PLANO DE DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL DO TURISMO DE UBERABA/MG

UBERABA/MG

2023

Realização

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL

Presidente do Brasil: Luiz Inácio Lula da Silva

MINISTÉRIO DO TURISMO

Ministro do Turismo: Daniela Carneiro

SECRETARIA NACIONAL DE PLANEJAMENTO, SUSTENTABILIDADE E COMPETITIVIDADE NO TURISMO

Secretário (Substituta): Débora Vieira Barboza

DEPARTAMENTO DE PLANEJAMENTO, INTELIGÊNCIA, INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE NO TURISMO

COORDENAÇÃO-GERAL DE DE DEFINIÇÃO DE ÁREAS ESTRATÉGICAS PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO

Coordenadora-Geral: Ana Carla Fernandes Moura

Coordenadora de Apoio ao Gestor e a Govenança no Turismo: Miranice Lima Santos

PREFEITURA MUNICIPAL DE UBERABA

Prefeito: Paulo Piau Nogueira

Secretário de Desenvolvimento Econômico, Turismo e Inovação: José Renato Gomes

Diretora de Turismo, Feira e Eventos: Erika Cristina da Cunha

Chefe da Seção de Desenvolvimento do Turismo: Aline Rodrigues da Silva

Informações gerais

Prefeitura Municipal de Uberaba/MG

Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Turismo e Inovação

Endereço: Av.Dom Luiz Maria de Santana,141, Santa Marta - CEP.: 38061-080

Telefone: (34) 3318-0492

Site: http://www.uberaba.mg.gov.br/portal/conteudo,413

Email: erikacunha.diretoriadeturismo@gmail.com

CNPJ: 18.428.839/0001-90

Prefeito: Paulo Piau Nogueira

Planisa Serviços e Estudos Técnicos em Urbanismo EIRELI/ME

Endereço: Rua dos Pinheiros, 258, Conj. 14, Pinheiros – São Paulo/SP

Telefone: (11) 2362-6563

Email: contato@planisaconsultoria.com.br

CNPJ: 21.552.388/0001-03

Responsável: Igor Alves Borges - CREA-SP 5070053109

SUMÁRIO

SUMÁRIO 5

INTRODUÇÃO 9

PARTE 1 –OBJETIVOS DO PLANO 11

1. OBJETIVOS DO PLANO 12

2. ANÁLISE DE PESQUISAS E LEVANTAMENTO ANTERIORES 13

3. CARACTERIZAÇÃO DO TURISMO NO MUNICÍPIO 17

A. CARACTERIZAÇÃO TERRITORIAL 17
B. CARACTERIZAÇÃO AMBIENTAL 19
C. CARACTERIZAÇÃO HISTÓRICO CULTURAL 23

PARTE 2 – DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO 25

1. OFERTA TURÍSTICA 26

a. Atrativos Naturais 26
b. Atrativos Religiosos 30
c. Atrativos Culturais 34
d. Outros atrativos 37
e. Serviços e equipamentos de apoio 38

2. CARACTERIZAÇÃO INSTITUCIONAL DO TURISMO 40

a. Poder Executivo 40
b. Fundo público municipal de turismo 41
c. Instrumentos de planejamento 42
d. Conselho municipal de turismo 50

3. CARACTERIZAÇÃO DO TURISMO REGIONAL E REGIONALIZAÇÃO 52

A. LOCALIZAÇÃO E INSERÇÃO REGIONAL 52
B. REGIONALIZAÇÃO TURÍSTICA 54
C. ARTICULAÇÃO INSTITUCIONAL NA REGIÃO 56
D. MAPA DO TURISMO BRASILEIRO 2022 57
E. SEGMENTAÇÃO TURÍSTICA REGIONAL 59

4. DEMANDA TURÍSTICA ATUAL 59

1.1. METODOLOGIA DA PESQUISA 60
1.2. RESULTADOS DA PESQUISA DE DEMANDA ATUAL 61
1.3. PERFIL DO VISITANTE ATUAL 72

5. DEMANDA TURÍSTICA POTENCIAL 74

A. METODOLOGIA DA PESQUISA 74
B. RESULTADOS DA PESQUISA DE DEMANDA POTENCIAL 75
Situação atual 75
Potencial *76*
Visão de futuro *78*
C. PERFIL DO VISITANTE POTENCIAL 80

6. ANÁLISE DA OFERTA TURÍSTICA LOCAL 83

A. AVALIAÇÃO DOS PRINCIPAIS ATRATIVOS 83
B. SEGMENTAÇÃO TURÍSTICA ATUAL 88
C. AVALIAÇÃO DO AMBIENTE TURÍSTICO 93
i. Ambiente interno *94*

ii. Ambiente externo *96*
D. DIAGNÓSTICO DA OFERTA TURÍSTICA 98

PARTE 3 – ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO **101**

1. SEGMENTAÇÃO TURÍSTICA POTENCIAL **102**

2. CENÁRIO IDEAL **108**

2.1. ANÁLISE DE VIABILIDADE DOS CENÁRIOS 110
2.1.1. Cenário pleno *111*
2.1.2. Cenário moderado *114*
2.1.3. Cenário tendencial *116*

PARTE 4 – PLANO DE AÇÃO **118**

1. ESTRATÉGIAS **119**

2. DIRETRIZES **122**

A. QUALIFICAR A OFERTA TURÍSTICA E ESTIMULAR O EMPREENDEDORISMO E INCLUSÃO SOCIAL 123
B. VALORIZAR E PROMOVER A IDENTIDADE TERRITORIAL 124
C. MODERNIZAR E INOVAR A INFRAESTRUTURA TURÍSTICA E INSTITUCIONAL 124
D. DESENVOLVER NOVOS PRODUTOS, EVENTOS E ROTEIROS ARTICULADOS A REGIÃO TURÍSTICA. 125

3. PROGRAMAS **126**

A. PROGRAMA DE INFRAESTRUTURA TURÍSTICA 127
B. PROGRAMA DE PROMOÇÃO TURÍSTICA 127
C. PROGRAMA DE INOVAÇÃO INSTITUCIONAL 127
D. PROGRAMA DE QUALIFICAÇÃO E ESTÍMULO A NOVOS PRODUTOS TURÍSTICOS 128

4. AÇÕES **128**

A. INFRAESTRUTURA TURÍSTICA **131**

4.1. AÇÃO 1 – ELABORAÇÃO E IMPLEMENTAÇÃO DE PROJETOS DE ADAPTAÇÃO DE EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS A PESSOAS COM DEFICIÊNCIAS 132
4.2. AÇÃO 2 – ELABORAÇÃO E IMPLEMENTAÇÃO DE PROJETOS DE QUALIFICAÇÃO URBANA E PAISAGÍSTICA DO "CENTRO TURÍSTICO HISTÓRICO CULTURAL" 134
4.3. AÇÃO 3 – ELABORAÇÃO E IMPLEMENTAÇÃO DE PROJETO DE MODERNIZAÇÃO DO MERCADO MUNICIPAL 138
4.4. AÇÃO 4 – ELABORAÇÃO E IMPLEMENTAÇÃO DE PROJETO DE MODERNIZAÇÃO DO MEMORIAL CHICO XAVIER E MATA DA PAZ 140
4.5. AÇÃO 5 – ELABORAÇÃO DE PROJETO E INSTALAÇÃO DE PÓRTICO DE ENTRADA 141
4.6. AÇÃO 6 - CRIAÇÃO DO CENTROS DE ATENDIMENTOS AO TURISTA (CAT) 143
4.7. AÇÃO 7 – ELABORAÇÃO E IMPLEMENTAÇÃO DE PROJETOS DE QUALIFICAÇÃO DA INFRAESTRUTURA E PAISAGISMO EM PEIRÓPOLIS 145
4.8. AÇÃO 8 – ELABORAÇÃO E IMPLEMENTAÇÃO DE SINALIZAÇÃO DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS 147
4.9. AÇÃO 9 – ELABORAÇÃO E IMPLEMENTAÇÃO DE PROJETOS URBANÍSTICOS DE CRIAÇÃO DO COMPLEXO TURÍSTICO MOGIANA 149

B. PROMOÇÃO TURÍSTICA **151**

4.10. AÇÃO 10 – ELABORAÇÃO E IMPLEMENTAÇÃO DO PLANO DE MARKETING E PROMOÇÃO TURÍSTICA 152
4.11. AÇÃO 11 – ELABORAÇÃO E IMPLEMENTAÇÃO DO PROGRAMA DE INCENTIVO A EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS E GASTRONÔMICOS "SELO TURÍSTICO GASTRONÔMICO" 153
4.12. AÇÃO 12 – REALIZAÇÃO DE CONCURSO PARA INSTALAÇÃO DE LETREIROS E ESTÁTUAS TEMÁTICA 155
4.13. AÇÃO 13 – CRIAÇÃO E PUBLICAÇÃO DE SITE OFICIAL MUNICIPAL DE TURISMO 157
4.14. AÇÃO 14 – ELABORAR, VIABILIZAR E CONFECCIONAR ROTEIROS DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS MUNICIPAIS 158

4.15. AÇÃO 15 – FOMENTAR A CRIAÇÃO SERVIÇOS E OPERAÇÕES DE TURISMO RECEPTIVO E PROMOVER INTERCÂMBIO DE AGÊNCIAS DE TURISMO RECEPTIVO 159

C. INOVAÇÃO INSTITUCIONAL 161

4.16. AÇÃO 16 – DESENVOLVER REDE DE INTELIGÊNCIA DE MERCADO NO TURISMO – RIMT 162
4.17. AÇÃO 17 – DESENVOLVER E PROMOVER CIRCUITO TURÍSTICO DA ALTA MOGIANA 164
4.18. AÇÃO 18 – ELABORAR E IMPLEMENTAR PROJETO DE ESTRUTURAÇÃO INSTITUCIONAL DA GESTÃO DO TURISMO 166
4.19. AÇÃO 19 – ELABORAR E IMPLEMENTAR PROJETO DE CRIAÇÃO DA ASSOCIAÇÃO GEOPARK UBERABA 168
4.20. AÇÃO 20 – ELABORAR E IMPLEMENTAR PLANO ESTRATÉGICO PARA CAPTAÇÃO DE RECURSOS 170

D. QUALIFICAÇÃO E ESTÍMULO A NOVOS PRODUTOS TURÍSTICOS 172

4.21. AÇÃO 21 – CRIAÇÃO E IMPLEMENTAÇÃO DE ROTEIRO DE GEOEDUCAÇÃO: PEIRÓPOLIS – PONTE ALTA 173
4.22. AÇÃO 22 – CONTRATAÇÃO DE ASSISTÊNCIA TÉCNICA DA COMUNIDADE DE PEIRÓPOLIS PARA QUALIFICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE NOVOS PRODUTOS DE TURISMO COMUNITÁRIO 175
4.23. AÇÃO 23 – CRIAÇÃO DA CASA DE CULTURA 13 DE MAIO 177
4.24. AÇÃO 24 – CONTRATAÇÃO DE ASSISTÊNCIA TÉCNICA AOS ARTESÃOS PARA QUALIFICAÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 178
4.25. AÇÃO 25 – DESENVOLVER E IMPLEMENTAR PROJETO DE INCENTIVO AO TURISMO RURAL "TURISMO NAS FAZENDAS" 179
4.26. AÇÃO 26 – DESENVOLVER E IMPLEMENTAR PROJETO DE INCENTIVO AO TURISMO GASTRONÔMICO "FESTIVAL GASTRONÔMICO MINEIRO" 181
4.27. AÇÃO 27 – DESENVOLVER E IMPLEMENTAR PROJETO DE INCENTIVO AO TURISMO RELIGIOSO E CULTURAL "FESTIVAL INTERNACIONAL LITERÁRIO ESPÍRITA (FILE)" 182

5. RESPONSÁVEIS E PARCEIROS 184

6. CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO 191

7. METAS E INDICADORES DE IMPACTOS POTENCIAIS 193

8. INVESTIMENTO TOTAL 198

9. MATRIZ DE IMPACTOS POTENCIAIS 200

REFERÊNCIAS: 206

ANEXO I 210

ANEXO II 211

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Evolução do PIB de Uberaba 18
Figura 2 - Participação residente por religião 18
Figura 3 Rio Uberaba 19
Figura 4 - Mapa topográfico do município de Uberaba 21
Figura 5 Mapa de uso do solo na Bacia do Rio Uberaba 22
Figura 6 - Foto da Rua do Comércio (atual Rua Artur Machado) 24
Figura 7 - Geossítio Peirópolis – Geopark Uberaba 27
Figura 8 – Museu dos Dinossauros 28
Figura 9 - Santuário Ecológico Zebu 29
Figura 10 - Memorial Chico Xavier 30
Figura 11 - Museu do Zebu 35
Figura 12 - Paço Municipal construído em 1836 36
Figura 13 - Concha Acústica 37
Figura 14 - Centro Park 37
Figura 15 - Joquey Club Uberaba 37
Figura 16 - Praça da Mogiana 37
Figura 17 - Shopping Center Uberaba 39
Figura 18 - Praça Shopping Uberaba 39
Figura 19 - Estádio Municipal Engenheiro João Guido (Uberabão) 39
Figura 20 - Aeroporto de Uberaba 39
Figura 21 - Terminal Rodoviário de Uberaba 39
Figura 22 - Parque Tecnológico 39
Figura 23 - Mapa das Zonas de Interesse Turístico na margem do Rio Grande 47
Figura 24 Terminal do Aeroporto de Uberaba 53
Figura 25 - Terminal Rodoviário de Uberaba 53
Figura 26 - Mapa da Estrada de Ferro Alta Mogiana 55
Figura 27 - Publicação do Circuito Alta Mogiana 56
Figura 28 - Classificação dos municípios mineiros da Alta Mogiana no Mapa do Turismo Brasileiro 2022 58
Figura 29 Levantamento de visitantes do Memorial Chico Xavier 73
Figura 30 Modelo de Butler (1980) para a evolução da área turística 80
Figura 31 Gráfico de análise de Tendência em números de visitantes Memorial Chico Xavier 81
Figura 32 Perímetro da Fase 1 de intervenção 138
Figura 33 Perímetro da Fase 2 de intervenção 139
Figura 34 Percurso do roteiro de visitação de integração das fases 1 e 2 140
Figura 35 Pórtico na cidade de Ivoti/RS 145
Figura 36 Painel turístico interpretativo em São Paulo/SP 151
Figura 37 Letreiro temático na cidade de Nioaque/MS 159
Figura 38 Organograma da Diretoria de Turismo 167

LISTA DE TABELAS E QUADROS

QUADRO 1 - DIRETRIZES DO ESTUDO (2015) 15
QUADRO 2 - ESTRATÉGIAS, AÇÕES, PROGRAMAS E PROJETOS PARA O TURISMO DEFINIDOS PELO PLANO DIRETOR MUNICIPAL 45
QUADRO 3 SEGMENTOS TURÍSTICOS POTENCIAIS EM UBERABA 104

Introdução

O turismo é um dos setores com maior representatividade na economia mundial. Responsável pela mobilização de riquezas entre diversos segmentos, geração de renda, desenvolvimento social, e preservação cultural, histórica e ambiental. Planejar o desenvolvimento deste setor contribui para sua sustentabilidade no território e evitar ameaças sociais e degradação do ambiente.

O Plano de Desenvolvimento Territorial do Turismo é a ferramenta básica da Política Municipal de Turismo, a qual estabelece estratégias que articulam o poder público e entidades da sociedade para ações que organizam a oferta turística, direcionam o marketing para demandas específicas, melhoram a infraestrutura urbana e contribuem para o desenvolvimento sustentável e inclusão social. O processo de execução contou com a participação dos representantes do setor do turismo no âmbito da administração pública e da sociedade civil, contribuindo para as etapas de diagnóstico, definição de estratégias e formulação do plano de ação.

Em razão da pandemia de Covid-19, o Plano utilizou novas ferramentas de participação, através de entrevistas estruturadas com o COMTUR, por meio de formulários eletrônicos, além de reuniões online em ambientes virtuais, que contribuíram nas etapas de diagnóstico e de definição de estratégias. Por fim, o resultado do Plano foi apresentado e discutido em uma reunião pública online, por conta da restrição de circulação e de realização de audiências públicas presenciais. Contudo, em 2023 foi realizada uma audiência pública presencial, que contou com a participação de mais de 80 pessoas representando mais de 30 instituições de diversos segmentos de atuação no turismo municipal e regional.

A sustentabilidade é uma das premissas do Ministério do Turismo desde 2004 e foi incorporada à Agenda Global até 2030 da Organização das Nações Unidas como um dos 17 objetivos de desenvolvimento sustentável.

Dessa forma, o fortalecimento da economia local está diretamente relacionado com o ordenamento territorial das atividades socioeconômicas, ambientais e culturais. Nesse sentido, o Plano é imprescindível para o desenvolvimento sustentável do turismo, pois promove políticas de fortalecimento e estruturação da gestão territorial, de práticas participativas e democráticas e de mecanismos voltados à articulação das partes envolvidas.

Outro desafio na elaboração deste Plano foi estar em meio a uma pandemia mundial de Covid-19, o que contribuiu para a adoção de novas técnicas de participação popular e para a uma atenção especial aos cuidados sanitários e de saúde, que devem ser adotados pela indústria do turismo de agora em diante.

O processo de execução do Plano contou com uma etapa preliminar de levantamento de dados primários e secundários, a fim de construir um panorama mais claro sobre a situação do turismo e sobre as estruturas de gestão, planejamento e infraestrutura territorial urbana e do turismo. Foram realizados levantamento de campo, entrevistas, pesquisas estruturadas, reuniões e análise de dados estatísticos. A análise de todos esses levantamentos contribuiu para a elaboração de um diagnóstico e para a definição de estratégias, diretrizes, programas, projetos e ações, todos construídos de forma participativa e envolvendo a gestão e o conselho municipal. Esse Plano é resultado de contribuições de diversos segmentos e representações locais e regionais, através de um processo científico com metodologias pactuadas com as partes interessadas.

PARTE 1 –OBJETIVOS DO PLANO

1. Objetivos do Plano

O Plano de Desenvolvimento Territorial do Turismo de Uberaba tem como objetivo geral estruturar e posicionar o município como um destino turístico consolidado na região do Triângulo Mineiro, por meio do fortalecimento dos segmentos turísticos trabalhados atualmente; e diversificação e qualificação da oferta, através de ações voltadas a melhoria e ao desenvolvimento de novos produtos turísticos.

Os objetivos específicos deste Plano de Desenvolvimento Territorial do Turismo visam o atendimento dos definidos pela Política Municipal de Turismo de Uberaba, que são os seguintes:

- Gerar emprego e renda através do turismo de maneira sustentável;
- Consolidar a vocação turística de Uberaba com base na sua identidade territorial local;
- Ampliar o fluxo turístico e a permanência do turista no município;
- Promover e fortalecer parcerias, sempre observadas melhores alocações de recursos.

2. Análise de pesquisas e levantamento anteriores

Em outubro de 2015 foi realizado um estudo do turismo municipal, por meio de parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), que levantou algumas informações importantes de serem analisadas.

O conteúdo foi organizado em 1. Diagnóstico e 2. Planejamento Estratégico. A etapa de diagnóstico utilizou de entrevistas a empresários e representantes de entidades importantes como método de levantamento de informações. O estudo identificou as principais ações desenvolvidas por algumas instituições no município, tanto na escala pública quanto privada, entre elas:

Diretoria de Turismo, que apoiava eventos, execução de projetos, sinalização, guias de turismo e a instalação do Memorial Chico Xavier;

Associação Comercial e Industrial de Uberaba (ACIU), que possuía um programa de apoio a empreendedores, especialmente em hospitalidade, alimentação, artesanato, turismo religioso, turismo de aventura e receptivo;

Sindicato Rural de Uberaba (SRU), que inaugurou o Centro de Informações Turísticas, Qualificação e Comercialização de Produtos Rurais (CITUR), dedicado exclusivamente ao desenvolvimento do turismo rural no município;

Universidade Federal do Triângulo Mineiro (UFTM), que administrava o Complexo Cultural e Científico de Peirópolis, referência em pesquisa em paleontologia; e

Câmara dos Dirigentes Lojistas (CDL), que na época estava construindo um grande centro de convenções, com espaço para até 5 eventos simultâneos e capacidade para 2.500 pessoas no auditório e 5.000 na área externa. A CDL ainda estava desenvolvendo um projeto de revitalização do comércio no centro, com reforma de fachadas e calçadas.

O estudo identificou que a aptidão turística da cidade contemplava os seguintes segmentos turísticos:

- **Turismo religioso** – Santuário da Medalha Milagrosa, Festa de Nossa Senhora da Abadia, ponto de partida da Romaria a Aparecida, Mosteiro e igrejas;

- **Turismo pedagógico** – Complexo Cultural e Científico de Peirópolis, Parque Tecnológico, Centro de Educação e Tecnologia Ambiental (CETA);
- **Turismo de saúde** – referência regional em saúde;
- **Turismo espírita** – Moradia, Túmulo e Memorial de Chico Xavier, Rota Espírita (com Araxá e Sacramento), centros espíritas (mais de 100 unidades), Lar da Caridade, Hospital Dona Aparecida, Casa da Prece;
- **Turismo de esporte** – espaços esportivos profissionais;
- **Turismo rural** – fazendas históricas, hotéis fazendas, atividades rurais;
- **Turismo de eventos** – agronegócio, cultura, formaturas;
- **Turismo de aventura** – cachoeiras e rios.

O estudo ainda faz um apanhado aleatório de problemas, porém que conseguem apresentar de forma simplificada um panorama geral da situação do turismo no município, seguido de uma apresentação de soluções para diversas áreas, sem detalhamentos, metas ou indicadores.

Para atender a uma visão de futuro, o estudo definiu quatro marcas segmentadas para o turismo municipal, sendo:

- Terra dos Dinossauros e Cidade do Conhecimento (Turismo pedagógico e científico);
- Cidade da Medalha Milagrosa e Rota Uberaba-Aparecida (Turismo religioso);
- Capital Mundial do Espiritismo e Uberaba de Chico Xavier (Turismo espírita);
- Capital Mundial do Zebu e Capital do Agronegócio (Agroturismo).

Enfim, o estudo definiu 7 diretrizes para o desenvolvimento do turismo cultural municipal, organizadas no quadro a seguir:

Quadro 1 - Diretrizes do estudo (2015)

Diretrizes – Turismo Cultural	
1 – Informação e Comunicação	• Mapeamento do Turismo cultural no Município; • Realização de pesquisa de mercado e perfil da demanda; • Apoio a iniciativas de valorização e fortalecimento do segmento; • Criação de mecanismos de disponibilização de pesquisas e experiências em turismo cultural; • Produção, promoção e distribuição de instrumento de orientação para atuação em turismo cultural.
2 – Articulação	• Integração do turismo cultural com outros segmentos turísticos; • Realização de parcerias interinstitucionais e intersetoriais; • Apoio à criação e atuação de entidades interessadas em turismo cultural; • Fomento das manifestações culturais para sua integração ao turismo; • Integração e cooperação técnica internacional.
3 – Incentivo	• Levantamento, criação e divulgação de fontes de captação e de incentivo; • Estabelecimento de critérios para incentivos financeiros a projetos de turismo cultural; • Fomento à criação e fortalecimento de negócios nas comunidades locais; • Simplificação de mecanismos de concessão e negociação de crédito diferenciado.

4 – Capacitação	• Identificação e análise das necessidades de qualificação; • Apoio, estímulo e promoção da capacitação em turismo cultural e áreas afins; • Capacitação para a interpretação patrimonial; • Estímulo a encontros e debates voltados para a atualização no segmento.
5 – Envolvimento das comunidades	• Criar mecanismos de valorização, regate da cultura pela comunidade local e intercâmbio de experiências; • Planejamento e gestão participativa integrada; • Iniciativas de sensibilização e mobilização para o segmento.
6 – Infraestrutura	• Fomento e apoio à identificação, implantação e expansão de infraestrutura necessária para o segmento; • Fomento à implementação da comunicação interpretativa dos bens culturais; • Apoio à criação e adequação de condições de acessibilidade para as pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida.
7 – Promoção e Comercialização	• Planejamento estratégico de instrumentos promocionais do segmento; • Fomento à integração e articulação com o mercado turístico para a comercialização; • Promoção de produtos e roteiros de turismo cultural; • Promoção da diversidade cultural brasileira.

3. Caracterização do turismo no município

a. Caracterização territorial

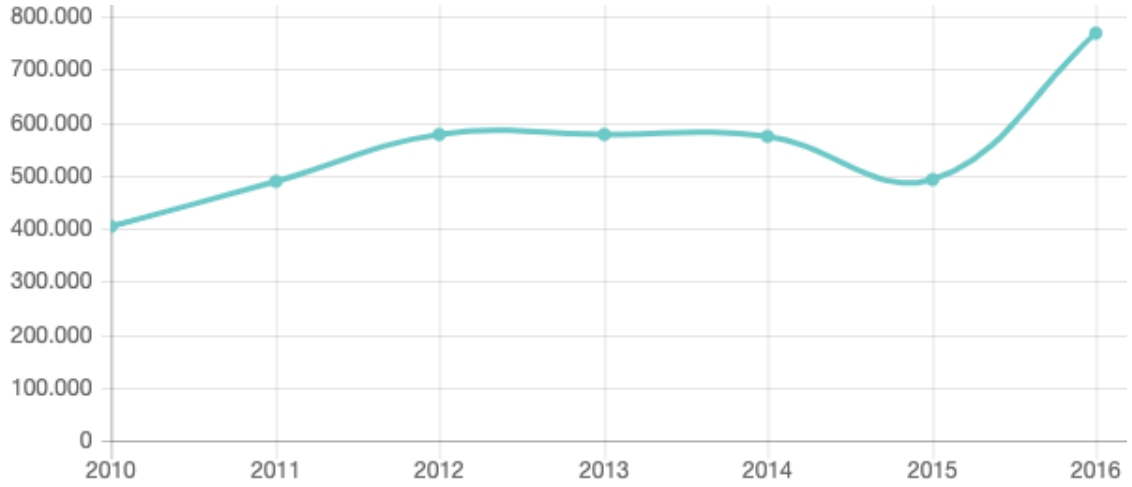
Fundada em 02 de março de 1820, Uberaba, no estado de Minas Gerais, possui 199 anos de história, onde conta com uma população estimada de 333.783 habitantes (IBGE/2019), ocupando a 8ª posição entre os municípios mais populosos no seu estado. A população levantada pelo Censo (IBGE/2010) foi de 295.988, representando um crescimento de 1,51% ao ano.

O município possui uma área de 4.523 km2, localizado em uma altitude média de 823 metros, concentra a maior parte da sua população na zona urbana, em um percentual de 97,8% (IBGE/2010).

O fato de estar localizada no Triângulo Mineiro, região altamente industrializada em manufatura e agropecuária, contribui para a apresentação de bons índices econômicos, tendo um salário médio mensal dos trabalhadores formais em 2,6 salários mínimos (IBGE/2017) e taxa de ocupação da população em 30% (IBGE/2017), totalizando 98.626 trabalhadores com emprego formal (IBGE/2017). Tais indicadores corroboram para o baixo nível de pobreza, em comparação com o restante do estado de Minas Gerais, visto que o percentual da população com rendimento nominal mensal per capita de até ½ salário mínimo é de 27,5% (IBGE/2010).

Com um Produto Interno Bruto (PIB) de 13.453,59 milhões de reais (IBGE/2016), a cidade ocupa a 6ª posição no ranking geral no estado, sendo que no ranking da produção agropecuária Uberaba representa o segundo maior produto no estado, com uma produção de 769,47 milhões de reais em 2016. O pico de crescimento da produção agropecuária foi entre os anos de 2015 e 2016.

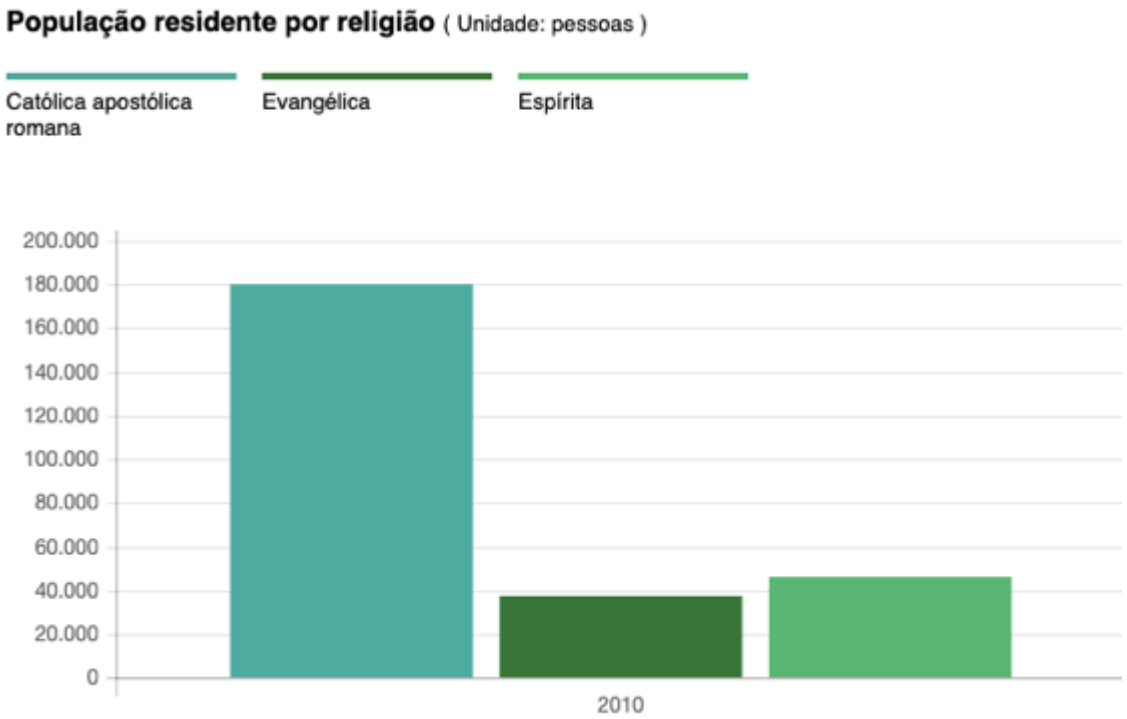
Figura 1 - Evolução do PIB de Uberaba



Uberaba possui uma das melhores infraestruturas de saneamento básico em Minas Gerais, com cobertura de coleta adequada de esgotamento sanitário em 97,2% dos domicílios (IBGE/2010).

Um informação interessante é que a religião espírita ocupa a segunda posição entre a população declaradamente religiosa, segundo o Censo de 2010 (IBGE), sendo superior à religião evangélica.

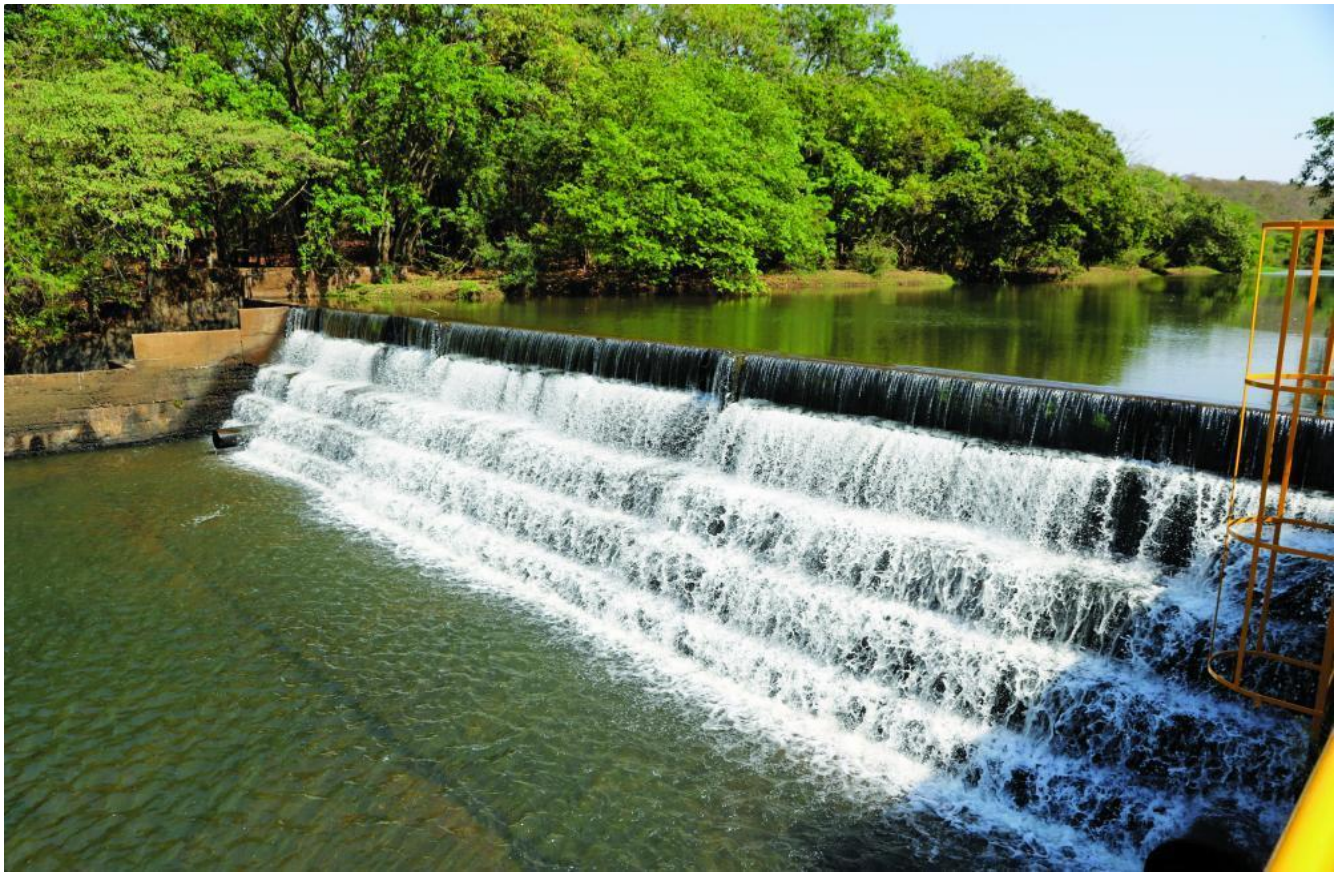
Figura 2 - Participação residente por religião



b. Caracterização ambiental

O território de Uberaba está contido em duas bacias hidrográficas, a do Rio Grande e a do Rio Paranaíba. Nestas bacias encontram os sistemas hídricos do Rio Araguari, Rio Tijuco, do Rio Uberaba, e dos afluentes do Rio Grande. A Bacia Estadual do Rio Uberaba é de grande importância para a cidade, tanto no fornecimento de água para as atividades agrícolas, quanto para o fornecimento de água para o consumo urbano.

Figura 3 Rio Uberaba

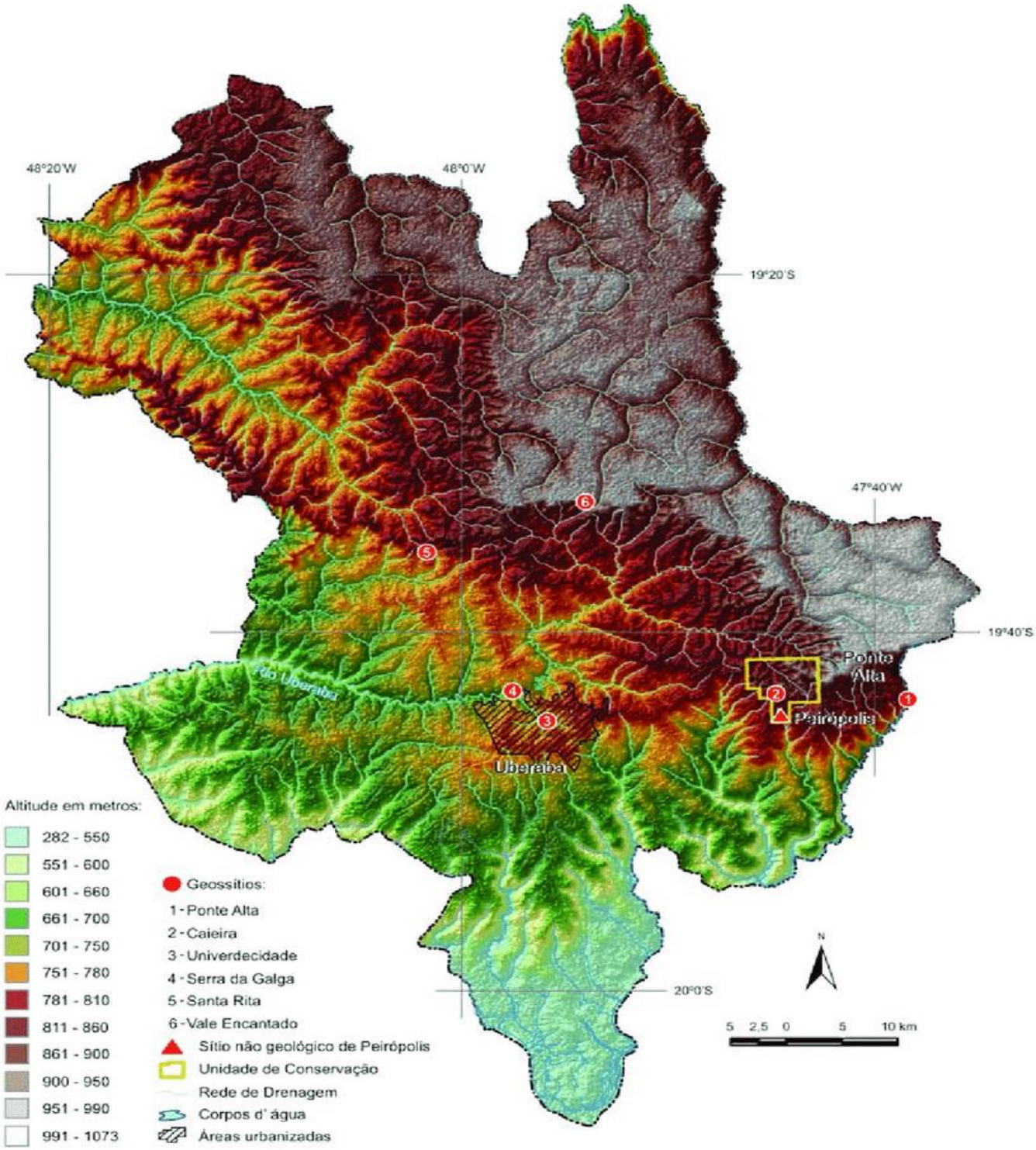


Fonte: Jornal de Uberaba, 03 de setembro de 2019

O clima do município é tropical de natureza continental, considerado chuvoso, com estação seca entre os meses de junho e agosto, e estação úmida entre os meses de novembro a março. A temperatura média anual é de 22,2 graus Celsius, com máxima de 30,2 graus e mínima de 17,2 graus. A precipitação pluviométrica anual chegou a 1.411mm (EPAMIG, 2002), tendo a maior concentração no mês de fevereiro (355mm).

Uberaba está inserida em um contexto geomorfológico denominado planalto da Bacia Geológica do Paraná – Sub-Bacia Bauru, definida pela presença de chapadões, escarpas e topos arredondados. A parte sul do município de Uberaba é dominada por macroformas de baixa altitude e composição de latossolos roxos, altamente fértil. Já a parte norte é caracterizada por uma paisagem de grandes altitudes e gradientes de inclinação, onde mesmo com o solo fértil, a topografia acidentada dificulta a mecanização agrícola, favorecendo a pecuária.

