

**PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO
SUSTENTÁVEL**

PÓLO TURÍSTICO DO VALE DO JEQUITINHONHA

Volume 7

**CAPACITAÇÃO DO SETOR PRIVADO ENVOLVIDO COM O SETOR
TURÍSTICO**

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

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

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

Revisão e Normalização
Afonso Celso Gomes
Aline Costa de Queiroz

Criação da Capa
Wagner Bottaro

Apoio Administrativo
Doralisse de Oliveira A. Rocha.

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

Fundação João Pinheiro. Centro de Estudos Econômicos e Sociais

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

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

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

CDU: 379.85 (815.1 – 0 Jequitinhonha)

**PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO
SUSTENTÁVEL**

PÓLO TURÍSTICO DO VALE DO JEQUITINHONHA

Volume 7

**CAPACITAÇÃO DO SETOR PRIVADO ENVOLVIDO COM O SETOR
TURÍSTICO**

Belo Horizonte
Novembro de 2004

APRESENTAÇÃO

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

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

O Plano compreende os seguintes volumes:

Volume 1 – Resumo Executivo

Volume 2 – Parte 1 – Área de Planejamento

– Parte 2 – Dinâmica Econômica e Social

Volume 3 – Infra-estrutura

Volume 4 – Patrimônio Histórico e Cultural

Volume 5 – Aspectos Socioambientais

Volume 6 – Capacidade Institucional Municipal

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

Volume 8 – Parte 1 – Produtos Turísticos e Atrativos

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

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

– Parte 2 – Capacitação do Profissional para o Turismo

Volume 10 – Parte 1 – Perfil do Turista

– Parte 2 – Gastos Turísticos

– Parte 3 – Demanda Atual e Potencial

Volume 11 – Parte 1 – Estratégias de Desenvolvimento Turístico

– Parte 2 – Quadros Prospectivos

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

Volume 13 – Plano de Ação

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

O Volume 7, referente à Capacitação do Setor Privado envolvido com o Setor Turístico foi desenvolvido a partir da análise de resultados de pesquisa.

Os itens propostos para a avaliação, em consonância com as referências previamente explicitadas no Termo de Referência, são os seguintes: a) Perfil do setor privado; b) associativismo empresarial; c) Dependências do abastecimento local e de empresários externos em relação à produção e comercialização dos seus produtos; d) Problemática empresarial; e) Implantação de sistemas de qualidade e de controle nas empresas turísticas; e f) Articulação entre o setor empresarial privado e os gestores públicos.

A abordagem desses itens foi desenvolvida a partir de informações coletadas na pesquisa com os empresários do setor.

O documento está estruturado em 3 (três) capítulos, 1 Considerações Preliminares; 2 Análise de resultados da pesquisa; e 3 Considerações Finais, tendo em vista o desenvolvimento da oferta de serviços turísticos e a profissionalização de sua gestão Acrescentou-se, em anexo, o questionário Capacitação do Empresário Privado em Relação ao Setor Turístico, aplicado pela FJP/CDA, em 2003.

EQUIPE TÉCNICA

COORDENAÇÃO

Grécia Carlos Amaral Almeida (FJP)

Maria de Fátima Cunha (FJP)

ELABORAÇÃO

Grécia Carlos Amaral Almeida (FJP)

Terezinha Maria de Jesus Dias Gomes Di Benedetto (FJP)

Sérgio Francisco Ramo Binaburo (consultor)

PESQUISA DE CAMPO

Altamir Abreu Fialho (FJP)

Atamis Heberle Luna (FJP)

Celmilo Rivadávia Evangelista de Gusmão (FJP)

Grécia Carlos Amaral Almeida (FJP)

Marco Antônio Peroni (FJP)

Mauro de Oliveira Pessoa (FJP)

Terezinha Maria de Jesus Dias Gomes Di Benedetto (FJP)

APOIO TÉCNICO

Giovanni José Caixeta (FJP)

Rútila Maria Soares Gazzinelli (FJP)

ESTÁGIÁRIOS

Alexandre Norberto Canuto Franco

Rodrigo Otávio Fontes de Oliveira

Francislene Lúcia Martins Silva

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 –	Número de questionários aplicados por município da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003.....	16
TABELA 1.1 –	Estabelecimentos pesquisados por segmento e tipo nos municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003.....	18
TABELA 1.2 –	Faixa etária dos empresários nos municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003.....	19
TABELA 1.3 –	Origem, escolaridade e capacitação profissional dos empresários dos municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003.....	21
TABELA 1.4 –	Escolaridade e capacitação profissional das pessoas ocupadas no setor turístico dos municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003.....	23
TABELA 1.5 –	Opinião dos empresários sobre a qualidade dos serviços prestados pelos seus empregados nos municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003.....	24
TABELA 1.6 –	Interesse pelos problemas ambientais manifestado pelos empresários dos municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003.....	26
TABELA 1.7 –	Atividades mencionadas como prioritárias, por ordem de importância, pelos empresários dos municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003.....	28
TABELA 1.8 –	Informações dos empresários sobre a existência de associações empresariais nos municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha Minas Gerais – 2003	29
TABELA 1.9 –	Nível de participação dos empresários em suas associações de classe nos municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha– Minas Gerais – 2003.....	29
TABELA 1.10 –	Opinião dos empresários sobre a importância para as empresas dos benefícios decorrentes dos serviços prestados pelas associações da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003.....	30

TABELA 1.11 –	Opinião dos empresários sobre a importância do fortalecimento do associativismo para melhoria do desempenho de sua atividade empresaria na Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003.....	31
TABELA 1.12 –	Opinião dos empresários sobre o grau de eficácia do conselho municipal de turismo dos municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003.....	33
TABELA 1.13 –	Grau de dificuldade para abastecimento dos empreendimentos na localidade e vizinhança, segundo os empresários dos municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003.....	35
TABELA 1.14 –	Opinião dos empresários sobre a comercialização de produtos de empresas turísticas localizadas fora da região nos municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003.....	37
TABELA 1.15 –	Avaliação pelos empresários sobre o seu empreendimento como negócio nos municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003.....	38
TABELA 1.16 –	Avaliação pelos empresários pesquisados sobre a comercialização dos produtos de seu empreendimento nos municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003.....	38
TABELA 1.17–	Meios de propaganda utilizados pelos empresários para divulgação de seu negócio nos municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003.....	39
TABELA 1.18 –	Intenção dos empresários de realizar melhorias e/ou novos empreendimentos nos municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003.....	41
TABELA 1.19 –	Fonte de recursos, a serem utilizados para a realização de melhorias/novos empreendimentos nos municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003.....	42
TABELA 1.20 –	Expectativa dos empresários pesquisados quanto à atração de investimentos externos à região para desenvolver o turismo nos municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003.....	43
TABELA 1.21 –	Áreas preferenciais para investimentos, segundo os empresários dos municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003.....	44

TABELA 1.22 –	Existência de sistema de qualidade implantado e avaliação sobre a qualidade dos serviços que prestam, segundo os empresários – municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003.....	46
TABELA 1.23 –	Avaliação da importância do projeto PRODE TUR II para o desenvolvimento do turismo nos municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003.....	50

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	15
1 ANÁLISE DE RESULTADOS.....	17
1.1 Perfil dos estabelecimentos.....	17
1.2 Perfil do empresário.....	19
1.3 Perfil da mão-de-obra empregada.....	22
1.4 Aspectos do meio ambiente.....	26
1.5 Associativismo empresarial.....	28
1.6 Articulação entre os setores público e privado.....	33
1.7 Problemática empresarial.....	35
1.8 Rentabilidade, recursos e investimento.....	40
1.9 Implantação de sistema de qualidade	45
1.10 Prioridades para o desenvolvimento.....	48
2 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	51
ANEXO – Questionário para pesquisa – Projeto PRODETUR II: Capacitação do empresário privado em relação ao setor turístico.....	57

INTRODUÇÃO

Este trabalho é parte do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável no Polo Turístico do Vale do Jequitinhonha do Nordeste (PRODETUR/NE II), de acordo com o Termo de Referência para Elaboração dos Planos de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS), item 3.3.7. Refere-se, mais especificamente, a capacitação do setor privado envolvido com o setor turístico e foi desenvolvido a partir da análise de resultados de pesquisa realizada em agosto de 2003.

O universo da pesquisa abrangeu nove municípios do denominado “Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha”, no nordeste de Minas Gerais.

Os itens propostos para a avaliação, em consonância com as referências previamente explicitadas no termo de referência, são os seguintes:

- a) Perfil do setor privado: características do empresário local do setor; nível de capacitação do empresário para o exercício das funções empresariais; qualificação da mão-de-obra empregada na prestação de serviço; e visão do empresário relacionada à conservação do meio ambiente.
- b) Associativismo empresarial: existência de associações de classe; grau de eficácia e representatividade das associações de classe; e níveis de organização interna e de relacionamento entre os diversos setores empresariais.
- c) Dependências do abastecimento local e de empresários externos em relação à produção e comercialização dos seus produtos.
- d) Problemática empresarial: aspectos financeiros; comercialização dos produtos; gestão empresarial; e capacitação do empresário e da mão-de-obra empregada.
- e) Implantação de sistemas de qualidade e de controle nas empresas turísticas.
- f) Articulação entre o setor empresarial privado e os gestores públicos do turismo.
- g) Papel do setor empresarial – Conselho Municipal de Turismo (COMTUR) – dos diversos municípios do pólo.
- h) Nível de compromisso do setor privado em relação ao Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS).

A abordagem desses itens foi desenvolvida a partir de informações coletadas em campo diretamente com os empresários do setor por meio da aplicação de questionários por pesquisadores.

Com relação ao universo pesquisado, buscou-se cobrir a totalidade dos empreendimentos. No entanto diversos fatores restringiram o levantamento de informações, dentre os quais citam-se: receio dos empresários de que as informações fornecidas a órgãos públicos gerem algum tipo de ação fiscalizadora (traço da cultura dos pequenos e microempresários); sobreposição de levantamentos (alguns empresários já tinham recebido a visita de outras equipes do mesmo projeto ou de projetos similares, e dificuldade em encontrar o empresário durante a permanência da equipe no município. Como resultado, os dados analisados referem-se a uma amostra bastante ampla, porém não à totalidade de empresários do setor.

