

Plano Municipal de Desenvolvimento Turístico Sustentável

PMDTS 2021-2031 - Extrema | MG
Resumo Executivo



FICHA TÉCNICA



Prefeitura de Extrema

João Batista da Silva

Prefeito Municipal

Juliano Maximino de Toledo

Vice-prefeito

Ana Paula

Odoni Michelini

Secretária Municipal
de Turismo

Dora Ribeiro

Coordenadora do Processo Partici-
pativo de Elaboração do PMDTS



Equipe Turismo 360

Luciana Sagi

Coordenadora Geral do Projeto

Isabela Sette

Líder de Operações

Marcela Pimenta

Líder de Estratégia

Mauro Knupfer Coutinho

Líder de Projetos

Graziele Vilela

Consultora sênior especialista
em turismo

Cíntia Oliveira Campos

Consultora sênior especialista em
arquitetura e urbanismo

Natália Cordeiro

Consultora sênior especialista
em marketing turístico

Beatriz Ueda Okuda

Consultora júnior em arquitetu-
ra/urbanismo e turismo

Fábio Montanheiro

Consultor sênior de indicadores
de turismo

Fotos: Acervo da Prefeitura de Extrema - Ricardo Rodrigues e Alessandro Rocha

LISTA DE SIGLAS

APA • Área de Proteção Ambiental

COMTUR • Conselho Municipal de Turismo

ODS • Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

OCDE • Organização de Cooperação para o
Desenvolvimento Econômico

EMATER • Empresa de Assistência Técnica e Extensão
Rural do Estado de Minas Gerais

GUT • Gravidade, Urgência e Tendência

ICMS • Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços

IGR • Instância de Governança Regional

MKT • Marketing

MTur • Ministério do Turismo

OMT • Organização Mundial do Turismo

ONU • Organização das Nações Unidas

PMDTS • Plano Municipal de Desenvolvimento
Turístico Sustentável

PGAT • Plano de Gestão do Atrativo Turístico

PIB • Produto Interno Bruto

PSA • Pagamento por Serviços Ambientais

RPPN • Reserva Particular do Patrimônio Natural

SECULT/MG • Secretaria Estadual de Cultura
e Turismo de Minas Gerais

SC • Secretaria Municipal de Cultura

SDE • Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico

SELJ • Secretaria de Esporte, Lazer e Juventude

SMA • Secretaria Municipal de Meio Ambiente

SMT • Secretaria Municipal de Turismo

SOU • Secretaria Municipal de Obras e Urbanismo

UHs - Unidades Habitacionais

WTTC – World Travel & Tourism Council



Extrema
Viva a natureza em todos os sentidos

MENSAGEM DO PREFEITO

Planejamento estratégico, visão de futuro, inovação, desenvolvimento turístico sustentável são algumas das palavras-chave da nossa gestão e do trabalho que propomos com o PMDTS 2021-2031.

Pensando no longo prazo, vislumbramos para os próximos dez anos ações e projetos turísticos prioritários que contribuam com o desenvolvimento do Turismo em Extrema e coloque-o no patamar como a segunda atividade econômica do município de Extrema.

Este plano, ao mesmo tempo em que pretende antever um cenário e estrutura ideais para o desenvolvimento sustentável do turismo, também se propõe a ressaltar tudo o que já foi idealizado, construído e executado até então. A começar em 2017, data em que foi instituída a Secretaria de Turismo, um verdadeiro marco histórico: de estruturação, de muitos investimentos e de valorização do setor. A proposta é sempre de continuidade e de avanço dos trabalhos até então desenvolvidos, tendo sempre à frente, como meta e como norteadores, a excelência na gestão pública do turismo.

Diante de um cenário de retomada da atividade turística, mas ainda em um contexto de pandemia e de um futuro incerto, sabemos e acreditamos em uma coisa: no imenso poder de resiliência dos empresários, dos cidadãos extremenses, da sociedade civil organizada e dos gestores públicos em se reinventarem, participarem na busca por alternativas, por aperfeiçoamento, buscando oportunidades em meio às situações de vulnerabilidade e dificuldade.

O potencial criativo, dinâmico e inovador do setor turístico, sempre se reinventando, aliado às condições naturais favoráveis do destino, ao ambiente econômico desenvolvido, à infraestrutura do município, à preocupação com uma gestão íntegra e integrada entre as diversas secretarias e seu corpo técnico fazem de Extrema um destino único, promissor e modelo para outros municípios.

João Batista da Silva
Prefeito Municipal



“NOVOS ARES AO TURISMO”

Ofertar um plano turístico à nossa comunidade – de forma participativa – é valorizar os atributos que nossa localidade tem de melhor: o nosso povo; a nossa história e os nossos atrativos. Essa união em forma de tríade - povo, história e atrativos - compõe pilares fundamentais para uma gestão de sucesso, onde a qualidade de vida, o fomento setorial, o planejamento econômico, a criação de políticas públicas sustentáveis, a valorização dos atrativos, produtos e serviços e a satisfação do povo são fatores mais do que essenciais nesta engrenagem.

É necessário cuidarmos do nosso jardim para que ele floresça, seja belo e atrativo. Assim como em uma empresa, os clientes internostambém demandam uma atenção especial e são eles o principal ativo de um negócio, assim são os nossos moradores, e é pensando neles que desenvolvemos sempre o melhor que podemos para que Extrema seja agradável, um bom local para se viver e um vasto jardim bem cuidado, para estar e permanecer.

Automaticamente quando preparamos o destino para aqueles que nele vivem, os visitantes e turistas são conseqüente e positivamente impactados. A beleza é fruto de cuidado, de tempo despendido, de acompanhamento, de planejamento do belo que se deseja alcançar.

Assim é o turismo, uma atividade ou indústria, como se preferir chamar, que envolve um processo longo e

contínuo de cuidado, carinho, empenho, profissionalismo e dedicação. E para tanto, se faz necessária uma atuação técnica, conjunta e ampla entre secretarias, entre todos os membros da cadeia produtiva do setor, pois o sucesso só é alcançado por aqueles que caminham juntos, conectados e familiarizados com um mesmo objetivo. Está é a aposta de trabalho que vem sendo desenvolvida e aprimorada entre: a Secretaria Municipal de Turismo e o COMTUR - Conselho Municipal de Turismo. Estratégia, sustentabilidade, corpo técnico, valorização e profissionalização do setor e construção coletiva são palavras de ordem dentro de nossa secretaria. Os trabalhos não param e não pararam, mesmo diante das adversidades impostas pela pandemia do novo coronavírus, pelo contrário, inovamos e decidimos por ampliar o horizonte de nossos projetos e programas de desenvolvimento, voltando o nosso olhar para Extrema no ano de 2031.

Tendo mapeado os nossos alicerces – e sabendo de nossas deficiências – estamos prontos e preparados para alavancar o empreendedorismo turístico, ampliar a visibilidade de nosso destino no mercado nacional, incrementar a obtenção de recursos externos e elevar a nossa classificação perante o enquadramento dos municípios frente ao Ministério do Turismo.

O ano de 2021 possibilitou superação, adaptação e reconstrução. Permitiu-nos valorizar ainda mais as coisas simples e

importantes da vida, como a própria vida o é - simples e ao mesmo tempo essencial e indispensável – o devido valor ao ar livre, a importância da natureza, das pessoas, do sair, do passear, do se distrair, do conviver, de repor e recompor as nossas energias. Aprendemos a nos reinventar, a rever valores, processos, formas de atuar, de nos reunirmos, de aprendermos. Tempo de valioso aprendizado.

Tiramos o melhor que pudemos das adversidades, tanto em âmbito individual, como pessoas que somos, quanto profissional. Seguimos confiantes de que alcançaremos nos próximos 10 anos tudo

aquilo que planejamos, certos de que temos capacidade técnica, estrutura, visão, garra, vontade e condições para executar o melhor. É nisso que acreditamos e assim trabalhamos.

A inspiração que alicerça o trabalho da Secretaria de Turismo e do COMTUR é respirar: inspirar otimismo expirando profissionalismo.

Ana Paula Odoni Micheline
**Secretária Municipal
de Turismo**



Sumário

INTRODUÇÃO 12

PASSOS METODOLÓGICOS 13

PANORAMA E TENDÊNCIAS DO TURISMO 14

O MUNICÍPIO DE EXTREMA: CARACTERIZAÇÃO INICIAL 23

A Estrutura Institucional do Turismo em Extrema 27

A percepção da população local sobre o turismo 28

A DEMANDA TURÍSTICA ATUAL: PERFIL E CARACTERÍSTICAS 31

OFERTA TURÍSTICA DE EXTREMA 38

Recursos e Atrativos Turísticos 40

Produção Associada ao Turismo 49

Equipamentos e Serviços Turísticos 49

APROVEITAMENTO TURÍSTICO ATUAL E POTENCIAL: LINHAS DE 56

PRODUTO E ADERÊNCIA DE MERCADO

CONSOLIDANDO O DIAGNÓSTICO: ANÁLISE SWOT 62

ESTRATÉGIA PARA O DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO DE EXTREMA 68

Plano de ações 72

O PMDTS de Extrema e os ODS 76

INDICADORES DE MONITORAMENTO 82

RECOMENDAÇÕES FINAIS 88

REFERÊNCIAS 92

INTRODUÇÃO

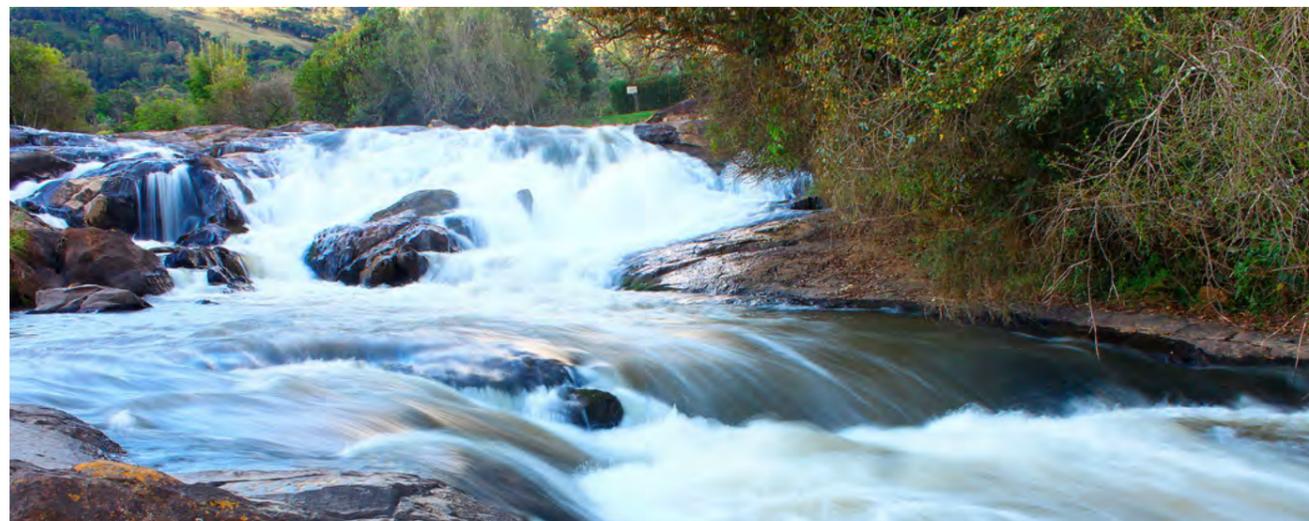
Ao longo dos últimos anos, o município mineiro de Extrema vem investindo sistematicamente no turismo, reconhecendo o seu potencial de contribuição para o desenvolvimento sustentável do território. Como forma de fomentar, organizar e direcionar o desenvolvimento turístico, a Prefeitura de Extrema e o Conselho Municipal de Turismo (COMTUR) elaboram, desde 2010, o Plano Municipal de Desenvolvimento Turístico Sustentável (PMDTS), que está em sua 5ª edição.

Para que qualquer atividade ou negócio se desenvolva de maneira organizada e estruturada é importante a construção de um plano, que aponte as diretrizes e estratégias de desenvolvimento. No turismo, a complexidade e multidisciplinaridade do setor demanda que o seu planejamento seja compartilhado entre setores envolvidos na cadeia. Isso porque o poder público possui um papel relevante no fomento e regulação da atividade, porém para que a atividade aconteça, é fundamental o envolvimento do empresariado e da sociedade civil, uma

vez que são elos fundamentais na provisão de serviços e equipamentos turísticos e são diretamente impactados pelo desenvolvimento do setor.

Um plano de turismo é, portanto, uma importante ferramenta que direciona o desenvolvimento sustentável da atividade nos destinos. É durante a construção deste documento que se busca conciliar os distintos interesses dos diversos envolvidos na extensa cadeia produtiva do turismo, traçando caminhos que privilegiam a comunidade local como protagonista do desenvolvimento turístico.

A Turismo 360 foi a empresa contratada, a partir de processo licitatório, para elaboração participativa do PMDTS de Extrema, considerando o horizonte 2021-2031. Como resultado, tem-se duas versões do Plano: uma completa, contendo o detalhamento técnico das pesquisas, estudos e análises realizadas (entregue à Prefeitura de Extrema e ao COMTUR) e essa resumida, com uma linguagem visual e focada na estratégia e nos principais aspectos identificados.

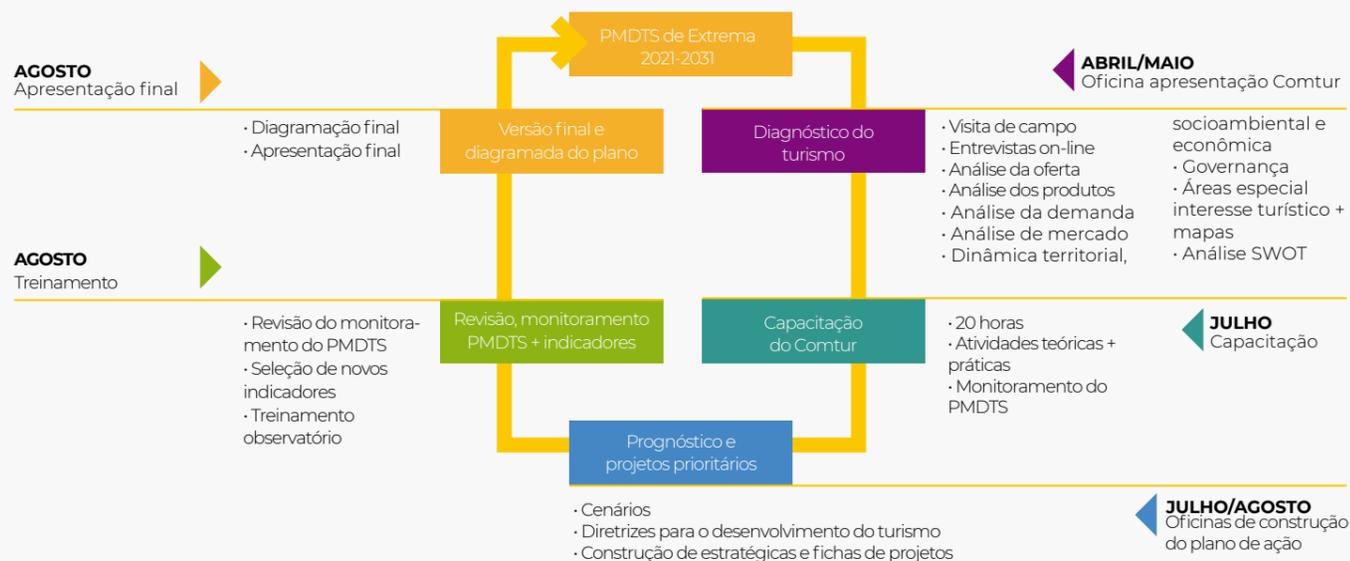


PASSOS METODOLÓGICOS

A metodologia adotada para a elaboração do PMDTS de Extrema compreendeu uma série de análises e estudos técnicos, realizados pela equipe da Turismo 360, e a

construção participativa junto ao COMTUR à comunidade local com interesse no turismo. O trabalho foi desenvolvido em seis fases:

Figura 1. Fases de Elaboração do PMDTS



Dentre as fases do trabalho, destaca-se a fase de elaboração do Diagnóstico Estratégico, na qual se buscou a compreensão do cenário atual do turismo no destino e do Prognóstico com os Projetos Prioritários, quando se definiu a visão de futuro, as linhas estratégicas e as ações para o desenvolvimento do turismo.

Para entendimento do diagnóstico, foram realizados estudos exploratórios envolvendo análises documentais, entrevistas e oficinas de validação com atores chave, bem como a adoção de técnicas para identificar os principais gargalos e aspectos favoráveis ao desenvolvimento turístico no território. Com estes resultados e a partir de uma análise macro ambiental, partiu-se para

a fase de Prognóstico, onde foi estabelecida a visão de destino desejada para Extrema e foram estabelecidas as estratégias para o desenvolvimento do turismo, considerando o horizonte temporal de 10 anos, a partir de 2021.

Por fim, as estratégias foram desdobradas em um plano de ação, instrumento operativo, detalhado em fichas de projetos, que indica uma ordem lógica e hierárquica de medidas a serem adotadas em busca do desenvolvimento desejável do turismo do município. Todas as ações estabelecidas foram correlacionadas com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas, destacando a contribuição e preocupação com um desenvolvimento turístico sustentável alinhado ao pacto global.



Para além da elaboração do plano, o projeto envolveu ainda a realização de um Ciclo de Capacitações com o COMTUR com o objetivo de fortalecer sua atuação como instância de governança local do turismo

e um Treinamento específico sobre Indicadores de Sustentabilidade no Turismo e ferramentas para o monitoramento do PMDTS.

PANORAMA E TENDÊNCIAS DO TURISMO

Os anos de 2020 e 2021 trouxeram para o turismo mundial o cenário mais complexo e desafiador das últimas décadas: responsável por 10% do PIB Mundial em 2019, o setor foi fortemente impactado pela pandemia de COVID-19. As recomendações

de isolamento social e restrição de circulação, e o fechamento das fronteiras de grande parte dos países atingiram o turismo de maneira muito severa e seguem impactando a sustentação de inúmeros negócios e destinos no Brasil e no mundo.

Figura 3: Panorama do turismo pré-pandemia. Fonte: WTTC, 2021; OMT, 2021; MINAS GERAIS, 2020



Enquanto o PIB Mundial caiu 3,7% em 2020, o PIB gerado pelo turismo despencou 49%, tendo sua participação reduzida para 5,5%, ainda que o setor continue respondendo por 1 em cada 11 empregos formais, marca semelhante ao ano anterior (WTTC).



Diante dessa performance, o turismo internacional voltou a patamares de 30 anos atrás. Com a vacinação em andamento, a Organização Mundial de Turismo (OMT) prevê algum sinal de recuperação a partir da segunda metade de 2021. Mas, ainda assim, estima-se que o turismo internacional leve pelo menos de 2,5 a 4 anos para retomar os mesmos números de 2019.

Ainda que seja cedo para contar com a estabilização dos cenários globais e locais, o turismo doméstico tem ganhado maior evidência nos planos de recuperação. Nos países membros da Organização de Cooperação para o Desenvolvimento Econômico (OCDE), por exemplo, a demanda interna gera cerca de 75% da receita do turismo. Já em 2018, as oportunidades vinculadas ao turismo doméstico eram consideradas seis vezes maiores que as internacionais, segundo a OMT.

Hoje, com os viajantes considerando destinos mais próximos nos estágios iniciais de normalização da viagem e com restrições para deslocamentos internacionais (como consequência do COVID-19), projeta-se que os países com

maior participação do turismo doméstico provavelmente se recuperarão mais cedo e mais rápido. É o caso do Brasil, cujo fluxo mais significativo é o doméstico dada as dimensões e características do país.

Em Minas Gerais, o turismo é uma das grandes apostas para a recuperação econômica. O estado conta com vantagens estratégicas, como a posição geográfica e boas condições de acesso em relação aos principais mercados emissores nacionais: São Paulo e Rio de Janeiro. Seu posicionamento como estado que agrega natureza exuberante, gastronomia e hospitalidade particular são fatores que tendem a atrair os turistas nesse momento de retomada.

Por outro lado, é inegável que a pandemia deverá deixar suas marcas, pois tem gerado e continuará catalisando profundas transformações na direção em que o turismo caminhava, em relação à demanda e às configurações da oferta dos destinos turísticos. E se demanda e oferta se transformam, será fundamental que a própria gestão busque se adaptar aos novos tempos.

Conforme publicado pela Revista Exame, uma pesquisa realizada pela agência Somos e Novelo em parceria com o Airbnb concluiu que, desde abril de 2020, os brasileiros de classes A e B substituíram as viagens etnográficas - aquelas em que aproximar-se da cultura local e explorar o local visitado em seus diversos aspectos era prioridade. Durante a pandemia, as

viagens ganharam novos significados, para restabelecer a saúde mental e dos relacionamentos e se isolar das multidões.

Nesse sentido, serão destacados alguns aspectos marcantes das novas dinâmicas que o turismo tem adquirido e a direção para que estão evoluindo de forma a destacar implicações e oportunidades para Extrema.



Segurança Sanitária e Responsabilidade Social

A implementação de protocolos de saúde, higiene e segurança sanitária para reduzir o risco de contágio é uma realidade no curto e médio prazo, sendo o mínimo para estabelecer a confiança enquanto durar a pandemia.

