gerais durante a alta, média e baixa temporada, suas principais motivações, nível socioeconômico e expectativas em relação aos produtos e serviços consumidos durante sua estadia. O perfil dos gastos dos turistas e visitantes também é traçado neste estudo.

Em 2012, a pesquisa de demanda foi realizada por meio de três pesquisas quantitativas sobre demanda turística em 60 municípios e distritos do estado, contemplando todas as regiões de planejamento.

Os principais dados sobre a demanda turística de Minas Gerais a partir dessa pesquisa são:

> A faixa etária dos turistas do estado é, em sua maioria, de **21 a 30 anos** (34%) e de 31 a 40 anos (23%). Pode-se inferir, portanto, que a faixa etária predominante é jovem, de **21 a 40 anos** (57%);

> Quanto ao grau de escolaridade, **41%** possui o **ensino médio completo** e **24%** possui ensino superior completo;

> Existe certo equilíbrio com relação ao gênero dos turistas: **54% do sexo masculino** e **46% do sexo feminino**;

> **70%** dos turistas que visitam Minas Gerais **moram no próprio Estado**. Destaca-se também o volume de turistas oriundos do estado de **São Paulo (12%)** e **Rio de Janeiro (7%)**. Dentre as cidades de residência, há destaque para as capitais dos estados já citados: Belo Horizonte, com 8% do total; São Paulo, com 5%, e Rio de Janeiro, com 4%.

> A renda familiar média dos turistas de Minas Gerais encontram-se, em sua maioria, na faixa de R\$ 1.021 a 2.040 (27%), e 2.040,01 a R\$ 3.570 (23%), ou seja, **50% dos entrevistados possuem renda familiar de 1,5 a 5,26 salários mínimos**;

> Com relação à organização das viagens, **88% dos turistas organizam a viagem por conta própria**, sem utilização de agências.

> O meio de transporte mais utilizado para chegar ao estado é o **ônibus rodoviário**, com **61%**, seguido de **veículo próprio (20%)**. O transporte aéreo corresponde à apenas 5% do total;

> Sobre os acompanhantes na viagem, **56%** afirmou que viajam **sozinhos**; **13%** com **familiares/filhos** e **11%** de **casal**.

> O principal meio de hospedagem utilizado no estado é a **casa de amigos/parentes**, com **56%** do total, e **34%** dos entrevistados utilizam **hotéis/pousadas**.

- Esse cenário é ligeiramente diferente do cenário nacional, no qual 64,2% dos turistas utilizam casas de amigos/parentes, e apenas 22,9% se hospedam em hotéis, pousadas ou resorts.

> A composição dos gastos de viagem é formada por: **31% compras**; **23% alimentação**; **21% hospedagem**; **11% transporte na cidade**; **9% atrativos e passeios**; e 6% outros.

> A **média diária de permanência** em Minas Gerais é de **5,73 dias**, de maneira geral. Quando analisadas as motivações de viagem, o turista de **negócios** é o que possui a maior permanência média diária, com **8,3 dias**, seguido dos que **visitam amigos e parentes (7,1 dias)**. Os que participam de **congressos/convenções** apresentam uma **média de 5,6 dias** e os que viajam com motivo de **estudos ou cursos**, **5,2 dias**;

> O **gasto médio diário individual** é de **R\$ 92,11**. Da mesma maneira, quando analisadas as motivações de viagem, percebe-se um gasto médio diário individual mais elevado no turismo de compras (R\$ 271,41).

> Já o **gasto médio total da viagem** é de **R\$ 527,98**. Nesse item, o gasto médio total da viagem do turista de negócios é bastante superior (R\$ 745,87)

> O principal **motivo** apontado para as viagens é a **visita a amigos e parentes**, que corresponde a **29%**

do total. Em seguida, tem-se a motivação de **negócios (25%)** e **lazer/passeio (24%)**;

> Quando a motivação da viagem é lazer, os principais atrativos procurados referem-se ao segmento **ecoturismo**, ou seja, a busca pelo contato com a natureza, com **40%** do total. O **turismo cultural** aparece em 2º lugar, correspondendo a **34%** das respostas.

> A principal fonte de informação para escolha da cidade é: **23% por indicação de amigos e parentes** e **11% por indicação da empresa onde trabalham**. Sendo que 59% afirmaram já conhecer a cidade. A informação obtida na **internet e redes sociais** correspondem a **2% do total**.

> **69% dos entrevistados afirmaram que a viagem atendeu plenamente as expectativas**, sendo uma avaliação bastante positiva. 21% afirmaram que a viagem superou as expectativas e apenas 1% demonstrou total descontentamento (não satisfaz as expectativas).

> Com relação ao **nível de satisfação médio antes e após a visita** (considerando de um a 10), observa-se uma **variação positiva de 0,4 pontos**. Dos turistas que visitam a cidade pela primeira vez, a média atribuída antes da visita foi de 8 pontos e após a visita de 8,4 pontos. Para os que já conheciam a cidade, foram atribuídos 8,1 pontos para antes, e 8,5 pontos para depois.

> A pesquisa questiona também qual a primeira imagem que vem à cabeça quando se fala Minas Gerais, de modo a identificar os **principais ícones do Estado**. Nesse sentido, a **gastronomia** aparece em destaque com **22%** das respostas, seguidas das **Montanhas (18%)** e as **Paisagens (9%)**.

5.2.3 O Município de Camanducaia / Monte Verde

A pesquisa realizada pela SETUR/MG, que envolve todas as regiões do estado, segue uma metodologia válida para se obter um retrato do turismo em Minas Gerais como um todo. Inclui a aplicação de questionários no Circuito Turístico Serras Verdes do Sul de Minas e no Município de Camanducaia, mais especificamente.

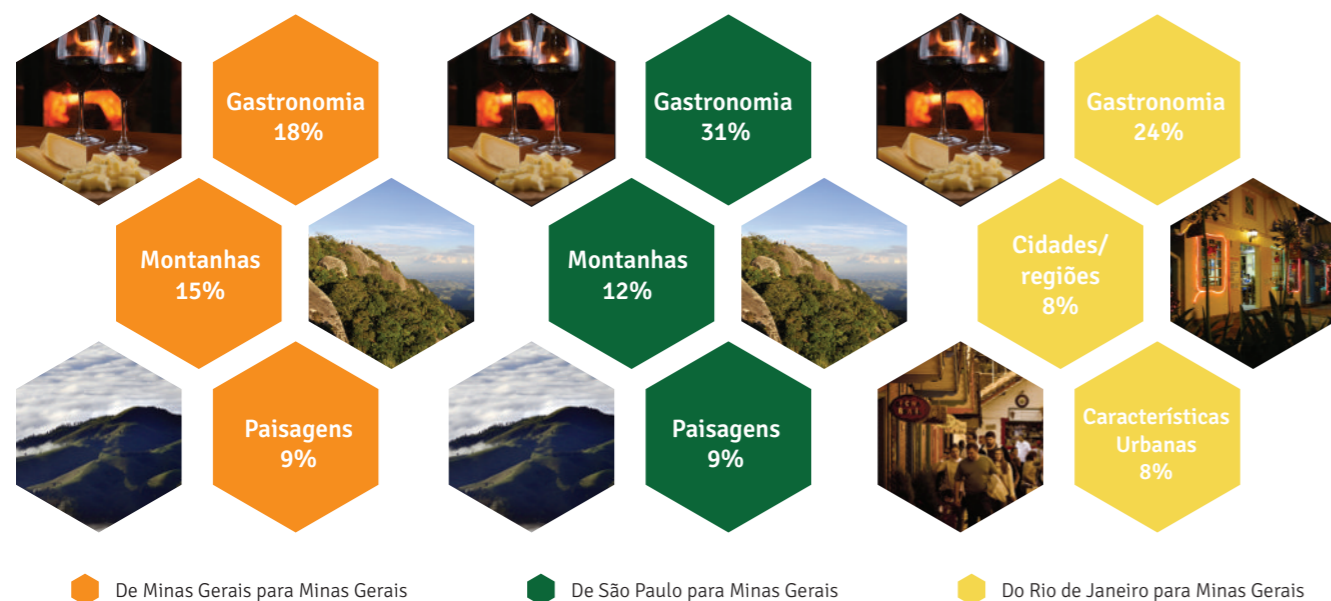
No entanto, os dados desagregados apenas dessa região ou município não foram considerados para compreensão da realidade local ou para estruturar a tomada de decisão no âmbito regional, pois sua metodologia segue um padrão único para todo o estado, o que pode não ser a melhor opção dado ao contexto local. Enquanto o principal meio de transporte no estado, segundo a pesquisa da SETUR/MG, é o ônibus rodoviário (61%), os empresários da região afirmam que esse meio de transporte é muito pouco utilizado pelos turistas que visitam Monte Verde. Dessa forma, os dados

para o local/ região, obtidos a partir da extrapolação dos dados estaduais, devem ser previamente analisados antes de serem utilizados.

As entrevistas com empresários apontam que as principais origens dos turistas do município são São Paulo e Minas Gerais. Nesse sentido, a imagem que vem a cabeça desse público quando escutam “Minas Gerais” deve ser trabalhada para melhorar o posicionamento do destino: Camanducaia – Monte Verde. Sendo assim, a SETUR/MG questionou aos turistas dos estados de Minas Gerais, São Paulo e Rio de Janeiro, qual a imagem que vem a cabeça quando escutam “Minas Gerais”?

Os resultados, apresentados no diagrama a seguir, demonstram o destaque da gastronomia, das montanhas e da paisagem natural. Ressalta-se que, tais elementos, podem ser melhor trabalhados no posicionamento de Monte Verde.

Qual a primeira imagem que vem a cabeça quando se fala em Minas Gerais?



Fonte: Pesquisa de Demanda de Turismo, SETUR/MG, 2013.

A partir dos dados da demanda turística nacional e estadual e das informações coletadas, durante as oficinas participativas de elaboração do Plano Municipal de Turismo de Camanducaia e de outras entrevistas realizadas com os empresários de Monte Verde, as principais conclusões sobre as características da Demanda Turística estão destacadas abaixo:

Principais conclusões da análise da Demanda Turística do destino

- > O perfil de idade do público que visita o destino atualmente é jovem (de 21 a 40 anos), sendo necessário promover ações e estruturar produtos turísticos adequados a essa demanda;
- > O principal mercado emissor é São Paulo;
- > Dentre os turistas cuja motivação é o lazer, destaca-se a relevância dos segmentos de ecoturismo e turismo de aventura, que podem ser abordados de forma mais eficaz em termos de oferta de produtos e serviços, alinhados ao posicionamento de romance já estabelecido pelo destino;
- > A permanência média do turista no destino (2,3 dias) pode e deve ser estimulada a aumentar, por meio da oferta de atividades complementares na própria região, induzindo a um aumento no gasto médio diário.
- > A internet e as redes sociais configuram-se em fontes de informações relevantes de qualquer destino turístico. Isso é reforçado pelo fato da organização das viagens ser feita pelos próprios turistas, sem ajuda profissional. É importante,

portanto, que sejam definidas estratégias de comunicação online, bem como de monitorar as opiniões acerca do destino nos principais sites de viagens e redes sociais.