Em alguns municípios houve dificuldade em encontrar número significativo de estabelecimentos que fossem objeto da pesquisa, resultando daí a discrepância de amostra em alguns municípios (Couto de Magalhães de Minas, Felício dos Santos e São Gonçalo do Rio Preto).

A TAB. 1 apresenta os municípios selecionados e o número de questionários aplicados.

TABELA 1

Número de questionários aplicados por município da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003

MUNICÍPIO	NÚMERO DE QUESTIONÁRIOS
Capelinha	23
Couto de Magalhães de Minas	03
Diamantina	18
Felício dos Santos	05
Itamarandiba	10
Minas Novas	31
São Gonçalo do Rio Preto	07
Serro	22
Turmalina	28
Total	147

Elaboração: (FJP)

1 ANÁLISE DE RESULTADOS

1.1 Perfil dos estabelecimentos

Os estabelecimentos foram classificados em três segmentos: Alimentação (restaurantes, bares e lanchonetes, casas de chá e confeitarias, sorveterias, churrascarias e pizzarias); Hospedagem (hotéis, pousadas, motéis, apart-hotéis, área de camping, albergues, hotéis fazenda, chalés e pensões), e Outros Serviços vinculados à atividade turística, como agências de viagem, transportadoras e comercialização de artesanato.

A TAB. 1.1 revela que a maioria dos estabelecimentos – 40,14% – está no segmento Alimentação. A oferta do segmento Hospedagem está em segundo lugar, com 36,73% dos estabelecimentos. Dentre esses, os mais numerosos são as pousadas, dado que acompanha a tendência atual nas regiões do interior. As pousadas se integram às atividades vinculadas ao ecoturismo e ao turismo rural, característico da região. Vale frisar, porém que há carência de áreas de *camping* na região.

O segmento “Outros Serviços” inclui 23,13% dos estabelecimentos, assim distribuídos: Empresas de transporte, com 8,84%; Lazer, com 3,40%; Artesanato com 2,04% e Agências de viagens com 1,36%. O item “Outros”, inclui, no segmento de Alimentação, atividades de sorveteria, cafeteria, cervejaria, mercearia e pastelaria; pensões no segmento de Hospedagem; e postos de conveniências, loja de armarinho, loja de aparelhos celulares e emissoras de rádio em Outros Serviços.

Surpreende o baixo número de agências de viagem e de estabelecimentos nas áreas de artesanato e lazer.

Evidencia-se nesses dados uma oferta muito limitada de serviços vinculados às atividades turísticas, como lazer, comercialização de artesanato e outras do turismo receptivo. Em um terço dos municípios – Felício dos Santos, Couto de Magalhães de Minas e Itamarandiba – a oferta de serviços é realmente muito baixa.

O perfil dos estabelecimentos desenhado na análise dos dados da pesquisa indica a fragilidade atual dos serviços e a falta de recursos específicos para o desenvolvimento do turismo na região. A oferta cada vez mais abrangente e qualificada de equipamentos e serviços e a maior adequação possível às exigências e gastos dos turistas estão entre os principais elementos dinamizadores da demanda.

Assim, para a efetiva implantação do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha será necessário o incremento substancial de estabelecimentos e de serviços. Cita-se como exemplo as agências de viagem, os serviços de transporte para acesso aos atrativos, excursões, traslado de turistas, etc.

TABELA 1.1

Estabelecimentos pesquisados por segmento e tipo nos municípios da Área de Planejamento do Polo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003

SEGMENTO E TIPO DE ESTABELECIMENTO	Percentual por segmento	Percentual por tipo de estabelecimento
Alimentação:	40,14	
Bar		4,08
Lanchonete		12,93
Restaurante		17,69
Outros		5,44
Hospedagem:	36,73	
Camping		0,00
Hotel		13,61
Hospedagem (1)		1,36
Motel		–
Pousada		19,05
Outros		2,72
Outros Serviços:	23,13	
Agência de Viagens		1,36
Artesanato		2,04
Empresa de Transportes		8,84
Lazer		3,40
Outros		7,48
Total		100,00

Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP)

Nota: Sinal convencional utilizado: – dado numérico igual a zero não resultante de arredondamento.

(1) O tipo de estabelecimento denominado “Hospedagem” refere-se a vagas para estada em quartos de casas de famílias no local pesquisado.

1.2 Perfil do empresário

Neste tópico serão tratados os itens relativos ao perfil empresarial. A TAB. 1.2 (Faixa etária dos empresários) indica que 69,39% destes estão na faixa de 31 a 59 anos, considerada a mais produtiva na média nacional, 10,88% têm até 30 anos, 12,24% têm 60 ou mais.

Pode-se deduzir, a partir de tais dados, que os empresários do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha estão em uma faixa etária promissora para o desenvolvimento de novos empreendimentos na região.

TABELA 1.2

Faixa etária dos empresários nos municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003

MUNICÍPIO	FAIXA ETÁRIA (%) (anos)			NÃO RESPONDEU (%)
	Ate 30 anos	De 31 a 59 anos	Mais de 60 anos	
Capelinha	13,04	65,22	65,22	–
Couto de Magalhães de Minas	66,67	33,33	33,33	–
Diamantina	5,56	94,44	94,44	–
Felício dos Santos	–	100,00	100,00	–
Itamarandiba	–	50,00	50,00	30,00
Minas Novas	16,13	58,06	58,06	16,13
São Gonçalo do Rio Preto	28,57	42,86	42,86	14,29
Serro	9,09	72,73	72,73	9,09
Turmalina	3,57	78,57	78,57	–
Total	10,88	69,39	69,39	7,48

Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP)

Nota: Sinal convencional utilizado: – dado numérico igual a zero não resultante de arredondamento.

Quanto à formação do empresário, seguiu-se à divisão de sua escolarização formal (ensinos fundamental, médio e superior, ou 1º, 2º e 3º graus, respectivamente) e sua capacitação profissional (na área de turismo e em outras áreas), o que pode ser observado na TAB. 1.3.

Não é muito alentadora a constatação de que 36,73% dos empresários têm apenas o 1º grau de escolaridade e que somente 16,33% têm alguma capacitação na área de turismo. Mesmo assim, considera-se como positivo o fato de 56,47%, dos empresários terem escolaridade igual ou superior ao 2º grau. .

Em Diamantina verificou-se, a este respeito, situação mais promissora com apenas 5,56% tendo cursado apenas o 1º grau, enquanto 61,11% possuem 2º grau e 27,78% o 3º grau. Também em Serro e São Gonçalo do Rio Preto o percentual de empresários que possuem o 3º grau é superior a média da Área de Planejamento.

Quanto às respostas dos empresários sobre sua participação em programas de capacitação, apurou-se uma grande gama de cursos, dos quais podem-se destacar aqueles oferecidos pelo SENAC e SEBRAE nas áreas de Atendimento, Contabilidade (técnico), Gestão Hoteleira, Chefia de Cozinha, Turismo, Empreendedorismo e outras em menor quantidade.

TABELA 1.3

Origem, escolaridade e capacitação profissional dos empresários dos municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003

MUNICÍPIO	ORIGEM (%)			GRAU DE ESCOLARIDADE (%)				TREINAMENTO (%)		
	Região	Outras Regiões	Não Respondeu	1º Grau	2º Grau	3º Grau	Não Respondeu	Em Turismo	Em outras Áreas	Nenhum
Capelinha	86,96	13,04	–	39,13	34,78	17,39	8,70	21,74	34,78	43,48
Couto de Magalhães de Minas	66,67	33,33	–	66,67	33,33	–	–	0,00	0,00	100,00
Diamantina	88,89	5,56	5,56	5,56	61,11	27,78	5,56	33,33	11,11	55,56
Felício dos Santos	80,00	20,00	–	80,00	20,00	–	–	40,00	0,00	60,00
Itamarandiba	70,00	–	30,00	20,00	60,00	–	20,00	0,00	10,00	90,00
Minas Novas	90,32	6,45	3,23	54,84	29,03	9,68	6,45	9,68	16,13	74,19
São Gonçalo do Rio Preto	100,00	–	–	42,86	28,57	28,57	–	28,57	14,29	57,14
Serro	63,64	36,36	–	22,73	45,45	27,27	4,55	13,64	4,55	81,82
Turmalina	92,86	7,14	–	39,29	53,57	–	7,14	10,71	14,29	75,00
Total	84,35	12,24	3,40	36,73	42,86	13,61	6,80	16,33	14,97	68,71

Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP)

Nota: Sinal convencional utilizado: – dado numérico igual a zero não resultante de arredondamento.

1.3 Perfil da mão-de-obra empregada

O tema da qualificação de mão-de-obra é um dos mais recorrentes, estudados e debatidos no contexto da atividade turística mundial. Nos países e regiões em que a atividade turística é mais intensa, considera-se a qualificação da mão-de-obra como condição necessária e imprescindível para garantir o crescimento e a consolidação do turismo.

Quanto ao número de empregados nas empresas pesquisadas, tem-se que, dividindo o número total de empregados pelo número de estabelecimentos, ocorre uma média de 4,07 empregados/familiares por estabelecimento, o que significa tratar-se de um universo de microempresas.

Os dados sobre a qualificação da mão-de-obra vinculada com a atividade turística no Pólo do Vale do Jequitinhonha indicam que o grau de escolaridade é baixo e precário a capacitação profissional. É praticamente inexistente a capacitação na área específica do turismo.

A TAB. 1.4 informa que 51,02% da mão-de-obra empregada têm unicamente o primeiro grau de escolaridade; 38,10%, o segundo grau; e somente 0,68%, o terceiro grau. Não responderam à questão 10,20% dos participantes. Destaca-se o baixo índice de empregados com algum treinamento e/ou capacitação profissional (0,68%).