Figura 4 - Mapa topográfico do município de Uberaba

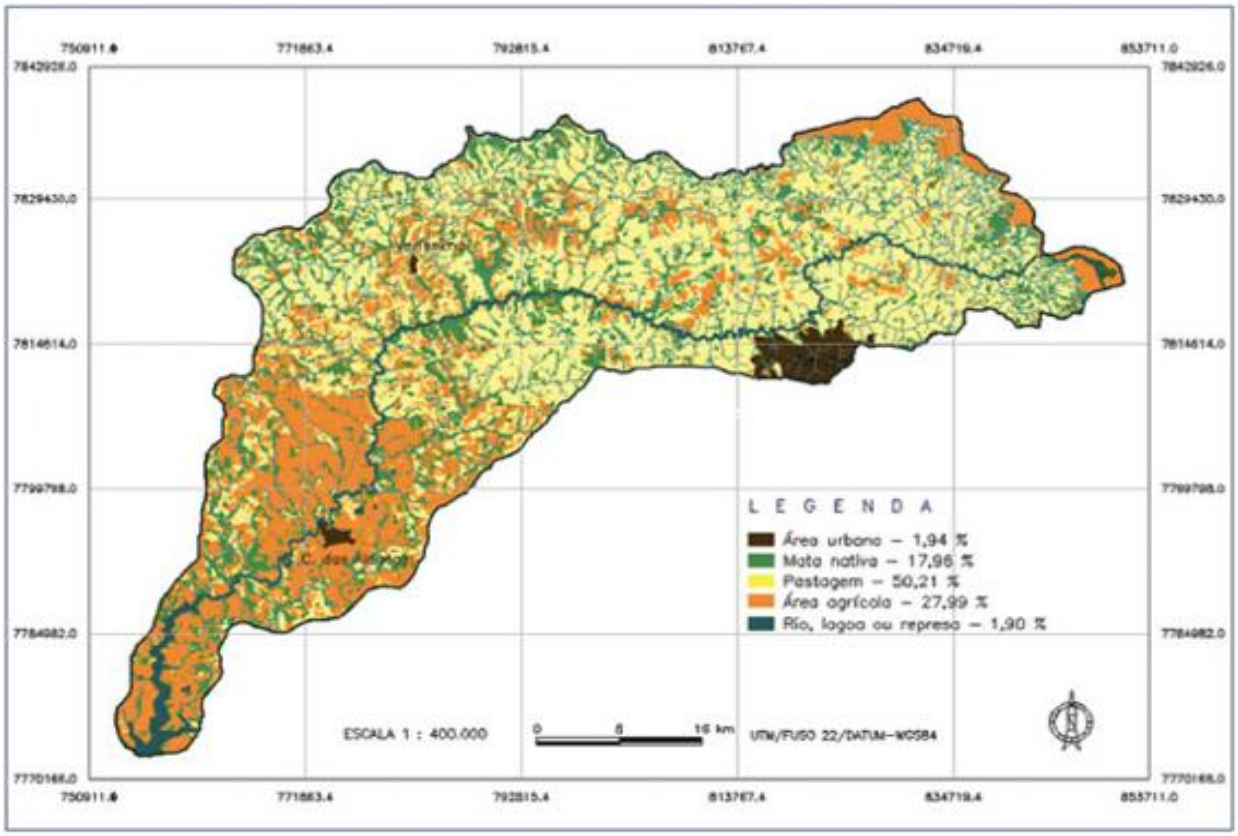


Fonte: Ribeiro et al, Geoparque Uberaba – Terra dos Dinossauros do Brasil. Disponível em: https://pt.slideshare.net/gabrielalpp/geoparque-uberaba-terra-dos-dinossauros-do-brasil-mg-55545942

Predominantemente, a cobertura vegetal do território é caracterizada como Cerrado, com pequenas manchas florestais com resquícios de mata atlântica, no

entanto, a atividade agroindustrial resultou na transformação de parte da vegetação nativa em pastos. A vegetação do Cerrado é constituída por árvores tortuosas, com cascas espessas, corticosas e o substrato herbáceo-graminoso varia sua densidade em função da cobertura arbórea pouco ou muito densa.

Figura 5 Mapa de uso do solo na Bacia do Rio Uberaba



Fonte: Candido et. al., 2010

Tendo em vista a relevância que o desenvolvimento do projeto Geopark Uberaba tem desempenhado no município e, ainda conforme a caracterização ambiental da área, é de importante compreensão a conceituação de um geoparque.

Nesse sentido, Geoparque (ou geopark, em inglês) é uma marca atribuída pela Rede Global de Geoparques, sob os auspícios da UNESCO, a uma porção de área onde sítios considerados patrimônio geológico representam parte de um conceito holístico de proteção, educação e desenvolvimento sustentável. (CPRM, 2012)

Um geoparque deve gerar atividade econômica, notadamente por meio do turismo e envolver um número de geossítios ou sítios geológicos de importância

científica, raridade ou beleza, incluindo formas de relevo e suas paisagens. Segundo a Companhia de Pesquisa de Recursos Minerais (CPRM), aspectos arqueológicos, ecológicos, históricos ou culturais podem representar importantes componentes de um geoparque. (CPRM, 2012).

O Geoparque possui conceitualmente uma forma de gestão do território, propondo estabelecer uma relação de agente articulador entre as Unidades de Conservação (UCs), Áreas de Proteção Ambiental (APAs), Reservas Particulares do Patrimônio natural (RPPNs) e demais áreas envolvidas respeitando devidamente suas legislações, na medida em que é permitido sobrepor ao território de tais autarquias sem interferências ou restrições. (SANTOS, 2019, p.28)

c. Caracterização histórico cultural

A região hoje denominada como Triângulo Mineiro era uma área de domínio dos índios Caiapós, invadida pelos bandeirantes em expedições que saíram de São Paulo a partir de 1722 rumo a Goiás, a região ficou conhecida como Sertão da Farinha Podre, compreendendo o ângulo formado pelo encontro dos rios Grande e Paranaíba, cortada pela estrada Anhanguera, principal ligação entre São Paulo e o Planalto Central.

Pertencente à capitania de São Paulo até 1748, quando foi anexada à capitania de Goiás, após um plano de extermínio dos caiapós, financiado por este governo, a região passou a ser denominada Julgado do Desemboque até 1811, quando se dividiu em dois territórios, sendo o segundo território denominado Julgado de Araxá, até que em 1830 a região passou ao domínio de Minas Gerais e adquiriu autonomia política, com sede em Araxá. Finalmente, em 1836 Uberaba conquistou autonomia política, constituindo sua Câmara Municipal.

O primeiro povoamento em Uberaba ocorreu na margem do Córrego das Lajes, onde foi edificada a Chácara da Boa Vista (hoje Fazenda Experimental da EPAMIG), por volta do ano de 1810. A instalação da residência do comandante Major Eustáquio ofereceu segurança a diversas famílias que procuravam um lugar para se instalarem, assim o arraial de Uberaba começou a ampliar sua população e a edificar equipamentos importantes.

Figura 6 - Foto da Rua do Comércio (atual Rua Artur Machado)

Fonte: https://www.zebunarede.com/2014/03/uberaba-de-ontem-e-de-hoje-parte-5.html

Em 2 de março de 1820, o rei D. João VI decreta a elevação de Uberaba à condição de Freguesia. Após um rápido crescimento, em 1836, conquistou sua autonomia, denominando-se Município de Santo Antônio de Uberaba. Em 1856 alcançou o título de cidade e em 1889 ampliou sua conexão regional através da inauguração da Estrada de Ferro.

PARTE 2 – DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO

1. Oferta turística

A Oferta turística é o conjunto de elementos compostos pelos atrativos turísticos, equipamentos, serviços e infraestrutura. Os atrativos turísticos constituem-se da oferta original; elementos naturais como recursos hídricos, fauna e flora, processos geológicos caracterizados por desdobramentos ou falhas rochosas acarretando a formação de um planalto, planície, vulcanismo, vale ou montanha, além das atividades originárias da ação do homem, como a história, religião, folclore, tradição e costumes, dentre outros.

A oferta agregada compõe-se dos equipamentos e serviços caracterizados como meios de hospedagem, empresas de transporte, alimentação, lazer, agências de viagens e turismo, lojas de souvenires e toda atividade comercial ligada direta e indiretamente à atividade turística.

A infraestrutura de bens e serviços, oferece suporte necessário para a viabilidade da atividade turística como redes rodoviárias, comunicação, limpeza, segurança e sinalização, constituindo à oferta agregada.

O material de comunicação mais recente, publicado pelo município, organiza a oferta turística em 3 iconografias que identificam os atrativos relacionados aos recursos naturais, religiosos e culturais.

O levantamento tomou como referência os materiais de comunicação turística publicados pela Prefeitura Municipal de Uberaba, a consultoria realizada pelo SEBRAE em 2015 e pesquisas adicionais em sites na internet.

a. Atrativos Naturais

Nesta seção estão os principais atrativos de origem natural, ou seja, aqueles relacionados às formações naturais no ambiente e relacionadas aos recursos naturais aproveitados, como fauna, flora, recursos hídricos, geológicos, arqueológicos, paleontológicos, entre outros.

Uberaba tornou-se uma referência na paleontologia brasileira, possui o Centro de Pesquisas Paleontológicas “Llewellyn Ivor Price” (CPPLIP) fomentando o desenvolvimento de projetos e artigos científicos em parceria com outras instituições

brasileiras e do exterior. Atualmente possui 1.500 fósseis tombados em sua coleção científica, despontando vertiginosamente o geoturismo.

O geoturismo pela convergência entre o turismo e a geologia, entende-se como um tipo de turismo que mantém ou reforça as principais características do local a ser visitado, correspondente ao seu ambiente, cultura, estética, patrimônio, sem esquecer o bem estar dos seus residentes (BRILHA, 2005, p. 121).

Além disso, a cidade dispõe de parques e reservas do patrimônio naturais (RPPN) potenciais para o turismo.

Principais atrativos naturais
1. Geossítio Peirópolis
2. Museu dos Dinossauros
3. Parque das Barrigudas
4. Vale Encantado
5. Santuário Ecológico ZEBU

Figura 7 - Geossítio Peirópolis – Geopark Uberaba

Fonte: http://www.minasgerais.com.br/pt/atracoes/uberaba/museu-dos-dinossauros

Figura 8 – Museu dos Dinossauros

Fonte: http://www.minasgerais.com.br/pt/atracoes/uberaba/museu-dos-dinossauros

Figura 8 – Parque das Barrigudas

Fonte: https://www.flickr.com/photos/buzatti/7114090071

Figura 9 - Vale Encantado

Fonte: https://www.facebook.com/valeencantadouberabamg

Figura 9 - Santuário Ecológico Zebu

Fonte: https://www.instagram.com/magnoliatour/

Outros atrativos naturais
1. Geossítio Santa Rita (em construção)
2. Mata do Ipê
3. Parque das Acácias
4. Mata da Paz
5. Zoológico – Parque do Jacarandá
6. Rio Uberaba
7. Córrego das Lajes

b. Atrativos Religiosos

Uberaba é mundialmente conhecida como referência do espiritismo, por conta da história de Chico Xavier na cidade, um ícone do espiritismo mundial. Por isso, entre as principais atrações para os turistas que buscam atrativos religiosos estão o Memorial, Casa de Memórias e o Mausoléu do líder espírita. Apesar da importância do espiritismo, o turismo de base católica encontra excelentes opções na cidade, como museu, igrejas e santuários.

Figura 10 - Memorial Chico Xavier

Fonte: https://www.facebook.com/culturauberaba/photos/a.305041109578223/1827107640704888/?type=1&theater

Principais atrativos religiosos
1. Memorial Chico Xavier
2. Casa de Memórias e Lembranças Chico Xavier
3. Mausoléu de Chico Xavier
4. Museu de Arte Sacra
5. Paróquia São Domingos
6. Museu da Capela - Memorial Dominicanas de Monteils

Figura 12 - Mausoléu de Chico Xavier

Fonte: https://www.editoraideal.com.br/galeria/mausoleu-chico-xavier/

Figura 13 - Museu de Arte Sacra

Fonte: http://www.uberaba.mg.gov.br/portal/conteudo,884

Outros atrativos religiosos
1. Catedral Metropolitana de Uberaba
2. Paróquia Santa Teresinha
3. Igreja Nossa Senhora da Abadia
4. Paróquia do Santíssimo Sacramento (Adoração)
5. Arquidiocese de Uberaba
6. Santuário da Medalha Milagrosa

Figura 13 - Catedral Metropolitana de Uberaba

Fonte: https://www.flickr.com/photos/72029545@N03/14301909280

Figura 14 - Paróquia de São Domingos

Fonte: https://arquidiocesedeuberaba.org.br/paroquias/uberaba/paroquia-sao-domingos/

c. Atrativos Culturais

Os atrativos culturais compreendem as atividades relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura (BRASIL, 2006).

A Fazenda Cassu é uma das primeiras fazendas de Uberaba criadoras de zebu, a sede foi construída no final do século XIX com características coloniais, decretada patrimônio histórico da cidade em 2016, preservando a memória, história e patrimônio arquitetônico.

Uma parte importante da história de Uberaba é contada por meio de alguns atrativos culturais que se relacionam com a sua produção econômica mais importante, a pecuária. Nesse sentido, os principais atrativos têm relação com a criação de Zebu e, consequentemente, com a produção material do espaço construído na cidade.

Figura 15 - Museu de Arte Decorativa (MADA)

Fonte: https://www.uberabaemfotos.com.br/2016/12/museu-de-arte-decorativa-uberaba.html

Principais atrativos culturais
1. Mercado Municipal
2. Museu de Arte Decorativa – MADA
3. Museu do Zebu e Sítio Histórico e Cultural ABCZ
4. Fazenda Cassu
5. Centro cultural José Maria Barra - Teatro SESIMINAS

Figura 11 - Museu do Zebu

Fonte: http://fundacaomuseudozebu.blogspot.com/p/museu-do-zebu.htm

Outros atrativos culturais
1. Biblioteca Municipal
2. Fundação Cultural de Uberaba
3. Fundição Artística de Sinos
4. Centro de Artesanato de Uberaba
5. Teatro Municipal de Uberaba – Vera Cruz
6. Arquivo Público de Uberaba
7. Casa do Folclore
8. Prédio do Paço Municipal

Figura 17 - Centro Cultural José Maria Barra

Fonte: https://www7.fiemg.com.br/sesi/centro-de-cultura/uberaba/agenda/detalhe/locacao-de-espacos

Figura 12 - Paço Municipal construído em 1836

Fonte: https://www.facebook.com/projetomemoriavivauberaba/

d. Outros atrativos

A cidade de Uberaba ainda conta com estrutura para realização de eventos, equipamentos de lazer, entretenimento e espaços para shows e festivais de grande porte como a Concha Acústica, Centro Park e o Jockey Club Uberaba com uma ampla área para recreação e esportes.

- UFTM – Museu Memória Viva
- Concha Acústica
- Uirapuru Iate Clube
- Fórum Comarca de Uberaba – Museu Memória do Judiciário Mineiro
- CITUR – Centro de Informações do Turismo Rural
- Centro Park
- Jockey Club Uberaba
- Ponte Alta (distrito rural)
- Praça da Mogiana

Figura 13 - Concha Acústica

Figura 14 - Centro Park

Figura 15 - Joquey Club Uberaba

Figura 16 - Praça da Mogiana

e. Serviços e equipamentos de apoio

Serviços e equipamentos de apoio ao turismo garantem eficiência e conforto aos visitantes, como terminais de transporte aeroviário e rodoviário, meios de hospedagem, centros comerciais e de serviços, praças de alimentação, espaços para convenções, entre outros elementos essenciais para a infraestrutura turística. Uberaba é bem servida se equipamentos e serviços que dão apoio ao turismo, inclusive com instituições de pesquisa e inovação, centros esportivos e espaços de convenções.

- Estádio Municipal Engenheiro João Guido (Uberabão)
- Shopping Center Uberaba
- Manhattan Center Shopping
- Terminal Rodoviário de Uberaba
- Faculdade de Talentos Humanos – FACTHUS
- Aeroporto de Uberaba
- Universidade de Uberaba – UNIUBE
- Faculdade de Ciências Econômicas do Triângulo Mineiro – FECTM
- EPAMIG
- Praça Shopping Uberaba
- Faculdades Associadas de Uberaba – FAZU
- CDL Hall
- Centro Olímpico da UFTM
- IFTM – Reitoria
- UFTM/IFTM – Parque Tecnológico
- CENACON – Centro de Convenções

Figura 17 - Shopping Center Uberaba

Figura 18 - Praça Shopping Uberaba

Figura 19 - Estádio Municipal Engenheiro João Guido (Uberabão)

Figura 20 - Aeroporto de Uberaba

Figura 21 - Terminal Rodoviário de Uberaba

Figura 22 - Parque Tecnológico

2. Caracterização institucional do turismo

A execução da Política Municipal de Turismo, a ser proposta por este Plano Diretor, requer uma rede de cooperação interinstitucional, que articule as capacidades de gestão e execução dos diversos órgãos municipais transversais ao turismo. Nesse sentido, é indispensável compreender a lógica de gestão do Poder Executivo Municipal, no que se refere à sua estrutura administrativa, organismos de controle social e fundos municipais de desenvolvimento.

a. Poder Executivo

A Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Turismo e Inovação (SEDEC), possui suas atribuições regulamentadas pelo Decreto 3.353/2019, organizada administrativamente pela Lei 2.996/2018, é o órgão do executivo municipal responsável pelo fomento do turismo em Uberaba.

Com base no Decreto, compete à SEDEC, por meio da Diretoria de Turismo, Feiras e Eventos e de sua Seção de Desenvolvimento do Turismo, setor específico para atender às demandas do segmento turístico no município de Uberaba (art. 9º) as seguintes responsabilidades:

> I - planejar, orientar, monitorar, coordenar, gerenciar, dirigir, supervisionar, estabelecendo normas, metas e prazos das unidades subordinadas;
>
> II - propor regulamentações, acompanhar e planejar a atividade turística no Município, sendo desenvolvida de forma sustentável, com a preservação dos recursos naturais e do patrimônio histórico-cultural, visando à melhoria das condições de vida da população;
>
> III - dirigir e coordenar ações, projetos e programas de turismo, feiras e eventos do Município;
>
> IV - analisar o mercado turístico e planejar o seu desenvolvimento, sugerindo as ações prioritárias a serem estimuladas e incentivadas;

V - implementação do Geopark Uberaba com reconhecimento da UNESCO no intuito de valorizar a identidade territorial do Município e, assim, gerar emprego e renda de maneira sustentável;

VI - criar, incentivar, organizar, e patrocinar campanhas de conscientização para a comunidade local a prestar informações e receber bem o turista;

VII - criar condições adequadas para consolidação do Município no mercado do turismo;

VIII - executar outras atividades correlatas.

b. Fundo público municipal de turismo

O Fundo Municipal de Desenvolvimento do Turismo – FUMDETUR instituído de lei 7.692, em 15 de setembro de 2000, tem como objetivo em seu (art. 1º) "Formular atividades relacionadas ao turismo no município, visando a geração de riquezas, tais como: empregos, melhoria de renda para os trabalhadores, para os empresários e prestadores de serviços, desenvolvendo o comércio, a indústria e a prestação de serviços ligados à atividade turística" e mais:

I. Melhoria da infra-estrutura turística;
II. Incentivar a divulgação do município de Uberaba e de seus produtos;
III. Qualificação da mão de obra nas atividades vinculadas ao turismo;
IV. Promoção de eventos culturais, artísticos, esportivos, sociais, profissionais, científicos e de negócios que venham carrear fluxo turístico para o Município;
V. Manter serviços de turismo no Município;
VI. Suprir necessidades financeiras dos empreendimentos turísticos no Município.

Provém ao FUMDETUR recursos necessários ao financiamento dos projetos de acordo com a Lei Orçamentária em vigor no município (art. 3º).

c. Instrumentos de planejamento

Turismo

Uberaba instituiu desde 2010 sua Política Municipal de Turismo, através da Lei Nº 11.104/2010, a qual definiu como segmentos potenciais para o turismo municipal os de base rural, religioso, ecológico, cultural, científico, de eventos, de negócios e de aventura.

A Política adotou como diretrizes (art. 4º), resumidamente, a qualificação e o desenvolvimento do potencial turístico; capacitação e qualificação profissional; integração à Política Estadual de Turismo; desenvolvimento de novos atrativos; melhoria da infraestrutura; divulgação; criação de mecanismos de fomento; e capitação de recursos.

Objetivamente a Política define (art. 5º) um conjunto de 3 programas e 1 projeto, assim como 3 ações que visam promover incremento da atividade turística municipal, sendo os seguintes:

Programas:

I. programas de valorização do patrimônio histórico, cultural, natural e cientifico em parceria com a Fundação Cultural, Secretaria de Educação e outros afins;
II. programas de qualificação de profissionais para atuar na cadeia produtiva do turismo de Uberaba, em parceria com o sistema S (Sebrae, Senac, Senar e Senai);
III. programa de incentivo à adequação dos atrativos turísticos às normas e princípios de acessibilidade, eliminando as barreiras arquitetônicas

Projeto:

I. projeto de Desenvolvimento Integrado de Peirópolis, com a participação da população local e a estruturação e qualificação das condições físicas para atrair e estimular o turismo.

Ações:

I. manutenção e divulgação do calendário de eventos de Uberaba;

II. instalação de postos de informações turísticas em locais estratégicos do Município;

III. implantação de sinalização turística indicativa interna e externa no Município.

Em 2015 a Política Municipal de Turismo passou por uma pequena alteração, apenas no que diz respeito à composição do Conselho Municipal de Turismo, em que foram acrescidos novos representantes e adotadas novas redações, pela Lei 12.171/2015, assim como em 2017, por meio das Leis 12.586/2017 e 12.703/2017. Após tais modificações a composição atual do Conselho Municipal de Turismo é apresentada na sessão seguinte, que trata exclusivamente deste instrumento. Uma nova proposta está sendo encaminhada à Câmara.

Saneamento Básico

Visando garantir a melhoria da qualidade de saúde e do desenvolvimento sustentável municipal, foram instituídos em 2015 a Política e o Plano Municipal de Saneamento Básico de Uberaba, através da Lei 12.146/2015, a qual contempla diretrizes para o conjunto de serviços de saneamento, sendo (art. 5º), abastecimento de água potável, esgotamento sanitário, limpeza urbana e manejo de resíduos sólidos e drenagem e manejo de águas pluviais urbanas.

A Lei instituiu o Sistema Municipal de Saneamento Básico (art. 11º), "definido como o conjunto de agentes institucionais que no âmbito das respectivas competências, atribuições, prerrogativas e funções, integram-se, de modo articulado e cooperativo, para a formulação das políticas, definição de estratégias e execução das ações de saneamento básico", composto pelos seguintes instrumentos (art. 13º):

I. Conselho Municipal de Saneamento Básico;

II. Fundo Municipal Saneamento Básico;

III. Plano Municipal de Saneamento Básico – PMSB;

IV. Sistema Municipal de Informações em Saneamento – SMIS;

V. Comitê Municipal de Regulação Técnica dos Serviços de Saneamento Básico de Uberaba – COMSAB;

VI. Secretarias municipais e/ou outros órgãos da administração direta ou indireta do município de Uberaba que prestam serviços de saneamento básico.

Nesse rol de instrumentos, é importante considerar que a participação do setor do turismo se faz presente por meio de representação da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico como um dos membros do Conselho Municipal de Saneamento Básico (art. 21º).

Planejamento Urbano

Instituído pela Lei Complementar 359/2006, atualizado em 2014, o Plano Diretor do Município de Uberaba, instrumento básico da política urbana, fundamenta os princípios e diretrizes para o desenvolvimento territorial municipal. Dentre as seções de planejamento, o Turismo possui destaque (art. 37º), indicado como fonte de emprego e renda, ou seja, como um dos indutores do desenvolvimento econômico municipal.

O Plano define como diretrizes para o desenvolvimento do turismo as seguintes:

I. incentivo ao turismo rural, religioso, ecológico, cultural, científico, de eventos, de negócios e de aventura, tendo como referência o planejamento turístico regional;
II. fomento à cadeia do turismo como atividade econômica;
III. promoção do turismo e atividades correlatas com base nas vocações locais e na modernização tecnológica da infra-estrutura necessária;
IV. promoção do aproveitamento turístico dos recursos naturais do Município com a sua utilização sustentável.

A Lei ainda avança no planejamento do setor ao indicar as estratégicas para viabilizar as diretrizes, suas ações e a indicação de programas e projetos (art. 38º. e art. 39º). Para melhor compreensão, as estratégias, ações e programas e projetos estão sistematizadas no quadro a seguir.

Quadro 2 - Estratégias, ações, programas e projetos para o turismo definidos pelo Plano Diretor Municipal

Estratégias	Ações	Programas e projetos
I - qualificação e desenvolvimento do potencial turístico, ecológico, cultural, educacional e de pesquisa; II - incentivo aos programas de capacitação e de qualificação dos profissionais da rede de serviços de recepção ao turista no Município; III - intensificação da integração do Município ao Circuito Turístico dos Lagos, ao Circuito Turístico do Triângulo e ao Circuito Turístico da Canastra; IV – identificação das tradições históricas e culturais locais, exploração das atividades correlatas e divulgação no calendário anual de eventos; V - criação e implantação de novos atrativos turísticos em parcerias com os setores público e privado; VI – melhoria da infra-estrutura turística; VII - divulgação do potencial turístico de Uberaba; VIII - criação de mecanismos que estimulem e viabilizem o turismo rural; IX – captação de recursos para o desenvolvimento do turismo.	I - manutenção e divulgação do calendário de eventos de Uberaba e região de abrangência; II - instalação de postos de informações turísticas em locais estratégicos do Município; III – implantação de sinalização turística indicativa interna e externa ao Município.	I – programas de valorização do patrimônio histórico, cultural e ambiental, associados ao turismo; II - programas de qualificação de profissionais para atuar na cadeia do turismo de Uberaba; III - programa de incentivo à adequação dos prédios e infra- estrutura de turismo às normas e princípios de acessibilidade, eliminando as barreiras arquitetônicas; IV - Projeto de Desenvolvimento Integrado de Peirópolis, com a participação da população local e a estruturação e qualificação das condições físicas para atrair e estimular o turismo.

O turismo atravessa ainda a questão ambiental, quando é indicado como estratégia de uso sustentável nos territórios de interesse em preservação do meio ambiente e dos recursos hídricos dos rios Uberaba e Grande (art. 85º e art. 89º). Mais tarde, esta diretriz será desenvolvida por meio da Lei Complementar 529/2016, a qual institui o Plano Diretor do Núcleo de Desenvolvimento do Complexo Turístico da Margem Uberabense do Rio Grande.

O Plano define diretrizes para o desenvolvimento turístico sustentável na margem do Rio Grande em Uberaba, em duas ZIT (Zona de Interesse Turística). A área total destas duas zonas é de 1.327.000 metros quadrados, destinada a empreendimentos imobiliários e de apoio turístico. Dentre as diretrizes, é previsto:

- incentivar o desenvolvimento de empreendimentos de apoio ao turismo náutico e à pesca desportiva;
- criar a área de lazer pública com frente para o Rio Grande;
- criação de Centro de Informação Turística;
- reativação do Ramal Ferroviário Turístico, interligando o Peirópolis à malha urbana e à ZIT do Rio Grande.

Na subseção que trata da qualificação ambiental urbana no Plano Diretor (2014), o núcleo urbano Peirópolis é contemplado com melhorias arquitetônicas e urbanísticas (art. 218º), onde além de diversas obras ainda prevê um centro de apoio ao turista.

Figura 23 - Mapa das Zonas de Interesse Turístico na margem do Rio Grande

Fonte: http://www.uberaba.mg.gov.br/portal/conteudo,44940

Orçamento Municipal

A composição orçamentária do Departamento de Desenvolvimento do Turismo, com base na análise da previsão orçamentária para o ano de 2020, Lei 13.173/2019, organiza as despesas entre as seguintes atividades:

- Manutenção e Conservação de Prédios Públicos;
- Convênio Ministério do Turismo - Sinalização Turística;
- Desenvolvimento da Política do Turismo – FUMDETUR;
- Inventário Turístico – INVTUR; e
- Plano de Desenvolvimento do Turismo de Uberaba – GEOPARK

Há ainda uma rubrica articulada ao turismo na programação da pasta da Agricultura, de fomento ao turismo rural.

- Desenvolvimento do Turismo Ecológico e Rural

Cultura

A Política Municipal de Cultura disciplina sobre a garantia de acesso à cultura, que deve ser assegurada a todos os munícipes e define pressupostos que fundamentam as políticas, programas, projetos e ações formuladas e executadas pela Prefeitura Municipal de Uberaba, com a participação da sociedade, no campo da cultura (art. 2º).

Para tanto, tem como objetivo formular e implantar políticas públicas de cultura, democráticas e permanentes, pactuadas com a sociedade civil e com os demais entes da federação, promovendo o desenvolvimento - humano, social e econômico - com pleno exercício dos direitos culturais e acesso aos bens e serviços culturais, no âmbito do Município (Cap. II - Art. 31º).

Ainda compõe como objetivos específicos do Sistema Municipal de Cultura – SMC (art. 32º) os seguintes instrumentos:

I. estabelecer um processo democrático de participação na gestão das políticas e dos recursos públicos na área cultural;
II. assegurar uma partilha equilibrada dos recursos públicos da área da cultura entre os diversos segmentos artísticos e culturais, distritos, regiões e bairros do município;
III. articular e implementar políticas públicas que promovam a interação da cultura com as demais áreas, considerando seu papel estratégico no processo do desenvolvimento sustentável do Município;
IV. promover o intercâmbio com os demais entes federados e instituições municipais para a formação, capacitação e circulação de bens e serviços culturais, viabilizando a cooperação técnica e a otimização dos recursos financeiros e humanos disponíveis;
V. criar instrumentos de gestão para acompanhamento e avaliação das políticas públicas de cultura desenvolvidas no âmbito do Sistema Municipal de Cultura – SMC;
VI. estabelecer parcerias entre os setores público e privado nas áreas de gestão e de promoção da cultura.

Nesse conjunto de instrumentos, é importante destacar que a participação do setor do turismo faz-se presente como membro titular do conselho, bem como a política cultural considera no art. 8º que a "transversalidade estabelece uma relação estratégica com as demais políticas públicas, em especial com as políticas de educação, comunicação social, meio ambiente, turismo, ciência e tecnologia, esporte, lazer, saúde e segurança pública".

d. Conselho municipal de turismo

Uberaba contam como instrumento de gestão democrática o Conselho Municipal de Turismo, criado em 09 de dezembro de 1996, através da Lei 6.173/96, alterada em 2003 pela Lei 8.775/03, definindo a formação do Conselho, o qual deve ser vinculado à Secretaria de Ciência, Tecnologia e Desenvolvimento, atual Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Turismo e Inovação, composto por 28 representantes de diversos segmentos associados ao setor do turismo no município, conforme relação de representantes listada a seguir:

1. Secretário de Ciência, Tecnologia e Desenvolvimento;
2. Representante da Secretaria Municipal de Educação;
3. Representante da Secretaria Municipal de Meio Ambiente;
4. Representante da Secretaria Municipal de Planejamento;
5. Representante da Secretaria Municipal de Agricultura e Abastecimento;
6. Representante da Fundação Cultural de Uberaba;
7. Representante do Poder Legislativo;
8. Representante da Associação das Agências de Viagens do Triângulo – AVIT;
9. Representante do Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Uberaba – SINHORES;
10. Representante da Associação dos Veículos de Comunicação de Uberaba – AVEC;
11. Representante do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Minas Gerais;
12. Representante das Empresas de Transporte de Turismo;
13. Representante do Centro de Pesquisas Paleontológicas Llewellyn Ivor Price;
14. Representante da Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais – FIEMG;
15. Representante do Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial – SENAC;
16. Representante da Associação dos Municípios do Vale do Rio Grande – AMVALE;
17. Representante da Associação Comercial, Industrial e de Serviços de Uberaba – ACIU;
18. Representante da Câmara de Dirigentes Lojistas de Uberaba – CDL;
19. Representante da INFRAERO;
20. Representante da Associação de Mulheres de Negócios e Profissionais de Uberaba – BPW;
21. Representante da Universidade de Uberaba – UNIUBE;
22. Representante da Faculdade de Ciências Econômicas do Triângulo Mineiro;
23. Representante da Associação dos Lojistas do Shopping Center Uberaba;
24. Representante do Serviço Nacional de Aprendizagem Rural – SENAR;
25. Representante da Empresa Mineira de Extensão Rural – EMATER;
26. Representante do Sindicato Rural de Uberaba;
27. Representante da Polícia Militar de Minas Gerais; e
28. Representante da Associação do Circuito Turístico dos Lagos.

Com base na Lei 1.274/2017, compete ao Conselho Municipal de Turismo papel fundamental para o desenvolvimento do turismo municipal, tanto na associação institucional municipal, como na articulação de parcerias regionais, captação de investimentos, execução de eventos e de campanhas publicitárias, conforme competências previstas no art. 4º:

> I - promover o intercâmbio turístico com as cidades mineiras e de outros Estados da Federação, divulgando a cidade de Uberaba no cenário nacional e internacional;
>
> II - coordenar, incentivar e promover o turismo no Município de Uberaba, através de ações devidamente planejadas e aprovadas pelo Plenário;
>
> III -estudar e propor à Administração Municipal mediadas de difusão e amparo ao turismo, no Município, em colaboração com entidades especializadas do setor privado;
>
> IV -assessorar a Administração Municipal na coordenação e designação dos pontos turísticos do Município;
>
> V - promover campanhas de incremento e investimentos no turismo municipal;
>
> VI -angariar subsídios, subvenções, doações, legados e outros meios destinados aos investimentos no setor de turismo e elaborar os planos de aplicação pela Administração Pública Municipal;
>
> VII - promover simpósios, reuniões e palestras visando à difusão do turismo uberabense;
>
> VIII - associar-se a outras entidades públicas ou privadas com o objetivo de promover as ações de turismo no Município de Uberaba.

Adicionalmente, em nova proposta de regimento do Conselho Municipal de Turismo, ainda em discussão, foram definidas câmaras técnica de estudos que subsidiem os grupos de trabalho, designados à elaboração de pesquisas, propostas e análises setoriais, nos seguintes segmentos:

- Normatização do Turismo;

- Infra Estrutura;
- Linhas de Financiamento;
- Desenvolvimento e consolidação dos Produtos Turísticos;
- Comunicação e Promoção do Destino; e
- Capacitação e Qualificação da Mão de Obra.

3. Caracterização do turismo regional e regionalização

a. Localização e inserção regional

A cidade de Uberaba está localizada na região do Triângulo Mineiro, região de planejamento do oeste do estado de Minas Gerais. Esta região é formada por 66 municípios e aglomera uma população de 2.317.188 habitantes (IBGE, 2015). É uma das regiões mais ricas de Minas Gerais e seus municípios estão classificados entre os que possuem os melhores índices de desenvolvimento humano no Brasil. Na economia a região se destaca pela agroindustria, especialmente na bovinocultura e na produção de etanol.

De acordo com o IBGE (2017), mesorregião (região geográfica intermediária) de Uberaba conta com 29 municípios do oeste mineiro, divida em 4 microrregiões (região geográfica imediata), sendo Araxá, Frutal, Iturana e Uberaba, esta última aglomera os municípios de Água Comprida; Campo Florido; Conceição das Alagoas; Conquista; Delta; Nova Ponte; Sacramento; Santa Juliana; Uberaba; e Veríssimo.

Estrategicamente localizada entre importantes metrópoles brasileiras, a cidade dista 483km de Belo Horizonte; 482km de São Paulo; 524km de Brasília; 444km de Goiânia; 184km de Ribeirão Preto; e 108km de Uberlândia. Uberaba é ponto de conexão entre algumas das principais rodovias do país, sendo a BR 050 (Santos-Brasília) e BR 262 (Vitória-Corumbá) importantes rotas de ligação nos sentidos norte-sul e leste-oeste do Brasil.

A infraestrutura aeroviária do município conta com o Aeroporto Mário de Almeida Franco (UBA/SBUR), localizado na área urbana de Uberaba, a cerca de 4km do centro da cidade. Atualmente o equipamento opera voos diários para Belo

Horizonte, pela empresa aérea Azul, em dois horários de partida (manhã e final da tarde).

Figura 24 Terminal do Aeroporto de Uberaba

Fonte: Revista Flap, 10 de dezembro de 2019

O Terminal Rodoviário Jurandyr Cordeiro foi inaugurado em 1974 e está localizado na área central de Uberaba. A rodoviária opera linhas para diversas cidades brasileiras, tendo como principais rotas São Paulo, Brasília, Belo Horizonte, Ribeirão Preto e Uberlândia.

Figura 25 - Terminal Rodoviário de Uberaba

Fonte: https://mapio.net/pic/p-12960772/

b. Regionalização turística

Uberaba está inserida na Região Turística Alta Mogiana, que agrega 29 municípios, do nordeste do estado de São Paulo e do Triângulo Mineiro. O sistema ferroviário que transportava o café dessas regiões até Campinas foi o primeiro elo regional, administrado pela antiga Cia. Mogiana de Estradas de Ferro.

Os municípios turísticos da região estão organizados na AMITAM (Associação dos Municípios de Interesse Turístico da Alta Mogiana), a qual se articula em torno do Circuito Turístico Alta Mogiana, a fim de estabelecer parcerias, desenvolver produtos e promover os destinos na região.

Figura 26 - Mapa da Estrada de Ferro Alta Mogiana

Fonte: "Ferrovias do Brasil 1970" - DNEF

c. Articulação institucional na região

O município está articulado principalmente com à Associação dos Municípios de Interesse Turístico da Alta Mogiana – AMITAM, participando no planejamento e fortalecimento do circuito regional e da cooperação institucional na região.

Em prol do desenvolvimento do turismo regional, os municípios participantes contam com a Associação dos Municípios de Interesse Turístico da Alta Mogiana – AMITAM, que criaram o Circuito Turístico Alta Mogiana, tem por objetivo "reacender a história com a missão de produzir desenvolvimento econômico, trazendo em seu bojo a inclusão social e a proteção ambiental através do turismo histórico, cultural, gastronômico, ecológico, rural, de aventura, de negócios, de lazer", preservando, sobretudo a memória da época.

A região turística Alta Mogiana apresenta diversidade e ampla oferta turística, em seus aspectos natural e cultural, enfatizando principalmente a gastronomia local e seu contexto histórico e cultural.

Figura 27 - Publicação do Circuito Alta Mogiana

Fonte: https://www.facebook.com/circuitoturisticoaltamogiana/photos/a.345116822364467/689964927879653/?type=3&theater

Destaca-se a pluralidade nos segmentos turísticos, especialmente pelo ecoturismo, turismo rural, cultural, social, de natureza, de saúde, gastronômico, religioso, pedagógico, espírita, de aventura, geoturismo, esportivo, esporte

aquático, de estudos e intercâmbio, pesca, náutico, sol e praia, e o turismo de negócios e eventos.

No circuito regional, Uberaba participa da Rota de Pesca e Lazer do Rio Grande, somando um total de 11 cidades, sendo elas: Delta-MG, Igarapava-SP, Miguelópolis-SP, Sacramento-MG, Conquista-MG, Planura-MG, Fronteira-MG, Conceição das Alagoas-MG, Guaíra-SP, Itapagipe-MG, realizando turismo de pesca esportiva. O turista que participa do circuito recebe um carimbo e premiações.