Nesse sentido, os selos que atestam a adoção dos protocolos chegaram com um papel importante de reforçar a comunicação sobre os cuidados da gestão pública e privada, enquanto se avança mundialmente na discussão para implementar passaportes/certificados de saúde e vacinação.

Além disso, tendências apontadas pelo Euromonitor indicam que a segurança deve continuar se formando como o novo movimento de bem-estar, requerendo a implementação de inovações e medidas para evitar a exposição e o contato físico, no intuito de mitigar as preocupações dos consumidores.

Ao mesmo tempo, a governança passa a estar nos holofotes. Portanto, é fundamental atuar com

responsabilidade social e transparência sobre os esforços, medidas e cuidados que estão sendo tomados para lidar com os riscos e os impactos da pandemia.



Turismo de Isolamento, "Work Friendly", do "Home Office" ao "Road Office"

Durante a pandemia, diversas empresas passaram a aderir ao trabalho em casa, possibilitando que mais pessoas pudessem viver e trabalhar de qualquer lugar (os chamados "nômades digitais").

Dessa forma, as viagens passaram a combinar trabalho com cara de "escapada" à lazer, principalmente perto de casa, em que a escolha do meio de hospedagem ganhou maior peso. Aqueceu-se assim o mercado de aluguel de temporada para uma nova demanda. Meios de hospedagem como hotéis, pousadas e resorts também têm investido para atrair esse fluxo, criando estações de trabalho compartilhadas, ou mesmo adequando suas estruturas internas e de serviços.

Prevalece a procura por locais mais isolados e privativos, com possibilidades ao ar livre, ampliando a adesão por estadias mais prolongadas e, definitivamente, tornando a infraestrutura de comunicação

(especialmente conexão de internet e wi-fi) itens indispensáveis na escolha e decisão do destino e hospedagem. Um outro aspecto é que a adoção de pets vem crescendo na quarentena, dobrando a busca por acomodações que os aceitam (dado do Booking.com). Especialistas apostam que, mesmo com o avanço da vacinação, com tantas pessoas ainda em home office e buscando maior equilíbrio entre lazer/vida pessoal e trabalho, ao passo que diversas empresas revendo definitivamente o modelo de trabalho, esse movimento deve perdurar por mais tempo.



Turismo de Proximidade, Destinos Hiperlocais e Staycation

Com as restrições de lazer nas cidades, os deslocamentos curtos para locais isolados configuram-se como alternativas tidas como mais seguras. Por isso, as viagens de longa duração dão lugar aos destinos de proximidade, com rotas mais curtas que podem ser realizadas de carro, o que permite maior controle sobre as pessoas que estão envolvidas.

Segundo a pesquisa do Booking.com, três em cada quatro dos brasileiros devem seguir optando por deslocamentos mais próximos no curto prazo. Outra pesquisa realizada pelo Airbnb confirma a tendência de se explorar o que está sendo chamado de destinos hiperlocais, até 300 Km de distância das residências.

Além disso, embora 63% dos brasileiros tenham preferido buscar locais que já conhecem, 55% querem experimentar um novo destino na região em que moram e 59% para um destino de natureza próximo (Booking.com).

Uma outra frente derivada desse comportamento foi o fortalecimento do conceito de staycation (stay + vacation), como é chamado no mercado o ato de tirar uns dias de folga em um hotel ou imóvel de temporada na sua própria cidade ou nos arredores.

No médio prazo é esperado que as viagens domésticas e de proximidade sigam como prioridade, por prudência e porque as viagens de mais longa distância e internacionais devem permanecer mais restritivas e burocráticas.



Consumo mais consciente, com atenção ao preço, transparência, flexibilidade

O Euromonitor ressalta que os consumidores estão mais cautelosos, moderados, priorizando gastos e optando por produtos e serviços mais acessíveis, porém querem manter qualidade, valor agregado e alinhamento às medidas sanitárias.

Dessa forma, buscam informações mais aprofundadas sobre atividades, experiências, críticas e preços. Não apenas o preço, mas também as condições de compra (custos e facilidades para conseguir cancelar,

adiar ou remarcar serviços se necessário) passaram a ter mais atenção dos viajantes e peso na decisão de compra durante a pandemia.

Felizmente, observa-se que hotéis, pousadas e companhias aéreas em geral estão adotando regras muito mais flexíveis para não perder os clientes. Disponibilizar informação online, de qualidade e com fáceis ferramentas de busca e compra se tornaram, mais do que nunca, essenciais.



A família é uma das características mais importantes na vida dos consumidores. Seu apego emocional atinge seu ápice em tempos de luto pessoal ou recessão econômica: mesmo em uma sociedade global onde famílias e amigos estão espalhados pelo mundo, onde nunca tivemos maior conexão com eles através das redes sociais, são essas pessoas com quem queremos estar nos tempos difíceis. Portanto, um dos setores importantes será justamente as viagens para visita e ou reconexão de amigos e familiares.

Figura 5: Tendências e Oportunidades de Médio Prazo

- Simplicidade nas viagens e foco no bem-estar
- Conectando as origens, visitas a amigos e família
- Customização e conveniência das ofertas e serviços facilitados por dados
- Turismo de natureza
- Vertentes em alta no turismo de experiência
- Turismo sustentável, em cidades e comunidades sustentáveis
- Inovação e digitalização
- Geração Y, principal mercado consumidor

Simplicidade nas viagens e foco no bem-estar

Estudos apontam que viajantes têm buscado “prazeres simples” nas viagens como caminhar, estar em contato com a natureza e relaxar. As viagens, portanto, tendem a ser mais tranquilas e voltadas ao descanso e ao prazer encontrado na simplicidade (AMPLIA MUNDO, 2021).

Mas por trás dessa desconexão, busca-se também uma reconexão consigo para restauração de bem-estar psicológico e de certos valores. Segundo aponta o Euromonitor, os consumidores estão mais reflexivos, buscando uma vida mais plena e equilibrada, experiências e relações mais autênticas e humanas nas viagens, serviços e produtos que prezam pela resiliência e o bem-estar individual e coletivo.



Ganha ainda mais força a customização e personalização dos serviços e experiências em atenção ao que é conveniente ao consumidor, permitindo que as pessoas relaxem mais e se sintam mais seguras e cuidadas para aproveitar a experiência de viagem. Estudos da Amplia Mundo ressaltam que as análises em big data, web analytics e ferramentas de conhecimento aprofundado dos clientes, permitem maior personalização das ofertas e experiências, de acordo com uma série de recomendações sobre o que o cliente gosta, o que poderia fazer, onde poderia ficar e quanto desejaria gastar, trazendo mais acerto nas propostas, nas vendas e principalmente, nos investimentos em promoção e marketing.

Turismo de natureza



Com as novas motivações de viagem e a tendência de evitar aglomerações em atrativos mais famosos, abre-se definitivamente o caminho dos destinos de natureza no Brasil, colocando esse segmento no centro das escolhas. Segundo o Observatório de Turismo de Minas Gerais, os atrativos naturais têm liderado consultas e acessos no site oficial de turismo do estado.

Assim, destinos que valorizam a natureza podem ter aumento significativo de demanda, com vivências em locais amplos a céu aberto e tudo o que envolve uma vida saudável (ar puro, água limpa, exercícios físicos e contato com a natureza). A oferta turística deve buscar atender diferentes perfis - viagem com crianças, em pares ou pequenos grupos, com opções perto de casa e custos adaptáveis a diversos bolsos.

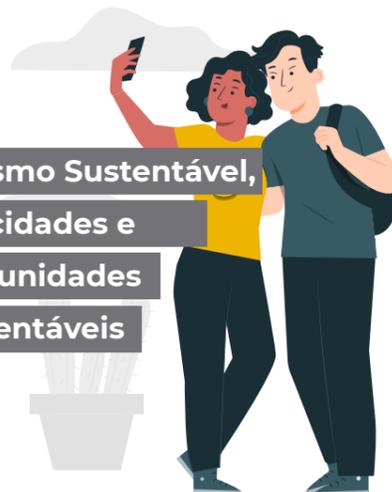
Vertentes em alta no Turismo de Experiência



Desde os anos 90, a economia da experiência vem mantendo-se em voga e marca o desejo de consumo da geração Y (hoje o maior mercado consumidor para o turismo). Firmando-se como um terreno fértil para a inovação de produtos turísticos, experiências que associam cultura, entretenimento, natureza, dentre outros aspectos, encontram um enorme universo de possibilidades. Além disso, no cenário do turismo pós pandemia, espera-se ampliar a busca por viagens com maior significado e valor e, portanto, o turismo de experiência.

A aposta para o turismo de experiência pós pandemia são as propostas que contém autenticidade, alto valor e baixo impacto negativo. Os serviços turísticos devem ser construídos com base no significado real e nas oportunidades de gerar mudança e impacto positivo tanto para quem visita como para a comunidade anfitriã.

Turismo Sustentável, em cidades e comunidades sustentáveis



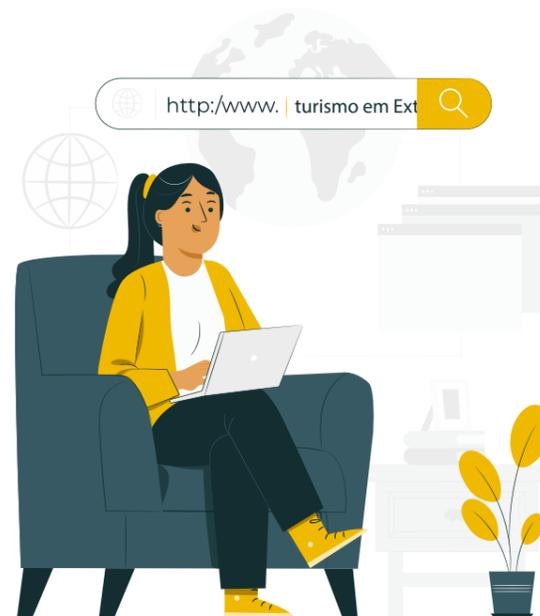
Cada vez mais pessoas estão assumindo a autorresponsabilidade pela sustentabilidade. A pandemia aumentou a expectativa de que as empresas e as atividades econômicas devem colaborar para reconstrução de um mundo melhor e mais sustentável, promovendo a mudança de uma economia baseada em volume para uma outra baseada em valor, que contribua para a solução das desigualdades e dos danos ambientais, que protege a saúde e os interesses da sociedade e do planeja.

Inovação e Digitalização



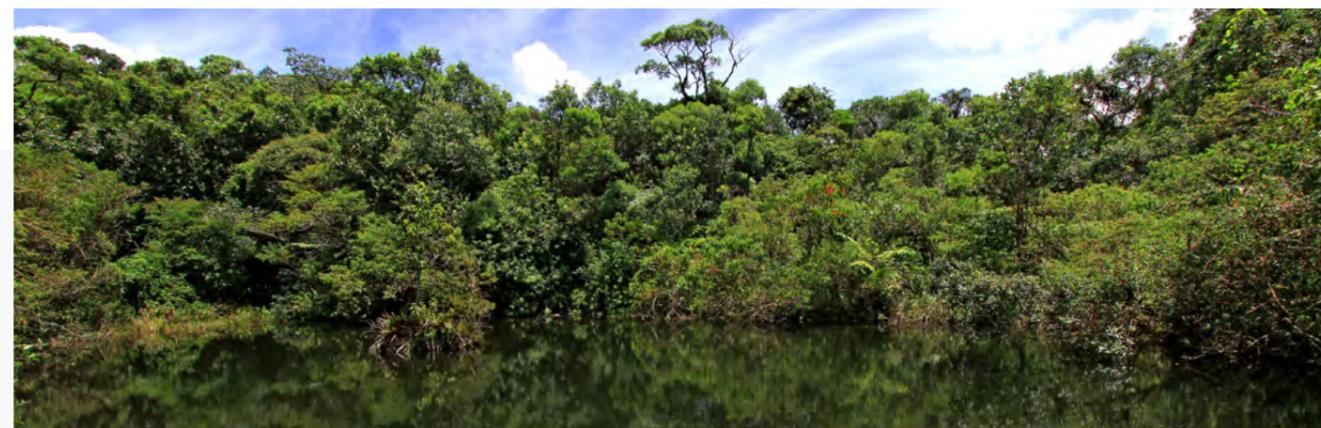
A COVID-19 está provando ser um catalisador de inovação e integração de novas tecnologias. Em meio aos pedidos para ficar em casa, o uso de tecnologia e o consumo digital aumentam. Os consumidores observam tecnologias sem contato, internet das coisas e outras inovações como um pré-requisito básico para uma experiência de viagem segura e contínua. A segurança cibernética está se tornando cada vez mais importante, especialmente à medida que o trabalho remoto se torna a norma e as identidades são digitalizadas.

Geração Y



Especialistas têm destacado a relevância da geração millennials como principal mercado consumidor, não só pelo volume de pessoas economicamente ativas, dispendo de elevado poder de compra, mas por ser a geração que mais tem influenciado, tanto pelo comportamento das gerações mais velhas como das mais novas. Considerando o comportamento dos turistas, podemos destacar algumas características que influenciam diretamente no planejamento de destinos e empreendimentos turísticos:

- Trabalham para viver, não vivem para trabalhar
- Tudo agora, já! Ao mesmo tempo e tudo junto;
- Potencial de consumo sem precedentes;
- Maior preocupação com questões ambientais;
- Sempre mega conectados!



**O MUNICÍPIO
DE EXTREMA:**
CARACTERIZAÇÃO
INICIAL

O MUNICÍPIO DE EXTREMA: CARACTERIZAÇÃO INICIAL

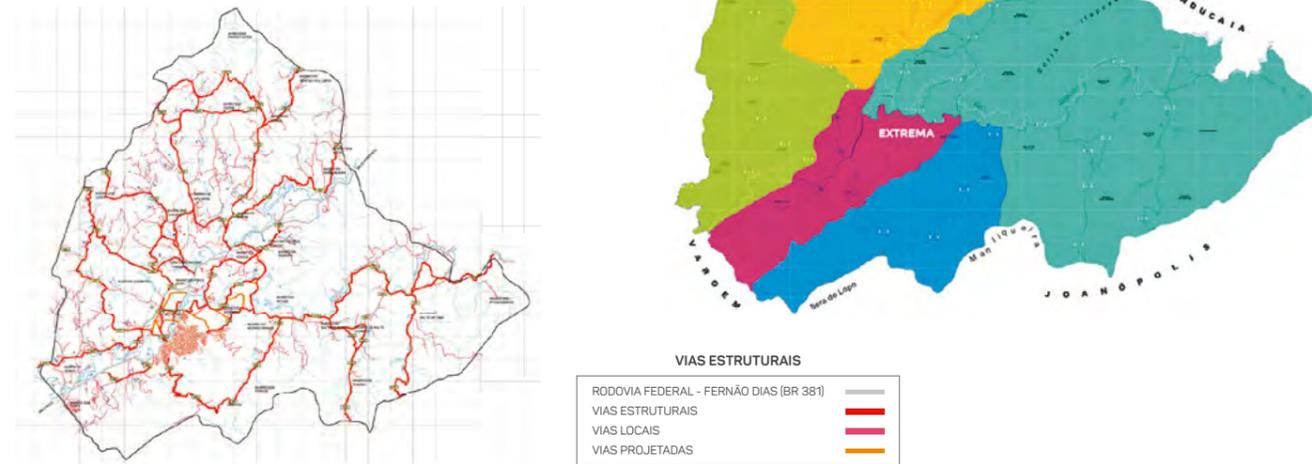
Extrema é um município, nomeadamente urbano, localizado na região sul de Minas Gerais. É o primeiro município mineiro para quem sai de São Paulo para Belo Horizonte pela rodovia Fernão Dias (BR-381).

Vizinha de Joanópolis, Vargem e Pedra Bela (São Paulo), Toledo, Itapeva e Camanducaia (Minas Gerais), Extrema também se situa a 25 km ao Norte-Leste de Bragança Paulista (São Paulo), a maior cidade em um raio de 30 km.

A regionalização turística do município representada conforme mapa abaixo:

- Rota do Sol
- Rota das Águas
- Rota dos Ventos
- Rota das Rosas
- Rota das Pedras

Está ainda há 100 km da capital paulista.



A Rodovia Fernão Dias é um eixo de grande relevância para o desenvolvimento local, uma vez que Extrema está situada às suas margens e a via conecta São Paulo a Belo Horizonte, sendo importante ponto de escoamento produtivo. Com a duplicação desta rodovia e com uma política de incentivo à implantação de indústrias e um polo de comércio varejista com galpões de distribuição, Extrema experimentou um boom de desenvolvimento econômico e crescimento populacional: no período de 1991/2000 a taxa de crescimento

populacional foi de 34,27%; de 2000/2010 subiu para 48,81% e, entre 2010/2020 a taxa estimada é de 29,20%². Em 20 anos, a população cresceu 158,10%, ou seja, a população local mais do que dobrou. O município possui uma população majoritariamente oriunda de outros municípios, que acabaram se mudando para trabalhar ali. Assim, Extrema tem sido um município pujante e com pessoas de diversas culturas e locais.

2. A taxa é estimada pois, a população de 2020 é uma projeção do IBGE.



O crescimento populacional acelerado gera pressão sobre o município e atualmente a especulação imobiliária impulsionada pela demanda por habitação é o impacto mais significativo observado. Outro ponto relevante é a geração de resíduos. Embora a estrutura atual seja suficiente – contando inclusive com coleta de recicláveis e a implantação da Usina Termoquímica de Geração de Energia em implantação – a tendência é de crescimento. Por outro lado, a gestão pública tem investido de modo significativo em dar respostas a estas situações, de modo proativo.

Apesar do histórico incentivo à implantação de centro de distribuição e indústrias, o município tem procurado diversificar sua matriz econômica e se preocupa em garantir a proteção dos recursos naturais existentes, sendo o turismo um importante setor neste contexto, conforme preconiza o Plano de Governo da atual gestão da Prefeitura Local (2021/2024).

Todo o território municipal faz parte da Área de Proteção Ambiental (APA) Fernão Dias e do conjunto de unidades de conservação Mosaico Mantiqueira. A APA foi instituída como uma medida mitigatória em função

da duplicação da rodovia de mesmo nome e sua importância vai além do município de Extrema, já que ela também protege mananciais de abastecimento do Sistema Cantareira, que atende 56% da região metropolitana de São Paulo.

Outro aspecto que contribui com a busca pela sustentabilidade do destino é o premiado projeto “Conservador das Águas”, criado em 2005. Seu objetivo é manter a qualidade dos mananciais do município, por meio de incentivos e instrumentos, tais como o pagamento por serviços ambientais (PSA), a difusão de manejo integrado do solo, o aumento de cobertura vegetal, a formação de corredores ecológicos, bem como a criação de unidades de conservação municipal. Trata-se de uma iniciativa inovadora e referência, que pode ser fortalecida e associada ao desenvolvimento turístico.

O município integra a política nacional e estadual de turismo, participando do Programa de Regionalização do Turismo e integrando o Mapa do Turismo Brasileiro, estando apto a se beneficiar de ações e iniciativas das esferas públicas federal e do estado de MG. Nesse sentido, Extrema,

juntamente com outros 19 municípios do extremo sul de MG, é associado ao Circuito Turístico Serras Verdes Sul de Minas, Instância de Governança Regional (IGR) certificada pela SECULT/MG que tem como missão “induzir o turismo sustentável integrando ações públicas e privadas, respeitando diversidades locais e vocações regionais”. Vale destacar que a regionalização do turismo é, além de uma diretriz, um dos eixos centrais da atuação do MTur e da SECULT/MG, configurando-se como um programa estruturante nas duas esferas.

Faz ainda parte da diretriz de regionalização do MTur, o instrumento de Categorização dos Municípios das Regiões Turísticas do Mapa do Turismo Brasileiro, lançado em 2015. A Categorização parte da premissa que os mais de 3 mil municípios do Mapa do Turismo Brasileiro possuem características variadas: alguns estão em um nível de desenvolvimento turístico avançado, enquanto outros ainda se encontram em um estágio embrionário. Com o intuito de orientar a elaboração de políticas públicas adequadas ao grau de desenvolvimento turístico e disciplinar o repasse de recursos da pasta, a categorização busca agrupar os municípios integrantes do Mapa em cinco diferentes categorias (A, B, C, D e E), considerando o desempenho da economia do turismo. O município de Extrema, na edição 2019/2021³ do Mapa, estava classificado na categoria “C”, o que significa que, do ponto de vista da economia do turismo, o local possui um desempenho considerado mediano.

Ao se considerar o ciclo de vida do destino, Extrema ainda está no início do processo

de desenvolvimento. O Plano de Governo 2021/2024 reconhece esta situação, assim como o PMDTS anterior (2017/2020). Os primeiros movimentos turísticos foram motivados pela quantidade de chácaras no município, bastante procuradas para o lazer de fim de semana. Além disso, a paisagem bucólica, a facilidade de acesso e a proximidade com São Paulo, um dos principais destinos emissores do Brasil, e com destinos consolidados como Monte Verde, favoreceu a busca por Extrema.

Desde 2007, a gestão pública de Extrema, visando gerar produtos turísticos, organiza o território em cinco Rotas Turísticas: Rota dos Ventos, Rota das Águas, Rota das Rosas, Rota do Sol, Rota das Pedras. Por um lado, esse modelo de gestão territorial tem apoiado a formatação de produtos multi atrativos, que são oferecidos pelos receptivos que organizam transporte em programas de visitação mais flexíveis, que visam sobretudo otimizar o tempo de duração dos roteiros. Por outro, porém, gera-se uma expectativa de que todo o território do município tenha essa vocação e o mesmo nível de potencial.