TABELA 1.4

Escolaridade e capacitação profissional das pessoas ocupadas no setor turístico dos municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003

MUNICÍPIO	ESCOLARIDADE MÉDIA DOS EMPREGADOS (FAMILIARES E NÃO FAMILIARES) (%)				CAPACITAÇÃO PROFISSIONAL (%)		
	1º grau	2º grau	3º grau	Não Respondeu	Em turismo	Em outras áreas	Nenhuma
Capelinha	39,13	52,17	–	8,70	–	4,35	95,65
Couto de Magalhães de Minas	66,67	–	–	33,33	–	–	100,00
Diamantina	44,44	55,56	–	–	16,67	5,56	77,78
Felício dos Santos	100,00	–	–	–	–	–	100,00
Itamarandiba	50,00	30,00	–	20,00	–	20,00	80,00
Minas Novas	45,16	35,48	3,23	16,13	–	3,23	96,77
São Gonçalo do Rio Preto	42,86	28,57	–	28,57	14,29	–	85,71
Serro	50,00	50,00	–	–	–	4,55	95,45
Turmalina	64,29	25,00	–	10,71	–	–	100,00
Total	51,02	38,10	0,68	10,20	2,72	4,08	93,20

Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP)

Nota: Sinal convencional utilizado: – dado numérico igual a zero não resultante de arredondamento.

A avaliação que os empresários fazem sobre a qualidade dos serviços da mão-de-obra empregada é extraordinariamente positiva, de acordo com o exibido na TAB. 2.5. Nas respostas obtidas, esta qualidade é considerada ótima por 29,66% e boa por 60,69%, já que apenas 6,90% consideraram-na regular ou deficitária. Omitiram a resposta 2,76% dos entrevistados. Esses resultados são contraditórios com os dados sobre a qualificação da mão-de-obra, evidenciando baixo nível de exigência e permitindo a formulação de hipótese segundo a qual os empresários ouvidos subestimam a importância da qualidade dos serviços prestados para o desenvolvimento de seu negócio.

TABELA 1.5

Opinião dos empresários sobre a qualidade dos serviços prestados pelos seus empregados nos municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003

MUNICÍPIO	QUALIDADE (%)				Não Respondeu (%)
	Deficitária	Regular	Boa	Ótima	
Capelinha	–	–	56,52	43,48	–
Couto de Magalhães de Minas	–	–	33,33	66,67	–
Diamantina	11,11	22,22	44,44	22,22	–
Felício dos Santos	20,00	–	40,00	40,00	–
Itamarandiba	–	–	60,00	30,00	10,00
Minas Novas	–	6,45	74,19	16,13	3,23
São Gonçalo do Rio Preto	–	–	42,86	28,57	28,57
Serro	–	5,00	75,00	20,00	–
Turmalina	–	–	60,71	39,29	–
Total	2,07	4,83	60,69	29,66	2,76

Fonte: Fundação João Pinheiro. (FJP)

Nota: Sinal convencional utilizado: – dado numérico igual a zero não resultante de arredondamento.

A inversão desta realidade constitui um dos objetivos prioritários para o desenvolvimento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha. Existem alguns processos em andamento, e o mais surpreendente no âmbito de Minas Gerais é o fato de que nos últimos anos multiplicou-se o número de cursos superiores de turismo e hotelaria. Essas centenas de jovens formados em turismo e com alto grau de qualificação certamente influenciarão positivamente, pela profissionalização do setor no estado.

Existe, no entanto, necessidade urgente de qualificar mão-de-obra de nível médio e profissionalizante, bem como de treinar pessoal auxiliar. Centenas de ofícios diversos compõem a atividade turística tradicional, e outras tantas opções nascem de uma demanda cada vez mais abrangente e diversificada. Às tradicionais funções próprias de um hotel, restaurante, agência de viagens ou companhia aérea somam-se hoje outras específicas do turismo rural, de aventura, religioso, ecoturismo ou até o chamado turismo radical, entre outras.

Alguns dados à disposição (fonte: INEP/MEC) indicam que a oferta de ensino profissionalizante e superior concentra-se em duas cidades do pólo: Diamantina, que oferece 30 cursos superiores e 11 de ensino profissionalizante, e Capelinha, com 20

curso superiores e 10 profissionalizantes. Surpreende nesses dados o alto número de cursos superiores em relação ao número de habitantes e o fato de o número de cursos superiores ser bem maior que o de cursos profissionalizantes. Outra constatação importante é que 25% dos cursos superior e profissionalizante são correlatos à atividade turística, como: Administração de Empresas, Ciências Contábeis, Geografia, Ciências Sociais, História, Comunicação Social, Artes Plásticas e Educação Física, entre os superiores, Gestão Empresarial, Contabilidade, Nutrição e Dietética e Agroindústria, entre os profissionalizantes.

A primeira resposta ao desafio de ampliar a qualificação de mão-de-obra poderá ter a sua origem nas instituições de ensino que operam nas cidades do pólo e que poderão estender a oferta acadêmica a outras áreas mais específicas, como Turismo, Hotelaria, Meio Ambiente, Gastronomia e Culinária, Artesanato e Guia Turístico.

De qualquer forma, os projetos serão mais eficazes se forem resultado e fruto de uma ação conjunta, unitária e integrada dos diversos agentes sociais que participam da atividade turística. Torna-se imprescindível para tal realizar parcerias efetivas, objetivando o comprometimento e a participação dos agentes envolvidos, como: secretarias estaduais e conselhos municipais; associações comerciais, entidades de classe, empresários e profissionais; escolas e entidades de ensino (SEBRAE, SENAC, SENAI, SESC); agências de desenvolvimento e de consultoria; ONGs; e lideranças locais. As parcerias e colaborações incluem a co-responsabilidade na indicação dos recursos necessários para financiar as atividades de formação e qualificação. Quanto mais abrangente for o quadro de colaboradores, maiores serão as garantias de sucesso.

1.4 Aspectos do meio ambiente

A análise das TAB. 1.6 e 1.7 indicam interesse dos empresários pela problemática ambiental em geral e a ordem de prioridade entre as diversas atividades importantes associadas a este tema.

As respostas às indagações sobre o interesse do empresário pela problemática ambiental no seu município são bastante enfáticas: 78,24% afirmam ter interesse muito grande; 11,56%, regular; e 3,40%, pequeno ou nenhum interesse. Omitiram sua resposta 6,80% dos entrevistados. Este é, sem dúvida, um dado importante, que servirá de base para campanhas e ações de preservação do meio ambiente.

TABELA 1.6

Interesse pelos problemas ambientais manifestado pelos empresários dos municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003

MUNICÍPIO	INTERESSE (%)				Não Respondeu (%)
	Muito Grande	Regular	Pequeno	Nenhum	
Capelinha	86,96	13,04	–	–	–
Couto de Magalhães de Minas	100,00	–	–	–	–
Diamantina	77,78	16,67	5,56	–	–
Felício dos Santos	60,00	–	40,00	–	–
Itamarandiba	10,00	50,00	–	10,00	30,00
Minas Novas	90,32	3,23	–	–	6,45
São Gonçalo do Rio Preto	28,57	–	–	14,29	57,14
Serro	81,82	18,18	–	–	–
Turmalina	92,86	3,57	–	–	3,57
Total	78,23	11,56	2,04	1,36	6,80

Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP)

Nota: Sinal convencional utilizado: – dado numérico igual a zero não resultante de arredondamento.

A TAB. 1.7 mostra que as três opções mais relevantes foram: tratamento e reciclagem do lixo; ampliação da rede de esgoto; e despoluição de córregos e rios. A preservação dos recursos naturais, reconhecidamente um objetivo básico, vem somente em 4.º lugar, com 12,87% da preferência, estando em 5.º lugar, com 8,58%, a melhoria do abastecimento de água. O cuidado de jardins e árvores na zona urbana tem o inexpressivo percentual de 1,35% entre as diversas opções, resultado que deve ter sua explicação na pouca densidade urbana e na integração no meio natural/rural da região em estudo. Omitiram sua resposta 8,80% dos empresários.

O fato de 47,86% dos empresários priorizarem, em conjunto, as atividades de tratamento e reciclagem do lixo e ampliação da rede de esgoto, problemática mais própria de concentrações urbanas, evidencia que se trata de aspectos que afetam cotidianamente a qualidade de vida das comunidades locais. A terceira colocação atribuída à despoluição de córregos e rios pode ter sua explicação no fato de que a poluição, além de constituir um dos sinais mais evidentes da deterioração do meio ambiente, atinge negativamente a produção rural.

Além da lista de prioridades oferecida no questionário, os empresários apontaram problemas que devem ser considerados, tendo em vista o grande volume de concordância nas respostas abertas sobre a questão. A maioria dos problemas listados por iniciativa dos pesquisados como prioritários não está diretamente relacionada à questão ambiental, está na área de infra-estrutura: pavimentação urbana e das vias de acesso aos atrativos; eletrificação rural; cobertura para telefonia celular; aumento do número de áreas de lazer (principalmente de praças arborizadas); criação de agências bancárias da Caixa Econômica Federal (onde ainda não existem), outras se referem à conscientização da população e dos turistas quanto à conservação do patrimônio histórico local; desenvolvimento do ecoturismo; maior divulgação dos municípios e seus atrativos; ampliação da rede de ensino superior; geração de empregos e melhoria das instalações das rodoviárias.

Mesmo sem ter idéias muito claras sobre a complexidade da problemática do meio ambiente, é evidente que esta realidade é percebida pelo empresariado como algo realmente importante. Este poderia ser um dos pontos para a implementação do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável na região.

TABELA 1.7

Atividades mencionadas como prioritárias, por ordem de importância, pelos empresários dos municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003

ORDEM	ATIVIDADES PRIORITÁRIAS	NÚMERO DE INDICAÇÕES	
		ABS.	%
1ª	Tratamento e reciclagem do lixo	107	24,16
2ª	Ampliação da rede de esgoto	105	23,70
3ª	Despoluição de córregos e rios	85	19,19
4ª	Preservação dos recursos naturais	57	12,87
5ª	Melhorias no abastecimento de água	38	8,58
6ª	Outras / vários	06	1,35
7ª	Cuidado de jardins e árvores na zona urbana	06	1,35
8ª	Não Respondeu	39	8,80
Total		443	100,00

Fonte: Dados básicos: Fundação João Pinheiro (FJP)

Elaboração: Setenio Comunicação S/C Ltda.

Nota: Sinal convencional utilizado: – dado numérico igual a zero não resultante de arredondamento.

1.5 Associativismo empresarial

No questionário aplicado, o tema do associativismo empresarial é pesquisado nos três primeiros subitens do item 12. Indaga-se sobre a existência de associações empresariais em cada município; o grau de participação dos empresários, e os benefícios que elas proporcionam. Os resultados revelam um quadro sombrio do associativismo empresarial no Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha; 67,83% dos empresários entrevistados (TAB. 1.8) afirmam que elas existem, ao passo que 26,57% manifestam desconhecimento de tais associações em seus municípios.