Além desta rota, o circuito conta com a Rota das Serras e Cachoeiras, com belíssimas atrações paisagística com grutas e cachoeiras; a Rota da Pesca do Tucunaré; e Rota da Arte, na qual concentram as maiores obras de artistas plásticos e literários com reconhecimento nacional e internacional.

d. Mapa do Turismo Brasileiro 2022

O Ministério do Turismo, por meio da Secretaria Nacional de Atração de Investimentos Parcerias e Concessões, por meio do “Programa de Regionalização do Turismo” publicou a composição do município de Uberaba no Mapa do Turismo Brasileiro 2022, conforme estabelecido em Portaria no 41/2021. Os municípios que o compõem foram indicados pelos órgãos estaduais de turismo em conjunto com as instâncias de governança regional, a partir de critérios construídos em conjunto com Ministério do Turismo.

O Mapa é um instrumento instituído no âmbito do Programa, que orienta a atuação do Ministério do Turismo no desenvolvimento das políticas públicas. É o Mapa que define a área - o recorte territorial - que deve ser trabalhada prioritariamente pelo Ministério. Além de nortear a definição de aporte de recursos orçamentários pelas áreas de atuação do MTur.

O mapa categoriza os municípios das Regiões Turísticas, através de 05 (cinco) variáveis que foram cruzadas em uma análise de cluster e deram origem a cinco categorias de municípios (A, B, C, D e E). Na Categoria A. estão reunidos os municípios com maior desempenho da economia do turismo e em "E" os municípios com menor desempenho da economia do turismo. Logo, o desempenho

da economia do turismo de cada município brasileiro foi analisado a partir das médias de dados sobre fluxo, hospedagem e arrecadação por ele obtidas.

Diante disso, o município de Uberaba, está inserido na Região Turística Rota do Triângulo , na categoria B, contendo os seguintes resultados: 169.288 turistas domésticos, 5.554 turistas internacionais, 41 estabelecimentos, 593 empregos e R$ 5.424.041,00 em arrecadação de impostos, o que reconhece e fortalece a vocação deste destino do turismo brasileiro.

Figura 28 - Classificação dos municípios mineiros da Alta Mogiana no Mapa do Turismo Brasileiro 2022

MTur - Ministério do Turismo
Regiões turisticas do mapa do turismo brasileiro

Parâmetros da consulta: SUDESTEAlta Mogiana

Resumo da Seleção

Nº de Macrorregiões	Nº de Uf	Nº de Municipios	Nº de Regiões Turisticas
1	1	9	1

UF	Municipio	Região Turistica	Categoria
SP	Altinópolis	Alta Mogiana	D
SP	Cajuru	Alta Mogiana	D
SP	Cássia dos Coqueiros	Alta Mogiana	D
SP	Luiz Antônio	Alta Mogiana	D
SP	Santa Rita do Passa Quatro	Alta Mogiana	D
SP	Santa Rosa de Viterbo	Alta Mogiana	D
SP	Santo Antônio da Alegria	Alta Mogiana	E
SP	São Simão	Alta Mogiana	D
SP	Tambaú	Alta Mogiana	D

MINISTÉRIO DO TURISMO 01/08/2022 s 14h10 **Página 1** /1

e. Segmentação turística regional

A Política Municipal de Turismo definiu em 2010 os segmentos potenciais do turismo de Uberaba (Lei Nº 11.104/2010), sendo: Turismo Rural; Turismo Religioso; Turismo Ecológico; Turismo Cultural; Turismo Científico; Turismo de Eventos; Turismo de Negócios; e Turismo de Aventura.

No sentido de adequar a segmentação turística ao conceito amparado pelo Ministério do Turismo, o qual define 12 segmentos turísticos, estabelecidos a partir de elementos de identidade da oferta e das características e variáveis da demanda, agregamos os segmentos definidos pela Política Municipal aos do Ministério, resultando nos seguintes:

- Turismo Rural;
- Turismo Cultural (inclui turismo religioso);
- Ecoturismo;
- Turismo de Estudos e Intercâmbio;
- Turismo de Negócios e Eventos;
- Turismo de Aventura.

Ao mesmo tempo é possível verificar, por meio de pesquisas nas publicações do Circuito Turístico Alta Mogiana, que no campo regional a atuação da atividade turística está alinhada à mesma segmentação que Uberaba. Verifica-se que o Turismo Cultural, Rural, Ecoturismo, de Aventura e de Negócios e Eventos representa uma identidade regional.

4. Demanda Turística Atual

A identidade turística de Uberaba é representada hoje por 3 figuras principais, que são os Dinossauros, Chico Xavier e o Zebu, associados às atividades de Geoturismo, Turismo Religioso e Agroturismo, respectivamente. A análise de segmentação indicou no capítulo anterior que a demanda atual pode ser absorvida por atividades nos segmentos de Turismo Rural, Cultural, de Estudos e Intercâmbio, Negócios e Eventos, Aventura e Ecoturismo.

Até a elaboração deste Plano de Desenvolvimento Territorial do Turismo não havia registro de pesquisa de demanda turística e de identificação de perfil do

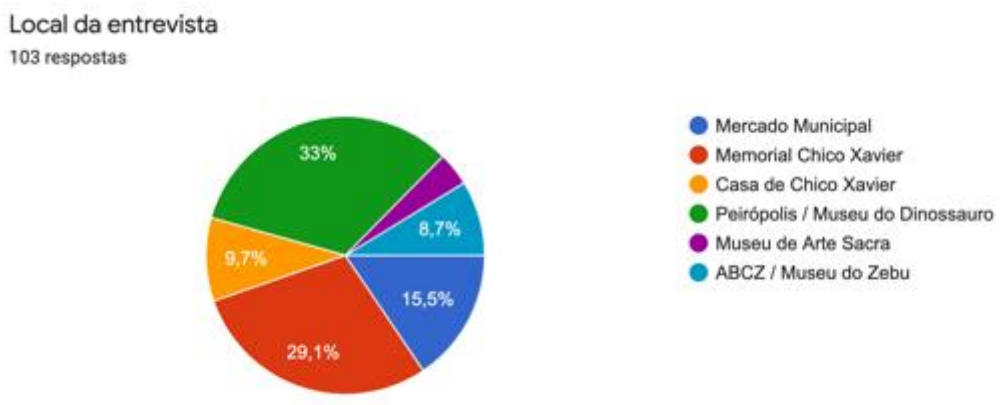
visitante em Uberaba. Conhecer a origem, as características, o padrão de consumo e outras informações que influenciam a escolha do visitante é estratégico para desenvolver produtos turísticos assertivos no município.

A pesquisa que identifica a demanda turística atual apresenta a caracterização qualitativa dos visitantes (origem, perfil do grupo, idade, etc.); caracterização qualitativa dos segmentos (motivação da viagem, épocas de realização, permanência média, gasto médio, equipamentos e serviços turísticos preferidos, meios de transporte escolhidos, etc.) e identificação do portfólio estratégico de produtos turísticos, destacando os interesses do grupo.

1.1. Metodologia da pesquisa

A pesquisa foi realizada por meio de entrevistas espontâneas a visitantes e turistas na cidade de Uberaba. O período de aplicação foi entre os dias 10 e 16 de fevereiro de 2020, totalizando 6 dias. A aplicação se deu nos principais locais de atração turística, sendo Mercado Municipal, Memorial Chico Xavier, Casa de Memória e Lembrança de Chico Xavier, Peirópolis / Museu dos Dinossauros, Museu de Arte Sacra e Museu do Zebu / ABCZ.

A pesquisa conseguiu obter um total de 106 respostas, o que representa um nível de confiança de 90% e uma margem de erro de 8,08%, considerando a população levantada pelo Censo (IBGE, 2010) de 289.376 habitantes.



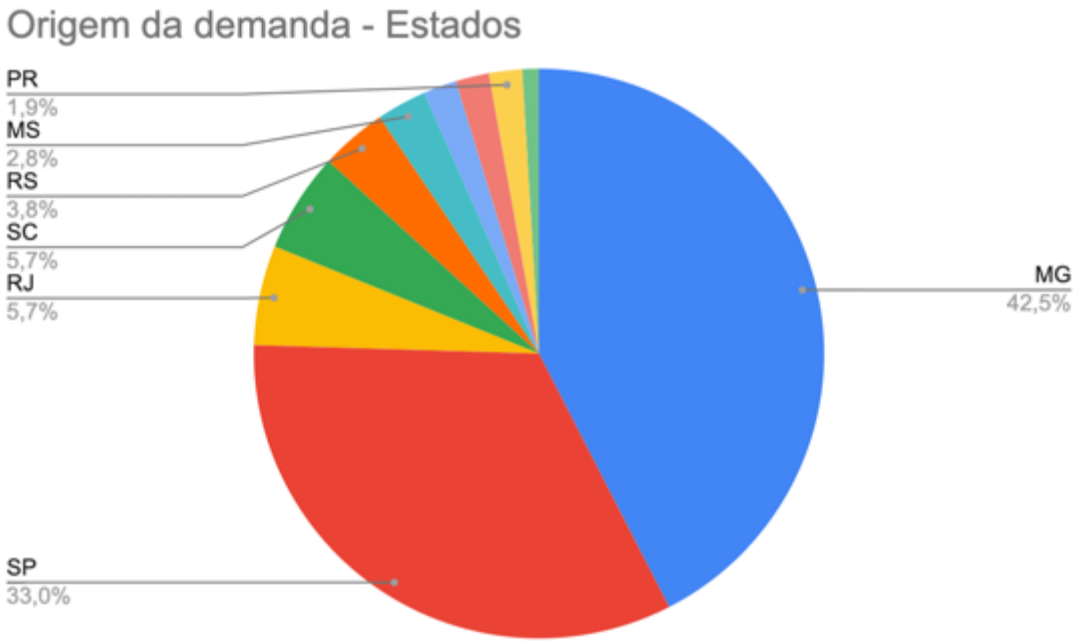
O formulário contemplou a identificação dos seguintes dados: cidade de origem, tempo de permanência, período de visitação, idade, gênero, fonte de informação sobre a cidade, motivo da viagem, meio de transporte, tipo de

hospedagem, número de acompanhantes, gasto médio diário, recomendação do destino, avaliação dos atrativos e da infraestrutura de apoio.

Em seguida, os formulários foram sistematizados em um banco de dados, facilitando a geração de gráficos para apresentar os resultados sobre cada uma das variáveis selecionadas.

1.2. Resultados da pesquisa de demanda atual

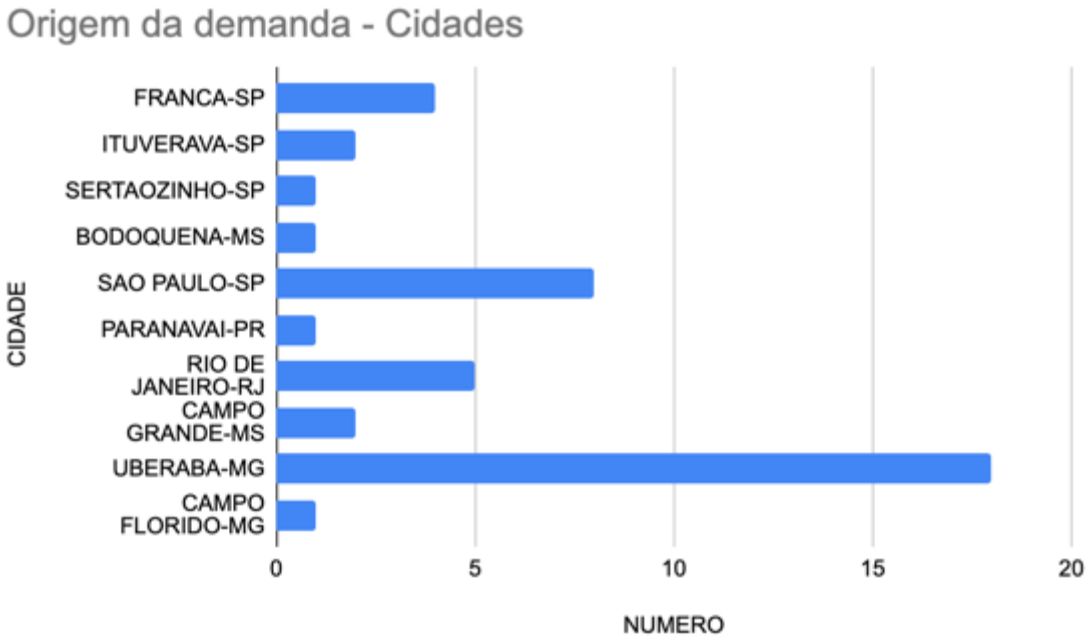
Com base nas respostas obtidas, os estados de Minas Gerais e São Paulo são as principais origens de turistas que visitam Uberaba, representando 42,5% e 33% dos entrevistados, respectivamente. Os demais estados brasileiros, somados, representam cerca de ¼ dos visitantes.



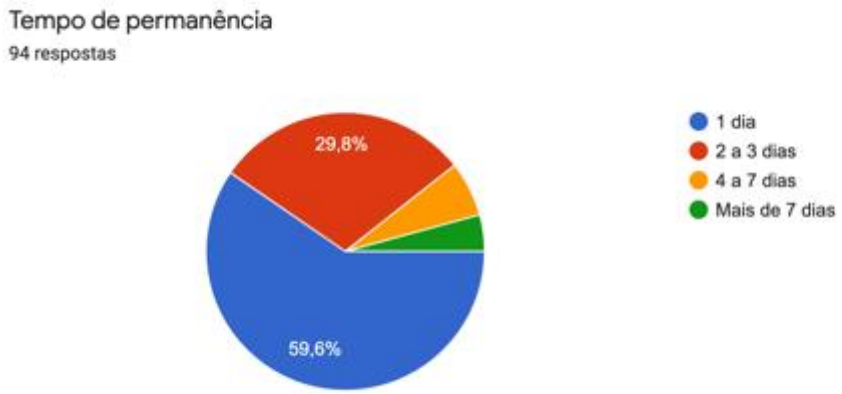
Olhando para as cidades de origem desta demanda turística, as 10 principais em número de entrevistados estão nos estados de São Paulo, Minas Gerais, Paraná, Rio de Janeiro e Mato Grosso do Sul. A participação da capital paulista e de cidades médias da região de Ribeirão Preto é muito importante (Franca, Ituverava, Sertãozinho). Rio de Janeiro/RJ e Campo Grande/MS também são mercados de importante participação.

Observa-se com destaque a grande participação de entrevistados residentes em Uberaba. Este resultado se justifica pelo fato de que grande parte das

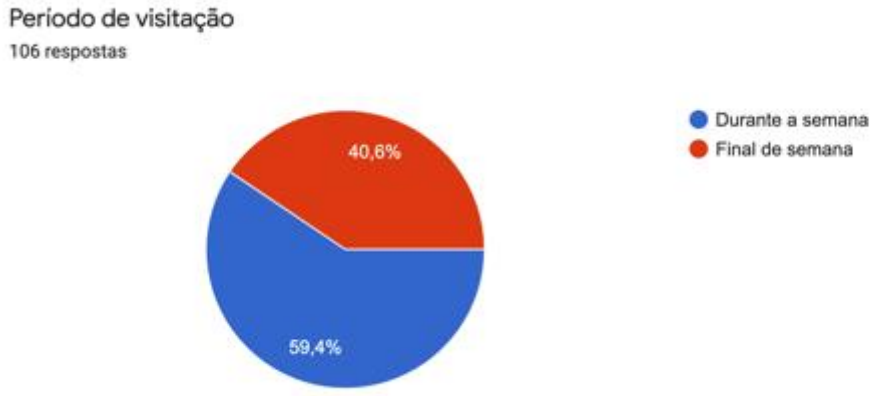
entrevistas foram realizadas em Peirópolis. O que explica um fenômeno importante: que este atrativo é fortemente consumido pela população local e de municípios vizinhos, como uma opção de lazer e descanso aos finais de semana.



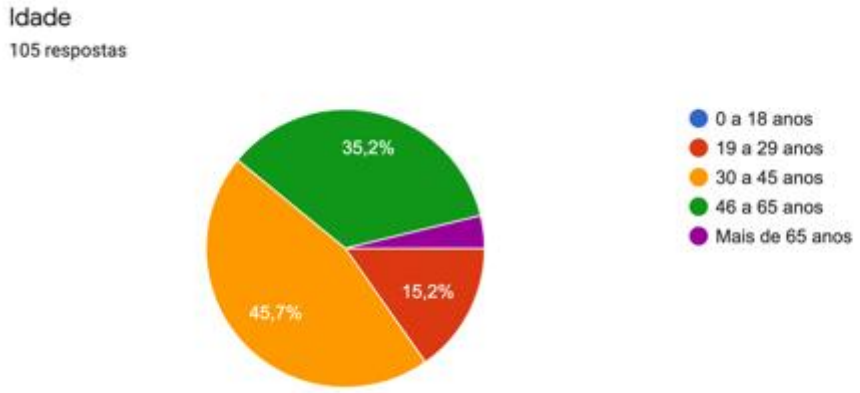
A maior parte dos turistas e visitantes permanecem apenas 1 dia na cidade, representando cerca de 59,6%, e mais de ¼ permanecem entre 2 e 3 dias (29,8%).

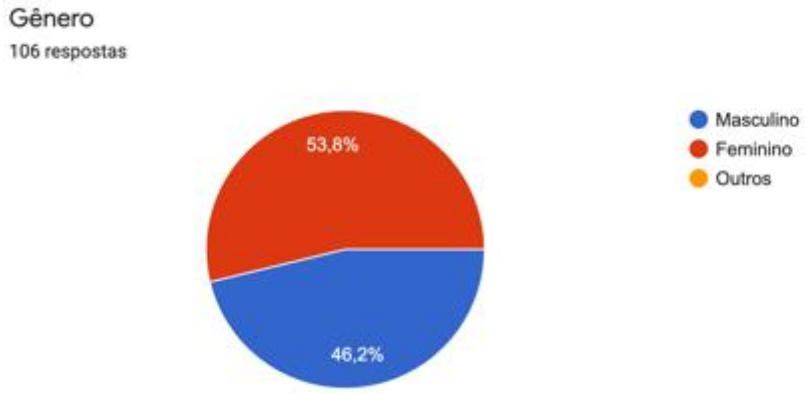


Outro dado interessante é que 59,4% dos entrevistados estavam visitando a cidade durante a semana. Considerando que a pesquisa teve aplicação durante 5 dias úteis e apenas 2 dias de final de semana, obter mais de 40% das respostas durante o final de semana é um valor significativo. Pode-se entender que as viagens estão proporcionalmente distribuídas.

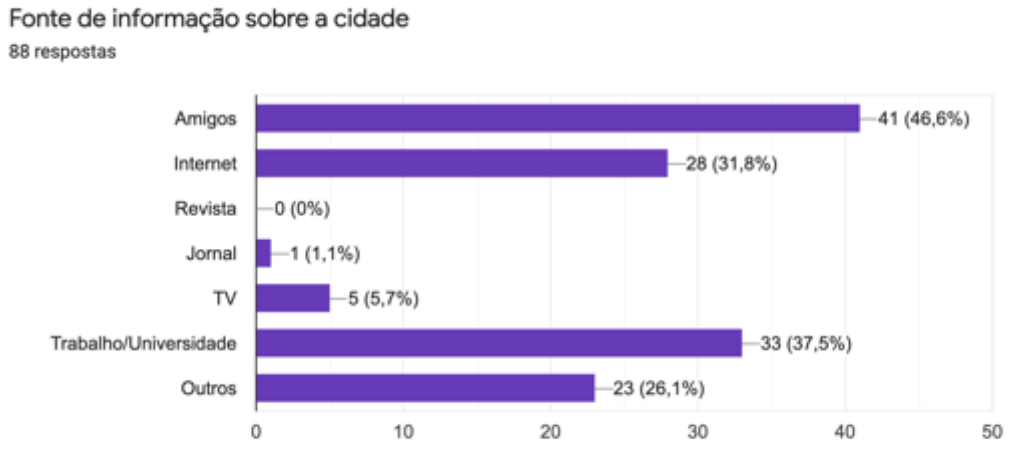


A idade média dos entrevistados está na faixa dos 30 aos 65 anos e a maioria é mulher.

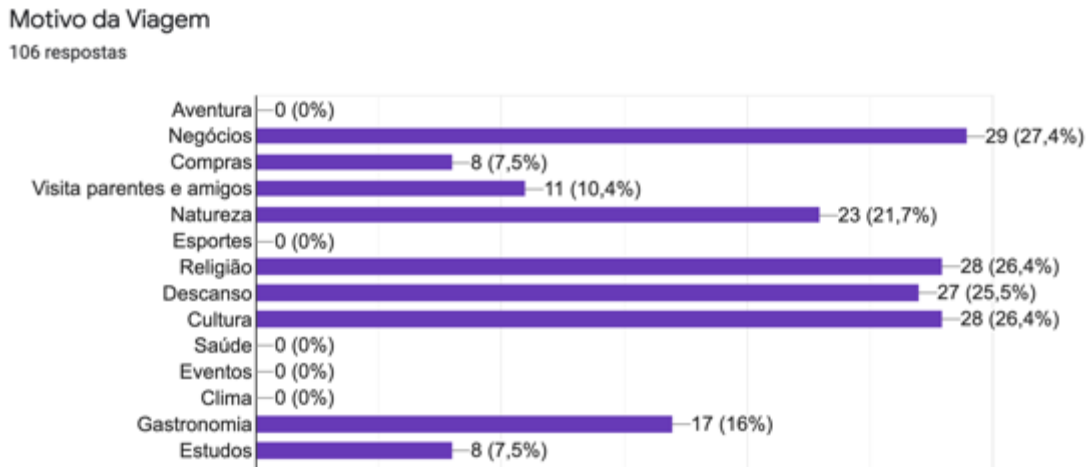




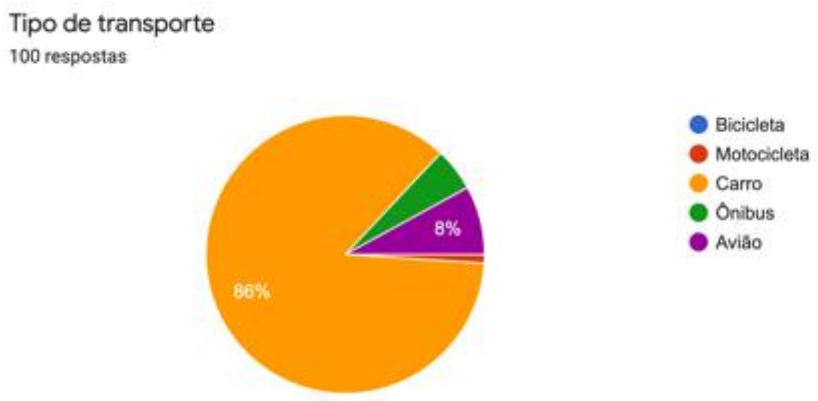
Segundo os entrevistados, as principais fontes de informações sobre a cidade vieram de meios não oficiais, como amigos e colegas dos ambientes de trabalho e estudo. Apenas 31,8% dos entrevistados obtiveram informações pela internet.



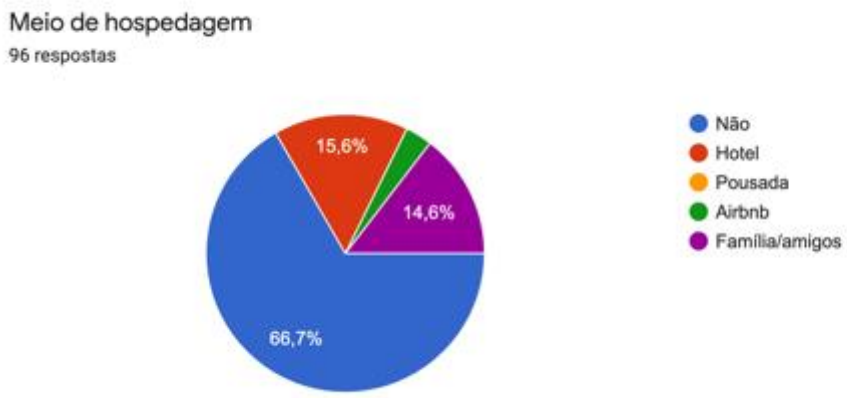
A indicação do motivo da viagem revela tanto a intensão do visitante quanto a expectativa do visitante sobre a vocação turística do destino. Dentre os entrevistados, o motivo ficou tecnicamente empatado entre interesse por negócios, religião, descanso e cultura. Cada entrevistado pôde escolher mais de um motivo de viagem.



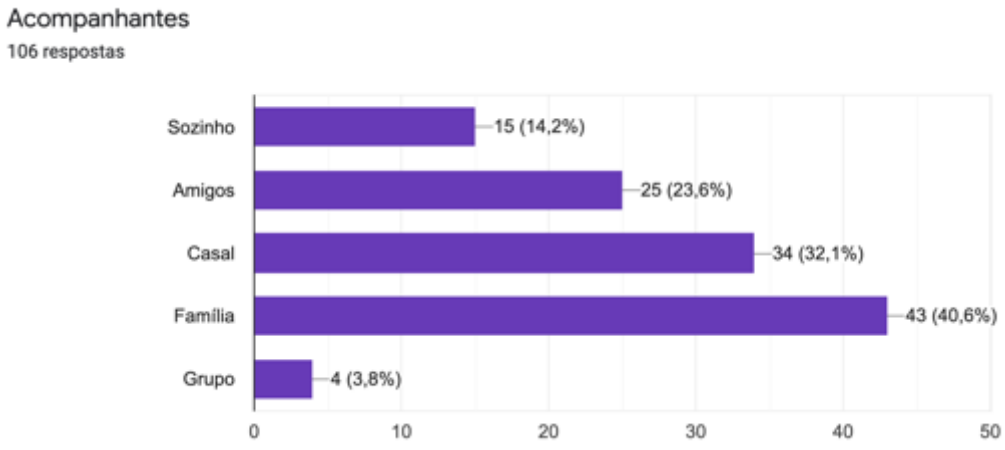
A maioria dos visitantes acessou o município por meio de automóvel (86%), seguido por avião (8%). É importante entender esta demanda que utiliza o avião como meio de transporte, já que a principal conexão é Belo Horizonte, com dois voos diários; Araxá, com dois voos semanais; e São Paulo (CGH) com voos diários de segunda a sábado. Belo Horizonte e São Paulo são importantes centros de negócios e de conexões nacionais e internacionais, o que viabiliza o acesso de potenciais turistas de todo o país e de diversas partes do mundo com facilidade.

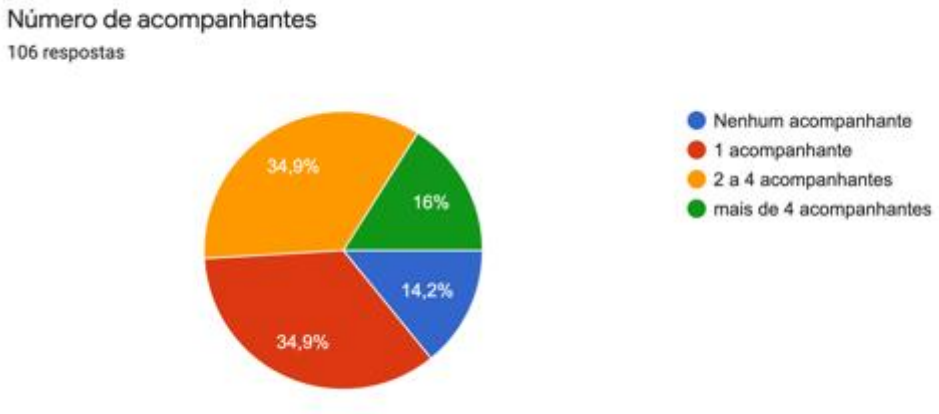


Considerando que 6 em cada 10 visitantes passam apenas 1 dia na cidade, a pesquisa confirma essa tendência ao revelar que 66,7% dos entrevistados não se hospedaram na cidade. Apenas 15,6% utilizaram hotéis como meio de hospedagem e 14,6% acomodaram-se em residências de familiares ou amigos. Ampliar o tempo de permanência na cidade será um desafio para estimular a ocupação da rede hoteleira e consolidar a economia dos serviços de apoio.

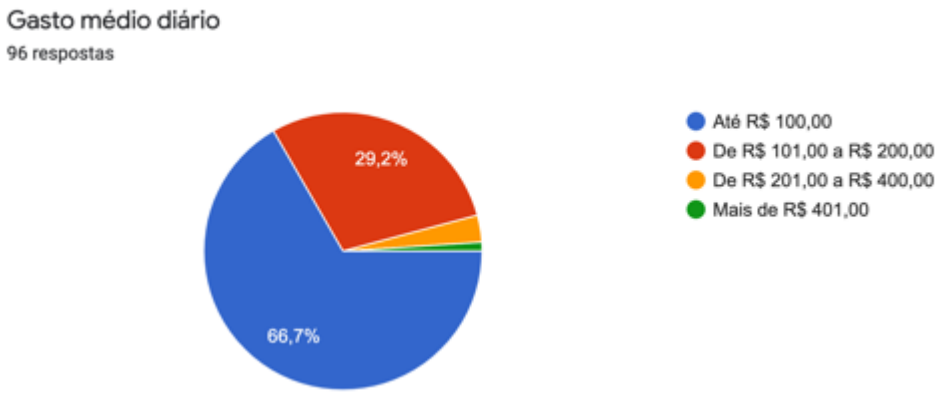


Apesar de ser uma cidade que desenvolve muitos negócios, o número de visitantes que viajam sozinhos representa uma parcela muito pequena dos entrevistados (14,2%), enquanto os grupos de visitantes formados por família (40,6%), casal (32,1%) e amigos (23,6%) é majoritário. O que representa viagens com maior interesse em lazer, descanso e interação interpessoal, justificando os motivos por religião, descanso e cultura. O tamanho dos grupos é moderado, dentro da capacidade de um veículo de passeio, entre 2 e 4 pessoas (70%). Grupos com mais de 4 pessoas representam apenas 16% dos entrevistados.





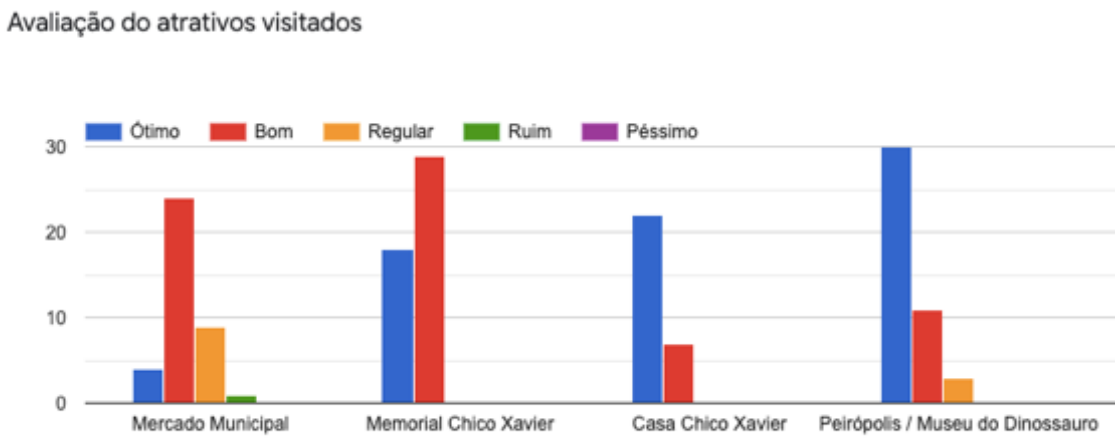
O gasto médio dos visitantes ainda é baixo, não ultrapassando os R$ 100,00 por pessoa por dia, para cerca de 67% dos entrevistados. Apenas 29% dos entrevistados informaram ter um gasto médio por pessoa por dia entre R$ 100,00 e R$ 200,00.

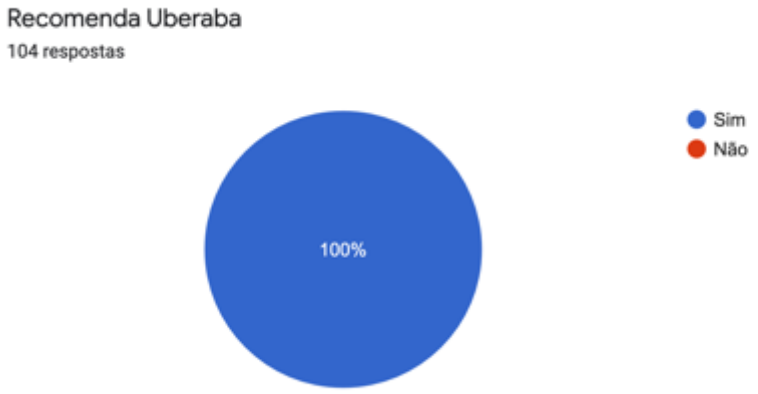


Dentre os atrativos visitados pelos entrevistados, os que registraram maior frequência e melhor avaliação foram: Mercado Municipal (Bom); Memorial Chico

Xavier (Bom); Casa de Memória e Lembrança de Chico Xavier (Ótimo) e Peirópolis/Museu dos Dinossauros (Ótimo).

Como avaliação conclusiva sobre o destino, foi perguntado para cada visitante se recomendaria Uberaba como destino de viagem. O resultado foi 100% positivo, com todos os entrevistados tendo respondido que sim.

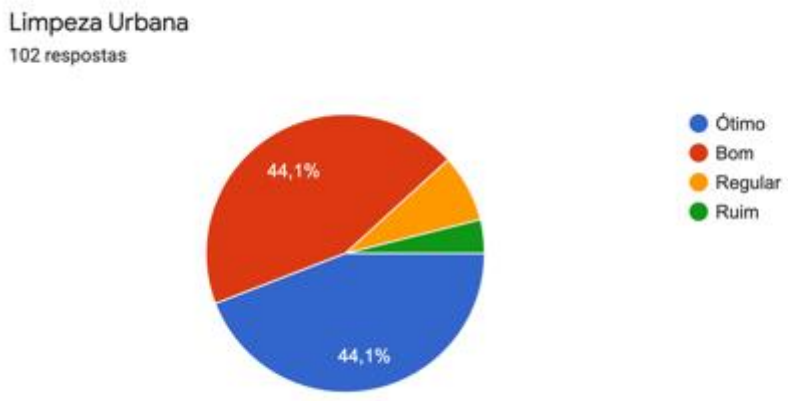


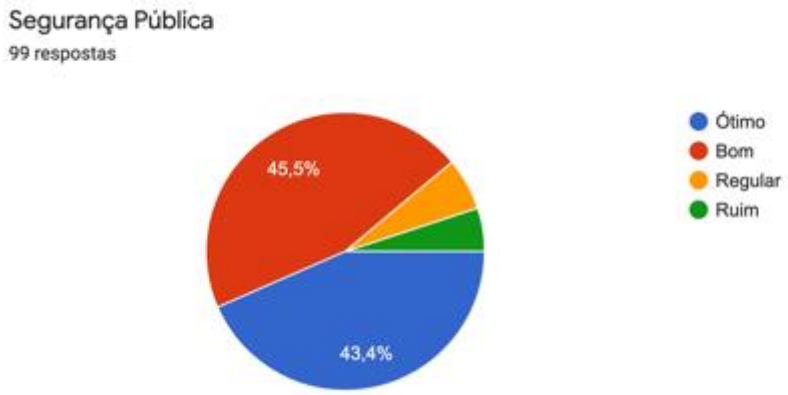


Infraestrutura

Adicionalmente, a pesquisa buscou avaliar as condições de infraestrutura, com base na perspectiva do visitante, por meio de um questionário que avaliou elementos relacionados à estrutura urbana, meios de informação e estabelecimentos de serviços e comércio.

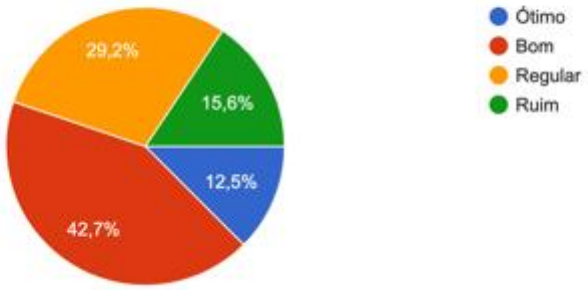
Em resumo, com base nos resultados apresentados a seguir, a avaliação com relação à estrutura urbana é muito positiva; já quanto aos meios de informação ao visitante, o município ainda necessita desenvolver um site de conteúdo turístico e implantar um centro de informações turísticas; no campo de bares, restaurantes, comércio e hospedagem, a avaliação dos entrevistados variou entre boa e ótima, já quanto ao artesanato, a avaliação foi moderada.





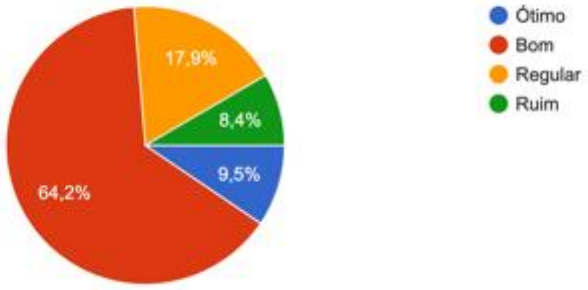
Rodovias de acesso

96 respostas



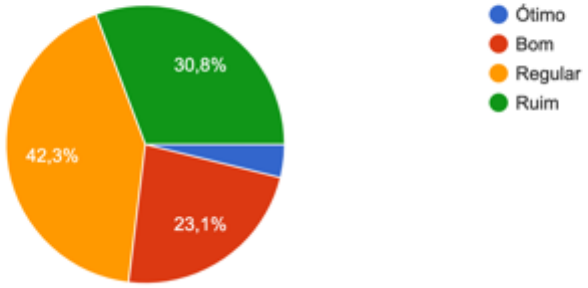
Sinalização Turística

95 respostas



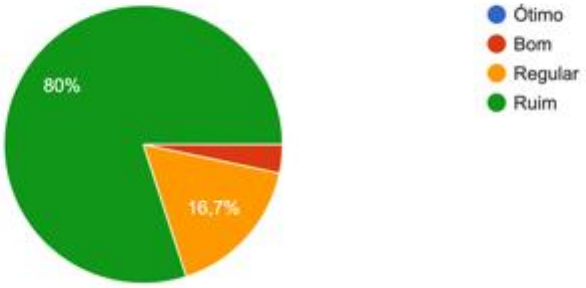
Site da Prefeitura

26 respostas



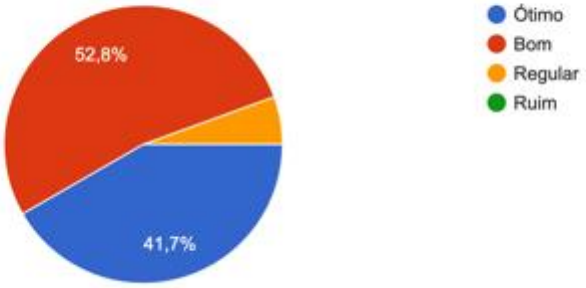
Posto de informações turísticas

30 respostas



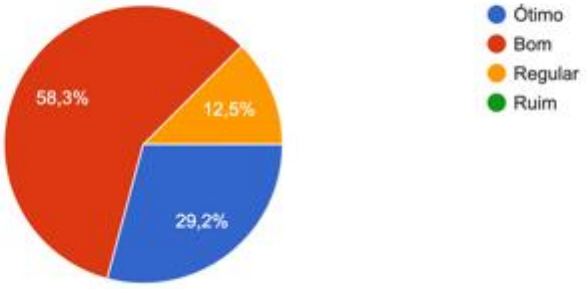
Restaurantes

72 respostas

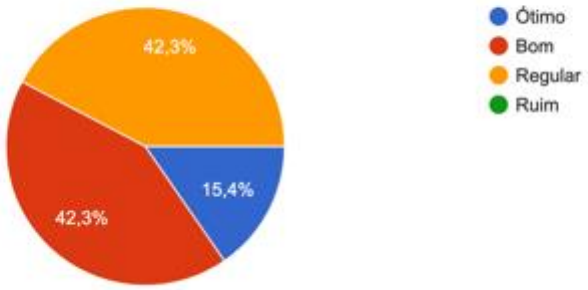


Hospedagem

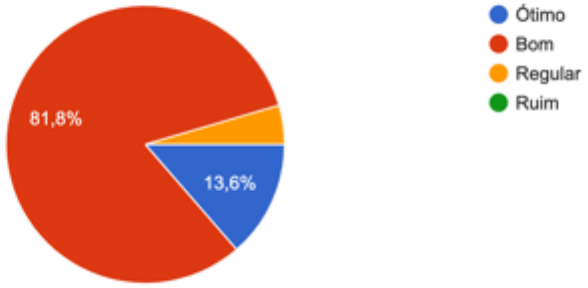
24 respostas



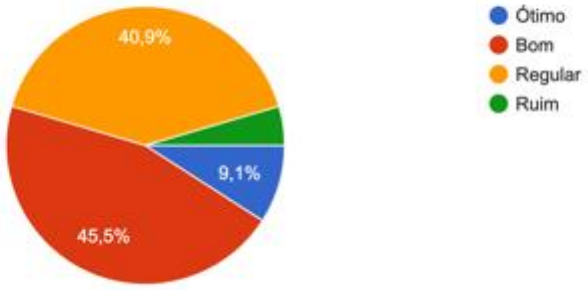
Comércio
26 respostas



Bares
22 respostas



Artesanato
44 respostas



1.3. Perfil do visitante atual

Com a finalidade de compreender qual o perfil do turista que visita Uberaba, o estudo da demanda real é um instrumento importante a ser utilizado no processo de planejamento da atividade turística, principalmente no caso de localidades que idealizam o turismo como alternativa de desenvolvimento e que ainda não contam com um efetivo fluxo de turistas (BRAGA, 2003).