- > Na opinião dos turistas, há necessidade de melhoria da limpeza e transporte público da cidade, bem como na sinalização e informações turísticas;
- > Experiências inovadoras e sensoriais podem ser desenvolvidas e estimuladas, de modo a aumentar o índice de superação das expectativas dos turistas;
- > Os temas “Natureza”, “Gastronomia” e “Frio”, com destaque para as “Montanhas”, são elementos importantes para a promoção e divulgação do destino.

5.3 COMPETITIVIDADE TURÍSTICA

No ano de 2008, o MTUR - Ministério do Turismo definiu 65 destinos turísticos prioritários no país, denominados Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional, a serem trabalhados, visando à obtenção de padrão de qualidade internacional.

Em Minas Gerais, foram escolhidos quatro destinos pelo MTUR, sendo eles: Belo Horizonte, Tiradentes, Ouro Preto e Diamantina.

Com o intuito de avaliar o nível de competitividade desses destinos turísticos, a FGV - Fundação Getúlio Vargas, em parceria com o MTUR e o SEBRAE Nacional, criou uma metodologia chamada “Índice de Competitividade Turística”.

No modelo analítico elaborado, a competitividade turística foi definida como:

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

(MINISTÉRIO DO TURISMO, 2013).

A construção do instrumento de pesquisa partiu da definição de 13 dimensões, divididas em variáveis e essas, por sua vez, em perguntas.



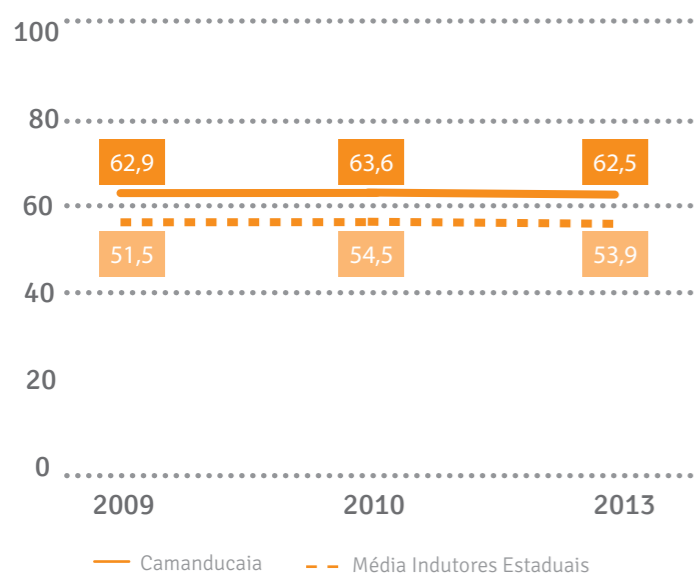
Dimensões	Variáveis
Infraestrutura Geral	Capacidade de atendimento médico para o turista Fornecimento de energia Serviço de proteção ao turista Estrutura urbana nas áreas turísticas
Acesso	Acesso aéreo Acesso Aéreo 2 (aeroporto que atende o destino) Acesso Rodoviário Acesso Aquaviário (se houver) Acesso Ferroviário (se houver) Sistema de Transporte no destino Proximidade de grandes centros emissivos de turistas
Serviços e Equipamentos Turísticos	Sinalização Turística Centro de Atendimento ao Turista Espaço para eventos Capacidade dos meios de hospedagem Capacidade do turismo receptivo Estrutura de qualificação para o turismo Capacidade dos restaurantes
Atrativos Turísticos	Atrativos Naturais Atrativos Culturais Eventos Programados Realizações técnicas, científicas ou artísticas
Marketing e Promoção do Destino	Plano de Marketing Participação em feiras e eventos Promoção do destino Página do destino na internet (website)
Políticas Públicas	Estrutura Municipal para apoio ao turismo Grau de cooperação com o governo federal Grau de cooperação com o governo estadual Planejamento para a cidade e para a atividade turística Grau de cooperação público-privada
Cooperação Regional	Governança Projetos de cooperação regional Planejamento turístico regional Roteirização Promoção e apoio a comercialização de forma integrada
Monitoramento	Pesquisa de demanda Pesquisas de oferta Sistema de estatísticas do turismo Medição dos impactos da atividade turística Setor específico de estudos e pesquisas
Economia Local	Aspectos da economia local Infraestrutura de comunicação Infraestrutura e facilidades para negócios Empreendimentos ou eventos alanvacadores
Capacidade Empresarial	Capacidade de qualificação e aproveitamento do pessoal local Presença de grupos nacionais ou internacionais do setor de turismo Concorrência e barreiras de entrada Presença de empresas de grande porte, filiais ou subsidiárias
Aspectos Sociais	Acesso à educação Empregos gerados pelo turismo Política de enfrentamento e prevenção à exploração sexual infanto-juvenil Uso de atrativos e equipamentos turísticos pela população Cidadania, sensibilização e participação na atividade turística
Aspectos Ambientais	Estrutura e legislação municipal de meio ambiente Atividades em curso potencialmente poluidoras Rede pública de coleta e tratamento de esgoto Coleta e destinação pública de resíduos Unidades de conservação no território municipal
Aspectos Culturais	Produção cultural associada ao turismo Patrimônio histórico e cultural Estrutura municipal para apoio a cultura

Fonte: Ministério do Turismo, 2013 - Adaptação Turismo 360 consultoria

Em 2009, seguindo a mesma metodologia adotada pelo MTUR, a Secretaria de Estado de Turismo de Minas Gerais – SETUR/MG definiu outros 18 destinos indutores⁵ do turismo no Estado, dentre eles o Município de Camanducaia. Sendo assim, a FGV foi contratada para aferição da competitividade desses destinos. Tal estudo foi realizado em 2009, 2010 e 2013.

Vale destacar que os resultados relativos à competitividade turística devem ser analisados de maneira crítica pelo destino, que deve considerar implicações relativas às características geográficas, econômicas, sociais, bem como seu posicionamento de mercado. Nesse contexto, não se espera que alguns destinos alcancem, necessariamente, o índice mais alto em todas as dimensões (FGV, 2013).

O Índice Geral de Competitividade de um destino é o resultado da soma ponderada das 13 dimensões avaliadas. A média geral dos destinos indutores de Minas Gerais, em 2013, foi de 53,9. O resultado geral de Camanducaia foi de 62,5, acima da média MG, porém abaixo do resultado obtido em 2010, que foi de 63,6:



Fonte: FGV, 2013

5 Importante ressaltar que a média de 2009 é referente à amostra de 10 destinos. Em 2010, essa amostra foi ampliada para 17 destinos e, em 2013, a média se refere a 18 destinos: Araxá, Brumadinho, Caeté, Camanducaia (Monte Verde), Capitólio, Caxambu, Governador Valadares, Ipatinga, Itabira, Juiz de Fora, Maria da Fé, Montes Claros, Poços de Caldas, Santana do Riacho, São João Del-Rei, São Lourenço, Sete Lagoas e Uberlândia.

As dimensões que obtiveram melhores desempenhos em Camanducaia, – com índices acima do nível 4 (estabelecido pela FGV, varia entre 61 e 80), e variações positivas quando comparado ao ano de 2010 –, foram: Infraestrutura Geral, Acesso, Atrativos Turísticos e Aspectos Ambientais. A dimensão Aspectos Culturais também registrou uma variação positiva, porém se manteve no nível 3 (que varia entre 41 e 60, segundo a FGV).

Índice de competitividade turística de Camanducaia - por dimensão

	2009	2010	2013	Variação 2010 - 2013	Média MG
Infraestrutura geral	57,8	61,7	77,5	15,8	70,7
Acesso	61,2	61,5	66,0	4,5	54,9
Serviços e Equipamentos Turísticos	58,4	59,4	42,8	-16,6	38,6
Atrativos Turísticos	60,6	59,8	65,2	5,4	62,3
Marketing e Promoção	74,8	77,9	63,9	-14	35,9
Políticas Públicas	86,7	87,1	75,1	-12	52,2
Cooperação Regional	77,8	81,3	78,1	-3,2	57,0
Monitoramento	63,0	63,6	45,9	-17,7	28,7
Economia Local	57,4	58,2	56,6	-1,6	60,3
Capacidade Empresarial	47,6	40,6	38,9	-1,7	49,8
Aspectos Sociais	71,3	69,5	69,5	0	58,7
Aspectos Ambientais	68,8	74,6	76,0	1,4	71,5
Aspectos Culturais	38,3	38,1	54,2	16,1	52,8
Índice Geral - Camanducaia	62,9	63,6	62,5	-1,1	53,9

Legenda - Variação: Positiva (verde), Negativa (vermelha), Estável (laranja)

Fonte: FGV, 2013 - Adaptação Turismo 360 consultoria

Na tabela abaixo, serão apresentados os principais itens positivos da competitividade turística de Camanducaia, considerando as dimensões que sofreram evolução e atingiram mais de 61 pontos, bem como os fatores limitantes para a sua evolução.