Couto de Magalhães de Minas, Felício dos Santos e São Gonçalo do Rio Preto apontam que não há conhecimento algum de tais associações entre os empresários pesquisados.

TABELA 1.8

Informações dos empresários sobre a existência de associações empresariais nos municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha Minas Gerais – 2003

MUNICÍPIO	EXISTÊNCIA DE ASSOCIAÇÕES EMPRESARIAIS (%)		
	SIM	NÃO	NÃO RESPONDEU
Capelinha	82,61	17,39	–
Couto de Magalhães de Minas	–	100,00	–
Diamantina	66,67	27,78	5,56
Felício dos Santos	–	60,00	40,00
Itamarandiba	11,11	66,67	22,22
São Gonçalo do Rio Preto	–	71,43	28,57
Serro	68,42	31,58	–
Turmalina	89,29	10,71	–
Total	67,83	26,57	5,59

Fonte: Fundação João Pinheiro (fjp)

Nota: Sinal convencional utilizado: – dado numérico igual a zero não resultante de arredondamento.

Em relação à participação dos empresários entrevistados em suas associações de classe, 16,33% apontam uma participação ativa e 28,57%, pequena participação. Os 23,13% dizem que não participam e 31,97% não responderam.

TABELA 1.9

Nível de participação dos empresários em suas associações de classe nos municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha– Minas Gerais – 2003

MUNICÍPIO	NÍVEL DE PARTICIPAÇÃO (%)			
	Ativa	Pequena	Inexistente	Não Respondeu
Capelinha	17,39	34,78	17,39	30,43
Couto de Magalhães de Minas	–	–	–	100,00
Diamantina	44,44	11,11	11,11	33,33
Felício dos Santos	–	–	–	100,00
Itamarandiba	10,00	–	–	90,00
Minas Novas	3,23	38,71	41,94	16,13
São Gonçalo do Rio Preto	–	–	–	100,00
Serro	40,91	22,73	13,64	22,73
Turmalina	3,57	53,57	42,86	–
Total	16,33	28,57	23,13	31,97

Fonte: Fundação João Pinheiro

Nota: Sinal convencional utilizado: – dado numérico igual a zero não resultante de arredondamento.

Quanto à percepção de benefícios gerados pelos serviços prestados pelas associações empresariais (TAB. 1.10), vê-se que 20,41% acreditam que as atividades de suas empresas foram muito beneficiadas pelos serviços de suas associações; 29,93%, que foi pouco importante o benefício percebido; e 29,25%, que não houve nenhum benefício gerado. No caso dos municípios de Felício dos Santos e São Gonçalo do Rio Preto, apesar de desconhecerem a existência de associações nestes municípios, alguns entrevistados avaliaram os benefícios decorrentes dos serviços prestados pelas associações.

TABELA 1.10

Opinião dos empresários sobre a importância para as empresas dos benefícios decorrentes dos serviços prestados pelas associações da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003

MUNICÍPIO	Importância dos Benefícios (%)			
	Muito	Pouco	Nada	Não Respondeu
Capelinha	34,78	21,74	21,74	21,74
Couto de Magalhães de Minas	–	–	–	100,00
Diamantina	22,22	44,44	16,67	16,67
Felício dos Santos	20,00	–	20,00	60,00
Itamarandiba	20,00	–	30,00	50,00
Minas Novas	3,23	35,48	45,16	16,13
São Gonçalo do Rio Preto	57,14	0,00	–	42,86
Serro	40,91	27,27	22,73	9,09
Turmalina	3,57	50,00	42,86	3,57
Total	20,41	29,93	29,25	20,41

Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP)

Nota: Sinal convencional utilizado: – dado numérico igual a zero não resultante de arredondamento.

Finalmente, quando questionados sobre a importância do fortalecimento do associativismo para melhorar a atividade empresarial da região (TAB. 1.11), pode-se verificar que 54,43% dos empresários acham muito importante o fortalecimento do associativismo; 24,49%, apenas importante; e 9,52%, pouco importante.

As respostas revelam uma mudança radical no conceito dos empresários: o associativismo atual, praticamente inexistente e ineficaz, se fortalecido poderá se tornar um elemento dinamizador do desenvolvimento da atividade empresarial.

TABELA 1.11

Opinião dos empresários sobre a importância do fortalecimento do associativismo para melhoria do desempenho de sua atividade empresarial na Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003

MUNICÍPIO	IMPORTÂNCIA DO ASSOCIATIVISMO (%)			
	Muito Importante	Importante	Pouco Importante	Não Respondeu
Capelinha	78,26	8,69	8,69	4,35
Couto de Magalhães de Minas	66,67	–	–	33,33
Diamantina	61,11	27,78	–	11,11
Felício dos Santos	–	40,00	20,00	40,00
Itamarandiba	10,00	40,00	10,00	40,00
Minas Novas	35,49	45,16	9,67	9,68
São Gonçalo do Rio Preto	28,57	42,86	–	28,57
Serro	72,73	4,55	13,64	9,09
Turmalina	67,86	17,86	14,29	–
Total	54,43	24,49	9,52	11,56

Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP)

Nota: Sinal convencional utilizado: – dado numérico igual a zero não resultante de arredondamento.

Esses últimos dados confirmam a existência de uma mentalidade positiva, que será de grande importância para a elaboração e implantação do PDITS do Vale do Jequitinhonha. As respostas em aberto ao item 12.4 do questionário aplicado confirmam esta visão positiva do grande benefício que poderá advir do fortalecimento do associativismo empresarial.

Estão listados os maiores benefícios esperados por ordem decrescente de frequência.

- convênios de saúde;
- desenvolvimento (em turismo, municipal, regional, social);
- acesso mais amplo e mais fácil ao crédito;

- maior divulgação (de eventos e das empresas);
- ampliação do calendário de eventos do município e da região;
- promoção da qualificação da mão-de-obra;
- acesso ao Sistema de Proteção ao Crédito (SPC);
- aumento no fluxo de turistas para a região;
- aumento do número de postos de trabalho;
- melhoria na qualidade dos serviços, do atendimento e dos produtos;
- campanhas de conscientização da população e dos turistas quanto à preservação do meio ambiente e do comportamento civilizado;
- melhorias na infra-estrutura da região;
- aumento de parcerias público-privadas (PPPs);
- maior acesso a bens de capital;
- aumento da concorrência e redução de preços;
- desburocratização do processo de associação;
- melhoria dos transportes de pessoas e de mercadorias;
- redução dos custos de produção;
- industrialização;
- promoção da educação formal;
- ampliação dos negócios já instalados; e
- possibilidade de exportação de produtos da região.

As respostas do empresariado a esse item da pesquisa indicam a confiança e crença que têm no associativismo, na parceria, na colaboração, na integração de esforços, na interação dos agentes e na participação solidária de toda a comunidade. Este é o recurso mais valioso em todo o processo de desenvolvimento.

1.6 Articulação entre os setores público e privado

A eficácia e sucesso nos processos de desenvolvimento do turismo estão, em parte, relacionada com a capacidade dos agentes envolvidos de organizar e gerenciar com competência a diversidade de ações, relações e interdependências.

No Brasil existem vários órgãos públicos de administração de turismo: a EMBRATUR, no âmbito federal; os Conselhos Estaduais de Turismo, no âmbito estadual; e os Conselhos Municipais de Turismo, no âmbito municipal. Em teoria, estes deveriam ser os órgãos da articulação entre o setor público e o setor privado. A composição dos conselhos, que inclui a participação de entidades representativas do setor privado, confirma esta intenção. Na prática, estes órgãos estão longe de atingir o objetivo da articulação efetiva entre os setores envolvidos.

A pesquisa realizada nos municípios do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha mostra dados desalentadores, à época do levantamento, em relação à presença e eficácia dos COMTUR, instância local de articulação. Com exceção de Diamantina, onde se manifesta certa importância, os CONTUR não tem relevância nos demais municípios.

TABELA 1.12

Opinião dos empresários sobre o grau de eficácia do conselho municipal de turismo dos municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003

MUNICÍPIO (1)	GRAU DE EFICÁCIA			Não Respondeu (1)
	Alto	Médio	Baixo	
Capelinha	–	–	–	–
Couto de Magalhães de Minas	–	66,67	–	33,33
Diamantina	–	33,33	66,67	–
Felício dos Santos	–	–	–	–
Itamarandiba	–	–	–	100,00
Minas Novas	–	–	–	–
São Gonçalo do Rio Preto	–	–	14,29	85,71
Serro	4,55	4,55	40,91	50,00
Turmalina	–	–	–	–
Total	1,67	15,00	36,67	46,67

Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP)

Nota: Sinal convencional utilizado: – dado numérico igual a zero não resultante de arredondamento.

(1) Todas as omissões referem-se aos empresários que desconhecem o órgão (COMTUR) em seus municípios.

As funções e atribuições dos COMTUR referem-se fundamentalmente ao processo de formulação e acompanhamento de políticas públicas para o desenvolvimento e expansão do turismo no município. Na prática, porém, a atividade desses conselhos depende do perfil do grupo que o integra e da realidade política local. Enquanto em alguns municípios torna-se o motor de desenvolvimento do turismo local, em outros se caracteriza como órgão meramente político, sem qualquer atividade operativa. Mesmo assim, é absolutamente imprescindível a existência de algum órgão ou entidade que efetive a articulação entre os setores público e privado. Caso contrário não existiria a possibilidade de se concretizar qualquer plano efetivo de desenvolvimento do turismo.

Com o objetivo de complementação de ações, de negociação de co-responsabilidades evitando superposições, conflitos e de assegurar o protagonismo dos atores sociais envolvidos, é recomendável implementar ações voltadas para criação, redimensionamento e dinamização de COMTUR, criação das agências municipais de desenvolvimento turístico ou outros arranjos institucionais voltados para a negociação de co-responsabilidades.