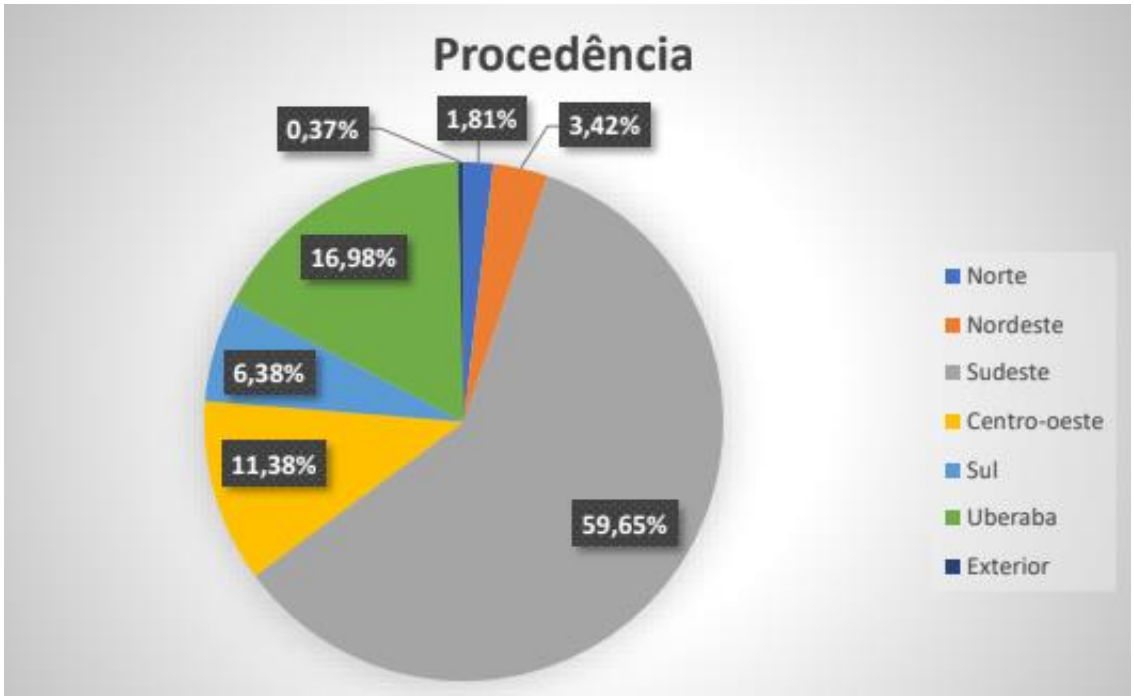
Tomando como referência a pesquisa aplicada em campo, a demanda turística de Uberaba provém predominantemente do Turismo Religioso, seguido pela busca do lazer, aventura, cultura e educação em Peirópolis; e o Turismo de Eventos e Negócios, voltado principalmente ao agronegócio e à genética e biotecnologia. É necessário considerar que a pesquisa em questão foi realizada apenas em uma temporada, sendo também recomendável a analise em alta temporada ou em período de eventos na cidade, a nível de comparação entre perfis de visitantes em diferentes períodos. Contudo, foram obtidos resultados altamente significativos que respondem a questões e subsidiam as análises apresentadas neste documento.

Outra característica identificada na pesquisa foi com relação alto fluxo de visitantes em momentos de parada (*stopover*), ou seja, pessoas que estavam em viagem e apenas realizaram uma parada em Uberaba, aproveitando para conhecer algum atrativo específico. Durante a aplicação da pesquisa, esta característica foi fortemente percebida pelo entrevistador, especialmente no Memorial Chico Xavier e na Casa de Memória e Lembrança de Chico Xavier. Tal movimento justifica a baixa quantidade de pernoites na cidade, traçando um desafio para estímulo do aumento de permanência no município.

O levantamento do registro de visitantes do Memorial Chico Xavier[1] apresenta dados consolidados desde o início de seu funcionamento, em 23/09/2016, até o mês de fevereiro de 2020. Neste período, o Memorial Chico Xavier recebeu 31.696 visitantes, sendo que 83% eram turistas. Destes turistas, mais da metade foi proveniente de municípios da região Sudeste.

[1] Dados fornecidos pelo Memorial Chico Xavier em 17 de março de 2020

Figura 29 Levantamento de visitantes do Memorial Chico Xavier



Fonte: Pesquisa de Público Memorial Chico Xavier (2020)

Um destaque é para os visitantes estrangeiros, que totalizaram 32 pessoas, provenientes de 20 países, representando 0,37% do público. Há registros de visitantes de: EUA, Alemanha, França, Portugal, Holanda, Canadá, Espanha, Paraguai, México, Venezuela, Japão, Colômbia, Uruguai, Peru, Inglaterra, Itália, Polônia, Argentina, Chile e Hungria.

5. Demanda Turística Potencial

Identificar a vocação e potenciais do município é um importante elemento no diagnóstico estratégico. A demanda potencial pode ser analisada com base nos segmentos potenciais e em elementos críticos que influenciam no processo de tomada de decisão de compra da viagem, como custos, expectativa de qualidade de serviços, atrativos existentes, melhorias de infraestrutura, divulgação do destino e grau de conhecimento e de interesse da demanda.

a. Metodologia da pesquisa

Considerando o tempo de conhecimento do local e de suas dinâmicas, a melhor fonte de informação são os atores locais, especialmente os que estão diretamente envolvidos na indústria do turismo, eventos e negócios. Nesse sentido, foi utilizada como fonte de informação para esta análise a opinião dos conselheiros do Conselho Municipal de Turismo de Uberaba (COMTUR), além das de funcionários públicos envolvidos em pastas transversais ao turismo e de demais atores envolvidos no mercado local.

Para obter as informações necessárias, a equipe da consultoria realizou a aplicação de um formulário online, com respostas em formatos objetivo e livre. Com a expectativa de captação de dados sobre a situação atual, a situação potencial, a visão de futuro e propostas para o setor, foram apresentadas questões sobre a avaliação da infraestrutura e dos serviços locais, aspectos positivos e negativos sobre essa infraestrutura, vocação e potencial de desenvolvimento de cada segmento turístico, visão de futuro aplicado às propostas de cenários de desenvolvimento e apresentação de propostas.

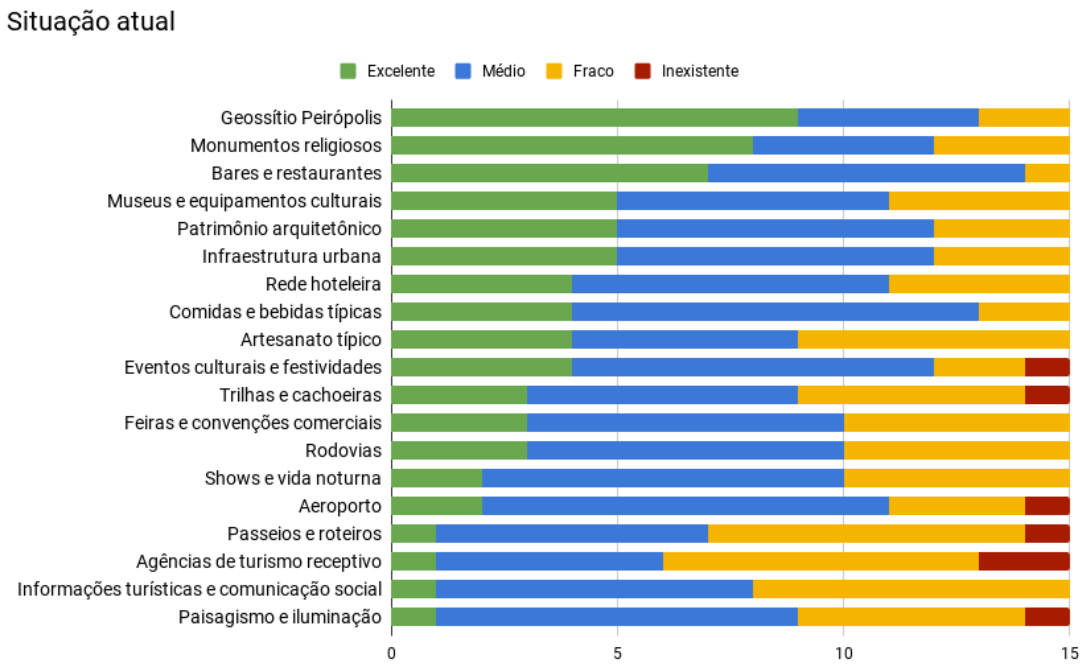
O formulário foi enviado para 100 contatos de e-mail, previamente indicados pelo Departamento de Turismo da SEDEC, no dia 27 de fevereiro de 2020. O encerramento para respostas foi no dia 20 de março de 2020. A pesquisa obteve um total de 15 respostas, o que representou uma taxa de participação de 15%.

b. Resultados da pesquisa de demanda potencial

A pesquisa se dividiu em três etapas, sendo uma avaliação sobre a situação atual; a perspectiva de cada entrevistado acerca dos segmentos potenciais de desenvolvimento local; e a idealização de uma visão de futuro para o turismo municipal. O resultado de cada uma dessas etapas é apresentada pelos dados a seguir:

Situação atual

Inicialmente, a pesquisa buscou identificar a situação atual da infraestrutura, serviços e atrativos, a partir da avaliação realizada pelos atores locais. Para isso, foi proposta a seguinte questão: "Qual a sua avaliação sobre os serviços, infraestrutura e atrativos turísticos em Uberaba?". Para cada indicador, os entrevistados tiveram como opção de resposta uma das seguintes escolhas: excelente, médio, fraco, inexistente.



O resultado mostra que no que se refere aos principais atrativos (Geossítio Peirópolis, monumentos religiosos, museus e equipamentos culturais) e à infraestrutura turística básica (rede hoteleira, bares e restaurantes), a avaliação é positiva; no entanto, quando observamos os elementos de qualificação e

especialização do turismo (informações turísticas, agências, passeios e roteiros), percebe-se uma avaliação fraca e até inexistente.

No campo destinado a livres comentários, os entrevistados relataram que a cidade possui muitos atrativos e uma localização privilegiada em nível regional e nacional. Apesar disso, há críticas com relação à necessidade de qualificação da infraestrutura, de acessibilidade e de informações turísticas e comunicação social.

SITUAÇÃO ATUAL - Complete com mais informações sobre aspectos positivos e negativos da infraestrutura turística em Uberaba.

5 respostas

Aspecto positivo: Uberaba, está localizada em uma das regiões mais ricas do Brasil. Aspecto negativo: Aterro Sanitário e enchentes.

Uberaba possui muitos atrativos, mas precisam ser tecnicamente melhor exploradoras pelas instituições.

Positivo: localização geográfica, Triângulo Mineiro; Negativo: falta de articulação e planejamento de ações conjuntas de desenvolvimento, empreendedorismo e atividades culturais que beneficie o município.

as trilhas e cachoeiras não tem equipamento (lixeiras, proteções), os museus não tem acessibilidade, peirópolis esta legal.

Quase não há placas de sinalização, nem sinalização em língua inglesa e /ou espanhola.Quem trabalha no atendimento direto ao turista tbm não fala inglês. Pouco material com informações turísticas, nem local para dar essas informações.

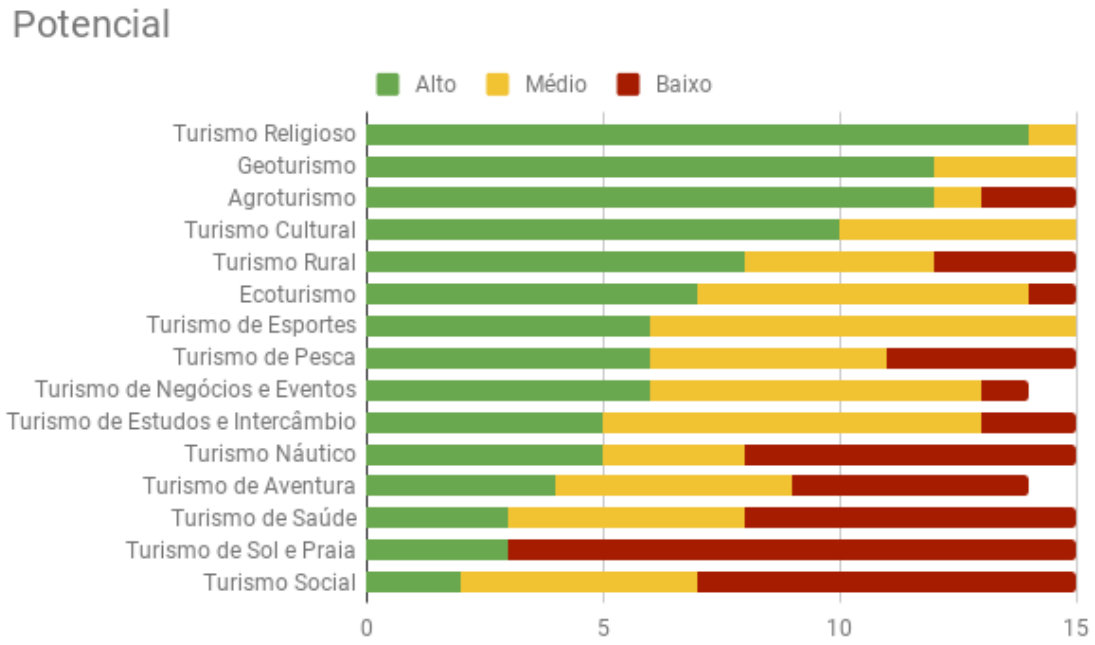
Potencial

Para se obter a perspectiva dos entrevistados sobre os segmentos potenciais, foi apresentada a seguinte questão: “Quais as principais vocações turísticas de Uberaba? Indique o potencial de desenvolvimento para cada um dos segmentos abaixo”.

Como opção de resposta graduada em “alto, médio e baixo”, o resultado da questão indicou um provável conservadorismo frente a possíveis mudanças, ou uma ratificação da atuação do setor, considerando que atualmente os segmentos consolidados coincidem com os potenciais.

Turismo Religioso, Geoturismo, Agroturismo e Turismo Cultural são os segmentos mais desenvolvidos e, ao mesmo tempo as indicações de potenciais. Enquanto isso, Turismo Rural e Ecoturismo apresentaram indicações de potencial,

apesar de não serem muito desenvolvidos no município. Por outro lado, os segmentos do Turismo Náutico e do Turismo de Sol e Praia apresentaram indicações de fraco potencial, o que contradiz os planos de desenvolvimento do Complexo Turístico da Margem Uberabense do Rio Grande.



Ao observarmos as respostas livres para esta questão, onde também foi solicitada a indicação de propostas e projetos em discussão que poderiam desenvolver alguns dos segmentos turísticos indicados, percebemos que os segmentos predominantes continuam sendo os de Turismo Religioso, Geoturismo e Agrotusimo.

POTENCIAL - Considerando os segmentos que você indicou como de alta potencialidade, indique ideias ou propostas que estão em discussão para criação de novos atrativos que contribuam para o seu desenvolvimento.

5 respostas

Represa da Prainha

Geoturismo, contribui para melhorar as características de um lugar, sejam elas o meio-ambiente, patrimônio histórico, aspectos estéticos, cultura e o bem-estar de seus habitantes. Sendo assim acredito, para a criação de novos atrativos, primeiramente
deveria haver a socialização, pois a partir que o cidadão conheça realmente o propósito, haverá a valorização do patrimônio (geológico, cultural...), a sustentabilidade, que gera o seguimento econômico,.

Revitalização do Memorial Chico Xavier para consolidar uma rota Chico Xavier no Estado

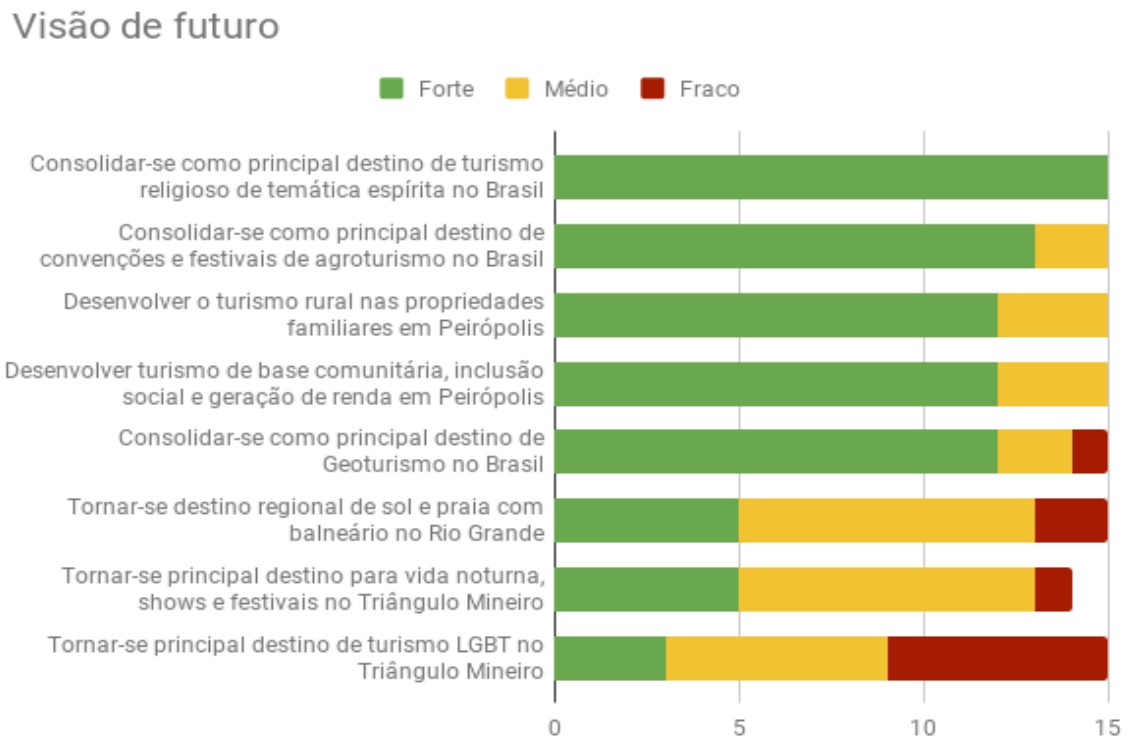
O geopark é uma proposta de valorização dos espaços culturais e turísticos com o objetivo de aumentar os atrativos e desenvolvimento econômico e social da cidade.

solidificar o geopark. zebu, chico e dino

Visão de futuro

Ao perguntarmos aos entrevistados sobre sua visão de futuro para o turismo em Uberaba, nos deparamos com uma perspectiva que combina conservar a direção das ações que estão sendo tomadas para consolidação do Turismo Religioso, Geoturismo e Agroturismo, ao mesmo tempo que incrementar os segmentos com Turismo Rural, desenvolvimento a partir de uma base comunitárias e que estimule ações de Turismo Social, por meio da inclusão e geração de renda, na comunidade de Peirópolis.

O resultado desta questão, que teve como enunciado “Qual a sua opinião sobre os potenciais cenários para o desenvolvimento do turismo em Uberaba?”, revela pouca expectativa no potencial de Turismo de Sol e Praia a partir de um balneário no Rio Grande, assim como da possibilidade de agregar um novo público, jovem e LGBT como demanda regional potencial.



Por fim, em um campo de resposta livre sobre propostas para o desenvolvimento turístico no município, observa-se que os principais aspectos abordados se referem ao fomento a eventos e negócios, ampliação do financiamento público no setor, capacitação técnica e qualificação da infraestrutura e dos principais atrativos.

PROPOSTAS - Você gostaria de indicar propostas para o turismo em Uberaba? Conte pra gente!

4 respostas

procurarar trazer mais feiras de negócios que ajudem fomentar o comércio e não concorrer com ele.

Que todos os estabelecimentos do Trade , sejam cadastrados junto ao Cadastur(Hotéis, Pousadas, Organizadores de Eventos...) - Que se crie um fundo de promoção turística da Região, implementar um projeto de combate às fragilidades da oferta e capacitação para o mercado e criar um manual de boas práticas para o meio rural. Criação de um programa de formação continuada para gestores públicos e privados e de um instrumento normatizador e regular da educação e formação para o turismo, além de apoio ao programa de intercâmbio pedagógico "Formando Turistas".

Modernização dos Museus âncoras do Projeto Geopark Uberaba. Museu do Zebu, Museu dos Dinossauros e Memorial Chico Xavier

O turismo religioso, católico e espírita, principalmente, tem muito potencial. Existem iniciativas, que podem ser valorizadas e incentivadas.

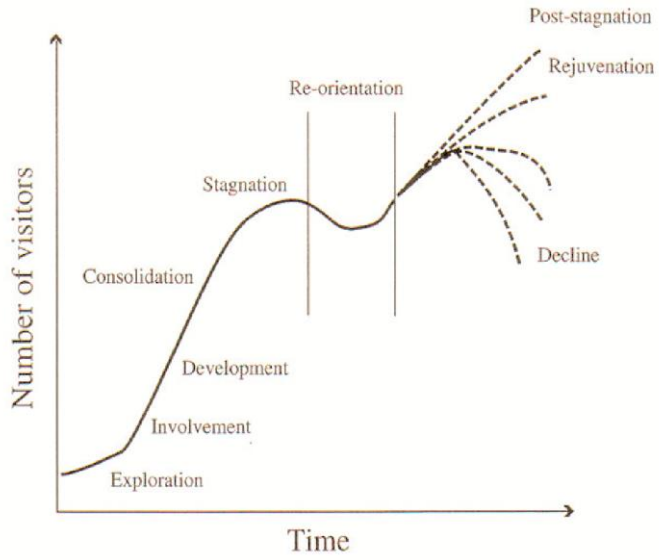
c. Perfil do visitante potencial

De acordo com pesquisa de campo e de entrevistas aos visitantes e turistas, realizadas em fevereiro de 2020, pode-se observar que as principais motivações dos turistas que visitam Uberaba são a história de Chico Xavier; a participação de eventos e negócios relacionados à agroindústria; e a curiosidade acerca da cultura local, natureza, a história dos dinossauros.

Neste sentido, buscando entender o potencial do município, em termos numéricos, tomou-se como referência metodológica o Modelo de Butler (1980), que explica o ciclo de vida de um produto turístico estabelecendo a relação: número de turistas, em detrimento do período de tempo; que determina as fases do turismo de um objeto. Este modelo ainda é um dos mais usados nas análises de turismo contribuindo para o monitoramento do desenvolvimento turístico.

Butler define as fases como: exploração, caracterizada por um pequeno número de turistas; envolvimento, que acontece quando o número de visitantes aumenta e assume certa regularidade; desenvolvimento, que é o estágio seguinte do ciclo de vida, no qual é possível perceber um mercado turístico mais definido; consolidação, quando a maior parte da economia local virá do turismo; estagnação, em que a capacidade total de turistas foi atingida ou até excedida; e por fim, rejuvenescimento ou declínio.

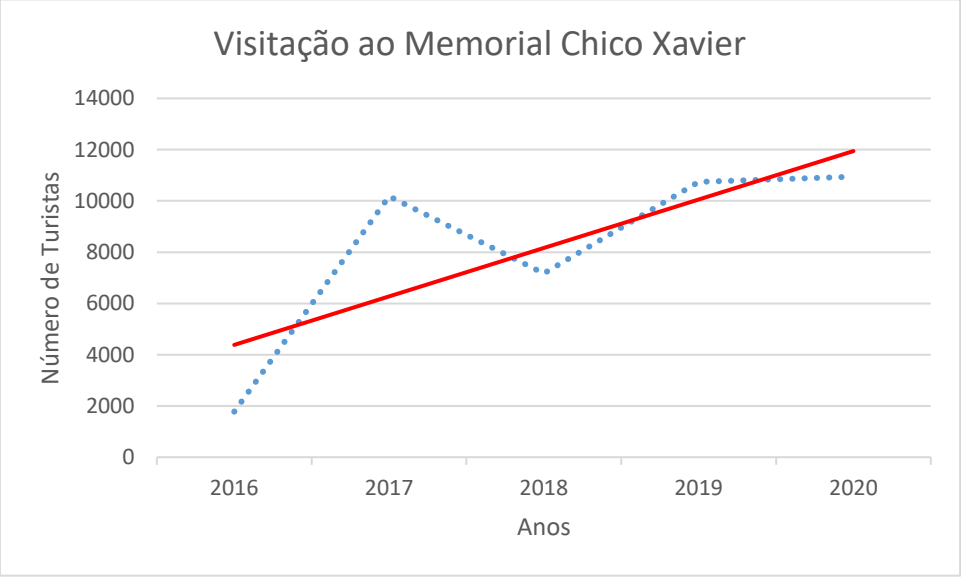
Figura 30 Modelo de Butler (1980) para a evolução da área turística



Fonte: Butler (1980)

Seguindo esta metodologia, ao relacionar o número de visitantes no Memorial Chico Xavier, desde sua abertura, pode-se constatar que este atrativo encontra-se no estágio de ascensão, apontando pleno desenvolvimento, onde é possível definir um mercado para o turismo religioso em consolidação. No gráfico a seguir, a reta vermelha, em ascendência, representa a tendência do atrativo em número de visitantes no tempo.

Figura 31 Gráfico de análise de Tendência em números de visitantes Memorial Chico Xavier



Fonte: Memorial Chico Xavier, 2020.

A motivação religiosa justifica viagens oriundas de diversos locais do país, variando a demanda distributiva em um grupo segmentado, que se desloca em busca da prática e devoção à sua fé ou motivado pela relação social, histórica e cultural. O aumento de novos visitantes deste segmento e do tempo de permanência no destino pode ser estimulado por roteirizações internas pré-estabelecidas e/ou combinação com rotas religiosas e culturais na região, através da parceria com outros municípios.

O perfil do público que consome os produtos do Geoturismo é resultado de uma combinação dos que visitaram a cidade sob motivação religiosa, e adicionam o Geossítio Peirópolis como um atrativo secundário; além de moradores de Uberaba e de municípios limítrofes, em busca de um produto que combine lazer, aventura, contato com a natureza e cultura em um programa familiar. A potencialização

deste segmento pode se dar através da combinação de atividades de lazer, aventura, ecoturismo e cultura em um programa de roteiros de Geoturismo.

A EXPOZEBU, realizada entre abril e maio, é um dos principais eventos da cidade de Uberaba. Responsável por incrementar o comércio e os serviços de hotelaria e alimentação neste período. Tecnicamente, este período é considerado como de baixa temporada, o que de certa maneira equilibra as receitas do setor turístico com o da alta temporada (janeiro e julho), período em que os segmentos de turismo religioso e de geoturismo tendem a apresentar melhores resultados.

Resumidamente, a demanda potencial é relativamente coincidente com a demanda real, porém com incrementos de intersegmentação e de roteiros alternativos, a qual pode ser representada por três diferentes perfis de visitantes, sendo:

I. Motivado pela religião, especificamente espírita, que pode ser combinada à cultura e fé católica, este visitante é formado por um público com idade acima de 46 anos, que viaja em grupo e de origem nacional. Pode estender sua estadia com produtos do turismo de sol e praia no Rio Grande (hospedagem, gastronomia e passeios náuticos) ou para o turismo rural comunitário em Peirópolis (hospedagem, gastronomia, passeios).

II. Demanda regional, com origem local e de municípios do Triângulo Mineiro, motivado por atividades de lazer, aventura, ecoturismo e cultura. Representado por um público mais jovem, formado por casais, grupos familiares com criança e grupos de amigos. Priorizam viagens em finais de semana de apenas um dia. Pode estender sua permanência ao acrescentar produtos do turismo rural comunitário em Peirópolis (hospedagem, gastronomia, passeios).

III. Viajantes de negócios, relacionados à economia agropecuária e industrial, motivados por trabalho, educação, comércio e eventos. Viajam individualmente ou em grupos, com alto e médio poder aquisitivo, de média duração, prioritariamente em dias de semana. Pode ser atraído pelos produtos de geoturismo, turismo rural ou turismo de sol de praia com prolongamento de estadia aos finais de semana.

6. Análise da Oferta Turística Local

A oferta turística corresponde ao conjunto de atrativos, equipamentos e instalações turísticas e de apoio ao turismo. Esta análise identifica os principais gargalos existentes, em diversos quesitos necessários para o pleno funcionamento e atratividade dos equipamentos turísticos. A verificação da oferta se deu através da realização de vistorias técnicas pela equipe da consultoria nos principais equipamentos turísticos.

a. Avaliação dos principais atrativos

A avaliação da oferta turística busca identificar a situação de eficiência, precariedade ou necessidade de intervenção da infraestrutura e dos atrativos turísticos da cidade. A análise de cada atrativo foi realizada através de visitas técnicas de verificação, durante o mês de janeiro de 2020, tomando como referência metodológica o Manual do Ministério do Turismo (Brasil, 2006), adotando os critérios abaixo relacionados:

- Visitação - frequência de funcionamento
- Informação - sinalização, atendimento e informações no local
- Transporte - estacionamento ou serviço de transporte
- Conservação - manutenção e limpeza
- Infraestrutura - estrutura de sanitários e bebedouros
- Acessibilidade - adequação para pessoas com deficiência e mobilidade reduzida

Cada critério foi avaliado de acordo das seguintes pontuações:

- Atende (3 pontos);
- Atende parcialmente (2 pontos);
- Não atende (1 ponto)

O somatório dos itens avaliados resultou no quadro de avaliação abaixo (tabela 1), onde se identificou a situação dos atrativos e da infraestrutura turística, como eficiente, moderado ou precário. Os itens avaliados como eficientes são os que atendem em mais de ⅔ aos critérios analisados; os avaliados como moderados são os que atendem entre ⅓ e ⅔ dos critérios analisados, o que requer intervenções pontuais; já os avaliados como precários são os itens que não

alcançaram nem ⅓ dos critérios analisados, o que significa que necessitam de maior intervenção na estrutura e/ou na gestão dos serviços.

O resultado da avaliação dos atrativos é o seguinte:

Atrativos avaliados	Pontos	Eficiente	Moderado	Precário
Casa do Turista	18	✓		
Mercado Municipal	15		✓	
Igreja São Domingos	15		✓	
Museu de Arte Sacra	14		✓	
Geossítio Peirópolis	17		✓	
Museu dos Dinossauros	15		✓	
Museu ABCZ - Parque Fernando Costa	18	✓		
Memorial Chico Xavier	18	✓		
Casa de Memória e Lembranças de Chico Xavier	16		✓	
Casa do Artesão	14		✓	
MADA (Museu de Arte Decorativa)	11			✓
Praça Mogiana	09			✓
Fazenda Cassu	13			✓
Arquivo Público de Uberaba	16		✓	

Como resultado deste processo de avaliação, indicamos as seguintes necessidades de intervenção em cada um dos atrativos.

Atrativos avaliados	Necessidade de intervenção (critérios)						Observações sobre necessidade de intervenção
	Visit.	Info.	Transp.	Conserv.	Infra.	Acess.	
Casa do Turista	3	3	3	3	3	3	Necessidade de maior quantidade e variedade de souvenires de dinossauros.
Mercado Municipal	3	2	3	2	2	3	Necessidade de manutenção e reparo predial, melhorias na iluminação, reforma nos banheiros, reforma no andar superior, aquisição de bebedouros, instalação de sinalização e de indicação dos banheiros.
Igreja São Domingos	3	1	3	3	3	2	Necessidade de adaptação nos acessos à igreja e de painéis informativos e interpretativos.
Museu de Arte Sacra	3	3	3	3	1	1	Não possui banheiros e não funciona aos domingos.
Geossítio Peirópolis	3	2	3	3	3	3	Necessidade de melhorias na comunicação, na interpretação ambiental e na geodiversidade[2] em todo o parque; melhorar integração e sinalização entre os dois blocos do Museu dos Dinossauros; melhorar e adequar projeto de acessibilidade completa do geossítio; controlar a população de animais de rua no local; e dar uso ao prédio abandonado (Fundação).

[2] Geodiversidade é um termo muito utilizado com a criação da Rede Global de Geoparques (2004) e está associado à variedade de elementos e de processos relacionados aos elementos abióticos da natureza, gerando paisagens, rochas, fósseis, ou seja, toda a influência recebida em um ecossistema.

Museu dos Dinossauros	3	2	3	2	2	3	No primeiro bloco falta atendimento interpretativo, a exemplo de geomonitores, e/ou áudio-guias; melhorar as informações sobre o acervo, reduzindo excesso de texto nas placas informativas, tornando-as mais interativas. O segundo bloco apresenta apenas a indicação de "UFTM", dificultando o entendimento de continuidade do museu. Melhorar a iluminação, exposição das peças, inserir painéis interpretativos, áudio-guia e/o geomonitores que contribuiriam para a compreensão do acervo.
Museu ABCZ - Parque Fernando Costa	3	3	3	3	3	3	Falta de recursos de informação/tecnologias para melhor interação do acervo.
Memorial Chico Xavier	3	3	3	3	3	3	Falta de recursos de informação/tecnologias para melhor interação do acervo.
Casa de Memória e Lembranças de Chico Xavier	3	2	3	3	3	2	O excesso de informação e a grande quantidade de banners dificultam a compreensão lógica do acervo. Falta áudio-guia ou monitores para que o visitante percorra o museu e entenda os elementos que compõem a história do líder espiritual.
Casa do Artesão	3	3	3	2	2	1	Prédio precisando de manutenção, pintura e adequação para pessoas com deficiência. Necessidade de mais souvenires com os elementos identitários de Uberaba: Chico Xavier, Dinossauro, Zebu.

MADA (Museu de Arte Decorativa)	3	1	2	2	2	1	Organização do acervo confuso; mistura de arte sacra com objetos decorativos sem informações que as conectem. Entrada confusa, estacionamento e calçada precários. Não acessível a pessoas com deficiência.
Praça Mogiana	2	1	3	1	1	1	Falta sinalização de interpretação cultural do objeto Maria Fumaça, ou que contextualize sua importância histórica; falta manutenção e renovação paisagística da praça.
Fazenda Cassu	1	1	2	3	2	1	Casa da fazenda em ótimo estado de conservação e limpeza; não há funcionamento ao público; não possui programação e/ou atividade específica para visitantes.
Arquivo Público de Uberaba	3	2	3	3	2	3	Espaço adequado em infraestrutura, porém não possui programação para o visitante.

b. Segmentação turística atual

A segmentação do turismo se define como uma maneira de organizar o conjunto de atrativos e as áreas de vocação turística do município. É uma estratégia para a estruturação de produtos e consolidação de roteiros e destinos, a partir dos elementos de identidade da oferta e também das características e variáveis da demanda (MTUR, 2006).

Com base na análise dos dados levantados, das publicações oficiais e de visitas técnicas, os segmentos turísticos existentes e seus atrativos relacionados estão apresentados no quadro abaixo.

Segmentos turísticos	Atrativos
Agroturismo	Museu do Zebu - Parque Fernando Costa ABCZ
	Santuário Ecológico ZEBU
	Fazenda Cassu
Geoturismo	Geossítio Peirópolis
	Geossítio Santa Rita
	Museu dos Dinossauros
	Vale Encantado
	Parque das Barrigudas
Turismo Cultural	Casa do Turista
	Mercado Municipal
	Museu de Arte Sacra
	Casa do Artesão
	Academia de Letras do Triângulo Mineiro
	MADA (Museu de Arte Decorativa)
	Praça Mogiana
	Centro Cultural SESIMINAS
	Arquivo Público de Uberaba
Turismo Religioso	Paróquia São Domingos
	Museu da Capela – Memorial Dominicanas de Monteils
	Santuário da Medalha Milagrosa
	Memorial Chico Xavier
	Mausoléu de Chico Xavier
	Casa de Memória e Lembranças de Chico Xavier

Os atributos históricos, econômicos e culturais de Uberaba resultam nessa diversidade de vocações turísticas. O conjunto de atrativos existentes caracteriza cada segmento turístico em Uberaba de forma muito particular, a ponto de ultrapassar o conceito bibliográfico e até se relacionar a outras segmentações. Dessa forma, é importante compreender as características e relações de cada segmento diagnosticado neste território.

Exemplo dessa extrapolação bibliográfica é o fato de o Agroturismo assumir protagonismo frente ao turismo de negócios e eventos, considerando que o agronegócio é o elemento principal deste setor, o qual agrega tanto a realização de eventos de negócios, como de estudos e intercâmbio e cultural. A mesma intersegmentação acontece entre o turismo de aventura e o ecoturismo, que estão extremamente relacionados as elementos geológicos e paleontológicos, sendo agrupados no segmento do Geoturismo.

- **Agroturismo:**

O Agroturismo é representado pela realização de diversos eventos, feiras, festas e convenções relacionados à produção agropecuária. O município apresenta um ambiente bastante maduro no segmento de turismo de negócios e eventos, majoritariamente tematizado no agronegócio e na biotecnologia associada a este setor.

De acordo com o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA, 2017), Uberaba é reconhecida pela mais importante produção agropecuária no estado de Minas Gerais.

O entendimento sobre o espaço rural na modernidade, expressa múltiplas funções além da produção agropecuária. Tendo em vista a complexidade desse espaço, a Organização de Cooperação para o Desenvolvimento Econômico (OCDE) propôs o conceito de multifuncionalidade da agricultura (MFA). Quando se fala em multifuncionalidade leva-se em conta que a agricultura, atualmente, fornece não apenas os produtos agrícolas como sua função básica, mas desempenha também

outras funções, como a ambiental, ecológica, científica, territorial e social. (EMBRAPA, 2010).

