



Plano Diretor do Turismo Verde em Minas Gerais

Plano de Desenvolvimento
Integrado do Turismo
Sustentável de Minas Gerais



Plano Diretor do Turismo Verde em Minas Gerais

**Plano de Desenvolvimento
Integrado do Turismo
Sustentável de Minas Gerais**

2024 - 2031

#NUNCAESQUECEREMOSBRUMADINHO

ADAIL DOS SANTOS JUNIOR • ADAIR CUSTÓDIO RODRIGUES • ADEMÁRIO BISPO • ADILSON SATURNINO DE SOUZA • ADNILSON DA SILVA DO NASCIMENTO • ADRIANO AGUIAR LAMOUNIER • ADRIANO CALDEIRA DO AMARAL • ADRIANO GONÇALVES DOS ANJOS • ADRIANO JUNIO BRAGA • ADRIANO RIBEIRO DA SILVA • ADRIANO WAGNER DA CRUZ DE OLIVEIRA • ALAÉRCIO LÚCIO FERREIRA • ALANO REIS TEIXEIRA • ALEX MÁRIO MORAES BISPO • ALEX RAFAEL PIEDADE • ALEXIS ADRIANO DA SILVA • ALEXIS CÉSAR JESUS COSTA • ALISSON MARTINS DE SOUZA • ALISSON PESSOA DAMASCENO • AMANDA DE ARAÚJO SILVA • AMARINA DE LOURDES FERREIRA • AMAURI GERALDO DA CRUZ • ANAILDE SILVA • ANDERSON LUIZ DA SILVA • ANDRÉ LUIZ ALMEIDA SANTOS • ANDREA FERREIRA LIMA • ANGÉLICA APARECIDA ÁVILA • ANGELITA CRISTIANE FREITAS DE ASSIS • ÂNGELO GABRIEL DA SILVA LEMOS • ANIZIO COELHO DOS SANTOS • ANTÔNIO FERNANDES RIBAS • ARMANDO DA SILVA RAGGI GROSSI • AROLDO FERREIRA DE OLIVEIRA • BRUNA LELIS DE CAMPOS • BRUNO EDUARDO GOMES • BRUNO ROCHA RODRIGUES • CAMILA APARECIDA DA FONSECA SILVA • CAMILA SANTOS DE FARIA • CAMILA TALIBERTI RIBEIRO DA SILVA • CAMILO DE LELIS DO AMARAL • CARLA BORGES PEREIRA • CARLOS AUGUSTO DOS SANTOS PEREIRA • CARLOS EDUARDO DE SOUZA • CARLOS EDUARDO FARIA • CARLOS HENRIQUE DE FARIA • CARLOS ROBERTO DA SILVA • CARLOS ROBERTO DA SILVEIRA • CARLOS ROBERTO DEUSDEDIT • CARLOS ROBERTO PEREIRA • CASSIA REGINA SANTOS SOUZA • CASSIO CRUZ SILVA PEREIRA • CLÁUDIO JOSÉ DIAS REZENDE • CLAUDIO LEANDRO RODRIGUES MARTINS • CLÁUDIO MÁRCIO DOS SANTOS • CLAUDIO PEREIRA SILVA • CLEIDSON APARECIDO MOREIRA • CLEITON LUIZ MOREIRA SILVA • CLEOSANE COELHO MASCARENHAS • CRISTIANE ANTUNES CAMPOS • CRISTIANO BRAZ DIAS • CRISTIANO JORGE DIAS • CRISTIANO SERAFIM FERREIRA • CRISTIANO VINÍCIUS OLIVEIRA DE ALMEIDA • CRISTINA PAULA DA CRUZ ARAÚJO • DAIANE CAROLINE SILVA SANTOS • DANIEL GUIMARÃES ALMEIDA ABDALLA • DANIEL MUNIZ VELOSO • DAVID MARLON GOMES SANTANA • DAVYSON CHRISTHIAN NEVES • DENILSON RODRIGUES • DENNIS AUGUSTO DA SILVA • DIEGO ANTONIO DE OLIVEIRA • DIOMAR CUSTÓDIA DOS SANTOS SILVA • DIRCE DIAS BARBOSA • DJENER PAULO LAS-CASAS MELO • DUANE MOREIRA DE SOUZA • EDENI DO NASCIMENTO • EDGAR CARVALHO SANTOS • EDIMAR DA CONCEIÇÃO DE MELO SALES • EDIONIO JOSÉ DOS REIS • EDIRLEY ANTONIO CAMPOS • EDNILSON DOS SANTOS CRUZ • EDSON RODRIGUES DOS SANTOS • EDYMYRA SAMARA RODRIGUES COELHO • EGILSON PEREIRA DE ALMEIDA • ELIANDRO BATISTA DE PASSOS • ELIANE DE OLIVEIRA MELO • ELIANE NUNES PASSOS • ELIS MARINA COSTA • ELIVELTOM MENDES SANTOS • ELIZABETE DE OLIVEIRA ESPINDOLA REIS • ELIZEU CARANJO DE FREITAS • EMERSON JOSE DA SILVA AUGUSTO • ERIDIO DIAS • EUDES JOSÉ DE SOUZA CARDOSO • EVA MARIA DE MATOS • EVANDRO LUIZ DOS SANTOS • EVERTON GUILHERME FERREIRA • EVERTON LOPES FERREIRA • FABRÍCIO HENRIQUES DA SILVA • FABRÍCIO LUCIO FARIA • FAULLER DOUGLAS DA SILVA MIRANDA • FELIPE JOSÉ DE OLIVEIRA ALMEIDA • FERNANDA BATISTA DO NASCIMENTO • FERNANDA CRISTHIANE DA SILVA • FERNANDA DAMIAN DE ALMEIDA • FLAVIANO FIALHO • FRANCIS ERICK SOARES DA SILVA • FRANCIS MARQUES DA SILVA • GEORGE CONCEIÇÃO DE OLIVEIRA • GERALDO DE MEDEIROS FILHO • GILMAR JOSÉ DA SILVA • GIOVANI PAULO DA COSTA • GISELE MOREIRA DA CUNHA • GISLENE CONCEIÇÃO AMARAL • GLAYSON LEANDRO • GUSTAVO ANDRIÉ XAVIER • GUSTAVO SOUSA JUNIOR • HEITOR PRATES MÁXIMO DA CUNHA • HELBERT VILHENA SANTOS • HERMÍNIO RIBEIRO LIMA FILHO • HERNANE JÚNIOR MORAIS ELIAS • HUGO MAXS BARBOSA • ICARO DOUGLAS ALVES • IZABELA BARROSO CÂMARA PINTO • JANICE HELENA DO NASCIMENTO • JHOBERT DONANNE GONÇALVES MENDES • JOÃO MARCOS FERREIRA DA SILVA • JOÃO PAULO ALTINO • JOÃO PAULO DE ALMEIDA BORGES • JOÃO PAULO FERREIRA DE AMORIM VALADÃO • JOÃO PAULO PIZZANI VALADARES MATTAR • JOÃO TOMAZ DE OLIVEIRA • JOICIANE DE FÁTIMA DOS SANTOS • JONATAS LIMA NASCIMENTO • JONIS ANDRÉ NUNES • JORGE LUIZ FERREIRA • JOSÉ CARLOS DOMENEGUETE • JOSIANE DE SOUZA SANTOS • JOSUÉ OLIVEIRA DA SILVA • JULIANA CREIZIMAR DE RESENDE SILVA • JULIANA ESTEVES DA CRUZ AGUIAR • JULIANA PARREIRAS LOPES • JULIO CESAR TEIXEIRA SANTIAGO • JUSSARA FERREIRA DOS PASSOS • KÁTIA APARECIDA DA SILVA • KÁTIA GISELE MENDES • LAYS GABRIELLE DE SOUZA SOARES • LEANDRO ANTÔNIO SILVA • LEANDRO RODRIGUES DA CONCEIÇÃO • LECILDA DE OLIVEIRA • LENILDA CAVALCANTE ANDRADE • LENILDA MARTINS CARDOSO DINIZ • LEONARDO ALVES DINIZ • LEONARDO DA SILVA GODOY • LEONARDO PIRES DE SOUZA • LETÍCIA MARA ANIZIO DE ALMEIDA • LETÍCIA ROSA FERREIRA ARRUDAS • LEVI GONÇALVES DA SILVA • LORENZO TALIBERTI • LOURIVAL DIAS DA ROCHA • LUCIANA FERREIRA ALVES • LUCIANO DE ALMEIDA ROCHA • LÚCIO MENDANHA • LUIS FELIPE ALVES • LUIS PAULO CAETANO • LUIZ CARLOS SILVA REIS • LUIZ CORDEIRO PEREIRA • LUIZ DE OLIVEIRA SILVA • LUIZ TALIBERTI RIBEIRO DA SILVA • MANOEL MESSIAS SOUSA ARAÚJO • MARCELLE PORTO CANGUSSU • MARCELO ALVES DE OLIVEIRA • MARCIANO DE ARAÚJO SEVERINO • MARCIEL DE OLIVEIRA ARANTES • MARCELEIA DA SILVA PRADO • MARCIO COELHO BARBOSA MASCARENHAS • MÁRCIO DE FREITAS GRILLO • MÁRCIO FLÁVIO DA SILVA • MÁRCIO FLÁVIO DA SILVEIRA FILHO • MARCIO PAULO BARBOSA PENA MASCARENHAS • MARCO AURÉLIO SANTOS BARCELOS • MARCUS TADEU VENTURA DO CARMO • MARIA DE LURDES DA COSTA BUENO • MARIA ELISA MELO • MARLON RODRIGUES GONÇALVES • MARTINHO RIBAS • MAURÍCIO LAURO DE LEMOS • MAX ELIAS DE MEDEIROS • MILTON XISTO DE JESUS • MIRACEIBEL ROSA • MIRAMAR ANTÔNIO SOBRINHO • MOISES MOREIRA SALES • NATÁLIA FERNANDA DA SILVA ANDRADE • NATHALIA DE OLIVEIRA PORTO ARAÚJO • NILSON DILERMANDO PINTO • NINRODE DE BRITO NASCIMENTO • NOÉ SANÇÃO RODRIGUES • NOEL BORGES DE OLIVEIRA • OLAVO HENRIQUE COELHO • OLÍMPIO GOMES PINTO • PÂMELA PRATES DA CUNHA • PAULO GEOVANE DOS SANTOS • PAULO NATANAE DE OLIVEIRA • PEDRO BERNARDINO DE SENA • PETERSON FIRMINO NUNES RIBEIRO • PRISCILA ELEN SILVA • RAFAEL MATEUS DE OLIVEIRA • RAMON JUNIOR PINTO • RANGEL DO CARMO JUNUÁRIO • REGINALDO DA SILVA • REINALDO FERNANDES GUIMARÃES • REINALDO GONÇALVES • REINALDO SIMÃO DE OLIVEIRA • RENATO EUSTÁQUIO DE SOUZA • RENATO RODRIGUES DA SILVA • RENATO RODRIGUES MAIA • RENATO VIEIRA CALDEIRA • RENILDO APARECIDO DO NASCIMENTO • RICARDO EDUARDO DA SILVA • RICARDO HENRIQUE VEPPPO LARA • ROBERT RUAN OLIVEIRA TEODORO • ROBSON MÁXIMO GONÇALVES • RODNEY SANDER PAULINO OLIVEIRA • RODRIGO HENRIQUE DE OLIVEIRA • RODRIGO MIRANDA DOS SANTOS • RODRIGO MONTEIRO COSTA • ROGERIO ANTONIO DOS SANTOS • ROLISTON TEDS PEREIRA • RONNIE VON OLAIR DA COSTA • ROSARIA DIAS DA CUNHA • ROSELIA ALVES RODRIGUES SILVA • ROSIANE SALES SOUZA FERREIRA • ROSILENE OZORIO PIZZANI MATTAR • RUBERLAN ANTÔNIO SOBRINHO • SAMARA CRISTINA SANTOS • SAMUEL DA SILVA BARBOSA • SANDRO ANDRADE GONÇALVES • SEBASTIÃO DIVINO SANTANA • SÉRGIO CARLOS RODRIGUES • SIRLEI DE BRITO RIBEIRO • SUELI DE FÁTIMA MARCOS • THIAGO LEANDRO VALENTIM • THIAGO MATEUS COSTA • TIAGO AUGUSTO FAVARINI • TIAGO BARBOSA DA SILVA • TIAGO COUTINHO DO CARMO • TIAGO TADEU MENDES DA SILVA • UBERLANDIO ANTÔNIO DA SILVA • VAGNER NASCIMENTO DA SILVA • VALDECI DE SOUZA MEDEIROS • VINICIUS HENRIQUE LEITE FERREIRA • WAGNER VALMIR MIRANDA • WALACI JUNIOR CANDIDO DA SILVA • WALISSON EDUARDO DA PAIXÃO • WANDERSON CARLOS PEREIRA • WANDERSON DE OLIVEIRA VALERIANO • WANDERSON PAULO DA SILVA • WANDERSON SOARES MOTA • WARLEY GOMES MARQUES • WARLEY LOPES MOREIRA • WEBERTH FERREIRA SABINO • WELLINGTON ALVARENGA BENIGNO • WELLINGTON CAMPOS RODRIGUES • WENDERSON FERREIRA PASSOS • WESLEI ANTÔNIO BELO • WESLEY ANTONIO CHAGAS • WESLEY EDUARDO DE ASSIS • WILLIAN JORGE FELIZARDO ALVES • WILSON JOSÉ DA SILVA • WIRYSLAN VINICIUS ANDRADE DE SOUZA • ZILBER LAGE DE OLIVEIRA

PLANO DIRETOR DO TURISMO VERDE EM MINAS GERAIS:

PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO SUSTENTÁVEL DE MINAS GERAIS

INICIATIVA REALIZADA COM RECURSOS DO TERMO DE REPARAÇÃO DE BRUMADINHO FIRMADO PELOS MINISTÉRIOS PÚBLICOS ESTADUAL E FEDERAL, DEFENSORIA PÚBLICA DE MG E GOVERNO DE MINAS.

LEIS 23.830 - JULHO/2021 E 23.591 - MARÇO/2020

Compromitentes do Termo de Reparação



Minas é Turismo Verde



O turismo de experiência tem sido a principal escolha de viajantes de todo o Brasil e do mundo. Viajar para destinos de natureza e aventura em busca de experiências únicas que permitam interações significativas com a comunidade local e a natureza, conhecer a biodiversidade, entrar em contato com diferentes culturas, viver experiências genuínas em conexão consciente com a natureza e contribuir com o desenvolvimento socioeconômico e a preservação ambiental são partes fundamentais do turismo responsável, o chamado turismo verde, que tem em Minas Gerais inúmeras possibilidades de ser praticado.

Minas abriga 356 reservas e 247 mil hectares de áreas naturais protegidas nos biomas da Caatinga, Cerrado e Mata Atlântica. É o maior estado do país com Reservas Particulares do Patrimônio Natural (RPPNs). Os números impressionam. São oito parques nacionais, 19 parques estaduais e quatro monumentos naturais abertos à visitação. Milhares de cachoeiras, 29 fontes hidrominerais e/ou termais, 158 cavernas e grutas e mais uma gama de atrações culturais e experiências que valorizam as comunidades e transbordam mineiridade.

O estado tem a única cordilheira do Brasil, a do Espinhaço, reconhecida pela Unesco como Reserva da Biosfera, com seus quase 1.500 quilômetros de montanhas que seguem ao Norte, ultrapassando seus limites territoriais. Montanhas muito vigorosas, com centenas de cachoeiras e paisagens inesquecíveis, criando um ambiente propício para o turismo verde.

Neste cenário de tantas riquezas, com o intuito de proteger o meio ambiente e o patrimônio histórico e cultural para que todos os cidadãos e as gerações futuras possam desfrutar das maravilhas que o estado tem a

oferecer, foi desenvolvido o Plano Turismo Verde: Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável. Trata-se de um documento orientador que possibilitará à Administração Pública planejar políticas públicas de maneira ordenada e em bases sustentáveis em curto, médio e longo prazo, com ações previstas no espaço temporal de 2024 a 2031. O Plano evidencia o compromisso do poder público de implementar ações que corroboram para o desenvolvimento sustentável do setor turístico e, ao mesmo tempo, reduzir os impactos causados pelas mudanças climáticas.

Diversos setores da sociedade civil, iniciativa privada e órgãos públicos trabalharam na construção deste documento. O Governo do Estado, as Instâncias de Governança Regionais, os municípios e toda a cadeia produtiva do turismo mineiro estiveram juntos nesse processo colaborativo, o que garantiu que as necessidades e perspectivas das partes interessadas fossem consideradas.

A elaboração do Plano Turismo Verde levou em conta a diversidade territorial de Minas Gerais e de suas vocações turísticas, sobretudo aquelas que promovem emprego e renda de maneira responsável, buscando conciliar o crescimento do turismo com a conservação dos recursos naturais e o respeito às comunidades locais.

O Plano Turismo Verde está alinhado com o Programa de Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas, um guia para nortear setores, público e privado, na condução das transformações necessárias até 2030, seja na maneira de produzir e consumir, como também na forma de interagir com o meio ambiente e com as pessoas.

Ao liderar a construção do Plano Turismo Verde, o Governo de Minas acredita que, por meio de políticas públicas, incentivos econômicos e regulamentações que apoiem o desenvolvimento do turismo verde, está contribuindo para a construção de uma sociedade mais sustentável, consciente de seu papel na preservação do meio ambiente e comprometida com a busca por soluções sustentáveis para os desafios ambientais atuais e futuros.

Leônidas de Oliveira

Secretário de Estado de Cultura e Turismo de Minas Gerais



Sumário

1. Apresentação	7
2. Abordagem Metodológica	11
3. A Sustentabilidade e o Turismo	16
4. O Turismo de Minas Gerais: Diagnóstico	21
5. Cenários do Turismo de Minas Gerais – 2031	30
6. Estratégias para o Turismo de Minas Gerais – 2031	39
6.1. Visão e Pilares	40
6.2. Eixos estratégicos	42
6.3. Programas e Ações	43
6.4. Contribuição para os ODS	76
6.5. Indicadores de Monitoramento	77
6.6. Mapa Estratégico	80
7. Considerações finais	82
Ficha técnica	85
Referências bibliográficas	87



1. APRESENTAÇÃO

1. APRESENTAÇÃO



Minas Gerais é um dos maiores estados brasileiros em extensão territorial e o maior em número de municípios. Possui, portanto, um conjunto de regiões com realidades distintas em relação a aspectos socioeconômicos, culturais, ambientais e estruturais. Essa pluralidade também se manifesta no turismo: há, em Minas, um amplo leque de destinos com perfis e características distintas, acrescentando complexidade à condução da política pública para o desenvolvimento desse setor multifacetado.

Setor este que, em conjunto com a cultura, é entendido como estratégico pelo Governo Estadual, que o reconhece como relevante para a inovação, a diversificação e a ativação da economia mineira. Ambos são destacados nos objetivos do Plano Mineiro de Desenvolvimento Integrado (PMDI) 2019-2030, que apresenta o desafio de *“ser o melhor destino turístico e cultural do Brasil”*.