O plano de desenvolvimento econômico do município, focado em atrair a implantação de empresas como grandes centros de distribuição e pequenas indústrias localizadas às margens da Fernão Dias, foi outro impulsionador de alguns negócios ligados ao turismo, como meios de hospedagem e restaurantes. Além disso, Extrema tornou-se um polo de realização de eventos culturais e esportivos que atraem visitantes do entorno, gerando um fluxo pontual.

A ESTRUTURA INSTITUCIONAL DO TURISMO EM EXTREMA

A gestão pública de Extrema empregou esforços significativos a partir de 2010 para implantar uma estrutura institucional e funcional para gerir o turismo, além de investir em obras e ações de marketing turístico, aprimoramento e desenvolvimento de produtos turísticos. Assim, de acordo com a Política Municipal de Turismo vigente, estabelecida pela lei nº 3.898/2019, o Sistema Municipal de Turismo é composto pelo:

O órgão municipal de turismo, peça central do Sistema, que coordena os programas de desenvolvimento sustentável do turismo, em interação com os demais integrantes;

O conselho municipal de turismo que é o órgão normativo, consultivo e deliberativo, a Instância de Governança Local; e

Os órgãos municipais de desenvolvimento econômico, meio ambiente, cultura, esportes, obras e urbanismo.

atividade. O Conselho Municipal de Turismo (COMTUR) é um colegiado ativo, que teve uma nova composição de membros em abril de 2021, com mandato bianual.

A mesma lei que instituiu o Sistema Municipal de Turismo, define os demais instrumentos da Política Municipal de Turismo:



A administração pública de Extrema conta com uma Secretaria Municipal de Turismo que abriga os setores de administração, marketing, paisagismo, infraestrutura turística, qualificação e empreendedorismo, além do Observatório do Turismo no município, dedicado à realização de estudos e levantamentos de dados sobre a

Figura 8: Instrumentos da Política Municipal de Turismo de Extrema

3. Disponível em www.mapa.turismo.gov.br

Ressalta-se que a gestão pública atual de Extrema considera o PMDTS como um instrumento de planejamento de longo prazo (10 anos), cujo objetivo é definir áreas estratégicas, programase ações, orientando o esforço do município e a utilização dos recursos para implementação da Política Municipal de Turismo. O Plano de Marketing, por sua vez, é uma ferramenta voltada para o mercado e de curto prazo, considerando um período de três anos. Ainda que os instrumentos de gestão sejam elencados na lei, ainda há carência na sua regulamentação e aplicação prática, em função, sobretudo, do contexto da pandemia.

Há, contudo, uma robustez normativa, institucional e orçamentária para o turismo na esfera pública municipal, o que demonstra a importância e a dedicação da atividade para a prefeitura local.

A PERCEPÇÃO DA POPULAÇÃO LOCAL SOBRE O TURISMO

A população de Extrema tem uma percepção bastante positiva em relação ao turismo e possui uma relação positiva de afeto com o município. Estes aspectos são essenciais para um turismo inclusivo e que valoriza as pessoas como protagonistas do destino.

Em pesquisa conduzida pela consultoria em parceria com o Observatório do Turismo de Extrema no processo de construção do PMDTS, verifica-se que Extrema é reconhecida por seus habitantes como um local que remete a palavras como indústria, natureza, tranquilidade, qualidade e progresso. Isso demonstra uma afetividade com a cidade como um local de trabalho, mas belo e tranquilo para se morar.



Figura 9: Nuvem de palavras citadas por moradores de Extrema, quando questionados sobre quais termos remetem ao município (Fonte: Pesquisa com a população de Extrema, 2021; Elaboração própria, 2021)

O turismo é visto como um vetor de desenvolvimento que pode trazer mais benefícios do que impactos negativos, no geral. As maiores preocupações da população são com o aumento de preços, trânsito, poluição, aumento de barulho/ruídos, superlotação de atrativos turísticos e benefícios que podem ficar restritos a um determinado grupo de pessoas.

Como pontos positivos advindos do turismo, a população tem uma expectativa que irão existir mais parques e áreas naturais para o lazer da população, que irá aumentar a quantidade de empregos, aumento de gastos, ampliação da proteção de áreas naturais e locais históricos, além do contato com turistas proporcionar uma experiência valiosa.

VISÃO GERAL IMPACTOS

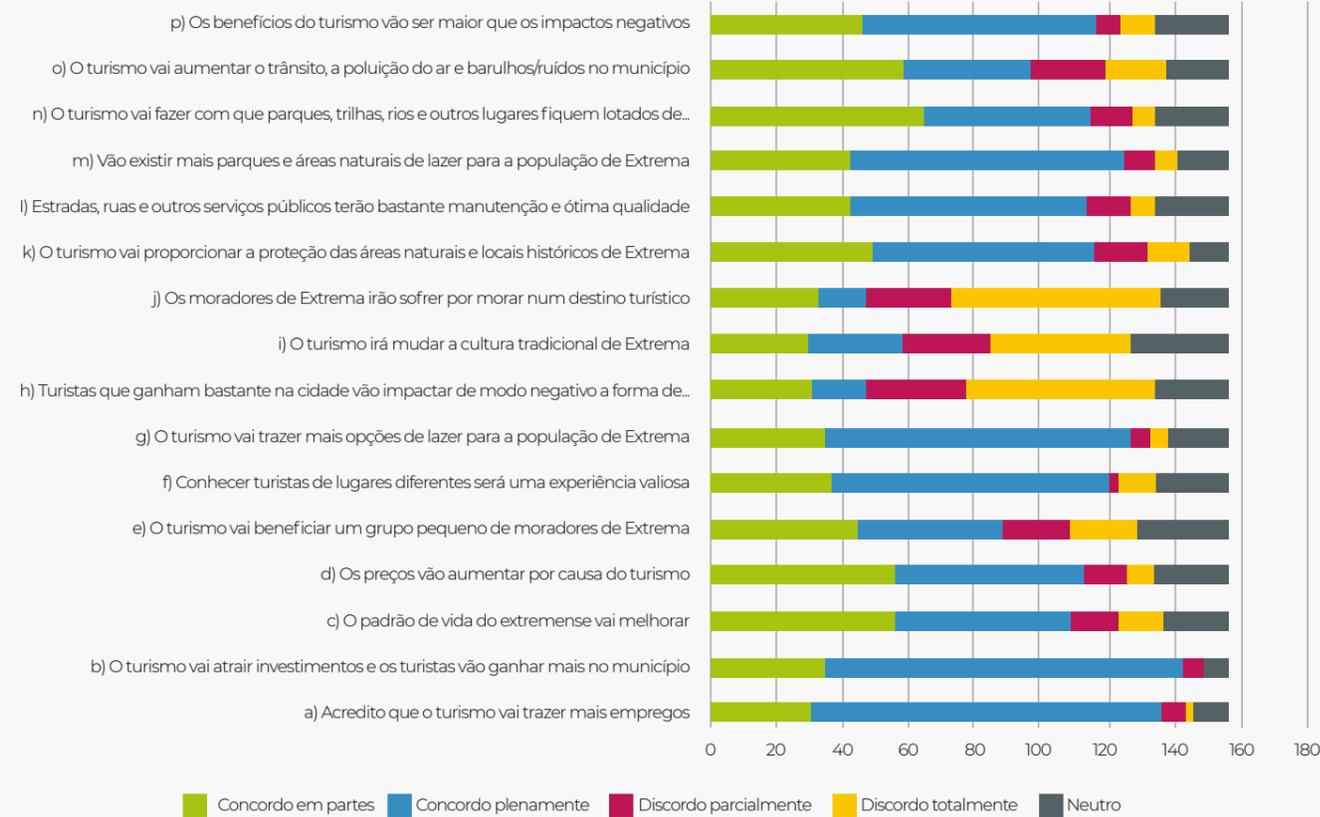
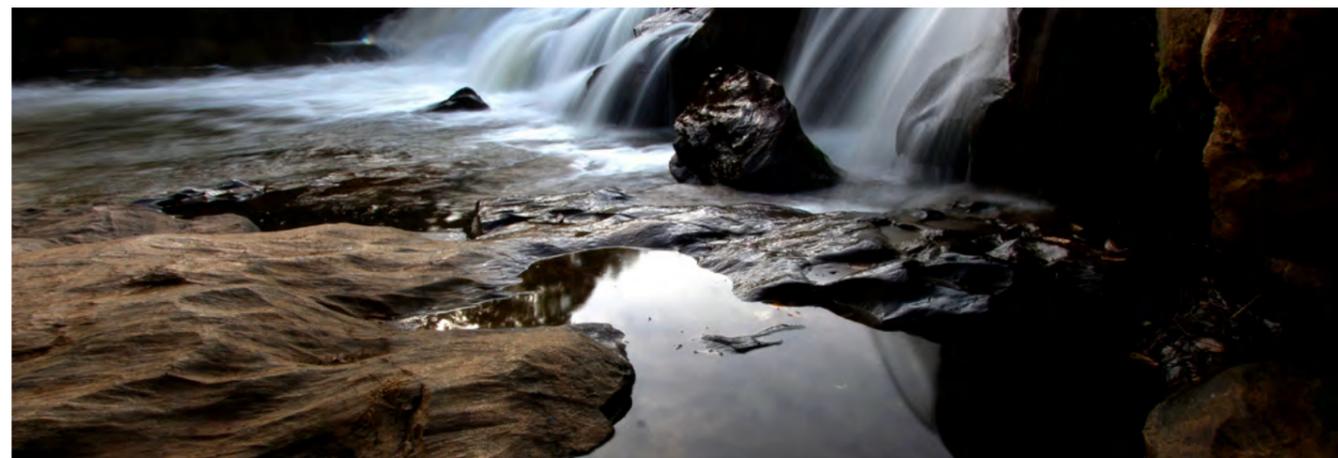


Figura 10: Avaliação sobre os impactos do turismo por parte dos moradores (Fonte: Pesquisa com a população de Extrema, 2021; Elaboração própria, 2021)





**A DEMANDA
TURÍSTICA
ATUAL: PERFIL
E CARACTERÍSTICAS**

A DEMANDA TURÍSTICA ATUAL: PERFIL E CARACTERÍSTICAS

A compreensão da demanda turística é um fator extremamente importante no processo de planejamento turístico, pois é o comportamento dela que indica se a execução está seguindo a estratégia.

Tendo como base as pesquisas realizadas previamente pela Secretaria Municipal de Turismo em 2018 e a análise presente no Plano de Marketing vigente, nota-se que a demanda turística de Extrema tem como principais indicadores:



Figura 11: Principais Indicadores da Demanda Atual de Extrema | (Fonte: Observatório do Turismo de Extrema, 2018; Elaboração própria, 2021)

Interessante notar que o fluxo motivado por negócios/trabalho se deve, em sua maioria, à presença de indústrias em Extrema. Contudo, apesar do setor industrial ser importante na dinamização do turismo, há uma crescente preocupação com a manutenção da qualidade ambiental e paisagística do município, fortemente pressionada pelo crescimento urbano e

pela industrialização.

Portanto, para que o turismo possa de fato se converter em uma potência estratégica de desenvolvimento local aliada à conservação ambiental no médio e longo prazo, será fundamental que as políticas públicas municipais busquem equilibrar essas duas forças: indústria e turismo. Nesse sentido,

é essencial que qualquer atividade urbana e econômica (incluindo-se o turismo) atue com responsabilidade e comprometimento com o meio ambiente e a paisagem, para que os recursos e potencial de atração turística sejam preservados.

No que se refere ao perfil da demanda, serão apresentadas características do visitante de lazer e o de negócios. Os dados apresentados têm base na pesquisa

de demanda realizada em 2018 pelo Observatório de Turismo de Extrema e considera uma média entre a alta e a baixa temporada (com a coleta de dados nos meses de julho e março respectivamente). Isso porque o perfil do visitante variou muito pouco nos dois períodos, sendo que as diferenças sutis podem ter ocorrido em função da amostra e coleta durante a realização da pesquisa.

PERFIL DO VISITANTE DE LAZER:

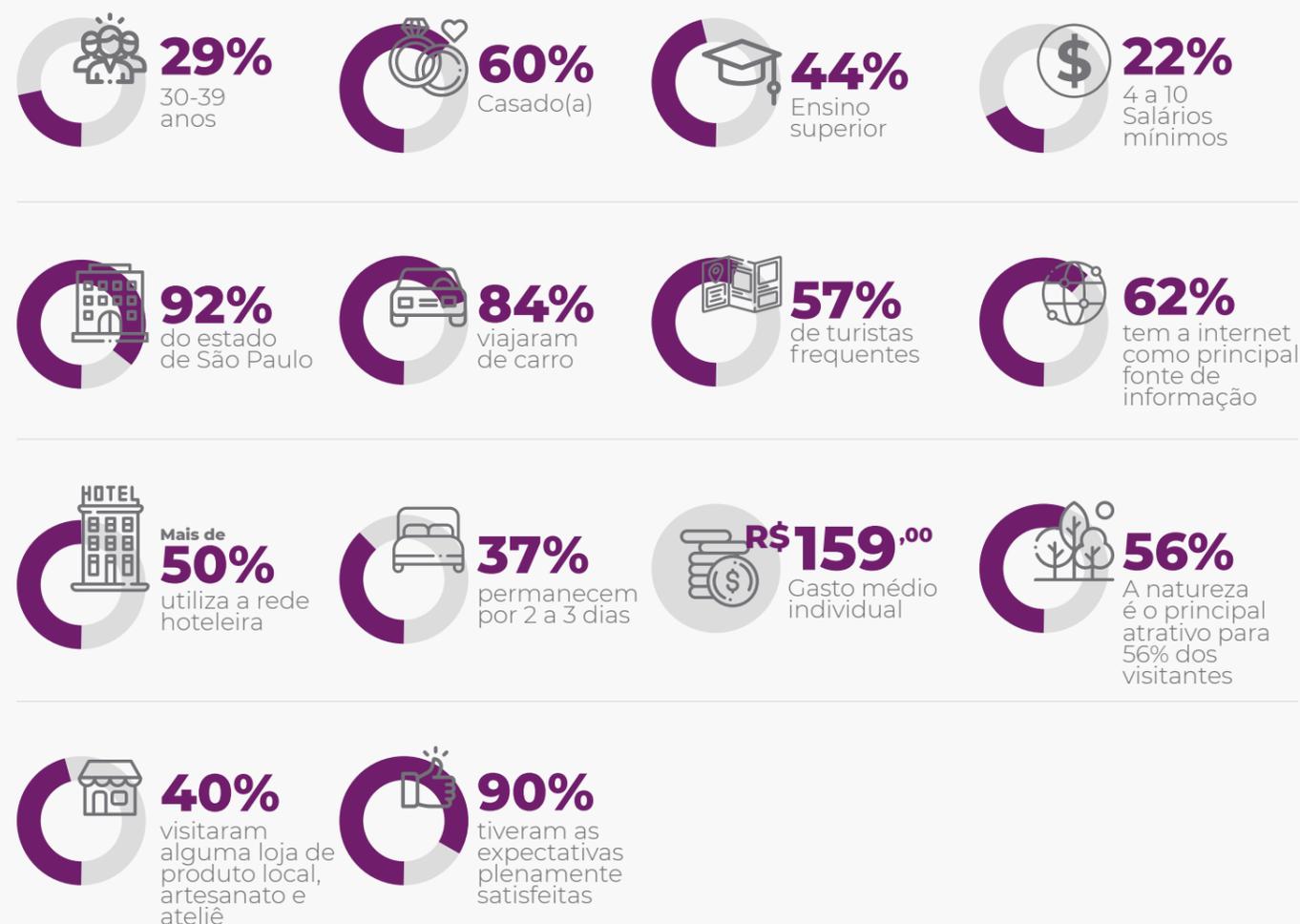
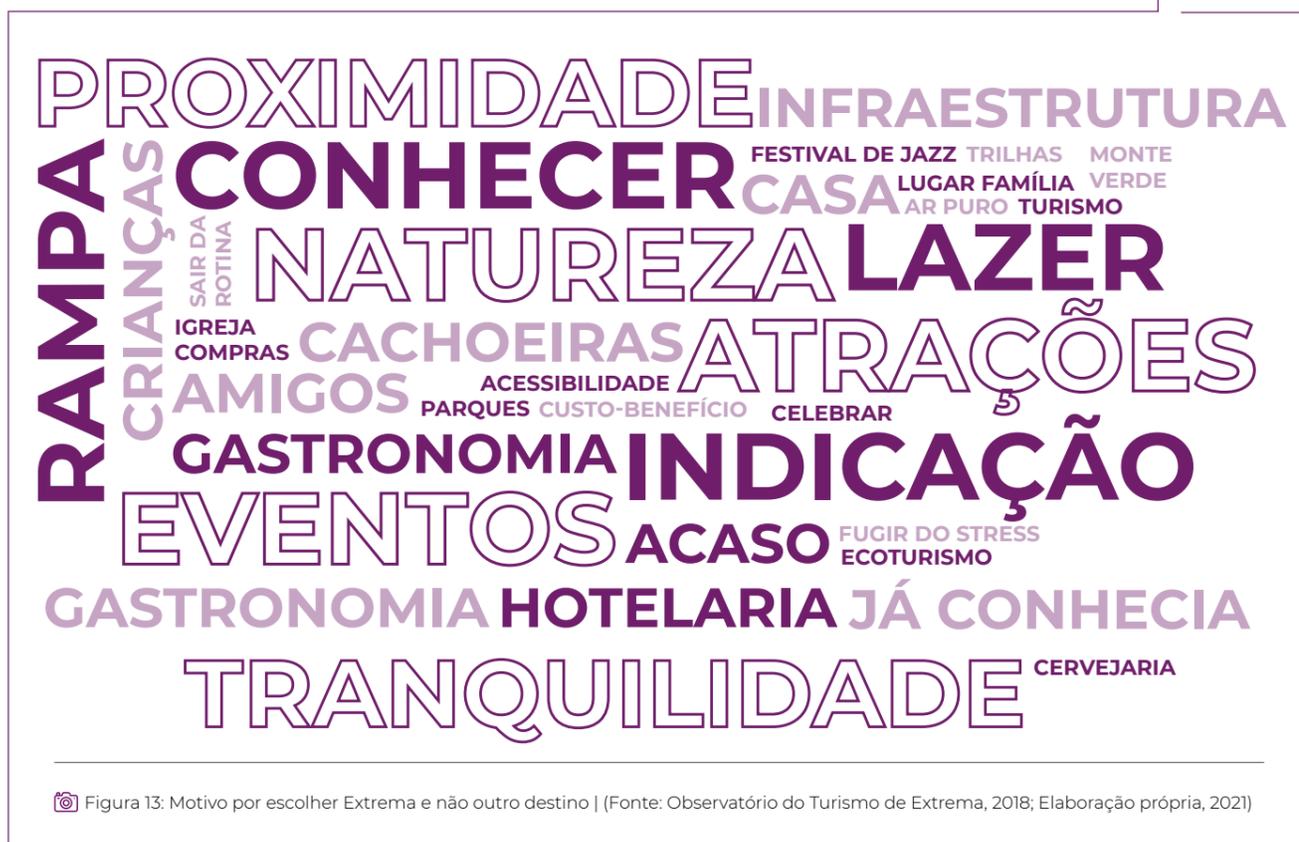


Figura 12: Principais Características dos Visitantes de Lazer | (Fonte: Observatório do Turismo de Extrema, 2018; Elaboração própria, 2021)

Outro aspecto importante relacionado ao visitante de lazer é a motivação para a escolha de Extrema como destino de viagem. No topo das citações está a proximidade com o destino emissor, citado como aspecto decisivo da escolha de 27% dos visitantes. Na nuvem de palavras abaixo, as demais citações possuem o tamanho de fonte proporcional ao número de vezes que foi repetida pelos entrevistados:



Dentre os aspectos citados estão: mais uma vez a natureza, aqui como segundo principal fator; seguido pelo conjunto de atrações turísticas do município; tranquilidade; conhecer (como um destino a mais a ser desvendado próximo ao emissor).

Perfil do Visitante de Negócios:



Figura 15. Principais Características dos Visitantes a Trabalho

Destaca-se ainda que 95% dos visitantes pretendem retornar à Extrema, seja a lazer (83%) ou a negócios. Entretanto, apenas 37% pretende fazê-lo no prazo de dois anos, ou seja, é preciso adotar estratégias de conversão mais efetivas para esse público. Um aspecto a se considerar é que, como o turista de negócios tende a ficar mais tempo no município (mais de uma semana), há o desafio de manter uma rede de serviços relativamente variada, estimulando o surgimento de novidades e fomentando atividades de lazer que

possam se encaixar na rotina de trabalho dessas pessoas durante a estadia.

Cabe também analisar o grau de satisfação dos visitantes e a imagem que eles têm de Extrema. As tabelas na sequência trazem a opinião sobre os pontos fortes e fracos do município. A fim de compreender os aspectos chave da imagem que o destino tem na visão dos visitantes, e facilitar a leitura, as respostas citadas foram agrupadas em categorias.