O espaço rural compreendido como multifuncional permite a utilização dos recursos existentes, contribuindo e integrando diferentes formas produtivas, maximizando os recursos, articulando funções sociais, ambientais, culturais e econômicas à execução da atividade agroindustrial. (TRIVELLATO, 2019, p.30).

A história da Associação Brasileira dos Criadores de Zebu-ABCZ, reconhecida pelo pioneirismo em criação de zebuíno e pela mobilização em preservar a memória e cultura agropecuária da região, é um dos principais elementos do Agroturismo na cidade, materializada pelo Museu do Zebu, que é um importante equipamento cultural relacionado ao segmento agropecuário.

Uberaba é um polo em genética de bovinocultura de corte e de bubalinocultura. A cidade possui o maior centro de desenvolvimento genético de Minas Gerais e o segundo maior do Brasil, representando um cenário maduro também no turismo de estudos e intercâmbio, viabilizando-se como um importante centro de referência nacional em pesquisa científica neste setor.

- **Geoturismo**:

É um novo segmento de turismo, caracterizado pelo reconhecimento do patrimônio geológico e paleontológico como elemento principal. Explorado por meio de atividades de interpretação ambiental, que buscam a compreensão dos fenômenos atuantes no local e a promoção das Ciências da Terra e do Desenvolvimento Sustentável das comunidades locais envolvidas.

O Geoturismo compartilha experiências realizadas em outras modalidades de turismo em áreas naturais, garantindo sua especificidade distinta em seus objetivos específicos. Assim, em combinação com outras formas de turismo, a exemplo do ecoturismo ou turismo de aventura, pode adicionar outra dimensão e diversidade ao produto turístico oferecido. (Moreira, 2008, p. 66).

Por definição da Rede Global de Geoparks, um Geopark requer o desenvolvimento de ações de geoturismo, geoconservação e geoeducação,

conceitos pilares para a concepção de um geopark. Nesse entendimento, consideramos produtos do turismo ecológico e de aventura no segmento do geoturismo, fundamentado no requisito da geoconservação como base para sustentabilidade do Geopark.

Neste segmento**,** a cidade é reconhecida principalmente pelo Geossítio Peirópolis, onde foram encontrados fósseis de dinossauros e mais de 4 mil achados paleontológicos. O local conta com o centro de pesquisas paleontológicas da Universidade Federal do Triangulo Mineiro – UFTM; o Museu dos Dinossauros, com acervo das escavações; réplicas de dinossauros e paleoarte expostos no jardim, em uma experiência de imersão temática, ao reproduzir gigantescos animais da pré-história; além de estabelecimentos gastronômicos, de hospedagem e de comercialização de artesanatos.

Peirópolis engloba um conjunto de produtos de interesse turístico, de conservação e educacional, como equipamentos de lazer, passeios, gastronomia, aulas sobre paleontologia ao ar livre, museu, cachoeira e vida rural. A participação da comunidade encontra-se presente na oferta turística, que representa essa rede de colaboração comunitária.

- **Turismo Cultural**:

O Turismo Cultural compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura (BRASIL, 2006, p. 15).

A disponibilidade de equipamentos culturais, a exemplo do Mercado Municipal, Museu de Arte Sacra e da Parada do Orgulho LGBT dão base para um segmento que pode ser qualificado e apresentar mais produtos da cultura mineira, especialmente do Triângulo Mineiro.

É importante destacar a presença do Turismo Cultural, por meio das manifestações culturais de cunho religioso de matriz africana e rural fortemente

presente em festas como Folia de Reis, Congada, Festivais de Viola e Catira, Ternos e da Festa da Nossa Senhora do Rosário fazendo parte dos eventos tradicionais.

- **Turismo Religioso**:

Configura-se pelas atividades turísticas decorrentes da busca espiritual e da prática religiosa em espaços e eventos relacionados às religiões institucionalizadas, independentemente da origem étnica ou do credo.

O Turismo Religioso ,como um dos principais segmentos em Uberaba, dá ao município o reconhecimento como destino de referência nacional para fiéis e simpatizantes do espiritismo, pois a cidade abriga a memória de um dos líderes mais importantes desta religião, Chico Xavier. É possível conhecer sua história e aprimorar a busca espiritual ao visitar a Casa da Memória e Lembranças, local onde Chico Xavier residiu; o Memorial Chico Xavier, espaço amplo e moderno que conta sobre suas obras e fatos históricos; além do mausoléu onde seu corpo foi sepultado.

Além do espiritismo, Uberaba faz parte da rota de peregrinação a Aparecida/SP, tendo como principal ponto de parada o Santuário da Nossa Senhora da Medalha Milagrosa. As manifestações culturais e religiosas de matriz africana também ocupam um importante espaço neste segmento em Uberaba, com destaque para as comemorações do 13 de maio.

c. Avaliação do ambiente turístico

Avaliar o ambiente turístico resulta em um diagnóstico que apresenta os principais aspectos negativos e positivos do local. A definição do diagnóstico é a etapa essencial para construção e revisão da política municipal, pois a identificação dos elementos estruturados é a base para elaboração de um plano de ação concreto, que esteja o mais tangível possível à realidade atual e ao potencial futuro.

Para esta análise, tomou-se como referência a avaliação da oferta turística, por meio de critérios técnicos de avaliação, aplicados em vistorias realizadas em cada atrativo municipal; a análise da demanda turística atual, com base na pesquisa de demanda aplicada em 2020; a segmentação turística atual e potencial, que contou com a contribuição do COMTUR, fornecendo sua percepção acerca do cenário atual e potencial; e a avaliação dos elementos estruturadores, no caso, das forças, fraquezas, oportunidades e ameaças; levando, por fim, à definição dos desafios para o desenvolvimento do turismo municipal.

A análise se dividiu entre as características que definem o ambiente interno, ou seja, os elementos que estão sob a capacidade de gestão e modificação pelos atores locais; e no ambiente externo, aquele que não está sob a capacidade de intervenção exclusivamente dos atores locais, mas que contribuem para o ambiente turístico, e que podem ser modificados por meio de articulações com atores externos.

i. Ambiente interno

Ambiente interno	Aspectos positivos	Aspectos negativos
Atrativos, recursos naturais e culturais	Diversidade de segmentos turísticos e ampla oferta de atrativos; Valorizado e reconhecido patrimônio histórico, cultural e arquitetônico; Diversidade de eventos culturais e agenda com programação anual; Diversas cachoeiras (Vale Encantando, Ponte Alta, Peirópolis, IF e Dama), que podem enriquecer a oferta de turismo de aventura e consolidar o Geoturismo; Consolidada demanda para o turismo de negócios; Consolidada demanda para o turismo religioso; Reconhecimento da marca Geopark Uberaba.	Necessidade de manutenção e renovação no Memorial Chico Xavier; Necessidade de manutenção e renovação no Mercado Municipal, especialmente no pavimento superior; Falta de acessibilidade e banheiros adaptados no Museu de Arte Sacra, Igreja São Domingos, Casa do Artesão, MADA e Casa da Memória; Falta diversidade de artesanatos identitários, especialmente relacionados aos temas de Dinossauros, Chico Xavier e Zebu; Museus não funcionam aos finais de semana; Falta de monitores no Geossítio Peirópolis.
Infraestrutura	Bons indicadores de saneamento urbano e ambiental; Bons indicadores de serviços gerais de infraestrutura urbana; Boa qualidade e conservação de infraestrutura de trânsito; Boa qualidade na limpeza pública; Ótima arborização e paisagismo; Rodoviária bem estruturada e em localização central.	Falta controle de animais nas ruas no Centro e em Peirópolis; Falta de banheiros com chuveiros e fraldários em Peirópolis; Falta de sinalização e elementos de publicidade turística; Falta de estrutura de segurança e/ou decks nas cachoeiras em Peirópolis.

Publicidade, comunicação e planejamento	Articulação da pasta do turismo com desenvolvimento econômico e inovação; Boa organização e empoderamento dos artesãos locais.	Ausência de Centro de informação ao turista no Mercado Municipal, rodoviária e Peirópolis; Baixo aproveitamento da demanda de negócios para outras segmentações turísticas, como cultural, geoturismo, aventura e lazer; App de informações turísticas do município não funciona; Falta de informações interpretativas e/ou guias nos atrativos turísticos.

ii. Ambiente externo

Ambiente externo	Oportunidades	Ameaças e riscos
Atrativos, recursos naturais e culturais	Alta taxa de ocupação hoteleira semanal, proveniente das viagens de negócios, especialmente relacionadas ao Agroturismo, que podem ser estendidas aos finais de semana; Ampla oferta de meios de hospedagem; Ampla e diversificada oferta de estabelecimentos de alimentos e bebidas, além de shoppings e serviços de conveniência; Concentração de universidades e faculdades, públicas e particulares, contribuindo para a oferta de bares e de vida noturna; Implantação do Complexo Turístico no Rio Grande, incrementando mais atrativos e diversificando os segmentos no município; Hospitalidade da população local.	Crise econômica proveniente da pandemia do Covid-19, que ameaça reduzir os investimentos privados em novos negócios.
Infraestrutura	Acessível por duas importantes rodovias nacionais (BR262 e BR050) de alta capacidade (duplicadas); Aeroporto com capacidade de ampliação de oferta de voos.	Concepcionária necessita concluir duplicação da rodovia 262 até Peirópolis; Atuação de apenas duas empresas aéreas (Azul e VoePass).

Inserção regional	Prosperidade econômica na região do triângulo mineiro, concentrando público alvo potencial com alta capacidade de consumo; Proximidade geográfica com médias cidades do interior paulista; Centro regional de referência em serviços no Triângulo Mineiro; Aeroporto de Uberaba, recentemente revitalizado (2020), com voos diários para Belo Horizonte, que é um dos principais hubs de conexão no Brasil; e para São Paulo (CGH) de segunda a sábado, pela empresa VoePass; Elevada taxa de cotação do Dólar e Euro, aumentando a demanda por viagens internas no Brasil.	Redução dos investimentos em turismo e infraestrutura pelo Governo Federal, por conta dos ajustes fiscais e teto de gastos; Reduzida disponibilidade de recursos do Governo de Minas Gerais para investimento em turismo nos municípios, mesmo cumprindo integralmente os requisitos do ICMS Turístico; Enfraquecida articulação e cooperação regional no planejamento integrado do turismo na região da Alta Mogiana; Pandemia de Covid-19, reduzindo viagens e interação social; Impactos da crise econômica mundial, resultante do Covid-19, reduzindo a capacidade das famílias em gastos com turismo e lazer.
Publicidade, comunicação e planejamento	Atuação da SEDEC na articulação para captação de recursos financeiros, provenientes de incentivo fiscal, através de parcerias com a iniciativa privada, viabilizando novos investimentos na cultura; Previsão de implementação do programa de incentivos Biorota – Rota de Genética, que visa implantar empresas de alta tecnologia genética em Uberaba, ampliando atividades do segmento de Agroturismo; Participação da comunidade de Peirópolis nos serviços e atividades turísticas.	

d. Diagnóstico da oferta turística

Com base na análise dos dados coletados, incluindo o perfil da demanda turística e níveis de integração regional, pode-se identificar a situação atual do turismo no município de Uberaba como um destino em desenvolvimento (Butler, 1980). Isso significa que apesar dos fortes elementos de identidade territorial, a oferta ainda requer qualificação para avançar ao estágio de consolidação.

Uberaba possui como singularidade uma identidade turística plural, baseada em três eixos representativos, sendo: Dinossauros, Chico Xavier e Zebu, os quais são segmentadamente diversificados em Geoturismo, Turismo Religioso e Agroturismo, respectivamente. O desafio à consolidação consiste exatamente em qualificar a oferta e articular as demandas em roteiros intersegmentados, a exemplo da combinação de Agroturismo com Geoturismo, ou com novos segmentos potenciais.

Na observação do ambiente interno, podemos concluir que a avaliação do destino é moderada, considerando diversos aspectos positivos, que valorizam seus bens materiais e imateriais, porém com alguns aspectos negativos, que exigem intervenção institucional.

A diversidade de atrativos e de segmentos turísticos; a consolidação de identidades culturais e comerciais; a hospitalidade do povo; a riqueza de recursos naturais e culturai;, os excelentes indicadores de saneamento básico; a qualidade da infraestrutura urbana; além da alta capacidade de articulação institucional contribuem para uma visão de futuro positiva deste destino turístico.

No entanto, alguns aspecto negativos, que podem ser administrados pelas instituições locais merecem atenção. É o caso da necessidade de manutenção e renovação em alguns atrativos; de adaptação de acessibilidade e de banheiros em diversos locais de visitação; da falta de banheiros e bebedouros públicos; da falta de sinalização; e da carência de canais diretos de informações ao turista. É importante acrescentar que o perfil da demanda do turismo religioso é de idade mais avançada, o que exige acessos mais adaptados e disponibilidade de infraestrutura de apoio.

Apesar da boa oferta de estabelecimento de alimentos e bebidas, a gastronomia local exige maior diversificação e reconhecimento de bens de valor cultural neste segmento, com maior valorização de receitas e produtos típicos, especialmente aqueles produzidos por pequenos agricultores locais.

Por outro lado, é importante olharmos para o futuro e aproveitarmos as melhores oportunidades oferecidas à cidade por um ambiente externo, assim como as ameaças e riscos que podem comprometer o desenvolvimento turístico municipal. Nesse sentido deve se considerar a sua localização e inserção regional, as oscilações do atual período econômico e a articulação regional.

A localização estratégica de Uberaba, que está a poucas horas de carro dos maiores centros urbanos brasileiros; sua proximidade às cidades médias do interior de São Paulo e de Minas Gerais; e sua inserção no Triângulo Mineiro, uma das regiões mais desenvolvidas do Brasil, faz com que este destino seja acessível a um potencial mercado consumidor de média e alta renda.

Sua importância econômica, industrial e científica consolida uma demanda por viagens de negócios e eventos que tem potencial de combinação a produtos e roteiros de segmentos de lazer, como o Geoturismo, Turismo de Sol e Praia, Turismo Rural e até o Turismo Religioso.

A alta capacidade de articulação institucional local favorece o desenvolvimento de projetos e a implementação de ações em parceria com a iniciativa privada. Organização tal que pode superar as dificuldades enfrentadas no âmbito regional, onde a articulação dos municípios da região da Alta Mogiana é comprometida pela fragilidade organizacional da sua associação.

Na perspectiva econômica, a alta cotação do Dólar e Euro contribuem para o aumento de viagens nacionais, podendo inserir Uberaba como um dos principais produtos em seus segmentos no Brasil. Ao mesmo tempo, é preciso atuar no sentido de reduzir os impacto resultante da grave crise financeira causada pela pandemia do Covid19, que reduzirá a capacidade de gastos das famílias e privilegiará viagens mais baratas.

Outro fator complicador e que deve ser estudado de forma reparativa é a redução dos investimentos públicos, especialmente do Governo Federal e do

Governo do Estado de Minas Gerais, por conta dos compromissos de ajuste fiscal e de teto de gastos, exigindo do poder público municipal a adoção de estratégias de parceria e diversificação de fontes de arrecadação.

PARTE 3 – ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

1. Segmentação turística potencial

A terceira fase deste Plano de Desenvolvimento Territorial do Turismo em Uberaba baseou-se na avaliação do potencial turístico como fator estrutural para nortear as ações futuras. Nascimento (2012, p. 59) aponta que o planejamento pressupõe um aproveitamento mais produtivo dos recursos potenciais, evitando que a falta de um plano prévio produza um aproveitamento deficiente das possibilidades das regiões vocacionadas para o processo de ocupação turística.

Nesse sentido, de acordo com os resultados da avaliação de potencialidade turística em Uberaba, apresentada no Produto 2 deste Plano, pode-se avaliar as segmentações turísticas atuais e potenciais, para melhor entender e ordenar planos, ações e programas a serem desenvolvidos. Consta lembrar que esta etapa tomou como referência o inventário da oferta turística, que adotou critérios técnicos de avaliação e, também a pesquisa de campo realizada por meio de entrevistas aos turistas e visitantes nos atrativos do município.

Ressalta-se nesse Plano que, por ventura as segmentações possam ser transversais, a exemplo dos segmentos de turismo cultural e turismo pedagógico, em que a cultura e a educação são bases para a vida e produção humana, segmentos complementares serão, portanto, considerados em vários eixos simultaneamente. O que significa que mesmo adotando um segmento como estratégico, ele pode estar associado a elementos que remetem a outros segmentos complementares, dentro de uma perspectiva de desenvolvimento sistêmico do turismo municipal.

O município de Uberaba possui segmentações distintas, o que pode caracterizar-se como uma vantagem competitiva, possuindo ampla oferta turística, tornando-se um diferencial. Contudo, é essencial consolidar os segmentos mais difundidos e com potencial de estruturação, a fim de garantir uma identidade territorial forte e de amplo reconhecimento. Esse exercício contribuirá para uma atuação com foco em melhorias de determinados produtos, aperfeiçoamento de serviços e estruturação de equipamentos.

Os ícones das identidades territoriais Dinossauros, Zebu e Chico Xavier representam símbolos de promoção nacional de Uberaba, vocações ímpares que

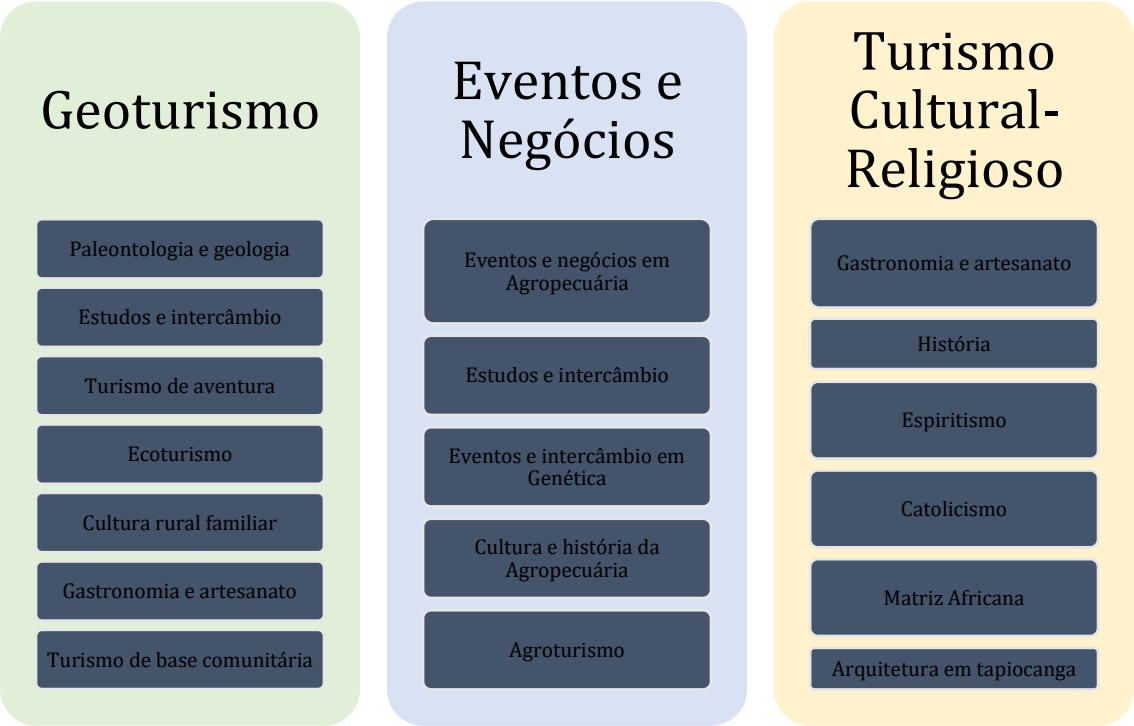
vêm estimulando o incremento do turismo na cidade, e que devem se manter como base de um cenário ideal. O cenário de segmentação turística de Uberaba é representado pela consolidação dos segmentos atuais, com o objetivo de fortalecer essa identidade e qualificar a oferta, por meio da estruturação dos atrativos existentes e implementação de atrativos projetados.

O material de divulgação do turismo em Uberaba, elaborado por meio de uma cooperação entre a Prefeitura Municipal de Uberaba, SEBRAE, Universidade Federal do Triângulo Mineiro e ABCZ - Associação Brasileira dos Criadores de Zebu, indica que a potencialidade turística no município está baseada em três pilares, apresentados pelos seguintes ícones: **Dinossauros**, representando o segmento do Geoturismo, que também proporciona desenvolvimento de atividades de turismo ecológico e de aventura; **Zebu**, símbolo do Turismo de Eventos e Negócios, resultando em impacto direto nas atividades de agronegócio e biotecnologias; e o ícone **Chico Xavier**, fazendo parte da vertente espírita do Turismo Cultural-Religioso. Essa sistematização do turismo no município aponta para um cenário maduro.

Assim, os segmentos de Geoturismo, Turismo Cultural-Religioso e Turismo de Eventos e Negócios devem ser consolidados, mantendo-se como segmentos potenciais. Adicionalmente, a pesquisa revelou a existência e oportunidade de atividades em outros segmentos assessórios, articulados aos segmentos principais, viabilizando produtos e roteiros intersegmentados, sendo: Ecoturismo, Turismo de Aventura, Turismo Náutico, Turismo Rural, e Turismo de Estudos e Intercâmbio.

Assim, este instrumento de planejamento do turismo adotará como segmento potenciais principais os seguintes: Geoturismo, Turismo Cultural-Religioso e Turismo de Eventos e Negócios. Os produtos e segmentos secundários associados a cada segmento principal são apresentados no quadro a seguir.

Quadro 3 Segmentos turísticos potenciais em Uberaba



A consolidação do Geoturismo é resultado do desenvolvimento de produtos pedagógicos e culturais nas áreas de paleontologia e geologia, promovendo estudos e intercâmbio. Atividades de turismo de aventura e ecoturismo já são desenvolvidas no espaço do núcleo turístico de Peirópolis, onde este segmento principal se concentra, com potencial de qualificação e incremento de roteiros.

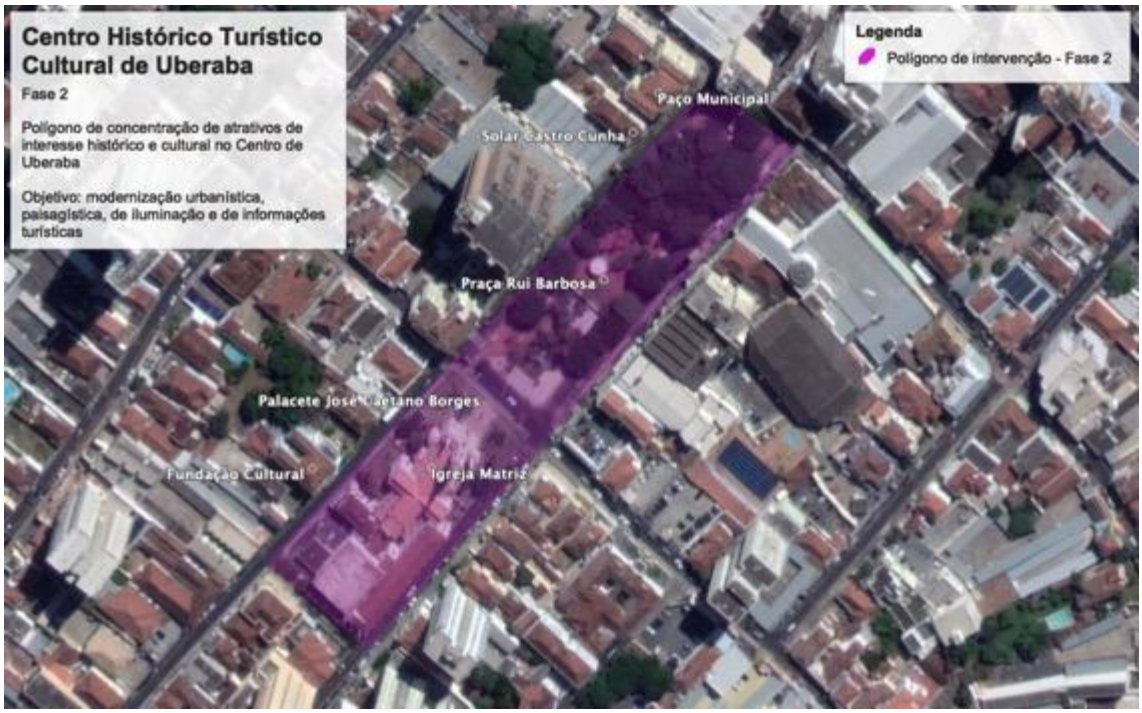
Ainda no segmento principal do Geoturismo, a participação da comunidade de Peirópolis e a diversidade deste geossítio apresentam uma oportunidade de geração de renda por meio do desenvolvimento de novos produtos turísticos em um segmento secundário, através do Turismo Rural em pequenas propriedades, baseando em um modelo econômico que promova o desenvolvimento comunitário e a valorização da cultura e dos produtos rurais locais.

O forte desenvolvimento da pecuária zebuína é o eixo estruturador do turismo de eventos e negócios em Uberaba, com destaque para a ExpoZebu, que chega à sua 86ª edição em 2020. Da mesma forma, é o principal objeto de estudos no que se refere ao desenvolvimento genético, promovendo intercâmbio e eventos,

a exemplo da ExpoGenética. O Museu do Zebu é a expressão cultural de conservação da história desse setor altamente qualificado e consolidado.

O Centro Histórico Turístico Cultural de Uberaba, área que compreende o Mercado Muncipal, O Museu de Arte Sacra e A Igreja de São Domingo, é um dos territórios de atividade do segmento de Turismo Cultural-Religioso na cidade. Apesar da necessidade de intervenções estruturais e urbanísticas, o espaço tem potencial de qualificação na exploração da gastronomia e artesanato local, da conservação histórica e da valorização da modo de fazer da arquitetura em tapiocanga (Igreja São Domingos). É neste Centro Histórico onde também acontecem festividades culturais e religiosas de matriz africana, a exemplo das comemorações de 13 de maio, em referência à abolição da escravatura, que se dispersam em frente à Igreja de São Domingos.

Em levantamento dos bens materiais do patrimônio histórico arquitetônico cultural de Uberaba, em sua maioria concentrados neste território central, foram delimitados por este Plano duas áreas de intervenção urbanística que visam promover este território e consolidar o segmento Cultural-Religioso na cidade. Os mapas a seguir apresentam os locais de intervenção em duas fases de implementação.



Outro território de atividade do Turismo Cultural-Religioso é especialmente direcionado à devoção e conhecimento da obra e vida de Chico Xavier, representado pelo Memorial Chico Xavier e Casa de Memória de Chico Xavier. Segundo tese de RIBEIRO (2014, p. 53), no que se refere à identidade de Uberaba e suas potencialidades turísticas, considera que as igrejas musealizadas de grande beleza estética, festas de devoção católica e à notável expressividade do nome Chico Xavier entre a comunidade espírita mundial. Elementos consolidados do Turismo Cultural-Religioso.

No sentido de promover a integração completa do Centro Histórico Turístico Cultural de Uberaba, faz parte do objetivo deste segmento Cultural-Religioso desenvolver um roteiro de visitação que articule as duas fases de intervenção. Com uma passeio iniciado no Mercado Municipal, onde deve haver um centro de informações turísticas, passando pelos pontos turísticos das fases 1 e 2 e encerrando na Fundação Cultural, conforme mapa a seguir:

Escola Estadual Brasil
Academia de Letras do Triângulo Mineiro
Igreja São Domingos
Geossítio Santa Rita
Museu de Arte Sacra
Biblioteca Municipal
Paço Municipal
Solar Castro Cunha
Praça Manoel Terra
Praça Rui Barbosa
Palacete José Caetano Borges
Fundação Cultural
Igreja Matriz
Mercado Municipal
UFTM

2. Cenário ideal

Com base nas informações do diagnóstico é possível identificar as tendências e projeções para o desenvolvimento do turismo, considerando as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças, resultando nas estratégias, ferramentas de orientação ao cenário a que se quer alcançar. Nesse contexto, o cenário de desenvolvimento do turismo em Uberaba é resultado da implementação conjunta de todas as estratégias, para cada um dos diferentes segmentos turísticos potenciais.

Este exercício apresenta as projeções e tendências de desenvolvimento em um cenário ideal, ou seja, aquele em que há intervenção e investimentos na superação dos desafios. Tanto a execução das estratégias de alta complexidade quanto as de média e baixa complexidade são consideradas neste cenário ideal.

Esta análise é resultado de um trabalho interdisciplinar entre os técnicas da consultoria contratada, do Departamento de Turismo da SEDEC, dos membros do COMTUR e de representantes da sociedade civil e órgãos públicos, consultados por meio de uma pesquisa de opinião aplicada online durante o mês de março de 2020.

Segmentos	Estratégias
Geoturismo	Popularizar a geodiversidade do Geopark Uberaba, utilizando a iconografia de dinossauros.
	Ampliar a demanda turística em Peirópolis, apoiado no aumento e qualificação da oferta de atividades de lazer, comerciais, eventos culturais, de gastronomia e de hospedagem.
	Melhorar a coesão territorial e a infraestrutura turística em Peirópolis.
	Estimular a diversificação produtiva e participação dos produtores rurais na oferta de produtos turísticos de base familiar.
	Aumentar o tempo de permanência do turista por meio de ampliação e qualificação da oferta de turismo de lazer, sol e praia, náutico e pesca esportiva no Complexo Turístico do Rio Grande.
	Fortalecer a participação e engajamento da comunidade de Peirópolis, por meio da organização institucional e cooperação comercial.
	Institucionalizar o Geopark Uberaba, fortalecendo a política pública de turismo e a cooperação regional.

Turismo Cultural-Religioso	Transformar o Mercado Municipal em principal atrativo de oferta gastronômica e de artesanato.
	Implementar mecanismos e equipamentos de divulgação, atendimento e informações ao turista.
	Melhorar a coesão territorial e promover a integração urbanística dos atrativos histórico-culturais no Centro e no Complexo Mogiana
	Diversificar e qualificar a produção de artesanato local, agregando maior valor e assinatura às peças, aproveitando e valorizando a forte identidade das iconografias uberabenses (dinossauros, Chico Xavier e Zebu).
	Explorar e qualificar a gastronomia típica, elegendo receitas locais; sinalizando e indicando os estabelecimentos gastronômicos tradicionais típicos; e valorizando os produtos alimentícios da produção rural local.
	Aproveitar a demanda turística relacionada a Chico Xavier para consumir roteiros e atrativos turísticos no município e região.
	Qualificar a exposição e interpretação de acervos de museus e templos.
	Reconhecer e valorizar a herança cultural e religiosa de matriz africana.
Turismo Eventos e Negócios	Aumentar o tempo de permanência do turista de eventos e negócios para consumir outros roteiros e atrativos turísticos no município e região.
	Articular empresas, parceiros e instituições públicas para viabilizar negócios e projetos associados ao trade turístico.

2.1. Análise de viabilidade dos cenários

A análise de viabilização de cenário é uma etapa do planejamento que busca definir uma lógica de previsão de tendência de desenvolvimento das estratégias propostas. Nesse sentido, buscou-se adequar as expectativas de desenvolvimento em cenários pleno, moderado e tendencial. O critério de adequação adotado foi o grau de complexidade de cada estratégia. O grau de complexidade é diferenciado pela necessidade de incremento de recursos financeiros, de articulação política, de desenvolvimento econômico e de adequações de mercado e de instrumentos legais.

O cenário é uma visão de futuro internamente consistente, baseada em suposições plausíveis sobre os importantes temas que podem influenciar um setor (PORTER, 1996). Portanto, a viabilidade em possíveis cenários subsidiará a elaboração de estratégias para fortalecer os segmentos e aproveitar as forças e oportunidades do munipicio.

Desta maneira, as projeções para o desenvolvimento constituiem-se em três cenários, sendo o cenário pleno o que mais convém ao município, caracterizado por um ambiente em que ocorrem superações de desafios e a implementação de todas as estratégias definidas, independentemente do nível de complexidade; o cenário moderado, que representa o de maior probalidade de ocorrência concomitante às perspectivas presentes, considerando aplicação de recursos limitados e esforços para o desenvolvimento de desafios de média e baixa complexidade; e o cenário tendencial, que é o que possivelmente ocorrerá em caso manutenção das condições atuais de capidade de gestão, não ocorrendo novas articulações públicas e privadas, não realizando rupturas tendenciais, não havendo previsão de investimentos de recursos financeiros.

A seguir, os cenários indicados apresentam os resultados esperados no ambiente turístico municipal, indicando as projeções de impacto e as tendências, com base na intervenção realizada em cada um deles.

2.1.1. Cenário pleno

O cenário pleno é aquele que representa a realização de todas as estratégias de desenvolvimento do turismo, conseguindo enfrentar todos os desafios propostos, mesmo os de maior complexidade de execução. As condições para este cenário consideram a plena capacidade de investimento financeiro e de articulação institucional, condições ideais para um ambiente sustentável e de pleno desenvolvimento do turismo.

As estratégias para o segmento de Turismo de Eventos e Negócios visam ampliar o tempo de permanência do turista no município e articular esta dmanda aos produtos turísticos de outros segmentos. Não se trata aqui de estratégias que visam ampliar a oferta turística neste segmento, mas sim de aproveitar este turista de eventos e negócios para explorar os atrativos dos demais territórios. Desenvolver estas estratégias dependem de massiva e acertiva atuação em promoção turística, articulação institucional, roteirização e qualificação dos produtos turísticos, o que representam média e baixa complexidade.

Ampliar e qualificar a oferta de estabelecimentos em Peirópolis; a frequência de eventos culturais aos finais de semana; e qualificar a infraestrutura, urbanização e paisagismo do núcleo turístico de Peirópolis, são estratégias que exigem disponibilidade de recursos financeiros e capacidade de mobilização da comunidade e dos interesses do mercado. Ações de publicidade podem contribuir para a consolidação nacional do temático dinossauros neste segmento de Geoturismo.

Ao mesmo tempo, o desenvolvimento do turismo rural em Peirópolis se apresenta como um cenário mais viável e de média/baixa complexidade, pois já existem bases embrionárias, especialmente na comunidade. O maior desafio é mobilizar os produtores rurais para implementar um plano integrado com ações para desenvolver produtos turísticos. É necessário viabilizar articulação, planejamento comunitário e incentivos financeiros, como acesso a crédito de baixo custo.

O cenário ideal para o Turismo Cultural-Religioso em Uberaba exige grande investimento financeiro em obras de revitalização, urbanização, paisagismo, iluminação e infraestrutura no centro histórico, área no entorno das praças Manoel Terra e Rui Brabosa. Ações de informação e atendimento ao turista, qualificação da produção artesanal e publicidade da gastronomia local e da cultura construtiva de Tapiocanga exigem investimentos menores e articulação institucional.

Este segmento cultural e religioso apresenta grandes oportunidades de ampliação de capitalização, incrementando atrativos de outros segmentos aos roteiros dos turistas e exigindo mais tempo para visitação dos templos e museus. Os desafios são organizar a disposição dos acervos nos museus, promover e divulgar roteiros integrados e articular os municípios da região em roteiros, eventos e manifestações religiosas.

Incrementar novas ofertas de atrativos e de estabelecimentos é extremamente necessário para atender às estratégias de multisegmentação de roteiros e de aumento da permanência do turista na cidade. O que exige amplo investimento financeiro e articulação a interesses de mercado para desenvolvimento de novos negócios e de estabelecimentos. Representa um cenário de alta complexidade pois atualmente não ainda não existem novos projetos ou empreendimentos turísticos desenvolvidos.

Considerando a integralidade de implementação das estratégias previstas, os resultados esperados nesse cenário contribuirão para o incremento de mão de obra e de rendimentos nos serviços de apoio ao turismo, especialmente em novos meios de hospedagem; novos estabelecimentos de alimentação; maior valor por peças de artesanato com assinatura; maior contratação de artistas e músicos por meio de editais de fomento a festivais e apresentações; além de geração de renda às comunidades, por meio do turismo de base comunitária e de produtos turísticos rurais.

Segmentos	Estratégias	Complexidade
Geoturismo	Popularizar a geodiversidade do Geopark Uberaba, utilizando a iconografia de dinossauros.	Baixa
	Ampliar a demanda turística em Peirópolis, apoiado no aumento e qualificação da oferta de atividades de lazer, comerciais, eventos culturais, de gastronomia e de hospedagem.	Alta
	Melhorar a coesão territorial e a infraestrutura turística em Peirópolis.	Alta
	Estimular a diversificação produtiva e participação dos produtores rurais na oferta de produtos turísticos de base familiar.	Baixa
	Aumentar o tempo de permanência do turista por meio de ampliação e qualificação da oferta de turismo de lazer, sol e praia, náutico e pesca esportiva no Complexo Turístico do Rio Grande.	Alta
	Fortalecer a participação e engajamento da comunidade de Peirópolis, por meio da organização institucional e cooperação comercial.	Média
	Institucionalizar o Geopark Uberaba, fortalecendo a política pública de turismo e a cooperação regional.	Baixa
Turismo Cultural-Religioso	Transformar o Mercado Municipal em principal atrativo de oferta gastronômica e de artesanato.	Alta
	Implementar mecanismos e equipamentos de divulgação, atendimento e informações ao turista.	Baixa
	Melhorar a coesão territorial e promover a integração urbanística dos atrativos histórico-culturais no Centro e no Complexo Mogiana	Alta
	Diversificar e qualificar a produção de artesanato local, agregando maior valor e assinatura às peças, aproveitando e valorizando a forte identidade das iconografias uberabenses (dinossauros, Chico Xavier e Zebu).	Baixa
	Explorar e qualificar a gastronomia típica, elegendo receitas locais; sinalizando e indicando os estabelecimentos gastronômicos tradicionais típicos; e valorizando os produtos alimentícios da produção rural local.	Baixa
	Aproveitar a demanda turística relacionada a Chico Xavier para consumir roteiros e atrativos turísticos no município e região.	Baixa
	Qualificar a exposição e interpretação de acervos de museus e templos.	Média
	Reconhecer e valorizar a herança cultural e religiosa de matriz africana.	Média
Turismo Eventos e Negócios	Aumentar o tempo de permanência do turista de eventos e negócios para consumir outros roteiros e atrativos turísticos no município e região.	Média
	Articular empresas, parceiros e instituições públicas para viabilizar negócios e projetos associados ao trade turístico.	Baixa

2.1.2. Cenário moderado

O cenário moderado apresenta os resultados esperados de uma política municipal de turismo com pouca disponibilidade de recursos financeiros, porém com relativa capacidade de articulação de interesses entre os diversos segmentos públicos e privados. Estes fatores são limitantes para o desenvolvimento de desafios de alta complexidade, que demandam grandes investimentos públicos ou privados, resultando na capacidade de desenvolvimento apenas das estratégias de média e baixa complexidade.

Diante de um ambiente hipotético de escassez de recursos financeiros, considerando a capacidade técnica do Departamento de Turismo em articulação institucional público-privada, o desenvolvimento de parte das estratégias de um cenário ideal ainda contribuiriam para o consumo de outros produtos turísticos pelos turitas de eventos e negócios; valorização dos atrativos culturais e religiosos, contribuindo para o aumento de turistas desses segmentos; e incremento de oferta de serviços e produtos turísticos comunitários em Peirópolis, por conta dos diversos eventos e festivais na localidade, especialmente de turismo rural, promovendo distribuição de renda para a comunidade.