Dimensão	Aspectos Positivos	Fatores que devem ser considerados para evolução do índice
Infraestrutura Geral	<ul style="list-style-type: none"> Disponibilidade de serviço público de atendimento médico a emergência 24 horas; Fornecimento ininterrupto de energia elétrica ao longo do ano; Presença de um grupamento especial de atendimento ao turista no pelotão da polícia militar que atende a Monte Verde; Existência de Defesa Civil no destino; Oferta de elementos de drenagem nas áreas turísticas; Presença de órgão responsável pela conservação urbana; Oferta de banheiros públicos no entorno das áreas turísticas. 	<ul style="list-style-type: none"> O município não conta com unidades avançadas de resgate para casos de emergência; Inexistência de um programa de proteção ao turista na polícia civil; Ausência de um corpo de bombeiros com grupo de busca e salvamento; Ausência de lixeiras e telefones públicos no entorno das áreas turísticas; Há precariedade na iluminação da Avenida Monte Verde, que apresenta trechos totalmente às escuras.
Acesso	<ul style="list-style-type: none"> Aeroporto que atende ao município fora de seu território - Aeroporto Internacional de Guarulhos, a 128km do destino, que conta com ampla infraestrutura de serviços e recebe voos nacionais e internacionais regulares; Oferta de transportes para o deslocamento dos que embarcam e desembarcam na rodoviária - como táxis e ônibus convencionais; Ausência de congestionamentos durante a alta temporada; Disponibilidade de vagas públicas para estacionamento nas áreas turísticas. 	<ul style="list-style-type: none"> O terminal rodoviário que atende o destino requer intervenções emergenciais no teto, com infiltrações, e pátio de manobras, que está cedendo, além de exigir condições de conforto mais adequadas aos passageiros que o utilizam, como bancos com encontros e lojas em funcionamento; Ausência de acesso ferroviário para o destino; Inexistência de linhas de transporte urbano que atendam às principais atrações turísticas dentro de Monte Verde, bem como de uma linha regular de transporte turístico (ônibus ou similar) que interligue os principais atrativos do destino; A regulamentação dos táxis não é evidente para o turista, tendo em vista a indisponibilidade de taxímetro ou tabela visível para o turista.
Atrativos Turísticos	<ul style="list-style-type: none"> Evidência de preservação ambiental no entorno do principal atrativo natural indicado - O Parque Municipal Verner Grinberg; Atrativos culturais para os quais há fluxo turístico, tendo sido o principal indicado o Polo Gastronômico da AV. Monte Verde e evidência de conservação urbanística do seu entorno; Existência de eventos programados que atraem turistas, entre os quais estão o Festival de Inverno, o Festival de Natal e as corridas de aventura; Atrativos de realizações técnicas, científicas ou artísticas que geram a atração de visitantes ao longo de todo o ano com interesse específico, independentemente de uma data especial no calendário de eventos, tem sido a APA Fernão Dias (observação de flora e fauna) o principal atrativo indicado nesta categoria. 	<ul style="list-style-type: none"> O estudo de capacidade de carga ou suporte não é aplicado ao Parque Municipal Verner Grinberg, o que poderia minimizar o impacto da atividade turística sobre os recursos; Dificuldade de acesso ou de circulação de pessoas com deficiência nesse atrativo natural; As condições de acessibilidade para pessoas com deficiência no polo gastronômico da AV. Monte Verde não estão dentro dos padrões recomendados.
Aspectos Ambientais	<ul style="list-style-type: none"> Presença de Secretaria Municipal de Meio Ambiente exclusiva; Rede pública de distribuição de água; Sistema público de coleta de esgoto com configuração de separador absoluto; Destinação pública de resíduos sólidos residenciais e comerciais para aterro sanitário em Pouso Alegre; Disponibilidade de serviços de coleta seletiva residencial; Presença de Unidades de Conservação com atividade turística em território municipal, com destaque para a APA Fernão Dias, que possui conselho gestor e onde se aplica o plano de manejo. 	<ul style="list-style-type: none"> Inexistência de Código Ambiental Municipal ou similar; Presença de atividades potencialmente poluidoras, com alvará de funcionamento (como cimenteiras e uso intenso de defensivos agrícolas nas plantações de batatas); Ausência de estação de tratamento de água para a sua reutilização; Carência de campanha de educação periódicas para o uso racional de água; O despejo in natura de esgoto no Rio Camanducaia.

Fonte: FGV, 2013 - Adaptação Turismo 360 consultoria

Os índices que sofreram variação negativa, quando comparado com os resultados obtidos em 2009 e 2010, foram: Serviços e Equipamentos Turísticos, Marketing e Promoção, Políticas Públicas, Cooperação Regional, Monitoramento, Economia Local e Capacidade Empresarial. O índice da dimensão Aspectos Sociais se manteve estável. A tabela abaixo resume os principais itens apontados como negativos para cada uma dessas dimensões:

Dimensão	Itens Negativos
Serviços e Equipamentos Turísticos	<ul style="list-style-type: none"> Mau estado de conservação da sinalização turística viária em Monte Verde; Inexistência de sinalização turística descritiva ou interpretativa nos atrativos; Ausência de incentivo formal ao uso de tecnologias que priorizem a questão ambiental em estabelecimentos de hospedagem; A maioria dos meios de hospedagem não cumpre quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida; Ausência de empresas de receptivo locais; Ausência de estrutura de qualificação profissional - cursos livres, técnicos ou de graduação - em áreas relacionadas ao turismo.
Marketing e Promoção do destino	<ul style="list-style-type: none"> O material promocional do destino não é produzido em idioma estrangeiro e não alerta o visitante sobre ações de preservação à exploração sexual de crianças e adolescentes, tampouco sobre a importância de preservar o meio ambiente; A página institucional do município na internet - acessível pelo endereço www.camanducaia.mg.gov.br - não apresentava informações turísticas em relação à realização do estudo de campo em 2013; Ausência de um calendário de eventos disponível para consulta.
Políticas Públicas	<ul style="list-style-type: none"> Ausência de órgão gestor municipal exclusivo da pasta turismo - Secretaria de Cultura, Turismo e Esporte; O órgão gestor de turismo não está representado no fórum estadual de turismo; Em 2013, o destino não atuou em cooperação com o Ministério do Turismo em programas nacionais; O plano diretor municipal, datado de 2006, está desatualizado.
Cooperação Regional	<ul style="list-style-type: none"> As ações promocionais para a região no ano de 2012 não levaram em conta a relação com agentes / operadoras de turismo receptivo; Falta de atualização da página institucional da região turística na internet.
Monitoramento	<ul style="list-style-type: none"> O destino não utiliza os dados referentes à pesquisa de demanda realizada pela SETUR/MG, o que poderia apoiar ações de planejamento e marketing; Ausência de um conjunto de estatísticas turísticas e relatórios de conjuntura turística dos segmentos relacionados ao turismo; Não há monitoramento dos impactos sociais e ambientais gerados pelo turismo; Inexistência de stor específico de estudos no âmbito da administração pública local que realize pesquisas em turismo.
Economia Local	<ul style="list-style-type: none"> Indisponibilidade de acesso gratuito à internet em locais públicos; Ausência de benefícios de isenção ou redução de impostos ou taxas para as atividades características do turismo; Inexistência de um Convention & Visitors Bureau no destino ou na região da qual o destino faz parte, o que poderia auxiliar na captação de eventos, na promoção e divulgação dos atrativos e no planejamento turístico de curto, médio e longo prazos; O destino não conta com casa de câmbio.
Capacidade Empresarial	<ul style="list-style-type: none"> Ausência de grupos nacionais ou internacionais do stor de turismo, como redes de locação de automóveis e redes de meios de hospedagem; Os adensamentos de empreendimentos turísticos existentes (na Av. Monte Verde) não fomentam o empreendedorismo como arranjos produtivos locais; Existência de barreiras à entrada de novos empreendimentos turísticos - como, por exemplo, dificuldade de licenciamento ambiental e falta de terrenos e espaços físicos; Inexistência de empresas de grande porte, filiais ou subsidiárias com mais de mil funcionários.

Fonte: FGV, 2013 - Adaptação Turismo 360 consultoria

Vale apontar ainda as sugestões da FGV para melhoria do índice da dimensão Aspectos Culturais que, apesar de ter avançado bastante em 2013, quando comparado a 2010, ainda possui carências que podem ser trabalhadas. Apresentam-se também as sugestões de melhoria da dimensão Aspectos Sociais, que se manteve estável em relação a 2010:

Dimensão	Recomendações
Aspectos Culturais	<ul style="list-style-type: none"> Criar uma política municipal de proteção do patrimônio imaterial que dê conta do registro e da preservação da tradição de produção da geleia da Tia Nata; Abrir a visitação à igreja do Bom Jesus, detentora de bem tombado como patrimônio artístico do município, para que converta em novo atrativo na sede de Camanducaia; Realizar programa para identificar características locais únicas que confirmem identidade ao artesanato produzido localmente e qualificar seus produtores.
Aspectos Sociais	<ul style="list-style-type: none"> Implementar um programa de educação turística em escolas do município para sensibilizar a comunidade sobre a importância dessa atividade e torná-la mais consciente da história e sobre os atrativos e equipamentos locais; Reforçar a divulgação do Disque 100 (número de denúncia anônima sobre exploração sexual de crianças e adolescentes) entre o trade turístico, formalizando o compromisso, sobretudo dos meios de hospedagem, no combate à exploração sexual infanto-juvenil; Incluir, no material promocional, orientação para conscientização do turista em relação ao respeito à comunidade local e ao meio ambiente, o que também pode ser feito por meio de sinalização específica.

Fonte: FGV, 2013 - Adaptação Turismo 360 consultoria

5.4 POSICIONAMENTO ONLINE

A internet é considerada uma ferramenta decisiva na escolha de um destino turístico, e foi a principal fonte de informação dos 1,87 milhões de turistas estrangeiros que vieram ao Brasil em 2012, segundo o Ministério do Turismo.

As Webs interativas 3.0 e 4.0 se diferenciam dos guias de viagem e meios convencionais de promoção do turismo, uma vez que expõem a avaliação dos próprios usuários que estiveram nos hotéis, pousadas e atrativos turísticos. Um dos maiores sites de viagens do mundo, o **Trip Advisor**, já acumulou 100 milhões de opiniões de visitantes virtuais.

Neste contexto, foi realizada uma pesquisa nos principais sites de busca, redes sociais e demais sites relacionados ao destino turístico Camanducaia/Monte Verde com o intuito de identificar como o destino se apresenta na internet, bem como apresentar as principais características dos canais de vendas e distribuição.

Foram visitados 28 endereços eletrônicos na internet que são importantes fontes de consulta durante a escolha de um destino turístico. Os sites visitados foram separados em “Sites de busca”, “Informações sobre destinos turísticos”, “Reservas online” e “Redes sociais”, apresentados a seguir:

Site de Busca	Logo-Marca	Importância
Google www.google.com.br		Principal site de buscas no Brasil

A pesquisa no site Google proporciona, aproximadamente, 894 mil resultados para o verbete “camanducaia MG” e 1.450.000 resultados para “Monte Verde MG”.

Além da busca pelo nome do município e de seu distrito, também foram realizadas pesquisas por termos mais abrangentes que indicam, atualmente, o posicionamento mercadológico do destino e sua vocação em relação ao segmento turístico, com o objetivo de correlacionar o termo a outros destinos de igual posicionamento/vocação em todo o Brasil.

A tabela a seguir apresenta o resultado obtido no site de busca por esses termos:

Resultados de Busca no Google por Termos Gerais	
Pesquisa no site do Google pelo termo:	Resultado
“Destino de inverno Brasil”	1.930.000 resultados Primeira página: entre os 10 resultados localizados, 05 citam Monte Verde.
“Ecoturismo em Minas Gerais”	329.000 resultados Primeira página: aparece o site Guia Monte Verde (MG) - Ecoturismo e Aventura.
“Destino Romântico”	2.740.000 resultados Primeira página: entre os 10 resultados 04 citam Monte Verde.

Fonte: Turismo 360 consultoria

Ao realizar a busca pelo termo “destino de inverno”, o Google retorna como primeira opção o endereço “Alugue Temporada”, que aborda os 10 melhores destinos de inverno do Brasil, citando entre eles Monte Verde, Gramado (RS), Campos do

Jordão (SP) e Petrópolis (RJ).