Tabela 1: Pontos Fortes de Extrema na Opinião dos Visitantes

Natureza, aspectos naturais e paisagísticos	Aspectos urbanos, econômicos e de qualidade de vida	Opções de turismo e lazer
48%	39%	37%
Sensações associadas	Facilidades	Sustentabilidade
12%	4%	1%

Observação: Percentuais correspondem à soma das citações e amostra das duas pesquisas, de alta e baixa. (Fonte: Elaboração própria com base nas Pesquisas de Demanda de 2018, alta e baixa temporada).

Os pontos fortes do município estão relacionados ao tripé **NATUREZA – QUALIDADE DE VIDA – TURISMO E LAZER**. A natureza, as cachoeiras e a paisagem (também contemplando geografia, beleza) são citados por 48% das pessoas.

Os aspectos urbanos/econômicos e de qualidade de vida são observados por 39%, sendo que há uma ampla variedade de elementos reconhecidos. As opções de turismo e lazer que Extrema oferece são citadas como pontos fortes por 37% dos entrevistados, considerando atrativos e atividades na natureza, mas também os culturais. Em menor proporção, a imagem positiva de Extrema está ligada às

sensações de hospitalidade e tranquilidade e às facilidades que o visitante encontra para se deslocar e usufruir do destino.

Há dois aspectos importantes a se considerar neste contexto. O primeiro, que fica evidente na categoria “Aspectos Urbanos, Econômicos e de Qualidade de Vida”, é que não é possível separar a imagem turística da “vida real” no município. Nesse sentido, o que Extrema oferece para sua própria população é definitivamente sentido pelos visitantes, especialmente porque grande parte nutre uma relação próxima com o destino (como visitantes frequentes, em sua maioria). Um destino bom para o turista, capaz de acolhê-lo, é,

sem dúvida alguma, um destino bom para seus moradores.

O segundo é que os aspectos de sustentabilidade são observados por apenas 1% dos visitantes, indicando que para se posicionar e se diferenciar por meio dessa temática, será necessário fortalecer as ações de comunicação e promoção do tema.

Satisfatoriamente, para maioria (27%) dos entrevistados Extrema não possui um ponto fraco. Quando estes foram citados, destacou-se aspectos de infraestrutura, em especial relacionados à mobilidade no município; as limitações de serviços de apoio ao turismo (no que diz respeito às opções de A&B, comércio, horário de funcionamento, falta de opções noturnas); a falta de divulgação e a informação turística e o custo (citado por 7%).

Tabela 2: Pontos Fracos de extrema na Opinião dos Visitantes.

Não há	Aspectos de infraestrutura	Serviços
27%	23%	14%
Divulgação e informação turística	Custo	Outros
10%	7%	(citação igual ou menor que 5% por item)

i Observação: Percentuais correspondem à soma das citações e amostra das duas pesquisas, de alta e baixa. (Fonte: Elaboração própria com base nas Pesquisas de Demanda de 2018, alta e baixa temporada).

Além disso, foram citados, em menor proporção, uma série de itens que não foram agrupados por temática, dentre os quais destacam-se: as atrações e as questões relacionadas à atenção ao meio ambiente e cuidado paisagístico, como falta de lixeiras, urbanização excessiva, poluição das águas e a falta de identidade cultural.



OFERTA TURÍSTICA DE EXTREMA

OFERTA TURÍSTICA DE EXTREMA

A oferta turística abrange a infraestrutura de apoio, os bens, os serviços e os equipamentos que estão à disposição dos visitantes nos destinos turísticos. Envolve, portanto, o conjunto de recursos, atrativos e equipamentos turísticos – meios de hospedagem, serviços de agenciamento, serviços de alimentação. Há, contudo, uma distinção importante a ser considerada: a diferença entre recursos e atrativos turísticos:

Recursos: compõem a matéria prima dos atrativos, que ainda carecem de estrutura mínima para atender aos visitantes.

Atrativos: são aqueles situados em locais acessíveis, com uma proposta e estrutura mínima de atendimento, seja no que se refere a sinalização, acesso, estrutura de apoio, dentre outros.

RECURSOS E ATRATIVOS TURÍSTICOS

No total, foram identificados 68 itens que podem ser considerados como recursos ou atrativos turísticos e propriedades rurais abertas ao turismo a partir de programas e propostas de visitação estruturadas:



21 atrativos naturais



20 recursos naturais



Trilha Transmantiqueira



Tabela 3: Atrativos e Recursos Naturais

Atrativos naturais	Recursos naturais
Parque Municipal Cachoeira do Jaguari	Mirante da Mantiqueira*
Parque Municipal Cachoeira do Salto	Cachoeira do Jaguari
Serra do Lopo	Cachoeira do Salto
Pedra das Flores	Bicão 1 e 2
Trilha Pedra das Flores	Pedra Rappel
Trilha do Cume	Pedra Ventania
Pedra do Cume (Extrema e Joanópolis)	Cachoeira do Salto de Cima
Pedra dos Cabritos	Cachoeira do Índio
Trilha Do Pinheirinho	Cachoeira das Pedras
Parque Ecológico Pico dos Cabritos (RPPN)	Cachoeira do Sr. Oshiro*
Rampas de Voo Livre da Serra do Lopo	Cachoeira Três Quedas
Pico do Lobo Guará	Cachoeira Bambuzal*
Rio Jaguari	Cachoeira da Comunidade dos Tenentes*
Prainha do Salto	Cachoeira da Escadinha*
Serra das Anhumas e mirantes naturais	Cachoeira das Andorinhas
	Cachoeira (40m) Alta*
	Cachoeira Arco íris
	Cachoeira Prainha
	Cachoeira Secreta
	Cachoeira da Roda D'Água*
	Cachoeira do Gaúcho*
	Sítio Santa Paula - Cachoeira e Moinho do Benjamin
	Reserva Florestal do Sauá (Pousada Muxarabi)
	Trilha e Pedra do Sapo
	Pedra Sacerdotisa
	Pedra dos Cinco Dedos

(Fonte: Diagnóstico de Potenciais, 2016 e Inventário da Oferta Turística de Extrema; Elaboração própria, 2021).



*Nome fictício, usado para referência da consultoria



08 recursos culturais



08 atrativos culturais

Tabela 4: Atrativos e Recursos Culturais

Atrativos culturais	Recursos culturais
Mirante da Caixa D'água	Dança Catira
Templo e Retiro Tao Tien	Associação Recanto São Francisco (produção de azeite como projeto social)
Feirinha do Produtor Rural	Rancho da Toca do Soldado
Capela do Godoi: Capela Nossa Senhora da Imaculada Conceição	Piada de Trigo (Original)
Caixeiros da Serra	Caverna Toca da onça / Toca do Morcego
Ponto de Cultura Arte em Movimento	Trincheiras da Revolução de 32
Santuário de Santa Rita	Associação Clube do Cavalo de Extrema (ACCE)
Casa do Artista e Artesão de Extrema – CREAARTE	Pedra do Índio

(Fonte: Inventário da Oferta Turística de Extrema; Elaboração própria, 2021).

Tabela 5: Propriedades Rurais em funcionamento com Proposta de Visitação Turística



07 propriedades rurais

- Centro de Treinamento Equestre Extrema (CTEE)
- Paraíso do Shimeji
- Apiário Flor Brazil
- Cervejaria Mountain Brew
- Cachaçaria / Destilaria Emphyreo
- Café Boiadeiro
- Recanto do Ipê

(Fonte: Elaboração própria, 2021).



No mapa abaixo é possível visualizar a distribuição espacial dos atrativos culturais, naturais e rurais de Extrema:

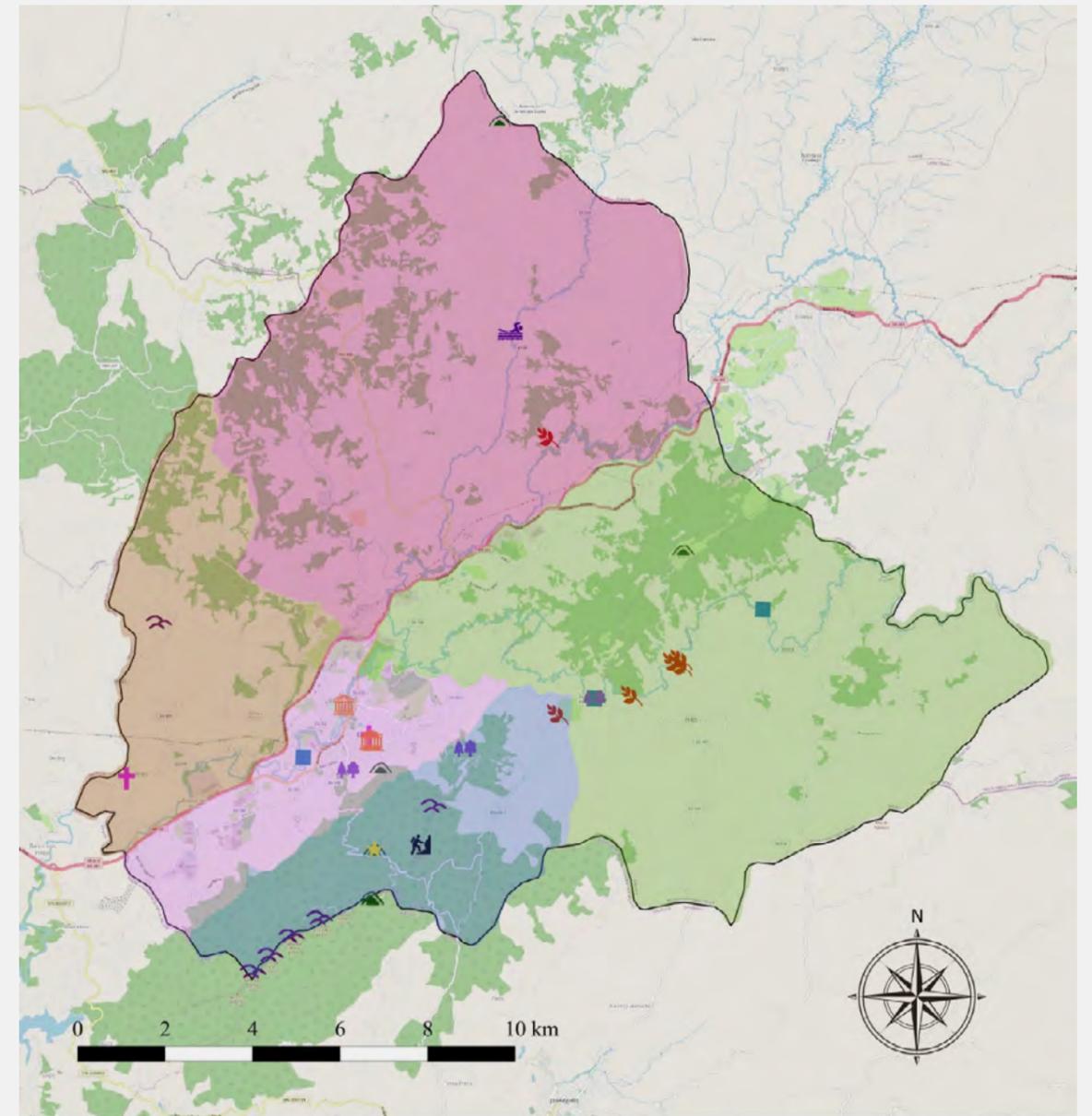


Figura 14: Mapa de distribuição dos principais atrativos de Extrema, de acordo com as regiões turísticas (Fonte: Google Maps, 2021; Inventário Turístico de Extrema, 2020; Elaboração própria, 2021).

Dos itens mapeados como atrativos e recursos naturais e culturais (sem considerar as propriedades rurais), pouco mais da metade são recursos, ou seja, ativos turísticos que ainda demandam estruturação mínima para serem visitados.

De qualquer forma, seja para desenvolver os recursos que necessitam de pequenas intervenções para se converterem em atrativos, como aqueles que demandam intervenções mais complexas, será fundamental contar com o empreendedorismo desses proprietários, tanto para a estruturação de visitação das cachoeiras como para melhor aproveitar o potencial de conservação e uso sustentável da natureza em suas propriedades. Além disso, é fundamental aproximar as pontas que compõem o setor turístico para que essas iniciativas sejam devidamente oportunizadas e integradas ao inventário turístico e à oferta do município.

No que diz respeito aos atrativos naturais identificados, é preciso ponderar que alguns se sobrepõem e/ou se complementam. Por exemplo, a Serra do Lopo que abriga outros atrativos mapeados, tais como: as formações rochosas, as trilhas e a RPPN; da mesma forma que as duas quedas d'água que fazem parte da visitação dos parques municipais. Nesse sentido, destacam-se dois pontos importantes:

1. Existem alguns marcos do território que referenciam o potencial do turismo de natureza sendo: a Serra do Lopo, o Rio Jaguari, a Serra das Anhumas e os Parques Municipais, ao redor dos quais é imprescindível trabalhar de forma cooperada para gestão, fomento, estruturação e melhoria da visitação turística de

maneira específica, já que cada núcleo possui suas particularidades.

2. Observou-se certa limitação em termos de quantidade e variedade de atrativos naturais que podem ser ofertados aos visitantes atualmente, o que precisa ser compensado por meio da estruturação e operação de atividades e experiências aos visitantes agregadas a esses marcos do território pelo setor privado.

Outro aspecto a se observar é que os elementos de natureza são mais relevantes em termos de quantidade e em estruturação, já que pouco mais da metade dos atrativos naturais possuem estrutura mínima e recebem fluxos de visitação. Inclusive, os atrativos mais bem avaliados pelos visitantes na pesquisa de demanda são naturais: o Parque Ecológico Pico do Cabrito, que recebeu uma nota de 9,40 na alta temporada e 9,25 na baixa temporada, e o Parque Cachoeira do Salto, nota 9,34 na alta temporada e 9,44 na baixa.

Dos recursos naturais, há uma menor parcela que possui o potencial de serem explorados no curto prazo pois combinam o apelo turístico com a vontade do proprietário em atuar no turismo, sem que seja necessário intervenções estruturantes de grande complexidade. Nota-se também que o potencial de ampliação da oferta de atrativos está pautado sobretudo na existência de 16 quedas d'água, todas em propriedades privadas; duas pedras com potencial para prática de esportes verticais; e uma reserva florestal em propriedade privada, a Floresta do Sauá na Pousada Muxarabi, cujo proprietário tem intenção em transformá-la em uma RPPN e desenvolver programas de educação ambiental.

No que diz respeito aos ativos culturais, poucos são atrativos estruturados, sendo que a maioria são recursos que carecem de intervenção para serem aproveitados no turismo. Dos recursos turísticos culturais identificados, quase a metade têm potencial de estruturação no curto prazo para garantir a visitação mínima, o que inclui apoio técnico do setor público, sinalização e integração aos programas e à oferta turística do município, incluindo cadastro no INVTUR. Entretanto, para que se desenvolvam de forma mais competitiva, assim como os outros elementos culturais categorizados como atrativos, carecem de serviço agregado - tais como visitas guiadas, vivências e experiências interativas e criativas, ou mesmo associados roteiros culturais e gastronômicos.

Carregando a identidade cultural e as raízes rurais da região da Serra da Mantiqueira e do município de Extrema, às propriedades rurais compõem parte estratégica e relevante da oferta. Não apenas como serviços, mas também como atrativos na medida em que se organizam e se mobilizam para atrair visitantes regularmente, com um olhar de proporcionar experiências.

Foram levantadas 7 propriedades que possuem esse apelo, sendo a maioria

(exceto pelo Centro de Treinamento Equestre e o Recanto do Ipê) associadas à rede da Produção Associada ao Turismo. São estabelecimentos que organizaram propostas estruturadas de visitação e/ou vivências, convertendo-se em atrativos no ambiente rural.

Ressalta-se que alguns dos negócios rurais já nasceram com viés turístico. Outros, foram paulatinamente entendendo e se abrindo para esse potencial, adaptando a estrutura para receber visitantes e buscando aprimorar a experiência que oferecem. As estruturas são, em geral simples, porém pensadas nos detalhes, com algumas propostas direcionadas para sustentabilidade, com ações implementadas ou previstas de responsabilidade ambiental e social.

Dentre os principais desafios para o futuro dos negócios citados pelos empreendimentos consultados nas entrevistas com o setor privado estão a ampliação da receita da visitação, a melhoria da infraestrutura no meio rural - especialmente no que diz respeito a comunicação e sinalização - e a manutenção da identidade cultural rural do município frente à crescente industrialização.



De maneira geral, considerando apenas os atrativos turísticos de Extrema, foram considerados como aspectos de destaque:



Limpeza e Higiene

É a dimensão em que os atrativos adquirem melhor performance e, de fato, é um dos aspectos positivos apontados. Os pontos de atenção são referentes à gestão de lixo e resíduos no meio rural, especialmente no contexto do Rio Jaguari.



Dimensão

No geral, os atrativos de Extrema não sofrem com superlotação, mantendo-se adequados ao volume de fluxo que recebem atualmente. É, porém, necessário manter a gestão dessa dimensão frente ao possível crescimento de fluxo em algumas áreas com certas limitações de espaço e/ou tendência à concentração de fluxo tais como as rampas de voo livre (que atendem poucos pilotos por vez), as cachoeiras e bicas e a feira do produtor.



Beleza Cênica

A maioria dos atrativos não apresentam aspectos de estrutura que destoam da paisagem em que estão situados. O principal ponto de atenção são as interferências do crescimento urbano que diminuem o valor das paisagens naturais. E, no contexto urbano, o entorno da praça e Santuário de Santa Rita, que ainda destoa do projeto de revitalização realizado.



Conservação

O estado de conservação e manutenção dos atrativos e suas estruturas é, na maioria, bom, tanto nos espaços públicos como privados. Pontua-se a importância de aprimorar ainda mais a conservação e melhoria da qualidade das águas, nos rios e cachoeiras, assim como dos atrativos naturais que sofrem maior interferência da urbanização e das atividades rurais tais como a Trilha do Pinheirinho, o Mirante da Caixa d'Água, a Prainha do Salto, o Rio e a Cachoeira do Parque do Jaguari, etc.

Por outro lado, os aspectos que merecem atenção são:



Experiência do Visitante

A visitação à maioria dos atrativos é bastante curta o que, muitas vezes, pode não valer o esforço de deslocamento no caso dos atrativos mais distantes e “isolados”. Portanto, o principal ponto de atenção em relação à experiência de visitação é a dinamização e o melhor aproveitamento dos atrativos turísticos, com programas de visitação melhor definidos, estruturas e serviços que agreguem maior valor à experiência de visitação, tanto nos atrativos naturais como culturais, tornando-as mais interativas, lúdicas, interessantes aos visitantes.



Acessibilidade

Pouquíssimos atrativos dispõem de algum tipo de estrutura ou intervenção que o tornem acessíveis a portadores de mobilidade reduzida ou algum tipo de limitação visual ou auditiva. Ainda que a natureza de muitos atrativos seja mais desafiante, recomenda-se aprimorar a acessibilidade, iniciando em atrativos de mais fácil acesso e com alguma estrutura já implementada, gerando atrativos referência.



Inovação

O município possui poucos atrativos com algum grau de inovação, mas que podem tornar-se referência especialmente no tema da inovação para sustentabilidade, como os próprios parques municipais turísticos, o Parque Ecológico / RPPN Pico dos Cabritos, a gestão comunitária do Retiro Tao Tien e mesmo os atrativos impactados pelo Projeto Conservador das Águas.



Sinalização interna

Asinalização interna é um dos aspectos que podem contribuir com a melhoria da experiência do visitante, tanto indicativa como interpretativa, sendo um evidente gargalo dos atrativos de Extrema. Hoje, com diversas ferramentas tecnológicas é possível criar formatos inclusive mais interativos, interessantes, inclusivos e adaptáveis aos diferentes públicos.



Segurança

Sendo Extrema um destino que vem crescendo em opções de atividades de aventura e natureza, o principal ponto de observação no aspecto de segurança está relacionado ao estabelecimento de protocolos de conduta, segurança e salvamento, a regulamentação das atividades junto aos operadores e condutores, assim como o mapeamento de possíveis pontos nas trilhas que requerem estruturas de segurança.



Informação

É importante garantir que as informações adequadas cheguem eficientemente aos turistas e visitantes. Muitos atrativos não dispõem de informações e conteúdos mais profundos, detalhados e facilmente acessíveis que revelem, por exemplo, o caráter único e especial do atrativo, como usufruir/desfrutar, quem leva, etc., permitindo a projeção da experiência anterior ao deslocamento.



Responsabilidade socioambiental

Grande parte dos atrativos de Extrema contribuem em algum grau para conservação dos recursos naturais e/ou da memória cultural e histórica. Entretanto, são raros os que dispõem de programas e ações planejadas de responsabilidade que intencionam amplificar os impactos positivos ambientais e sociais em suas áreas de influência.



Adequação ao público

Menos um gargalo e mais um ponto importante a ser explorado, hoje muitos atrativos não recebem uma quantidade suficiente e um fluxo regular de visitação, assim como possuem evidente potencial para atrair outros públicos mediante a estruturação de programas de visitação especializados que garantam melhor aproveitamento de suas potencialidades.