Em Minas Gerais, o turismo se encontra em constante evolução. Dados do Índice de Atividades Turísticas (Iatur) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) revelam que, em novembro de 2023, o ritmo de crescimento do Estado superou o nacional, tanto em receita nominal quanto em volume. Por outro lado, mesmo que se tenha uma base já estabelecida – o governo mineiro possui tradição e pioneirismo em relação às políticas públicas – para que se avance mais, é importante traçar a direção e os caminhos a serem percorridos, considerando ainda o potencial de contribuição para a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável.

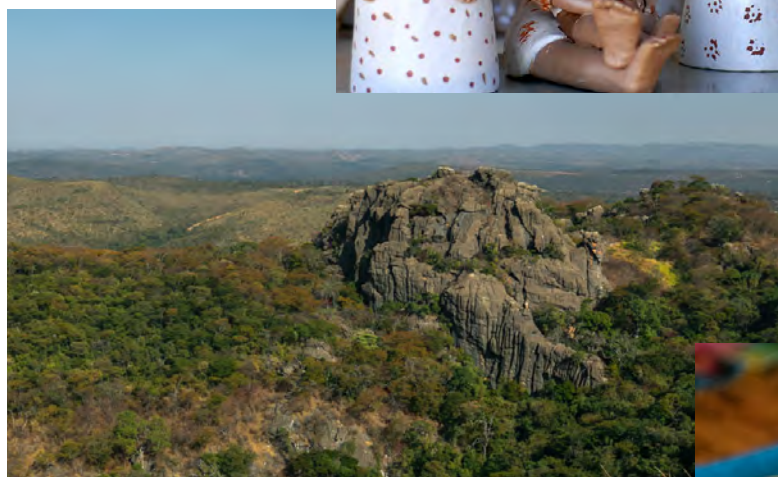
O tema de desenvolvimento sustentável é baseado na observação de que o modo de organização das sociedades atuais, ao redor do mundo, não considera os limites ambientais do planeta, o que tem impactado no bem-estar das populações atuais e futuras. Para além da dimensão ambiental, o desenvolvimento sustentável tem também componentes econômicos e socioculturais (Postma; Cavagnaro; Spruyt, 2017).

A ONU Turismo (2017, p. 14) compreende que o turismo sustentável é aquele “que leva plenamente em conta os impactos econômicos, socioambientais atuais e futuros, atendendo às necessidades dos visitantes, da indústria, do meio ambiente e das comunidades anfitriãs”. O turismo sustentável deve, portanto, otimizar a utilização dos recursos ambientais, respeitar as comunidades e assegurar operações econômicas viáveis e de longo prazo, proporcionando benefícios distribuídos de forma justa entre todas as partes interessadas (ONU Turismo, 2017).

O turismo sustentável confronta vários desafios globais, como a necessidade de conservar ecossistemas, reduzir a pegada de carbono, promover a inclusão social e gerar benefícios econômicos locais. As mudanças climáticas, a perda de biodiversidade e a superlotação em destinos populares são alguns dos problemas mais prementes. Além disso, a pandemia da COVID-19 trouxe novas questões de saúde e segurança, bem como a necessidade de resiliência econômica no setor.



O Plano Turismo Verde se configura em um instrumento que reúne as estratégias para o desenvolvimento do turismo sustentável, em Minas Gerais, para os próximos oito anos. Foi construído a partir de um processo técnico-participativo que considerou as dores do presente e um olhar para o futuro que estabelece a sustentabilidade e o bem-estar do cidadão mineiro como elementos centrais da estratégia.



Cada etapa da sua construção foi pensada para que a execução do conjunto de ações estabelecidas minimize os impactos dos desafios globais, promovendo práticas de turismo responsável, que valorizem e respeitem a cultura mineira e utilizem os recursos de forma sustentável.

Esse documento é o resumo executivo contendo os principais resultados já consolidados que fundamentam o mapa estratégico e seu detalhamento. Informações específicas dos métodos adotados, justificativa de escolha e respectivas referências bibliográficas podem ser consultadas nas entregas parciais de diagnóstico e prognóstico do referido plano.



2. ABORDAGEM METODOLÓGICA

2. ABORDAGEM METODOLÓGICA



Este capítulo apresenta uma síntese da metodologia adotada para a elaboração do Plano Turismo Verde e suas principais referências. Nas quatro etapas principais, o processo foi marcado pelo trabalho de pesquisa, os momentos de escuta dos envolvidos e a análise técnica dos especialistas, consolidando assim o processo técnico-participativo. A Figura 1 apresenta uma síntese dos tópicos abordados e o formato de consulta (destacado em marrom) adotado em cada etapa.

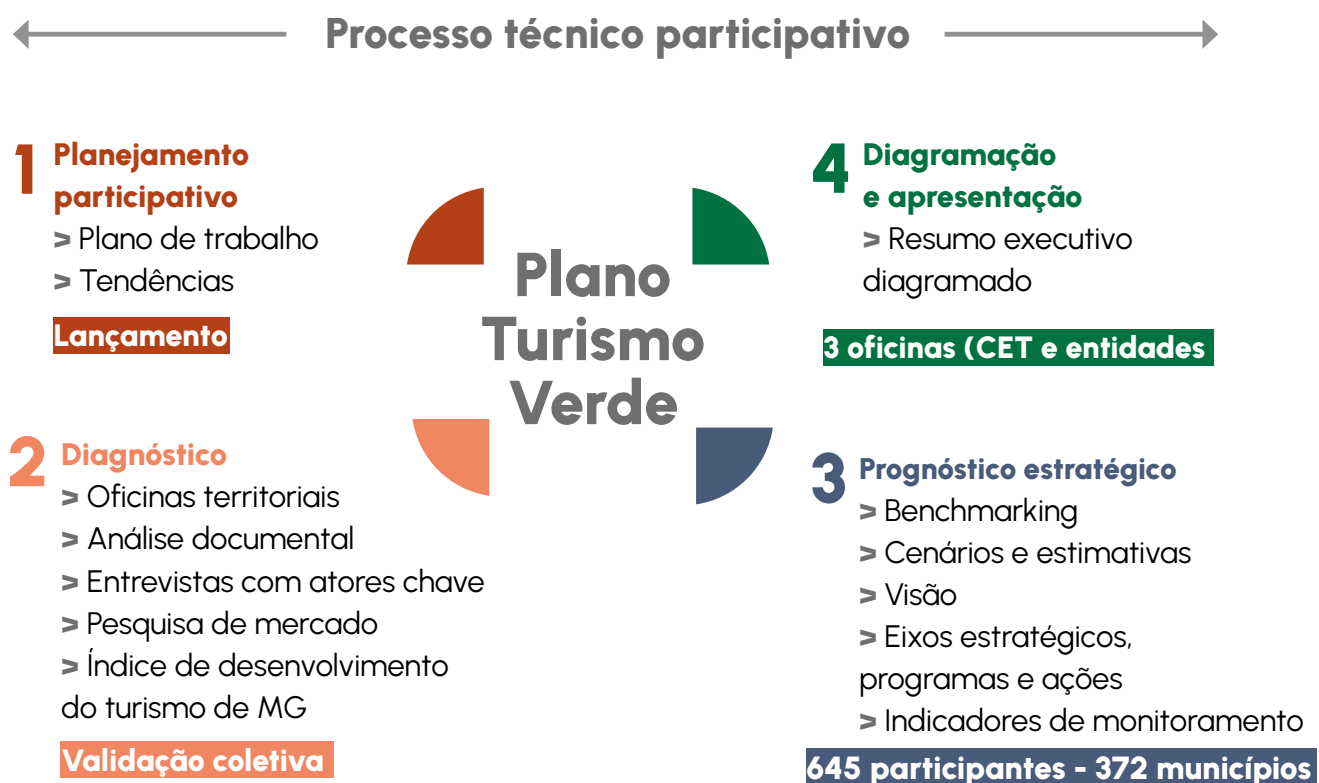


Figura 1: Metodologia geral do processo de elaboração do Plano Turismo Verde

Nas etapas de diagnóstico e prognóstico, concentram-se a maioria das atividades desenvolvidas, incluindo análise documental e pesquisas qualitativas e quantitativas (Flick, 2009) que favorecem um olhar mais consistente a respeito de um mesmo fenômeno (Zappellini; Feuerschütte, 2015), neste caso, a atividade turística mineira.

No âmbito do **diagnóstico**, a pesquisa documental – caracterizada pelo “exame de materiais de natureza diversa, que ainda não receberam um tratamento analítico, ou que podem ser reexaminados, buscando-se novas e/ou interpretações complementares” (Godoy, 1995, p. 21) – concentrou-se, principalmente em:

■ **Consultas à bases de dados oficiais de setores relacionados ao turismo (Transporte, Meio Ambiente, Saneamento, Patrimônio Cultural, Mercado de Trabalho e Infraestrutura);**

■ **Consultas on-line a portais de conteúdo em turismo;**

■ **Legislação atual do turismo e normativo da governança estadual e regional.**

As técnicas qualitativas incluem entrevistas individuais e em grupo com atores-chave, utilizando roteiros semiestruturados que conferem maior flexibilidade ao processo de

escuta (Gil, 2008). Essas entrevistas foram direcionadas ao Conselho Estadual de Turismo (CET), Instâncias de Governança Regional (IGRs), servidores da SECULT, representantes de outras secretarias de governo (SEMAD/IEF, Emater, SEINFRA, Investminas e SEDE) e agentes do mercado intermediário (agências e operadores de turismo).

Na fase quantitativa, recorreu-se ao uso de questionários *on-line* e da estatística descritiva, enquanto técnicas de coleta e análise de dados (Hair Jr. et al., 2009), direcionados ao mercado intermediário e aos atores do turismo presentes na base de comunicação da SECULT.

Por sua vez, as oficinas territoriais foram realizadas em todas as mesorregiões do estado, com contribuição direta de empreendedores, gestores públicos municipais e sociedade. Nessas oficinas, houve consolidação coletiva dos entraves e potencialidades de cada território, bem como das principais propostas para superação e/ou aproveitamento desses aspectos. O diagnóstico contou com a participação direta de 645 cidadãos residentes em 372 municípios, o que representa mais de 40% dos municípios de Minas Gerais.

A última etapa do diagnóstico foi a consolidação do Índice do Desen-

volvimento Municipal do Turismo de Minas Gerais, no qual se avaliaram 11 critérios que contemplam a transversalidade do turismo, adotando pesos relativos específicos, a partir do método *Analytic Hierarchy Process* (AHP) proposto por Saaty (1995).

O prognóstico estratégico apresenta estratégias, diretrizes, formas de monitoramento e avaliação (Bissoli, 2001) construídas com base nas informações levantadas na etapa de diagnóstico. Seu caráter participativo se evidencia na ampla escuta aos atores sociais do turismo mineiro, seguindo a recomendação de assegurar a participação social na construção de planos, sobretudo em momentos de crise (Santos et al., 2023).

O estudo de *benchmarking*, primeira etapa do prognóstico, contribuiu para o aprendizado de métodos, estratégias e/ou boas práticas que outros países desenvolveram nos seus sistemas (Böhlke; Robinson, 2009). Dessa forma, foram

consultados planos estratégicos de turismo e de outras áreas, nos âmbitos nacional e internacional, visando a identificação de aspectos-chave e elementos que pudessem ser ajustados à realidade do território mineiro.

O segundo passo foi a construção de cenários, adotando metodologia de *cruzamento de macrovariáveis* (*Quadrilátero*), adaptada de proposições estabelecidas por expoentes, brasileiros e estrangeiros, da cenarização. Cabe citar as referências internacionais, Godet (1993) e Godet et al. (2008), além de algumas obras do mais renomado estudioso de cenários: Peter Schwartz (Schwartz, 1991, 1998; Schwartz; Van Der Heijden, 1995, 1997; Schwartz; Leyden, 1997). Em âmbito nacional, Nascimento et al. (2010) e Porto et al. (2001) subsidiaram, também, a estruturação metodológica para a elaboração dos cenários do turismo mineiro para 2031.

O processo de cenários contou com análise de tendências, levantamento das variáveis de impacto (endógenas e exógenas) e definição das macroincertezas críticas, por meio da hierarquização coletiva das variáveis de impacto. A partir dessas macroincertezas e das estimativas calculadas pelo método estatístico de regressão linear simples, foram descritos quatro possíveis cenários.

A visão de futuro, eixos estratégicos, programas, ações e indicadores de monitoramento foram fruto do trabalho dos especialistas, fundamentado nos resultados do diagnóstico. Esses tópicos passaram pela validação coletiva da equipe técnica da SECULT, por meio de reuniões temáticas com as diferentes diretorias e áreas que revisaram e ajustaram todo o conteúdo do Plano.

Por fim, foram estabelecidos os vínculos entre cada programa e projeto especial com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), seguindo uma das orientações centrais da ONU (2023): a de que destinos mundiais considerem os ODS na definição das políticas públicas.

Em adição, considerando o intento de monitoramento e avaliação das políticas públicas do turismo (Bissoli, 2001), foram definidos indicadores que, seguindo a dinâmica de evolução das ações previstas no Plano, partem de temas mais corriqueiros (os que, atualmente, já são trabalhados pela SECULT), até outros que envolvem maior complexidade e carecem de avanços em termos de conhecimento, articulação interinstitucional, investimentos em tecnologias, entre outros aspectos. Além dos dados já disponíveis no Observatório do Turismo de Minas Gerais, a proposta considera ainda referências de outros destinos, recomendações da ONU Turismo (ONU Turismo, 2004, 2010, 2024) e da rede internacional de observatórios de turismo sustentável da instituição internacional.





3. A SUSTENTABILIDADE E O TURISMO

3. A SUSTENTABILIDADE E O TURISMO



A sustentabilidade e o turismo são temas interligados e, cada vez mais, debatidos no meio acadêmico global. Este capítulo visa fazer uma breve contextualização sobre as temáticas e suas correlações, abordando aspectos conceituais, assim como alguns dos desafios referentes aos dois campos do conhecimento.

A universalização do conceito de desenvolvimento sustentável remonta a 1987, a partir do Relatório intitulado *Nosso Futuro Comum*, que estabelece o termo como sendo “aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem às suas necessidades” (Brundtland, 1987, p. 46). O foco das reflexões de uma sociedade em desenvolvimento impõe, nesse contexto, o olhar não apenas para fatores econômicos, mas também para questões sociais e de qualidade ambiental (Dutra, 2016).

O tema da sustentabilidade ganhou maior projeção a partir da década de 1990, especialmente com a Eco-92¹, que marcou a consolidação do conceito. Todavia, nos últimos anos, a temática foi amplamente debatida e angariou um novo impulso diante do cenário de mudanças climáticas e da construção da Agenda 2030 e dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas (ONU, 2024) (Beni, 2012; Dutra, 2016; Rasoolimanesh *et al.*, 2023). Neste ponto, aliás, traz-se que a Organização das Nações Unidas (ONU) considerou o setor turístico como peça importante no alcance dos ODS (Santos *et al.*, 2021)

1. A Eco-92 ou Rio-92 foi uma Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento ocorrida, em 1992, na cidade do Rio de Janeiro.

Como não podia ser diferente, a discussão da sustentabilidade associada ao turismo não é novidade e vem, igualmente, ganhando destaque nos últimos anos. O setor desempenha um papel crítico no cumprimento de objetivos climáticos globais, uma vez que representa mais de 10% das emissões globais de gases de efeito estufa (WEF, 2022). Em acréscimo, outros impactos negativos advindos do avanço da atividade (ONU Turismo, 2019), como o aumento no custo de vida e da perturbação das rotinas dos residentes (Costa, 2013), este último devido ao excesso de turistas, em algumas localidades e em épocas específicas – ocasionando o *overtourism* – vêm estimulando debates sobre os limites e os benefícios reais da atividade (WEF, 2022).

A abordagem sustentável do desenvolvimento ligado ao turismo está relacionada às dimensões ambiental, sociocultural e econômica, baseando-se em três princípios fundamentais (Pires, 2012; ONU Turismo, 2023):



- 1.** Otimizar sem maximizar a utilização dos recursos ambientais, apoiada na conservação da biodiversidade;
- 2.** Respeito e valorização da autenticidade sociocultural das comunidades receptoras, incluindo seu patrimônio, cultura e valores tradicionais;
- 3.** Geração de benefícios econômicos de forma justa e equilibrada aos atores ligados à atividade, com operações viáveis e de longo prazo.



Para além de uma diretriz para a atividade, tendo em vista o seu desenvolvimento responsável e de longo prazo, a busca pela sustentabilidade vem ao encontro dos anseios e tendências relacionadas ao comportamento de consumo. Estudos mais recentes apontam que as pessoas, em especial as novas gerações, possuem maior consciência do impacto das suas escolhas de consumo e assumem o seu poder individual de mudança. Tal impacto passa a figurar na equação do custo x benefício das viagens, e a influenciar a escolha e a busca de destinos e empreendimentos que assumem com transparência o compromisso com a sustentabilidade (Booking.com, 2022; WEF, 2022).

O desenvolvimento sustentável do turismo exige a participação consciente dos diferentes atores que compõem a cadeia de valor – sejam eles públicos ou privados – e seu avanço depende de uma liderança política que trace o direcionamento e construa as bases para o seu amadurecimento. A construção de um futuro mais sustentável para o setor deve partir de um diálogo e considerar, do mesmo modo, o monitoramento constante dos impactos, além do esforço em garantir um elevado nível de satisfação do turista, primando

por uma experiência significativa que contribua também com sua conscientização (Sachs, 2002; Pires, 2012; ONU Turismo, 2023).

Dada a relevância do tema, a sustentabilidade tem sido o fio condutor do planejamento estratégico em diferentes destinos turísticos ao redor do mundo (Soares *et al.*, 2013; Tasso; Nascimento, 2022). No entanto, uma das críticas referentes à abordagem sustentável de desenvolvimento apropriada pelo turismo é a de que esta se fundamenta no que a atividade “deveria ser” e não no que realmente ocorre na prática. É preciso, por conseguinte, avançar para além do discurso do turismo sustentável, buscando o fomento a iniciativas concretas que se apoiem nos seus princípios (Malta, 2011).

E é justamente isso que se propõe no Plano Turismo Verde: um direcionamento ao desenvolvimento da atividade turística em Minas Gerais, com um viés sustentável, primando por ações estratégicas e uma lógica evolutiva.

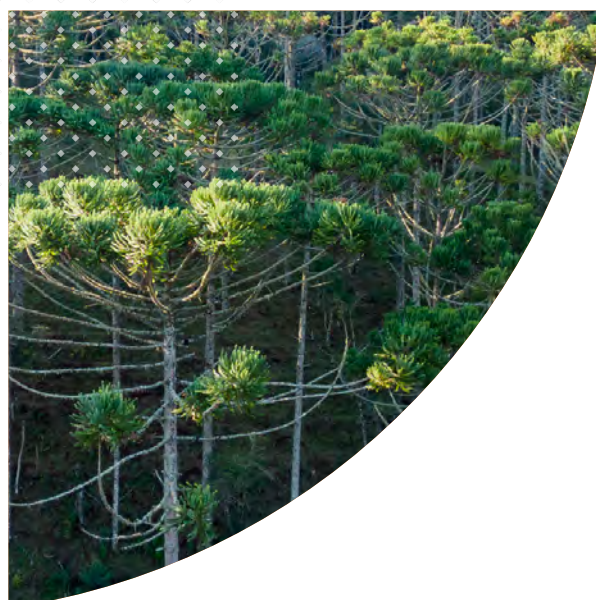
O desafio é enorme por diferentes fatores, incluindo a complexidade e

a dinamicidade do próprio conceito de sustentabilidade. Soma-se a isso, a natureza multidisciplinar e intersetorial do turismo, que exige o envolvimento e o esforço de diferentes atores e áreas para seu desenvolvimento e avanço na temática (como saneamento e segurança, por exemplo). Em Minas Gerais, a coexistência do desenvolvimento sustentável do turismo em localidades onde há outras atividades econômicas de impacto na paisagem – como a mineração e o agronegócio – é também desafiadora.