Além da pesquisa pelos termos acima descritos, foram consultados sete sites dedicados para fornecer informações gerais sobre destinos turísticos brasileiros, conforme abaixo:

Sites de informações sobre destinos turísticos pesquisados		
Informações sobre destinos turísticos	Logomarca	Importância
Alugue Temporada - Guia Viajantes www.aluguetemporada.com.br		Um dos principais sites de aluguel por temporada do Brasil que possui um espaço para informações turísticas
Férias Brasil www.feriasbrasil.com.br		Site do portal terra dedicado à promoção do Turismo no Brasil.
Roteiros de Charme www.roteirosdecharme.com.br		Associações de hotéis Roteiros de Charme. Oferece opções de hospedagem com a proposta de turismo de luxo.
Site da editora Abril - Revista Viagem & Turismo e Guia 4 Rodas - Viaje Aqui www.viajeaqui.abril.com.br		A editora Abril é a responsável pela publicação de uma das principais revistas de turismo do Brasil e do guia de viagens mais respeitado e comprado do país.
Trip Advisor www.tripadvisor.com.br		Um dos principais sites que auxiliam no planejamento de viagens, além de permitir ao viajante avaliar o destino e todos os serviços utilizados.
UOL Eco Viagem www.ecoviagem.uol.com.br		Amos os sites do portal UOL, fornecem informações sobre destinos turísticos nacionais e internacionais.
UOL Viagem www.viagem.uol.com.br		

Fonte: Turismo 360 consultoria

Todos os sites pesquisados apresentaram registros sobre o destino Monte Verde/MG.

Visando avaliar os canais de distribuição e venda de serviços turísticos, foram visitados três

sites especializados na comercialização online de hospedagem, pacotes e passeios, conforme a tabela a seguir.

Sites de informações sobre destinos turísticos pesquisados		
Reservas On-Line	Logomarca	Importância
Booking.com www.booking.com		Site dedicado à comercialização de hospedagem no Brasil e no mundo.
Decolar.com www.decolar.com		Site dedicado à comercialização de passagem, hospedagem, pacote, cruzeiro e aluguel de carro em todo o mundo.
Hotel Urbano www.hotelurbano.com		Site dedicado à comercialização de hospedagem, passeios, pacote e cruzeiro em todo o mundo.

Fonte: Turismo 360 consultoria





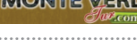








As redes sociais permitem visualizar a opinião dos visitantes sobre o destino, seus atrativos e sobre as empresas prestadoras de serviços. Além disso, são consideradas uma potente ferramenta de promoção, uma vez que é possível direcionar aos

diferentes perfis de público as informações sobre os produtos distintos, incluindo os destinos turísticos. Sendo assim, foram pesquisadas as principais redes sociais do Brasil:

Redes sociais pesquisadas			
Rede social	Logomarca	Nº de usuários	Importância
Facebook www.facebook.com.br		1,11 bilhões	Rede social mais utilizadas pelos brasileiros.
Foursquare www.foursquare.com		40 milhões	Rede social para compartilhar e salvar lugares visitados pelos usuários.
Twitter www.twitter.com.br		500 milhões	Microblog mais utilizado pelos brasileiros.
Youtube www.youtube.com.br		1 bilhão	Site de compartilhamento de vídeos

Fonte: Turismo 360 consultoria

Além de sites que fornecem informações e opiniões sobre diversos destinos turísticos, foram visitados também sites que abordam especificamente o destino em análise, conforme tabela a seguir.

Sites de informações sobre Monte Verde		
Sites de Monte Verde	Logomarca	Importância
Guia Monte Verde www.guiamonteverde.com.br		
Monte Verde.org www.monteverde.org.br		
Monte Verde www.monteverde.com.br		
Monte Verde Online www.monteverdeonline.com.br		
Monte Verde Tur www.montevertetur.br		
Monte Verde Vip www.montevertedevip.com.br		Sites dedicados à comercialização de passeios em Monte Verde.
Monte Verde Minas www.montevertedeminas.com.br		
Companhia 4x4 www.companhia4x4.com.br		
Monte Verde Off Road www.monteverdeoffroad.com.br		
Agência Monte Verde www.agenciामonteverde.com.br		
Circuito Fazenda Radical www.fazendaradical.com.br		
Espaço Adélia www.espacoadelia.com.br		
Monte Moto www.montemoto.com.br		

Fonte: Turismo 360 consultoria

Todos os sites dedicados a Monte Verde oferecem informações que auxiliam o visitante na hora de decidir sobre onde se hospedar, opções de passeios, e como chegar.

A seguir será apresentado o resultado da pesquisa realizada em todos os sites.

PRINCIPAIS RESULTADOS

O principal atrativo de Camanducaia é Monte Verde, distrito localizado, aproximadamente, a 30 km do município. Conhecido como Suíça Mi-

neira, Monte Verde é um dos principais destinos de inverno do Brasil.

A pesquisa nas redes sociais indicou que existem várias páginas, perfis, locais e comunidades sobre Camanducaia e Monte Verde, porém a visibilidade ainda é pequena. No Facebook, enquanto Monte Verde possui 63.242 marcações de “estive aqui”, Gramado e Campos do Jordão possuíam, em outubro de 2013, respectivamente, 912.165 e 847.482 marcações.

Números dos destinos nas redes sociais em outubro 2013			
Rede social	Facebook	Foursquare	Youtube
Resultados para Camanducaia, MG	Local (marcação estive aqui): 32.775	Total de check-in: 2.073	4.300 resultados
Resultados para Monte Verde, MG	Local (marcação estive aqui): 63.242	Total de check-in: 4.315	11.800 resultados
Resultados para Campos do Jordão, SP	Local (marcação estive aqui): 847.482	Total de check-in: 18.065	14.200 resultados
Resultados para Gramado, RS	Local (marcação estive aqui): 912.165	Total de check-in: 20.990	15.400 resultados

Fonte: Turismo 360 consultoria

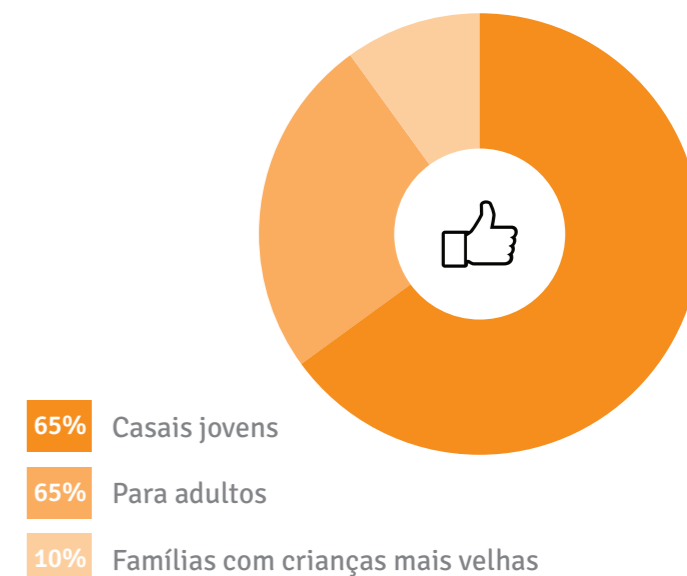
Vencedor do prêmio VT, promovido pela revista Viagem e Turismo, de melhor destino de inverno em 2008 e em 2009, e do Concurso Cidades Românticas em 2009, Monte Verde atrai, principalmente, casais em busca de romantismo. Em 2013, ficou entre os cinco melhores destinos de inverno do país.

O cenário romântico de Monte Verde é o principal ponto destacado pela maioria dos sites visitados.

“Monte Verde é, acima de tudo, uma cidade romântica. Muitos casais apaixonados escolhem o local para comemorar o dia dos namorados, aniversários de namoro, e principalmente, para passar a lua de mel. As pousadas e hotéis capricham na decoração e oferecem um clima de romantismo inesquecível, regado a champagne e pétalas de rosa. Os chalés com hidro são os mais cobijados pelos casais. Luxo é o que não falta!” (Monte Verde Online, 2013)

Durante a pesquisa, identificou-se que são poucos os sites que abordam o turismo em família, principalmente em relação ao público infantil. Na parte dedicada a recomendações do site **decolar.com**, o próprio turista opina sobre o local visitado e apenas 10% dos viajantes recomendam Monte Verde às famílias com crianças mais velhas.

VIAJANTES FREQUENTES



Fonte: Site Decolar.com, 2013

Os atrativos de Monte Verde são, na grande maioria, relacionados ao ecoturismo e ao turismo de aventura. As caminhadas até as montanhas e os passeios de jipes, quadriciclos, motos, bicicletas e cavalos são os mais citados nos sites de turismo.

No site **TripAdvisor**, entre os 12 atrativos citados, seis são naturais⁶.

Foram encontradas 22 opções de passeios e de atrativos em Monte Verde, conforme detalhado a seguir:

Nº	Atração / Passeio	Nº	Atração / Passeio
1	Arvorismo	12	Passeio de Quadriciclo
2	Chapéu do Bispo (Trilha)	13	Patinação no gelo
3	Espaço Adélia	14	Pedra da Onça (trilha)
4	Mega Tirolesa	15	Pedra Partida (trilha)
5	Mirante	16	Pedra Redonda (trilha)
6	Paintball	17	Pico do Selado (trilha)
7	Passeio a cavalo e charrete	18	Platô (trilha)
8	Passeio de bike	19	Rafting
9	Passeio de Jipe	20	Travessia Monte Verde - São Francisco Xavier
10	Passeio de monomotor	21	Trilha do Caçador
11	Passeio de Moto	22	Trilha do Pinheiro Velho

Fonte: Turismo 360 consultoria

Não há muitas referências à Monte Verde como uma experiência gastronômica. Os elementos tradicionais da gastronomia são o Fondue, a Truta e o Chocolate, porém não foi encontrado nenhum site que forneça um guia gastronômico. O site **Trip Advisor** é o que relaciona o maior número de restaurantes: 48 no total.

Com divulgação em site específico, página no **Facebook**, site de notícias da **globo.com** e no portal **G1**, o Festival Gastronômico de Monte Verde está atualmente em sua 4ª edição (2013). Porém, nos sites turísticos de Monte Verde não foi identificada uma divulgação adequada aos parâmetros e importância do festival, sendo poucas as referências encontradas.

Em relação aos meios de hospedagem, Monte Verde possui uma ampla rede de pousadas e chalés. Entre os sites pesquisados, o site **booking.com** é o que apresenta maior variedade, com 82 estabelecimentos cadastrados, fornecendo comentários e avaliações.

Entre as seis pousadas mineiras associadas ao “Roteiros de Charme”, está a Pousada SPA Mirante da Colyna, localizada em Monte Verde, e vencedora do prêmio de melhor hotel da Zarpo em 2013, instituição que avalia os melhores hotéis do Brasil.

As opções de hospedagem são facilmente encontradas nos sites especializados em reservas **online**. Os sites analisados oferecem diversas opções e permitem efetuar reservas em tempo real.

Número dos meios de hospedagem cadastrados - Outubro 2013				
Reservas On-Line	Brasil	Minas Gerais	Camanducaia (Sede)	Distrito Monte Verde
Booking.com www.booking.com	9.612	745	1	82
Decolar.com www.decolar.com	3.045	Não informado	0	56
Hotel Urbano www.hotelurbano.com			Não informado	

Fonte: Turismo 360 consultoria

Os sites permitem refinar a pesquisa especificando destino ou estabelecimento, tipos de acomodação, período desejado, preços, serviços oferecidos, recomendações e avaliações de hóspedes.