PRODUÇÃO ASSOCIADA AO TURISMO

A Produção Associada ao Turismo contempla produtos agropecuários, artesanais e manifestações culturais que traduzem os saberes e fazeres tradicionais, agregando valor ao turismo e à experiência do visitante. O aproveitamento da produção associada como ativo turístico deve pautar-se:

- Da qualidade e originalidade dos produtos associados em termos de técnicas, matérias primas, produção/realização;
- Da facilidade com que o turista pode encontrar e adquirir esses produtos no município;
- Da forma como os produtos associados são apresentados e colocados à disposição dos visitantes, como as histórias e os saberes-fazeres são contados.

O artesanato é o item de maior presença na produção associada ao turismo de Extrema. Os artefatos são diversos: joias e bijuterias artesanais, lapidação de pedras, tear de embira (fibra produzida localmente), linha e algodão, crochê, tecido, costura criativa, bordados, patchwork, fuxico, macramê, bonecos, bolsas e outros artigos pessoais. Há ainda pintura country, saponificação natural, trabalhos com madeira, cerâmica, fibras de bananeira, vidro, ferro e biscuit, pinturas em gesso, madeira, telhas, porcelana, miniatura de instrumentos musicais, arranjos florais e terrários, dentre outros. Entretanto, não foi identificado algo típico de destaque.

Dentre os produtos agropecuários e alimentícios, os mais encontrados são: cachaças, cervejas, vinhos e licores

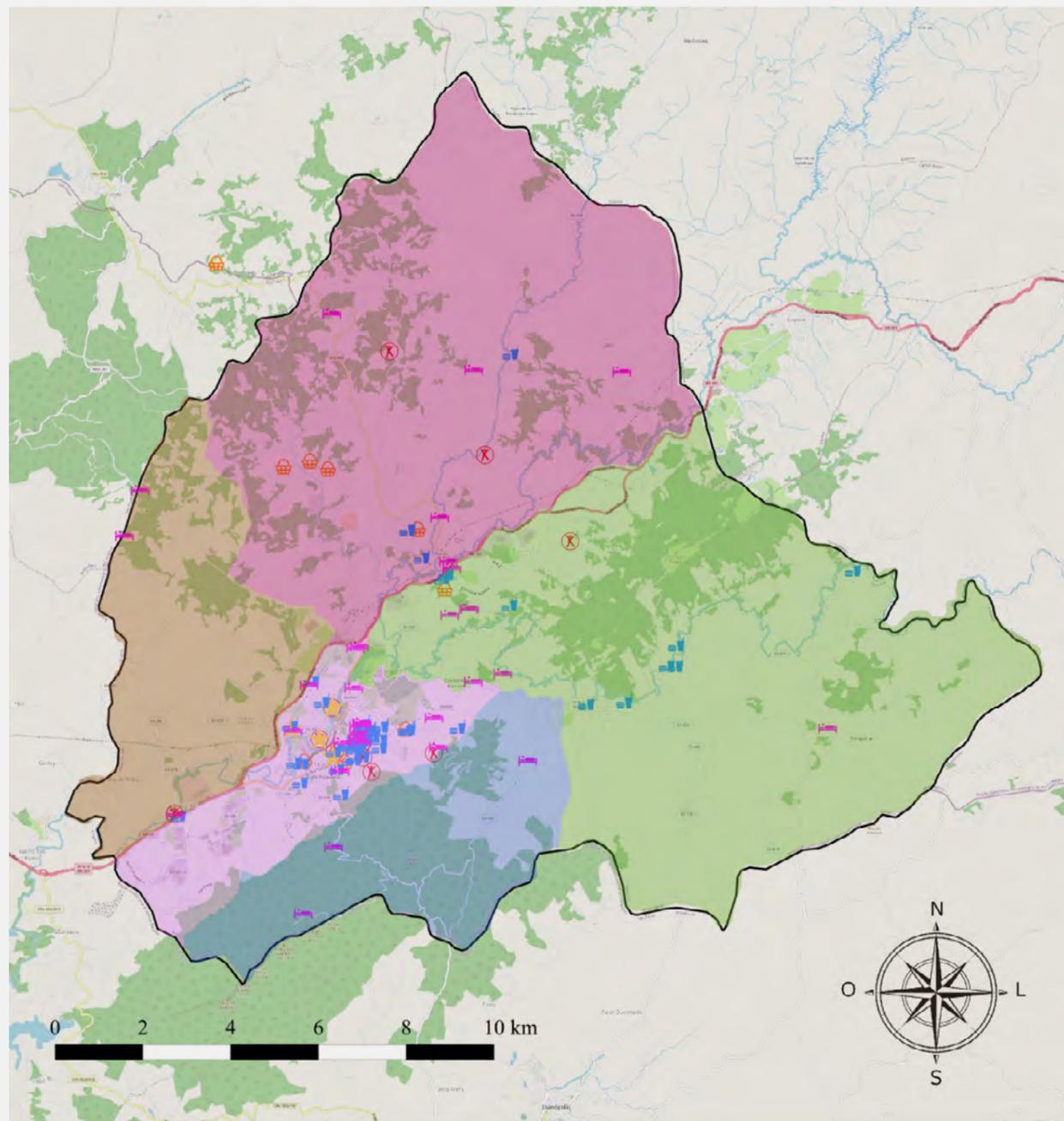
artesanais, pães, doces, geleias, queijos, laticínios e charcutaria, produtos apícolas (mel, hidromel). Destaca-se que, considerando a produção associada de Extrema, os produtos agropecuários e alimentícios foram os mais adquiridos pelos visitantes, representando mais de 90% daqueles que compraram algum produto feito no município.

Os produtos de artesanato e agropecuários podem ser comprados pelos turistas diretamente junto ao produtor ou nos seus ateliês e lojas próprias. Os produtos são ainda encontrados na Feira do Produtos Rural (mesmo que pontualmente), na loja da Produção Associada ao Turismo (ArtExtrema) na rodoviária e na loja da Casa do Artista e Artesão (Create). Entretanto, 26% dos produtos identificados não tem local definido para venda.

Como manifestações culturais identificadas na produção associada, estão trabalhos de fotografia, arte intuitiva e artes plásticas, teatro e expressões musicais variadas como coral municipal, orquestra sinfônica, orquestra de viola caipira, grupo de seresta, as Caixeiras da Serra (atrativo cultural do INVTUR).

EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS

Os equipamentos e serviços turísticos estão ligados, em geral, ao setor privado, representando grande parte da cadeia empresarial do turismo em um território. O mapa a seguir apresenta a distribuição dos principais equipamentos de oferta turística de Extrema:



Em Extrema, foram mapeadas 9 empresas de receptivo pelo Inventário da Oferta Turística. Destas, houve a confirmação que 6 ofereciam operações regulares, entretanto 2 estavam fechadas temporariamente em função da pandemia do COVID-19.

Notadamente, o COVID-19 trouxe impactos para as empresas de receptivo. No entanto, aquelas que ainda estão operando durante a pandemia estão fazendo com protocolos especiais de higiene e segurança, operando com grupos menores e menos saídas.

Assim, dentre as que estavam em funcionamento, havia uma única operadora

de receptivo, com portfólio estruturado de passeios e atividades, um escritório no centro da cidade para atender ao público e uma base de saída para o rafting na região da Rota das Águas. As demais oferecem serviços de guias e condutores para passeios com saídas agendadas, propõem passeios personalizados para grupos ou indivíduos e ofertam transportes.

No que se refere aos meios de hospedagem, foram levantados 33 empreendimentos em Extrema, dos quais 23 estão sendo considerados para a análise quantitativa de meios de hospedagem regulares. Em relação a eles, tem-se:

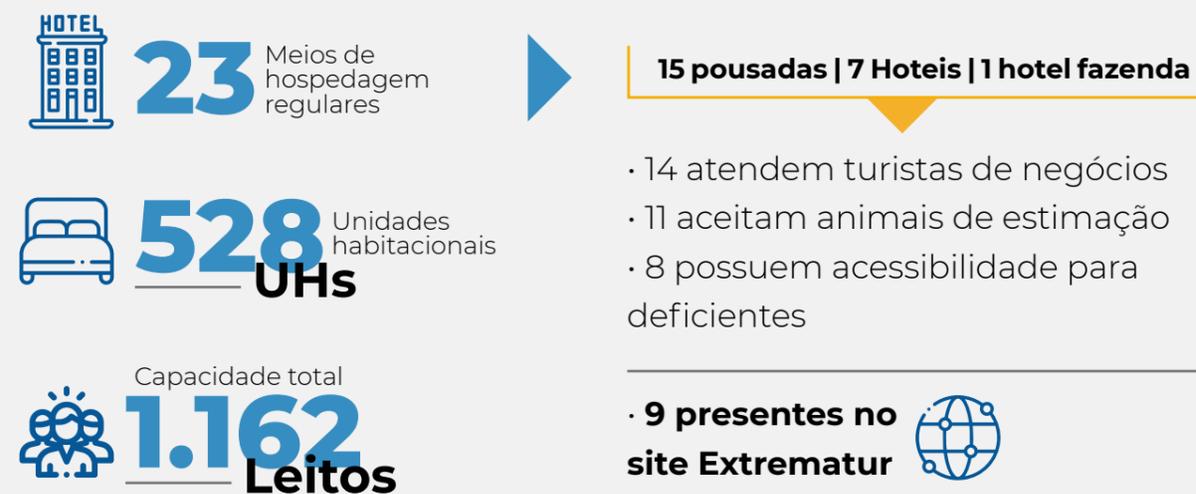


Figura 15: Meios de hospedagem em Extrema, resumo | (Fonte: Inventário Turístico de Extrema, 2020; Elaboração própria, 2021)

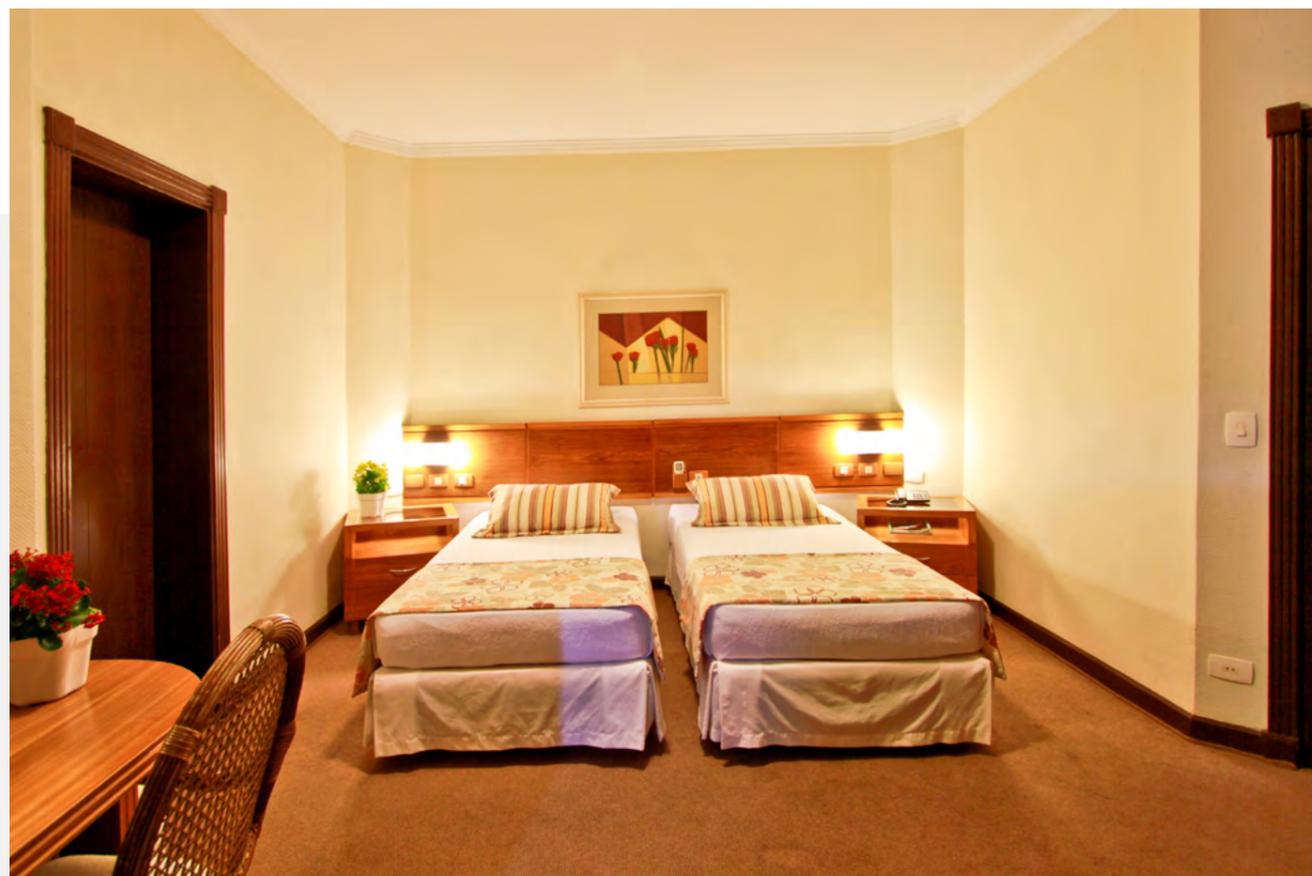


Na pesquisa de demanda a qualidade da hospedagem foi avaliada em 8,5, uma nota considerada alta. Nas plataformas sociais, somadas as avaliações de todos os empreendimentos, 39% apresentaram aspectos positivos, com nota entre 4,1 e 4,5. Os comentários destacam o cuidado de muitos empreendimentos em manter um ambiente limpo, familiar, hospitaleiro e bem equipado, ainda que algumas instalações sejam bem simples. Além disso, 15% são avaliações mais elevadas, entre 4,6 e 5.

O “boca a boca” e a internet são os principais meios de divulgação e de comercialização dos empreendimentos. Além disso, especificamente para comercialização, o aplicativo de mensagem instantânea WhatsApp também tem sido um canal importante para efetuar as reservas, além do telefone e e-mail tradicionalmente disponibilizados.

Dos empreendimentos hoteleiros consultados, a maioria vivia um crescimento da demanda antes da pandemia. Tal fato indica um aquecimento do turismo de Extrema, puxado pela demanda de negócios nos dias de semana e pelo lazer nos fins de semana, feriados e durante eventos e festividades. Os maiores empreendimentos praticam tarifas diferenciadas para o público de lazer e corporativo.

A pandemia segue afetando os meios de hospedagem, que passaram por demissões, fechamento e consequente perda de capital. Alguns empreendimentos pequenos optaram por continuar fechados, atendendo apenas mensalistas ou hóspedes mais antigos. Os que reabriram, seguem adotando protocolos de higiene e saúde e afirmaram que a procura tem se mantido em um bom patamar.



A instalação de um hotel de grande porte com a bandeira da rede Transamérica Fit, previsto para abrir em 2023, deve trazer novas dinâmicas ao município e ao setor. Com 132 UHs e 264 novos leitos (adaptáveis a 396 leitos), o projeto é de um hotel inteligente (de autosserviço), com serviço de padrão internacional e estrutura complementar, com espaço de coworking, salas de eventos e de reuniões (que é fundamental para atender as indústrias de logística), um novo restaurante e ponto de carregamento para veículos elétricos. Os

estudos realizados pela construtora deste novo hotel indicam que, pelo modelo e tendência de expansão e desenvolvimento do município, haverá espaço nos próximos dez anos para pelo menos um ou dois outros empreendimentos do mesmo porte.

Para o setor de alimentos e bebidas, com base no Inventário da Oferta Turística, estima-se existam 86 estabelecimentos (o site TripAdvisor recomenda uma quantidade maior de equipamentos: 136, dos quais 93 foram avaliados por algum visitante):

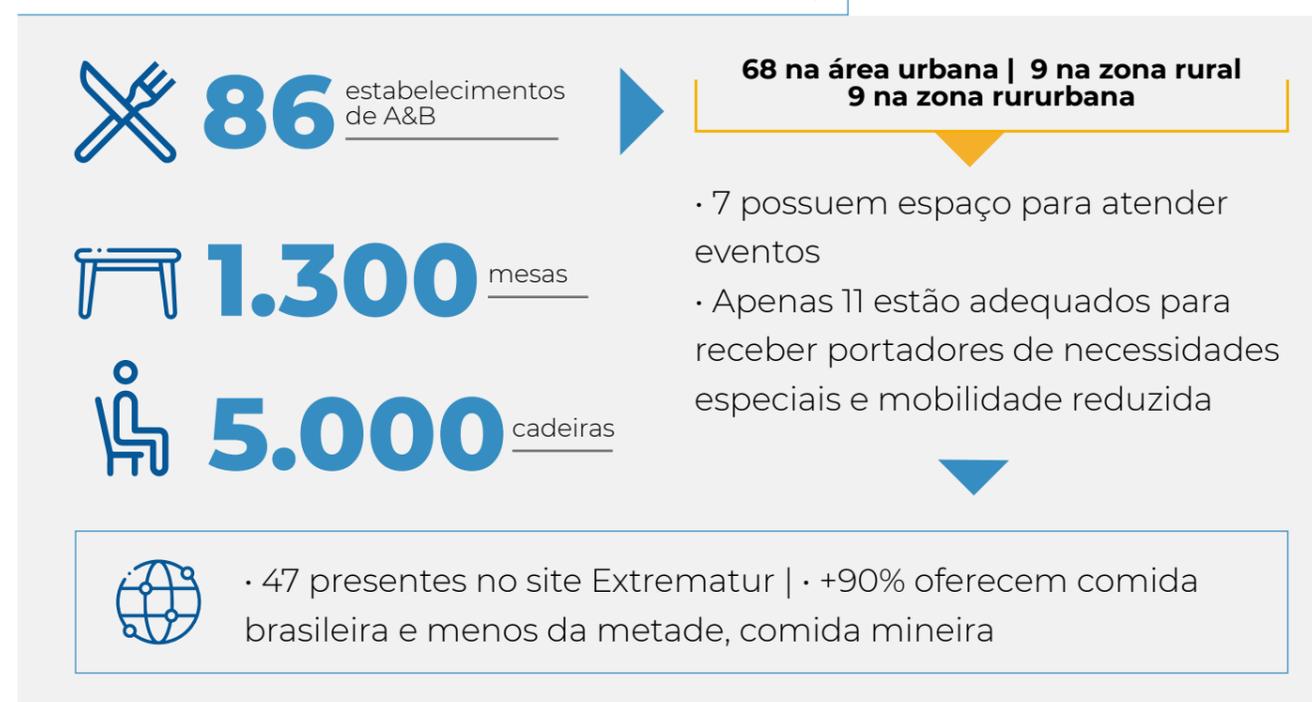


Figura 17: Estabelecimentos de alimentação e bebidas de Extrema, resumo | (Fonte: Inventário Turístico de Extrema, 2020; Elaboração própria, 2021)

Todos os equipamentos do setor de alimentos e bebidas estavam crescendo em procura e fluxo antes da pandemia. Com a possibilidade de abertura dentro dos protocolos, mesmo com diminuição da capacidade de atendimento, a maioria continua funcionando e recebendo um fluxo importante.

Alguns restaurantes se destacam mais por manter as tradições, transmitir cultura local, com pratos e produtos locais. Mas,

são poucos os que conseguem associar isso à excelência e níveis de qualidade mais expressivos. No geral, o tema da gastronomia e A & B foi avaliado com nota média de 8,75 pelos visitantes do município. A pouca variedade de opções com relevância e qualidade para atender aos turistas é um dos aspectos mais criticados, conforme comentam a maioria dos empresários consultados, além da carência de estabelecimento de qualidade com funcionamento a noite.

A cena gastronômica é estimulada por festivais gastronômicos temáticos como “Sabores da Roça” e “Festival de Boteco”. Os estabelecimentos vencedores desses

festivais geralmente tornam-se referência e adquirem maior notoriedade dentre os visitantes que desejam degustar as receitas locais.





APROVEITAMENTO
TURÍSTICO ATUAL E
POTENCIAL: LINHAS DE
PRODUTO E ADERÊNCIA
DE MERCADO

APROVEITAMENTO TURÍSTICO ATUAL E POTENCIAL: LINHAS DE PRODUTO E ADERÊNCIA DE MERCADO

Quando os atrativos se estruturam para o uso e aproveitamento se convertem em produtos e ofertas. Um produto turístico é, portanto, uma proposta de viagem fora do lugar de residência habitual, estruturada por meio dos atrativos, à qual se incorporam serviços turísticos, tais como transporte, alojamento, guias de viagem e serviços de alimentação, por exemplo. A oferta é o produto promovido mediante programas de comunicação, comercialização, venda, levando ao consumo turístico.

Em relação ao aproveitamento e uso dos atrativos naturais e culturais de Extrema, a grande maioria já compõe algum roteiro de visita, seja em produtos organizados pelos receptivos locais (importante indicador) ou simplesmente por estarem no contexto das rotas turísticas, conforme organização territorial definida no município pela Secretaria Municipal de Turismo.

No geral, observa-se que os atrativos da Serra do Lopo são os mais otimizados pelos serviços receptivos. Assim como os produtos de aventura, em trilhas mais leves e mais técnicas, rapel, rafting e voo livre; e o ecoturismo, com o conhecimento agregado dos guias e condutores. O único produto que tem época apropriada para operação é o rafting, operado de novembro a abril.