Em qualquer hipótese, é importante ao definir a estratégia institucional a ser adotada atentar para as características desejáveis das políticas públicas de turismo:

- publicamente definidas e assumidas como de interesse geral; portanto, defendidas nos diversos níveis institucionais.
- consensuais, fruto de acordos entre administração e instituições públicas, associações empresariais, sindicatos e agentes sociais e comunitários.
- aplicadas de forma unitária em todos os níveis territoriais e administrativos: municipal, regional, estadual e nacional (no caso da União Européia, em todos os países membros).
- coerente com a legislação normativa em todos os níveis: assim, uma norma municipal não poderá nunca contradizer outra de âmbito estadual, e assim sucessivamente.
- pensadas para longo prazo, com sistemas de avaliação contínua.
- Independentemente do poder político partidário, as mudanças de governo não alteram as políticas públicas previamente definidas.

- favorecer e incentivar a interação entre o setor público e a iniciativa privada.
- utilizar diversas fontes de recurso para garantir a implementação das políticas públicas e a execução dos planos estratégicos de desenvolvimento do turismo.
- formuladas a partir da realidade local, do estado, do País. E buscar a colaboração e a participação dos cidadãos, aspectos essenciais para o desenvolvimento do turismo.

1.7 Problemática empresarial

Este item abrange questões relativas a abastecimento das empresas da região; promoção e comercialização do produto; rentabilidade, recursos e investimentos e implantação de sistemas de qualidade.

Como observação prévia, cabe salientar que o diagnóstico aborda um setor empresarial muito reduzido na sua atividade e limitado geograficamente aos municípios do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha.

TABELA 1.13

Grau de dificuldade para abastecimento dos empreendimentos na localidade e vizinhança, segundo os empresários dos municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003

MUNICÍPIO	ABASTECIMENTO (%)			NÃO RESPONDEU (%)
	Fácil	Problemático	Difícil	
Capelinha	26,09	65,22	–	8,70
Couto de Magalhães de Minas	66,67	33,33	–	–
Diamantina	83,33	11,11	5,56	–
Felício dos Santos	40,00	20,00	40,00	–
Itamarandiba	50,00	10,00	–	40,00
Minas Novas	32,26	67,74	–	–
São Gonçalo do Rio Preto	28,57	42,86	–	28,57
Serro	54,55	36,36	4,55	4,55
Turmalina	42,86	57,14	–	–
Total	44,90	46,26	2,72	6,12

Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP)

Nota: Sinal convencional utilizado: – dado numérico igual a zero não resultante de arredondamento.

O abastecimento necessário para desenvolver o negócio na própria localidade ou na vizinhança é considerado problemático por 46,26% e difícil por 2,72%, contra 44,90% daqueles que o consideram fácil. Omitiram sua resposta 6,12%.

Numa avaliação por município entre os cinco maiores, o abastecimento é considerado fácil em Diamantina e Serro, e problemático ou difícil em Capelinha, Minas Novas e Turmalina. Nos municípios restantes, é considerado fácil em Couto de Magalhães de Minas e Itamarandiba, e problemático ou difícil em Felício dos Santos e São Gonçalo do Rio Preto.

As respostas à indagação aberta sobre os principais problemas do abastecimento fazem referência especial aos preços de alimentos e bebidas, em geral, e, especificamente, em produtos hortifrutigrangeiros e carnes. Existem várias referências à longa distância da CEASA de Belo Horizonte.

Na resposta à indagação sobre a comercialização de produtos de empresas turísticas, constata-se que apenas 20,41% estão integradas às redes de comercialização do produto turístico, contra 79,59% que não estão. Este resultado evidencia a pouca importância do turismo na região (TAB. 1.14).

Como exceção aparece Diamantina, onde 77,78% dos empresários respondem afirmativamente, e Serro, 45,45%. Nestes casos, pode-se interpretar que se trata do produto vinculado ao turismo receptivo destes municípios, que é comercializado com a participação de empresa turísticas de fora. No lado oposto estão os municípios de Capelinha, Minas Novas e Turmalina, onde 95,65%, 93,55% e 92,86%, respectivamente, dos empresários locais respondem negativamente à questão da comercialização de produtos de empresas turísticas localizadas fora da região.

Na resposta ao item sobre a avaliação das relações operativas com tais empresas, 81,48% as consideram boas; 14,81%, regulares; e 3,70%, insatisfatórias. Os 100% dos empresários de Diamantina e 85% dos empresários de Serro que comercializam produtos de empresas turísticas de fora consideram boas suas relações operativas.

TABELA 1.14

Opinião dos empresários sobre a comercialização de produtos de empresas turísticas localizadas fora da região nos municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003

MUNICÍPIO	COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS DE EMPRESAS TURÍSTICAS DE FORA, PELA EMPRESA PESQUISADA (%)				
	Sim	Não	Qualidade das Relações		
			Boa	Regular	Insatisfatória
Capelinha	4,35	95,65	–	100,00	–
Couto de Magalhães de Minas	–	100,00	–	–	–
Diamantina	77,78	22,22	100,00	–	–
Felício dos Santos	20,00	80,00	100,00	–	–
Itamarandiba	–	100,00	–	–	–
Minas Novas	6,45	93,55	–	100,00	–
São Gonçalo do Rio Preto	–	100,00	–	–	–
Serro	45,45	54,55	85,71	14,29	–
Turmalina	7,14	92,86	50,00	–	50,00
Total	20,41	79,59	81,48	14,81	3,70

Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP)

Nota: Sinal convencional utilizado: – dado numérico igual a zero não resultante de arredondamento.

A análise evidencia que o universo da atividade turística no Vale do Jequitinhonha é muito reduzido e pouco significativo, a não ser nos setores da alimentação e hospedagem, que constituem suporte ao fluxo turístico atual, com uma maior expressão unicamente em Diamantina e Serro.

Mesmo assim, a avaliação que os empresários fazem sobre a comercialização de seus produtos é considerada “boa”.

TABELA 1.15

Avaliação pelos empresários sobre o seu empreendimento como negócio nos municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003

MUNICÍPIO	AVALIAÇÃO (%)			Não Respondeu (%)
	Bom	Regular	Insatisfatório	
Capelinha	56,52	39,13	–	4,35
Couto de Magalhães de Minas	66,67	33,33	–	–
Diamantina	61,11	27,78	11,11	–
Felício dos Santos	40,00	60,00	–	–
Itamarandiba	30,00	30,00	10,00	30,00
Minas Novas	41,94	41,94	3,23	12,90
São Gonçalo do Rio Preto	42,86	–	14,29	42,86
Serro	40,91	40,91	13,64	4,55
Turmalina	53,57	42,86	–	3,57
Total	48,30	37,41	5,44	8,84

Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP)

Nota: Sinal convencional utilizado: – dado numérico igual a zero não resultante de arredondamento.

TABELA 1.16

Avaliação pelos empresários pesquisados sobre a comercialização dos produtos de seu empreendimento nos municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003

MUNICÍPIO	AVALIAÇÃO (%)			Não Respondeu (%)
	Boa	Regular	Deficiente	
Capelinha	78,26	8,70	–	13,04
Couto de Magalhães de Minas	100,00	–	–	–
Diamantina	66,67	33,33	–	–
Felício dos Santos	60,00	20,00	20,00	–
Itamarandiba	50,00	–	–	50,00
Minas Novas	64,52	19,35	–	16,13
São Gonçalo do Rio Preto	42,86	28,57	–	28,57
Serro	68,18	18,18	9,09	4,55
Turmalina	82,14	17,86	–	–
Total	69,39	17,69	2,04	10,88

Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP)

Nota: Sinal convencional utilizado: – dado numérico igual a zero não resultante de arredondamento.

Se cruzarem os dados da TAB. 1.15, sobre a apreciação que o empresariado faz dos resultados do seu negócio, com os da TAB. 1.16, sobre a comercialização de seus

produtos, constata-se uma apreciável diferença entre o que considera uma boa comercialização do produto (69,39%) e o que define como bom negócio (48,30%). Uma boa comercialização, por si só, não garante bons negócios.

Em relação à promoção e propaganda dos produtos, de acordo com a TAB. 1.17, 71,33% dos empresários confirmam fazer algum tipo de propaganda e 21,68% respondem negativamente. Dentre os empresários que responderam afirmativamente, 45,45% fazem propaganda em rádio, 15,38% em folheto; 13,29%, em jornal; e apenas 2,10% utilizam a televisão. No entanto, 21,68% empregam outros tipos de propaganda, como *internet*, boca-a-boca, *outdoors*, carros de som, faixas em eventos, promoções etc.

TABELA 1.17

Meios de propaganda utilizados pelos empresários para divulgação de seu negócio nos municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003

MUNICÍPIO	MEIOS DE PROPAGANDA (%)					Não Faz Propaganda (%)	Não Respondeu (%)
	Televisão	Rádio	Jornal	Folhetos	Outros		
Capelinha	–	47,83	17,39	8,70	8,70	26,09	4,35
Couto de Magalhães de Minas	33,33	66,67	–	–	–	33,33	–
Diamantina	–	27,78	22,22	50,00	72,22	11,11	–
Felício dos Santos	20,00	–	20,00	20,00	20,00	40,00	–
Itamarandiba	–	55,56	11,11	11,11	33,33	22,22	11,11
Minas Novas	–	48,39	9,68	–	–	25,81	16,13
São Gonçalo do Rio Preto	–	42,86	–	–	–	28,57	28,57
Serro	–	31,58	5,26	36,84	31,58	31,58	–
Turmalina	3,57	64,29	17,86	7,14	21,43	7,14	3,57
Total	2,10	45,45	13,29	15,38	21,68	21,68	6,99

Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP)

Nota: Sinal convencional utilizado: – dado numérico igual a zero não resultante de arredondamento.

Observa-se a predominância de rádio local como o veículo mais utilizado tanto pelo conjunto de empresários pesquisados quanto em cada município, exceto em Diamantina, Serro e Felício dos Santos. Em Diamantina, 72,22% utilizam outros

veículos com destaque para *Internet No Serro* e *Felício dos Santos* é significativo o percentual dos que *Osman o folheto*.

No caso de publicidade por meio de rádio e jornal, no geral há referência expressa ao uso de veículos locais. A abrangência apenas regional ou local das ações de divulgação e propaganda empreendidas são pouco eficazes para atingir o público-alvo se a pretensão for desenvolver o turismo em nível nacional.

1.8 Rentabilidade, recursos e investimentos

Neste item, fazem-se duas indagações importantes: sobre a intenção dos empresários de realizarem melhorias e/ou novos empreendimentos na sua área; e sobre a expectativa deles com a chegada de investimentos de fora para o desenvolvimento turístico local. Na primeira questão, indaga-se ainda sobre os prazos e a origem dos recursos.