Definitivamente, a busca por um território mais sustentável deve ser um princípio subjacente a todos os tipos de desenvolvimento, incluindo o turismo. Conforme destacado por Abramovay (2012), urge uma transição mundial para uma nova economia que enfatize a gestão sustentável dos ecossistemas e que promova a inovação como meio de alcançar uma utilização eficiente, inteligente e equilibrada dos recursos. E o turismo pode e deve ser um dos principais catalisadores e protagonistas desse movimento em Minas Gerais.



É preciso, avançar para além do discurso do turismo sustentável, buscando o fomento a iniciativas concretas que se apoiem nos seus princípios.





4.0 TURISMO DE MINAS GERAIS: DIAGNÓSTICO

4. O TURISMO DE MINAS GERAIS: DIAGNÓSTICO



O diagnóstico sobre o turismo, em Minas Gerais, revela a riqueza e a diversidade do estado, marcado por características socioeconômicas, culturais e ambientais distintas em seus muitos municípios. Para a melhor compreensão desse cenário e, posteriormente, visando a proposição de diretrizes para o Plano Turismo Verde, foi realizada uma análise abrangente que incluiu oficinas territoriais, revisão documental, entrevistas com atores-chave, pesquisas de mercado e a criação de um Índice de Desenvolvimento Municipal do Turismo. Este último se propõe a ser uma ferramenta objetiva para avaliar o progresso turístico de cada município mineiro, por meio de diferentes variáveis.



Figura 2: Abordagem metodológica do diagnóstico

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

Ressalta-se que o processo envolveu as contribuições de atores ligados ao turismo do estado. Notadamente, as oficinas territoriais corroboraram a importância da participação das comunidades locais na formulação de políticas públicas, ressaltando suas percepções e necessidades específicas. Assim, o Plano Turismo Verde é um documento orientador com as demandas da sociedade, que apoia a administração pública no planejamento de políticas de maneira ordenada e em bases sustentáveis em curto, médio e longo prazos.

A sustentabilidade, inclusive, emerge como uma preocupação central do Plano, apontando para a necessidade de iniciativas que equilibrem os impactos ambientais, culturais, sociais e econômicos do turismo. Tal equilíbrio é crucial para preservar recursos naturais e culturais, reduzir disparidades regionais e beneficiar as populações mais vulneráveis. Merece destaque a constatação de que a cadeia do turismo de Minas Gerais ainda não está preparada para atuar no cenário de mudanças climáticas.

Em linhas gerais, o diagnóstico indica que o turismo mineiro apresenta uma concentração signi-

ficativa de atividades em certas regiões, como as cidades históricas, destacando-se a relevância de atrair visitantes para destinos menos procurados. Cabe destacar que o atual fluxo turístico do estado está concentrado na demanda regional: cerca de 61% dos turistas são mineiros (SECULT, 2022). Trata-se de um público familiar aos destinos visitados, uma vez que 51% dos turistas de lazer afirmaram que já conheciam o local previamente (SECULT, 2022).

O alinhamento da estratégia de desenvolvimento turístico aos aspectos e às perspectivas do mercado é crucial para o sucesso dos destinos. As pesquisas com as agências de receptivo do Programa Minas Recebe e com alguns operadores de atuação nacional destacaram que essas empresas necessitam de apoio para aumentar a comercialização, por meio da melhoria na qualidade dos serviços e dos produtos turísticos

mineiros. Como exemplo, a mão de obra foi mencionada como o fator mais recorrente quando o assunto são os desafios da operação. Houve também uma percepção do mercado de que os preços dos produtos turísticos mineiros são elevados frente a serviços pouco qualificados.

Os estudos indicaram ainda que, apesar de um marco legislativo estabelecido e reconhecido por diversos atores, falta clareza para alguns objetivos da política de turismo e dificuldades na implementação das normativas. A análise político-institucional, por sua vez, destacou a necessidade de um fortalecimento das competências legais para uma gestão mais eficiente do Conselho Estadual de Turismo (CET).

Sobre as Instâncias de Governança Regional (IGRs), reconhecidas como pilares da regionalização, os desafios da atuação se devem à carência de recursos (humanos e financeiros, principalmente) e à diversidade de atribuições entre seus gestores. A utilização de ferramentas tecnológicas e a promoção de uma cultura de colaboração contínua são apontadas como caminhos para superar essas dificuldades e fortalecer o turismo regional.

As IGRs também sentem falta de um maior alinhamento estratégico com a SECULT e de uma comunicação mais clara. Embora tenha havido melhorias recentes no diálogo, algumas Instâncias relataram a necessidade de maior interlocução com a Secretaria. Ademais, a equipe técnica da SECULT foi considerada reduzida para atender às inúmeras demandas dos municípios e das regiões, faltando suporte adequado para executar determinadas iniciativas. A burocracia é outro ponto sensível, principalmente no que se refere aos editais de fomento, além do recurso insuficiente destinado para tais instrumentos.

Com base nos principais resultados, foram definidos 12 temas centrais que orientaram as diretrizes estratégicas e serão detalhados a seguir (Figura 3):



12 temas centrais que orientaram as diretrizes estratégicas

1



Os cidadãos no centro da estratégia de desenvolvimento turístico

7



Há um caminho a ser trilhado em busca da sustentabilidade de destinos e negócios turísticos

2



Necessidade de qualificação constante dos entes da cadeia do turismo

8



A cadeia do turismo não está preparada para o cenário de mudanças climáticas

3



O arcabouço legal de turismo de Minas Gerais é bem estruturado, mas há desafios na implementação de normas

9



Gestão insuficiente das estradas e falta de integração entre os modais de transporte afetam a competitividade do turismo local

4



O Observatório do Turismo pode atuar como um centro de inteligência e um ecossistema de dados

10



Posicionamento turístico difuso

5



A política de regionalização deve ser central no desenvolvimento do turismo em Minas Gerais

11



Cozinha Mineira como elemento competitivo do turismo

6



Desconexão entre gestão do turismo e empreendedores

12



Relação custo x benefício

1 Os cidadãos no centro da estratégia de desenvolvimento turístico

O êxito das estratégias de desenvolvimento do turismo está diretamente conectado ao envolvimento dos cidadãos nos benefícios da atividade e ao seu conseqüente senso de pertencimento ao território. Além disso, o papel do turismo na redução de disparidades regionais e no beneficiamento de populações mais frágeis precisa ser aprimorado. Embora existam mecanismos importantes, como a descentralização e da Política de Turismo de Base Comunitária (TBC), há um longo processo para a efetiva conquista dos objetivos esperados dessas políticas estaduais. Os indicadores de monitoramento da efetividade do Plano devem incluir, necessariamente, a percepção dos cidadãos a respeito do turismo, seus benefícios e impactos.



2 Necessidade de qualificação constante dos entes da cadeia do turismo

A qualificação dos variados atores da cadeia produtiva do turismo deve ser trabalhada de maneira permanente para aprimorar o entendimento das políticas públicas, melhorar a qualidade dos serviços, bem como fortalecer as ações de sustentabilidade e a competitividade dos negócios turísticos. Além da mão de obra, gestores de empreendimentos privados e de organizações públicas também requerem formações específicas, visando o apoio às governanças regionais e aos municípios na estruturação dos destinos.



3 O arcabouço legal de turismo de Minas Gerais é bem estruturado, mas há desafios na implementação de normas

Verificou-se que Minas Gerais possui um amplo rol de normativas relacionadas ao turismo que vão desde a disposição da política estadual de turismo até as normativas sobre segmentos específicos, como o caso do TBC, do Turismo Gastronômico e do Ecoturismo. No entanto, a implementação e a execução efetiva dessas normas e leis merecem aprimoramentos, especialmente no que concerne à priorização e à designação de capital humano e de recursos financeiros.



4

O Observatório do Turismo pode atuar como um centro de inteligência e um ecossistema de dados

O Observatório do Turismo de Minas Gerais constitui uma rede estratégica que se configura como uma conquista importante para a gestão do turismo estadual. Há, entretanto, muito espaço para aprimoramentos. A gestão inteligente do turismo demanda avanços no monitoramento e na aferição da realidade do turismo e seu impacto econômico em todas as regiões do estado. É importante ser estabelecida uma estratégia de dados, objetivando a formação de um ecossistema com múltiplas fontes e sistemas operativos bem desenvolvidos, incluindo bases provenientes de órgãos oficiais, dados abertos do ambiente digital e interlocução com o setor privado. O compartilhamento e a abertura dos bancos e sistemas de dados, no fomento à cultura de inteligência e transparência, também podem ser trabalhados.



5

A política de regionalização deve ser central no desenvolvimento do turismo em Minas Gerais

Minas Gerais possui uma estratégia de regionalização do turismo considerada a mais desenvolvida do Brasil, apresentando elementos concretos de conexão da política pública com a gestão municipal, como o caso do ICMS Turismo. A capilaridade e a inteligência, construídas durante os 20 anos do Programa de Regionalização, são oportunidades que devem ser aproveitadas na construção da estratégia do Plano Turismo Verde. As IGRs são elos fundamentais do programa, cuja efetividade depende do desenvolvimento de competências e ações.



6

Desconexão entre gestão do turismo e empreendedores

Minas Gerais é referência nacional no ordenamento da gestão pública do turismo (Programa de Regionalização e ICMS Turístico), mas falta conexão das políticas públicas com o fortalecimento da competitividade empresarial. O desafio de conquistar maior envolvimento privado foi registrado em diferentes abordagens do diagnóstico (oficinas, entrevistas e documentos), e a importância do seu envolvimento foi reforçada nas pesquisas com o mercado e nos resultados do índice de desenvolvimento do turismo municipal. Além disso, o Programa Minas Recebe é uma estratégia de impacto no mercado, que pode ser melhor conectada ao Programa de Regionalização e aperfeiçoada, considerando as tendências voltadas ao desenvolvimento de experiências e melhoria de serviços turísticos.



7

Há um caminho a ser trilhado em busca da sustentabilidade de destinos e negócios turísticos

Diante do cenário vivido atualmente, a sustentabilidade não pode ser uma palavra utilizada para ilustrar questões pontuais. Há algumas ações em andamento no território mineiro, porém deve-se fortalecer, de maneira expressiva, iniciativas no turismo com viés sustentável. O desenvolvimento sustentável do turismo no estado avançará a partir de uma estratégia alinhada entre governo estadual, regiões turísticas e o trade, em um trabalho conjunto para fortalecer, apoiar e avançar programas e iniciativas. Adicionalmente, os segmentos de Turismo de Natureza e Turismo Cultural se apresentam como de destaque em Minas Gerais. Aliar esses segmentos à sustentabilidade é uma estratégia aderente aos estudos de futuro do turismo.



8

A cadeia do turismo não está preparada para o cenário de mudanças climáticas

Apesar de não ser um tema novo, as atenções do mundo se voltaram para a mitigação das mudanças climáticas a partir da COP21 que aconteceu, em 2015, em Paris, local onde foi firmado o Acordo de Paris. Este previu o compromisso de manter as temperaturas do planeta em menos de 2 °C acima dos níveis pré-industriais. O turismo, além de contribuir para a mudança climática, principalmente no setor de transporte, é, concomitantemente, um dos grandes setores afetados por ela. Os processos de escuta realizados durante a construção do diagnóstico evidenciaram o desconhecimento e a falta de preparo para lidar com o tema, por parte da cadeia produtiva do turismo.



9

Gestão insuficiente das estradas e falta de integração entre os modais de transporte afetam a competitividade do turismo local

Minas Gerais possui uma extensa malha viária e um considerável número de vias com pontos críticos e elevado número de acidentes. Além da dificuldade principal (pavimentação, condições de rodagem e sinalização), outros modais de transporte – como ônibus, metrô, trem e bicicletas – não são integrados, dificultando o acesso dos passageiros aos atrativos turísticos.



10 **Posicionamento turístico difuso**

Apesar do reconhecimento do estado de Minas Gerais como território de Turismo Cultural e de Turismo de Natureza, a própria dimensão geográfica e a diversidade da oferta para os mais diferentes segmentos dificultam seu posicionamento como destino. São centenas de oportunidades em todas as regiões e para os mais diversos nichos de mercado, que ainda são pouco conhecidas.



11 **Cozinha Mineira como elemento competitivo do turismo**

Hospitalidade, acolhimento, carinho e alegria são peças-chave na “mineiridade”, valorizados por diferentes atores da cadeia produtiva do turismo. A cozinha é a porta de entrada para o contato entre os mineiros e os visitantes. Um bom preparo, que valoriza o modo de fazer e os ingredientes do território, marca as viagens e transforma a experiência turística. Vale ressaltar, ainda, o potencial fértil de conexão entre os segmentos do Turismo Rural e Gastronômico, favorecidos pelas tendências de mercado.



12 **Relação custo x benefício**

A percepção do mercado intermediário é que o preço pago pelas viagens para Minas Gerais é maior do que para outros destinos brasileiros. A relação custo x benefício nem sempre é satisfatória e os motivos são bastante complexos. Além de fatores estruturais de acesso (distância e modais), a precificação dos serviços, principalmente de hospedagem, é apontada como gargalo para tornar os pacotes mais atrativos.





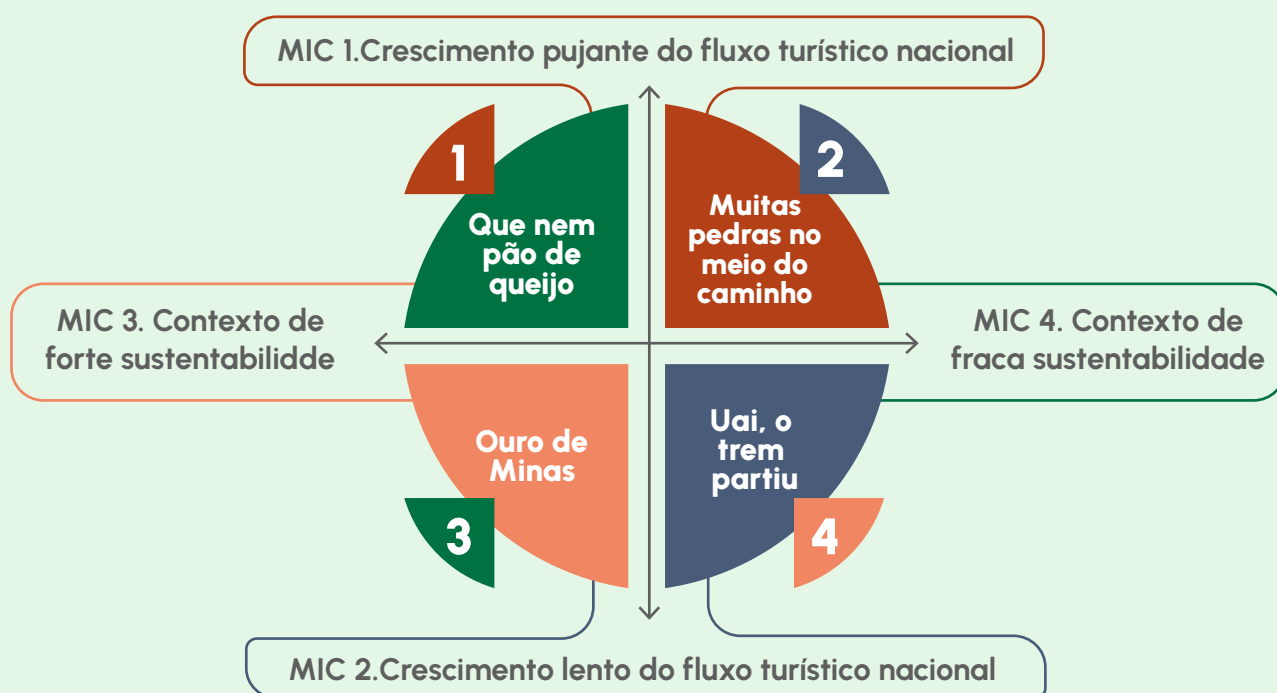
5. CENÁRIOS DO TURISMO DE MINAS GERAIS

2031

5. CENÁRIOS DO TURISMO DE MINAS GERAIS: 2031

O desenho da estratégia de desenvolvimento do turismo sustentável em Minas Gerais contou com a análise de cenários: uma ferramenta que auxilia na minimização das múltiplas incertezas que impactam a implementação de qualquer atividade no horizonte temporal de oito anos. Foi possível traçar quatro cenários para o turismo de Minas Gerais – 2031, que se alteram conforme as variáveis ou condicionantes de futuro de grande impacto e grande incerteza, denominadas incertezas críticas (Figura 4). As duas macroincertezas críticas (MICs) que emergiram da análise das variáveis foram o **Crescimento do Fluxo Turístico Nacional e o Contexto da Sustentabilidade.**

Possíveis Cenários do Turismo de Minas Gerais | 2031



No eixo horizontal, desenvolvem-se os cenários de acordo com a intensidade com que o tema da sustentabilidade ocupará no contexto turístico, ou seja, seu efeito nas decisões de consumo dos turistas, que podem influenciar, em maior ou menor medida, as viagens e toda a cadeia de valor do turismo. No eixo vertical, as incertezas estão relacionadas ao nível de crescimento do fluxo turístico nacional, que pode experimentar um crescimento mais acelerado ou uma estagnação.

A partir desses quadrantes, existem quatro cenários possíveis, e apenas o Cenário 1, considerado o cenário de referência e que é o alvo principal das estratégias do Plano Turismo Verde, é descrito de maneira mais detalhada neste documento.

CENÁRIO

1 (Referência): "Que nem Pão de Queijo" Cruzamento entre MIC 1/MIC 3



FILOSOFIA

O turismo nacional se mantém em ascensão, devido ao bom desempenho da economia, aumentando a renda dos brasileiros, particularmente das classes médias. Por sua vez, com o aumento dos eventos críticos climáticos (temperatura elevada, tempestades, seca, degelo dos polos, elevação do nível do mar, etc.), o maior fluxo de viajantes tende a se direcionar aos destinos turísticos que se apoiam em atrativos naturais e de clima ameno.