Sobre as cinco rotas turísticas, definidas pela Secretaria Municipal de Turismo e pelo COMTUR, percebe-se que uma parcela significativa de turistas desconhece essa oferta. Apenas 34% dos turistas no município

estavam cientes das rotas turísticas sendo que, destes, 37% não sabiam quais rotas tinham visitado, pois, provavelmente, não haviam se organizado por elas. Das empresas de receptivo consultadas, duas operam as Rotas Turísticas dos Ventos e das Águas como produtos e apenas uma opera a Rota das Pedras, mas menciona que tem grande dificuldade pela falta de atrativos organizados e relevantes para compor o roteiro.

A análise da oferta, desde os recursos, atrativos e demais potencialidades, permitiu identificar uma grade de possíveis linhas de produto que podem ser ofertadas aos mercados. Estes possíveis produtos consideram atividades que podem ser desfrutadas atualmente no destino (marcadas no gráfico abaixo em tom mais forte) assim como o mapeamento de experiências potenciais (sinalizadas em tom mais claro).



Quadro 1: Diversificação de Produtos por Segmentos

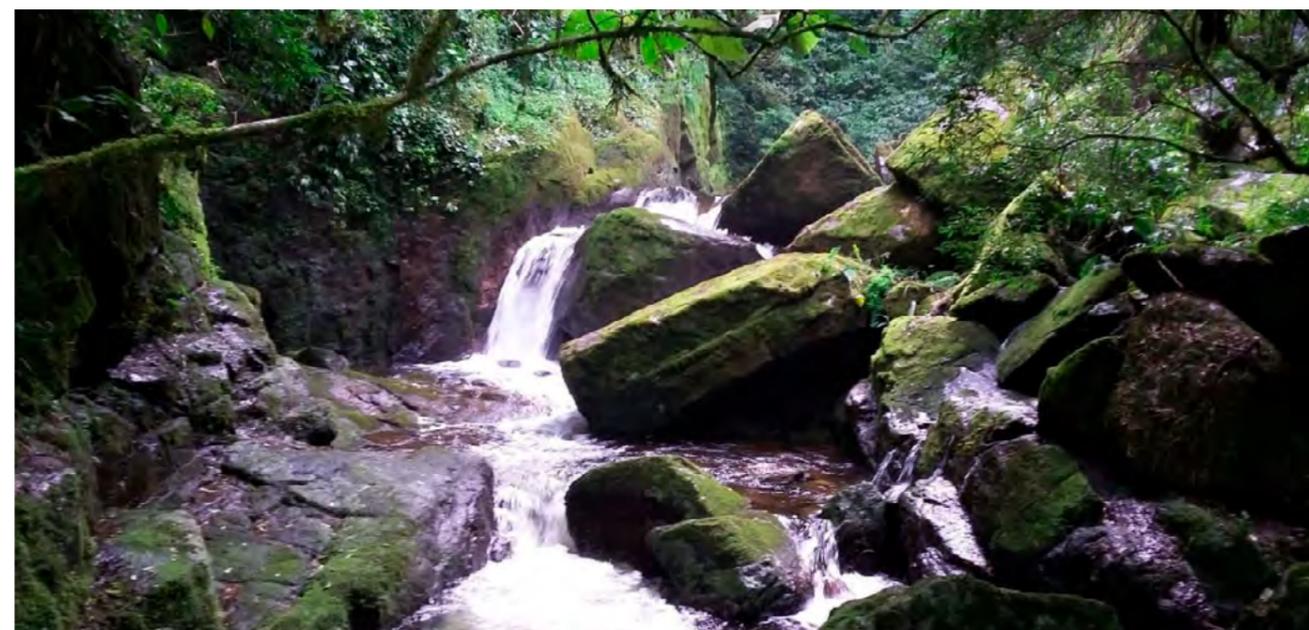
Ecoturismo	Aventura	Cultural	Rural	Ecoturismo	Corporativo	Técnico científico
Trilhas de curta distância	Rafting	Visita à igreja e templos	Cavalgadas	Artesanato, arte e manufaturas	Incentivo	Visita a projetos de sustentabilidade
Contemplação e lazer na natureza	Rapel	Visitas e vivências na produção associada		Produtos da gastronomia regional	Treinamentos corporativos	Estudo do meio
Educação para a sustentabilidade	Trekking: trilhas técnicas	Visitas a marcos históricos e pré históricos	Visita à marcos da cultura rural	Visita à lojas de fábricas		
	Travessia	Experiências e roteiros gastronômicos				
	Cicloturismo e mountain bike	Calendário de eventos culturais				
	Fora de estrada					
	Boia cross					

(Fonte: Elaboração própria, 2021).

Posteriormente, foi realizado um cruzamento de aderência ao mercado e necessidade de estruturação de produtos/oferta em Extrema. A análise desse cruzamento considerou dois critérios-chaves: por um lado, a capacidade de participação no mercado – considerando o fluxo atual e fluxo potencial, bem como as tendências de crescimento do interesse por linhas de produto específicas; e, por outro, a estruturação necessária para que

o produto seja competitivo/sustentável na atração dos fluxos turísticos dos segmentos relacionados.

Na sequência, foi feita a correlação entre os valores de aderência e estruturação, utilizando como ferramenta um gráfico de dispersão, apresentando a valoração ponderada dos produtos de forma a compreender o posicionamento estratégico deles.



Assim, para Extrema, tem-se a seguinte análise de aderência de mercado:

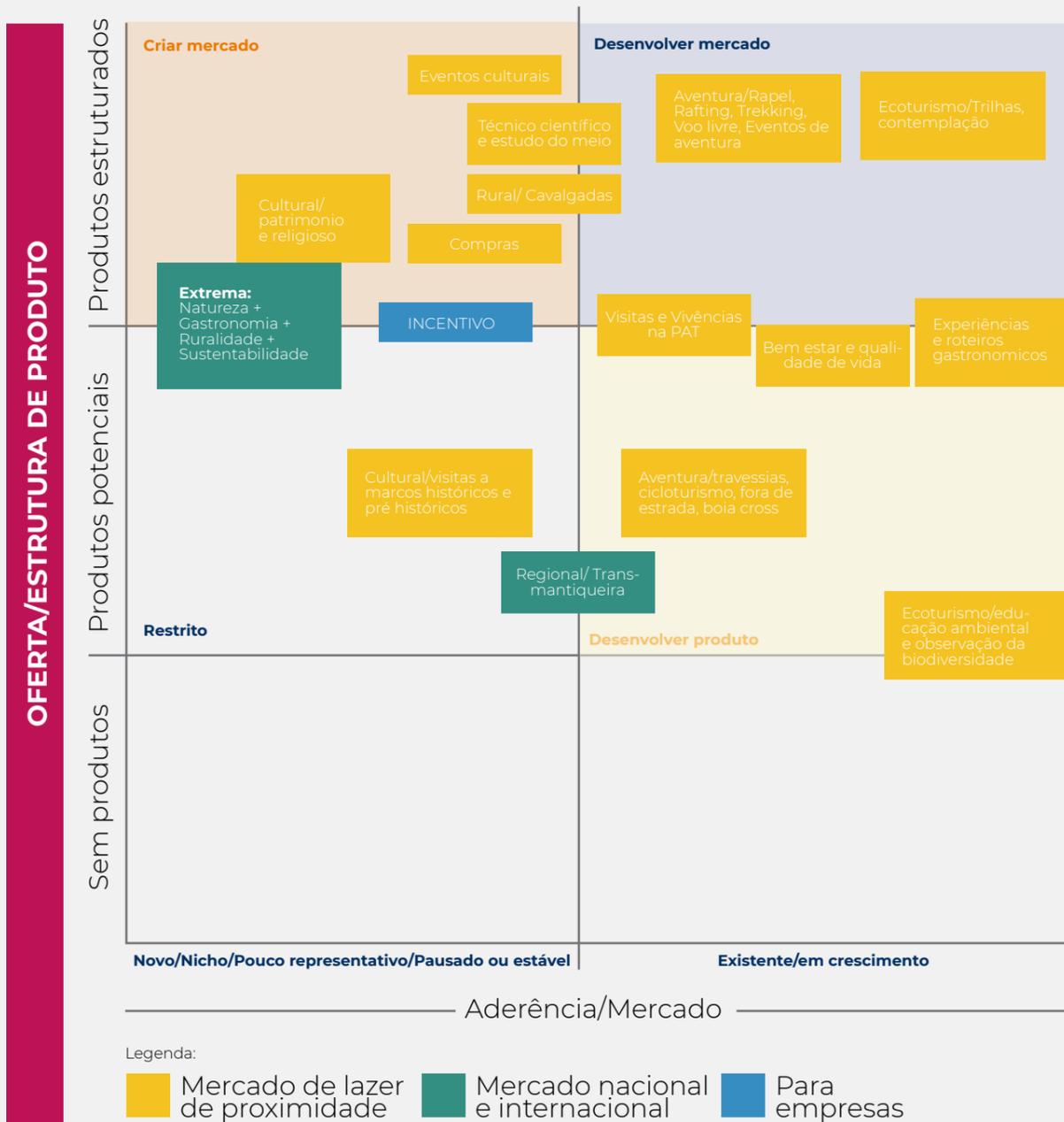


Figura 18: Matriz de aderência de produtos e mercados (Fonte: Elaboração própria, 2021)

Portanto, as estratégias de produto e mercado de curto, médio e longo prazo devem considerar:

Criação de mercados (longo prazo): Ampliar a promoção e comercialização de produtos turísticos com enfoque em segmentos/experiências (linhas de produto) e na integração, fortalecendo a imagem turística da região.

Desenvolvimento de mercados (curto prazo): Melhorar a gestão e a qualificação dos produtos turísticos existentes, valorizar os elementos centrais de cada linha de produto identificada visando impulsionar a atratividade.

Desenvolvimento de produtos (médio prazo): Estruturar a oferta turística, valorizando e definindo o uso turístico de

atrativos e recursos turísticos, conforme as linhas de produto.

Mercado e/ou oferta de produto restrita: Aprimorar a oferta após a consolidação das linhas prioritárias a fim de agregar valor aos produtos principais.



CONSOLIDANDO O DIAGNÓSTICO: ANÁLISE SWOT

CONSOLIDANDO O DIAGNÓSTICO: ANÁLISE SWOT

A seguir, apresenta-se a síntese dos principais pontos fortes, pontos fracos, ameaças e oportunidades relacionadas ao desenvolvimento do turismo sustentável em Extrema.

Quadro 12. Forças da análise SWOT de Extrema

FORTALEZAS/ PONTOS FORTES

- A1. Equipe Técnica diversificada, multidisciplinar e engajada
- A2. Disponibilidade orçamentária para investimentos
- A3. Legislação completa e atualizada relacionada à política pública de turismo, incluindo a elaboração e revisão de instrumentos de modo participativo, à exemplo do PMDTS e o Plano de Marketing
- A4. Esforços significativos na implantação da legislação, envolvendo o fortalecimento do turismo como política pública (habilitação do ICMS, FUMTUR e fortalecimento do COMTUR)
- A5. Fluxo turístico relativamente constante durante o ano todo (fluxo de negócios e lazer exercem papéis complementares sustentando os empreendimentos)
- A6. Vocação do território justificada pela beleza cênica, potencial hídrico, pelo cuidado e qualidade de vida do município
- A7. Município investe em infraestrutura de apoio ao turismo e em estruturação de atrativos como o Centro de Atendimento, Parques Municipais, estruturação de rotas, sinalização turística, aquisição de áreas e criação de novos atrativos
- A8. Existência do Observatório do Turismo, desde o ano de 2017 e instituído por Lei em 2019. Inserido na Rede de Observatórios de Turismo de Minas Gerais (desde 2018) e na Rede Brasileira de Observatórios de Turismo (desde 2017)
- A9. Localização estratégica: proximidade com grandes polos emissores e facilidade de acesso (como São Paulo - maior mercado emissor de turistas do Brasil - e Monte Verde)
- A10. Esforços para potencializar a comunicação do destino (site bem-produtivo, desenvolvimento de marca, etc.)
- A11. Boa aceitação da atividade turística por parte da população
- A12. Integra iniciativas que ampliam a visibilidade do destino (Circuito Serras Verdes - certificado - e Transmantiqueira)
- A13. Ações significativas que valorizam a sustentabilidade territorial e colocam o município como expoente em boas práticas (Conservador das Águas, RPPN, Usina Termoelétrica)
- A14. Setor empresarial disposto a colaborar e crescer
- A15. Tipologia de negócios e produtos existentes compatíveis com demandas de mercado – turismo de natureza, aventura, boa gastronomia
- A16. Serviços turísticos no geral valorizados e bem avaliados pela demanda atual
- A17. Receptividade para estabelecer uma nova identidade
- A18. Município novo e pujante, atrativo para novos investimentos externos e por parte dos próprios empresários já instalados. Incentivo fiscal aos empreendimentos hoteleiros.
- A19. Potencial de experiências conectadas à produção associada, área que vem sendo trabalhada internamente
- A20. Diversificação dos Eventos no município
- A21. Pavimentação da Zona Rural
- A22. Ambiente interno organizacional aberto à inovação tecnológica, à novos e ambiciosos projetos

Quadro 13. Fraquezas da análise SWOT de Extrema

DESAFIOS/ GARGALOS

- B1. Falta de revisão integrada do Plano Diretor, o que tem prejudicado a qualidade da paisagem, atributo fundamental do turismo de Extrema
- B2. Secretaria Municipal de Turismo necessita de ampliação de corpo técnico e oferta de treinamento sistemático em temas contemporâneos do turismo, de modo a fortalecer a implantação de um modelo de destino inteligente e atender o volume de projetos (sustentabilidade + inovação)
- B3. Infraestrutura de comunicação e internet limitada, especialmente nas áreas rurais que tem maior apelo turístico e para atender as novas demandas como por exemplo, o trabalho remoto
- B4. Falta olhar holístico no compartilhamento das decisões sobre o turismo no município, tanto envolvendo o setor público, setor privado e instância de governança regional
- B5. Estratégia de desenvolvimento socioeconômico do município necessita de alinhamento: contradição de um município que quer se posicionar como sustentável incluindo o turismo, porém, há desordenamento territorial em andamento, bem como incentivo maciço à implantação de indústrias/comércio varejista/centros de distribuição
- B6. Município não dispõe de atrativos âncora; há carência na variedade de produtos estruturados, com proposta de visitação diversificada, interativa e inovadora - embora existam recursos que possam dar sustentação à esta estruturação
- B7. Falta de monitoramento do impacto econômico da atividade turística e sustentabilidade ambiental, dificultando a análise e tomada de decisões estratégicas sobre o setor enquanto vetor de desenvolvimento local
- B8. Mão de obra disponível restrita para atuar no setor
- B9. Conflito no posicionamento identitário do município enquanto destino turístico - imagem está deslocada da realidade local
- B10. Não há ações de promoção e comunicação do destino realizadas de modo sistemático, incluindo a manutenção de sites e redes sociais, atividades de relações públicas com a imprensa, participação em eventos etc.
- B11. Rotas turísticas não estão consolidadas, embora sejam promovidas como produtos turísticos
- B12. Eventos culturais com baixo aproveitamento dos fluxos e com perfil de oferta que não atrai maiores benefícios locais
- B13. Baixo índice de utilização dos serviços de receptivo
- B14. Maioria dos atrativos necessitam de melhorias estruturais e de qualidade como aprimoramento da experiência, segurança, sinalização interna, informação, inovação, acessibilidade, responsabilidade socioambiental e adequação ao público
- B15. Processo de monitoramento da execução das políticas públicas de turismo e seus impactos incipiente, dificultando a melhoria na tomada de decisões e a transparência e comunicação com a sociedade sobre a atuação da SMT
- B16. Práticas sustentáveis são adotadas de modo incipiente no turismo
- B17. Formação de uma cultura ou sensibilização turística ainda incipiente
- B18. SMT não compõe o Conselho Municipal de Meio Ambiente do Município

 (Fonte: Elaboração própria, 2021)

OPORTUNIDADES DE MERCADO/TENDÊNCIAS

- C1. Demanda aberta a conhecer destinos de proximidade e que estimulem o contato com a natureza e com o meio rural, sem aglomeração
- C2. Participação em projetos regionais (Circuito Serras Verdes e Transmantequeira)
- C3. Crescimento do Interesse dos turistas pelo segmento do Cicloturismo
- C4. Aquecimento do turismo doméstico em função das limitações de viagens internacionais e da oferta cultural e de lazer dos grandes centros urbanos
- C5. Crescimento do turismo de segunda residência, agora com nova cara "turismo de isolamento" e "road office", com estadias mais prolongadas
- C6. Oportunidade de curto prazo de aumento de viagens de proximidade para classes A e B
- C7. Sustentabilidade como tendência e potencial de diferenciação
- C8. Iniciativa Estadual de apoio à Gastronomia - Plano Estadual de Desenvolvimento da Cozinha Mineira
- C9. Reconhecimento de Minas Gerais e Serra da Mantiqueira como áreas boas para a prática do turismo por parte do mercado paulista
- C10. Redirecionamento do consumo: de bens para experiências significativas e enriquecedoras, e para desfrutar de qualidade de vida
- C11. Tecnologia como oportunidade de customização / personalização da comunicação e dos serviços por público, e para oferecer experiências mistas mais interativas que mesclam o virtual e o real.
- C12. Município novo e pujante, atrativo para novos investimentos externos e por parte dos próprios empresários já instalados

 (Fonte: Elaboração própria, 2021)

RISCOS/AMEAÇAS DE MERCADO

- D1. Crise econômica e incertezas pós pandemia, e possível retrocesso da democratização das viagens e turismo na cesta de consumo dos brasileiros
- D2. Receio dos turistas em viajar
- D3. Concorrência de destinos próximos e com alto grau de competitividade
- D4. Tendência de crescimento demográfico, o que pode acarretar baixa conexão da população com o território
- D5. Mudança da paisagem do entorno em função da instalação de novas indústrias e falta de regimento do Plano Diretor, com construções que afetam a paisagem e tornam-se menos atraentes ao turismo, comprometendo o potencial de atrair tanto investidores como a demanda
- D6. Fragilidade das políticas públicas voltadas para o turismo - pauta ainda não prioritária em termos de política de estado
- D7. Oferta de Airbnb e/ou chácaras que não trazem benefícios e impactos para a cadeia local
- D8. Pressão sobre infraestrutura e serviços públicos em função do crescimento populacional
- D9. Tendência de diminuição das viagens corporativas / a negócios

D10. Cenário em transformações profundas que desafiam a capacidade e eficiência da gestão pública de responder aos novos desafios e valores econômicos e sociais

D11. Aumento da especulação imobiliária e custo de vida, como um possível inibidor de novos negócios

D12. Novas variantes e mutações do vírus COVID-19 ou outras novas doenças

D13. Aumento nos níveis de poluição ambiental e emissão de gases estufa

D14. Sobrecarga na demanda tecnológica e pane na prestação dos serviços

D15. Crise energética e hídrica

 (Fonte: Elaboração própria, 2021)



ESTRATÉGIA PARA O DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO DE EXTREMA

ESTRATÉGIA PARA O DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO DE EXTREMA

O horizonte temporal do PMDTS 2021-2031 aponta para a necessidade de se estabelecer uma visão de longo prazo, entendendo que o turismo terá fases diversas de desenvolvimento, porém, todas pautadas na premissa da sustentabilidade.

A sustentabilidade tem sido uma bandeira de Extrema e e agora também se faz presente na visão de destino turístico desejada:



Sendo este o principal objetivo estratégico do destino, o caminho a trilhar deve estar embasado nas premissas que esta visão estabelece. Para isso, diversos desafios existentes em Extrema devem ser superados. Além disso, ameaças de mercado devem ser tratadas de modo estratégico, para que não se consolidem em pontos fracos ou afetem o desempenho do

turismo no destino.

Neste sentido, em um primeiro momento, foi analisado o grupo de pontos fracos ou desafios internos do destino, de modo a identificar grandes aspectos ou temáticas que precisam ser trabalhadas. A este agrupamento foi dado o nome de Linhas Estratégicas:



Linha 1. Consolidação e desenvolvimento de produtos turísticos

Principais desafios

- Promover melhorias estruturais
- Desenhar experiências e novos atrativos
- Aprimorar a qualidade nos serviços

Voltada para ações ligadas à consolidação e desenvolvimento dos principais atributos do turismo local: oferta diferencial, oferta complementar e a consolidação desta oferta em produtos.



Linha 2. Destino sustentável e inovador

Principais desafios

- Fomentar práticas sustentáveis
- Promover a gestão inteligente do destino

Voltada para ações que fortaleçam e implantem processos sustentáveis e de inovação no destino, de modo a que todo o ecossistema tenha estes aspectos em seu DNA – modus operandi.



Linha 3. Comunicação e promoção do destino

Principais desafios

- Posicionar Extrema como destino turístico
- Fortalecer o pertencimento local junto à população

Voltada para ações que informem os diversos atores ligados ao turismo sobre o destino e suas ações (sejam operadores, gestores, população ou turistas), bem como ações que criem demanda para o destino, através da criação de interesse/desejos e conduzam à ação de escolha do destino. Em função da existência de instrumento específico para essa temática (o Plano de Marketing do Turismo de Extrema), foram consideradas apenas ações complementares não identificadas no Plano de Marketing nesta linha estratégica do PMDTS.



Linha 4. Fortalecimento da gestão integrada

Principais desafios

- Aprimorar a gestão pública do turismo
- Fortalecer o COMTUR

Voltada para ações que tornem os processos de gestão coesos, integrados e mais produtivos, além de aumentar o nível de motivação, participação e criatividade das equipes e instituições.