Entre os empresários pesquisados 90,21% declararam a intenção de realizar melhorias ou novos empreendimentos na sua área (TAB. 1.18), sendo 16,08% em curto prazo; 65,73%, em médio prazo; e só 7,69% pensam no longo prazo. Acrescente-se que 9,79% não pretendem fazer investimentos.

TABELA 1.18

Intenção dos empresários de realizar melhorias e/ou novos empreendimentos nos municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003

MUNICÍPIO	Sim (%)	Não (%)	Não Respondeu (%)	PRAZO PARA MELHORIAS (%)		
				Curto prazo	Médio prazo	Longo prazo
Capelinha	95,65	4,35	–	21,74	69,57	4,35
Couto de Magalhães de Minas	100,00	–	–	0,00	66,67	33,33
Diamantina	83,33	16,67	–	33,33	44,44	5,56
Felício dos Santos	100,00	–	–	20,00	20,00	60,00
Itamarandiba	66,67	22,22	11,11	11,11	33,33	22,22
Minas Novas	100,00	–	–	3,23	96,77	0,00
São Gonçalo do Rio Preto	71,43	28,57	–	42,86	28,57	0,00
Serro	68,42	31,58	–	26,32	26,32	15,79
Turmalina	100,00	–	–	3,57	96,43	0,00
Total	90,21	9,79	0,70	16,08	65,73	7,69

Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP)

Nota: Sinal convencional utilizado: – dado numérico igual a zero não resultante de arredondamento.

Na resposta ao item 5.1.2 (TAB. 119), sobre a origem dos recursos para novos investimentos, surpreendem os casos dos municípios onde a maioria dos empresários não pretende utilizar recursos de terceiros: Diamantina, Felício dos Santos, Itamarandiba e Serro.

No entanto, os resultados gerais da área de planejamento apresentam tendência oposta: 61,11% dos empresários que pretendem investir afirmam a intenção de efetuar financiamento, e 38,69% que o farão apenas com recursos próprios. Se somar o percentual dos que não manifestam intenção de investir (9,79%) aos que declaram aplicar recursos próprios, pode-se deduzir que aproximadamente 50% não pretendem utilizar financiamento.

TABELA 1.19

Fonte de recursos, a serem utilizados para a realização de melhorias/novos empreendimentos nos municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003

MUNICÍPIO	FONTE DE RECURSOS (%)	
	Próprios	Terceiros
Capelinha	36,36	63,64
Couto de Magalhães de Minas	33,33	66,67
Diamantina	60,00	40,00
Felício dos Santos	80,00	20,00
Itamarandiba	66,67	11,11
Minas Novas	19,35	80,65
São Gonçalo do Rio Preto	40,00	60,00
Serro	69,23	15,38
Turmalina	14,29	82,14
Total	38,89	61,11

Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP)

Nota: Sinal convencional utilizado: – dado numérico igual a zero não resultante de arredondamento.

A expectativa para atrair investimentos de fora, como se pode observar pela TAB. 1.20, é muito grande para 61,22% dos empresários entrevistados; grande para 20,41%; regular para 2,04%; e inexistente para 5,44%. Omitiram resposta 10,88%.

Esses resultados indicam com toda clareza à vontade dos empresários da região de realizarem melhorias e novos empreendimentos em curto e médio prazo, e uma excelente expectativa de atrair investimentos de fora.

Este quadro francamente positivo deverá servir de base para as entidades bancárias na elaboração e promoção dos seus planos creditícios para investimento na área.

TABELA 1.20

Expectativa dos empresários pesquisados quanto à atração de investimentos externos à região para desenvolver o turismo nos municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003

MUNICÍPIO	EXPECTATIVA (%)				Não Respondeu (%)
	Muito grande	Grande	Regular	Inexistente	
Capelinha	69,57	17,39	–	–	13,04
Couto de Magalhães de Minas	33,33	66,67	–	–	–
Diamantina	38,89	44,44	5,56	5,56	5,56
Felício dos Santos	40,00	20,00	–	40,00	–
Itamarandiba	10,00	30,00	–	20,00	40,00
Minas Novas	90,32	3,23	–	–	6,45
São Gonçalo do Rio Preto	14,29	42,86	–	14,29	28,57
Serro	45,45	31,82	–	9,09	13,64
Turmalina	85,71	3,57	7,14	–	3,57
Total	61,22	20,41	2,04	5,44	10,88

Fonte: Fundação João Pinheiro.

Nota: – Sinal convencional utilizado: – dado numérico igual a zero não resultante de arredondamento.

Na avaliação que os empresários fazem sobre a rentabilidade do seu negócio, mais da metade considera que ela é boa. Esta avaliação positiva de confiança no seu negócio atual fundamenta a vontade de prosseguir para crescer no futuro.

O tema dos recursos e dos investimentos é uma chave para o planejamento e a execução de qualquer atividade, incluindo a turística. É impossível realizar qualquer projeto ou plano de desenvolvimento turístico sem o aporte dos recursos financeiros e humanos necessários à sua execução. Cabe salientar que o investimento em projetos turísticos é considerado mais rentável do que o investimento em outras áreas de atividade. Os empresários do Vale do Jequitinhonha têm conceitos claros a esse respeito. Além de reconhecerem a necessidade da aplicação de recursos e investimentos para o desenvolvimento em geral da atividade turística, 90,21% deles manifestam sua intenção de realizar melhorias na sua área e novos empreendimentos.

Fica clara a predisposição do empresariado para contribuir com recursos próprios em projetos que, entendem, deverão contar também com recursos e investimentos de terceiros. A expectativa sobre a possibilidade de serem atraídos recursos e

investimentos de fora é considerada “grande” para mais de 80% dos empresários. Deverão ser, portanto, projetos realizados num esquema de ampla parceria, com oferta de linhas de crédito acessíveis ao setor privado da região. Na eficácia destas parcerias repousa a garantia do sucesso.

TABELA 1.21

Áreas preferenciais para investimentos, segundo os empresários dos municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003

MUNICÍPIO	ÁREAS PREFERENCIAIS (%)							Não Respondeu (%)
	Hospedagem	Lazer	Alimentação	Agência de viagens	Transporte turístico	Artesanato	Outras	
Capelinha	23,08	–	11,54	23,08	34,62	–	7,69	8,70
Couto de Magalhães de Minas	33,33	–	16,67	–	50,00	–	–	–
Diamantina	42,86	5,71	5,71	2,86	25,71	11,43	5,71	–
Felício dos Santos	25,00	12,50	25,00	–	25,00	12,50	–	–
Itamarandiba	12,50	12,50	12,50	–	25,00	12,50	25,00	40,00
Minas Novas	11,11	–	2,78	13,89	47,22	2,78	22,22	3,23
São Gonçalo do Rio Preto	57,14	–	14,29	–	28,57	–	–	28,57
Serro	45,45	–	–	–	30,30	18,18	6,06	4,55
Turmalina	22,22	5,56	–	5,56	33,33	19,44	13,89	–
Total	29,23	3,08	5,64	7,18	33,85	10,26	10,77	6,80

Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP)

Nota: Sinal convencional utilizado: – dado numérico igual a zero não resultante de arredondamento.

A oferta cada vez mais abrangente e qualificada de equipamentos e serviços e a maior adequação possível às exigências e gastos do turismo estão entre os principais elementos dinamizadores da demanda turística.

Verifica-se que a área mais atraente para o conjunto dos empresários é a de transporte turístico (33,85%), seguida por hospedagem (29,23%). Já a análise por município revela situação diferenciada, no caso de Diamantina, São Gonçalo do Rio Preto e Serro, onde a área mais indicada para investimento foi a de hospedagem. Lamentavelmente as áreas de lazer, artesanato e agências de viagem não estão entre as mais citadas para novos investimentos, apesar de a insuficiência de sua oferta constituir dificuldade para o desenvolvimento do turismo.

Partindo-se da análise dos dados, nos quais a oferta de alimentação conta com o maior número de estabelecimentos, deve-se salientar a grande importância que poderá ter no desenvolvimento turístico do pólo uma oferta cada vez mais ampla e qualificada da culinária e gastronomia regional.

1.9 Implantação de sistemas de qualidade

Neste item, há duas questões importantes: a implantação de sistemas de qualidade na empresa; e a avaliação que o próprio empresário faz dos serviços prestados por sua empresa. São questões importantes para definir o perfil das empresas vinculadas à atividade turística no Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha.

Os resultados sobre a implantação de sistemas de qualidade na empresa, independentemente das respostas afirmativas ou negativas, oferecem um dado: o empresário tem percepção da importância da qualidade para o desempenho empresarial global. Poucos temas têm sido tão estudados e debatidos no universo empresarial como o da qualidade e dos sistemas de avaliação e controle da qualidade.

Ainda que 53,06% dos empresários tenham respondido negativamente à indagação sobre a implantação na empresa de algum sistema de avaliação e controle de qualidade, surpreendente o percentual de 46,94% de respostas positivas, conforme o exposto na TAB. 1.22.

TABELA 1.22

Existência de sistema de qualidade implantado e avaliação sobre a qualidade dos serviços que prestam, segundo os empresários – municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003

MUNICÍPIO	SISTEMA DE QUALIDADE IMPLANTADO (%)		AUTO AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS PRESTADOS PELA EMPRESA (%)				
	Sim	Não	Muito boa	Boa	Regular	Melhorável	Não Respondeu
Capelinha	47,83	52,17	56,52	30,43	4,35	–	8,70
Couto de Magalhães de Minas	33,33	66,67	33,33	–	–	33,33	33,33
Diamantina	83,33	16,67	44,44	44,44	–	11,11	–
Felício dos Santos	–	100,00	–	–	60,00	40,00	–
Itamarandiba	30,00	70,00	10,00	50,00	–	–	40,00
Minas Novas	29,03	70,97	19,35	70,97	3,23	–	6,45
São Gonçalo do Rio Preto	14,29	85,71	14,29	14,29	–	42,86	28,57
Serro	90,91	9,09	36,36	63,64	–	–	–
Turmalina	32,14	67,86	42,86	50,00	–	3,57	3,57
Total	46,94	53,06	34,01	48,30	3,40	6,12	8,16

Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP)

Nota: Sinal convencional utilizado: – dado numérico igual a zero não resultante de arredondamento.