Segmentos	Estratégias	Complexidade
Geoturismo	Popularizar a geodiversidade do Geopark Uberaba, utilizando a iconografia de dinossauros.	Baixa
	Estimular a diversificação produtiva e participação dos produtores rurais na oferta de produtos turísticos de base familiar.	Baixa
	Fortalecer a participação e engajamento da comunidade de Peirópolis, por meio da organização institucional e cooperação comercial.	Média
	Institucionalizar o Geopark Uberaba, fortalecendo a política pública de turismo e a cooperação regional.	Baixa
Turismo Cultural-Religioso	Implementar mecanismos e equipamentos de divulgação, atendimento e informações ao turista.	Baixa
	Diversificar e qualificar a produção de artesanato local, agregando maior valor e assinatura às peças, aproveitando e valorizando a forte identidade das iconografias uberabenses (dinossauros, Chico Xavier e Zebu).	Baixa
	Explorar e qualificar a gastronomia típica, elegendo receitas locais; sinalizando e indicando os estabelecimentos gastronômicos tradicionais típicos; e valorizando os produtos alimentícios da produção rural local.	Baixa
	Aproveitar a demanda turística relacionada a Chico Xavier para consumir roteiros e atrativos turísticos no município e região.	Baixa
	Qualificar a exposição e interpretação de acervos de museus e templos.	Média
	Reconhecer e valorizar a herança cultural e religiosa de matriz africana.	Média
Turismo Eventos e Negócios	Aumentar o tempo de permanência do turista de eventos e negócios para consumir outros roteiros e atrativos turísticos no município e região.	Média
	Articular empresas, parceiros e instituições públicas para viabilizar negócios e projetos associados ao trade turístico.	Baixa

2.1.3. Cenário tendencial

O cenário tendencial toma como referência a indisponibilidade de recursos financeiros, refletido pelas condições atuais dos governos estadual e federal; e pela baixa capacidade institucional do Departamento de Turismo, o qual conta atualmente com uma equipe reduzida e sobrecarregada. Nesse contexto, apenas os desafios de baixa complexidade, ou seja, aqueles que já seguem um fluxo tendencial ou de responsabilidade compartilhada com outras instituições ou iniciativas conseguiriam ser executados.

Em uma hipótese de indisponibilidade de recursos e manutenção da capacidade institucional do Departamento de Turismo, a atuação se daria basicamente no desempenho das atividades administrativas e na articulação de baixa complexidade para a consolidação de vocações reconhecidas e para o desenvolvimento de roteiros de integração dos segmentos cultural, religioso e rural.

As ações resultariam em qualificação da demanda, mesmo que não houvesse ampliação do número de turistas, visto que o foco do planejamento estaria em aproveitar a demanda existente em determinados segmentos para estimular o consumo de produtos turísticos de outros segmentos, contribuindo para a ampliação da permanência do visitante.

Segmentos	Estratégias	Complexidade
Geoturismo	Popularizar a geodiversidade do Geopark Uberaba, utilizando a iconografia de dinossauros.	Baixa
	Estimular a diversificação produtiva e participação dos produtores rurais na oferta de produtos turísticos de base familiar.	Baixa
	Institucionalizar o Geopark Uberaba, fortalecendo a política pública de turismo e a cooperação regional.	Baixa
Turismo Cultural-Religioso	Implementar mecanismos e equipamentos de divulgação, atendimento e informações ao turista.	Baixa
	Diversificar e qualificar a produção de artesanato local, agregando maior valor e assinatura às peças, aproveitando e valorizando a forte identidade das iconografias uberabenses (dinossauros, Chico Xavier e Zebu).	Baixa
	Explorar e qualificar a gastronomia típica, elegendo receitas locais; sinalizando e indicando os estabelecimentos gastronômicos tradicionais típicos; e valorizando os produtos alimentícios da produção rural local.	Baixa
	Aproveitar a demanda turística relacionada a Chico Xavier para consumir roteiros e atrativos turísticos no município e região.	Baixa
Turismo Eventos e Negócios	Articular empresas, parceiros e instituições públicas para viabilizar negócios e projetos associados ao trade turístico.	Baixa

PARTE 4 – PLANO DE AÇÃO

1. Estratégias

Seguindo a visão de futuro assumida pela Diretoria de Turismo e pelo Conselho Municipal de Turismo, este Plano de Ação desenvolveu diretrizes, programas e projetos que atendem às estratégias definidas na etapa anterior, apresentadas no quadro a seguir.

Segmentos	Estratégias
Geoturismo	Popularizar a geodiversidade do Geopark Uberaba, utilizando a iconografia de dinossauros.
	Ampliar a demanda turística em Peirópolis, apoiado no aumento e qualificação da oferta de atividades de lazer, comerciais, eventos culturais, de gastronomia e de hospedagem.
	Melhorar a coesão territorial e a infraestrutura turística em Peirópolis.
	Estimular a diversificação produtiva e participação dos produtores rurais na oferta de produtos turísticos de base familiar.
	Aumentar o tempo de permanência do turista por meio de ampliação e qualificação da oferta de turismo de lazer, sol e praia, náutico e pesca esportiva no Complexo Turístico do Rio Grande.
	Fortalecer a participação e engajamento da comunidade de Peirópolis, por meio da organização institucional e cooperação comercial.
	Institucionalizar o Geopark Uberaba, fortalecendo a política pública de turismo e a cooperação regional.
Turismo Cultural-Religioso	Transformar o Mercado Municipal em principal atrativo de oferta gastronômica e de artesanato.
	Implementar mecanismos e equipamentos de divulgação, atendimento e informações ao turista.
	Melhorar a coesão territorial e promover a integração urbanística dos atrativos histórico-culturais no Centro e no Complexo Mogiana
	Diversificar e qualificar a produção de artesanato local, agregando maior valor e assinatura às peças, aproveitando e valorizando a forte identidade das iconografias uberabenses (dinossauros, Chico Xavier e Zebu).
	Explorar e qualificar a gastronomia típica, elegendo receitas locais; sinalizando e indicando os estabelecimentos gastronômicos tradicionais típicos; e valorizando os produtos alimentícios da produção rural local.
	Aproveitar a demanda turística relacionada a Chico Xavier para consumir roteiros e atrativos turísticos no município e região.
	Qualificar a exposição e interpretação de acervos de museus e templos.
	Reconhecer e valorizar a herança cultural e religiosa de matriz africana.

Turismo Eventos e Negócios	Aumentar o tempo de permanência do turista de eventos e negócios para consumir outros roteiros e atrativos turísticos no município e região.
	Articular empresas, parceiros e instituições públicas para viabilizar negócios e projetos associados ao trade turístico.

2. Diretrizes

Publicada em 15 de abril de 2020, a lei 13.259 que estabelece a Política Municipal de Turismo de Uberaba, tem o objetivo "implementar mecanismos destinados a orientação e planejamento do turismo, disciplinando a sua atuação e estratégias para desenvolvimento do setor e a valorização da história do Município" (art. 1º), determinando os objetivos e diretrizes que devem orientar as ações do Município para atingir ao proposto pela norma.

Este Plano de Desenvolvimento Territorial do Turismo atende a esses objetivos, que são (art. 4º):

> I - gerar emprego e renda através do turismo de maneira sustentável;
>
> II - consolidar a vocação turística de Uberaba com base na sua identidade territorial local;
>
> III - ampliar o fluxo turístico e a permanência do turista no município;
>
> IV - promover e fortalecer parcerias, sempre observadas melhores alocações de recursos.

Da mesma forma, o Plano utiliza das diretrizes, determinadas no artigo 5º da mencionada lei, como orientadoras para formulação de programas, projetos e ações. No exercício de sistematizar as diretrizes elencadas, buscou-se organizar os principais elementos da norma em diretrizes simplificadas. Nessa lógica, abaixo se apresentam tais diretrizes que nortearão o trabalho.

A. Qualificar a oferta turística e estimular o empreendedorismo e inclusão social;
B. Valorizar e promover a identidade territorial;
C. Modernizar e inovar a infraestrutura turística e institucional; e
D. Desenvolver novos produtos, eventos e roteiros articulados a região turística.

Como forma de facilitar a compreensão da finalidade de cada diretriz simplificada do Plano de Desenvolvimento Territorial e de visualizar a contribuição dessas diretrizes com o que preconiza a Política Municipal de Turismo, segue sua apresentação e associações aos incisos e alíneas do art. 5º da referida lei:

A. Qualificar a oferta turística e estimular o empreendedorismo e inclusão social

Esta diretriz busca atender à necessidade de qualificação e aprimoramento profissional e humano, no esforço de fortalecimento da rede de serviços turísticos do Município. Compreende ações para fomentar atrativos e segmentos turísticos prioritários e estimular o desenvolvimento de novas atividades, de acordo com a vocação cultural local, estimulando empreendedorismo e inclusão social com o adensamento da cadeia produtiva, além do combate com a informalidade no setor. Atende aos incisos e alíneas da Política Municipal de Turismo em:

> II - adensar a cadeia produtiva, apoiando e articulando ações para promover e ampliar os canais de comercialização dos produtos associados ao turismo local, estimulando iniciativas empreendedoras no setor;
>
> III - estimular a qualificação profissional, apoiando o desenvolvimento de programas de capacitação e qualificação dos profissionais da rede de serviços turísticos do Município, em parcerias com os setores público e privado, ou por meio de incentivos;
>
> IV - combater a informalidade com:
>
> a) o fornecimento da estrutura para a atividade turística formal, melhorando a rede de negócios, fomentando a ampliação da formalização dos prestadores de serviços turísticos;
>
> b) estímulos e apoio aos investimentos que ampliam a oferta de recursos e incentivos ao setor de turismo;
>
> c) o fomento da constituição de parâmetros para a certificação de empresas e atividades indutoras do turismo;
>
> d) a integração e articulação com o setor privado, estimulando a cooperação na promoção do turismo, ampliando parcerias;
>
> e) o fortalecimento do relacionamento com os prestadores de serviços turísticos e a promoção de receptivos;
>
> VIII - fortalecer as ofertas turísticas:
>
> a) por meio de incentivos a eventos geradores de fluxos turísticos, feiras e empreendimentos destinados a atividades culturais, de entretenimento, esporte, lazer e negócios, dando preferência aos focados na originalidade e inovação;
>
> b) com viabilização da execução de projetos de estruturação do turismo, como uma das medidas para o desenvolvimento, fomento e investimentos no setor;

IX - estimular a melhoria da qualidade e competitividade, criando uma Rede de Inteligência de Mercado do Turismo, mantendo um permanente cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor, visando um ambiente para análise e compartilhamento de informações e conhecimentos, de modo a orientar a promoção dos serviços, em observância as expectativas e tendências dos mercados;

B. Valorizar e promover a identidade territorial

Esta diretriz pretende valorizar e promover a identidade territorial, que forma o conteúdo simbólico e gera matéria-prima da cultura local para serviços e produtos turísticos. Por isso, a promoção das iconografias locais (Chico Xavier, Dinossauros e Zebu) é uma estratégia que busca fortalecer a marca institucional do Geopark Uberaba, viabilizando-as como produtos turísticos representativos. Compreende ações que buscam promover o turismo sustentável, gerar empregos e promover a cultura e os produtos locais, alinhados aos objetivos de desenvolvimento sustentável global, a Agenda 2030. Atende aos incisos e alíneas da Política Municipal de Turismo em:

V - valorizar a identidade territorial com:

a) zela pela continuidade aos programas e projetos estruturais de segmentação do turismo, focados em atingir o reconhecido potencial da cidade em se tornar e permanecer como um Geopark, por meio da Organização das Nações Unidas pela Educação, a Ciência e a Cultura – Unesco;

b) a promoção do turismo como um instrumento para alcançar o desenvolvimento econômico, com base nas diretrizes da Rede Global de Geoparks (RGG), promovendo ODS – Objetivos do desenvolvimento sustentável, por meio da atividade turística;

C. Modernizar e inovar a infraestrutura turística e institucional

Diretriz proposta para o aprimoramento e criação de infraestrutura de apoio ao turismo e gestão e planejamento. Reúne ações de melhoria da qualidade de vida da população local e da experiência do turista com o território, modernizando os serviços de apoio e de atendimento ao turista, adaptando os equipamentos existentes e melhorando a percepção do visitante para uma visão mais positiva do município. A diretriz também aborda estratégias para inovar o

planejamento e a gestão pública do setor, especialmente no que se refere às ações que buscam articulação intersetorial, geração e processamento de dados e parcerias público-privadas e de apoio aos estabelecimentos turísticos. Atende aos incisos e alíneas da Política Municipal de Turismo em:

> VI - modernizar e ampliar a infraestrutura turística:
>
> a) por meio de um plano integrado de desenvolvimento da infraestrutura logística para o turismo, estimulando projetos de sinalização turística inteligente e interativa;
>
> b) com a promoção da infraestrutura necessária para permitir o acesso de pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida aos atrativos turísticos;
>
> XI - desburocratizar os processos ligados ao turismo, criando procedimentos eficazes que possibilitam a abertura de empresas no setor, favorecendo as boas práticas de gestão e incentivando a inovação.

D. Desenvolver novos produtos, eventos e roteiros articulados a região turística.

Diretriz proposta com o objetivo de fortalecer a regionalização das atividades turísticas intermunicipais, com a roteirização e circuitos turísticos regionais, consolidando as ofertas turísticas que compreenda a reestruturação e organização dos entes participantes, divulgação das ações dos municípios e entidades envolvidas, fortalecimento de festivais regionais, bem como o estímulo constante a qualificação humana e dos serviços ligados ao setor. Atende aos incisos e alíneas da Política Municipal de Turismo em:

> I - diagnosticar a oferta e demanda, estimulando o desenvolvimento de novas atividades turísticas que incorporem aspectos da vocação e produção local, da cultura e da culinária regional;
>
> VII - divulgar a cidade como um atrativo turístico competitivo com:
>
> a) o estímulo da criação de roteiros turísticos competitivos e integrados, bem como de estudos para conhecimento dos mercados-alvo;
>
> b) a promoção e valorização do patrimônio cultural e natural para visitação turística, criando Produtos Turísticos;
>
> X - regionalizar atividades turísticas intermunicipais, trabalhando a convergência e a interação com as ações desempenhadas pelos municípios limítrofes, de forma a incentivar a regionalização;

3. Programas

Tomando como referência as diretrizes simplificadas deste Plano, que atendem às diretrizes da Política Municipal de Turismo de Uberaba, foram formulados programas que agreguem projetos e ações objetivas, a fim de materializar os objetivos e diretrizes definidos neste instrumento de planejamento. São programas deste Plano de Desenvolvimento Territorial do Turismo:

A. Programa de Infraestrutura Turística
B. Programa de Promoção Turística
C. Programa de Inovação Institucional
D. Programa de Qualificação e Estímulo a Novos Produtos Turísticos

Contudo, é essencial que os programas, projetos e ações adotem os princípios preconizados pela Política Municipal de Turismo, garantindo a valorização da identidade local, inclusão social, sustentabilidade, gestão descentralizada, competitividade e inovação e qualidade, conforme o artigo 6º da lei, que determina:

> I - Valorização da Vocação local: Preservação da identidade territorial e das tradições culturais das comunidades locais;
>
> II - Inclusão Social e Dignidade Humana: redução das desigualdades por meio da geração de emprego e renda, combate a práticas turísticas relacionadas a abusos de natureza moral, sexual e discriminatórias;
>
> III - Turismo Sustentável: incentivo as condutas de preservação e conservação dos recursos naturais;
>
> IV - Gestão Descentralizada: Efetivar a gestão descentralizada do turismo, de forma a articular e responder às demandas do setor, fortalecer a participação social, integrando as políticas públicas.
>
> V - Competitividade e Inovação: Aperfeiçoamento constante da gestão municipal para o desenvolvimento e aprimoramento da atividade turística no município, buscando soluções e agregando valores e benefícios ao setor;
>
> VI – Qualidade e Qualificação: Práticas que objetivam padrões de qualidade em consonância com as políticas Federal e Estadual e as de Regionalização do Turismo e incentivo a cursos de idiomas e treinamentos que ofertem amparo ao visitante.

Parágrafo Único - A governança do turismo deve ser feita pelos setores público e privado e a sociedade civil organizada, devendo esses orientarem sua atuação para a consecução dos objetivos, diretrizes e princípios estabelecidos nesse capítulo.

A. Programa de infraestrutura turística

Este programa tem por objetivo o desenvolvimento de infraestrutura específica de demanda gerada pelo turismo, como a execução de ações de melhoria e adaptação de equipamentos urbanos, modernização de edifícios e paisagismo de espaços públicos, instalação de sinalização e equipamentos de comunicação, e qualificação urbanística, garantindo maior conforto aos visitantes.

Os projetos que compreendem este programa buscam garantir a acessibilidade de pessoas com deficiência, qualificar os espaços de visitação, garantir a segurança e facilidades aos visitantes, além de melhorar a estética dos espaços públicos no município. O resultado esperado é o incremento de valor agregado aos atrativos e a qualificação da oferta turística.

B. Programa de promoção turística

Este programa tem por objetivo promover a difusão do destino turístico, implementar ações que ampliem e diversifiquem o acesso às informações turísticas, que promovam os atrativos turísticos da cidade e que estimule a cooperação do circuito turístico regional em eventos e roteiros compartilhados.

A promoção turística se caracteriza pelo estímulo, impulsionamento e fomento às representações da cultura e da história da sociedade, através da imagem, do símbolo e da experiência de cada uma. Estas representações associadas às infraestruturas necessárias para desenvolvimento e inovação das atividades turísticas, resultam no espectro de imagem do destino turístico.

C. Programa de inovação institucional

Este programa tem por finalidade fortalecer, apoiar e contribuir para o desenvolvimento institucional, visando a organização e elaboração de estratégias

para o cumprimento das metas necessárias e acompanhamento na reorganização da atividade turística, quando necessário.

O programa visa colaborar e responder às demandas do setor e também sistematizar o desenvolvimento institucional, que contribuirá para articular os interesses públicos e privados, fortalecer a participação social, integrar as políticas públicas e viabilizar parcerias com a iniciativa privada.

D. Programa de qualificação e estímulo a novos produtos turísticos

Os objetivos deste programa são fomentar novos produtos turísticos, bem como promover a qualificação e aperfeiçoamento profissional dos artesãos e artesãs, com o intuito de promover a marca dos produtos.

O programa compreende um conjunto de projetos voltados a ações de desenvolvimento local, aumento da competitividade turística, desenvolvimento de novas experiências para o turista, consequentemente, impulsionando geração de negócios nas atividades econômicas relacionadas ao turismo. Parte dos projetos estabelece uma interface direta ao Projeto Geopark Uberaba, em consonância a Rede Global de Geoparks ou os Geoparks chancelados pela UNESCO.

4. Ações

As ações estão organizados em grupo, relacionado ao seu tema, similaridade e complementariedade ao objetivo de cada programa. Dessa forma, seguem apresentados a seguir as ações que compreendem cada programa. Mais adiante, cada uma dessas ações segue detalhada contendo a indicação do seu objetivo principal, as descrição da sua execução, organizados em parceiros e responsáveis pela sua implementação, e por fim, os resultados esperados após a realização de cada projeto.

A. Infraestrutura turística

1. Elaboração e implementação de projetos de adaptação de equipamentos turísticos a pessoas com deficiências

2. Elaboração e implementação de projetos de qualificação urbana e paisagística do "Centro Turístico Histórico Cultural"
3. Elaboração e implementação de projeto de modernização do Mercado Municipal
4. Elaboração e implementação de projeto de modernização do Memorial Chico Xavier e Mata da Paz
5. Elaboração de projeto e instalação de pórtico de entrada
6. Criação do Centros de Atendimentos ao Turista (CAT)
7. Elaboração e implementação de projetos de qualificação da infraestrutura e paisagismo em Peirópolis
8. Elaboração e implementação de sinalização dos atrativos turísticos
9. Elaboração e implementação de projetos urbanísticos de criação do Complexo Turístico Mogiana

B. Promoção turística

10. Elaboração e implementação do Plano de Marketing e Promoção Turística
11. Elaboração e implementação do programa de incentivo a empreendimentos turísticos e gastronômicos "Selo Turístico Gastronômico"
12. Realização de concurso para instalação de letreiros e estátuas temáticas
13. Criação e publicação de site oficial municipal de turismo
14. Elaborar, viabilizar e confeccionar roteiros dos atrativos turísticos municipais
15. Fomentar a criação serviços e operações de turismo receptivo e promover intercâmbio de agências de turismo receptivo

C. Inovação institucional

16. Desenvolver Rede de Inteligência de Mercado no Turismo – RIMT
17. Desenvolver e promover Circuito Turístico da Alta Mogiana
18. Elaborar e implementar projeto de Estruturação institucional da gestão do turismo

19. Elaborar e implementar projeto de Criação da Associação Geopark Uberaba
20. Elaborar e implementar Plano Estratégico para Captação de Recursos

D. Qualificação e estímulo a novos produtos turísticos

21. Criação e implementação de Roteiro de Geoeducação: Peirópolis – Ponte Alta
22. Contratação de assistência técnica da Comunidade de Peirópolis para qualificação e desenvolvimento de novos produtos de Turismo Comunitário
23. Criação da Casa de Cultura 13 de Maio
24. Contratação de assistência técnica aos artesãos para qualificação e comercialização
25. Desenvolver e implementar projeto de incentivo o turismo rural "Turismo nas Fazendas"
26. Desenvolver e implementar projeto de incentivo ao turismo gastronômico "Festival Gastronômico Mineiro"
27. Desenvolver e implementar projeto de incentivo ao turismo religioso e cultural "Festival Internacional Literário Espírita (FILE)"

A. INFRAESTRUTURA TURÍSTICA

4.1. Ação 1 – Elaboração e implementação de projetos de adaptação de equipamentos turísticos a pessoas com deficiências

Ação 1	**Elaboração e implementação de projetos de adaptação de equipamentos turísticos a pessoas com deficiências**
Objetivo	Adaptar os principais equipamentos turísticos municipais às normas de acessibilidade, garantindo o direito de acesso a pessoas com alguma deficiência de mobilidade, como idosos, cadeirantes ou pessoas acidentadas, assim como pessoas com deficiência visual, por meio da instalação de rampas, corrimãos, piso tátil e informações em braille.
Justificativa	Necessidade de inclusão de pessoas com deficiência no acesso aos equipamentos turísticos
Descrição	• Elaboração de projeto de adaptação estrutural para acessibilidade de pessoas com mobilidade reduzida, como rampas e demais ferramentas de acessibilidade no Mercado Municipal, Museu de Arte Sacra, Geossítio Peirópolis, Casa do Turista, Igreja São Domingos, MADA (Museu de Arte Decorativa) e a Fazenda Cassu. • Elaboração de projeto de comunicação acessível a pessoas com deficiência visual nos equipamentos turísticos, por meio da instalação de piso tátil e painéis informativos em braille • Captação de recurso por meio de projeto solicitado ao PRODETUR no eixo Infraestrutura Turística • Licitar e contratar empresa de engenharia para execução dos projetos de acessibilidade nos equipamentos turísticos.
Responsáveis	SEDEC em parceria com Secretaria de Serviços Urbanos e Obras (SESURB) e a Secretaria de Planejamento (SEPLAN)
Benefícios e beneficiários	• Garantir acesso universal aos atrativos turísticos, independentemente de deficiências de mobilidade ou visual. • Incluir Uberaba no roteiro de turismo adaptado, atraindo este público específico. • Inclusão de pessoas com deficiência (turistas)
Produtos	• Publicação de 1 plano de acessibilidade para equipamentos turísticos e culturais; • Execução de 1 projeto para cada equipamento existente

Normas de licenciamento	• Licenciamento urbanístico
Investimento	• R$ 200.000,00

4.2. Ação 2 – Elaboração e implementação de projetos de qualificação urbana e paisagística do "Centro Turístico Histórico Cultural"

Ação 2	**Elaboração e implementação de projetos de qualificação urbana e paisagística do "Centro Turístico Histórico Cultural"**
Objetivo	O objetivo desta ação visa qualificar o espaço urbano que agrega os principais equipamentos culturais no centro histórico de Uberaba, através de projeto urbanístico de coesão espacial em duas fases, sendo a Fase 1 no perímetro do Mercado Municipal, Praça Manoel Terra, Museu de Arte Sacra, Geossítio Santa Rita e Igreja São Domingos; e a Fase 2 no perímetro da Praça Rui Barbosa, englobando a Igreja Matriz, Paço Municipal, Fundação Cultural e outros bens neste sítio. O projeto prevê a instalação de novos banheiros, bebedouros, mobiliário de permanência, espaços de mídia, travessias em nível, pavimentação de ruas e calçadas diferenciadas, paisagismo e iluminação cênica. De forma agregadora, o projeto pretende desenvolver um roteiro de visitação dos bens culturais localizados no Centro, integrando as duas fases de intervenção.
Justificativa	Necessidade de renovação urbanística e valorização do patrimônio histórico e arquitetônico, viabilizando qualificação de acessibilidade e melhoria estética
Descrição	• Formação de grupo ou comitê técnico para elaboração de estudo preliminar urbanístico; • Licitar empresa de engenharia e arquitetura para elaboração e execução do projeto; • Revitalização das praças Manoel Terra e Rui Barbosa • Desenvolvimento e divulgação de roteiro de visitação que integre as duas fases de intervenção.
Responsáveis	SEDEC em parceria com Secretaria de Serviços Urbanos e Obras (SESURB) e a Secretaria de Planejamento (SEPLAN) e a Companhia Operacional de Desenvolvimento e Saneamento e Ações Urbanas (CODAU).
Benefícios e beneficiários	• Espaço revitalizado e interligado com padronização visual nesta área de interesse turístico; • Iluminação noturna garantindo maior segurança e possibilidade de aumento de permanência no complexo turístico; • Qualificação da Praça Manoel Terra como mais novo produto turístico de Uberaba com o letreiro EU AMO UBERABA. • Estabelecer uma coesão territorial turística (população) • Benefício a comerciantes locais e população em geral (trade)

Produtos	• Formação de 1 comitê técnico; • Execução de 2 fases de projeto urbanístico; • Implementação de 1 roteiro de visitação "Walking Tour Cultural"
Normas de licenciamento	• Licenciamento urbanístico
Investimento	• R$ 25.000.000,00[3]

Figura 32 Perímetro da Fase 1 de intervenção

[3] ref: 50.000m2 a CUB R$ 500,00/m2

Figura 33 Perímetro da Fase 2 de intervenção

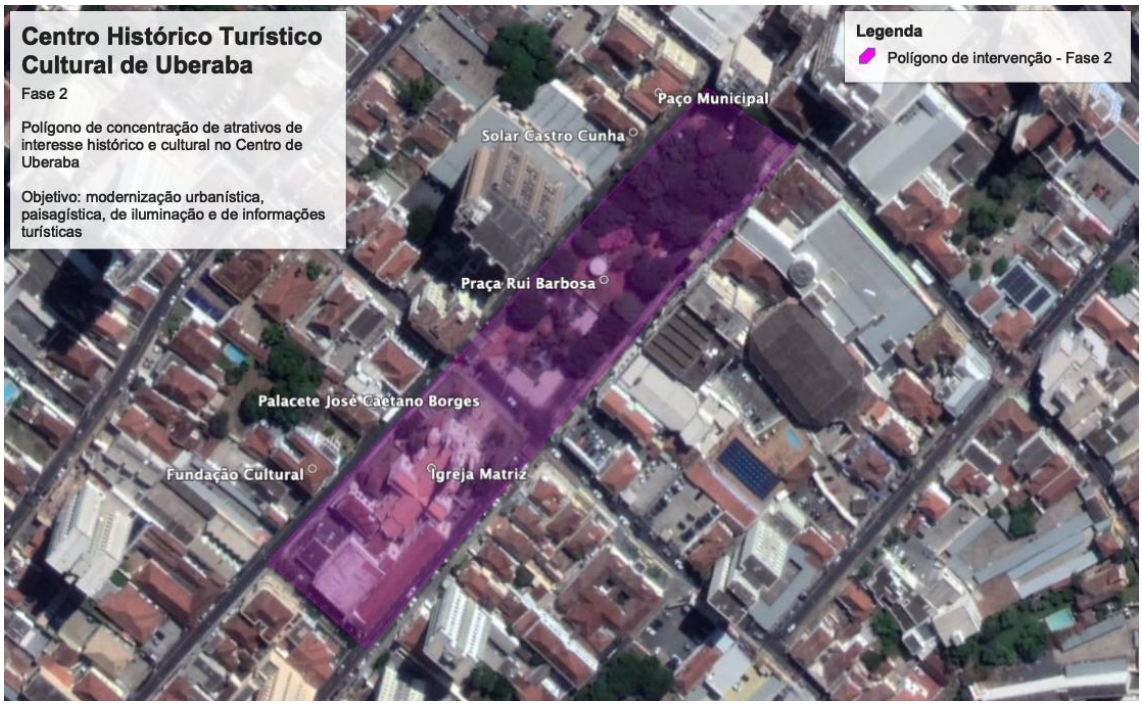


Figura 34 Percurso do roteiro de visitação de integração das fases 1 e 2

4.3. Ação 3 – Elaboração e implementação de projeto de modernização do Mercado Municipal

Ação 3	**Elaboração e implementação de projeto de modernização do Mercado Municipal**
Objetivo	Revitalizar e modernizar a infraestrutura completa do Mercado Municipal, readequar os espaços de circulação, melhorar a iluminação, melhorar a exposição de produtos artesanais, implementar uma praça de alimentação, reformar os banheiros e bebedouros e garantir a acessibilidade e mobilidade a todos, integrando os pavimentos térreo e superior. Destinar o Mercado exclusivamente para restaurantes, cafés, lanchonetes, lojas de artesanato e armazéns boutique (laticínios, carnes, peixes, conservas, doces).
Justificativa	Necessidade de qualificação arquitetônica, valorização do patrimônio construído e melhoria da infraestrutura de atendimento ao visitante
Descrição	• Criação de comitê técnico intersetorial para elaboração de estudo preliminar • Instalar o Centro de Informações Turísticas no Mercado Municipal • Licitar empresa de engenharia e arquitetura para elaboração de projeto e execução de obras de modernização • Atualizar as concessões dos espaços, destinando-os exclusivamente a restaurantes, cafés, lanchonetes, lojas de artesanato e armazéns boutique (laticínios, carnes, peixes, conservas, doces).
Responsáveis	SEDEC em parceria com Secretaria de Serviços Urbanos e Obras (SESURB) e a Secretaria de Planejamento (SEPLAN) e a Companhia Operacional de Desenvolvimento e Saneamento e Ações Urbanas (CODAU).
Benefícios e beneficiários	• Garantir acessibilidade e mobilidade no andar superior do Mercado proporcionando maior aproveitamento comercial. • Disponibilizar um estabelecimento mais iluminado e higiênico • Viabilizar maior circulação de pessoas incrementando o aumento no número de turistas e visitantes • Fortalecer o turismo gastronômico e cultural, com a destinação de novos espaços para cafés e restaurantes • Melhorar a identidade visual e garantir a identidade simbólica do Mercado aos Uberabenses • Benefício e valorização dos comércios locais e regionai (população, trade e turistas)

Produtos	• Formação de um comitê técnico; • Execução de 1 projeto de modernização arquitetônica; • Implantação de 1 centro de informações turísticas
Normas de licenciamento	• Licenciamento urbanístico
Investimento	• R$ 2.500.000,00

4.4. Ação 4 – Elaboração e implementação de projeto de modernização do Memorial Chico Xavier e Mata da Paz

Ação 4	**Elaboração e implementação de projeto de modernização do Memorial Chico Xavier e Mata da Paz**
Objetivo	Modernizar e promover a integração do Memorial Chico Xavier e da Mata da Paz, criando nos espaços de exposição, contemplação e meditação na Mata da Paz e no Memorial. Adequar as infraestruturas de circulação, iluminação, acessibilidade, banheiros e bebedouros. Criar nos espaços de atendimento ao turista e alimentação, viabilizando que o turista passe mais tempo e tenha uma experiência mais confortável.
Justificativa	Consolidação deste equipamento através da valorização deste bem imaterial, além da melhoria da infraestrutura ao visitante
Descrição	• Criação de comitê técnico com o Memorial Chico Xavier • Instalar o Centro de Informações Turísticas no Memorial Chico Xavier • Criar nos espaços de meditação, contemplação e exposição no Memorial e na Mata da Paz
Responsáveis	SEDEC em parceria com Secretaria de Serviços Urbanos e Obras (SESURB) e a Secretaria de Planejamento (SEPLAN), Companhia Operacional de Desenvolvimento e Saneamento e Ações Urbanas (CODAU) e Memorial Chico Xavier
Benefícios e beneficiários	• Garantir melhores condições de acessibilidade na Mata da Paz; • Criar um novo produto turístico, promovendo uma experiência espiritual/ambiental na Mata da Paz; • Viabilizar aumento no número de turistas e visitantes. • Benefício a comércio local, empresas e trabalhadores do turismo (trade e turistas)
Produtos	• Formação de um comitê técnico; • Execução de 1 projeto de modernização arquitetônica; • Implantação de 1 centro de informações turísticas
Normas de licenciamento	• Licenciamento urbanístico
Investimento	• R$ 1.500.000,00

4.5. Ação 5 – Elaboração de projeto e instalação de pórtico de entrada

Ação 5	**Elaboração de projeto e instalação de pórtico de entrada**
Objetivo	O objetivo é criar um elemento de identificação de Uberaba com destaque paisagístico, altamente visível e iluminado na entrada no município dando boas-vindas aos visitantes e moradores.
Justificativa	Oportunidade para consolidação de símbolo de identidade turística da cidade
Descrição	• Elaboração de edital para concurso de projeto arquitetônico e paisagístico • Licitar empresa de engenharia para execução do projeto
Responsáveis	SEDEC em parceria com Secretaria de Serviços Urbanos e Obras (SESURB) e a Secretaria de Planejamento (SEPLAN)
Benefícios e beneficiários	• Reafirmar a identidade territorial de Uberaba e sua marca turística • Ampliar e melhorar a infraestrutura turística do município • Divulgação dos pontos turísticos existentes • Benefício aos comerciantes do turismo (trade)
Produtos	• Publicação de 1 edital de concurso público; • Execução de 1 projeto de instalação de pórtico
Normas de licenciamento	• Licenciamento urbanístico
Investimento	• R$ 200.000,00

Figura 35 Pórtico na cidade de Ivoti/RS

4.6. Ação 6 - Criação do Centros de Atendimentos ao Turista (CAT)

Ação 6	**Criação do Centros de Atendimentos ao Turista (CAT)**
Objetivo	Fornecer informações interpretativas sobre a história e cultura da cidade e de seus atrativos turísticos e agenda de festividades culturais, por meio da implantação de guichês de atendimento ao turista no Mercado Municipal, Peirópolis, Geossítio Santa Rita e Memorial Chico Xavier; e de totens eletrônicos e displays de material promocional na Rodoviária, Aeroporto, Casa do Artesão, Complexo Mogiana e Museu ABCZ. Além disso, cada mobiliário pode conter espaços de mídia publicitária e divulgação de eventos e da agenda cultural mensal.
Justificativa	Necessidade de fornecimento de informações organizadas e orientação sobre o turismo local ao visitante
Descrição	• Elaboração de estudos técnicos para instalação de guichês e de totens eletrônicos e displays de informações ao turista nos locais indicados • Contratação ou estabelecimento de parceria com empresa para instalação do mobiliário e comercialização dos espaços de mídia • Elaboração e layout de informações interpretativas sobre a história e cultura da cidade e dos atrativos turísticos • Contratação de mão de obra para atendimento ao turista • Elaborar conteúdo de divulgação de eventos mensalmente
Responsáveis	SEDEC em parceria com Secretaria de Serviços Urbanos e Obras (SESURB) e a Secretaria de Planejamento (SEPLAN) e a Companhia Operacional de Desenvolvimento e Saneamento e Ações Urbanas (CODAU).
Benefícios e beneficiários	• Fornecer informações interpretativas sobre a história e cultura da cidade e dos atrativos • Divulgar eventos e agenda cultural da cidade • Captar recursos financeiros para o FUMTUR, por meio da comercialização de espaços de mídia nos mobiliários. • Benefício ao visitante e aos comerciantes locais (turistas e trade)
Produtos	• Implantação de 2 centros de informações turísticas; • Instalação de 2 tottens eletrônicos de informações turísticas
Normas de licenciamento	• Não se aplica

Investimento	• R$ 100.000,00

4.7. Ação 7 – Elaboração e implementação de projetos de qualificação da infraestrutura e paisagismo em Peirópolis

Ação 7	**Elaboração e implementação de projetos de qualificação da infraestrutura e paisagismo em Peirópolis**
Objetivo	Melhorar a coesão territorial e a infraestrutura turística em Peirópolis, com projeto urbanístico, sinalização e interpretação turística, controle de trânsito com redutor de velocidade da avenida principal da comunidade, construir decks e apoios nas cachoeiras e trilhas, construir um espaço em área comum para suporte aos turistas que queiram banhar-se nas cachoeiras com banheiros devidamente equipados com duchas e fraldário, melhorar as rampas de acessibilidade e criar um Centro de Informação e Apoio ao Turista (CIT).
Justificativa	Necessidade de qualificação urbanísticas e de melhoria da infraestrutura
Descrição	• Implementar placas de sinalização e interpretação turística • Implementar redutor de velocidade na avenida principal • Licitar empresa de engenharia para elaboração de projeto e execução de obras de construção de decks e apoios nas cachoeiras e trilhas; e construção de novos banheiros devidamente equipados com duchas e fraldário, podendo ser interligado ao Centro de Informação e Apoio ao Turista CIT; e construção de Centro de Informação e Apoio ao Turista CIT
Responsáveis	SEDEC em parceria com Secretaria de Serviços Urbanos e Obras (SESURB) e a Secretaria de Planejamento (SEPLAN) e a Companhia Operacional de Desenvolvimento e Saneamento e Ações Urbanas (CODAU).
Benefícios e beneficiários	• Revitalização urbana • Melhorar a identidade turística visual do local • Garantir a segurança de pedestre e crianças ao atravessar a rua entre a Casa do Turista/Escola Municipal e Museu do Dinossauro • Reestruturação dos banheiros e bebedouros • Viabilizar maior número de visitantes para as diversas segmentações de turismo atuantes no local (ecoturismo, ecoturismo, turismo de aventura, turismo comunitário, turismo rural) • Aumento no tempo de permanência dos turistas, pernoitando no local • Benefício aos visitantes e aos comerciantes locais (trade, turistas e população)

Produtos	• Execução de 1 projeto urbanístico; • Execução de 1 projeto de sinalização; • Implantação de 1 equipamento redutor de velocidade em via de travessia de pedestres em frente a Casa do Turista • Implantação de 1 centro de informações turísticas
Normas de licenciamento	• Licenciamento urbanístico
Investimento	• R$ 1.000.000,00

4.8. Ação 8 – Elaboração e implementação de sinalização dos atrativos turísticos

Ação 8	**Elaboração e implementação de sinalização dos atrativos turísticos**
Objetivo	Orientar os visitantes sobre conjunto de atrativos turísticos disponíveis na cidade, assegurando ao usuário maior informação com placas de interpretação histórico-cultural do atrativo, além da prévia orientação de direção, tempo e distância. Os painéis com informações interpretativas sobre os atrativos também pode oferecer espaço de mídia para comercialização, contribuindo para a arrecadação do FUMTUR.
Justificativa	Importante necessidade de organização e padronização da sinalização, informação e orientação aos visitantes
Descrição	• Elaborar estudo com indicação dos locais onde há necessidade de instalação de sinalização de direção, identificação e interpretação de atrativos turísticos • Instalar indicativo de direção e distância dos atrativos • Instalar placas de identificação dos atrativos turísticos • Instalar placas de interpretação turística abordando contextos histórico-culturais e/ou naturais.
Responsáveis	SEDEC em parceria com Secretaria de Serviços Urbanos e Obras (SESURB) e a Secretaria de Planejamento (SEPLAN)
Benefícios e beneficiários	• Melhorar a comunicação e interpretação nos atrativos turísticos. • Aumento de visitação turística nos atrativos • Melhorar reconhecimento dos atrativos pela população local • Benefício aos visitantes e comerciantes locais (trade e turista)
Produtos	• Execução de 1 projeto de sinalização turística
Normas de licenciamento	• Licenciamento urbanístico e de trânsito
Investimento	• R$ 100.000,00