Destaca-se que, além de serem grandes caminhos a seguir, as linhas estratégicas facilitam a organização da execução do plano de ações, auxiliando, por exemplo, a ter uma melhor noção sobre o tipo de conhecimentos e recursos necessários.

Em função de Extrema estar em uma fase de desenvolvimento turístico inicial, ameaças externas ainda não afetam o destino de modo significativo. Embora alguns pontos como incertezas sobre a realização de viagens em função da pandemia causada pela Covid-19 e a oferta concorrente bem estruturada requeiram atenção. Por outro lado, os **pontos fracos ou desafios internos** do destino possuem um

peso maior, pois **refletem a necessidade de esforços em criar atratividade ao município**, envolvendo investimentos amplos do ponto de vista estrutural, de qualificação de experiências e serviços, de comunicação e promoção, bem como de aperfeiçoamento da gestão integrada.

Neste sentido, a proposição de ações para Extrema foi realizada por meio da análise e cruzamento dos pontos fracos (aspectos internos) com as oportunidades (aspectos externos) identificadas na Matriz SWOT. Cabe destacar que os principais pontos positivos em Extrema também minimizam de modo significativo as ameaças e os pontos fracos identificados.

Plano de ações

LINHA ESTRATÉGICA	DESAFIOS	N.º	AÇÃO	RESP	PARTICIPANTE(S)	HORIZONTE DE IMPLANTAÇÃO
1. Consolidação e desenvolvimento de produtos turísticos	Promover melhorias estruturais	1	Elaborar projeto e implantar sinalização e estrutura interpretativa inteligente, interativa e com acessibilidade universal para consolidar as rotas turísticas	SMT	COMTUR; Gerência de MKT; SMA	MÉDIO (5 anos)
1. Consolidação e desenvolvimento de produtos turísticos	Promover melhorias estruturais	2	Elaborar e implantar os Planos Urbano Paisagísticos nas áreas estratégicas para o turismo	SMT	COMTUR; SOU; SMA	MÉDIO (5 anos)
1. Consolidação e desenvolvimento de produtos turísticos	Promover melhorias estruturais	3	Elaborar projeto e implantar melhorias estruturais com acessibilidade universal na Prainha do Juncal, incluindo aquisição de áreas	SMT	COMTUR; SOU; SMA	LONGO (10 anos)
1. Consolidação e desenvolvimento de produtos turísticos	Promover melhorias estruturais	4	Implantar o projeto Estrada Turística Serra do Lopo, com Portal e Centro de Atendimento ao Turista integrando Ajuruoca, Cristo, via sacra e funicular; Mirante da Mangueira e estrutura de apoio nas rampas com alimentação e sanitário.	SMT	COMTUR; SOU; SMA	LONGO (10 anos)
1. Consolidação e desenvolvimento de produtos turísticos	Promover melhorias estruturais	5	Elaborar projeto e implantar o 1º Museu da Água do Brasil, com acessibilidade universal focado em experiências interativas que valorizam a água enquanto recurso natural, antropológico, sociológico e político – Global Network of Water Museums – UNESCO	SMT	COMTUR; SOU; SMA	LONGO (10 anos)
1. Consolidação e desenvolvimento de produtos turísticos	Promover melhorias estruturais	6	Mapear e implantar circuitos de cicloturismo	SMT	COMTUR, SOU; IGR Serras Verdes do Sul de Minas, SELJ	MÉDIO (5 anos)
1. Consolidação e desenvolvimento de produtos turísticos	Promover melhorias estruturais	7	Elaborar projeto e implantar estrutura de apoio à visitação com acessibilidade universal no Pico do Lobo Guará (valor fase projeto e estrutura de apoio /alimentação e sanitários)	SMT	COMTUR; SOU; SMA SELJ	LONGO (10 anos)
1. Consolidação e desenvolvimento de produtos turísticos	Promover melhorias estruturais	8	Elaborar projeto com acessibilidade universal e reformar os Portais Norte e Sul	SMT	SOU	CURTO (2 anos)
1. Consolidação e desenvolvimento de produtos turísticos	Promover melhorias estruturais	9	Elaborar projeto e implantar estrutura de apoio com acessibilidade universal à visitação Ajuruoca (valor fase projeto e estrutura de apoio /alimentação e sanitários)	SMT	COMTUR; SOU SC	MÉDIO (5 anos)

1. Consolidação e desenvolvimento de produtos turísticos	Promover melhorias estruturais	10	Elaborar projeto e adaptar atrativos e áreas turísticas de titularidade pública para adequação à Norma ABNT NBR-9050 que trata sobre Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos e estabelece critérios e parâmetros técnicos a serem observados quanto ao projeto, construção, instalação e adaptação do meio urbano e rural, e de edificações às condições de acessibilidade.	SMT	SOU	LONGO (10 anos)
1. Consolidação e desenvolvimento de produtos turísticos	Promover melhorias estruturais	11	Sensibilizar o trade turístico a implantar adequação à Norma ABNT NBR-9050 que trata sobre Acessibilidade	SMT	COMTUR; SOU	CURTO (2 anos)
1. Consolidação e desenvolvimento de produtos turísticos	Promover melhorias estruturais	12	Adquirir a Pedra Cume para organizar a visitação na trilha Flores - Cume (por ser atrativo âncora)	SMT	SMA	LONGO (10 anos)
1. Consolidação e desenvolvimento de produtos turísticos	Promover melhorias estruturais	13	Apoiar a implantação e a operação da Trilha Transmatiqueira no trecho Serra do Lopo - Pedra do Baú (sub produto regional)	SMT	COMTUR; Associação Trilha Transmatiqueira; IGR Serras Verdes do Sul de Minas; SMA	LONGO (10 anos)
1. Consolidação e desenvolvimento de produtos turísticos	Promover melhorias estruturais	14	Adquirir área, elaborar projeto e implantar estruturas de apoio à visitação e interpretação com acessibilidade universal na Pedra do Índio	SMT	COMTUR; SOU; SMA; SC	LONGO (10 anos)
1. Consolidação e desenvolvimento de produtos turísticos	Promover melhorias estruturais	15	Melhorar a estrutura da feira do Produtor Rural no sentido de garantir relevância para os turistas, como ponto de gastronomia, encontro e compra de produtos locais / da terra e produção associada	SMT	COMTUR; SC; SDE; EMATER e Sindicato dos Produtores Rurais	MÉDIO (5 anos)
1. Consolidação e desenvolvimento de produtos turísticos	Promover melhorias estruturais	16	Implementar melhorias de comunicação e internet, em especial em áreas rurais de apelo turístico	SG	SOU; SMT; COMTUR	MÉDIO (5 anos)
1. Consolidação e desenvolvimento de produtos turísticos	Aprimorar a qualidade nos serviços	17	Regular as práticas de atividades turísticas nos atrativos, com o estabelecimento de critérios mínimos.	COMTUR	SMT; SMA	MÉDIO (5 anos)
1. Consolidação e desenvolvimento de produtos turísticos	Aprimorar a qualidade nos serviços	18	Realizar capacitações sobre gestão da segurança no turismo com operadores e condutores de turismo locais (Norma Técnica ISO 21101)	SMT	COMTUR; SELJ; IGR Serras Verdes do Sul de Minas	CURTO (2 anos)
1. Consolidação e desenvolvimento de produtos turísticos	Desenhar experiências e novos produtos	19	Realizar curso de formação de experiências voltado para o setor privado	SMT	COMTUR; SDE; SC; SELJ; IGR Serras Verdes do Sul de Minas	CURTO (2 anos)
1. Consolidação e desenvolvimento de produtos turísticos	Desenhar experiências e novos produtos	20	Realizar assessorias individuais para o desenho de experiências com o setor privado nas linhas de produto indicadas no diagnóstico	SMT	COMTUR; SDE; SC; SELJ	CURTO (2 anos)
1. Consolidação e desenvolvimento de produtos turísticos	Desenhar experiências e novos produtos	21	Realizar ações de promoção de informações de agenda e de sensibilização com o trade turístico sobre a Fábrica de Cultura a ser inaugurada em meados de 2022, com o objetivo de incluí-la como opção de atrativo no município	SMT	COMTUR; SC; Gerência MKT	CURTO (2 anos)
1. Consolidação e desenvolvimento de produtos turísticos	Desenhar experiências e novos produtos	22	Estruturar e qualificar os eventos com potencial turístico do município	SMT	COMTUR; SC; SELJ; Gerência MKT	MÉDIO (5 anos)
1. Consolidação e desenvolvimento de produtos turísticos	Desenhar experiências e novos produtos	23	Desenhar e realizar o Festival da Cerveja Artesanal e o Festival Gastronômico	SMT	COMTUR; SC; Gerência MKT	CURTO (2 anos)
1. Consolidação e desenvolvimento de produtos turísticos	Desenhar experiências e novos produtos	24	Realizar curso de aprimoramento de produto de turismo de natureza, envolvendo as principais normas técnicas ligadas à temática (exemplos: ABNT NBR 15505:2019; ABNT NBR 15509-2:2017) de classificação de percursos de caminhada; ABNT NBR 15509: 2019- cicloturismo; ABNT NBR 16708:2018 - turismo de aventura/rafting; ABNT NBR 15285:2015 -Turismo de aventura - Líderes - Competência de pessoal; ABNT NBR 15505-1:2008 -Turismo com atividade de caminhada - Requisitos para produto; etc)	SMT	COMTUR; SELJ; IGR Serras Verdes do Sul de Minas	CURTO (2 anos)
1. Consolidação e desenvolvimento de produtos turísticos	Desenhar experiências e novos produtos	25	Realizar curadoria voltada para o aprimoramento da produção associada ao turismo	SMT	COMTUR; SC	CURTO (2 anos)
1. Consolidação e desenvolvimento de produtos turísticos	Desenhar experiências e novos produtos	26	Implantar Selo de território para os Queijos de Extrema, incluindo a organização de processo de Indicação Geográfica no âmbito do Ministério da Agricultura	SMT	SDE; EMATER e Sindicato dos Produtores Rurais	MÉDIO (5 anos)
1. Consolidação e desenvolvimento de produtos turísticos	Desenhar experiências e novos produtos	27	Promover aproximação entre o turismo e o Projeto Conservador das Águas e sua estruturação para visitação com a construção de um receptivo ao visitante e a criação, por exemplo, de exposições interativas e outros marcos referenciais dos temas abordados pelo programa em formatos lúdicos, com acessibilidade universal e relevantes aos visitantes falta valor	SMT	COMTUR; SMA; SOU; SE	AÇÃO CONTÍNUA

1. Consolidação e desenvolvimento de produtos turísticos	Desenhar experiências e novos produtos	28	Elaborar plano de negócios e parcerias público privadas para a implantação e gestão de estruturas de apoio ao turista em atrativos e áreas de interesse turístico de titularidade pública como o Pico do Lobo Guará, Parque Municipal Cachoeira do Salto, Parque Municipal Cachoeira do Jaguarí e Ajuruoca.	SMT	COMTUR; SDE; SMA; Gerência de MKT	CURTO (2 anos)
1. Consolidação e desenvolvimento de produtos turísticos	Desenhar experiências e novos produtos	29	Ações de captação de Investidores para os atrativos públicos e investidores para novos atrativos privados (roadshows, visitas técnicas e participação em eventos)	SMT	SDE	AÇÃO CONTÍNUA
1. Consolidação e desenvolvimento de produtos turísticos	Desenhar experiências e novos produtos	30	Criar estrutura e procedimentos para visitação turística à Usina Termoquímica (atenção especial à procedimentos de segurança)	SMA	SOU; SMT; COMTUR	MÉDIO (5 anos)
2. Destino sustentável e inovador	Fomentar práticas sustentáveis no turismo	31	Elaborar e executar o Programa de Educação para a Sustentabilidade	SMT	SE; SMA e demais secretarias	AÇÃO CONTÍNUA
2. Destino sustentável e inovador	Fomentar práticas sustentáveis no turismo	32	Elaborar o plano de gestão dos atrativos municipais	SMT	COMTUR; SMA	CURTO (2 anos)
2. Destino sustentável e inovador	Fomentar práticas sustentáveis no turismo	33	Criar manual de práticas sustentáveis no turismo	SMT	COMTUR; SMA	AÇÃO CONTÍNUA
2. Destino sustentável e inovador	Fomentar práticas sustentáveis no turismo	34	Realizar capacitações e sensibilização sobre diversas temáticas ligadas ao turismo com foco em profissionais do setor	SMT	COMTUR; SDE; SC; SMA	AÇÃO CONTÍNUA
2. Destino sustentável e inovador	Fomentar práticas sustentáveis no turismo	35	Realizar capacitações e sensibilização sobre diversas temáticas ligadas ao turismo com foco na população local	SMT	COMTUR; SMA; SC	AÇÃO CONTÍNUA
2. Destino sustentável e inovador	Fortalecer o conhecimento e práticas inovativas	36	Criar um programa de estímulo à pesquisa e inovação no turismo em parceria com indústrias locais.	SMT	COMTUR; SDE; SMA	AÇÃO CONTÍNUA
2. Destino sustentável e inovador	Fortalecer o conhecimento e práticas inovativas	37	Fortalecer o Observatório de Turismo através da implantação de novas pesquisa e coleta de indicadores mínimos	SMT	COMTUR; SPGO; SDE	CURTO (2 anos)
2. Destino sustentável e inovador	Fortalecer o conhecimento e práticas inovativas	38	Desenhar e implantar estratégias para atração de eventos na área de sustentabilidade de modo a conformar o município em um "polo de conhecimento sobre sustentabilidade"	SMT	COMTUR; SMA; SDE; SC	AÇÃO CONTÍNUA
2. Destino sustentável e inovador	Fortalecer o conhecimento e práticas inovativas	39	Estimular a criação de Reservas Particulares do Patrimônio Natural - RPPN incentivando o uso turístico	SMT	COMTUR; SMA; SDE	AÇÃO CONTÍNUA
2. Destino sustentável e inovador	Fomentar práticas sustentáveis no turismo	40	Elaborar estudo e Implantar projeto piloto de economia circular envolvendo o setor turístico	SMT	COMTUR; SC; SMA; SDE	MÉDIO (5 anos)
3. Comunicação e promoção do destino	Posicionar Extrema como destino turístico	41	Aprimorar a marca turística de Extrema considerando os elementos da grade de valores e posicionamento/visão do destino (2021/2031)	SMT	COMTUR; Gerência de MKT	CURTO (2 anos)
3. Comunicação e promoção do destino	Despertar a população para o pertencimento	42	Identificar histórias e personagens locais e incorporação na comunicação do destino	SMT	SC; Gerência de MKT; COMTUR	CURTO (2 anos)
4. Fortalecimento da gestão integrada	Fortalecer o COMTUR	43	Realizar encontros focados em networking e rodadas para identificação de oportunidades e parcerias internas envolvendo programação com benchmarking e trocas de experiências entre atores locais	COMTUR	SMT; Gerência de MKT; SDE	AÇÃO CONTÍNUA
4. Fortalecimento da gestão integrada	Fortalecer o COMTUR	44	Realizar capacitação dos conselheiros do COMTUR para sua atuação, como prática recorrente	COMTUR	SMT	AÇÃO CONTÍNUA
4. Fortalecimento da gestão integrada	Aprimorar a gestão pública do turismo	45	Elaborar material de comunicação e fortalecer canais de divulgação sobre as ações da SMT para publicidade à sociedade	SMT	COMTUR; Gerência de MKT	AÇÃO CONTÍNUA
4. Fortalecimento da gestão integrada	Aprimorar a gestão pública do turismo	46	Adotar estratégia para divulgação, apresentação e compartilhamento dos dados do Observatório com atores do turismo local	SMT	COMTUR; Gerência de MKT	AÇÃO CONTÍNUA

4. Fortalecimento da gestão integrada	Aprimorar a gestão pública do turismo	47	Capacitar a equipe da Secretaria Municipal de Turismo de modo recorrente, em temáticas diversas sobre destinos turísticos sustentáveis/inteligentes.	SMT	COMTUR	AÇÃO CONTÍNUA
4. Fortalecimento da gestão integrada	Aprimorar a gestão pública do turismo	48	Estruturar a SMT, incluindo concurso, para atender de forma qualificada os planejamentos e as demandas	SMT	SRH	MÉDIO (5 anos)
4. Fortalecimento da gestão integrada	Aprimorar a gestão pública do turismo	49	Implantar e manter ativo, grupo de trabalho intersecretarial para organização e adoção de gestão e monitoramento do crescimento do município e os impactos nas demais atividades, incluindo o turismo (promover reflexão permanente para adaptar ferramentas de gestão de desenvolvimento urbano).	GP	SOU; SMT; COMTUR	AÇÃO CONTÍNUA

i A versão completa do PMDTS entregue à SMT há maiores detalhes sobre os projetos, incluindo estimativa orçamentária.





O PMDTS
DE EXTREMA
E OS ODS

O PMDTS DE EXTREMA E OS ODS

Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável – ODS são um pacto global, aderido em 2015 pelos 193 Estados-Membros da Organização das Nações Unidas - ONU, para promover um futuro mais sustentável para o mundo. Ao todo são 17 ODS que se desdobram em 169 metas que deverão ser atingidas até o ano de 2030.



Figura 19: Os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável | (Fonte: ONU, 2015).

PROJETOS E ODS

Linhas estratégicas e ODS relacionados

1. Consolidação e desenvolvimento de produtos turísticos



2. Destino sustentável e inovador



3. Comunicação e promoção do destino



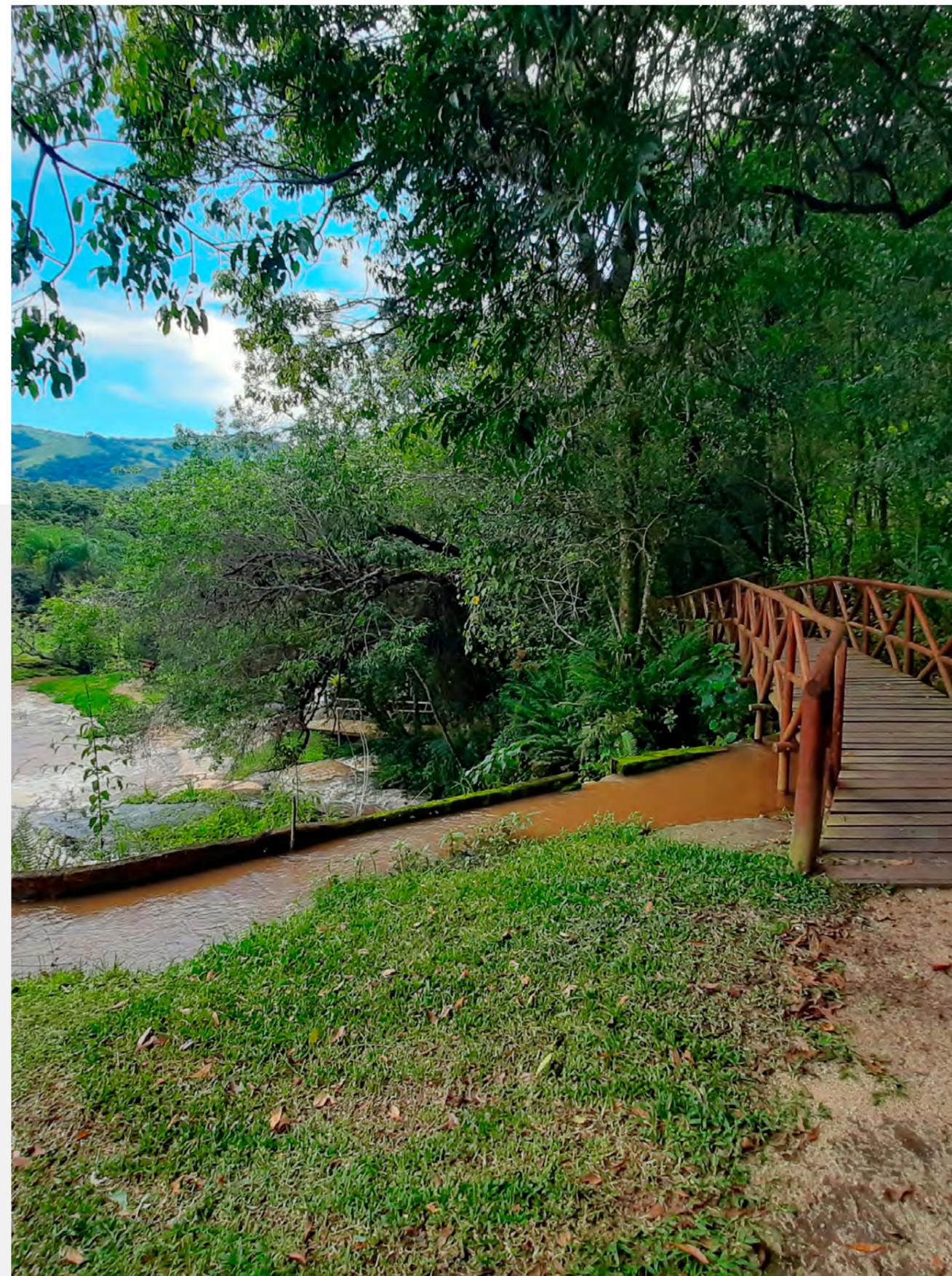
4. Fortalecimento institucional e da governança