BREVE DESCRIÇÃO

No Cenário 1, o contexto internacional dos próximos anos é marcado por um distensionamento entre Estados Unidos e China, assim como a manutenção do processo de globalização, porém com marcos de controle maiores em relação às *big techs* (Moore; Tambini, 2022). Os dois se digladiam – em particular – no campo econômico, com o crescimento do espaço da moeda chinesa, impulsionada em parte pelo sucesso do Projeto Rota da Seda (Mendonça et al., 2021) e ampliação do BRICs, com o ingresso de novos membros (Barros, 2021). Ambos, contudo, evitam o confronto armado, porquanto as consequências lhes serão, igualmente, nefastas. Os conflitos persistirão, sobretudo na África e no Médio Oriente, mas sempre de forma

local, em torno da disputa de recursos naturais, da afirmação de valores culturais e religiosos, e de motivos políticos nacionais. Novas pandemias surgirão (Ramanathan et al., 2020), entretanto com baixa letalidade e gerenciadas para não quebrar as cadeias produtivas. Por sua vez, a institucionalidade internacional sofre mudanças, fortalecidas pelo agravamento da emergência climática, pois os eventos críticos se acentuam, com crescente preocupação dos governos e empresas, mas também da sociedade civil, pois os cidadãos tomam cada vez mais consciência dos riscos que estamos enfrentando com as mudanças aceleradas do clima (IPCC, 2023). Desse modo, os países, sobretudo os maiores e mais desenvolvidos, tomam, articuladamente e em conjunto, medidas mais eficientes. Mesmo porque ocorrem modificações na opinião pública e os eleitores pressionam para os governos tomarem medidas efetivas de mitigação e adaptação às alterações climáticas. Contudo, essas transformações institucionais e os novos acordos não eliminam os efeitos das mudanças climáticas que, em parte, tornaram-se irreversíveis, diante do volume de gases de efeito estufa já concentrado na atmosfera (IPCC, 2022). Um esforço extraordinário começa a ser feito para acelerar a transição energética e adotar tecnologias de sequestro dos gases de efeito estufa. Assim, a dinâmica econômica mundial é mantida, com elevação geral da renda e redução tanto da desigualdade quanto da fome e da miséria.

No plano nacional, o Brasil aproveita suas condições mais favoráveis para impulsionar a economia e se libertar do padrão de crescimento *stop-and-go* que o dominou desde o início dos anos 1990 (Maldonado Filho et al., 2016). Crescem a renda dos brasileiros e os investimentos em atividades econômicas, com primazia para aquelas menos poluentes, como o turismo. Aumenta o número de brasileiros viajando e conhecendo seu país, como registrado já no fim de 2023 e sinalizando uma recuperação do turismo doméstico no contexto pós-pandemia (FECOMÉRCIO SP, 2024). Assim, Minas Gerais segue consolidando seu crescimento turístico, conforme ocorrido, em 2023, quando o estado registrou a maior variação no volume de atividades turísticas no Brasil (Agência Minas, 2024), tendo sua capital, Belo Horizonte, como o terceiro destino mais visitado naquele ano (Panrotas, 2024).

Por seu turno, caem os preços do setor de transporte, inclusive o aéreo, que adota práticas sustentáveis em todas as suas atividades: redução do combustível, melhoria do desempenho das aeronaves, restrição ao uso de plás-

ticos, etc., conforme preconizado pela ONU Turismo (2022). O transporte rodoviário também tem seus custos reduzidos, com o aumento da segurança.

A partir das pressões ecológicas em ascensão, dissemina-se, no país e nas atividades turísticas, a adoção de práticas responsáveis, na produção e no consumo. Em pesquisa recente, verificou-se que os brasileiros entendem como viagens sustentáveis aquelas nas quais as hospedagens possuem medidas de sustentabilidade, o viajante minimiza o uso de plásticos descartáveis e opta por transportes com boa eficiência energética (Visa, 2023). Nessa esteira, o fluxo turístico crescente é, em boa parte, direcionado a locais com climas mais amenos e com grande presença de atrativos naturais. Isto favorece, sobremaneira, o turismo de natureza em suas diversas modalidades: ecoturismo, aventura, de base comunitária, regenerativo, etc. Este último já possui uma experiência bem estruturada, em Porto de Galinhas (PE), popular destino do Nordeste brasileiro (Castro, 2022), ratificando o potencial do país para implementar práticas mais sustentáveis do turismo. Por outro lado, a gastronomia, que já é um dos três fatores decisivos na escolha de destinos, tende a ocupar um espaço crescente (MTur, 2022), como também a imagem de local com povo hospitaleiro. Atualmente, rotas gastronômicas associadas à produção de café fomentam a atração de maior número de visitantes para a região denominada “Cerrado Mineiro” (Agência Minas, 2024).

Neste cenário, o cuidado será a palavra-chave: cuidado com as pessoas, incluindo os animais domésticos; cuidado com a natureza (fauna e flora); cuidado com a comida e a saúde. Isso favorece o consumo de produtos locais e formas de cocção diferentes. Estes fatores estimulam a busca de destinos turísticos que Minas Gerais possui em profusão, particularmente: **natureza de clima ameno, comida deliciosa e hospitalidade reconhecida nacionalmente.**

• **RISCOS**

• O maior risco do Cenário 1 é Minas Gerais não ter a aptidão e a competência para atrair novos turistas em número crescente, deixando escapar esse aumento da demanda que busca por atrativos bem estruturados e competitivos. Isso ocorreria por uma diversidade de fatores, tais como promoção incipiente e inadequada, especialmente para os principais mercados emissores, incluindo os mais próximos (Rio de Janeiro e São Paulo); despreparo dos destinos turísticos, principalmente em termos de mão de obra com baixa qualificação; infraestrutura precária de transporte e insegurança pública, e desinteresse e/ou má gestão do turismo por parte do setor público.



CENÁRIO

2 **"Muitas pedras no meio do caminho"** *Cruzamento entre MIC 1/MIC 4*

FILOSOFIA

O Brasil conhece um forte dinamismo econômico, com crescimento da renda dos brasileiros que se dispõem a viajar mais. Entretanto, a consciência e as pressões ecológicas não se fortalecem e a motivação de turismo se mantém concentrada nos segmentos de sol e praia, eventos e negócios.

BREVE DESCRIÇÃO

O Cenário 2 assiste a uma pujante dinâmica econômica do Brasil, graças a medidas políticas corretamente adotadas e contexto internacional favorável, com ausência de graves pandemias e conflitos apenas regionais, e sem desorganização das cadeias produtivas globais. Com isso, há uma evidente melhoria nos investimentos públicos e nos indicadores econômicos do setor turístico, poucos anos após o arrefecimento da pandemia da COVID-19 (FECOMÉRCIO SP, 2024). O fluxo turístico nacional aumenta, devido à elevação da renda dos brasileiros, assim como a oferta de destinos mais diversificados e com maior qualidade. No entanto, a consciência e as pressões ecológicas não se fortalecem em termos de práticas sustentáveis por diversas razões, entre elas, as resistências e/ou dificuldades dos prestadores de serviço do turismo na implementação de medidas de sustentabilidade nos seus empreendimentos. As motivações de viagem se mantêm apegadas aos tradicionais destinos de maior afluência, como sol e praia, grandes eventos e negócios. Cresce pouco a demanda por destinos com maior apelo na natureza, de clima ameno e acolhedor. Uma das razões é a crença entre viajantes de que esses destinos são mais caros (Booking.com, 2023).

CENÁRIO

3 "Ouro de Minas" Cruzamento entre MIC 2/MIC 3



FILOSOFIA

De um lado, a economia brasileira cresce pouco, repercutindo negativamente na renda dos brasileiros e, conseqüentemente, no fluxo turístico nacional. Por outro, em função da incidência crescente dos eventos críticos climáticos, altas temperaturas e doenças, a consciência e as pressões ecológicas se mantêm ascendentes, influenciando a decisão de viagem em favor de produtos turísticos ligados à natureza, com clima ameno.

BREVE DESCRIÇÃO

No Cenário 3, o padrão de crescimento *stop-and-go* da economia brasileira, comum já desde a década de 1990 (Maldonado Filho *et al.*, 2016), inclusive no setor turístico (Marques *et al.*, 2020), manter-se-a desfavorecendo que os fluxos de viajantes apresentem crescimentos expressivos, se não até descendentes, diante de possíveis crises econômicas severas e/ou sanitárias, como as novas pandemias (Ramanathan *et al.*, 2020). Por sua vez, a ascendente consciência e as pressões ecológicas impulsionam os negócios do turismo a adotarem práticas de sustentabilidade em seus mais variados segmentos (hospedagem, transporte, A&B, etc.), conforme exigência dos viajantes atuais (Visa, 2023). Além disso, os consumidores do turismo se tornam ainda mais seletivos na escolha dos destinos – preferencialmente associados à natureza – uma vez que já não podem viajar com tanta frequência, diante de condições econômicas desfavoráveis no país. Neste cenário, Minas Gerais, por conseguinte, tende a se beneficiar, diante da abundância de espaços preservados e de áreas protegidas em seu território – segundo estado com mais parques nacionais do Brasil (Instituto Bocaina, 2022) – além das questões climáticas favoráveis e do bom acolhimento nacionalmente conhecido.

CENÁRIO

4 (Inercial): "Uai, o trem partiu Cruzamento entre MIC 2/MIC 4



FILOSOFIA

O fluxo turístico nacional, que ascendeu após os fortes impactos da COVID-19, perde seu fôlego e tende a estabilização, devido ao crescimento econômico débil do país. Isso repercute, negativamente, na renda das classes médias. Do mesmo modo, a consciência e as pressões ecológicas também crescem pouco, fato que mantém o visitante focado no turismo de sol e praia, com baixo interesse em segmentos ligados à natureza.

BREVE DESCRIÇÃO

No Cenário 4, o padrão de desenvolvimento da economia brasileira seguirá sendo o *stop-and-go* (Maldonado Filho *et al.*, 2016), por razões de instabilidade jurídica e política, e políticas públicas econômicas ineficientes ou contraditórias. Esta debilidade interna é agravada pelo surgimento de novos conflitos bélicos entre nações mundiais (Padinger, 2023) e crises sanitárias (Ramanathan *et al.*, 2020), que influenciarão, de forma desfavorável, a renda dos brasileiros, particularmente das classes médias. Essa situação tende a acentuar o quadro econômico desfavorável à atividade do turismo, em especial pela junção de pouco crédito e baixa demanda, o que repercutirá, expressivamente, na reduzida capacidade de investimentos. A competitividade do setor, por sua vez, ver-se-á agravada, em virtude da baixa disponibilidade de renda dos brasileiros, que não priorizarão as viagens como item principal de consumo. Com isso, o Brasil assistirá, nos próximos anos, a um crescimento lento do fluxo turístico nacional.

O contexto de fraca sustentabilidade, expresso no baixo crescimento da consciência e pressões ecológicas, resultará em destinos e negócios menos comprometidos com as questões ambientais, além de turistas menos interessados em segmentos ligados à natureza e à identidade cultural. Desse modo, o turismo de sol e praia, de eventos e de negócios ganha maior proeminência e desvia o interesse pelos destinos mineiros com apelo paisagístico. Apesar dos estímulos para o setor turístico adotar, permanentemente, práticas sustentáveis (ONU Turismo, 2022) e do crescente interesse dos brasileiros por viagens mais responsáveis (Booking.com, 2021; Visa, 2023), o setor empresarial resiste a mudanças de maior robustez em seus negócios, devido a diversos fatores. Entre eles, a percepção de que tornar os empreendimentos sustentáveis envolve altos custos e pode não ser tão significativo para o processo de decisão de consumo de viagem. Outrossim, os turistas alegam não encontrar opções sustentáveis adequadas (de hospedagem, transporte, etc.), nem a preços acessíveis, pois a ideia de destinos com práticas sustentáveis serem mais caros persiste. Assim, tem-se estagnação ou crescimento lento do fluxo turístico, acentuado pelas denúncias de práticas de *greenwashing*, uma vez que os turistas não se sentem tão confiantes quanto ao compromisso com a sustentabilidade prometido pelos empreendimentos do setor (Booking.com, 2023).

Neste cenário, “Uai, o Trem Partiu” remete ao sentido de destoar dos interesses prementes da demanda de viajantes, reduzindo, conseqüentemente, as suas possibilidades de conquistar novos públicos e de despontar entre os destinos mais responsáveis do Brasil. Ademais, o estado perderá competitividade por não ter produtos estruturados que reforcem seus aspectos identitários – reproduzidos na sua cozinha e hospitalidade mineira – e paisagísticos diferenciais em âmbito nacional, com clima ameno e variado, bom acolhimento e boa comida



6. ESTRATÉGIA PARA O TURISMO: MINAS GERAIS

2031



Com o apoio da metodologia de cenários, pode-se desenvolver a visão e os seus pilares, que se desdobram em eixos estratégicos temporais, além dos programas e ações que compõem o Plano Turismo Verde.

6.1. VISÃO E PILARES

O processo de planejamento é uma ferramenta utilizada para administrar as relações com o futuro, e tem ligação direta com o processo decisório e com uma atitude proativa (Maximiano, 2004). Nesse contexto, a *visão* é o elemento central que traduz o que se deseja alcançar em um determinado período. No caso de Minas Gerais, também foram estabelecidos *pilares*, fatores que sustentam e qualificam a *visão* de futuro e permeiam, de maneira transversal, todos os *eixos*, *programas* e *ações* do Plano Turismo Verde.

Isso posto, a *visão* construída para o turismo de Minas Gerais – 2031 é a que segue (Figura 5):

Minas Gerais é o estado líder no turismo de natureza, cultural, gastronômico e de super experiências

Pautado em produtos e iniciativas referência em qualidade, criatividade e sustentabilidade, o turismo no estado é diverso, respeita e valoriza os saberes, os modos de fazer, a cultura, o meio ambiente e exalta a mineiridade, estimulando o empreendedorismo e gerando benefícios às comunidades.

Como Pilares que sustentam a Visão, foram definidos sete aspectos, conforme explicitados na Figura 6 abaixo:



- 1 Sustentabilidade**, em todas as suas dimensões, como um aspecto transversal e um princípio fundamental para o turismo mineiro.
- 2 Cultura e natureza** como elementos transversais ao turismo, com uso respeitoso do meio e dos saberes com atenção às mudanças climáticas.
- 3 Regionalização** como **estratégia central** na política pública de turismo de Minas Gerais.
- 4 Visão e gestão ecossistêmica do turismo**, primando pela colaboração entre SECULT, IGRs, municípios e setor privado, com respeito à autonomia de cada ente.
- 5 Grau de maturidade dos territórios** para a atividade turística como base das intervenções e valorização das **identidades** regionais.
- 6 Estratégias em conexão com o mercado**, fomentando uma demanda alinhada ao posicionamento e perfil sustentável do turismo no estado.
- 7 Clareza da natureza intersetorial** do turismo e do papel de articulação e cooperação com outras áreas para o seu desenvolvimento.

Figura 6: Pilares que sustentam a visão do turismo de Minas Gerais - 2031

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

Figura 5: Pilares que sustentam a visão do turismo de Minas Gerais - 2031
Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

Na próxima subseção, serão apresentados os *eixos, programas e ações* que se desdobraram à luz da *visão* e dos *pilares*.

6.2. EIXOS ESTRATÉGICOS

O Plano Turismo Verde está pautado em um desenvolvimento contínuo e progressivo, a partir de uma ótica de evolução, considerando as necessidades de melhoria das estruturas de planejamento e gestão do turismo e, conseqüentemente, o aumento da complexidade das ações no âmbito de cada programa. Essa evolução respeita ainda uma lógica temporal, na qual se busca, a médio e longo prazo, maiores benefícios e sua efetiva contribuição para o desenvolvimento sustentável. Todos os programas e projetos especiais do referido plano preveem esse formato evolutivo técnico-temporal, em três eixos apresentados na Figura 7:



Figura 6: Eixos estratégicos/ temporais do Plano Turismo Verde | Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

O primeiro eixo de **Redirecionamento** prevê, nos diferentes programas, um conjunto de ações voltadas para o fortalecimento das iniciativas que se destacam e são reconhecidas como referência para outros estados. Nessa etapa, propõe-se, também, um ajuste na estratégia, formando algumas bases para a efetiva consolidação de iniciativas mais sustentáveis, as quais possam ser implementadas, monitoradas e incorporadas pelos diferentes atores envolvidos.

O eixo de **Consolidação** concentra ações para a implementação de soluções inovadoras que transformem a realidade do turismo, seu posicionamento e imagem junto aos diferentes públicos. Nessa fase, há a acomodação da estratégia, com conseqüente diversificação da oferta turística, em consonância com as tendências de sustentabilidade, responsabilidade social e turismo regenerativo.

Por fim, no longo prazo, o eixo de **Aceleração** prevê o reconhecimento formal das práticas e iniciativas implementadas, além do avanço para ações mais

ambiciosas que confirmem o compromisso do turismo mineiro com a preservação ambiental, a valorização das culturas e das tradições locais, e uma melhor distribuição dos benefícios socioeconômicos do turismo para os cidadãos.

A escala temporal, idealizada para os três eixos, segue um cronograma evolutivo entre 2025 e 2031, com dois anos para o redirecionamento, três anos de consolidação e uma etapa final de aceleração de dois anos, conforme a Figura 8 abaixo:



Figura 7: Intervalos anuais dos eixos temporais do Plano Turismo Verde | Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

6.3. PROGRAMAS E AÇÕES

Para o alcance da *visão* pretendida, foram propostos cinco *programas* e dois projetos especiais. Os *programas* são estruturantes, possuem objetivos específicos para cada eixo estratégico e sua execução, parcial ou total, contribui diretamente para o alcance do Cenário 1 (Referência).

Os projetos especiais, por seu turno, apesar de serem estabelecidos por eixos estratégicos, possuem um objetivo central. Eles fortalecem elementos da *visão* e oportunizam a implementação de *ações* dispostas em outros *programas*, de forma concreta e em formato piloto. Assim, abre-se a possibilidade de avaliar a melhor abordagem, visando à ampliação das *ações para todo o estado de Minas Gerais*.

É importante destacar que os programas foram estabelecidos para serem implementados em uma lógica de gestão sistêmica por parte da SECULT. Nesse sentido, ainda que existam áreas no atual organograma da Subsecretaria de Turismo que atuam em temas que se relacionam com programas específicos, não quer dizer que determinado *programa* é de responsabilidade integral de uma única diretoria.

6.3.1. PROGRAMA DE GESTÃO ECOSISTÊMICA DO TURISMO

O Programa de Gestão Ecosistêmica do Turismo se propõe a fortalecer a Subsecretaria de Turismo e o Conselho Estadual de Turismo, e promover sua aproximação com a cadeia produtiva do setor e com os territórios mineiros, por meio das IGRs e Conselhos Municipais, além de avançar a articulação com outras pastas.

Ademais, indica a necessidade de disseminação do Plano Turismo Verde e dos avanços pretendidos em relação à sustentabilidade. Com o apoio da tecnologia e inteligência de dados, aspira estruturar uma plataforma de gestão integrada para acompanhamento da implementação da política pública do turismo mineiro, o que trará agilidade, inteligência, fluidez de comunicação e a possibilidade de avaliação, retroalimentação e ajustes de rumo de forma célere e eficiente.

O programa aborda temas altamente complexos e necessários, como as mudanças climáticas e a estruturação de um Fundo Estadual de Turismo, capaz de financiar a política pública e ampliar a atuação do Estado no desenvolvimento do turismo sustentável.

Fase I: REDIRECIONAMENTO – 2025 a 2026

Objetivo estratégico: aprimorar a gestão do turismo mineiro a partir de uma visão ecosistêmica do turismo.



1. Disseminar o Plano Turismo Verde e seu mapa estratégico junto aos atores do turismo mineiro.

2. Realizar remodelagem da estrutura organizacional da SE-

CULT, notadamente da Subsecretaria de Turismo, a partir do novo mapa estratégico do Plano Turismo Verde, ampliando a capacidade de atuação e incorporando um plano de cargos e salários capaz de atrair e reter pessoas.

3. Realizar campanhas de sensibilização com material de apoio segmentado para os diferentes públicos, abordando temas como: turismo, conduta regenerativa, sustentabilidade e turismo responsável, hospitalidade mineira, padrões concretos de qualidade e autenticidade, etc. (exemplos de público: CET, população em geral, gestores públicos estaduais/endomarketing do governo, gestores municipais, cadeia produtiva, possíveis investidores, etc.).