Figura 36 Painel turístico interpretativo em São Paulo/SP

4.9. Ação 9 – Elaboração e implementação de projetos urbanísticos de criação do Complexo Turístico Mogiana

Ação 9	**Elaboração e implementação de projetos urbanísticos de criação do Complexo Turístico Mogiana**
Objetivo	Qualificar o espaço onde atualmente funciona o Arquivo Público, originária estação de trem, a fim de criar o Complexo Turístico Mogiana e implementar um espaço café temático para sociabilidades e lazer. A proposta é que o complexo se torne um atrativo destinado ao público mais jovem, inovador e que consome culturas alternativas e comércio e serviços com responsabilidade socioambiental.
Justificativa	Oportunidade de desenvolvimento comercial de complexo urbanístico, turístico e cultural
Descrição	• Elaborar estudo preliminar de modernização do edifício onde atualmente funciona o Arquivo Público. • Viabilizar projeto para reacomodação do Arquivo Público no edifício onde funcionava o Tribunal Regional Eleitoral de Minas Gerais, localizado na R. Lauro Borges, 97 - Estados Unidos, Uberaba - MG, 38015-020. • Licitar empresa de engenharia para elaboração de projeto e execução de obras de modernização do edifício do Arquivo Público e de urbanização do Complexo Turístico Mogiana • Realizar edital de licitação para concessão onerosa de uso de espaço público para implementar um Café Cultural e/ou restaurante e/ou bares. • Realizar edital para selecionar comerciantes e prestadores de serviço para ocupação de espaços comerciais provisórios em feirinha aos finais de semana, com o objetivo de comercializar antiguidades, artesanatos, moda, literatura, música, alimentos e bebidas. • Desenvolver projeto de feiras e eventos para viabilizar agenda anual de atividades culturais e comerciais no complexo. • Promover o Festival de Jazz de Uberaba no local.
Responsáveis	SEDEC em parceria com Secretaria de Serviços Urbanos e Obras (SESURB) e a Secretaria de Planejamento (SEPLAN)
Benefícios e beneficiários	• Promover a sociabilização e maior utilização do espaço do Arquivo Público • Reabilitar o espaço do Arquivo Público • Estimular o uso do espaço do Complexo Turístico Mogiana como novo atrativo de cultura e lazer • Benefício aos comerciantes locais (trade, turista e população)

Produtos	• Execução de 1 projeto urbanístico; • Execução de 1 plano de concessões de uso de espaço
Normas de licenciamento	• Licenciamento urbanístico
Investimento	• R$ 1.000.000,00

B. PROMOÇÃO TURÍSTICA

4.10. Ação 10 – Elaboração e implementação do Plano de Marketing e Promoção Turística

Ação 10	**Elaboração e implementação do Plano de Marketing e Promoção Turística**
Objetivo	Elaborar um Plano de Marketing para executar de maneira orientada e estratégica a Promoção Turística de Uberaba. Ampliar o uso da imagem e intensificar a identidade turística para seu fortalecimento. Ampliar a presença de mercado para os produtos turísticos locais e contribuir na divulgação para o desenvolvimento do circuito turístico da Alta Mogiana.
Justificativa	Necessidade de organização da comunicação e comercialização dos atrativos
Descrição	• Licitar e contratar empresa de marketing para elaboração do Plano de Marketing Turístico. • Promover impulsionamento pago, por meio de patrocínios/parcerias, nas publicações de eventos e atrativos nas redes sociais da Prefeitura. • Promover a marca turística utilizando banco de imagens e conteúdo, ferramentas digitais e virtuais de comunicação, audiovisuais, materiais para o trade e consumidor, imprensa, institucionais, público interno, confecção de souvenires característico da cultura Uberabense.
Responsáveis	SEDEC
Benefícios e beneficiários	• Consolidação da marca turística • Fortalecimento da imagem do destino • Aumento e diversificação da demanda turística • Fortalecimento dos segmentos de turismo já trabalhados • Benefício aos comerciantes locais (trade)
Produtos	• Execução de 1 Plano de Marketing; • Publicação de 1 conteúdo digital diário das segmentações; • Publicação de 100.000 guias ilustrados
Normas de licenciamento	• Não se aplica
Investimento	• R$ 100.000,00

4.11. Ação 11 – Elaboração e implementação do programa de incentivo a empreendimentos turísticos e gastronômicos "Selo Turístico Gastronômico"

Ação 11	**Elaboração e implementação do programa de incentivo a empreendimentos turísticos e gastronômicos "Selo Turístico Gastronômico"**
Objetivo	O objetivo deste projeto visa selecionar os estabelecimentos que oferecem pratos típicos; certificar a qualidade e a higiene dos bares e restaurantes por meio da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA); incentivar o registro voluntário no CADASTUR, como requisito para obtenção do Selo; promover a culinária local; e garantir melhoria no serviço e qualificação de mão de obra. O Selo será periódico realizado bienalmente e os estabelecimentos receberão identificação através de certificação, representando confiabilidade, prestígio e qualidade. Os estabelecimentos certificados serão divulgados com destaque no site oficinal do turismo municipal e em guias da prefeitura.
Justificativa	Oportunidade para qualificar a gastronomia local
Descrição	• Publicação de edital de candidatura dos estabelecimentos interessados em obtenção do Selo, indicando regras e documentação exigida. • Realização de vistorias e de emissão dos certificados • Publicação atualizada de inventário de estabelecimentos de alimentos e bebidas certificados, com fotografia profissional, no site oficial de turismo e em guias municipais.
Responsáveis	SEDEC em parceria com o Departamento de Vigilância Sanitária vinculado a Secretaria da Saúde (SMS).
Benefícios e beneficiários	• Concessão do selo turístico gastronômico • Aumento na credibilidade aos estabelecimentos gastronômicos • Divulgação e promoção dos bares e restaurantes que adquirirem o Selo Turístico Gastronômico • Garantia de participação no Festival Gastronômico Mineiro e em demais festivais e exposições • Orientar turistas e moradores a aproveitarem o melhor dos produtos e serviços oferecidos na cidade. • Benefício aos estabelecimentos gastronômicos (trade)

Produtos	• Publicação de 1 site com inventário de estabelecimentos; • Certificação de todos os estabelecimentos da cidade
Normas de licenciamento	• Normas sanitárias
Investimento	• R$ 20.000,00

4.12. Ação 12 – Realização de concurso para instalação de letreiros e estátuas temáticas

Ação 12	**Realização de concurso para instalação de letreiros e estátuas temáticas**
Objetivo	O objetivo deste projeto é instalar letreiros e de estátuas temáticas gigantes para a promoção da marca turística de Uberaba, utilizando temas da iconografia local (Dinossauros, Chico Xavier, Zebu), além de hashstags (#) de identificação da cidade, criando spots destinados a fotografias e promoção espontânea da cidade em redes sociais.
Justificativa	Oportunidade de consolidação dos símbolos temáticos da identidade local
Descrição	• Elaborar projeto para captar recurso municipal por meio do PRODETUR • Realização de concurso ou enquete para escolher figura/frase/palavra e fonte do letreiro ou estátua • Elaborar projeto/layout de letreiro temático com a frase/palavra e estátuas • Contratação ou estabelecimento de parceria com empresa para confecção e instalação de letreiro turístico
Responsáveis	SEDEC
Benefícios e beneficiários	• Ampliar a promoção do destino em redes sociais por meio de divulgação espontânea pelos turistas e visitantes • Criação de mais atrativos turísticos • Instalação da réplica de dinossauro no Geossítio Peirópolis e no Parque das Acácias-Piscinão • Benefício aos comerciantes locais (trade)
Produtos	• Implantação de 5 letreiros ou estátuas
Normas de licenciamento	• Licenciamento urbanístico
Investimento	• R$ 50.000,00

Figura 37 Letreiro temático na cidade de Nioaque/MS

4.13. Ação 13 – Criação e publicação de site oficial municipal de turismo

Ação 13	**Criação e publicação de site oficial municipal de turismo**
Objetivo	O objetivo visa comunicar e divulgar conteúdos dos produtos turísticos, equipamentos de lazer, agenda de eventos, feiras e festivais que o destino oferece, além dos serviços de hospedagem, transporte, alimentos e bebidas, a fim de unificar o inventário da oferta turística atualizada, através de um canal específico de informação oficial, promovendo e gerando o engajando do marketing digital.
Justificativa	Necessidade de organizar e promover as informações turísticas
Descrição	• Elaborar projeto para captar recurso através do PRODETUR pelo eixo "Promoção e Apoio à Comercialização" • Licitar e contratar empresa especializada para elaboração e confecção de site • Realizar campanhas promocionais e publicitárias para divulgação do site de turismo • Comunicar, divulgar e inovar em conteúdos dos produtos turísticos • Gerar impulsionando em redes sociais • Divulgar agenda atualizada de atividades e eventos
Responsáveis	SEDEC
Benefícios e beneficiários	• Incrementar a divulgação do destino e do seu circuito turístico • Parceria com os agentes privados dos serviços de hospedagem, casas de shows, promotores de eventos, bares e restaurantes • Ampliar a promoção do destino nos meios digitais e engajar as divulgações nos canais em redes sociais • Benefício aos visitantes e operadores turísticos (trade e turista)
Produtos	• Publicação de 1 site oficial de turismo
Normas de licenciamento	• Não se aplica
Investimento	• R$ 10.000,00

4.14. Ação 14 – Elaborar, viabilizar e confeccionar roteiros dos atrativos turísticos municipais

Ação 14	**Elaborar, viabilizar e confeccionar roteiros dos atrativos turísticos municipais**
Objetivo	Desenvolver um plano de viagem ou guia prático dos locais a serem visitados com indicação de horário, tempo de permanência para conhecimento do local, serviços inclusos e que tipo de equipamento levar. O guia deve combinar roteirização dos atrativos entre diferentes segmentos, combinando turismo cultural-religioso, geoturismo, eventos e negócios e outros.
Justificativa	Necessidade de organizar e promover as informações turísticas
Descrição	• Elaborar roteiro dos atrativos turísticos a serem visitados considerando tempo de visitação e logística • Confecção de material impresso com indicação de passeios a serem visitados • Desenvolver capacitação de moradores para atuarem como guias de turismo na cidade, inclusive em idiomas (inglês e espanhol), em parceria com SENAC • Captar recurso por meio do Investe Turismo via SEBRAE
Responsáveis	SEDEC em parceria com o SEBRAE, SENAC
Benefícios e beneficiários	• Elaboração, estruturação e comercialização do produto turístico • Profissionalização da atividade turística em Uberaba • Incremento no número de visitantes • Benefício a visitantes e operadores de turismo (trade e turista)
Produtos	• Publicação de 100.000 guias ilustrados dos roteiros; • Capacitação de 50 guias de turismo
Normas de licenciamento	• Não se aplica
Investimento	• R$ 10.000,00

4.15. Ação 15 – Fomentar a criação serviços e operações de turismo receptivo e promover intercâmbio de agências de turismo receptivo

Ação 15	**Fomentar a criação serviços e operações de turismo receptivo e promover intercâmbio de agências de turismo receptivo**
Objetivo	As agências de turismo receptivo têm o objetivo de orientar os visitantes para os melhores passeios a serem realizados no local, dispor dos serviços de guia de turismo, oferecer traslados aos passeios e estruturar a atividade turística para melhorar sua comercialização. Este projeto visa estimular a iniciativa privada a oferecer serviços de receptivo, podendo estimular agências que hoje operam apenas emissivos ou capacitando a comunidade para criar este tipo de estabelecimento. Também visa promover seminários, workshops e uma feira de turismo regional, que apresente as tendências e boas práticas no mercado turístico de Uberaba e Região, com apresentação de novidades e lançamentos de produtos turísticos da região.
Justificativa	Necessidade de qualificar as operações turísticas e promover roteiros
Descrição	• Celebrar acordo com SEBRAE para qualificação de agências, guias e operadoras locais em serviços de receptivo • Convocar os empresários das agências emissivas de Uberaba para apresentar proposta e estímulos a incrementar seus serviços com oferta de serviços de receptivo no município • Mobilizar o setor (agências, alimentos e bebidas, hotelaria, associações) para trocas de experiências • Identificar as tendências no mercado de turismo regional nos segmentos turísticos de Uberaba e região • Captar recurso por meio do FUNGETUR (Fundo Geral de Turismo) via BDMG (Banco de Desenvolvimento de Minhas Gerais)
Responsáveis	SEDEC em parceria com o SEBRAE e entidades privadas
Benefícios e beneficiários	• Inovar no mercado turístico • Fomentar novos produtos e serviços de turismo receptivo em Uberaba • Estimular a venda dos produtos turísticos da região • Conectar Uberaba e região ao mercado de turismo • Promover o turismo de experiência • Benefício a visitantes, comerciantes locais e operadores de turismo (trade e turista)

Produtos	• Realização de 1 reunião trimestral com agências; • Realizar 1 feira comercial de turismo regional anual
Normas de licenciamento	• Não se aplica
Investimento	• Sem custo

C. INOVAÇÃO INSTITUCIONAL

4.16. Ação 16 – Desenvolver Rede de Inteligência de Mercado no Turismo – RIMT

Ação 16	**Desenvolver Rede de Inteligência de Mercado no Turismo – RIMT**
Objetivo	Articular os diversos agentes do turismo a fim de desenvolver uma cultura participativa; monitorar o desempenho do turismo em Uberaba; analisar as informações e indicadores do turismo municipal; gerar conhecimento e inteligência; compartilhar as experiências com o objetivo de ampliar a profissionalização do marketing turístico, conforme expectativas e tendências dos mercados; incentivar o cadastro dos estabelecimentos obrigatórios no CADASTUR, com o objetivo de ordenar, formalizar e legalizar os prestadores de serviços turísticos do município, conforme Lei nº 11.771/2008.; e fomentar cursos de capacitação técnica, empreendedorismo e cursos de idiomas em parcerias público-privado.
Justificativa	Necessidade de organizar dados, pesquisas e planejamento do turismo
Descrição	• Formação de grupo técnico intersetorial público-privado, a fim de integrar entidades e estabelecimentos públicos e privados e formar uma rede de inteligência e ampliar o alcance das políticas públicas • Constituição de observatório de pesquisa na Diretoria de Turismo, para levantar e analisar dados do turismo, organizar informações, monitorar as mídias sociais do destino, elaborar estudos e indicadores de turismo • Desenvolver programa de capacitação técnica aos profissionais do setor do turismo, inclusive com cursos de idiomas (inglês e espanhol) • Implantar central de atendimento aos estabelecimentos turísticos com obrigatoriedade de cadastro no CADASTUR para orientação no cadastro • Desenvolver campanha de incentivo e assistência ao cadastro de estabelecimentos turísticos no CADASTUR
Responsáveis	SEDEC em parceira com o SEBRAE

enefícios e beneficiários	• Obter um melhor entendimento e possibilitar melhores diretrizes e ações para melhoria da atividade turística no município e região • Integrar a Regionalização do Turismo e formatar produtos turísticos inovadores • Construir estratégias comuns para a promoção, o posicionamento e o apoio à comercialização dos destinos • Pesquisar sobre os destinos concorrentes, colaborar para combinar os destinos e saber quem oferece aumento ou diminuição do fluxo • Mensurar a qualidade do destino através de estudo mercadológico e marketing • Consultar órgãos externos como o Observatório de Turismo do Estado de Minas Gerais e SEBRAE para gerar conhecimento e favorecer resultados positivos • Antecipar tendências e detectar oportunidades • Benefício ao Poder Público, comerciantes e operadores de turismo (trade)
Produtos	• Implantar 1 central de atendimento; • Implantar 1 Observatório de Turismo; • Implantar 1 banco de dados de estabelecimentos • Capacitar 200 profissionais no setor do turismo
Normas de licenciamento	• Não se aplica
Investimento	• Sem custo

4.17. Ação 17 – Desenvolver e promover Circuito Turístico da Alta Mogiana

Ação 17	**Desenvolver e promover Circuito Turístico da Alta Mogiana**
Objetivo	Promover o Circuito Turístico da Alta Mogiana; estabelecer a integração e fortalecimento dos produtos locais, principalmente nos municípios de maior proximidade regional; e viabilizar roteiros temáticos, histórico e cultural por meio da troca de experiência entre os municípios a fim de regionalizar os produtos.
Justificativa	Oportunidade para integração regional de produtos turísticos
Descrição	• Propor criação de grupo de trabalho regional para realização de reuniões e seminários; organização de festivais; e promoção de roteiros regionais • Construir e atualizar cadastro de agências e operadoras de turismo nos municípios do circuito, a fim de desenvolver e comercializar roteiros temáticos • Cadastrar artesãos, grupos culturais e estabelecimentos de alimentos e bebidas típicas para participar de festivais culturais e gastronômicos regionais • Promover festival cultural e gastronômico regional itinerante, em parceria com outros municípios e estabelecimentos comerciais, artesão e grupos culturais • Desenvolver campanha de promoção regional em parceria com outros municípios • Estabelecer direcionamento para o desenvolvimento turístico regional • Definir prioridades que atendam ao conjunto de atores envolvidos • Planejar e executar os projetos de desenvolvimento do turismo na região turística • Captar recurso por meio do Investe Turismo via Sebrae, leis de incentivo, patrocínios e parcerias privadas
Responsáveis	SEDEC e AMITAM
Benefícios e beneficiários	• Estimular a cooperação regional e reduzir a competição intermunicipal • Fomentar este arranjo turístico regional • Fortalecer a integração regional • Estimular novos produtos turísticos regionais • Benefício aos operadores turísticos regionais (trade)
Produtos	• Realização 2 festivais regionais por ano; • Publicação de 4 campanhas regionais por ano

Normas de licenciamento	• Não se aplica
Investimento	• R$ 200.000,00

4.18. Ação 18 – Elaborar e implementar projeto de Estruturação institucional da gestão do turismo

Ação 18	**Elaborar e implementar projeto de Estruturação institucional da gestão do turismo**
Objetivo	Fortalecer a gestão do turismo no município, por meio da ampliação da capacidade operacional e de interlocução da Diretoria de Turismo. Este objetivo se dará através da ampliação da equipe técnica, devidamente estruturada em cargos e responsabilidade; reservando ações específicas para a comunicação entre as diferentes secretarias e órgãos do município e da sociedade civil; e estabelecendo campanhas e canais de comunicação interna e externa.
Justificativa	Necessidade de estruturação e ganho de eficiência na gestão pública do turismo
Descrição	• Criação de novos cargos técnicos na Diretoria de Turismo, que contemplem as áreas de 1. Projetos, pesquisas, parcerias e captação de recursos; 2. Feiras, eventos, festivais e roteiros; 3. Central de promoção e informações ao turista • Criação de canais de comunicação interna e externa, promovendo maior interação entre a pasta do turismo e as diferentes secretarias e entidades da sociedade • Realização constante de qualificação técnica e gerencial dos servidores da pasta do turismo
Responsáveis	SEDEC
Benefícios e beneficiários	• Ampliar a capacidade de articulação institucional, mobilização de recursos internos e estabelecimento de parcerias público-privadas para a promoção e desenvolvimento do turismo. • Beneficia a gestão pública (trade)
Produtos	• Contratação de 3 servidores
Normas de licenciamento	• Não se aplica
Investimento	• Sem custo

Figura 38 Organograma da Diretoria de Turismo

4.19. Ação 19 – Elaborar e implementar projeto de Criação da Associação Geopark Uberaba

Ação 19	**Elaborar e implementar projeto de Criação da Associação Geopark Uberaba**
Objetivo	Estabelecer a organização institucional do Geopark Uberaba, através de criação de Associação formada por entidade gestora de direito público, constituindo organismo da administração indireta municipal ou entidade de direito privado, podendo se associar ao estado de Minas Gerais e à União, sob os objetivos: cultural; defesa e conservação do patrimônio histórico e artístico; defesa, preservação e conservação do meio ambiente e promoção do desenvolvimento sustentável; pesquisa científica, desenvolvimento de tecnologias alternativas; modernização do sistema de gestão; produção e divulgação de informações de conhecimento técnico e científico.
Justificativa	Necessidade de institucionalização do Geopark
Descrição	• Formação de grupo de trabalho intersetorial específico para criação e estruturação da Associação Geopark Uberaba • Formação de grupo de trabalho para definição da estrutura organizacional e funcionamento da Associação • Elaborar plano de captação de recursos e execução de projetos • Mapear o patrimônio geológico para a geoconservação e visitação dos depósitos paleontológicos e objetos de valor • Implementar programa para formação de Geomonitores para interpretação do patrimônio local e popularizar a geodiversidade.
Responsáveis	SEDEC em parceria com COMTUR, UFTM, Fundação Cultural de Uberaba, ABCZ, SEBRAE, Secretarias da Prefeitura Municipal de Uberaba
Benefícios e beneficiários	• Autonomia em gestão no Geopark Uberaba • Captação de recursos para manutenção de suas atividades de utilidade pública e em benefício da sociedade • Fomentar atividades de geoeducação, geoconservação e geoturismo • Promover a produção e divulgação de informações e conhecimentos técnicos e científicos relacionados a temática do Geopark Uberaba • Elaborar projetos com lei de incentivo e maneiras de auto financiamento • Incentivar atividades voltadas à difusão artística propiciando o desenvolvimento cultural do local • Beneficia o Poder Públicos e comerciantes relacionados ao Geopark (trade)

Produtos	• Elaboração de 1 dossiê de candidatura a Rede Global de Geoparques Nacionais sob auspícios da UNESCO • Formação de 30 geomonitores • Elaboração de 1 material didático interpretativo sobre as geociências e paleontológicas
Normas de licenciamento	• Não e aplica
Investimento	• Sem custo

4.20. Ação 20 – Elaborar e implementar Plano Estratégico para Captação de Recursos

Ação 20	**Elaborar e implementar Plano Estratégico para Captação de Recursos**
Objetivo	Elaborar plano estratégico que embase as ações de captação de recursos financeiros, através de editais, mecanismos fiscais nas esferas estaduais, federais e outros; tendo em vista prévio inventário de equipamentos culturais do município e ações que gerariam impacto à economia da cultura e do município.
Justificativa	Necessidade de captação de investimentos e recursos públicos para o turismo
Descrição	• Criar grupo de trabalho transversal e intersetorial para debate sobre o potencial de produtos culturais presentes no município (iniciativas artísticas, movimentos culturais populares, equipamentos públicos de cultura); • Promover análise de potencial de financiamento das atividades artísticos culturais resultantes da discussão anterior; • Deliberar atividades artísticas culturais, as quais deverão se tornar projetos, a serem desenvolvidas a curto, médio e em longo prazo (ponto básico para o plano estratégico); • Realizar parcerias com empresas privadas, as quais detenham o conhecimento necessário para inscrição dos projetos em editais e mecanismos de incentivo federais, estaduais e outros; assim como a realização do processo de captação de recursos e relacionamento; • Atuar, junto à empresa parceira, na definição de planos estratégicos a médio e longo prazo para captação de recursos financeiros para a cultura, compreendendo a realidade do financiamento à cultura no país a partir das práticas do mercado;
Responsáveis	SEDEC em parceria com a Fundação de Cultura, Sistema Estadual de Museus de Minas Gerais
Benefícios e beneficiários	• Expandir potenciais das atividades artísticos culturais, a partir do efetivo financiamento da cultura no município; • Mobilizar ações derivadas dos projetos que toquem em atividades transversais à cultura (ex: educação, saúde, meio ambiente) • Ampliar a visibilidade da atividade cultural enquanto produtor de empregos e giro econômico • Garantir imagem cultural para a cidade, tendo como norte a construção de ações de médio e longo prazo, as quais caracterizarão o território como fazedor de cultura • Engajar a população a partir de projetos que prezem pelo uso da mão de obra local, temática regional e outros aspectos que ratifiquem a coesão do poder público • Beneficiará comerciantes locais e trabalhadores do setor (trade)

Produtos	• Elaboração de 1 plano de captação de recursos
Normas de licenciamento	• Não se aplica
Investimento	• Sem custo

D. QUALIFICAÇÃO E ESTÍMULO A NOVOS PRODUTOS TURÍSTICOS

4.21. Ação 21 – Criação e implementação de Roteiro de Geoeducação: Peirópolis – Ponte Alta

Ação 21	**Criação e implementação de Roteiro de Geoeducação: Peirópolis – Ponte Alta**
Objetivo	Promover geoeducação, por meio de roteiro de visitação guiado por geomonitores em roteiro pelos geossítio entre Peirópolis e Ponte Alta, em parceria com escolas particulares e públicas no município de Uberaba. As atividades pretendem estimular as crianças ao aprendizado, de maneira lúdica e criativa, sobre os estudos paleontológicos, geológicos, de genética e de biotecnologia, associado a atividades de ecoturismo e aventura. O Projeto pretende articular a oferta de serviços da comunidade, como "transfer", guias em passeios de aventura e alimentação. Um objetivo secundário é estimular a criação de receptivos locais para comercializar este produto com agências da região.
Justificativa	Oportunidade para desenvolver um dos pilares do Geopark, a geoeducação
Descrição	• Realização de reunião com a comunidade de Peirópolis para apresentação de proposta e formação de grupo técnico de execução, com indicação dos fornecedores locais (transporte, receptivo, guias de passeios, alimentação, geomonitores, educadores, artistas e artesão) • Realização de reuniões com escolas particulares para apresentação do projeto e indicações dos fornecedores locais • Realização de reunião com Secretaria de Educação para inclusão do projeto na agenda pedagógica do município • Realização de reunião com instituições privadas a fim de buscar investimento e apoio na execução do projeto voltada aos alunos de escolas públicas municipais
Responsáveis	SEDEC em parceria com a UFTM e a Secretaria de Educação (SEMED)

Benefícios e beneficiários	• Fomentar o interesse da comunidade escolar na temática do geossítio • Incentivar as crianças sobre estudo em ciências e na temática do geossítio • Promover a inclusão e capacitação social • Realizar oficinas lúdicas com materiais com temas de paleontologia, geologia, genética e biotecnologia e explicações nos passeios • Realizar passeios educativos nas trilhas e cachoeiras em Peirópolis e Ponte Alta • Realizar brincadeiras e gincanas nos espaços públicos do geossítio • Contação de histórias sobre o ninho de dinossauros encontrados no local • Beneficiará na qualificação educacional dos estudantes no município (população e turista)
Produtos	• Realização de 4 colônias de férias com estudantes de escolas públicas por semestre
Normas de licenciamento	• Não se aplica
Investimento	• Sem custo

4.22. Ação 22 – Contratação de assistência técnica da Comunidade de Peirópolis para qualificação e desenvolvimento de novos produtos de Turismo Comunitário

Ação 22	**Contratação de assistência técnica da Comunidade de Peirópolis para qualificação e desenvolvimento de novos produtos de Turismo Comunitário**
Objetivo	Oferecer assistência técnica em planejamento e organização comunitária e qualificação profissional, voltados para o desenvolvimento de novos produtos turísticos na comunidade rural de Peirópolis, buscando promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo para todos, em consonância com a agenda global 2030. Finalmente, a assistência pretende desenvolver um plano consolidado para o desenvolvimento da economia do turismo comunitário, impulsionando negócios locais de qualidade, que gerem renda de alto valor agregado e o desenvolvimento econômico da comunidade.
Justificativa	Oportunidade para desenvolvimento comunitário
Descrição	• Contratação de assessoria técnica especializada em desenvolvimento de trabalho social comunitário para elaboração de plano local de turismo de base comunitária • Ofertar cursos profissionalizantes de gastronomia, artesanato e produção de eventos • Fomento para financiamento de pequenos negócios/MEI e/ou microcrédito em parceria com FUNGETUR e SENAR • Fomento de novos produtos do turismo rural, por meio de assistência técnica em parceria com CITUR - Centro Informações de Turismo Rural de Uberaba
Responsáveis	SEDEC em parceria com o Centro Técnico da SEMAM - Secretaria de Meio Ambiente, SEBRAE, SENAC, SENAR, FUNGETUR, CITUR, CDL
Benefícios e beneficiários	• Fortalecer a cultura rural e o senso de pertencimento e de organização comunitária • Promover geração e distribuição de renda para a população da comunidade • Desenvolver novos produtos turísticos no Geossítio Peirópolis • Estimular a permanência dos turistas em Peirópolis • Beneficio a toda a comunidade (população, trade e turista)
Produtos	• Elaboração de 1 plano de turismo comunitário

Normas de licenciamento	• Não se aplica
Investimento	• R$ 100.000,00

4.23. Ação 23 – Criação da Casa de Cultura 13 de Maio

Ação 23	**Criação da Casa de Cultura 13 de Maio**
Objetivo	Promover a representatividade e homenagem à integração da herança cultural e religiosa de matriz africana em Uberaba, caracterizada por meio do tradicional festejo e manifestação cultural "13 de maio", onde se apresentam expressões artísticas e religiosas como Ternos de Congados, Moçambique, Afoxés e Vilões. Este novo centro cultural pretende promover a reparação, desmistificação e valorização da herança de origem africana. Preferencialmente, o novo equipamento deve estar localizado no proposto Complexo Turístico Histórico e Cultural do "micro-centro" de Uberaba, próximo ao Mercado Municipal, Museu de Arte Sacra e Igreja de São Domingo.
Justificativa	Necessidade de valorização da cultura de matriz africana
Descrição	• Realização de reunião com representantes de grupos e de manifestações culturais e religiosas de matriz africana para apresentação de proposta e formação de grupo técnico de trabalho • Elaboração de projeto para implantação do Centro Cultural • Elaboração de projeto de acervo do Centro Cultural • Realização de reuniões com parceiros privados em busca de patrocínio para implementação do projeto • Submeter projeto de captação de recursos de incentivo cultural • Implementar a Casa de Cultura 13 de Maio
Responsáveis	SEDEC em parceria com a Fundação Cultural de Uberaba por meio do Departamento de Ações Culturais e Assuntos Afro e os grupos; Associação de Congadas e Moçambiques Afoxés e Vilões de Uberaba (Acomavu); as lideranças da Comunidade Afro Brasileira de Uberaba e o Centro de Turismo Étnico Sebastião Mapuaba.
Benefícios e beneficiários	• Fortalecer o patrimônio imaterial e a integração cultural da formação social e histórica de Uberaba • Benefício aos grupos e organizações de defesa e valorização da cultura de origem africana (população, trade e turista)
Produtos	• Implantação de 1 equipamento cultural; • Publicação de material publicitário de acervo cultural
Normas de licenciamento	• Licenciamento urbanístico
Investimento	• R$ 300.000,00

4.24. Ação 24 – Contratação de assistência técnica aos artesãos para qualificação e comercialização

Ação 24	**Contratação de assistência técnica aos artesãos para qualificação da produção artesanal artística**
Objetivo	Elaborar uma marca para o artesanato local de Uberaba, com assinaturas e produtos exclusivos; e desenvolver geoprodutos, que são novas oportunidades de negócios, combinando produtos tradicionais com a abordagem temática do Geopark Uberaba, buscando assegurar padrões de produção sustentáveis e inclusivos. Por fim, o projeto pretende ampliar os canais de venda dos geoprodutos nos CATs (Centros de Atendimento ao Turista) que estarão em locais estratégicos.
Justificativa	Necessidade de diversificação e qualificação do artesanato local
Descrição	• Contratação de empresa especializada em assistência técnica em desenvolvimento de negócios sociais para realizar trabalho de elaboração de plano de negócio social; e fornecimento de qualificação técnica em gestão e inovação • Fomento financeiro aos artesão com fornecimento de micro-crédito para o financiamento de novos negócios
Responsáveis	SEDEC e as Associações dos artesãos e artesãs do município, SEBRAE, instituições financeiras
Benefícios e beneficiários	• Engajamento social e fortalecimento dos profissionais • Aumento na renda dos artesãos • Enriquecimento e inovação na oferta turística local • Fortalecer a organização dos artesãos • Engajar e empoderar os artesões motivando-os no processo produtivo criativo • Criar novos produtos relacionados a palenteologia e ao patrimônio local • Comercializar na região turística • Benefício aos artesão locais (trade e turista)
Produtos	• Publicação de material publicitário com curadoria de artesanatos típicos, assinados pelos artesãos locais
Normas de licenciamento	• Não se aplica
Investimento	• R$ 100.000,00

4.25. Ação 25 – Desenvolver e implementar projeto de incentivo ao turismo rural "Turismo nas Fazendas"

Ação 25	**Desenvolver e implementar projeto de incentivo ao turismo rural "Turismo nas Fazendas"**
Objetivo	Aumentar a oferta de atrativos e estabelecimentos no segmento de turismo rural, através de assistência técnica para transformar fazendas existentes em serviços turísticos, a exemplo de pequenos hotéis fazenda, pousadas boutique, restaurantes e cafés, espaços para eventos e casamentos, SPA e centros estéticos, laboratórios de genética bovina, entre outras opções. A proposta é de criar uma oferta de hospedagem temática. A estratégia é fornecer apoio através de assistência à elaboração de projeto, plano de negócio, apoio ao financiamento, apoio à promoção e divulgação, inclusão em roteiros e guias. Promovendo assim, novas experiências e valorização da cultura local, de forma sustentável e inclusiva.
Justificativa	Oportunidade de exploração do turismo rural
Descrição	• Celebrar acordo com SEBRAE para curso de qualificação, assistência técnica e capacitação em receptivo • Identificar as fazendas potenciais e agendar reunião com proprietários para apresentação de proposta de assistência técnica • Mobilizar os proprietários à elaboração de projeto, plano de negócio, apoio ao financiamento, promoção e divulgação • Incluir os novos estabelecimentos nos guias locais e regionais e certificar com o setor turístico
Responsáveis	SEDEC em parceria via Consultoria Técnica com o Instituto de Desenvolvimento do Turismo Rural (IDESTUR) e/ou SEBRAE, Braziliam Cattle (receptivo ABCZ)
Benefícios e beneficiários	• Ampliar a oferta de hospedagem temática rural • Agregar maior valor às fazendas que atualmente não são exploradas comercialmente • Propiciar o turismo de experiência nas fazendas • Inovar o conjunto de produtos turísticos em Uberaba de forma sustentável • Benefício a comerciantes e produtores rurais (trade, turista e população)
Produtos	• Elaboração de 1 cadastro de fazendas turísticas; • Publicação de 1 guia ilustrado de fazendas turísticas

Normas de licenciamento	• Não se aplica
Investimento	• Sem custo

4.26. Ação 26 – Desenvolver e implementar projeto de incentivo ao turismo gastronômico "Festival Gastronômico Mineiro"

Ação 26	**Desenvolver e implementar projeto de incentivo ao turismo gastronômico "Festival Gastronômico Mineiro"**
Objetivo	Realização de festival regional de gastronomia, em parceria com os municípios integrantes da Alta Mogiana e/ou da RIMT, promovendo a cultura particular de cada local e sua oferta turística regional. O Festival tem o objetivo de promover a gastronomia regional mineira com a participação de bares e restaurantes, seguindo devidamente as normas da ANVISA e credenciados no CADASTUR, fomentando a criação de novos pratos da culinária local e regional. O Festival pode acontecer trimestralmente em esquema de rodízio, sendo realizado uma vez em cada um dos municípios participantes. Como estímulo à celebração de parcerias, o festival deve selecionar os estabelecimentos que possuam o Selo Gastronômico.
Justificativa	Oportunidade para desenvolver o turismo gastronômico
Descrição	• Realizar de reunião intermunicipal (Alta Mogiana e/ou RIMT) para compor grupo de trabalho do festival, com reuniões mensais • Articular parcerias com estabelecimentos e instituições privadas, a fim de obter patrocínio e investimento no Festival • Garantir a participação de grupos e manifestações culturais dos municípios participantes
Responsáveis	SEDEC em parceria com a Fundação de Cultura, SEBRAE e SESC
Benefícios e beneficiários	• Criação de novos pratos da culinária regional • Promoção da cultura, dos produtos e dos roteiros turísticos da região • Fortalecimento a identidade gastronômica Uberabense e da cultura mineira • Benefício aos comerciantes de alimentos e bebidas (trade, turista e população)
Produtos	• Realização de 1 festival por ano
Normas de licenciamento	• Não se aplica
Investimento	• R$ 400.000,00

4.27. Ação 27 – Desenvolver e implementar projeto de incentivo ao turismo religioso e cultural "Festival Internacional Literário Espírita (FILE)"

Ação 27	**Desenvolver e implementar projeto de incentivo ao turismo religioso e cultural "Festival Internacional Literário Espírita (FILE)"**
Objetivo	Em parceria com a Aliança Municipal Espírita, que realiza um feira anua de literatura espírita, com as livrarias espíritas do município e com o Memorial Chico Xavier, promover um Festival Internacional que agregue venda livros espíritas, mostra de filmes, rodas de conversas, lançamento de livros, palestras, bate-papos com autores, apresentações de shows, performances de grupos culturais e artistas locais. O Festival pode ser realizado na semana de comemoração do aniversário de Chico Xavier e contar de 7 a 10 dias de programação, atraindo público de todo o Brasil para longas estadias. O local de realização deve ser no Memorial Chico Xavier e na Mata da Paz, com instalação de estruturas provisórias para comercialização de livros, com stands para as livrarias e associações, praça de alimentação, venda de artesanatos, centro de atendimento aos turistas, espaços para palestras, exibição de filmes e locais para meditação em grupo na Mata de Paz e no Memorial.
Justificativa	Oportunidade para fortalecer o turismo religioso e cultural espírita
Descrição	• Organização de grupo de trabalho técnico para discussão e elaboração da proposta do Festival • Formação de grupo de curadoria do festival, em parceria com os centros culturais e religiosos espíritas no Brasil • Articulação de parcerias para obtenção de patrocínio
Responsáveis	SEDEC em parceira com a Fundação de Cultura, Memorial Chico Xavier, Aliança Municipal Espírita, Casa da Lembrança.
Benefícios e beneficiários	• Incremento no número de visitantes e turistas em Uberaba • Promoção de Uberaba como principal destino de turismo de temática espírita no Brasil • Maior engajamento no turismo cultural em Uberaba • Benefício aos comerciantes locais (trade, turista e população)
Produtos	• Realização de 1 festival por ano

Normas de licenciamento	• Não se aplica
Investimento	• R$ 800.000,00

5. Responsáveis e parceiros

AÇÕES	INSTITUIÇÃO	RESPONSABILIDADES
A - Infraestrutura turística		
1. Elaboração e implementação de projetos de adaptação de equipamentos turísticos a pessoas com deficiências	SEDEC	Elaboração de projetos; captação de recursos; articulação com outras secretarias
	UFTM	Equipe técnica; planejamento
	ACIU	Criação de espaços publicitários para comercialização
	IEATM	Acessar os profissionais, para fazer análise e vistoria desses projetos de acessibilidade.
	SEMAM	No que se refere a prestação de informação junto a população, a SEMAM pode elaborar um pequeno texto sobre cada um deles, a ser disponibilizado aos visitantes
2. Elaboração e implementação de projetos de qualificação urbana e paisagística do "Centro Turístico Histórico Cultural"	SEDEC	Gestora do projeto; busca parceiros para implementação de sinalização e pode incrementar a ação com atividades e eventos; captação de recursos
	UFTM	A UFTM pode contribuir com profissionais da área para esse levantamento.
	IEATM	O IEATM, pode analisar e avaliar os projetos, de forma à auxiliar, nas questões de pavimentação das rua e calçadas diferenciadas, paisagismo e iluminação, angariando cada profissional da área especifica para essa assessoria.
	SEMAM	A SEMAM dispõe de profissionais habilitados a elaborar projeto de paisagismo.
	FUNDAÇÃO CULTURAL	FCU deveria contribuir na geração de conteúdos que permitam ao visitante, entrar nos locais, conhecer, fruir, descansar entre um ponto e outro. Além de fornecer o mapeamento destes espaços e os que de fato tem possibilidade de serem turísticos e na formatação de roteiros.
3. Elaboração e implementação de projeto de modernização do Mercado Municipal	SEDEC	Parceria para capacitação de mão de obra para atendimento ao turista, melhoria do artesanato, divulgação dos pontos turísticos por meio de materiais, implantação de informações. A captação de recurso é uma possibilidade.
	UFTM	A UFTM pode contribuir com profissionais da área para realização do projeto.
	ACIU	Modular o fornecimento de comidas típicas e/ou exóticas de forma a montar um mix de serviços.