N.º	AÇÃO	ODS
1	Elaborar projeto e implantar sinalização e estrutura interpretativa inteligente, interativa e com acessibilidade universal para consolidar as rotas turísticas	11
2	Elaborar e implantar os Planos Urbano Paisagísticos nas áreas estratégicas para o turismo	11
3	Elaborar projeto e implantar melhorias estruturais com acessibilidade universal na Prainha do Juncal, incluindo aquisição de áreas	6; 11; 15
4	Implantar o projeto Estrada Turística Serra do Lopo, com Portal e Centro de Atendimento ao Turista integrando Ajuruoca, Cristo, via sacra e funicular; Mirante da Mangueira e estrutura de apoio nas rampas com alimentação e sanitário.	11; 15
5	Elaborar projeto e implantar o 1º Museu da Água do Brasil, com acessibilidade universal focado em experiências interativas que valorizam a água enquanto recurso natural, antropológico, sociológico e político – Global Network of Water Museums – UNESCO	6; 11; 13; 17
6	Mapear e implantar circuitos de cicloturismo	11
7	Elaborar projeto e implantar estrutura de apoio à visitação com acessibilidade universal no Pico do Lobo Guará (valor fase projeto e estrutura de apoio /alimentação e sanitários)	15
8	Elaborar projeto com acessibilidade universal e reformar os Portais Norte e Sul	11
9	Elaborar projeto e implantar estrutura de apoio com acessibilidade universal à visitação Ajuruoca (valor fase projeto e estrutura de apoio /alimentação e sanitários)	11
10	Elaborar projeto e adaptar atrativos e áreas turísticas de titularidade pública para adequação à Norma ABNT NBR-9050 que trata sobre Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos e estabelece critérios e parâmetros técnicos a serem observados quanto ao projeto, construção, instalação e adaptação do meio urbano e rural, e de edificações às condições de acessibilidade.	3; 11
11	Sensibilizar o trade turístico a implantar adequação à Norma ABNT NBR-9050 que trata sobre Acessibilidade	3; 11
12	Adquirir a Pedra Cume para organizar a visitação na trilha Flores - Cume (por ser atrativo âncora)	11; 15
13	Apoiar a implantação e a operação da Trilha Transmatiqueira no trecho Serra do Lopo - Pedra do Baú (sub produto regional)	8; 11; 15
14	Adquirir área, elaborar projeto e implantar estruturas de apoio à visitação e interpretação com acessibilidade universal na Pedra do Índio	11; 15
15	Melhorar a estrutura da feira do Produtor Rural no sentido de garantir relevância para os turistas, como ponto de gastronomia, encontro e compra de produtos locais / da terra e produção associada	2; 8; 12
16	Implementar melhorias de comunicação e internet, em especial em áreas rurais de apelo turístico	9; 11
17	Regular as práticas de atividades turísticas nos atrativos, com o estabelecimento de critérios mínimos.	6; 11; 15
18	Realizar capacitações sobre gestão da segurança no turismo com operadores e condutores de turismo locais (Norma Técnica ISO 21101)	8; 11; 12
19	Realizar curso de formatação de experiências voltado para o setor privado	8; 9; 11; 12
20	Realizar assessorias individuais para o desenho de experiências com o setor privado nas linhas de produto indicadas no diagnóstico	8; 9; 11; 12
21	Realizar ações de promoção de informações de agenda e de sensibilização com o trade turístico sobre a Fábrica de Cultura a ser inaugurada em meados de 2022, com o objetivo de incluí-la como opção de atrativo no município	8; 11; 12; 17
22	Estruturar e qualificar os eventos com potencial turístico do município	8; 12
23	Desenhar e realizar o Festival da Cerveja Artesanal e o Festival Gastronômico	8; 12

24	Realizar curso de aprimoramento de produto de turismo de natureza, envolvendo as principais normas técnicas ligadas à temática (exemplos: ABNT NBR 15505:2019; ABNT NBR 15509-2:2017) de classificação de percursos de caminhada; ABNT NBR 15509: 2019- cicloturismo; ABNT NBR 16708:2018 - turismo de aventura/rafting; ABNT NBR 15285:2015 -Turismo de aventura - Líderes - Competência de pessoal; ABNT NBR 15505-1:2008 -Turismo com atividade de caminhada - Requisitos para produto; etc)	8; 11; 12
25	Realizar curadoria voltada para o aprimoramento da produção associada ao turismo	8; 11; 12
26	Implantar Selo de território para os Queijos de Extrema, incluindo a organização de processo de Indicação Geográfica no Âmbito do Ministério da Agricultura	8; 12
27	Promover aproximação entre o turismo e o Projeto Conservador das Águas e sua estruturação para visitação com a construção de um receptivo ao visitante e a criação, por exemplo, de exposições interativas e outros marcos referenciais dos temas abordados pelo programa em formatos lúdicos, com acessibilidade universal e relevantes aos visitantes <i>falta valor</i>	6; 11; 13; 15
28	Elaborar plano de negócios e parcerias público privadas para a implantação e gestão de estruturas de apoio ao turista em atrativos e áreas de interesse turístico de titularidade pública como o Pico do Lobo Guará, Parque Municipal Cachoeira do Salto, Parque Municipal Cachoeira do Jaguarí e Ajuruoca.	6; 7; 8; 11; 15; 17
29	Ações de captação de Investidores para os atrativos públicos e investidores para novos atrativos privados (roadshows, visitas técnicas e participação em eventos)	8; 17
30	Criar estrutura e procedimentos para visitação turística à Usina Termoquímica (atenção especial à procedimentos de segurança)	4; 11; 12
31	Elaborar e executar o Programa de Educação para a Sustentabilidade	1 a 17
32	Elaborar o plano de gestão dos atrativos municipais	11; 15
33	Criar manual de práticas sustentáveis no turismo	8; 11; 12; 13; 15
34	Realizar capacitações e sensibilização sobre diversas temáticas ligadas ao turismo com foco em profissionais do setor	2; 6; 7; 8; 9; 11; 12; 13; 15; 17
35	Realizar capacitações e sensibilização sobre diversas temáticas ligadas ao turismo com foco na população local	2; 6; 7; 8; 9; 11; 12; 13; 15; 17
36	Criar um programa de estímulo à pesquisa e inovação no turismo em parceria com indústrias locais.	9; 12
37	Fortalecer o Observatório de Turismo através da implantação de novas pesquisa e coleta de indicadores mínimos	8; 11; 12; 17
38	Desenhar e implantar estratégias para atração de eventos na área de sustentabilidade de modo a conformar o município em um "polo de conhecimento sobre sustentabilidade"	8; 9; 11; 12
39	Estimular a criação de Reservas Particulares do Patrimônio Natural - RPPN incentivando o uso turístico	8; 11; 15
40	Elaborar estudo e implantar projeto piloto de economia circular envolvendo o setor turístico	11; 12; 13
41	Aprimorar a marca turística de Extrema considerando os elementos da grade de valores e posicionamento/visão do destino (2021/2031)	8; 11; 12
42	Identificar histórias e personagens locais e incorporação na comunicação do destino	8; 11; 12
43	Realizar encontros focados em networking e rodadas para identificação de oportunidades e parcerias internas envolvendo programação com benchmarking e trocas de experiências entre atores locais	17
44	Realizar capacitação dos conselheiros do COMTUR para sua atuação, como prática recorrente	8; 11; 12; 15; 17
45	Elaborar material de comunicação e fortalecer canais de divulgação sobre as ações da SMT para publicidade à sociedade	16
46	Adotar estratégia para divulgação, apresentação e compartilhamento dos dados do Observatório com atores do turismo local	16; 17
47	Capacitar a equipe da Secretaria Municipal de Turismo de modo recorrente, em temáticas diversas sobre destinos turísticos sustentáveis/inteligentes.	1 a 17
48	Estruturar a SMT, incluindo concurso, para atender de forma qualificada os planejamentos e as demandas	8; 11; 16; 17

49	Implantar e manter ativo, grupo de trabalho intersecretarial para organização e adoção de gestão e monitoramento do crescimento do município e os impactos nas demais atividades, incluindo o turismo (promover reflexão permanente para adaptar ferramentas de gestão de desenvolvimento urbano).	1 a 17
----	--	--------





INDICADORES DE MONITORAMENTO

INDICADORES DE MONITORAMENTO

Com o intuito de acompanhar os resultados da implementação do PMDTS 2021-2031 e monitorar o desenvolvimento turístico de Extrema, foram propostos alguns indicadores de desempenho de turismo. Os indicadores apresentados seguem as recomendações da Rede Internacional de Observatórios de Turismo Sustentável da Organização Mundial de Turismo (INSTO) e se dividem em seis grupos: 1) econômicos, 2) de emprego; 3) sazonalidade; 4) sustentabilidade ambiental; 5) governança e 6) inclusão universal.

Indicadores econômicos

UNIDADE DE ANÁLISE	INDICADOR	PERIODICIDADE	CARACTERÍSTICAS	FONTE
Fluxos turísticos	Chegada estimada de turistas domésticos e internacionais	Anual	Dados referenciados pelo Estudo de Caracterização Doméstica e Internacional da FIPE/Ministério do Turismo	Ministério do Turismo
Arrecadação de Impostos	Impostos Sobre Serviços Turísticos	Mensal	Atividades baseadas em ACTs/CN-AEs 2.0 dentro das recomendações internacionais	Secretaria de Planejamento, Orçamento e Gestão de Extrema/ MG
Hábitos e gastos dos turistas	Gasto médio individual dos turistas nacionais e internacionais no período de permanência na cidade	Duas ondas anuais (alta e baixa temporada)	As informações de gasto médio, atreladas aos indicadores de fluxos turísticos são componentes integrantes do cálculo de receita com turismo	Pesquisa própria de demanda turística



Empregos

UNIDADE DE ANÁLISE	INDICADOR	PERIODICIDADE	CARACTERÍSTICAS	FONTE
Estoque de empregos formais e informais do turismo no município	Quantidade de pessoas empregadas nas atividades turísticas do município	Anual	Os dados disponíveis no Extrator de Empregos do Ministério do Turismo (2019) servem como norteador do cálculo de saldos anuais para os próximos anos, somente para os dados formais	Ministério do Turismo
Saldo mensal de empregos formais no turismo do município	Quantidade de admissões e demissões mensais nas atividades turísticas do município	Mensal	Os dados do Novo Caged sofreram algumas alterações de metodologia que necessitam de atenção para contabilização dos dados	Ministério do Trabalho

Sazonalidade

UNIDADE DE ANÁLISE	INDICADOR	PERIODICIDADE	CARACTERÍSTICAS	FONTE
Pesquisa de ocupação dos meios de hospedagem do município	Taxas de ocupação e diárias médias praticadas nos estabelecimentos de hospedagem	Mensal	Realização da pesquisa envolve acordo com as entidades hoteleiras e os empresários previamente para melhor aproveitamento/ adesão	Pesquisa própria
Movimento Operacional de veículos nas estradas que dão acesso ao município	Quantidades de veículos de passeio, por dia, registrados nas rodovias de acesso ao município	Mensal	Solicitação de dados via ofício e possível necessidade de articulação política/ assinatura de Convênio ou Termo de Cooperação	DER/ MG



Indicadores ambientais

UNIDADE DE ANÁLISE	INDICADOR	PERIODICIDADE	CARACTERÍSTICAS	FONTE
Consumo de água; tratamento de esgoto	Consumo de água (litros/habitante) e tratamento de esgoto (litros/habitante)	Mensal	Avaliar a possibilidade da setorização dos dados para uma análise mais apurada dos resultados	Secretaria do Meio Ambiente de Extrema/MG
Consumo de Energia elétrica	Consumo de energia (Kwh/habitante)	Mensal	Dados não disponíveis no site da concessionária	Energisa/MG
Tratamento de resíduos sólidos e reciclagem	Quantidade de resíduos (toneladas/mês) e reciclagem (toneladas/mês)	Mensal	O cruzamento de dados com o volume de turistas e com os indicadores de sazonalidade trarão conclusões mais interessantes sobre a pressão dos turistas nos serviços do município	Secretaria do Meio Ambiente de Extrema/MG

Governança

UNIDADE DE ANÁLISE	INDICADOR	PERIODICIDADE	CARACTERÍSTICAS	FONTE
Monitoramento de redes sociais	Quantidade de reviews em atrativos do município	Diário	A quantidade de reviews pode ser analisada junto com a sazonalidade e o volume de turistas mensal do município, tornando-se uma variável complementar para outros indicadores	Ferramentas de monitoramento de mídias sociais
	Avaliação dos atrativos do município	Diário	Comentários divididos entre positivos, neutros e negativos são fundamentais para acompanhamento do interesse dos turistas em determinados atrativos	



Inclusão universal

UNIDADE DE ANÁLISE	INDICADOR	PERIODICIDADE	CARACTERÍSTICAS	FONTE
Quantidade de atrativos acessíveis	Acessibilidade dos atrativos turísticos divididos por atividade	Anual	O Guia do Turismo acessível deve ser incentivado e os resultados monitorados diretamente pelo município	Ministério do Turismo



RECOMENDAÇÕES FINAIS

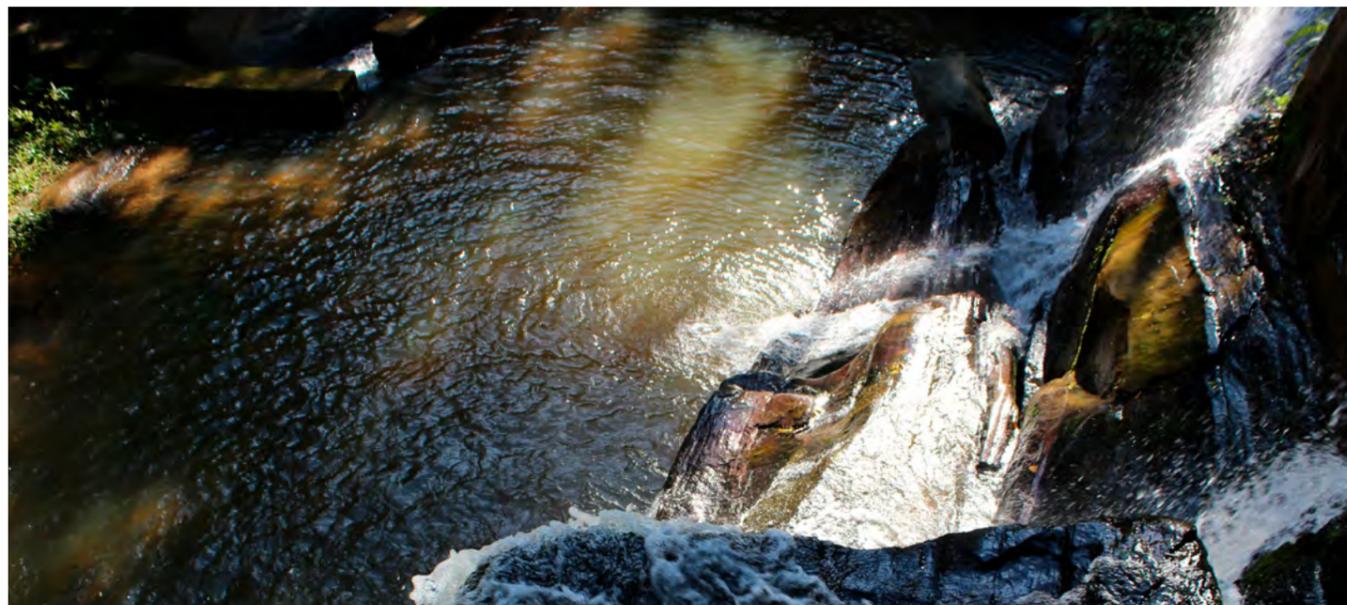
RECOMENDAÇÕES FINAIS

O município de Extrema apresenta grandes aspirações para o turismo. Há alguns anos, a gestão pública municipal vem investindo no desenvolvimento do setor, com foco na sustentabilidade, estruturando marcos legais, fortalecendo o Conselho Municipal do Turismo, realizando ações de regionalização e de estruturação e promoção do destino.

O PMDTS 2017-2020 traz a perspectiva de que o turismo seja uma segunda economia para Extrema, diversificando assim sua matriz econômica fortemente embasada no setor comercial e industrial. Há uma grande preocupação em Extrema de preservar áreas, em especial aquelas que impactam diretamente os corpos d'água; proporcionar áreas de lazer e recreação para a população; preservar paisagem e florestas; valorizar a produção e saberes locais; incentivar o associativismo e promover a educação para sustentabilidade para todos (gestores públicos, empresas, escolas, dentre outros).

Entretanto, nota-se uma baixa diversidade de oferta turística operada pelo setor privado de Extrema, além de poucos atrativos turísticos singulares, uma demanda incipiente e a alta concorrência com outros destinos.

O município conta com instrumentos de planejamento que podem reverter esse quadro e potencializar o turismo local. Nota-se, contudo, que aspectos fundamentais recaem sobre a necessidade de uma revisão completa do Plano Diretor do município e de uma clara definição estratégica sobre o papel que o turismo deverá ter enquanto vetor de desenvolvimento. Compatibilizar os diferentes usos do território é um desafio a longo prazo. Assim, será possível iniciar a gestão territorial com revisão técnica visando a efetiva compatibilização entre as políticas públicas locais.



Recomenda-se, portanto, que Extrema:

Reveja o Plano Diretor Municipal e o processo de ocupação urbana, compatibilizando o desenvolvimento turístico com o industrial aliado à conservação da paisagem, especialmente nas áreas de maior fluxo e potencial para o turismo;

Amplie e promova capacitações periódicas do corpo técnico da Secretaria Municipal de Turismo que deverá ser ainda mais atuante nesse novo cenário imposto pela pandemia do COVID-19;

Tenha-se clareza sobre os indicadores que deverão ser acompanhados, assim como os desdobramentos das metas e nos marcos específicos para acompanhar o andamento das ações e os resultados obtidos;

Dê atenção especial às ações de marketing, promoção e comunicação interna e externa, alinhado ao posicionamento definido neste plano. São necessárias ações periódicas para posicionar o destino Extrema no mercado turístico e fortalecer a imagem institucional perante a comunidade;

Estimule a estruturação de atividades turísticas com foco em experiências; Fomente a implementação de estruturas acessíveis. Ainda que a natureza de muitos atrativos seja mais desafiante, recomenda-se aprimorar a acessibilidade, iniciando naqueles que são de mais fácil acesso geral e com alguma estrutura já implementada, gerando atrativos referência no tema;

Busque, em todos os setores econômicos, as melhores práticas de sustentabilidade. Ações de fomento devem ser foco de atuação transversal a todas as secretarias, assim como o envolvimento de todo o poder público municipal na organização e adoção de gestão e monitoramento do crescimento do município e os impactos nas demais atividades, incluindo o turismo.



Referências

AMPLIA MUNDO. **Estudo: o futuro do turismo, 2020.** Disponível em <<http://ampliamundo.com.br/futurodoturismo/>> Acesso em: 08 jun 2021.

BRASIL. LEI No 11.771, DE 17 DE SETEMBRO DE 2008. **Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico; revoga a Lei no 6.505, de 13 de dezembro de 1977, o Decreto-Lei.** Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/11771.htm>. Acesso em: 08 jun 2021

EUROMONITOR INTERNACIONAL. **10 principais tendências globais de consumo 2021.** Jan, 2021.

HALL, M. **Tourism planning: policies, processes and relationships.** Harlow: Prentice Hall, 2000.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing.** Tradução: Sônia Midori Yamamoto, 14. Ed. – São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

MINAS GERAIS. **Lei 22.765 de 20/12/2017. Institui a política estadual de turismo e dá outras providências.** Disponível em: <<https://www.almg.gov.br/consulte/legislacao/completa/completa.html?ano=2017&num=22765&tipo=LEI>>. Acesso em: 08 jun 2021.

MINAS GERAIS. **Relatório Anual Turismo em Minas Gerais, 2020: Dados e Fatos.** Disponível em: <<https://www.dropbox.com/s/2a509wqvufqzwnh/Relat%C3%B3rio%20Anual%20Turismo%20em%20Minas%202020.pdf?dl=0>>. Acesso em: 10 ago 2021.

MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. **Safári de estratégia - um roteiro pela selva do planejamento estratégico.** Porto Alegre: Bookman, 2000.

OMT. UNWTO. **World Tourism Barometer. Volume 18. Issue 1. January 2020.** [s.l: s.n.].

OMT. UNWTO. **World Tourism Barometer. Volume 19. Issue 4. July 2021.** [s.l: s.n.].
PASTRAS, P.; BRAMWELL, B. A strategic-relational approach to tourism policy. *Annals of Tourism Research*, v. 43, p. 390–414, 2013.

PERNAMBUCO. GOVERNO DO ESTADO. **Secretaria Estadual de Turismo. Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável do Polo Agreste.** Prodetur Nacional Pernambuco, Setur/SP, 2014.

SAGI, Luciana Carla. **Tourism Development Scenarios – Intuition-Analytical Evaluation.** NKLac Sustainable Magazine, Nippon Koei Lac Japan, 2019.

WTTC. Brazil-2021 **Annual Research: Key Highlights.** Disponível em <<https://wttc.org/Research/Economic-Impact>> Acesso em 10 ago 2021.



Extrema

Viva a natureza em todos os sentidos

REALIZAÇÃO:



PARCEIRO TÉCNICO:



TURISMO 360
consultoria