4. Realizar estudo e proposta de criação do Fundo Estadual do Turismo de Minas Gerais para fomentar o desenvolvimento sustentável do setor.

5. Criar um manual do Conselho de Turismo de Minas Gerais, destacando os papéis e a atuação esperada dos representantes de cada um dos setores no Conselho Estadual de Turismo.

6. Elaborar o direcionamento estratégico do Conselho Estadual de Turismo, a partir do mapa estratégico do Plano Turismo Verde.

7. Elaborar planos de ação anuais da SECULT para adoção de práticas sustentáveis no órgão (exemplos: redução do uso de plástico e do desperdício de energia, etc.).

8. Definir critérios relacionados ao turismo para priorização de melhorias em estradas e sinalização turística rodoviária junto à SEINFRA no âmbito do Programa Provias.

9. Estabelecer um calendário fixo para a realização de seminários itinerantes de integração de empresários, gestores públicos municipais e estaduais e IGRs, com pautas construídas conjuntamente e estímulo à troca de experiências (exemplo de temas: mudanças climáticas, boas práticas de gestão, aproximação do setor público e privado).

10. Incluir a coleta de dados de orçamento municipal para o turismo nos critérios de adesão à política pública estadual de turismo de Minas Gerais (relação com o Programa de Inteligência de Dados).

11. Criar protocolos de formação e funcionamento de comitês de crises ligados ao turismo (prevenção de riscos, atenção de emergências e resiliência).

12. Realizar uma apresentação da estratégia de desenvolvimento do turismo de Minas Gerais para outras pastas da gestão pública estadual, identificando sinergias para otimização das ações, compartilhamento de dados e novas

parcerias, especialmente infraestrutura, mobilidade, desenvolvimento social e meio ambiente.

13. Incluir novos temas para atuação da SECULT junto às categorias de IGRs a partir da sustentabilidade e das inovações do mercado turístico (exemplo: experiências turísticas, produtos, sustentabilidade, identidade regional, etc.).

14. Avançar na condução do conceito da Política de Regionalização do Turismo, considerando a centralidade do empresariado, além do poder público municipal.

15. Incorporar a avaliação dos municípios sobre a governança regional no processo de categorização das IGRs.

16. Estruturar conceito, método e orçamento do projeto Boas Práticas, prevendo o reconhecimento periódico das melhores ações implementadas por municípios e IGRs.

17. Estabelecer uma rotina de monitoramento da execução do Plano Turismo Verde, com participação de todas as áreas técnicas e equipe administrativa da SECULT.

18. Definir indicadores e instrumentos de monitoramento da estratégia de Regionalização do Turismo de Minas Gerais.

19. Publicar o manifesto do turismo sustentável, consciente e responsável.

20. Articular com o Ministério do Turismo e outras Unidades Federativas a revisão da legislação e o aprimoramento de processos relacionados ao Cadastur.

21. Realizar articulação com a SEINFRA para priorização de linhas turísticas previstas no Plano Estratégico Ferroviário de Minas Gerais (PEF Minas).



Fase II: CONSOLIDAÇÃO – 2027 a 2029

Objetivo estratégico: intensificar a gestão ecossistêmica do turismo de Minas Gerais e sua transversalidade.



1. Criar e disseminar informativos, boletins ou relatórios resumidos que tratam da atuação e das principais discussões do Conselho Estadual de Turismo.

2. Promover encontros entre o Conselho Estadual de Turismo e os Conselhos Municipais de Turismo para troca de experiências, além da definição conjunta de estratégias de atuação.

3. Criar uma plataforma de gestão integrada para acompanhamento da implementação das ações das IGRs (certificação, habilitação no ICMS Turismo, inventário da oferta, monitoramento de Planos de Turismo Regionais, CRM – *Customer Relationship Management* de produtos turísticos, hub de conteúdo audiovisual, oferta de cursos de qualificação, monitoramento de implementação de práticas sustentáveis no turismo, etc.).

4. Articular com as demais pastas do executivo e com o poder legislativo a criação do Fundo Estadual de Turismo.

5. Definir critérios para o direcionamento dos recursos do Fundo Estadual do Turismo, considerando a categorização das IGRs, o Índice de Desenvolvimento do Turismo Municipal ou outro.

6. Elaborar um Plano de Ação Climática para o Turismo considerando as diretrizes da Declaração de Glasgow e do Acordo de Paris.

7. Monitorar a adoção de práticas sustentáveis internas da SECULT.

8. Criar programa de estruturação de estradas cênicas, em Minas Gerais, em parceria com a SEINFRA.

9. Elaborar boletins periódicos dos resultados da Política de Regionalização do Turismo de Minas Gerais.

10. Ampliar o projeto Boas Práticas, estabelecendo o “Prêmio do Turismo Mineiro”, reconhecendo lideranças, empreendimentos, roteiros e iniciativas de destaque para o fortalecimento do turismo sustentável no estado de Minas Gerais.

11. Formalizar e manter atualizado o compromisso de Minas Gerais com pactos globais que

impactam no turismo (Exemplo: Acordo de Glasgow).

12. Estruturar um programa especial com SEMAD/IEF para o incentivo ao ecoturismo em Minas Gerais.

13. Estruturar um programa especial com a EMATER para o incentivo ao Turismo de Base Comunitária em Minas Gerais.

14. Ampliar a equipe técnica de Turismo da SECULT, a partir da reestruturação organizacional e do plano de cargos e salários.

Fase III: ACELERAÇÃO – 2030 a 2031

Objetivo estratégico: internalizar a lógica de gestão ecossistêmica do turismo na condução da política pública do setor em Minas Gerais.



1. Implementar ações integradas entre o Conselho Estadual de Turismo e os Conselhos Municipais.

2. Monitorar as emissões de gases de efeito estufa e outros indicadores previstos no Plano de Ação Climática para o Turismo (possível parceria com a Fundação Estadual de Meio Ambiente - FEAM).

3. Criar um ambiente (nova plataforma ou existente) para comunicação e transparência do Conselho Estadual de Turismo (participação nos treinamentos e reuniões/debates, frequência, participação em comissões, apresentação de propostas, compartilhamento das pautas e discussões, cumprimento de responsabilidades assumidas, etc.).

4. Desenvolver e/ou apoiar o desenvolvimento de plataformas

ou de ferramentas dirigidas tanto aos profissionais de turismo quanto aos consumidores finais que, de forma transparente, permitam calcular impactos das viagens, eventos e do turismo em si, assim como facilitar formas de compensar e/ou apoiar iniciativas sociais e ambientalmente responsáveis, contribuindo para a regeneração por meio do turismo. Exemplos: calculadora de impacto de eventos, calculadora de pegada de carbono de viagens e pacotes, etc.

6.3.2. PROGRAMA DE INTELIGÊNCIA DE DADOS

O Programa de Inteligência de Dados reúne ações direcionadas à gestão do conhecimento do turismo mineiro. Atualmente, o Observatório do Turismo de Minas Gerais é uma rede estratégica; contudo, há espaço para o aprimoramento em direção a um ecossistema mais robusto, com o uso intensivo de tecnologia e a inclusão de diferentes parceiros que contribuam com o compartilhamento de dados.

O programa em questão propõe a aquisição de novos dados, oriundos de fontes diversas, como companhias de telefone, plataformas *on-line* de oferta turística (as *On-line Travel Agencies – OTAs*) e cartão de crédito; a incorporação no Observatório da função de capacitação no processo de inteligência turística; a modernização do site do Observatório, transformando-o em uma plataforma de dados abertos; e a incorporação de novas técnicas que auxiliarão na predição de tendências.

Em um cenário altamente competitivo como o do turismo, contar com um Programa de Inteligência de Dados contribuirá para que Minas Gerais se posicione melhor no mercado e ofereça opções mais alinhadas às preferências dos viajantes.

Fase I: REDIRECIONAMENTO – 2025 a 2026

Objetivo estratégico: atualizar o processo de levantamento, processamento e análise de dados relacionados ao turismo do estado de Minas Gerais.



1. Atualizar o formato de coleta dos dados de empreendimentos e empregos formais das Atividades Características do Turismo (ACT), seguindo a metodologia simplificada adotada pelo IPEA, incluindo 58 CNAEs.

2. Estabelecer parceria com plataformas *on-line* de oferta turística para coleta periódica de dados (exemplos: TripAdvisor, Booking.com, Airbnb).

3. Obter dados estratégicos para monitoramento do turismo, a partir de fontes de grande fluxo de informações, como companhias de telefonia, cartão de crédito, buscas no Google. Exemplos: fluxo turístico total, origem dos turistas, tempo de permanência e gasto local.

4. Incluir dados de orçamento dedicado ao turismo (estadual e municipal) no Observatório.

5. Realizar coleta de dados primária em relação ao nível de satisfação do cidadão com o turismo. Nessa ação, pode-se estabelecer parceria com a Fundação João Pinheiro, que tem experiência no desenvolvimento de planos amostrais e pesquisas em geral.

6. Incorporar no site do Observatório do Turismo de Minas Gerais conteúdos em diversos formatos sobre a importância da tomada de decisão baseada em dados (artigos, infográficos, vídeos, cursos, etc.). O objetivo é sensibilizar gestores públicos e privados a utilizar e compartilhar dados.

7. Promover debates para a criação da Conta Satélite do Turismo de Minas Gerais, como modelo pioneiro no Brasil (seminários, encontros, manifestos e outros formatos).

8. Definir indicadores de sustentabilidade em diferentes eixos, utilizando como referência o Sistema de Indicadores de Sustentabilidade do Desenvolvimento do Turismo (SISDtur) proposto para Fernando de Noronha, no estudo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN).

9. Estabelecer parceria com o Governo Federal (MTur e Embratur) para compartilhamento e atualização de dados relacionados ao turismo. Exemplo: compartilhamento de dados brutos de bases nacionais: visitação em unidades de conservação, chegadas de turistas internacionais coletados nos postos de fronteira, perfil de demanda turística internacional receptiva, movimentação futura em aeroportos - passagens vendidas, atendimento e contatos realizados em feiras e eventos. Há, ainda, a possibilidade de otimizar aquisição de dados de fluxo turístico em bases privadas de operadoras de telefonia móvel.

10. Dar continuidade e aprimorar a coleta de dados gerados por usuários em redes sociais (*Sentimoni-*

tor), incluindo novas plataformas (*Instagram, Tripadvisor, TikTok*) e novas métricas (aspectos positivos e negativos dos comentários).

11. Realizar pesquisas de demanda potencial em mercados nacionais e internacionais, otimizando as ações de posicionamento e promoção.

12. Realizar pesquisas de demanda atual com periodicidade bienal, incluindo coleta de dados de gasto turístico para estimar o impacto econômico do turismo em Minas Gerais.

13. Elaborar manual de implementação de observatórios regionais e municipais, com indicação dos dados básicos disponíveis, respectivas fontes e metodologia de coleta, incluindo as três dimensões da sustentabilidade.

14. Adaptar o formato de coleta de dados secundários por meio de APIs que otimizam o tratamento de dados e facilitam a atualização regular no Portal Minas Gerais.

15. Disponibilizar dados de investimentos privados em turismo, a partir das bases de dados da plataforma "Invest Minas" e do portal "Atração de Investimentos em Turismo" do MTur.

16. Manter a coleta, tratamento e disseminação de dados de fluxo de passageiros em aeroportos e rodoviárias de Minas Gerais, combinando com coleta primária de dados que permita estimar o percentual de turistas entre os passageiros.

17. Mapear, junto a outras secretarias estaduais, dados relevantes para a SECULT, articulando o compartilhamento sistemático de informações entre as pastas.

Ação vinculada ao programa de Gestão Ecológica do Turismo.

Fase II: CONSOLIDAÇÃO – 2027 a 2029

Objetivo estratégico: aprimorar a gestão do conhecimento do turismo de Minas Gerais, por meio da análise de dados e geração de informações estratégicas.



1. Criar a Conta Satélite do Turismo de Minas Gerais e acompanhar sistematicamente o impacto econômico da atividade.

em tempo real, de dados relacionados à operação turística (exemplos: diária média, taxa de ocupação, número de acidentes ocorridos).

2. Estabelecer parcerias com as entidades de classe (ABIH, ABRASEL, ABAV, ABETA, etc.) para o compartilhamento,

3. Reestruturar a plataforma de apresentação do Observatório do Turismo de Minas Gerais, incorporando uma apresentação dinâ-

mica e interativa das informações obtidas, a partir dos dados e estudos disponíveis.

Obs.: considerar estudos de caso e apresentação de dados sob o viés da sustentabilidade em três pilares: econômico, social e ambiental.

4. Estruturar uma base de dados padronizada para a alimentação descentralizada (por parte dos municípios e IGRs) de informações relacionadas à oferta e à demanda turística.

5. Estruturar painéis interativos, a partir das bases de dados atualizadas por municípios e IGRs, que estejam disponíveis no site do Observatório e com possibilidade de incorporação em portais das prefeituras e IGRs.

6. Realizar coleta primária de dados de inclusão de minorias, participação de mulheres e acessibilidade, junto aos prestadores de serviços turísticos de Minas Gerais, para alimentação de indicadores da dimensão social da sustentabilidade.

7. Realizar coleta primária de dados sobre consumo de água, energia e geração de lixo, junto aos prestadores de serviços turísticos de Minas Gerais, para alimentação de indicadores da dimensão ambiental da sustentabilidade.

8. Realizar coleta primária de dados sobre inclusão social do turismo, junto aos gestores municipais e IGRs de Minas Gerais, para alimentação de indicadores da dimensão social da sustentabilidade.

9. Estabelecer parcerias com a Secretaria de Segurança Pública para obtenção de dados relacionados a ocorrências criminais envolvendo turistas em Minas Gerais, para alimentação de indicadores da dimensão social da sustentabilidade.

10. Modernizar e atualizar o Índice de Desenvolvimento do Turismo Municipal de Minas Gerais para acompanhar o impacto das políticas públicas em todos os municípios do estado.

11. Difundir práticas e iniciativas de Destinos Turísticos Inteligentes para incentivar a governança, inovação e sustentabilidade.

12. Adaptar o formato de tratamento e sistematização de coleta primária de dados por meio de formulários *on-line* que otimizem o tratamento e facilitem a atualização regular no Portal Minas Gerais.

13. Formalizar convênios e parcerias com instituições financeiras, especialmente o BDMG, para sistematização e compartilhamento de dados relacionados aos investimentos privados em atividades características do turismo.

Fase III: ACELERAÇÃO – 2030 a 2031

Objetivo estratégico: estruturar uma rede de observatórios com coleta sistemática e homogênea de dados, a partir de ferramentas tecnológicas capazes de medir e orientar o desenvolvimento sustentável do turismo em Minas Gerais.



1. Modernizar a estrutura tecnológica do Portal Minas Gerais, incorporando APIs e ferramentas integradas a outras fontes, com atualização periódica e fácil acesso aos dados (exemplos: Singapore Tourism Information and Service Hub – TIH de Singapura e Tourism Information Portal – Dubai TIP).

2. Estruturar o processo de predição de tendências de comportamento dos turistas no Observatório do Turismo (exemplo: Invat.tur, na Comunidade Valenciana, Espanha).

3. Criar a rede de Observatórios Regionais, com dados de todas as IGRs, a partir do manual de implementação e dos instrumentos padronizados de coleta e tratamento de dados elaborado nas fases anteriores.

Obs.: considerar estudos de caso e apresentação de dados sob o viés da sustentabilidade em três pilares: econômico, social e ambiental.

4. Consolidar e disponibilizar dados relacionados aos investimentos privados em turismo no estado de Minas Gerais, em parceria com MTur, instituições financeiras e agências de fomento.

5. Realizar contagem de pessoas e veículos, por meio de câmeras e outros equipamentos de medição, em pontos turísticos prioritários, reconhecidos por sua atratividade ou fragilidade ambiental.

6.3.3. PROGRAMA REDES DE PRODUTOS TURÍSTICOS SUSTENTÁVEIS

O Programa Redes de Produtos Turísticos Sustentáveis busca fomentar a qualidade e a competitividade dos produtos turísticos mineiros, além de criar novos produtos nas áreas e linhas estratégicas, ligados à sustentabilidade. Visa, portanto, estabelecer uma ponte entre produção, distribuição e acesso ao mercado.

O conceito é que o desenvolvimento dos produtos se apoie na segmentação e na cooperação em forma de redes orgânicas e dinâmicas, constituídas por indivíduos (pessoa física ou jurídica) que, de maneira horizontal, colaboram entre si.

O foco comum entre os atores, relacionado ao desenvolvimento qualificado do turismo mineiro e sua transição para a sustentabilidade, deve ser o elemento propulsor que permita o trabalho conjunto em projetos e ações, de forma produtiva e organizada.

Fase I: REDIRECIONAMENTO – 2025 a 2026

Objetivo estratégico: fomentar o desenvolvimento de produtos turísticos, estabelecendo padrões de qualidade e sustentabilidade para as áreas e linhas de produtos e fortalecendo sinergias nas suas cadeias de valor.



1. Aprimorar a estratégia de gestão e ordenamento dos produtos turísticos mineiros, a partir dos valores, áreas e linhas de produto.

2. Estruturar um plano operativo de formação e gestão de redes sustentáveis para o aprimoramento dos produtos turísticos mineiros, considerando a estratégia de ordenamento. As redes devem con-

siderar diferentes stakeholders da cadeia, integrando diferentes perfis da oferta como os participantes do programa “Minas Recebe”, experiências turísticas, artesanato, atores da economia criativa (exemplos: priorização das linhas de produtos, identificação de atores, mobilização, modelo de gestão, benefícios, encontros regionais, encontros estaduais e integração de dados - CRM).

3. Elaborar e gerir um catálogo dinâmico e guias temáticos de produtos turísticos, em parceria com as IGRs e atores do programa “Minas Recebe”, considerando as redes estabelecidas (exemplos: guia de ciclorrotas, ecoturismo, destinos mineiros a descobrir, etc.).

4. Elaborar Manuais de Qualidade e Sustentabilidade para os produtos e serviços turísticos.

5. Implantar uma jornada técnica de aprimoramento e fortalecimento da competitividade em um contexto de sustentabilidade, considerando as áreas e linhas de produtos e as redes criadas.

6. Fomentar a estruturação de produtos-piloto que fortaleçam o posicionamento turístico em áreas e linhas prioritárias (possibilidade de uma incubadora de produtos turísticos sustentáveis).

7. Construir um repositório de histórias do turismo sustentável de Minas Gerais, reunindo iniciativas de qualidade e sustentabilidade adotadas pelos membros da rede em diferentes formatos (vídeos, cartilhas, etc.). A ferramenta pode ser suficientemente atrativa para conversar tanto com profissionais do setor quanto com os próprios turistas que buscam direcionar seu poder de consumo para apoiar iniciativas sustentáveis. Exemplo: Copenhague.

8. Estruturar a gestão do conhecimento da rede de produtos turísticos sustentáveis, pautada na inteligência coletiva de dados. A iniciativa deve prever a definição participativa de modelos e a preparação para o nivelamento da coleta e compartilhamento de dados. Em conjunto com o Programa de Inteligência de Dados. Exemplo: Academia de Inteligência – Singapura.