Não havendo opções de comercialização **online**, os passeios e atrativos de Monte Verde podem ser reservados por meio de contato telefônico ou e-mail. A pesquisa **online** por passeios em Monte Verde retorna seis endereços de agências e estabelecimentos especializados:

Agência / Estabelecimento	Descrição dos serviços oferecidos
Companhia 4x4	Passeios de jipe
Monte Verde Off Road	Passeios de jipe e quadriciclo
Agência Monte Verde	Passeios com guia, cavalgadas, montanhismo e 4x4
Circuito Fazenda Radical	Tirolesa, paintball e passeios de quadriciclo (terceirizados)
Espaço Adélia	Esportes de aventura e lazer para crianças
Monte Moto	Passeios de jipe e locação de motos

Fonte: Turismo 360 consultoria

Ao final da análise de posicionamento **online**, é possível concluir que Camanducaia deve dedicar esforços à criação/consolidação de uma marca única que congregue todos os elementos que dão característica ao destino, assim como fortalecer a presença da marca na internet.

Vale ressaltar a necessidade de criação de

um portal de promoção que incorpore toda a informação turística do destino, preferencialmente sob a gestão da rede de empresários. Outro fator importante é o fortalecimento da presença de Monte Verde nas redes sociais, com informações diretamente ligadas ao posicionamento definido pelo destino, a partir dos desdobramentos deste plano.

6 Os 12 atrativos citados pelo TripAdvisor são: Pedra Redonda, Pedra Partida, Pico Selado, Mega Tirolesa (Circuito Fazenda Radical) Chapéu do Bispo, Cachoeira dos Pretos, Trilha do Pinheiro Velho, Casa dos Beija-flores, Espaço Adélia, Shopping Center Celeiro, Di Freddo Pub e Parada da Fonte.

5.5 A POLÍTICA DE TURISMO ATUAL E A GOVERNANÇA TURÍSTICA DO MUNICÍPIO

O Município de Camanducaia possui um Plano Diretor, instituído pela Lei Complementar nº 020, de 2006. Dentre os objetivos gerais da política de desenvolvimento urbano citada na Lei, o turismo aparece em seu art. 9º, que destaca:

VII – A Consolidação do município de Camanducaia, no distrito de Monte Verde, como destino, nacional e internacional de turismo e serviços afins, através da ordenação do uso do solo, com vistas a proporcionar o desenvolvimento equilibrado das atividades principais e complementares (LEI COMPLEMENTAR NO 020 DE 2006).

O turismo é considerado também uma das diretrizes setoriais da política urbana do município e estabelece no art. 40º, que:

A Política Municipal para o Turismo deve potencializar a riqueza dos recursos naturais e do patrimônio histórico cultural presentes no território tendo como meta elevar o desenvolvimento socioeconômico no município. (LEI COMPLEMENTAR NO 020 DE 2006)

Instituída pela Lei nº 1786/11, a política municipal de turismo institui normas destinadas a promover e incentivar o turismo sustentável como fator de desenvolvimento social, cultural e ambiental, e apresenta, dentre as diretrizes:

I- A prática do turismo como forma de promover, valorizar e preservar o patrimônio histórico, natural, cultural, paisagístico e arquitetônico do município;

II- Buscar no turismo uma alternativa de crescimento, emprego e desenvolvimento econômico e social da população;

III- Valorização do ser humano como destinatário final do desenvolvimento turístico;

IV- Valorização da imagem de Camanducaia e do Distrito de Monte Verde na região, no estado e na união;

(...)

VII – Consolidar a oferta de produtos turísticos para inserção no mercado;

VIII – Fortalecer a Instância de Governança da Secretaria Municipal de Turismo enquanto espaço gestor de um desti-

no indutor, tanto no âmbito nacional como internacional; IX – Aprimorar as ações de promoção de qualificação da cadeia produtiva turística regional;

X – Melhorar o sistema de informação turística da região (...)

(LEI Nº 1786/11)

Camanducaia possui também um Conselho Municipal de Turismo – COMTUR, criado em 2005, bem como um Fundo Municipal de Turismo. Tais aspectos permitiram ao município pontuar no ICMS Turístico, nos termos da Lei nº 18030/2009, dos Decretos Estaduais nº 45.403/2010 e nº 45.625/2011, e da Resolução SETUR nº 06/2010, recebendo repasses referentes aos anos de 2010, 2011 e 2012.

O COMTUR de Camanducaia é um órgão consultivo e de assessoramento, com a finalidade de planejar, estabelecer e coordenar as ações voltadas à formulação da política municipal de turismo do município, conforme estabelece a Lei nº 1480/2008. É composto por 16 membros representantes da comunidade com vínculo e interesses no desenvolvimento turístico do município.

A partir de entrevistas realizadas com algumas lideranças do setor de turismo do destino, foram identificadas ainda algumas instituições/entidades importantes para o setor, com destaque para:

- AHPMV – Associação de Hotéis e Pousadas de Monte Verde
- Associação Comercial de Monte Verde
- Circuito Turístico Serras Verdes do Sul de Minas
- Secretaria Municipal de Turismo
- Subprefeitura de Monte Verde

Todas as cinco instituições identificadas integram atualmente o COMTUR, que mantém reuniões regulares e é o ambiente legítimo de debate e troca de informações necessárias para a definição das estratégias de desenvolvimento turístico do município.

Além dos instrumentos estruturados de governança local, Camanducaia faz parte da Associação do Circuito Turístico Serras Verdes do Sul de Minas, que envolve outros 23 municípios da região: Bom Repouso, Brazópolis, Bueno Brandão, Cachoeira de Minas, Cambuí, Conceição dos Ouros, Congonhal, Consolação, Córrego do Bom Jesus, Estiva, Extrema, Gonçalves, Heliadora, Itapeva, Munhoz, Natércia, Paraisópolis, Pouso Alegre, São João da Mata, Sapucaí Mirim, Senador Amaral, Tocos do Moji e Toledo.

O Circuito Turístico Serras Verdes do Sul de Minas é uma instância de governança regional do turismo, e integra o Programa de Regionalização do Turismo de Minas Gerais, liderado pela Secretaria de Estado de Turismo – SETUR/MG. Trata-se de uma política pública estadual criada em 2001 e regulamentada pelo Decreto no Estadual nº 43321 de 2003, com o objetivo de possibilitar a articulação dos agentes das regiões turísticas do Estado em uma rede de cooperação.

A Instância de Governança Regional é uma região turística e o órgão responsável pela efetiva estruturação da gestão compartilhada do turismo no âmbito regional, segundo as diretrizes do Programa de Regionalização do Ministério do Turismo. Estar inserido em uma região turística consolidada continua sendo condição básica para que o município esteja no mapa de regionalização do Ministério do Turismo, no qual Camanducaia esteve em suas três edições anteriores (2004, 2006 e 2009), e na última versão lançada em dezembro de 2013.

A partir de 2014, as regiões e municípios presentes no mapa de regionalização serão categorizados em níveis, de acordo com o estágio de desenvolvimento em que se encontram:

- **Município:** indicará o nível de atratividade, gestão e de organização do setor como meio de aferir o desenvolvimento turístico;

- **Região:** indicará o nível de desenvolvimento turístico, a partir da ponderação do nível de desenvolvimento dos municípios que a compõem, somado ao fator de cooperação regional entre estes.

Fonte: Ministério do Turismo. Programa de Regionalização 2013.

A categorização representa um avanço importante no Programa de Regionalização e permitirá ao Ministério do Turismo direcionar esforços e recursos para ações mais adequadas às necessidades de cada município ou região, o que evita que o tratamento generalizado de realidades diferentes acabe comprometendo o alcance das metas traçadas para o desenvolvimento do turismo no país.

Camanducaia tem sua política de desenvolvimento do turismo elaborada a partir das diretrizes do Programa de Regionalização. Portanto, as ações serão implementadas em função do seu estágio de desenvolvimento, bem como a região turística que pertence: Circuito Turístico Serras Verdes do Sul de Minas.

Essa participação no mapa de regionalização e a correta indicação dos interlocutores regional e municipal serão fundamentais para captação de recursos e projetos junto ao Ministério do Turismo e demais parceiros.



6

> ANÁLISE FOFA:
FORÇAS,
OPORTUNIDADES,
FRAQUEZAS E
AMEAÇAS

ANÁLISE FOFA: FORÇAS, OPORTUNIDADES,

A matriz FOFA é uma ferramenta de planejamento importante para se obter um diagnóstico da realidade atual e construir cenários que auxiliam no direcionamento estratégico do destino turístico. Em Camanducaia – Monte Verde, a análise foi dividida por eixos temáticos e os resultados consolidados são apresentados a seguir.

- Bom posicionamento nos sites de busca e redes sociais;
- Valorização do destino pelos sites de reserva de hotéis;
 - Existência de sites comerciais de Monte Verde;
- Outdoors de divulgação do destino na rodovia Fernão Dias;
 - Realização e atração de novos eventos;
 - Clima agradável e natureza preservada;
- Atuação da AHPMV e Circuito Turísticos Serras Verdes de Minas na divulgação do destino (participação em feiras e eventos, material de divulgação);
 - Qualificação de mão de obra na construção civil;
- Contigente grande de pessoas com boa informação / instrução;
 - Disponibilidade de escola profissionalizante a distância;
 - Qualidade e diversidade dos equipamentos turísticos;
 - Existência de aeroporto;
 - Repercurssão na mídia
- Qualidade e variedade dos receptivos - passeios e atividades de aventura;
 - Acesso - estrada em boas condições;
 - Estradas rurais com boa manutenção;
 - Liderança da prefeitura e Subprefeitura;
- Proximidade a um grande emissor de turistas (São Paulo)

FORÇAS

- Copa do mundo e Olimpíadas;
- Aumento dos recursos públicos para educação;
 - Aquecimento global;
- Riqueza do patrimônio histórico-cultural do município;
- Criação de novos eventos (Gastronômicos / Culturais);
 - Mudança no estilo de vida urbano;
 - Esvaziamento dos grandes centros;
 - Reformas tributária e política;
 - Clima local;
 - Mudanças na cotação do dólar

OPORTUNIDADES

FRAQUEZAS E AMEAÇAS

Para concluir a análise dos cenários foram definidos quatro eixos estratégicos. As fraquezas prioritárias de cada eixo foram trabalhadas de modo a gerar um plano de ação de curto prazo. A análise de todo o cenário, junto com o plano de curto prazo, levou ao detalhamento das diretrizes estratégicas do Plano.