	FUNDAÇÃO CULTURAL	FCU poderia ajudar nas questões de projeto e auxilio junto ao Conselho Municipal de Patrimônio para estudar as adequações.
4. Elaboração e implementação de projeto de modernização do Memorial Chico Xavier e Mata da Paz	SEDEC	Captação de recursos
	UFTM	A UFTM pode contribuir com profissionais da área para realização do projeto.
5. Elaboração de projeto e instalação de pórtico de entrada	SEDEC	Captação de recursos
	SEMAM	A SEMAM dispõe de profissionais habilitados a elaborar projeto de paisagismo
6. Criação do Centros de Atendimentos ao Turista (CAT)	SEDEC	Responsabilidade da sedec - parcerias são formas interessantes de viabilizar a execução satisfatória do CAT
	UFTM	A UFTM pode contribuir com a produção e impressão de material publicitário e talvez com a doação de equipamentos e moveis.
	AMITAM	A AMITAM pode contribuir com orientação e material informativo de apoio
	IEATM	Levar para os associados do IEATM, de forma a "vender" esses anúncios aos empresários.
	FUNDAÇÃO CULTURAL	A FCU pode contribuir com espaços.
7. Elaboração e implementação de projetos de qualificação da infraestrutura e paisagismo em Peirópolis	SEDEC	Execução e captação de recursos
	UFTM	A UFTM pode contribuir com a produção e impressão de material publicitário e talvez com a doação de equipamentos e moveis.
	IEATM	O IEATM pode criar um grupo de arquitetos e engenheiros que queiram participar da vistoria e analise dos projetos.
	SEMAM	Tanto na questão paisagística quanto na elaboração de projeto de conscientização ambiental, a SEMAM dispõe de profissionais habilitados a elaborar projeto em ambas as áreas.
8. Elaboração e implementação de	SEDEC	Execução e captação de recursos
	IEATM	Levar para os associados do IEATM, de forma a "vender" esses anúncios aos empresários.

sinalização dos atrativos turísticos	FUNDAÇÃO CULTURAL	A FCU poderia contribui na geração de conteúdo e escolha dos locais.
9. Elaboração e implementação de projetos urbanísticos de criação do Complexo Turístico Mogiana	SEDEC SEMAM	Execução e captação de recursos Tanto na questão paisagística quanto na elaboração de projeto de conscientização ambiental, a SEMAM dispõe de profissionais habilitados a elaborar projeto em ambas as áreas
B - Promoção turística		
10. Elaboração e implementação do Plano de Marketing e Promoção Turística	SEDEC UFTM FUNDAÇÃO CULTURAL	Execução e captação de recursos A UFTM pode disponibilizar profissionais para atuar na elaboração do plano. A FCU poderia colaborar no que tange ao Turismo Cultural e Religioso
11. Elaboração e implementação do programa de incentivo a empreendimentos turísticos e gastronômicos "Selo Turístico Gastronômico"	SEDEC UFTM FUNDAÇÃO CULTURAL	Execução e parceria para o desenvolvimento do selo - que pode ser um dos módulos do selo Geopark A UFTM pode realizar a certificação dos estabelecimentos e dispor de profissionais para compor a equipe que irá analisar para a certificação. A FCU poderia fazer o registro das culinárias local como patrimônio imaterial
12. Realização de concurso para instalação de letreiros e estátuas temáticas	SEDEC SEMAM	Orçamento e captação de recursos Trabalhar o paisagismo e o cuidado com essas áreas junto aos monumentos.
13. Criação e publicação de site oficial municipal de	SEDEC SEMAM	Em execução - captação e conteúdo Incluir informações sobre os parques sob responsabilidade da SEMAM com fotos e se possível, passeio virtual de parte do parque para estimular o visitante a conhecer.

turismo	FUNDAÇÃO CULTURAL	Site e APP com informações a FCU poderia contribuir com as informações relativas ao Turismo Cultural e Religioso
14. Elaborar, viabilizar e confeccionar roteiros dos atrativos turísticos municipais	SEDEC	Apoio informativo - nova versão do guia Geopark
15. Fomentar a criação serviços e operações de turismo receptivo e promover intercâmbio de agências de turismo receptivo	SEDEC UFTM AMITAM	Fomento e promoção de seminário, workshops e feiras A UFTM pode contribuir com sua estrutura para a realização de seminários, workshop e feiras. Fomento
C - Desenvolvimento institucional		
16. Desenvolver Rede de Inteligência de Mercado no Turismo – RIMT	SEDEC UFTM	Parcerias para a execução de cursos de capacitação gratuitos para o micro e pequeno negócio. Incentivo e fomento ao cadastro pela divulgação de estabelecimentos regulares A UFTM pode promover os cursos por meio da Escola de Extensão Universitária.
17. Desenvolver e promover Circuito Turístico da Alta Mogiana	SEDEC UFTM AMITAM FUNDAÇÃO CULTURAL	Parceria A UFTM pode ser mediadora na conversa com os municípios. Participação e orientação Uma forma da FCU colaborar é no estabelecimento de um intercâmbio cultural entre as cidades.

18. Elaborar e implementar projeto de Estruturação institucional da gestão do turismo	SEDEC	Proposta
19. Elaborar e implementar projeto de Criação da Associação Geopark Uberaba	SEDEC FUNDAÇÃO CULTURAL	Apoio a criação do estatuto, realização da primeira assembleia, parceria financeira para manutenção da entidade se aprovada pela gestão municipal A FCU poderia participar dessa associação devido as ações promovidas na cultura que estão diretamente ligadas ao Geopark.
20. Elaborar e implementar Plano Estratégico para Captação de Recursos	SEDEC FUNDAÇÃO CULTURAL	Elaboração e divulgação de um portfólio FCU possui um Departamento de projetos que poderia colaborar na confecção e execução de projetos voltados ao Turismo Cultural
D - Qualificação e estímulo a novos produtos turísticos		
21. Criação e implementação de Roteiro de Geoeducação: Peirópolis – Ponte Alta	SEDEC UFTM	Parceria e divulgação A UFTM já tem caminhado para implantar ações nessa linha no Complexo de Peirópolis. Alguns projetos já em andamento.

22. Contratação de assistência técnica da Comunidade de Peirópolis para qualificação e desenvolvimento de novos produtos de Turismo Comunitário	SEDEC	Desenvolvimento de parceria
23. Criação da Casa de Cultura 13 de Maio	SEDEC FUNDAÇÃO CULTURAL	Captação e estabelecimento de parcerias FCU poderia expandir suas ações voltadas a Cultura Afro Brasileira
24. Contratação de assistência técnica aos artesãos para qualificação e comercialização	SEDEC FUNDAÇÃO CULTURAL	Parceria para capacitação e aumento aos canais de escoamento FCU poderia contribuir visto que possui muita proximidade com os grupos na cidade
25. Desenvolver e implementar projeto de incentivo o turismo rural "Turismo nas Fazendas"	SEDEC AMITAM	Apoio para a formulação do projeto, e estabelecimento de parcerias que possam melhorar a infraestrutura necessária de acesso Orientação e participação com projetos
26. Desenvolver e implementar projeto de incentivo ao turismo gastronômico "Festival Gastronômico Mineiro"	SEDEC UFTM AMITAM	Infraestrutura, fomento e execução A UFTM pode ser parceira na realização, inclusive com está prevista dentre as ações de cultura. Participação e orientação

27. Desenvolver e implementar projeto de incentivo ao turismo religioso e cultural "Festival Internacional Literário Espírita (FILE)"	SEDEC UFTM FUNDAÇÃO CULTURAL	Apoio na ampliação da feira de livros, em parceria com a Aliança Municipal Espírita A UFTM pode ser parceira na realização, inclusive com está prevista dentre as ações de cultura. A FCU poderia ser parceria com a estrutura do Memorial Chico Xavier

6. Cronograma de execução

AÇÕES	Ano 1				Ano 2				Ano 3			
	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T
A - Infraestrutura turística												
1. Elaboração e implementação de projetos de adaptação de equipamentos turísticos a pessoas com deficiências					■	■						
2. Elaboração e implementação de projetos de qualificação urbana e paisagística do "Centro Turístico Histórico Cultural"							■	■	■	■	■	■
3. Elaboração e implementação de projeto de modernização do Mercado Municipal					■	■	■	■				
4. Elaboração e implementação de projeto de modernização do Memorial Chico Xavier e Mata da Paz					■	■	■	■				
5. Elaboração de projeto e instalação de pórtico de entrada			■	■								
6. Criação do Centros de Atendimentos ao Turista (CAT)	■	■										
7. Elaboração e implementação de projetos de qualificação da infraestrutura e paisagismo em Peirópolis									■	■	■	■
8. Elaboração e implementação de sinalização dos atrativos turísticos	■	■	■									
9. Elaboração e implementação de projetos urbanísticos de criação do Complexo Turístico Mogiana		■	■	■	■							
B - Promoção turística												
10. Elaboração e implementação do Plano de Marketing e Promoção Turística			■	■	■	■						
11. Elaboração e implementação do programa de incentivo a empreendimentos turísticos e gastronômicos "Selo Turístico Gastronômico"	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
12. Realização de concurso para instalação de letreiros e estátuas temáticas					■	■	■	■				

13. Criação e publicação de site oficial municipal de turismo
14. Elaborar, viabilizar e confeccionar roteiros dos atrativos turísticos municipais
15. Fomentar a criação serviços e operações de turismo receptivo e promover intercâmbio de agências de turismo receptivo

C - Desenvolvimento institucional

16. Desenvolver Rede de Inteligência de Mercado no Turismo – RIMT
17. Desenvolver e promover Circuito Turístico da Alta Mogiana
18. Elaborar e implementar projeto de Estruturação institucional da gestão do turismo
19. Elaborar e implementar projeto de Criação da Associação Geopark Uberaba
20. Elaborar e implementar Plano Estratégico para Captação de Recursos

D - Qualificação e estímulo a novos produtos turísticos

21. Criação e implementação de Roteiro de Geoeducação: Peirópolis – Ponte Alta
22. Contratação de assistência técnica da Comunidade de Peirópolis para qualificação e desenvolvimento de novos produtos de Turismo Comunitário
23. Criação da Casa de Cultura 13 de Maio
24. Contratação de assistência técnica aos artesãos para qualificação e comercialização
25. Desenvolver e implementar projeto de incentivo o turismo rural "Turismo nas Fazendas"
26. Desenvolver e implementar projeto de incentivo ao turismo gastronômico "Festival Gastronômico Mineiro"
27. Desenvolver e implementar projeto de incentivo ao turismo religioso e cultural "Festival Internacional Literário Espírita (FILE)"

7. Metas e Indicadores de Impactos Potenciais

AÇÕES	METAS	INDICADORES
A - Infraestrutura turística		
1. Elaboração e implementação de projetos de adaptação de equipamentos turísticos a pessoas com deficiências	Publicação de 1 plano de acessibilidade para equipamentos turísticos e culturais; Execução de 1 projeto para cada equipamento existente	Execução do plano de acessibilidade; Total de projetos de acessibilidade executados, pelo total previsto
2. Elaboração e implementação de projetos de qualificação urbana e paisagística do "Centro Turístico Histórico Cultural"	Formação de 1 comitê técnico; Execução de 2 fases de projeto urbanístico; Implementação de 1 roteiro de visitação "Walking Tour Cultural"	Número de reuniões do comitê técnico por ano; Evolução na execução das obras de urbanização por fase; Número de visitantes que realizaram o passeio por ano; Satisfação dos visitantes que realizaram o passeio por número de pesquisas aplicadas por ano
3. Elaboração e implementação de projeto de modernização do Mercado Municipal	Formação de um comitê técnico; Execução de 1 projeto de modernização arquitetônica; Implantação de 1 centro de informações turísticas	Número de reuniões do comitê técnico por ano; Evolução na execução das obras de modernização; Número de atendimentos a turistas por mês
4. Elaboração e implementação de projeto de modernização do Memorial Chico Xavier e Mata da Paz	Formação de um comitê técnico; Execução de 1 projeto de modernização arquitetônica; Implantação de 1 centro de informações turísticas	Número de reuniões do comitê técnico por ano; Evolução na execução das obras de modernização; Número de atendimentos a turistas por mês
5. Elaboração de projeto e instalação de pórtico de entrada	Publicação de 1 edital de concurso público; Execução de 1 projeto de instalação de pórtico	Publicação de 1 edital de concurso público; Evolução na execução das obras de instalação de pórtico
6. Criação do Centros de Atendimentos ao Turista (CAT)	Implantação de 2 centros de informações turísticas; Instalação de 2 tottens eletrônicos de informações turísticas	Número de atendimentos a turistas por mês, por CIT; Número de registros de acesso aos totens por mês, por totem

7. Elaboração e implementação de projetos de qualificação da infraestrutura e paisagismo em Peirópolis	Execução de 1 projeto urbanístico; Execução de 1 projeto de sinalização; Implantação de 1 equipamento redutor de velocidade em via de travessia de pedestres em frente a Casa do Turista Implantação de 1 centro de informações turísticas	Evolução na execução das obras urbanísticas; Número de placas instaladas, pelo total previsto; Satisfação dos visitantes por número de pesquisas por ano; Número de atendimentos a turistas por mês
8. Elaboração e implementação de sinalização dos atrativos turísticos	Execução de 1 projeto de sinalização turística	Número de placas instaladas, pelo total previsto
9. Elaboração e implementação de projetos urbanísticos de criação do Complexo Turístico Mogiana	Execução de 1 projeto urbanístico; Execução de 1 plano de concessões de uso de espaço	Evolução na execução das obras urbanísticas; Número de espaços concedidos, pelo total
B - Promoção turística		
10. Elaboração e implementação do Plano de Marketing e Promoção Turística	Execução de 1 Plano de Marketing; Publicação de 1 conteúdo digital diário das segmentações; Publicação de 100.000 guias ilustrados	Execução de Plano de Marketing; Número de engajamento social por publicação; Número de guias distribuídos, pelo total previsto
11. Elaboração e implementação do programa de incentivo a empreendimentos turísticos e gastronômicos “Selo Turístico Gastronômico”	Publicação de 1 site com inventário de estabelecimentos; Certificação de todos os estabelecimentos da cidade	Número de estabelecimentos vistoriados por mês; Número de estabelecimentos certificados, pelo total de estabelecimentos registrados no município
12. Realização de concurso para instalação de letreiros e estátuas temáticas	Implantação de 5 letreiros ou estátuas	Número de implantações, pelo total previsto
13. Criação e publicação de site oficial municipal de turismo	Publicação de 1 site oficial de turismo	Número de visitas por mês
14. Elaborar, viabilizar e confeccionar roteiros dos atrativos turísticos municipais	Publicação de 100.000 guias ilustrados dos roteiros; Capacitação de 50 guias de turismo	Número de guias distribuídos, pelo total previsto; Número de guias capacitados, pelo total previsto

15. Fomentar a criação serviços e operações de turismo receptivo e promover intercâmbio de agências de turismo receptivo	Realização de 1 reunião trimestral com agências; Realizar 1 feira comercial de turismo regional anual	Número de participantes nas reuniões trimestrais Número de agencias e operadores registrados como receptivo, pelo total de estabelecimentos no município Número de turistas por produto receptivo, por ano Número de participantes e expositores por feira
C - Desenvolvimento institucional		
16. Desenvolver Rede de Inteligência de Mercado no Turismo – RIMT	Implantar 1 central de atendimento; Implantar 1 Observatório de Turismo; Implantar 1 banco de dados de estabelecimentos Capacitar 200 profissionais no setor do turismo	Número de estabelecimento atendidos por mês; Número de estabelecimentos cadastros no CADASTUR, pelo total de estabelecimentos registrados com obrigação; Número de profissionais capacitados, pelo total previsto
17. Desenvolver e promover Circuito Turístico da Alta Mogiana	Realização 2 festivais regionais por ano; Publicação de 4 campanhas regionais por ano	Número de reuniões realizadas por ano; Número de participantes e parceiros por festival; Número de campanhas publicadas por ano
18. Elaborar e implementar projeto de Estruturação institucional da gestão do turismo	Contratação de 3 servidores	Número de atendimentos a turistas por mês; Número de atendimentos a parceiros por mês; Número de pesquisas de satisfação aplicadas por ano; Número de materiais publicitários distribuídos por ano;
19. Elaborar e implementar projeto de Criação da Associação Geopark Uberaba	Elaboração de 1 dossiê de candidatura a Rede Global de Geoparques Nacionais sob auspícios da UNESCO Formação de 30 geomonitores Elaboração de 1 material didático interpretativo sobre as geociências e paleontológicas	Número de unidades de geoconservação aprovadas, pelo total indicado no dossiê de patrimônio geológico; Número de geomonitores formados, pelo total previsto

20. Elaborar e implementar Plano Estratégico para Captação de Recursos	Elaboração de 1 plano de captação de recursos	Número de projetos aprovados em instrumentos de incentivo, por ano; Valor total de captação de recursos, pelo custo total dos projetos, por ano
D - Qualificação e estímulo a novos produtos turísticos		
21. Criação e implementação de Roteiro de Geoeducação: Peirópolis – Ponte Alta	Realização de 4 colônias de férias com estudantes de escolas públicas por semestre	Número de estudantes de escolas públicas participantes por ano; Resultado de pesquisa de satisfação aplicada
22. Contratação de assistência técnica da Comunidade de Peirópolis para qualificação e desenvolvimento de novos produtos de Turismo Comunitário	Elaboração de 1 plano de turismo comunitário	Número de estabelecimentos apoiados; Número de empregos gerados após publicação do plano
23. Criação da Casa de Cultura 13 de Maio	Implantação de 1 equipamento cultural; Publicação de material publicitário de acervo cultural	Número de visitantes por mês; Número de distribuição de material publicitário por ano; Número de exposições temporárias por ano
24. Contratação de assistência técnica aos artesãos para qualificação e comercialização	Publicação de material publicitário com curadoria de artesanatos típicos, assinados pelos artesãos locais	Número total de artesãos cadastrados no CADASTUR; Número de distribuição de material publicitário por ano
25. Desenvolver e implementar projeto de incentivo o turismo rural "Turismo nas Fazendas"	Elaboração de 1 cadastro de fazendas turísticas; Publicação de 1 guia ilustrado de fazendas turísticas	Número de visitantes por fazenda, por ano; Número de distribuição de material publicitário por ano
26. Desenvolver e implementar projeto de incentivo ao turismo gastronômico "Festival Gastronômico Mineiro"	Realização de 1 festival por ano	Número de estabelecimentos parceiros participantes; Número de visitantes por evento; Resultado de pesquisa de satisfação por evento

27. Desenvolver e implementar projeto de incentivo ao turismo religioso e cultural "Festival Internacional Literário Espírita (FILE)"	Realização de 1 festival por ano	Número de parceiros participantes; Número de livros comercializados; Número de ingressos de cinema comercializados; Número de visitantes por evento; Resultado de pesquisa de satisfação por evento

8. Investimento total

AÇÕES	INVESTIMENTO
A - Infraestrutura turística	**R$ 31.600.000,00**
1. Elaboração e implementação de projetos de adaptação de equipamentos turísticos a pessoas com deficiências	R$ 200.000,00
2. Elaboração e implementação de projetos de qualificação urbana e paisagística do "Centro Turístico Histórico Cultural"	R$ 25.000.000,00
3. Elaboração e implementação de projeto de modernização do Mercado Municipal	R$ 2.500.000,00
4. Elaboração e implementação de projeto de modernização do Memorial Chico Xavier e Mata da Paz	R$ 1.500.000,00
5. Elaboração de projeto e instalação de pórtico de entrada	R$ 200.000,00
6. Criação do Centros de Atendimentos ao Turista (CAT)	R$ 100.000,00
7. Elaboração e implementação de projetos de qualificação da infraestrutura e paisagismo em Peirópolis	R$ 1.000.000,00
8. Elaboração e implementação de sinalização dos atrativos turísticos	R$ 100.000,00
9. Elaboração e implementação de projetos urbanísticos de criação do Complexo Turístico Mogiana	R$ 1.000.000,00
B - Promoção turística	**R$ 190.000,00**
10. Elaboração e implementação do Plano de Marketing e Promoção Turística	R$ 100.000,00
11. Elaboração e implementação do programa de incentivo a empreendimentos turísticos e gastronômicos "Selo Turístico Gastronômico"	R$ 20.000,00
12. Realização de concurso para instalação de letreiros e estátuas temáticas	R$ 50.000,00
13. Criação e publicação de site oficial municipal de turismo	R$ 10.000,00
14. Elaborar, viabilizar e confeccionar roteiros dos atrativos turísticos municipais	R$ 10.000,00
15. Fomentar a criação serviços e operações de turismo receptivo e promover intercâmbio de agências de turismo receptivo	R$ 0,00
C - Desenvolvimento institucional	**R$ 200.000,00**

16.	Desenvolver Rede de Inteligência de Mercado no Turismo – RIMT	R$ 0,00
17.	Desenvolver e promover Circuito Turístico da Alta Mogiana	R$ 200.000,00
18.	Elaborar e implementar projeto de Estruturação institucional da gestão do turismo	R$ 0,00
19.	Elaborar e implementar projeto de Criação da Associação Geopark Uberaba	R$ 0,00
20.	Elaborar e implementar Plano Estratégico para Captação de Recursos	R$ 0,00
D - Qualificação e estímulo a novos produtos turísticos		**R$ 1.700.000,00**
21.	Criação e implementação de Roteiro de Geoeducação: Peirópolis – Ponte Alta	R$ 0,00
22.	Contratação de assistência técnica da Comunidade de Peirópolis para qualificação e desenvolvimento de novos produtos de Turismo Comunitário	R$ 100.000,00
23.	Criação da Casa de Cultura 13 de Maio	R$ 300.000,00
24.	Contratação de assistência técnica aos artesãos para qualificação e comercialização	R$ 100.000,00
25.	Desenvolver e implementar projeto de incentivo o turismo rural “Turismo nas Fazendas”	R$ 0,00
26.	Desenvolver e implementar projeto de incentivo ao turismo gastronômico “Festival Gastronômico Mineiro”	R$ 400.000,00
27.	Desenvolver e implementar projeto de incentivo ao turismo religioso e cultural “Festival Internacional Literário Espírita (FILE)”	R$ 800.000,00
Investimento total		**R$ 33.690.000,00**

9. Matriz de impactos potenciais

AÇÕES	Ambientais		Sociais		Econômicos		Culturais	
	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos
A - Infraestrutura turística								
1. Elaboração e implementação de projetos de adaptação de equipamentos turísticos a pessoas com deficiências	N/A	N/A	Inclusão social	N/A	Incremento de público específico	Investimento em infraestrutura	N/A	N/A
2. Elaboração e implementação de projetos de qualificação urbana e paisagística do "Centro Turístico Histórico Cultural"	Melhoria da infraestrutura sanitária	N/A	Criação de novos espaços de convivência	N/A	Novas oportunidades de negócios	Alto investimento em infraestrutura	Valorização do patrimônio	N/A
3. Elaboração e implementação de projeto de modernização do Mercado Municipal	Melhoria da infraestrutura sanitária	N/A	Criação de novos espaços de convivência	N/A	Novas oportunidades de negócios	Investimento em infraestrutura	Valorização do patrimônio	N/A

4. Elaboração e implementação de projeto de modernização do Memorial Chico Xavier e Mata da Paz	Proteção e valorização da flora nativa	N/A	Criação de novos espaços de convivência	N/A	Novas oportunidades de eventos	Investimento em infraestrutura	Valorização religiosa	N/A
5. Elaboração de projeto e instalação de pórtico de entrada	N/A	N/A	N/A	N/A	Fortalecimento da marca	N/A	Fortalecimento da marca	N/A
6. Criação do Centros de Atendimentos ao Turista (CAT)	Oportunidade para campanhas educativas	N/A	N/A	N/A	Divulgação de produtos e estabelecimentos	Custos administrativos	Divulgação e valorização do patrimônio	N/A
7. Elaboração e implementação de projetos de qualificação da infraestrutura e paisagismo em Peirópolis	Proteção e valorização da flora nativa	N/A	Criação de novos espaços de convivência	N/A	Novas oportunidades de negócios	Investimento em infraestrutura	Valorização da cultura local	N/A
8. Elaboração e implementação de sinalização dos atrativos turísticos	N/A	N/A	N/A	N/A	Acesso a atrativos e estabelecimentos	N/A	Indicação de bens materiais	N/A

9. Elaboração e implementação de projetos urbanísticos de criação do Complexo Turístico Mogiana	Melhoria da infraestrutura sanitária	N/A	Criação de novos espaços de convivência	N/A	Novas oportunidades de negócios	Alto investimento em infraestrutura	Valorização do patrimônio	N/A
B - Promoção turística								
10. Elaboração e implementação do Plano de Marketing e Promoção Turística	Valorização ambiental	N/A	Valorização das comunidades locais	N/A	Novas oportunidades de negócios	N/A	Valorização da cultura local	N/A
11. Elaboração e implementação do programa de incentivo a empreendimentos turísticos e gastronômicos "Selo Turístico Gastronômico"	Assistência e vigilância sanitária	N/A	N/A	N/A	Divulgação de estabelecimentos	N/A	Valorização da gastronomia local	N/A
12. Realização de concurso para instalação de letreiros e estátuas temáticas	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	Valorização de símbolos locais	N/A
13. Criação e publicação de site oficial municipal de turismo	N/A	N/A	N/A	N/A	Impulsionamento dos produtos	N/A	Divulgação dos bens culturais	N/A

14. Elaborar, viabilizar e confeccionar roteiros dos atrativos turísticos municipais	Estímulo a roteiros de ecoturismo	N/A	Estímulo ao turismo de base comunitária	N/A	Novas oportunidades de negócios	N/A	Valorização da cultura local	N/A
15. Fomentar a criação serviços e operações de turismo receptivo e promover intercâmbio de agências de turismo receptivo	N/A	N/A	Geração de renda	N/A	Novas oportunidades de negócios	N/A	N/A	N/A
C - Desenvolvimento institucional								
16. Desenvolver Rede de Inteligência de Mercado no Turismo – RIMT	Pesquisas de interesse ambiental	N/A	Pesquisas de interesse social	N/A	Pesquisas de interesse de mercado	N/A	Pesquisas de interesse cultural	N/A
17. Desenvolver e promover Circuito Turístico da Alta Mogiana	Valorização dos bens naturais	N/A	Geração de renda e inclusão social	N/A	Novas oportunidades de negócios	N/A	Valorização da cultura local	N/A
18. Elaborar e implementar projeto de Estruturação institucional da gestão do turismo	N/A	N/A	N/A	N/A	Articulação público-privada	N/A	N/A	N/A

19. Elaborar e implementar projeto de Criação da Associação Geopark Uberaba	Adoção de novas ações de conservação	N/A	Geração de renda e inclusão social	N/A	Novas oportunidades de negócios	N/A	Valorização da cultura local	N/A
20. Elaborar e implementar Plano Estratégico para Captação de Recursos	N/A	N/A	N/A	N/A	Incremento de recursos públicos	N/A	N/A	N/A
D - Qualificação e estímulo a novos produtos turísticos								
21. Criação e implementação de Roteiro de Geoeducação: Peirópolis – Ponte Alta	Valorização dos bens naturais	N/A	Geração de renda e inclusão social	N/A	Novas oportunidades de negócios	N/A	Valorização da cultura local	N/A
22. Contratação de assistência técnica da Comunidade de Peirópolis para qualificação e desenvolvimento de novos produtos de Turismo Comunitário	Valorização dos bens naturais	N/A	Geração de renda, inclusão social e desenvolvimento comunitário	N/A	Novas oportunidades de negócios e novos produtos	N/A	Valorização da cultura local	N/A

23. Criação da Casa de Cultura 13 de Maio	N/A	N/A	Inclusão e desenvolvimento social	N/A	N/A	N/A	Valorização da história e da cultura local	N/A
24. Contratação de assistência técnica aos artesãos para qualificação e comercialização	N/A	N/A	Inclusão e desenvolvimento socioeconômico	N/A	Novas oportunidades de negócios e geração de renda	N/A	Valorização da história e da cultura local	N/A
25. Desenvolver e implementar projeto de incentivo o turismo rural "Turismo nas Fazendas"	Valorização dos bens naturais	N/A	Inclusão e desenvolvimento social	N/A	Novas oportunidades de negócios	N/A	Valorização da história e da cultura local	N/A
26. Desenvolver e implementar projeto de incentivo ao turismo gastronômico "Festival Gastronômico Mineiro"	N/A	N/A	N/A	N/A	Novas oportunidades de negócios	N/A	Valorização da gastronomia e cultura local	N/A
27. Desenvolver e implementar projeto de incentivo ao turismo religioso e cultural "Festival Internacional Literário Espírita (FILE)"	N/A	N/A	Educação contra intolerâncias	N/A	Novas oportunidades de negócios	N/A	Valorização da cultura espírita	N/A

REFERÊNCIAS:

BRAGA, Debora. Investigação da Demanda Turística como Fator Fundamental para o Planejamento e o Desenvolvimento do Turismo. In: REJOWSKI, Miriam; COSTA, Benny. (Orgs.) Turismo contemporâneo: desenvolvimento, estratégia e gestão. São Paulo: Atlas, 2003.

BRASIL, Ministério do Turismo. Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

BRASIL. Carlos Schobbenhaus. (Org.). Geoparques do Brasil: proposta. CPRM, 2012.

BRILHA, José. Patrimônio Geológico e Geoconservação: a conservação da natureza na sua vertente geológica. Braga: Palimage, 2005.

BUTLER, R.W. (1980). The concept of a tourism area cycle of evolution: implications for management resources. Canadian Geographer, 24, pp. 5-12.

Confederação Nacional de Municípios – CNM. Turismo em 360º – Planejando o turismo no seu Município – Brasília: CNM, 2018. Disponível em < >. Acesso em 30 de mar. de 2020.

EMPRAPA. Disponível em< https://www.agencia.cnptia.embrapa.br/Agencia23/AG01/arvore/AG01_2_3102006101610.html>

GODOY, Letícia Hirata et al . Potencial geoparque de Uberaba (MG): geodiversidade e geoconservação. **Soc. nat.**, Uberlândia , v. 25, n. 2, p. 395-410, Aug. 2013 . Available from <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1982-45132013000200014&lng=en&nrm=iso>. access on 09 Mar. 2020. https://doi.org/10.1590/S1982-45132013000200014.

HUMBERTO G. Candido; João A. GALBIATTI; Teresa C. T. PISSARRA; Marcílio V. Martins FILHO. Degradação ambiental da bacia hidrográfica do rio Uberaba: uma abordagem metodológica. Eng. Agríc. vol.30 no.1 Jaboticabal Jan./Feb. 2010

IBGE, Cadastro Central de Empresas (CEMPRE) 2017 (data de referência: 31/12/2017), IBGE, Estimativa da população 2017 (data de referência: 1/7/2017)

IBGE, Cadastro Central de Empresas 2017. Rio de Janeiro: IBGE, 2019

IBGE, Censo Demográfico 2010

IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de População e Indicadores Sociais, Estimativas da população residente com data de referência 1o de julho de 2019

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Divisão Regional do Brasil. 2017

LARRABURE, S. (2009). O FENÔMENO DA SEGUNDA RESIDÊNCIA: O CASO DO RIO GRANDE ENTRE OS ESTADOS DE SÃO PAULO E MINAS GERAIS. GEOUSP Espaço E Tempo (Online), 13(3), 93-106. Disponível em https://doi.org/10.11606/issn.2179-0892.geousp.2009.74144. Acesso em 30 de Mar. De 2020.

MOREIRA, J. Patrimônio geológico em unidades de conservação: atividades interpretativas, educativas e geoturísticas. 2008. 429f. Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Santa Catarina, 2008..

NASCIMENTO, R. C. Reflexões sobre planejamento turístico regional no limite do Sistur. In: Beni, M. C. (Org.). Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão – desenvolvimento regional, rede de produção e clusters. Barueri, SP: Manole, 2012. p. 45-68.

ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT

PORTER, Michael E. Vantagem Competitiva. Campus: Rio de Janeiro, 1996. 8ª reimpressão.

RIBEIRO, Luiz Carlos Borges. GEOPARQUE UBERABA - TERRA DOS DINOSSAUROS DO BRASIL. Tese de Doutorado. Programa de Pós-graduação em Geologia, Instituto de Geociências. Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, 2014.

SANTOS, N. F. Geoturismo para o desenvolvimento local no Geopark Bodoquena-Pantanal. Dissertação (Mestrado em Ciências) – Programa de Pós-Graduação em Turismo, Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo. 124 f.: il. - 2019.

SOARES, J. G.; CARDOZO, P. F. Metodologia para aferimento de potencialidade turística: um estudo de caso. Revista Espaço Acadêmico, v. 11, n. 128, p. 171-179, 30 set. 2011.

TRIVELLATO, G. M. L. O Agroturismo e a multifuncionalidade da agricultura. 17-37. In.: Anais do Congresso Brasileiro de Turismo Rural. Ed. Odaléia Telles Marcondes Machado Queiroz e Alessandra Freire dos Reis. Piracicaba: FEALQ, 2019.

UBERABA, Prefeitura Municipal de. DECRETO Nº 1274, DE 08 DE NOVEMBRO DE 2017 - Aprova o Regimento Interno do Conselho Municipal de Turismo, criado pela Lei Municipal no 6.173/1996, alterada pela Lei no 11.104/2010 e dá outras providências.

UBERABA, Prefeitura Municipal de. LEI COMPLEMENTAR N.o 359/06- Institui o Plano Diretor do Município de Uberaba, e dá outras providências.

UBERABA, Prefeitura Municipal de. LEI COMPLEMENTAR No 529/2016- Institui o Plano Diretor do Núcleo de Desenvolvimento do Complexo Turístico da Margem Uberabense do Rio Grande e dá outras providências.

UBERABA, Prefeitura Municipal de. LEI MUNICIPAL Nº 11.104/2010 - Estabelece diretrizes para a Política Municipal de Turismo, e dá outras providências

UBERABA, Prefeitura Municipal de. LEI Nº 12.146/2015- Dispõe sobre a Política e o Plano Municipal de Saneamento Básico de Uberaba, e dá outras providências.

UBERABA, Prefeitura Municipal de. LEI Nº 12.171/2015 - Altera a Lei Municipal no 11.104/2010, que “Estabelece diretrizes para a Política Municipal de Turismo”, e dá outras providências.

UBERABA, Prefeitura Municipal de. LEI Nº 12.703/2017 - Altera a Lei Municipal nº 11.104/2010, que “Estabelece diretrizes para a Política Municipal de Turismo” e dá outras providências.

UBERABA, Prefeitura Municipal de. LEI Nº 12586/2017 - Altera a Lei Municipal nº 11.104/2010, que “Estabelece diretrizes para a Política Municipal de Turismo” e dá outras providências.

UBERABA, Prefeitura Municipal de. LEI No 13.173/2019- Estima a receita e fixa a despesa do Município de Uberaba para o Exercício de 2020 e dá outras providências.

UBERABA, Prefeitura Municipal de. LEI No 6.173/1996 - Cria o Conselho Municipal de Turismo.

UBERABA, Prefeitura Municipal de. LEI No 8.775/2003 - Altera e Acrescenta dispositivos à Lei Municipal n.o 6.173, de 09 de dezembro de 1996, e contém outras disposições.

VIANELLO, R. L.; MAIA, L. F. P. G. Estudo preliminar da climatologia dinâmica do estado de Minas Gerais. In: Informe Agropecuário. Belo Horizonte: EPAMIG. UFMG. UFV. v.12. n°138. jun. p.6-8, 2002

ANEXO I

FORMULÁRIO DE ENTREVISTA – DEMANDA TURÍSTICA
Plano de Turismo de Uberaba 2020

Local da entrevista: _____ Data da entrevista: _____/_____/_____

Pesquisa de visitantes	
Cidade de origem	
Tempo de permanência	( ) 1 dia ( ) 2 a 3 dias ( ) 4 a 7 dias ( ) Mais de 7 dias
Período de visitação	( ) durante a semana ( ) final de semana
Idade	( ) 0 a 18 ( ) 19 a 29 ( ) 30 a 45 ( ) 46 a 65 ( ) Mais de 65
Gênero	( ) Masculino ( ) Feminino ( ) Outros
Fonte de informação sobre a cidade	( ) Amigos ( ) Internet ( ) Revista ( ) Jornal ( ) TV ( ) Trabalho/Universidade ( ) Outros:_____
Motivo da viagem	( ) Aventura, ( ) Negócios, ( ) Compras, ( ) Visita parentes e amigos, ( ) Natureza, ( ) Esportes, ( ) Religião, ( ) Descanso, ( ) Cultura, ( ) Saúde, ( ) Eventos, ( ) Clima, ( ) Gastronomia, ( ) Estudos
Meio de transporte	( ) Bicicleta, ( ) Motocicleta, ( ) Carro, ( ) Ônibus, ( ) Avião
Meio de hospedagem	( ) Não, ( ) Hotel, ( ) Pousada, ( ) Airbnb, ( ) Família/Amigos
Acompanhantes	( ) Sozinho, ( ) Amigos, ( ) Casal, ( ) Família, ( ) Grupo
Número de acompanhantes	( ) 1 ( ) 2 a 4 ( ) mais de 4
Gasto médio diário (por pessoa)	( ) Até R$ 100 ( ) R$ 100 a 200 ( ) R$ 201 a R$ 400 ( ) Mais de R$ 401
Avaliação após a visita	( ) Excelente ( ) Bom ( ) Razoável ( ) Ruim ( ) Péssimo
Recomenda o destino	( ) Sim ( ) Não

Atrativos visitados				
Nome do atrativo visitado	Ótimo	Bom	Regular	Ruim

Avaliação					
Critérios de avaliação	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Não se aplica
Limpeza					
Segurança					
Sinalização turística					
Site					
Posto de informações					
Restaurantes					
Hospedagem					
Comércio					
Bares					
Artesanato					
Rodovia de acesso					

ANEXO II

FORMULÁRIO DE AVALIAÇÃO DE ATRATIVOS TURÍSTICOS
Plano de Turismo de Uberaba 2020

ATRATIVO:_____

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

Critérios	Atende (3 pontos)	Atende parcial (2 pontos)	Não atende (1 ponto)
Visitação - frequência de funcionamento			
Informação - sinalização, atendimento e informações no local			
Transporte - estacionamento ou serviço de transporte			
Conservação - manutenção e limpeza			
Infraestrutura - estrutura de sanitários e bebedouros			
Acessibilidade - adequação para pessoas com deficiência			
Avaliação final (total de pontos)			

OBS.:_____

_____

_____

_____

DATA DA VISITA:_____

AVALIADOR:_____