9. Realizar estudos especiais de posição competitiva e precificação de Minas Gerais nos segmentos relacionados ao âmbito das redes de produtos turísticos e serviços.

10. Aprimorar o Minas Recebe, propondo categorização dos participantes e melhor direcionamento das ações e benefícios do programa.

11. Criar o “Desafio de Sustentabilidade das Redes de Produtos de Minas Gerais”, convidando a sociedade a apresentar propos-

tas que recebam apoio técnico e financeiro para viabilizar práticas e iniciativas relacionadas a temas específicos, conforme as prioridades de cada momento. Exemplo: Bordeaux.

12. Integrar trilhas de Minas Gerais à Rede Brasileira de Trilhas de Longo Curso.

Fase II: CONSOLIDAÇÃO – 2027 a 2029

Objetivo estratégico: consolidar e expandir as redes de produtos turísticos de Minas Gerais.



1. Formalizar um acordo de compromisso para a qualidade e a sustentabilidade das redes de produtos, incluindo seus múltiplos atores (setor público, iniciativa privada, 3º setor e sociedade civil).

2. Estruturar o diretório de serviços das redes de produtos, consolidando o catálogo de oferta e informações de mercado para apoiar as decisões dos membros das redes.

3. Elaborar um catálogo de oportunidades de investimentos em novos produtos e serviços alinhados às áreas de produto e serviços das redes. Exemplo: Irlanda.

4. Desenvolver um sistema de avaliação e acompanhamento da evolução dos empreendimentos, destinos e produtos turísticos das redes, considerando diferentes fatores priorizados a partir de padrões de qualidade e sustentabilidade construídos coletivamente (considerar, além de aspectos relacionados ao meio ambiente, questões de responsabilidade social – condições de trabalho, fornecedores locais, economia circular, compras locais, etc.).

5. Desenvolver uma calculadora de impacto e ecocertificação dos eventos técnicos, profissionais e acadêmicos que ocorrem no estado de Minas Gerais. Exemplo: Gotemburgo.

6. Criar um movimento do turismo voltado à abordagem regenerativa, aproximando as empresas das redes aos projetos de preservação e regeneração de destinos e atrativos (sugestão: “Movimento Regenera Minas”). Poderiam ser definidas estratégias de incentivos e premiação para empresas que aderem e se destacam no movimento.

7. Realizar missão de *benchmarking* em destinos referência nacionais e internacionais, considerando a seleção de participantes, a partir dos critérios do sistema de avaliação e acompanhamento.

8. Relacionar as redes de produtos estabelecidas com as estratégias de posicionamento e promoção do estado (considerar, por exemplo, os formatos e destaques do material promocional, participação em eventos e ações de marketing digital).



Fase III: ACELERAÇÃO – 2030 a 2031

Objetivo estratégico: aprimorar a qualidade dos produtos turísticos e suas práticas sustentáveis, reforçando o posicionamento do estado de Minas Gerais.



1. Fomentar investimentos para ampliação, melhoria e criação de empreendimentos e serviços turísticos no âmbito das redes de produtos (Exemplo: microcrédito direcionado a empreendedores).

2. Estruturar uma categorização dos empreendimentos, serviços e destinos turísticos das redes

de produtos, fomentando políticas adequadas a cada categoria.

3. Estabelecer conexões entre as redes de produtos e a certificação prevista no programa Talentos e Capital Criativo pelo turismo.

6.3.4. PROGRAMA DE POSICIONAMENTO, PROMOÇÃO E MERCADO

O Programa de Posicionamento, Promoção e Mercado propõe-se a fortalecer o posicionamento estratégico de Minas Gerais, com base no *branding* atual, destacando seus ativos diferenciais e identitários, além do compromisso com a sustentabilidade, em campanhas promocionais.

Sugere-se reestruturar os canais de comunicação da oferta turística, a partir das linhas de produto sugeridas e hierarquias obtidas em estudos específicos de demanda. Desenvolver e implementar um plano de relacionamento com o trade nacional e internacional, nos principais mercados emissores, além de aprimorar a estratégia de participação em feiras.

Incentiva-se a integração e a descentralização da estratégia digital de promoção comercial de Minas Gerais, em parceria com as IGRs. Visa o fortalecimento do turismo como principal promotor da sustentabilidade no estado.

Fase I: REDIRECIONAMENTO – 2025 a 2026

Objetivo estratégico: Fortalecer o posicionamento do turismo de Minas Gerais, a partir de valores e do compromisso com a sustentabilidade.



1. Promover o fortalecimento das ações de posicionamento estratégico de Minas Gerais, com base no *branding* atual, destacando seus ativos diferenciais e identitários chave e o compromisso com a sustentabilidade.

2. Reestruturar os canais de comunicação da oferta turística do estado (site, redes sociais e outros materiais promocionais), organizando as informações, a partir das linhas de produtos e hierarquias obtidas nas pesquisas de demanda atual e potencial.

3. Otimizar a estrutura atual de comunicação integrada entre turismo e cultura para o aprimoramento da produção de conteúdo, visando a promoção turística de Minas Gerais.

4. Criar, implementar e monitorar uma estratégia digital de promoção comercial integrada do turismo de Minas Gerais. Exemplos: SEO, anúncios patrocinados, *press-trip*, *fam-tour*, marketing de conteúdo.

5. Produzir campanhas promocionais de fortalecimento do posicionamento (*on-line* e *off-line*), valorizando os aspectos identitários, diferenciais e únicos do destino.

Sugestões de Campanhas:

– “*Minas Autêntica*” - conceito de apresentar as experiências, paisagens, patrimônios e atrativos únicos de Minas Gerais e a mineiridade;

– “*Destinos Mineiros ainda a descobrir, mas com muito para contar*”, pautando séries

de conteúdos voltada à promoção de destinos mineiros fora das grandes rotas turísticas do estado;

- “Cozinha mineira, a melhor do Brasil” - promoção da cozinha mineira e do turismo gastronômico, apoiando-se no Plano Estadual da Gastronomia Mineira, na parceria turismo-cultura e na rede de produtos dessa área;
- “Ecoturismo e turismo de aventura em Minas Gerais” - ecossistemas, paisagens naturais e unidades de conservação.

6. Criar a iniciativa “Embaixadores do Turismo Mineiro Sustentável”, tendo os próprios mineiros como porta-vozes e advogados desse modelo (personalidades, especialistas, profissionais do setor, locais e turistas mineiros selecionados, etc.).

7. Estruturar uma estratégia de participação inteligente nas principais feiras e eventos de turismo nacionais e internacionais (estas em parceria com a Embatur), estabelecendo um conjunto de metas, considerando metodo-

logia SMART (S - específica; M - mensurável; A - atingível; R - relevante T - temporal).

8. Desenvolver e implementar um plano de relacionamento com o *trade* nacional e internacional (operadores e agentes de viagens) nos principais mercados emissores, por meio de contatos periódicos em diferentes formatos. Exemplos: criação de *mailing*, *newsletter* com conteúdo direcionado, agenda de reuniões em eventos, realização de missões comerciais, etc.

9. Criar campanhas de sensibilização para a adesão de prestadores de serviços turísticos ao Cadastur.

10. Articular a ampliação de linhas aéreas regulares para os destinos mineiros.

11. Articular a ampliação da oferta de linhas regulares de transporte terrestre para destinos turísticos prioritários.

Fase II: CONSOLIDAÇÃO – 2027 a 2029

Objetivo estratégico: aproximar produção e demanda conscientes, bem como expandir mercados e descentralizar o marketing, fortalecendo a comunicação ecossistêmica.



1. Traçar estratégias para a apropriação da marca oficial e do posicionamento sob os novos valores pelo setor turístico (interno e externo), reforçando a bandeira da sustentabilidade (inclusive na marca).

2. Consolidar o destaque para produtos e serviços dos segmentos prioritários nos diferentes canais de comunicação da oferta. Exemplos: iniciativas “verdes”, cultural e socialmente responsáveis, regenerativas, baixo consumo de carbono, rotas cênicas, viagens *slow*, etc.

3. Criar, implementar e monitorar uma estratégia digital de promoção comercial integrada e des-

centralizada do turismo de Minas Gerais, em parceria com as IGRs (atentando ao grau de maturidade, baseado na categorização).

4. Internacionalizar a estratégia digital do turismo sustentável de Minas Gerais, expandindo as mensagens de turismo consciente e responsável.

5. Atualizar campanhas promocionais, reforçando o posicionamento (*on-line* e *off-line*) que abordem, por exemplo, a qualidade das experiências, práticas de turismo regenerativo e potencial de transformação positiva das viagens (tanto para quem

viaja quanto para a comunidade e suas respectivas responsabilidades na consolidação de destinos sustentáveis).

6. Definir novos padrões de comunicação e uma linha de materiais promocionais com uma abordagem consciente, responsável e circular, com reforço das mensagens para um turismo mais responsável (e atenção às matérias-primas e fornecedores).

7. Criar um plano de comunicação para situações emergenciais e resiliência no setor de turismo.

8. Aprimorar a estratégia de participação inteligente nas principais feiras e eventos de turismo nacionais e internacionais, incorporando elementos de sustentabilidade, como estandes de baixo impacto, priorização de materiais provenientes de cadeias circula-

res, integração com iniciativas e projetos de responsabilidade social e ambiental, etc.

9. Direcionar a estratégia de relacionamento com o *trade* nacional e internacional (operadores e agentes de viagem), priorizando aqueles comprometidos com modelos de turismo mais responsáveis, fortalecendo e ampliando a oferta turística alinhada ao posicionamento do estado.

10. Promover a certificação de empreendimentos turísticos sustentáveis, incentivando a participação da cadeia de valor nas capacitações previstas no Programa “Talentos e Capital Criativo pelo Turismo Sustentável”.

11. Articular a disponibilidade de *stopover* em Minas Gerais, para voos com conexões nacionais e internacionais.



Fase III: ACELERAÇÃO – 2030 a 2031

Objetivo estratégico: posicionar Minas Gerais como principal referência no desenvolvimento do turismo sustentável no país.



1. Fortalecer o turismo como principal promotor da sustentabilidade no estado de Minas Gerais (com eventual aprimoramento da marca oficial, caso necessário).

2. Promover destinos, roteiros, serviços e produtos turísticos certificados (conforme a certificação prevista no Programa “Talentos e Capital Criativo pelo Turismo Sustentável”).

3. Produzir campanhas promocionais (*on-line* e *off-line*) internacional, focando o posicionamento de Minas Gerais enquanto destino turístico internacional e sustentável.

4. Realizar a compensação do consumo de carbono na participação em eventos, promovendo a neutralidade de pegada de carbono.

5. Promover ações de sustentabilidade, responsabilidade social e turismo regenerativo, em parceria com influenciadores e divulgadores científicos de outras áreas, além do turismo.

6.3.5. PROGRAMA TALENTOS E CAPITAL CRIATIVO PELO TURISMO SUSTENTÁVEL

O objetivo primordial do Programa Talentos e Capital Criativo pelo Turismo Sustentável é preparar a cadeia produtiva do turismo e as governanças locais para desenvolver, com viés sustentável, o turismo mineiro.

No cenário almejado para o estado de Minas Gerais, tem-se um perfil cada vez mais exigente de turistas preocupados com ações concretas e que reconhecem, de forma rápida, o *greenwashing*. Desse modo, a sustentabilidade se converte em um desafio a ser enfrentado por todos aqueles que atuam no setor turístico. É indispensável que empresários, empreendedores, trabalhadores, moradores e gestores públicos abracem a proposta e, para tanto, entende-se que a educação seja o melhor caminho.

Fase I: REDIRECIONAMENTO – 2025 a 2026

Objetivo estratégico: formar e qualificar o capital humano para o desenvolvimento sustentável do turismo de Minas Gerais.



1. Estruturar e implementar um programa contínuo de qualificação para IGRs, relacionado aos temas de interlocução na gestão pública de turismo e no desenvolvimento regional: regionalização do turismo, certificação, editais (características e requisitos),

ICMS Turismo, desenho de experiências, sustentabilidade, etc. Observar a categorização das IGRs para oferta de qualificação adequada ao nível de maturidade.

2. Criar e implementar um programa de qualificação vol-

tado aos gestores municipais de turismo de Minas Gerais, contemplando capacitações, ações de integração e relacionamento e estabelecimento de benefícios (como o Minas Recebe). Considerar diferentes níveis – que vão de conceitos-base até novos temas como sustentabilidade, turismo responsável, abordagem regenerativa – e formatos de capacitação (presencial, virtual, ações individuais, coletivas, mentorias, cursos temáticos, etc.).

3. Estruturar a trilha de habilidades do Conselho Estadual de Turismo: programa sistemático de qualificação dos conselheiros que aborde o papel e as atribuições do conselheiro, representatividade e legitimidade, desafios da abrangência estadual, entre outros.

4. Criar um sistema de avaliação e monitoramento periódico das habilidades e competências dos gestores públicos e conselheiros, prevendo uma linha de base e avanços conquistados (sugestão de realizar pesquisa de percepção).

5. Criar um sistema de avaliação das ações de qualificação realizadas (sugestão de ser realizada antes e depois das ações junto aos beneficiários diretos, considerando suas expectativas e percepções).

6. Estruturar a trilha de habilidades SECULT: programa de qualificação dos servidores, incluindo os temas da sustentabilidade, gestão de destinos, relacionamento com empresários, etc.

7. Promover a participação de servidores da SECULT em congressos e seminários nacionais e internacionais de turismo e sustentabilidade, contemplando a qualificação da equipe e a possível apresentação de ações e estudos desenvolvidos pela Secretaria.

8. Incluir dados das capacitações realizadas no Observatório do Turismo de Minas Gerais (nome dos cursos, locais, datas e quantidade de participantes).

9. Desenhar uma jornada de qualificação direcionada a

empreendimentos e prestadores de serviços turísticos (empreendedores formais e informais, cooperados, trabalhadores, etc.). Considerar uma abordagem que abranja desde conceitos de base, como a cadeia do turismo e posicionamento *on-line*, até novos temas como práticas sustentáveis, turismo responsável e regenerativo, além de diferentes formatos de capacitação (ações individuais, coletivas, mentorias, cursos temáticos, etc.)

10. Elaborar material de apoio à capacitação e informação do gestor municipal do turismo, incluindo conceitos básicos do turismo, informações sobre a política de turismo. Exemplos: cartilhas, vídeos educativos.

11. Criar um ambiente (ou integrar em existentes) para gestão e comunicação das capacitações relacionadas ao turismo mineiro. O ambiente poderá integrar a demanda e a oferta de ações de capacitação para fins de gestão e comunicar as possibilidades existentes (oferecidas

pela SECULT ou parceiros). Pode prever, ainda, a consolidação das demandas de profissionais por empresas e órgãos públicos e a comunicação transparente das ações de capacitação realizadas ou previstas (como número de pessoas envolvidas, grau de satisfação, número de ações de capacitação realizadas, etc.).

12. Promover parcerias para implementação das ações de formação e qualificação do capital humano para o desenvolvimento sustentável do turismo de Minas Gerais.

13. Realizar seminários periódicos de integração de empresários, gestores públicos municipais e IGRs (continuidade do Encontro de Gestores).

14. Realizar seminários regionais de aprimoramento na gestão da segurança em atividades de turismo de aventura e natureza (parceria com Abeta ou organizações da área).



Fase II: CONSOLIDAÇÃO – 2027 a 2029

Objetivo estratégico: desenvolver o empreendedorismo e a capacidade criativa da cadeia de valor do turismo.



1. Incorporar, no programa de qualificação para IGRs, temas relacionados às práticas sustentáveis, turismo responsável e regenerativo, como também medição de impactos da atividade turística, em observância aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e pactos globais referentes às mudanças climáticas.

2. Incorporar, no programa de qualificação para gestores municipais, temas relacionados às práticas sustentáveis, turismo responsável e regenerativo, como também medição de impactos da atividade turística, em observância aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e pactos globais relacionados às mudanças climáticas.

3. Estruturar uma jornada de preparação de destinos e empreendimentos turísticos para certificação em sustentabilidade.

Exemplo: Strive 4 Sustainability Australia: <https://www.ecotourism.org.au/get-certified>.

4. Incorporar, na jornada de qualificação para empreendedores e prestadores de serviços turísticos, temas relacionados à gestão da segurança em atividades de turismo de aventura e natureza, práticas sustentáveis, turismo responsável e regenerativo, como também medição de impactos da atividade turística, em observância aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e pactos globais relacionados às mudanças climáticas.

5. Otimizar a busca de cursos e treinamentos em turismo para direcionar interessados ao ambiente de integração de oferta e demanda por treinamentos (*SEO – Search Engine Optimization*).

Fase III: ACELERAÇÃO – 2030 a 2031

Objetivo estratégico: assegurar o fortalecimento da competitividade dos destinos e empreendimentos turísticos mineiros.



1. Estruturar um programa de qualificação e certificação de segurança em turismo de aventura, em empreendimentos do segmento que atuam em Minas Gerais.

2. Fomentar a certificação de empreendimentos turísticos sustentáveis.

6.3.6. PROJETO ESPECIAL - VILAREJOS TURÍSTICOS SUSTENTÁVEIS

O projeto especial Vilarejos Turísticos Sustentáveis pretende desenvolver ações de sustentabilidade, em formato piloto, para qualificar distritos turísticos, promovendo iniciativas inovadoras de regeneração e inclusão.

Busca implementar iniciativas de outros programas, principalmente aquelas voltadas à sustentabilidade, a partir da definição de critérios de participação no piloto que considerem fluxo turístico mínimo, proximidade com unidades de conservação e comunidades relacionadas a minorias étnicas, como quilombolas e indígenas.

Aspira realizar certificações de sustentabilidade, ações de inclusão produtiva e quilômetro (KM) zero e de fomento à economia criativa que fortaleçam e deem visibilidade à comunidade local. Além de promover o monitoramento de dados direcionados à sustentabilidade.

Objetivo estratégico: Desenvolver ações de sustentabilidade, em formato piloto, para qualificar vilarejos turísticos mineiros, promovendo iniciativas inovadoras de regeneração e inclusão.

Fase I: REDIRECIONAMENTO – 2025 a 2026



1. Definir os critérios para participação em projeto-piloto de estruturação para a sustentabilidade dos Vilarejos Turísticos e linha de base de indicadores para monitoramento, considerando conceitos de Turismo de Base Comunitária (sugestão de focar em vilarejos próximo a unidades de conservação com visitação turística ou comunidades relacionadas a minorias étnicas como quilombolas e indígenas).

2. Implementar o projeto-piloto de estruturação de Vilarejos Turísticos Sustentáveis, incluindo capacitação, mentorias, formação de governança e apoio à promoção e comercialização.

3. Elaborar material de sensibilização e qualificação para empreendedores e comunidades de vilarejos (cartilhas, manuais, vídeos, etc.).

4. Considerar, na implementação do piloto, a execução prática de iniciativas referentes à sustentabilidade presentes em outros programas como Gestão Ecológica do Turismo, Talentos e Capital Criativo pelo Turismo, Rede de Produtos Sustentáveis e Posicionamento e Promoção. Exemplo: Programa Rede de Produtos, elaborar manuais de qualidade e sustentabilidade para os produtos e serviços turísticos; o manual poderia ser construído a partir do piloto.

Fase II: CONSOLIDAÇÃO – 2027 a 2029



1. Elaborar material de sensibilização e qualificação em sustentabilidade para empreendedores e comunidades de vilarejos (cartilhas, manuais, vídeos, etc.).