- Carência de material de divulgação institucional (mapas, guias e portal oficial / institucional na internet);
- Falta de capacitação profissional dos atendentes no Portal;
- Inexistência e pouca divulgação do calendário de eventos;
- Falta um plano de marketing;
- Pouca divulgação para agências de viagem;
- Orçamento baixo para divulgação por parte da prefeitura;
- Falta parceria da Prefeitura com sites comerciais existentes;
- Ensino público de baixa qualidade;
- Falta de cursos profissionalizantes;
- Falta de conscientização / sensibilização ecológica e cultural;
- Carência de espírito empreendedor (e ambição) pelos funcionários;
- Falta assistência hospitalar (há apenas um posto de saúde e um ambulatório particular - Associação Beneficente - ABMV);
- Falta Acessibilidade para cadeirantes nos equipamentos turísticos e atrativos;
- Acesso público e mobilidade urbana (ônibus ruim, não há transporte público);
- Carência no abastecimento de produtos (empresários buscam alguns produtos específicos em outras cidades, como Campinas e São Paulo);
- Problemas de qualidade de internet (velocidade máxima disponível - 1MB);
- Falta um plano diretor ou plano piloto no que diz respeito à regularização, ao zoneamento e ao ordenamento, bem como à fiscalização;
- Ausência de banco 24h e outras agências bancárias;
- Falta documentação / regulação dos veículos de aluguel;
- Baixo índice de aceitação de cartão de crédito nos equipamentos turísticos;
- Infraestrutura precária, com excesso nos buracos;
- Falta de embelezamento urbano e paisagismo;
- Falta de organização e padronização dos cavalos;
- Falta de sinalização turística e urbana e informação turística nos atrativos;
- Falta de escoamento adequado para águas pluviais;
- Ausência de defesa civil, polícia civil e corpo de bombeiros ou brigada de incêndio ativa e atuante;
- Falta de lazer, esporte e cultura;
- Ausência de tratamento de esgoto nos afluentes;
- Problema no fornecimento de energia elétrica e água.

FRAQUEZAS

AMEAÇAS

- Identidade frágil: falta de produtos romance X natureza / aventura
- Surgimento e desenvolvimento de novos destinos competidores;
- Falta de ambição da população local, aliado ao baixo índice de desemprego - "acomodação"
- Massificação do destino a partir da oferta em grandes mídias;
- Mudança no perfil demográfico (Mais idosos);
- Valorização do real;
- Aumento do valor da energia (petróleo e gás = transportes);
- Crises internacionais;
- Baixa qualificação da mão de obra e falta de investimentos em treinamento



> DIRETRIZES ESTRATÉGICAS

7.1. Visão	69
7.2. Eixos Temáticos, Linhas de Atuação e Ações	71
7.3. Mapa Estratégico	79

7.1 VISÃO

O conceito de visão expressa onde se pretende chegar, configurando-se em uma projeção sobre a forma como a atividade turística precisa ser vista no futuro.

Para o Município de Camanducaia, com destaque para o Distrito de Monte Verde, foram apontados pelos participantes das oficinas técnicas alguns elementos fundamentais do destino turístico, que remetem a características já existentes ou que precisam ser desenvolvidas, que foram norteadores da construção da visão:

Romance	Natureza	Charme
Gastronomia	Clima	Oferta Cultural
Refúgio	Tranquilidade	O jeito simples do mineiro

Fonte: Turismo 360 Consultoria

Considerando esses elementos, a visão do destino turístico foi definida como:

Monte Verde – “Onde o romance encontra a Natureza”

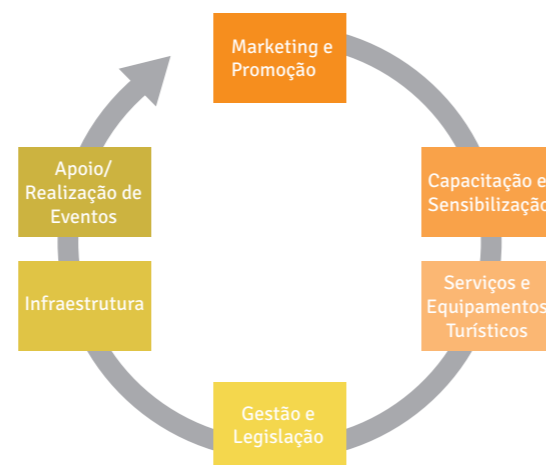
Ser um destino turístico referência no Brasil no segmento de romance aliado à natureza: um refúgio de paz, tranquilidade e clima agradável, reconhecido pela boa gastronomia e ampla oferta cultural, onde se resgata a simplicidade dos charmosos vilarejos de Minas Gerais.



7.2 EIXOS TEMÁTICOS, LINHAS DE ATUAÇÃO E AÇÕES

A partir do diagnóstico e da análise de cenário realizado, foram listados os eixos temáticos e os objetivos estratégicos ligados a cada um deles, bem como as linhas de atuação e as ações propostas para o desenvolvimento do turismo no destino.

Inicialmente foram definidos seis Eixos Temáticos, conforme demonstrados na figura ao lado:



Fonte: Turismo 360 Consultoria

Para cada eixo temático foram identificadas linhas de atuação. Essas foram detalhadas em ações propostas. A seguir, serão apresentadas as ações definidas, separadas por eixo temático:

Marketing e Promoção

Linha de Atuação: Material Promocional e Internet

Ação	Prazo	Parceiros para execução
Elaborar/consolidar marca única do destino	Curto	Prefeitura Municipal de Camanducaia, AHPMV, ACMV
Contratar assessoria permanente para promoção do destino em redes sociais	Curto	Prefeitura Municipal de Camanducaia, AHPMV, ACMV
Criar portal de promoção que congregue toda informação turística do destino, preferencialmente gerido pela rede de empresários	Médio	Prefeitura Municipal de Camanducaia, AHPMV, ACMV
Fazer a revisão do mapa turístico de Monte Verde, atualizando informações e diagramação	Curto	Prefeitura Municipal de Camanducaia, Companhia Melhoramentos
Produzir 100 mil mapas turísticos por ano para distribuição aos turistas	Curto	Prefeitura Municipal de Camanducaia, Companhia Melhoramentos

Incluir todos os equipamentos legalmente estabelecidos no material promocional do destino	Curto	Prefeitura Municipal de Camanducaia, AHPMV, ACMV
Estabelecer parceria entre Prefeitura Municipal de Camanducaia e os sites comerciais já existentes sobre o destino Monte Verde	Curto	Prefeitura Municipal de Camanducaia, sites comerciais de Monte Verde
Criação do site institucional promocional de Monte Verde	Curto	Prefeitura Municipal de Camanducaia, AHPMV, ACMV, Circuito Turístico Serras Verdes

Linha de Atuação: Planejamento de Marketing

Ação	Prazo	Parceiros para execução
Contratação de empresa especializada para elaboração de um Plano de Marketing	Curto	Prefeitura Municipal de Camanducaia, AHPMV, ACMV
Contratação de assessoria de imprensa para Secretaria Municipal de Turismo durante um ano	Curto	Prefeitura Municipal de Camanducaia

Linha de Atuação: Calendário de Eventos

Ação	Prazo	Parceiros para execução
Criar um calendário de eventos para a cidade	Curto	Prefeitura Municipal de Camanducaia, AHPMV, ACMV, Circuito Turístico Serras Verdes
Manter atualizado o calendário de eventos semestralmente	Curto	Prefeitura Municipal de Camanducaia, AHPMV, ACMV, Circuito Turístico Serras Verdes

Marketing e Promoção: Sugestões de Consultoria

Linha de Atuação: Participação em Feiras e Eventos e Apoio a Comercialização

Ação	Prazo	Parceiros para execução
Divulgar nacionalmente o calendário de eventos da cidade	Médio	Prefeitura Municipal de Camanducaia, AHPMV, ACMV, Circuito Turístico Serras Verdes
Participação nas principais feiras e eventos de turismo do país. Destaque para: Feira das Américas (ABAV), Festival de Turismo de Gramado, Salão do Turismo, Encontros BRAZTOA	Médio	Prefeitura Municipal de Camanducaia, AHPMV, ACMV, Circuito Turístico Serras Verdes
Promover e estimular a participação de empresas de Camanducaia/Monte Verde em rodadas de negócios com operadoras e agências turísticas, durante as principais feiras e eventos de turismo	Médio	Prefeitura Municipal de Camanducaia, AHPMV, ACMV, Circuito Turístico Serras Verdes
Promover FAMTOURS com operadores e agências que trabalham destinos de inverno e romance	Médio	Prefeitura Municipal de Camanducaia, AHPMV, ACMV, Circuito Turístico Serras Verdes
Promover press trips com jornalistas especializados dos principais jornais e revistas (foco em São Paulo e Belo Horizonte)	Médio	Prefeitura Municipal de Camanducaia, AHPMV, ACMV, Circuito Turístico Serras Verdes

Capacitação e Sensibilização

Linha de Atuação: Cursos Profissionalizantes

Ação	Prazo	Parceiros para execução
Operacionalizar a Escola Comunitária profissionalizante para execução de cursos	Curto	Prefeitura Municipal de Camanducaia, ACMV, SENAC
Verificar a viabilidade jurídica do projeto de formação de guias mirins	Curto	Prefeitura Municipal de Camanducaia (jurídico)
Capacitar os atendentes no Portal de informação ao turista	Médio	Prefeitura Municipal de Camanducaia, ACMV, AHPMV, SENAC

Linha de Atuação: Turismo nas Escolas

Ação	Prazo	Parceiros para execução
Efetuar benchmarking para inserção de disciplinas de turismo nas escolas	Curto	Prefeitura Municipal de Camanducaia, ACMV, SENAC

Linha de Atuação: Sensibilização Ecológica e Cultural

Ação	Prazo	Parceiros para execução
Elaborar uma estratégia para atuar junto à sociedade civil, incluindo os recursos e processos necessários para a conscientização/ sensibilização ecológica e cultural	Curto	Sociedade Civil e Associações

Capacitação e Sensibilização: Sugestões da Consultoria

Linha de Atuação: Turismo nas escolas

Ação	Prazo	Parceiros para execução
Realizar missões educacionais para outros municípios	Médio	Prefeitura Municipal de Camanducaia, ACMV, agências de viagem

Serviços e Equipamentos Turísticos

Linha de Atuação: Serviços de Apoio

Ação	Prazo	Parceiros para execução
Enviar ofício ao Banco do Brasil para solicitar implantação de agência e caixa eletrônico em Monte Verde	Curto	COMTUR, AHPMV e ACMV, Prefeitura de Camanducaia
Implementar informativo sobre a baixa aceitação de cartões na rotina de confirmação das reservas.	Curto	ACMV e Prefeitura de Camanducaia

Linha de Atuação: Roteiros e Produtos Turísticos

Ação	Prazo	Parceiros para execução
Formatar roteiros com comercialização regular que possam unir romance com atividades na natureza	Médio	Agências de Viagem, Sites comerciais e ACMV
Mapear equipamentos de Turismo Rural	Médio	Prefeitura Municipal de Camanducaia
Formatar roteiros turísticos que incluam os equipamentos de Turismo Rural	Médio	Agências de Viagem, Sites comerciais e ACMV