A percepção que o empresário tem sobre a qualidade dos serviços prestados por sua empresa é francamente positiva (82,81%). Destes, 34,01% a consideram muito boa e 48,30%, boa. Somente 9,52% a consideram regular ou melhorável. Constituem exceção os empresários dos municípios de Couto de Magalhães de Minas, Felício dos Santos e São Gonçalo do Rio Preto, mais de um terço destes considera a qualidade dos serviços prestados abaixo de regular.

Estes dados contrastam com a análise apresentada no item Qualidade e Oferta de Alojamentos e Outros Equipamentos Turísticos e com a observação dos pesquisadores que aplicaram o questionário, que destacam a necessidade, na maioria dos casos, de melhorias na qualidade dos serviços prestados.

Diante desta coincidência, cabe formular as seguintes perguntas:

a) será que esta percepção reflete baixo nível de exigência quanto à qualidade dos serviços ou mesmo pouca informação sobre atributos que determinam a satisfação da clientela (turistas)?

b) o empresariado tem uma percepção clara sobre os requisitos do processo de implantação de sistemas de qualidade, e sua importância para o desenvolvimento, à rentabilidade e a sustentabilidade de sua empresa?

c) na concepção e mentalidade dos empresários pode existir uma boa qualidade da prestação de serviços pela empresa independentemente de terem sido implantados ou não sistemas específicos de qualidade?

Em qualquer caso, fica aberto um amplo caminho para a melhoria dos níveis de qualidade nas empresas.

No universo turístico, o tema da qualidade e o dos sistemas de qualidade ocupam um lugar de destaque tanto na área de estudo e pesquisa científica quanto no desenvolvimento de múltiplas experiências práticas, algumas de âmbito mundial, como as patrocinadas pela Organização Mundial do Turismo, e outras de âmbito nacional ou regional. Pode-se citar como exemplo a experiência que há anos vem realizando a Espanha, por intermédio do Plan Integral de la Calidad del Turismo Español”, que desenvolve os chamados “Projetos Modelos de Gestão Integral da Qualidade em Destino”. O modelo é testados em destinos turísticos-piloto, previamente selecionados, representativos das diferentes tipologias de turismo, para garantir a sua aplicabilidade a qualquer destino. O destino turístico escolhido para uma experiência-piloto pode ser uma região, um município, uma cidade ou, até, uma atividade turística específica (turismo de aventura, rural, científico, religioso etc.).

O turismo é uma atividade econômica transversal, capaz de gerar, pelo seu efeito multiplicador, emprego, renda e desenvolvimento nas comunidades locais, tanto nos setores tradicionalmente turísticos como em todos aqueles que prestam algum serviço ao visitante (comércio, lazer, atendimento médico, serviços bancários, igrejas, transporte urbano etc.). Isto exige motivação e colaboração de todos os agentes públicos (infra-estrutura, limpeza, segurança etc.) e privados. O objetivo é conseguir um nível de qualidade homogêneo para o mesmo destino: no hotel e no restaurante, na coleta de lixo e na limpeza das ruas, na oferta de lazer e na segurança do visitante. Não é somente o turismo de qualidade; é a cidade toda, o município, o “destino”, enfim, que se torna uma realidade global de qualidade.

A gestão integral da qualidade do destino se faz por meio da aplicação e controle das normas de qualidade que existem para todas e, ao mesmo tempo, para cada uma das diversas áreas do destino. Podem ser públicas – saúde, limpeza segurança, preservação do meio ambiente – ou privadas – hotéis, restaurantes, espaços de lazer, comércio etc. São implementadas também normas de qualidade para cada subsetor, como as farmácias, no setor saúde; o cuidado dos jardins, no setor de limpeza; as atividades de cozinha, nos restaurantes; ou as normas do governança em um hotel.

Naturalmente, existe uma metodologia para isto, que este espaço não permite desenvolver, algo nada complicado quando se entende a filosofia do slogan “A qualidade em tudo e para todos” dentro do “destino” objeto da experiência de gestão integral da qualidade.

Pode-se recomendar a inclusão de algum tipo de experiência-piloto semelhante em algum dos destinos que serão atingidos pelo PDITS do Vale do Jequitinhonha.

1.10 Prioridades para o desenvolvimento

Os aspectos considerados os mais importantes para o desenvolvimento do turismo no seu município ou região foram hierarquizados segundo a seguinte seqüência: 1.º) realização de investimentos em infra-estrutura básica; 2.º) financiamentos com juros baixos; 3.º) mão-de-obra qualificada; 4.º) boa gestão empresarial; 5.º) aplicação de recursos pelo setor público; 6º) associações e parcerias empresariais; e 7º) implantação de sistemas de qualidade nas empresas.

Um bom planejador poderia considerar, por esta ordem, os aspectos prioritários para elaborar o Plano de Desenvolvimento do Turismo no Vale do Jequitinhonha.

Ter resolvido os principais problemas de infra-estrutura básica é condição *sine qua non* para dar início a um plano de desenvolvimento turístico. A extensão e a qualidade da infra-estrutura básica é que definirão a importância e a qualidade do plano em cada uma das etapas de sua implementação.

Os dados da pesquisa em análise indicam referências importantes dos empresários à problemática da infra-estrutura. Salientem-se, entre outros, o fato de terem sido definidas como ações prioritárias o tratamento e reciclagem do lixo, e a ampliação da rede de esgotos, importantes itens da área de infra-estrutura básica, como também o são as referências no item abastecimento sobre as deficiências na rede viária, que oferece um acesso difícil a cidades e lugares de atrativos turísticos do pólo, dificultando também o transporte de mercadorias.

É Mantida a opinião de que os planos de desenvolvimento do turismo no município, pólo ou região devem ser elaborados juntos ou integrados no âmbito mais abrangente do Plano Diretor de Organização Territorial. Muitos projetos de desenvolvimento turístico perdem, em ocasiões, oportunidades pela sua desvinculação de certos aspectos da realidade, como os referidos à infra-estrutura básica e às conotações políticas, sociais e econômicas, todas essenciais para enquadrar e viabilizar uma atividade tão abrangente e segmentada como é a atividade turística.

A importância das outras duas prioridades – o financiamento com juros baixos e a qualificação da mão-de-obra – foi mantida constante no diagnóstico de itens anteriores referidos aos mesmos temas.

A resposta sobre a implantação do programa PRODETUR/NE II e dos PDITS não pode ser mais categórica: 86,39% dos empresários consideraram muito importante à implantação do plano. Os 9,52% restantes consideraram importante, conforme mostra a TAB. 1.23. Apenas 4,08% deixaram de responder ao item.

TABELA 1.23

Avaliação da importância do projeto PRODETUR II para o desenvolvimento do turismo nos municípios da Área de Planejamento do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais – 2003

MUNICÍPIO	AVALIAÇÃO DA IMPORTÂNCIA DO PRODETUR II (%)				NÃO RESPONDEU (%)
	Muito Importante	Importante	Pouco Importante	Sem importância	
Capelinha	86,96	8,70	–	–	4,35
Couto de Magalhães de Minas	66,67	33,33	–	–	–
Diamantina	88,89	11,11	–	–	–
Felício dos Santos	80,00	20,00	–	–	–
Itamarandiba	60,00	10,00	–	–	30,00
Minas Novas	93,55	6,45	–	–	–
São Gonçalo do Rio Preto	57,14	14,29	–	–	28,57
Serro	81,82	18,18	–	–	–
Turmalina	100,00	–	–	–	–
Total	86,39	9,52	–	–	4,08

Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP).

Nota: Sinal convencional utilizado: – dado numérico igual a zero não resultante de arredondamento.

2 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A fragilidade da oferta de serviços turísticos, apontada tanto neste item como no “equipamentos “ constitui uma das principais deficiências a serem solucionadas para o desenvolvimento do turismo no pólo

A oferta cada vez mais abrangente e qualificada de equipamentos e serviços e a sua maior adequação às exigências e gastos dos turistas estão entre os principais elementos dinamizadores da demanda.

Assim, será necessário o incremento substancial de estabelecimentos e de serviços. A implantação de mais agências de viagem em especial, pelo seu papel estratégico como intermediárias ou organizadoras do fluxo, e os serviços de transporte para acesso aos atrativos, excursões, traslado de turistas constituem prioridades para adequação da oferta. Além disto, salienta-se que para a exploração do potencial dos atrativos naturais é necessário incentivar e fomentar a implantação de áreas de camping na região.

Como estes o projetos dependerão essencialmente de iniciativas dos empresários, neste item procurou-se conhecer e analisar e perfil, a cultura, os valores e comportamentos destes atores sociais, tendo em vista a identificação de ações de apoio, orientação, assistência, formação e capacitação.

As pesquisas revelaram que no geral são empresários da própria região – Serro é o único Município que apresenta maior percentual de empresários de outras – regiões e que possuem no máximo o 2º grau de escolaridade e com faixa etária entre 31 e 59 anos.

Estas informações sugerem o caráter prioritário de programas de capacitação dos empresários para que estes atuem como lideranças no processo de desenvolvimento do turismo. Destacamos, em especial os eventos voltados para informações sobre características dos diversos tipos de turismo, oportunidades de negocio associadas ao processo, a cadeia produtiva e requisitos de qualidade.

A mão de obra empregada no setor apresenta capacitação ainda mais baixa que a dos empresários. A inversão desta realidade constitui um dos objetivos prioritários para o desenvolvimento do Pólo dependerá da disposição dos empregadores em participar e até mesmo patrocinar o treinamento de seus empregados.

Do ponto de vista da responsabilidade social é importante o desenvolvimento de programas com o objetivo de incentivar o comprometimento com ações principalmente de proteção do meio ambiente e patrimônio cultural da região.

O associativismo na região revela-se frágil, com pouca participação do empresariado e pouca eficácia na prestação de serviços aos seus associados. No entanto, quando questionados sobre a importância do fortalecimento do associativismo para melhorar a atividade empresarial da região 54,43% dos empresários acham muito importante e 24,49%, importante

Estas respostas revelam uma mudança radical no conceito dos empresários: o associativismo atual, praticamente inexistente e ineficaz, se fortalecido poderá se tornar um elemento dinamizador do desenvolvimento da atividade empresarial. Portanto há confiança e crença no associativismo, na parceria, na colaboração, na integração de esforços, na interação dos agentes e na participação solidária de toda a comunidade. Este é o recurso mais valioso em todo o processo de desenvolvimento.