2. Criar um programa de certificação de Vilarejos Turísticos Sustentáveis de Minas Gerais.

3. Realizar uma jornada de qualificação de empreendimentos e comunidades de vilarejos, adotando diferentes abordagens pedagógicas.

4. Fomentar investimentos (microcrédito direcionado a moradores) na oferta turística de vilarejos turísticos sustentáveis.

5. Realizar ações de monitoramento de dados voltadas à sustentabilidade e previstas no Programa de Inteligência de Dados, em formato piloto. Exemplo 1: realizar coleta de dados primária em relação ao nível de satisfação do cidadão

com o turismo. Exemplo 2: definir indicadores de sustentabilidade em suas três dimensões, utilizando como referência a proposta metodológica de estatística para a sustentabilidade do turismo da Organização Mundial do Turismo (*Statistical Framework for Measuring the Sustainability of Tourism - SF-MST*).

6. Estruturar ações de inclusão produtiva e km zero nos vilarejos, incluindo a comunicação sobre a rastreabilidade do produto, fortalecendo a visibilidade e o protagonismo dos produtores rurais, artesãos, jovens empreendedores e da comunidade em geral.

7. Identificar elementos da economia criativa com aderência ao mercado de consumo do turismo para estruturação de produtos que diversificam e qualificam a oferta dos Vilarejos Turísticos Sustentáveis.

Fase III: ACELERAÇÃO – 2030 a 2031



1. Realizar a certificação de Vilarejos Turísticos Sustentáveis, incluindo critérios de sustentabilidade (carbono neutro, km zero, geração de emprego local e valorização da cultura local).

2. Reforçar e inovar a promoção dos Vilarejos Turísticos Mineiros Sustentáveis, agregando tecnologias e experiências de realidade virtual, plataformas de turismo de experiência, etc., com foco nos mercados nacional e internacional.

3. Avaliar a execução do Projeto Especial Vilarejos Turísticos Sustentáveis e sua possível ampliação para outros vilarejos mineiros.

4. Ampliar as ações de inclusão produtiva e estruturação de experiências de economia criativa para outros destinos.

6.3.7. PROJETO ESPECIAL – ROTAS, CAMINHOS E EXPEDIÇÕES DE MINAS

O objetivo do “Projeto Especial Rotas, Caminhos e Expedições de Minas” é concretizar iniciativas sustentáveis, em formato piloto, para qualificar rotas, caminhos e expedições, em torno de temas que compõem a oferta turística do estado como, por exemplo, Cordilheira do Espinhaço, Território Mantiqueira e Via Liberdade.

Considera a implementação de ações de outros programas, ligados à sustentabilidade, que envolvem governança, formação, promoção e apoio à comercialização. Reforça a possibilidade de inovar a promoção das Rotas, Caminhos e Expedições de Minas, agregando tecnologia e superexperiências com foco nos mercados nacional e internacional.

Objetivo estratégico: Concretizar iniciativas sustentáveis, em formato piloto, para qualificar rotas, caminhos e expedições, em torno de temas que compõem a oferta turística.

Fase I: REDIRECIONAMENTO – 2025 a 2026



1. Definir critérios para participação em projeto-piloto de estruturação para a sustentabilidade das rotas e caminhos e linha de base de indicadores para monitoramento.

2. Implementar projeto-piloto considerando temas específicos para estruturação de rotas, caminhos e expedições, incluindo capacitação, mentorias, formação de governança e apoio à promoção e comercialização. Exemplos: Cordilheira do Espinhaço, Mantiqueira, Via Liberdade, Território Mar de Minas.

3. Elaborar material de sensibilização e qualificação para

empreendedores e comunidade de rotas e caminhos (cartilhas, manuais, vídeos, etc.).

4. Considerar, na implementação do piloto, a execução prática de ações relacionadas à sustentabilidade presentes em outros programas, como Gestão Ecológica do Turismo, Talentos e Capital Criativo pelo Turismo, Rede de Produtos Sustentáveis e Posicionamento e Promoção. Exemplo: Programa Rede de Produtos, elaborar manuais de qualidade e sustentabilidade para os produtos e serviços turísticos. O Manual poderia ser construído, a partir do piloto.

Fase II: CONSOLIDAÇÃO – 2027 a 2029



1. Elaborar material de sensibilização e qualificação em sustentabilidade para empreendedores e comunidade do entorno das trilhas, rotas e caminhos (cartilhas, manuais, vídeos, etc.).

2. Realizar jornada de qualificação de empreendimentos e comunidades das rotas, caminhos e expedições, priorizando a inclusão de públicos diversos (quilombolas, indígenas e pessoas com deficiência). Priorizar ações presentes no Programa Talentos e Capital Criativo para o Turismo. Exemplo 1: estruturar programa de qualificação e certificação de segurança em turismo de aventura em empreendimentos turísticos de Minas Gerais. Exemplo 2: estruturar uma jornada de preparação de destinos e empreendimentos turísticos para certificação em sustentabilidade.

3. Fomentar investimentos (microcrédito direcionado a moradores) na oferta turística associada a rotas, caminhos e expedições.

4. Realizar ações de monitoramento de dados voltadas à sustentabilidade e previstas no Programa de Inteligência de Dados, em formato de piloto. Exemplo 1: realizar a coleta de dados primária em relação ao nível de satisfação do cidadão com o turismo. Exemplo 2: definir indicadores de sustentabilidade em suas três dimensões, utilizando como referência a proposta metodológica de estatística para a sustentabilidade do turismo da Organização Mundial do Turismo (*Statistical Framework for Measuring the Sustainability of Tourism - SF-MST*).

5. Estruturar ações de inclusão produtiva e km zero nas Rotas, Caminhos e Expedições de Minas, incluindo a comunicação sobre a rastreabilidade do produto, fortalecendo a visibilidade e o protagonismo dos produtores rurais, artesãos, jovens empreendedores e da comunidade em geral.

6. Identificar elementos da economia criativa com aderência ao mercado de consumo do turismo para estruturação de produtos que diversifiquem e qualifiquem a oferta das Rotas, Caminhos e Expedições de Minas.

Fase III: ACELERAÇÃO – 2030 a 2031



1. Reforçar e inovar a promoção das Rotas, Caminhos e Expedições de Minas, agregando tecnologias e superexperiências, com foco nos mercados nacional e internacional.

2. Avaliar a execução do Projeto Rotas, Caminhos e Expedições de Minas e sua possível ampliação para outros territórios.

3. Ampliar as ações de inclusão produtiva e estruturação de experiências de economia criativa para outros destinos.

6.4. CONTRIBUIÇÃO PARA OS ODS

O caminho para atingir um mundo mais sustentável já está traçado: estabelecido como “Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável”, a ser adotada por 193 estados-membros das Nações Unidas.

A Agenda 2030 estabelece um plano global de parceria com uma visão para um mundo melhor, considerando os três pilares do desenvolvimento sustentável: econômico, social e ambiental. No centro da Agenda, estão 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), que se desdobram em 169 metas e em 231 indicadores globais (Figura 9).



Figura 9: Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)
Fonte: Nações Unidas, 2015.

O turismo é mencionado, explicitamente, em metas relacionadas a três ODS: 8) Trabalho decente e crescimento econômico; 12) Consumo e Produção Responsáveis; e 14) Vida na Água. Contudo, o alcance do turismo para os ODS vai muito além desses, podendo contribuir direta ou indiretamente para o conjunto deles, dada a sua natureza transversal e multissetorial.

Os Objetivos são interconectados e coletivos, portanto, a colaboração entre o setor público, a sociedade civil e o setor privado são fatores fundamentais. O Plano Turismo Verde foi construído de maneira alinhada aos ODS, observando os aspectos para os quais o desenvolvimento do turismo sustentável de Minas Gerais poderia contribuir. Em termos práticos, os objetivos estratégicos de cada fase dos programas mantêm correlação com um ou mais ODS, especialmente seis deles, conforme representado na Figura 10 abaixo.

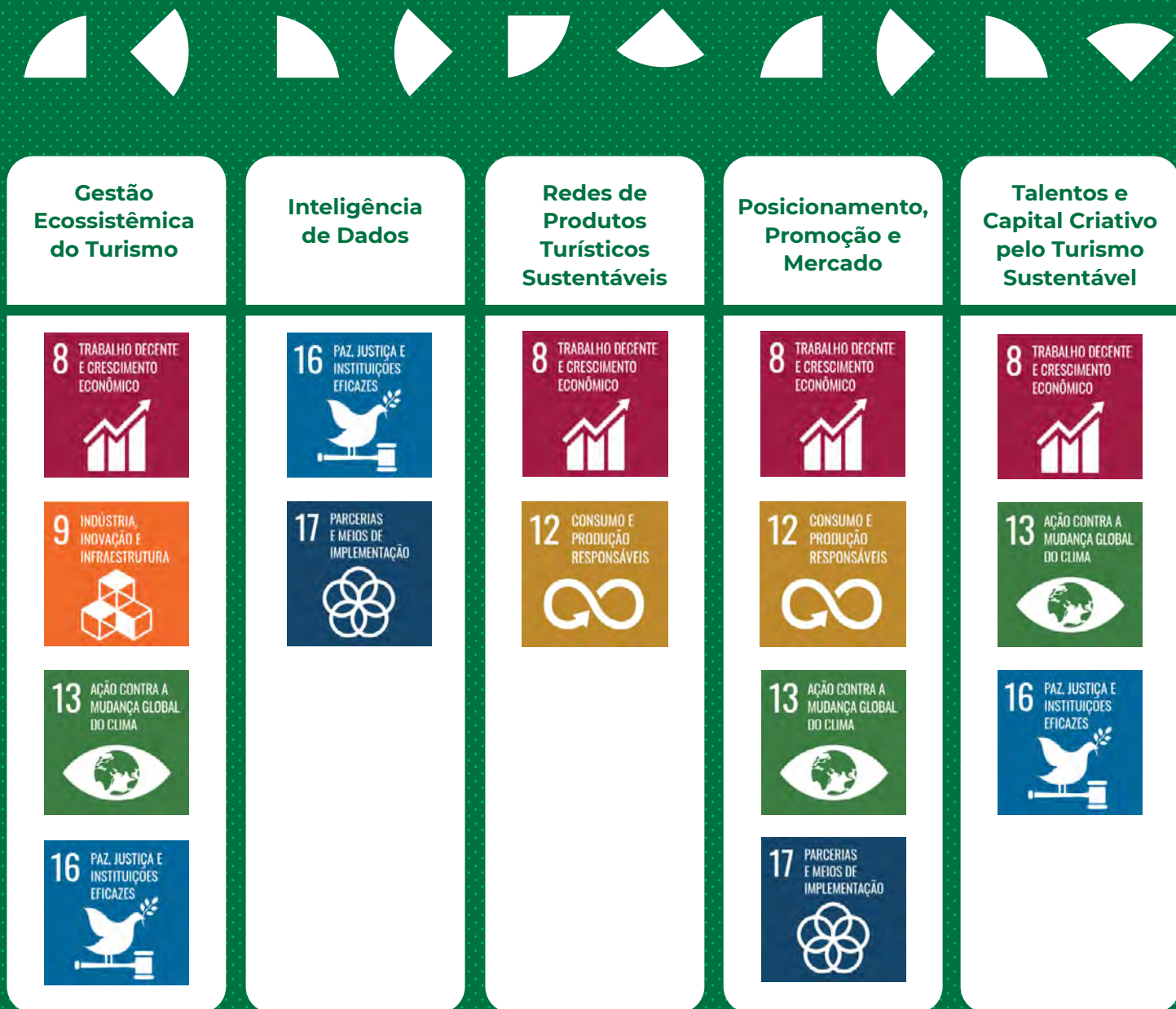


Figura 9: Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)
 Fonte: Nações Unidas, 2015.

6.5. INDICADORES DE MONITORAMENTO

A proposta de indicadores para o acompanhamento sistemático do turismo mineiro está pautada nos três pilares da sustentabilidade: econômico, ambiental e social. Para cada um desses pilares, existem dezenas de possíveis indicadores e sua utilização depende do volume de investimentos em pesquisas e da disponibilidade de dados em fontes secundárias.

Apesar da limitação de recursos para a aplicação de pesquisas, coleta e tratamento de dados e sua devida interpretação, o acompanhamento desses três pilares considera boas fontes secundárias e a ampliação da coleta primária. Em relação às fontes secundárias, as principais são o novo Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED), considerado uma referência internacional para acompanhamento do mercado de trabalho e o Sistema Nacional de Unidades de Conservação (SNUC), que oferecem dados desagregados no âmbito municipal e permitem diversas análises cruzadas.

Na coleta primária, além das pesquisas usualmente realizadas pela SECULT (Demanda turística e Pesquisas com IGRs e Gestores Municipais), propõe-se a realização de novas pesquisas com outros públicos: prestadores de serviços turísticos e população residente em Minas Gerais. Sugere-se, ainda, a periodicidade mínima de coletas bienais, com acompanhamento sistemático dos resultados.

A partir dessas investigações, pode-se estruturar um conjunto de indicadores de referência, que considere os três pilares da sustentabilidade e que permita acompanhar, de forma abrangente e estratégica, o desenvolvimento do turismo mineiro.

O Quadro 1 apresenta a proposta de indicadores, com suas respectivas fontes, periodicidade de coleta e método de cálculo:



Quadro 1: Indicadores de monitoramento do turismo de Minas Gerais

Pilar	Indicador	Fonte(s)	Periodicidade	Método de cálculo
Econômico	Fluxo Turístico	Estimativa Observatório MG; ou Big Data de telefonia móvel	Mensal	Nº total de turistas residentes em MG + Nº total de turistas residentes em outros estados + Nº total de turistas internacionais
	Movimentação em aeroportos	ANAC	Mensal	Fluxo total de passageiros nos principais aeroportos de MG
	Gasto turístico	Pesquisa de demanda primária	Bienal	Gasto médio do turista residente x Nº total de turistas residentes em MG + Gasto médio do turista residente em outros estados x Nº total de turistas residentes em outros estados + Gasto médio do turista internacional x Nº total de turistas internacionais
	Empregos formais nas ACTs	Novo CAGED	Mensal	Soma dos empregos gerados nas ACTs (58 CNAEs)
	Participação do Turismo na geração de empregos formais	Novo CAGED	Mensal	Soma dos empregos gerados nas ACTs (58 CNAEs)/total de empregos formais em Minas Gerais
	Impacto econômico do Turismo	Pesquisa primária (a desenvolver)	Trimestral	Conta Satélite do Turismo de Minas Gerais (a desenvolver)
Ambiental	Separação e reciclagem de resíduos sólidos	Pesquisa primária com prestadores de serviços turísticos	Bienal	Nº total de empreendimentos turísticos que realizam separação e reciclagem de resíduos/Nº total de empreendimentos turísticos entrevistados
	Área preservada	SNUC	Anual	Área total das Unidades de Conservação nos municípios presentes na política pública de turismo de Minas Gerais
Social	Renda média dos trabalhadores formais do turismo	Novo CAGED	Mensal	Massa salarial dos empregados das ACTs/ Soma dos empregos gerados nas ACTs
	Satisfação dos turistas	Pesquisa de demanda primária	Bienal	Nº de turistas que declaram estar satisfeitos/ Nº total de turistas entrevistados
	Satisfação dos residentes	Pesquisa primária com população	Trimestral	Nº de residentes que declaram estar satisfeitos com a atividade turística/Nº total de residentes entrevistados
	Percepção da capacidade de inclusão do turismo	Pesquisa primária com IGRs e gestores municipais	Bienal	Nº de gestores municipais e de IGRs que confirmam inclusão de minorias na atividade turística/Nº total de gestores municipais e de IGRs entrevistados

Cabe ressaltar que as pesquisas primárias com diferentes públicos não devem se restringir aos indicadores propostos, devendo prever a coleta de outros dados relevantes para o planejamento e acompanhamento dos projetos e ações. Exemplos de outros indicadores referentes aos cidadãos, empresários e atores das governanças estão vastamente descritos em guias e referências internacionais de estatísticas em turismo, como os *Indicadores de Sustentabilidade para Destinos Turísticos* (ONU Turismo, 2004), *Recomendações Internacionais para Estatísticas do Turismo* (ONU Turismo, 2008) e *Diretrizes Estatísticas para Medição da Sustentabilidade do Turismo – Rascunho final* (ONU Turismo, 2024).

Além disso, cada estudo exige um detalhamento específico realizado por estatísticos, economistas, especialistas em turismo e outros profissionais para a elaboração dos instrumentos de pesquisa, realização de plano amostral que considere a diversidade do estado de Minas Gerais, aplicação e tabulação das pesquisas, e consequente análise dos resultados.

Outro aspecto importante da coleta e medição desses indicadores é a necessidade de estabelecer a Conta Satélite do Turismo para acompanhamento do real impac-

to econômico da atividade. No entanto, enquanto não se estabelece a estrutura para esse cálculo, dados de fluxo e empregos são boas referências para acompanhamento do pilar econômico.

6.6. MAPA ESTRATÉGICO

A partir dos itens apresentados anteriormente neste capítulo – visão, pilares, eixos, programas e indicadores de monitoramento – tem-se a Figura 11, que apresenta, de maneira gráfica e resumida, a estratégia para o desenvolvimento do turismo sustentável de Minas Gerais:



VISÃO

Minas Gerais é o estado líder no turismo de natureza, cultural, gastronômico e de superexperiências.

Pautado em produtos e iniciativas referência em qualidade, criatividade e sustentabilidade, o turismo no estado é diverso, respeita e valoriza os saberes, os modos de fazer, a cultura, o meio ambiente e exalta a mineiridade, estimulando o empreendedorismo e gerando benefícios às comunidades.

PILARES



EIXOS

REDIRECIONAMENTO
2024 - 2026

Direcionamento de iniciativas

CONSOLIDAÇÃO
2027-2029

Acomodação da estratégia

ACELERAÇÃO
2030-2031

Reconhecimento e avanço mais ambicioso

DA ESTRATÉGIA SUSTENTÁVEL PARA O TURISMO DE MINAS GERAIS

ODSS relacionadas



PROGRAMAS

- Gestão Ecossistêmica do Turismo
- Inteligência de Dados
- Redes de Produtos e Serviços Turísticos Sustentáveis
- Posicionamento, Promoção e Mercado
- Talentos e Capital Criativo pelo Turismo
- Projetos Especiais

Rotas, Caminhos e Expedições de MG

Vilarejos Turísticos Sustentáveis

INDICADORES DE MONITORAMENTO

Econômicos

- Fluxo turístico
- > Empregos
- > Gasto turístico
- > Impacto econômico

Ambientais

- > Reciclagem
- > Área preservada

Sociais

- > Renda dos trabalhadores
- > Satisfação dos turistas
- > Satisfação dos residentes
- > Inclusão do turismo



7. CONSIDERAÇÕES

FINAIS

7. CONDISERAÇÕES FINAIS

O planejamento estratégico do turismo – em um estado grande, diverso e plural tanto do ponto de vista econômico quanto sociocultural – exige muita reflexão, maturação de dados e um esforço de consolidação de elementos centrais. A mineiridade é um dos principais elementos que distinguem o território no cenário nacional. São centenas de municípios com diferentes sotaques, múltiplos biomas, natureza exuberante e ricas tradições presentes no modo acolhedor de seu povo e no sabor da sua cozinha.