Serviços e Equipamentos Turísticos: Sugestões da Consultoria

Linha de Atuação: Serviços de Apoio

Ação	Prazo	Parceiros para execução
Implementar central de compras para concentrar pedidos	Longo	ACMV
Negociar pacotes de internet com maior velocidade	Médio	ACMV

Linha de Atuação: Roteiros e Produtos Turísticos

Ação	Prazo	Parceiros para execução
Sensibilizar e conceder incentivos para roteiros que estejam adaptados a pessoas com deficiência	Médio	Agências de viagem e ACMV
Implementar campanha de sensibilização para ampliar a oferta de produtos e serviços a pessoas com deficiência	Longo	Prefeitura Municipal e ACMV

Gestão e Legislação

Linha de Atuação: Parcerias Estratégicas

Ação	Prazo	Parceiros para execução
Reaproximar-se do SEBRAE - Realizar um levantamento dos empresários interessados em participar em uma possível ação junto a entidade	Curto	Prefeitura Municipal de Camanducaia, ACMV e AHPMV

Linha de Atuação: Planejamento Urbano

Ação	Prazo	Parceiros para execução
Realizar cobranças formais para revisão, aplicação e fiscalização do Plano Diretor de Camanducaia, especialmente em Monte Verde	Curto	Prefeitura Municipal de Camanducaia, AHPMV, ACMV, Circuito Turístico Serras Verdes e Sociedade Civil

7 DIRETRIZES ESTRATÉGICAS

Linha de Atuação: CADASTUR		
Ação	Prazo	Parceiros para execução
Realizar campanha explicativa e treinamento para divulgar a importância do cadastro.	Curto	Prefeitura Municipal de Camanducaia, AHPMV, ACMV
Disponibilizar pessoal capacitado para prestar assessoria presencial na subprefeitura de Monte Verde, para o cadastro.	Curto	Prefeitura Municipal de Camanducaia, AHPMV, ACMV
Exigir CADASTUR para renovação do alvará (nos casos em que o cadastro é obrigatório)	Médio	Prefeitura Municipal de Camanducaia

Linha de Atuação: Estudos e Pesquisas		
Ação	Prazo	Parceiros para execução
Realizar Estudo de Demanda Turística em Monte Verde.	Curto	Prefeitura Municipal de Camanducaia, AHPMV, ACMV
Realizar estimativa de fluxo turístico em Monte Verde	Curto	Prefeitura Municipal de Camanducaia, AHPMV, ACMV
Manter inventário da oferta atualizado	Médio	Prefeitura Municipal de Camanducaia

Linha de Atuação: Gestão Comunitária		
Ação	Prazo	Parceiros para execução
Formar comissão para estudar legislação e propor medida alternativa para a inadequação do período de férias da creche de Monte Verde	Curto	Prefeitura Municipal de Camanducaia, ACMV

Gestão e Legislação: Sugestões da Consultoria

Linha de Atuação: Estudos e Pesquisas		
Ação	Prazo	Parceiros para execução
Contratar sistema informatizado para facilitar a inserção e utilização dos dados do inventário da oferta	Médio	Prefeitura Municipal de Camanducaia

Infraestrutura

Linha de Atuação: Qualidade Urbana		
Ação	Prazo	Parceiros para execução
Manutenção viária das ruas de Monte Verde	Curto	Prefeitura Municipal de Camanducaia
Realizar o calçamento das principais ruas de Monte Verde	Médio	Prefeitura Municipal de Camanducaia (Secretaria de Obras), Ministério do Turismo, Copasa, Secretaria de Estado do Turismo.

Elaborar projeto paisagístico para Av. Monte Verde, Portal e Estrada/ Vila.	Curto	Prefeitura Municipal de Camanducaia, ACMV, AHPMV, DER
Implementar projeto para melhorar a localização e situação dos cavalos em Monte Verde, além de adequar a abordagem	Curto	Prefeitura Municipal de Camanducaia, ACMV, AHPMV.

Linha de Atuação: Sustentabilidade		
Ação	Prazo	Parceiros para execução
Exigência de tratamento de esgoto para os novos projetos de construção	Curto	Prefeitura Municipal de Camanducaia, Copasa
Estabelecimento de termos de ajuste com prazo para adequação dos esgotos das construções já existentes	Curto	Prefeitura Municipal de Camanducaia, Copasa
Elaboração de programa de incentivo a coleta seletiva e adoção de práticas sustentáveis	Curto	ACMV, AHPMV, Prefeitura Municipal de Camanducaia, CMMA

Linha de Atuação: Saúde		
Ação	Prazo	Parceiros para execução
Estabelecimento de parceria entre sindicato e empresários para que a ABMV possa prestar assistência médica aos funcionários dos equipamentos turísticos existentes na cidade.	Curto	ABMV, Câmara de Vereadores, ACMV, AHPMV

Infraestrutura – Sugestões da Consultoria

Linha de Atuação: Sinalização		
Ação	Prazo	Parceiros para execução
Padronizar sinalização turística municipal segundo orientações do Ministério do Turismo	Médio	Prefeitura Municipal de Camanducaia
Implementar sinalização turística para o acesso rodoviário	Médio	DER, Prefeitura Municipal de Camanducaia
Melhorar sinalização de acesso ao distrito de Monte Verde	Médio	DER, Prefeitura Municipal de Camanducaia
Implementar sinalização turística informativa/ descritiva nos atrativos turísticos	Médio	Prefeitura Municipal de Camanducaia

Linha de Atuação: Qualidade Urbana		
Ação	Prazo	Parceiros para execução
Disponibilidade de transporte público regular em Monte Verde	Médio	Prefeitura Municipal de Camanducaia
Limitar construções e exploração do espaço urbano no Plano Diretor de Camanducaia	Médio	Prefeitura Municipal de Camanducaia
Melhoria do escoamento das águas pluviais	Longo	Prefeitura Municipal de Camanducaia, Secretaria de Estado do Meio Ambiente, Copasa

Regularizar o fornecimento de energia elétrica e de água durante todo o ano e a temporada	Longo	Prefeitura Municipal de Camanducaia, Copasa e Cia de energia
Linha de Atuação: Saúde		
Ação	Prazo	Parceiros para execução
Construção de uma Unidade de Pronto Atendimento em Monte Verde	Longo	Prefeitura Municipal de Camanducaia
Disponibilidade de serviço de Urgência – SAMU, em Monte Verde	Médio	Prefeitura Municipal de Camanducaia
Manter Corpo de bombeiros e/ou brigada de incêndio ativa no município	Médio	Prefeitura Municipal de Camanducaia

Apoio / Realização de Eventos

Linha de Atuação: Realização de Eventos

Ação	Eventos Prioritários	Possíveis Parceiros
Investir e buscar parcerias para realização de eventos no destino	Carnaval Réveillon Aniversário de Camanducaia Festival de Inverno Festival Gastronômico Festival de Natal	Ministério do Turismo, Ministério da Cultura, Secretaria de Estado de Turismo de MG, Secretaria de Cultura de MG, Empresa Melhoramentos

Linha de Atuação: Apoio a Eventos de Terceiros

Ação	Eventos já estabelecidos	Possíveis Parceiros
Apoiar e buscar parcerias para eventos de interesse turístico realizados no destino	Encontro de Motoqueiros Festival de Cinema Festa do Peão	Ministério do Turismo, Ministério da Cultura, Secretaria de Estado de Turismo de MG, Secretaria de Cultura de MG, Empresa Melhoramentos

Apoio/Realização de Eventos: Sugestões da Consultoria

Linha de Atuação: Criação/Captação de novos eventos para o destino

Ação	Prazo	Parceiros para execução
Estimular ações de captação de eventos regionais, nacionais e internacionais, de interesse turístico.	Médio	Prefeitura Municipal de Camanducaia, AHPMV, ACMV, Circuito Turístico Serras Verdes

Linha de Atuação: Medição de Impactos dos Eventos

Ação	Prazo	Parceiros para execução
Avaliar junto ao COMTUR os impactos dos eventos realizados e definir a sua continuidade	Médio	Prefeitura Municipal de Camanducaia e COMTUR



7.3 MAPA ESTRATÉGICO

Monte Verde: Onde o romance encontra a natureza

Eixos Temáticos:



Áreas de Atuação:



Visão:



Ser um destino turístico referência no Brasil, no segmento de romance aliado à natureza: um refúgio de paz, tranquilidade e clima agradável, reconhecido pela boa gastronomia e ampla oferta cultural, onde se resgata a simplicidade dos charmosos vilarejos de Minas Gerais.



> METAS E
INDICADORES DE
MONITORAMENTO

METAS E INDICADORES DE MONITORAMENTO

Para entender a dinâmica do turismo e verificar na prática o seu impacto no território, faz-se necessário a existência de um sistema de monitoramento que auxilie na transformação dos dados em informação útil para os empresários e gestores públicos do turismo de um destino.

Assim, é importante buscar informações que subsidiem o desenvolvimento de produtos adequados às necessidades dos clientes, que orientem as estratégias de promoção mais objetivas, bem como permita a análise de impactos da atividade no território. Dessa maneira, a busca de conhecimentos e informação deve permitir a mensuração de resultados, bem como subsidiar a análise de tendências futuras.

Além dos indicadores, é importante o estabelecimento de metas, que serão monitoradas a partir dos indicadores propostos.

Para a recomendação dos indicadores foram privilegiadas fontes de informações já existentes, disponibilizadas de forma gratuita por institutos de pesquisa e afins, possibilitando um monitoramento de baixo custo. Além disso, foram sugeridas outras formas de coletas de dados primários para indicadores considerados essenciais para o monitoramento, mas que ainda não possuem coleta sistêmica de informações.