A investigação sobre os aspectos comerciais e operacionais dos estabelecimentos também teve que se restringir à percepção e informações dos próprios empresários, pela dificuldade de obtenção de dados quantitativos sobre os negócios privados. De forma geral o empresariado resiste a fornecer informações que possibilitem a dedução de margem de lucratividade de seus negócios, temendo ações fiscalizadoras. Este temor, no caso de pequenas empresas é ainda mais acentuado, a despeito de esforços dos pesquisadores em esclarecer a natureza apenas técnica da pesquisa.

As respostas à indagação aberta sobre os principais problemas do abastecimento fazem referência especial aos preços de alimentos e bebidas, em geral, e, especificamente, em produtos hortifrutigranjeiros e carnes. Existem várias referências à longa distância da CEASA de Belo Horizonte. Por este motivo e para a promoção da melhoria da qualidade de vida da população local é recomendável incentivar a

produção e comercialização na região de hortifrutigranjeiros e outros insumos a atividade do setor.

Outra constatação diz respeito à baixa integração das empresas turísticas locais as redes usuais de comercialização do produto turístico. A solução desta deficiência implicará no incentivo a implantação de estabelecimentos que propiciem maior integração da cadeia produtiva do setor. É importante oferecer a possibilidade do turista obter informações e até mesmo adquirir antecipadamente os serviços que irá necessitar durante sua visita ao pólo. Este aspecto deverá ser abordado nas estratégias de marketing com vistas a maior integração do destino com os mercados identificados.

Ainda com relação à estratégia de marketing, observa-se a predominância de rádio local como o veículo mais utilizado tanto pelo conjunto de empresários pesquisados quanto em cada município, exceto em Diamantina, Serro e Felício dos Santos. Em Diamantina, 72,22% utilizam outros veículos com destaque para *Internet*. No Serro e Felício dos Santos é significativo o percentual dos que usam o folheto.

No caso de publicidade por meio de rádio e jornal, no geral há referência expressa ao uso de veículos locais. A abrangência apenas regional ou local das ações de divulgação e propaganda empreendidas são pouco eficazes para atingir o público-alvo se a pretensão for desenvolver o turismo em nível nacional.

Sobre investimentos futuros do setor privado, a quase totalidade dos pesquisados manifesta intenção de realizar melhorias ou novos empreendimentos no setor.

O tema dos recursos e dos investimentos é uma chave para o planejamento e a execução de qualquer atividade, incluindo a turística. É impossível realizar qualquer projeto ou plano de desenvolvimento turístico sem o aporte dos recursos financeiros e humanos necessários à sua execução. Cabe salientar que o investimento em projetos turísticos é considerado mais rentável do que o investimento em outras áreas de atividade. Os empresários do Vale do Jequitinhonha têm conceitos claros a esse respeito e apresentam clara predisposição para contribuir com recursos próprios em projetos que, entendem, deverão contar também com recursos e investimentos de terceiros. A expectativa sobre a possibilidade de serem atraídos recursos e

investimentos de fora é considerada “grande” para mais de 80% dos empresários. Deverão ser, portanto, projetos realizados num esquema de ampla parceria, com oferta de linhas de crédito acessíveis ao setor privado da região. Na eficácia destas parcerias repousa a garantia do sucesso do programa.

A matriz a seguir sintetiza os aspectos mencionados e apresenta as estratégias de solução propostas.

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

ANEXO

Questionário para pesquisa

Projeto PRODETUR II: Capacitação do empresário privado em relação ao setor turístico

Centro de Desenvolvimento em Administração – CDA

MunicípioData:/...../.....
Nome do estabelecimento
Nome do empresárioIdade:
Endereço
BairroCEP:
Entrevistado
Entrevistadores

1. TIPO DE ESTABELECIMENTO

- | | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Hotel | <input type="checkbox"/> Restaurante | <input type="checkbox"/> Agência de Viagem |
| <input type="checkbox"/> Pousada | <input type="checkbox"/> Lanchonete | <input type="checkbox"/> Empresa de transporte |
| <input type="checkbox"/> Hospedagem | <input type="checkbox"/> Bar | <input type="checkbox"/> Artesanato |
| <input type="checkbox"/> Camping | <input type="checkbox"/> Outros | <input type="checkbox"/> Lazer |
| <input type="checkbox"/> Motel | | <input type="checkbox"/> Outros |
| <input type="checkbox"/> Outros | | |

2. PERFIL DO EMPRESÁRIO

- 2.1 Origem: Da Região De fora
- 2.2 Grau de Escolaridade 1º Grau 2º Grau 3º Grau
- 2.3 Capacitação Profissional:
- Treinamento em Turismo em outras áreas
- Técnico nível médio
- Curso profissionalizante

3. QUALIFICAÇÃO DA MÃO-DE-OBRA

- 3.1 Número de empregados/familiares na empresa:/.....
- 3.2 Grau de escolaridade 1º Grau 2º Grau 3º Grau

3.3 Capacitação profissional:

- Treinamento Em Turismo Em outras áreas
- Técnico nível médio
- Curso profissionalizante

3.4 Como considera a qualidade dos serviços prestados pelos seus empregados:

- Ótima Boa Regular Deficitária

4. ASPECTOS DO MEIO AMBIENTE

4.1 Seu interesse, como empresário, pela problemática ambiental do seu município é:

- Muito grande Regular Pequeno Nenhum

4.2 Assinale, por ordem de importância, o lugar e a prioridade para as seguintes atividades (1 a 7):

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Ampliação da rede de esgoto | <input type="checkbox"/> Melhorias no abastecimento da água |
| <input type="checkbox"/> Tratamento e reciclagem do lixo | <input type="checkbox"/> Despoluição de córregos e rios |
| <input type="checkbox"/> Preservação dos recursos naturais do município e da região | <input type="checkbox"/> Outros: |
| <input type="checkbox"/> Cuidado dos jardins e das árvores na zona urbana | Quais:..... |
| | |
| | |

5. INVESTIMENTOS

5.1 Tem a intenção de realizar melhorias/novos empreendimentos na sua área empresarial?

- Sim Não

Se a resposta for sim:

- 5.1.1 Em qual prazo: Curto Médio Longo

- 5.1.2 Com quais recursos: Próprios Financiados

5.2 Sua expectativa de que, em curto e médio prazos, sejam atraídos investimentos de fora para desenvolver o turismo na região, é:

- Muito boa Boa Regular Inexistente

6. DEPENDÊNCIA DO ABASTECIMENTO

6.1 Como se caracteriza o abastecimento necessário para desenvolver seu negócio na própria localidade ou na vizinhança:

- Fácil Problemático Difícil

6.2 Em matéria de abastecimento, qual considera seu principal problema:

.....

7. DEPENDÊNCIAS DENTRO DE MESMO SETOR EMPRESARIAL

7.1 Na sua empresa são comercializados produtos de empresas turísticas de fora?

- Sim Não

7.2 Se a resposta for sim, como avalia as relações operativas com tais empresas:

- Boas Regulares Insatisfatórias

8. IMPLANTAÇÃO DE SISTEMAS DE QUALIDADE

8.1 Foi implantado na sua empresa algum sistema de qualidade, com controle e avaliação periódica?

- Sim Não

8.2 Como classificaria a qualidade dos serviços prestados pela sua empresa:

- Muito boa Boa Regular Melhorável

9. PROBLEMÁTICA EMPRESARIAL

9.1 Atualmente, o seu empreendimento pode ser considerado como um negócio:

- Bom Regular Insatisfatório

9.2 Enumere, na lista sugerida e por ordem de prioridade, aqueles aspectos que considera mais importantes para o desenvolvimento do turismo no seu município e região (1 a 8):

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Realização de investimentos em infra-estrutura básica. | <input type="checkbox"/> Boa gestão empresarial. |
| <input type="checkbox"/> Financiamentos com juros baixos. | <input type="checkbox"/> Mão-de-obra qualificada. |
| <input type="checkbox"/> Associações e parcerias empresariais. | <input type="checkbox"/> Implantação de sistemas de qualidade nas empresas. |
| <input type="checkbox"/> Aplicação de recursos financeiros pelo setor público. | <input type="checkbox"/> Outros. Quais: |

9.3 Considera a comercialização dos seus produtos:

- Boa Regular Deficiente

9.3.1 Faz algum tipo de propaganda dos seus produtos?

- Sim Não

Se a resposta for sim, qual é o meio:

- Televisão Jornal Folheto Outros. Quais:

9.4 A empresa oferece ou patrocina algum programa de treinamento ou capacitação?

- Para a direção e administração da empresa: Sim Não
- Para todos os empregados: Sim Não

10. ARTICULAÇÃO ENTRE OS SETORES PÚBLICO E PRIVADO

10.1 Existe no seu município o Conselho Municipal de Turismo (COMTUR), ou outro órgão semelhante, vinculado ao setor?

- Sim Não

10.1.1 Se a resposta for sim, como se o empresariado do setor se considera representado neste órgão:

- Muito bem Bem Pouco Nada

10.1.2 Considera o grau de eficácia do COMTUR no desenvolvimento do turismo no município:

- Alto Médio Baixo

11. PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO SUSTENTÁVEL – PDITS

11.1 O projeto PRODETUR II pretende implantar este Plano nos pólos turísticos da região. Para o desenvolvimento do turismo no município, a implantação deste plano será:

- Excelente Boa Pouco importante Sem importância

11.2 Caso decida fazer algum investimento em projetos do Plano, qual seria sua área preferida?

- Hospedagem Lazer Alimentação
 Agência de Viagem Transporte Turístico Artesanato
 Outras:

12. ASSOCIATIVISMO EMPRESARIAL

12.1 Existem associações empresariais locais/pólo na sua área de atividade?

- Sim Não

12.1.1 Se a resposta é sim, qual considera a mais importante?

12.1.2 Sua participação nela é:

- Ativa Pequena Inexistente

12.2 Na sua opinião, os serviços prestados pelas associações beneficiam a atividade da empresa dos associados:

- Muito Pouco Nada

12.3 Para o melhor desempenho da atividade empresarial, considera o fortalecimento do associativismo um elemento:

- Muito importante Importante Pouco importante

Qual é o maior benefício que espera obter com o associativismo empresarial?

.....