Os estudos realizados permitiram, entre outros aspectos, o agrupamento de municípios segundo o grau de desenvolvimento turístico e a sistematização de diferentes informações que apresentam a situação atual do turismo de Minas Gerais. O caráter participativo e inclusivo do processo é marcado por diferentes formatos de escuta, envolvendo centenas de pessoas, cujas contribuições e expectativas se refletem, direta e indiretamente, na consolidação de um modelo mais sustentável de desenvolvimento turístico. O desafio deste resumo executivo foi o de apresentar tantos dados e informações em formato objetivo e concreto.

O diagnóstico se resume aos 12 temas centrais (Figura 3) e o futuro desejado está descrito no cenário: “Que Nem Pão de Queijo”. Nessa jornada, apresenta-se um caminho, chamado de mapa estratégico, com o devido detalhamento de seus programas, projetos especiais e ações. Algumas dessas ações são mais objetivas, com execução clara e direta. Outras se apresentam em um formato mais estratégico, exigindo a elaboração de projetos específicos para o melhor detalhamento tático e operacional, fato que permite ainda ajustes conforme a realidade do momento.

Ainda assim, todos os programas e ações foram concebidos para tornar o turismo uma área estratégica na Agenda Governamental, incorporando princípios de sustentabilidade, o que por si só, é desafiador e demanda esforço coletivo, intersetorial e transversal.

O Plano é ambicioso e sua implementação exige liderança, por parte da SECULT, otimização dos recursos e novos investimentos. A transversalidade do turismo envolve muita articulação e colaboração com outras áreas do governo e com os atores privados. Nesse sentido, além da estruturação do próprio quadro técnico – capaz de atuar nos inúmeros desafios identificados – as ações previstas demandam que o orçamento dedicado ao turismo seja compatível com os benefícios que a atividade proporciona.

Essa liderança estratégica aglutinadora e a implementação das ações, com avanços graduais ao longo do tempo, orientam o futuro do turismo. Por fim, o Plano Turismo Verde considera as rápidas transformações que ocorrem na sociedade, observa as tendências do turismo nacional e internacional, bem como apresenta a possibilidade de promover Minas Gerais, por meio do poder transformador das viagens e seus efeitos nos turistas e, principalmente, em quem os recebe.



FICHA TÉCNICA

Governador do Estado de Minas Gerais

Romeu Zema Neto

Vice-Governador do Estado de Minas Gerais

Mateus Simões

Secretário de Estado de Cultura e Turismo

Leônidas José de Oliveira

Secretária de Estado Adjunta de Cultura e Turismo

Josiane Miriam de Souza

Chefe de Gabinete

Maristela Rangel

Subsecretária de Cultura

Nathalia Larsen

Subsecretária de Turismo

Patrícia de Cássia Gomes Moreira

Superintendente de Políticas do Turismo e Gastronomia

Petterson Menezes Tonini

Superintendente de Marketing Turístico

Célia Cristina Iglesias Ramos

Diretora de Regionalização e Descentralização

Marília Palhares Machado

Diretora de Capacitação e Qualificação

Ane Caroline Lopes Machado

Diretora de Produtos Turísticos

Emanuelle Aparecida de Oliveira

Diretor de Promoção Turística

Thiago Vinicius Ferreira

Coordenadora do Núcleo de Pesquisa e Estatística

Cecília Queiroga Rezende Baldi

Analista de Políticas Públicas do Turismo

Alexandre Sironi

Assessoria Técnica

Cintia Mirlene Pela Freire

Mariana Mariana Rodrigues da Costa
Neves

Michele Rosa Andrade Cruz

Roberta Graziella Mendes Queiroz

Este projeto é realizado com recursos advindos do Termo de Medidas de Reparação, que tem como objetivo reparar os danos causados pelo rompimento das barragens da Vale S.A. em Brumadinho, que tirou a vida de 272 pessoas e gerou uma série de impactos sociais, ambientais e econômicos na bacia do Rio Paraopeba e em todo o Estado.



**REPARAÇÃO
BRUMADINHO**

FICHA TÉCNICA

I TURISMO 360 CONSULTORIA - COORDENAÇÃO GERAL

Marcela Pimenta | Mestra em Gestão Turística

Mauro Coutinho | Mestre em Gestão Turística

Isabela Sette | Mestra em Ciências

Graziele Vilela | Mestra em Turismo

I EQUIPE

Ricardo Cerqueira

Especialista em Gestão Territorial, Mestre em Agronomia

Natália Cordeiro

Especialista em Marketing, Mestra em Enoturismo

Gláucia Oliveira Borba

Especialista em Turismo

Renata Toffoli

Especialista em Turismo

David Leonardo Bouças da Silva

Mestre em Desenvolvimento Sustentável, Doutor em Administração

Elimar Nascimento

Doutor em Sociologia, Professor do CDS-UnB, Especialista em Análise de Cenários

Miguel Vieira de Lima

Geógrafo, Doutor em Ciências

Luciana Sagi

Especialista em Turismo, Doutoranda em Ciências

Jussara Rocha

Especialista em Turismo

Mariana Alves Madureira

Especialista em Turismo, Doutora em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social

Maria Fernanda Soares Cabral

Especialista em Marketing

Anderson Silva

Designer

Nathalia Abdalla

Designer

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMOVAY, R. **Muito Além da Economia Verde**. São Paulo: Editora Abril, 2012

AGÊNCIA MINAS. **Minas Gerais lidera crescimento do turismo no Brasil e fatura R\$ 34 bilhões com atividade em 2023**. 2024. Disponível em: <https://www.agenciaminas.mg.gov.br/noticia/minas-gerais-lidera-crescimento-do-turismo-no-brasil-e-fatura-r-34-bilhoes-com-atividade-em-2023>. Acesso em: 23 abr. 2024.

BARROS, Renan Yamasaki Veiga. **O BRICS para a China: o nascimento de uma nova lógica à ordem global?** GEOGRAFIA, v. 46, n. 1, p. 1-26, 2021. <https://doi.org/10.5016/geografia.v46i1.15805>

BENI, Mario Carlos. **Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão: desenvolvimento regional, rede de produção e clusters**. Barueri. Editora Manole, 2012

BISSOLI, Maria Ângela Marques Ambrizi. **Planejamento turístico municipal com suporte em sistemas de informação**. Futura, 2001.

BÖHLKE, Nikolai; ROBINSON, Leigh. **Benchmarking of elite sport systems**. *Management decision*, v. 47, n. 1, p. 67-84, 2009. <https://doi.org/10.1108/00251740910929704>

BOOKING.COM. **Trends Shaping Sustainable Travel in 2022**. 14 abr. 2022. Disponível em <<https://news.booking.com/climate-community-and-choice-bookingcom-reveals-the-trends-shaping-sustainable-travel-in-2022>> Acesso em: 10 abr. 2024.

_____. **Viagem sustentável — os desafios e as oportunidades**. 26 jun. 2023. Disponível em: <https://partner.booking.com/pt-br/click-magazine/tend%C3%A7%C3%A3o-e-insights/viagem-sustent%C3%A1vel-%E2%80%94-os-desafios-e-oportunidades>. Acesso em: 22 abr. 2024.

BRUNDTLAND, G.H. **Nosso Futuro Comum**. Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, Noruega, 1987.

CASTRO, B. **Turistas conhecem biofábrica no fundo do mar e são incentivados a preservar corais em Porto de Galinhas**. G1, 29 set. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/pe/pernambuco/noticia/2022/09/29/turistas-conhecem-biofabrica-no-fundo-do-mar-e-sao-incentivados-a-preservar-corais-em-porto-de-galinhas.ghtml>. Acesso em: 17 mar. 2024.

COSTA, H.A. **Destinos do turismo: percursos para a sustentabilidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2013.

DUTRA, V.C. **Monitoramento de Indicadores-Chave do Turismo Sustentável em Unidades de Conservação: um estudo de caso no Parque Estadual do Jalapão - Tocantins** [tese]. Universidade de São Paulo - USP, 2016.

FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DE SÃO PAULO [FECOMÉRCIO SP]. **Turismo brasileiro cresce quase 8% em 2023 e consolida recuperação pós-pandemia**. Disponível em: <https://www.fecomercio.com.br/noticia/turismo-brasileiro-cresce-quase-8-em-2023-e-consolidacao-recuperacao-pos-pandemia-1>. Acesso em: 22 abr. 2024.

FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 3aed. Porto Alegre: Artmed: 405p, 2009.
GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. - 6.ed. - São Paulo: Atlas, 2008

GODET, M. **From Anticipation to Action: A Handbook of Strategic Prospective**. Paris: UNESCO, 1993.

GODET, M.; DURANCE, P.; DIAS, J. **A prospectiva estratégica para as empresas e os territórios**. IEESF: Lisboa, 2008.

GODOY, A. S. **Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades**. *RAE - Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57-63, 1995.

HAIR Jr., J. F.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L.; BLACK, W. C. **Análise multivariada de dados**. (6. Ed). Bookman, 2009.

INSTITUTO BOCAINA BIOLOGIA DA CONSERVAÇÃO. **5 estados com mais Parques Nacionais**. 2022. Disponível em: <https://www.linkedin.com/pulse/5-estados-com-mais-parques-nacionais-bocainabiologiaconservacao/>. Acesso em: 17 mar. 2024.

IPCC. Intergovernmental Panel on Climate Change. **Climate Change 2023 Synthesis Report. Summary for Policymakers**. Contribution of Working Groups I, II and III to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change. Geneva: IPCC, 2023

----- **Climate Change 2022: Impacts, Adaptation and Vulnerability**. Working Group II Contribution to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change. 2022. Disponível em: https://report.ipcc.ch/ar6/wg2/IPCC_AR6_WGII_Full-Report.pdf. Acesso em: 22 abr. 2024.

MALDONALDO FILHO, Eduardo; FERRARI FILHO, Fernando; MILAN, Marcelo. **Por que a economia brasileira não cresce dinâmica e sustentavelmente? Uma análise kaleckiana e keynesiana**. *Economia e Sociedade*, v. 25, p. 429-456, 2016. <https://doi.org/10.1590/1982-3533.2016v25n2art6>

MALTA, G.A.P. **Turismo e desenvolvimento: análise de uma complexa relação considerando as abordagens e concepções presentes na literatura do Turismo** [dissertação]. Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG, 2011.

MARQUES, Roseane Barcellos; ALVES, Carlos Alberto; WADA, Elizabeth Kyoko. **Turismo e corrupção no Brasil: uma perspectiva política e econômica**. *Revista Turismo em Análise*, v. 31, n. 1, p. 1-18, 2020. <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v31i1p1-18>

MAXIMIANO, Antônio Cesar Amaru. **Introdução a Administração**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

MENDONÇA, Marco Aurélio Alves de; LOPES FILHO, Carlos Renato da Fonseca Ungaretti; OLIVEIRA, Juliana Kelly Barbosa da Silva. **A Nova Rota da Seda e a Projeção Econômica Internacional da China: redes de financiamento, fluxos de investimento externo direto (IED)**. *Boletim de Economia e Política Internacional - BEPI*, n. 31, Set./Dez., 2021. <http://dx.doi.org/10.38116/bepi31art1>

MINISTÉRIO DO TURISMO [MTur]. **Gosto pelo Brasil: Programa Nacional de Turismo Gastronômico**. 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/programa-nacional-de-turismo-gastronomico/CartilhaGostopeloBrasil2022.pdf>. Acesso em: 17 mar. 2024.

MOORE, Martin; TAMBINI, Damian (Ed.). **Regulating big tech: Policy responses to digital dominance**. Oxford University Press, 2022.

NASCIMENTO, Elimar Pinheiro; NEVES, Marco José Melo; CHRISTOFIDIS, Demetrios. **Prospecção no universo das águas: a experiência da construção de cenários no plano nacional de recursos hídricos no Brasil, 2005-2006**. *Geosul*, v.25, n.49, p.27-62, 2010. <https://doi.org/10.5007/2177-5230.2010v25n49p27>

ONU TURISMO. **Measuring Sustainable Tourism**, 2017.

----- **Achieving the Sustainable Development Goals through Tourism – Toolkit of Indicators for Projects (TIPs)**. UNWTO, Madrid, July 2023. <https://doi.org/10.18111/9789284424344>

----- **Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations: A Guidebook**. UNWTO. Madrid, 2004.

----- Department of Economic and Social Affairs. Statistic Division. **International Recommendations for Tourism Statistics 2008**. UNWTO. New York, 2010

----- UN Statistical Commission. **Statistical Framework for Measuring the Sustainability of Tourism** - Final Draft. 2 february 2024. UNWTO, 2024.

----- and International Transport Forum. **Transport-related CO2 Emissions of the Tourism Sector – Modelling Results**, UNWTO, Madrid, 2019. <https://doi.org/10.18111/9789284416660>.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS [ONU]. **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável**. 2024. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>. Acesso em: 17 mar. 2024.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS [ONU]. **Times of crisis, times of change: Science for accelerating transformations to sustainable development. Global Sustainable Development Report**. 2023. Disponível em: https://sdgs.un.org/sites/default/files/2023-09/FINAL%20GSDR%202023-Digital%20-110923_1.pdf. Acesso em: 17 abr. 2024.

PADINGER, Germán. **Guerras no mundo: quantos conflitos estão ativos neste momento?** 2023. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/guerras-no-mundo-quantos-conflitos-estao-ativos-neste-momento/>. Acesso em: 22 abr. 2024.

PANROTAS. **Busca por destinos brasileiros cresce mais de 300% em 2023**. 2024. Disponível em: https://www.panrotas.com.br/destinos/pesquisas-e-estatisticas/2023/12/busca-por-destinos-brasileiros-cresce-mais-de-300-em-2023_201903.html#:~:text=Os%20Estados%20mais%20visitados%20por%20turistas%20brasileiros%20em%202023&text=O%20top%203%20foi%20composto,brasileiros%20para%20aproveitar%20suas%20belezas. Acesso 23 abr. 2024.

PIRES, P. D. S. **Sustentabilidade: dimensão ambiental. Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão: desenvolvimento regional, rede de produção e clusters**. Barueri, SP: Manole, 2012.

PORTO, Cláudio; NASCIMENTO, Elimar Pinheiro; BUARQUE, Sérgio C. **Cinco cenários para o Brasil, 2001-2003**. Rio de Janeiro, Nórdica, 2001.

POSTMA, A.; CAVAGNARO, E., SPRUYT, E. **Sustainable tourism 2040**. In: Journal of Tourism Futures, vol 3, n. 1, 2017.

RAMANATHAN, Kollengode et al. **Planning and provision of ECMO services for severe ARDS during the COVID-19 pandemic and other outbreaks of emerging infectious diseases**. The Lancet Respiratory Medicine, v. 8, n. 5, p. 518-526, 2020. [https://doi.org/10.1016/S2213-2600\(20\)30121-1](https://doi.org/10.1016/S2213-2600(20)30121-1)

RASOOLIMANESH, S. M., CHEE, S.Y., & ARI RAGAVAN, N. **Tourists' perceptions of the sustainability of destination, satisfaction and revisit intention**. Tourism Recreation Research, 1-20, 2023. <https://doi.org/10.1080/02508281.2023.2230762>

SAATY, Thomas L. Decision Making – **The Analytic hierarchy and network processes (AHP/ANP)**. Journal of Systems Science and Systems Engineering. Vol. 13, No 1. Pp 1-35, March, 2004.

SACHS, I. **Caminhos para o Desenvolvimento Sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2002.

SANTOS, H.L.P.C.; PRADO, N.M.D.B.L.; SILVEIRA, D.C.D.S.; MACIEL, F.B.M.; SANTOS, T.B.S.; TEIXEIRA, C.F.D.S. **Participação social na elaboração dos planos municipais de saúde em capitais brasileiras durante a pandemia de COVID-19**. Ciência & Saúde Coletiva, v. 28, p. 3609-3617, 2023. <https://doi.org/10.1590/1413-812320232812.20482022>

SANTOS, R.A.; ALMEIDA, R.S.M.; MIRANDA, L.F. **A Sustentabilidade e a Hotelaria Carioca: critérios para um desenvolvimento integrado e participativo**. Tur., Visão e Ação, v. 23, n. 1, p. 191-215, Jan./Abr, 2021. <http://dx.doi.org/10.14210/rtva.v23n1.p191-215>

SCHWARTZ, Peter. **The Art of the Long View: planning for the Future in an Uncertain World**. Nova Iorque: Doubleday, 1991.

SCHWARTZ, Peter. **Scenario Planning: Managing for the future**. Wet Sussex, England, 1998.

SCHWARTZ, P.; LEYDEN, P. **The long boom – a history of the future 1980-2020**. Wired, julho de 1997.

SCHWARTZ, P.; VAN DER HEIJDEN, K. **A arte da previsão**. São Paulo: Scritta, 1995.

SCHWARTZ, P.; VAN DER HEIJDEN, K. **Cultura de empresa y planificación por escenarios: una relación de coevolución**. In: ORTEGON, E.; VASQUEZ, J.E. (comp.). Prospectiva: construcción social del futuro. Santiago de Cali, Colômbia: Ilpes/Univesidad del Valle, 1997.

SECULT. Secretaria de Estado de Cultura e Turismo de Minas Gerais. **Pesquisa de Demanda Turística: 2022**. Disponível em: <<https://www.dropbox.com/s/40fgopcpbac4zi/Boletim%20PDT%20Consolidada%202022.pdf?dl=0>>. Acesso em: 15 ago. de 2023.

SOARES, Érica Beranger Silva; EMMENDOERFER, Magnus Luiz; MONTEIRO, Lara Pereira. **Gestão pública no turismo e o desenvolvimento de destinos turísticos em um estado da Federação Brasileira: uma análise do planejamento estratégico do turismo em Minas Gerais (2007-2010)**. Tourism & Management Studies, v. 9, n. 2, p. 50-56, 2013. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5166470>. Acesso em 14 de jan. 2024.

TASSO, J. P. F.; NASCIMENTO, E. P. do. **Mandala da sustentabilidade no turismo: um instrumento crítico e propositivo**. In: BRASILEIRO, I.; BOUÇAS, D.; COSTA, H.; ALVARES, D. (org.). Turismo, Sustentabilidade e COVID-19: entre incertezas e esperanças (p. 309-335). – Brasília: Universidade de Brasília, Laboratório de Estudos em Turismo e Sustentabilidade – LETS/UnB, 2022. 367 p.: Il. – (Coleção Travessias). Disponível em: <https://lets.etc.br>. Acesso em: 08 ago. 2022.

VISA. **Tendências globais de viagem para 2024: Uma análise aprofundada das tendências, segmentos e hábitos emergentes entre viajantes do mundo todo**. Documento de perspectivas da Visa América Latina e Caribe. 2023. Disponível em: https://globalclient.visa.com/lac_traveltrends_POR. Acesso em: 22 abr. 2024.

WORLD ECONOMIC FORUM [WEF]. **The promise and challenges of sustainable travel products**. Nov. 2022. Disponível em: <https://www.weforum.org/agenda/2022/11/sustainable-travel-and-tourism/>. Acesso em: 22 abr. 2024.

ZAPPELLINI, M. B.; FEUERSCHÜTTE, S. G. **O uso da triangulação na pesquisa científica brasileira em Administração**. Administração: Ensino e Pesquisa, v. 16, n. 2, p. 241-273, 30 jun. 2015.



Plano Diretor do Turismo Verde em Minas Gerais

Plano de Desenvolvimento
Integrado do Turismo
Sustentável de Minas Gerais