Abaixo, segue a apresentação dos indicadores, bem como das metas estabelecidas:

Indicador	Número de estabelecimentos de hospedagem formais do setor de turismo			
Descrição	Número de estabelecimentos de hospedagem formais (hotéis e similares e outros alojamentos) em atividades econômicas do setor Turismo em Camanducaia, apurado em 31 de dezembro do ano corrente, por meio da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS). Atualmente, segundo o inventário realizado, há 133 estabelecimentos de hospedagem e, pela RAIS, há apenas 126 formalizados. A meta será, portanto, que todos os estabelecimentos sejam formalizados.			
Fonte	Relatório Anual de Informações Sociais (RAIS)			
Série Histórica	2009	2010	2011	2012
	106	111	115	126
Meta 2014				
133				

Indicador	Número de prestadores de serviços cadastrados no CADASTUR			
Descrição	Número de empresas de Camanducaia com cadastro regulares no CADASTUR. Trata-se de um sistema de cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor do turismo, executado pelo Ministério do Turismo, em parceria com os órgãos oficiais de turismo nos estados. O cadastro é obrigatório para os meios de hospedagem, agências de turismo, transportadoras, organizadores de eventos, parques temáticos, acampamentos e guias de turismo. Quanto maior o número de empresas cadastradas, maior o esforço do setor público na mobilização e legalização dos prestadores, favorecendo a arrecadação de impostos e garantindo, melhores condições durante as viagens.			
Fonte	CADASTUR - www.cadastur.turismo.gov.br			
Série Histórica	2013			
	8			
Metas				
	2014	2015	2016	2017
	50	100	120	135

Indicador	Índice de competitividade turística			
Descrição	Índice obtido com relação à competitividade turística, a partir do estudo realizado pela SETUR/MG em parceria com a Fundação Getúlio Vargas - FGV.			
Fonte	Relatório do Índice de Competitividade Turística - FGV			
Série Histórica	2009	2010	2013	
	62,9	63,6	62,5	
Metas				
	2014	2015	2016	2017
	64	65	67	70

Indicador	Número de marcações "estive aqui" para Monte Verde no facebook			
Descrição	Número absoluto de marcações "estive aqui" para Monte Verde no facebook.			
Série Histórica	2013			
	63.242			
Metas				
	2014	2015	2016	2017
	64.000	70.000	75.000	80.000

Sugestões de novos indicadores futuros (ainda sem coleta de dados):

Indicador	Descrição	Fonte
Fluxo Turístico	Número absoluto do fluxo de turistas regionais, nacionais e internacionais que se deslocam pelo baixo são Francisco num determinado ano.	Pesquisa de demanda turística / Boletins de ocupação hoteleira
Receita Turística	Número absoluto da receita gerada pelos turistas regionais, nacionais e internacionais que se deslocam pelo Baixo São Francisco num determinado ano. O indicador é composto pela soma dos gastos realizados por todos os turistas na região com transporte interno, alimentação, hospedagem, atrativos e passeios e outros.	Pesquisa de demanda turística
Gasto Médio Individual	Número absoluto do gasto médio individual de viagem, composto por gastos realizados por cada turista com transporte interno, alimentação, hospedagem, atrativos e outros.	Pesquisa de demanda turística
Nível de satisfação dos turistas	Nota atribuída pelos turistas aos seguintes serviços ou dimensões turísticas: segurança pública, transporte público, qualidade da hospedagem, atrativos turísticos, informação turística, sinalização turística, opções de lazer e entretenimento, guias de turismo, hospitalidade, limpeza pública, gastronomia e restaurantes, comércio e preços. Os entrevistados avaliam cada dimensão entre uma nota de 01 a 10. O indicador corresponde à média do nível de satisfação dos visitantes com os serviços turísticos.	Pesquisa de demanda turística
Taxa de ocupação hoteleira	Proporção entre a oferta de unidades habitacionais (UH's) ocupadas sobre a oferta diária de UH's vezes o número de dias do mês.	Boletins de ocupação hoteleira
Receita gerada por mídia espontânea	Receita gerada pelos meios de comunicação que realizaram de forma direta ou indireta, matérias sobre Camanducaia / Monte Verde em reportagens ou notas na imprensa, sem custos para os órgãos públicos e entidades da região. A mensuração possibilita identificar o potencial de divulgação da região como fonte de matérias relevantes para os meios de comunicação mensurada pelo tamanho da matéria e seu respectivo preço de publicação.	Clipping de notícias

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BLANKE, Jennifer; CHIESA, Thea. The Travel and Tourism Competitiveness Report. World Economic Forum. Genebra, 2013.

BUTLER, R.W. The concept of a tourist área cycle of evolution: implications for management of resources. The Canadian Geographer/ Le Géographe canadien, Volume 24, 1980.

DELGADO, Claudia; LOPÉZ, Benigno. Evolución y Tendencias de la Industria Turística. Publicación del Centro de Información y Documentación Turísticas, 2011.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. Índice de Competitividade dos Destinos Turísticos de Minas Gerais: Camanducaia. Relatório Analítico 2013.

IBGE. Minas Gerais – Camanducaia – Infográficos – Dados Gerais do Município. Disponível em < <http://www.ibge.com.br/cidadesat/painel/economia.php?lang=&codmun=311050&search=minas-gerais|camanducaia|infograficos:-despesas-e-receitas-orcamentarias-e-pib>>. Acesso em 01 de fevereiro de 2014.

IBGE. Minas Gerais – Camanducaia – Infográficos – Despesas e Receitas e PIB. Disponível em < <http://www.ibge.com.br/cidadesat/painel/painel.php?lang=&codmun=311050&search=minas-gerais|camanducaia|infograficos:-dados-gerais-do-municipio>>. Acesso em 01 de fevereiro de 2014.

IBGE. Minas Gerais – Camanducaia – Infográficos – Histórico. Disponível em < <http://www.ibge.com.br/cidadesat/painel/historico.php?lang=&codmun=311050&search=minas-gerais|camanducaia|infograficos:-historico>> . Acesso em 01 de fevereiro de 2014.

ITB. World Travel Trends Report. Munique - Alemanha, 2012.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO (OMT). Tourism Towards 2030: Global Overview, 2011.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO (OMT). Tourism Highlights: 2013 Edition. Madri, Espanha, 2013.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Índice de Competitividade do Turismo Nacional: Relatório Brasil 2013. Brasília, 2013.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo – 9ª Edição – 2013. Brasília, 2013.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Programa de Regionalização do Turismo – Diretrizes. Brasília, 2013.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Plano Nacional de Turismo 2013 – 2016. Brasília, 2013.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Projeto Inventário da Oferta Turística. Brasília, 2006.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil – 2010/2011. Disponível em <http://www.dados-efatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dados-efatos/demanda_turistica/downloads_demanda/Demanda_domxstica_-_2012_-_Relatxrio_Executivo.pdf>. Acesso em 31 de janeiro de 2014.

SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO DE MINAS GERAIS. Pesquisa de Demanda de Turismo. Temporadas consolidadas - 2012. http://turismo.mg.gov.br/images/stories/dados_turismo_mineiro/relatorio-consolidado-v6.pdf. Publicado em março de 2013. Acesso em 11 de outubro de 2013.

SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO E ESPORTES. Impactos do Turismo nas Finanças Públicas Municipais – 2010. Disponível em < <https://www.dropbox.com/s/stptbnfdr29bmq6/MG%20industores%20final%20VOL%201.pdf>> Acesso em 01 de fevereiro de 2014.

SECRETARIA DE ESTADO DE PLANEJAMENTO E GESTÃO DE MINAS GERAIS. Os 10 anos do Programa de Regionalização do Turismo de Minas Gerais: Desafios para o Avanço da Política Pública de Turismo – 2012. Disponível em <http://www.planejamento.mg.gov.br/images/documentos/premio_exelencia_em_gestao_publica/6_premio/1_lugar_a_357.pdf>. Acesso em 01 de fevereiro de 2014.

WTTC (World Travel & Tourism Council). Travel & Tourism Economic Impact: Brazil. Reino Unido, 2013.

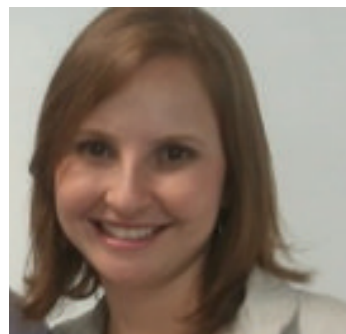
WTTC (World Travel & Tourism Council). Economic Impact of Travel & Tourism: Mid-Year Update October, 2013: World. Reino Unido, 2013b.

LISTA DE SIGLAS (por ordem alfabética)

SIGLA SIGNIFICADO

ACMV Associação Comercial de Monte Verde
AHPMV Associação de Hotéis e Pousadas de Monte Verde
COMTUR Conselho Municipal de Turismo
FOFA Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças
FGV Fundação Getúlio Vargas
FIPE Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas
IBGE Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
MTUR Ministério do Turismo
OMT Organização Mundial de Turismo
ONGs Organizações não governamentais
PIB Produto Interno Bruto
RAIS Relação Anual de Informações Sociais
SETUR/MG Secretaria de Estado de Turismo de Minas Gerais
SETES/MG Secretaria de Estado de Turismo e Esportes de Minas Gerais
SEBRAE Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
UHs Unidades Habitacionais
WTTC World Travel & Tourism Council

AUTORES



Isabela Rosa Sette

Bacharel em turismo pela PUC-MG, possui especialização em Gestão Pública pela Fundação João Pinheiro e em Turismo e Desenvolvimento Sustentável pela UFMG. Trabalhou na SETUR/MG na área de políticas do turismo. Foi premiada em 1º lugar no 6º Prêmio de Excelência em Gestão Pública do Estado de Minas Gerais na categoria “experiências e ideias inovadoras implementáveis”. Atualmente, é consultora da Fundação Getúlio Vargas, no projeto “Índice de Competitividade Turística dos Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional”, em parceria com o Ministério do Turismo e o SEBRAE Nacional.



Mauro Knpfer Coutinho

Bacharel em turismo pela PUC-MG, possui Máster em Planejamento turístico com foco em Desenvolvimento Sustentável pela Universitat de Les Illes Balears - Espanha. Trabalhou em projetos de desenvolvimento turístico internacionais em conjunto com a Organização Mundial do Turismo e atuou em todas as regiões do Brasil na formação de instâncias de governança municipais e no desenvolvimento de planos estratégicos participativos para o Ministério do Turismo. Tem experiência em articulação institucional e na elaboração e gestão de projetos.



Marcela Pimenta Campos Coutinho

Bacharel em Turismo, possui Master em Gestão Turística com foco em turismo sustentável pela Universitat de Les Illes Balears - Espanha. Atuou em parceria com a Organização Mundial do Turismo no Projeto Rotas do Leste do Uruguai, foi interlocutora entre Minas Gerais e a OMT na implementação do Programa Volunteers, Minas Gerais – Brasil 2010: Rota das Grutas de Lund. Coordenou o inventário da oferta turística de Minas Gerais entre os anos de 2008 e 2010. Foi responsável pela coordenação dos projetos da Agência Espanhola de Cooperação Internacional para o Desenvolvimento em Alagoas, sob gestão IABS. Atualmente é coordenadora do Núcleo de Turismo do Instituto Brasileiro de Desenvolvimento e Sustentabilidade.



Glaucia Beatriz de Oliveira Borba

Especialista em Sustentabilidade e Desenvolvimento Local e Bacharel em Turismo pela Universidade Federal de Ouro Preto/MG, é Diretora de Planejamento das Políticas de Turismo da Secretaria de Turismo do Estado de Minas Gerais, atuando na coordenação de ações de planejamento turístico em todo o Estado e ministrando palestras e debates em todo o Brasil sobre políticas públicas e descentralização do turismo.

Agradecimentos especiais:

COMTUR - Conselho Municipal de Turismo de Camanducaia

AHPMV - Associação de Hotéis e Pousadas de Monte Verde

ACMV - Associação Comercial de Monte Verde



PREFEITURA MUNICIPAL DE
CAMANDUCAIA
CIDADE DE TODOS
2013/2016



TURISMO 360
consultoria



IABS

