



A aplicação da análise SWOT no planejamento turístico de uma localidade: o caso de Araxá, MG

The application of the SWOT analysis in the turistic planning of a place: the case of Araxá, MG

La aplicación de la análisis DAFO en la planificación turística de un lugar: el caso de Araxá, MG

Natália Rodrigues de Melo

Aluna do último semestre do curso de Turismo da Universidade Federal de Ouro Preto, Minas Gerais. Atualmente é voluntária do projeto de iniciação científica Ação Educativa do Iphan/FAOP/UFOP: Educação Patrimonial no Projeto “Sentidos Urbanos: Patrimônio e Cidadania”
E-mail: <naty_rmelo@hotmail.com >

CRONOLOGIA DO PROCESSO EDITORIAL

Recebimento do artigo: 06-abr-2010
Aceite: 30-mai-2011

FORMATO PARA CITAÇÃO DESTE ARTIGO

MELO, N.R. de. A aplicação da análise SWOT no planejamento turístico de uma localidade: o caso de Araxá, MG. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 11, n. 2., p.164-176, ago. 2011.

REALIZAÇÃO



APOIO INSTITUCIONAL



PATROCÍNIO



Resumo: Planejar na atividade turística é uma tarefa árdua, porém necessária. Através da análise SWOT, uma ferramenta importante para o planejador, é possível se fazer um ensaio mais detalhado de um local, tendo em vista o papel criterioso que este método exerce após se obter um diagnóstico apurado de todos os aspectos turísticos. Nos dias 25, 26 e 27 de abril de 2009 foi realizada uma atividade de campo na cidade de Araxá, Minas Gerais, com o objetivo de levantar dados referentes à política de planejamento turístico. Através de observações e abordagens, procurou-se elucidar pontos estratégicos, elencados em eixos temáticos, para aplicação do método SWOT a fim de que, dessa forma, fosse possível obter resultados quanto ao desenvolvimento do trade. Com o trabalho in loco, foi possível observar que Araxá é uma cidade que, embora ainda necessite de adequação em algumas frentes de atuação, possui política de incentivo a atividade turística e seu papel no circuito indutor é de bastante relevância.

Palavras-chave: Análise SWOT; Araxá; Planejamento; Turismo.

Abstract: Planning in tourist activity is a hard task, but necessary. Through the SWOT analysis, an important tool for the planner, it's possible to make a more detailed analysis of a place, in order to detail the role that it plays. In the 25th, 26th and 27th of April 2009 it was performed a field research in the city of Araxá, in Minas Gerais, aiming to raise data for policy planning and tourism and through themes to find strategic points to conclude the proposed task. With the work on site, it was possible to observe that Araxá is a city where there is a policy of encouraging tourist activity, although a lot can still be done.

Keywords: SWOT analysis; Araxá; Planning; Tourism.

Resumen: Planear en turismo es una tarea ardua, pero necesaria. A través del análisis DAFO, una herramienta importante para el planeador, es posible hacer una prueba más detallada de un lugar, teniendo en cuenta el papel que este método juicioso ejerce después de obtener un diagnóstico preciso de todos los aspectos del turismo. En los días 25, 26 y 27 de abril de 2009 se realizó una actividad de campo en la ciudad de Araxá, Minas Gerais, con el objetivo de recoger datos relativos a la política de planificación para el turismo. A través de áreas temáticas, hemos tratado de dilucidar los puntos estratégicos para la aplicación del método DAFO para obtener así resultados sobre el desarrollo del trade. Con el trabajo in loco, se observó que Araxá es una ciudad que, apesar de necesitar de un ajuste en algunas frentes, tiene una política de fomento del turismo y su papel en el circuito inductor es muy importante.

Palavras clave: Análisis DAFO; Araxá; Planificación; Turismo.

Introdução

O ato de planejar consiste em uma tarefa essencial para a gestão pública ou privada e suas principais funções são organizar, dirigir e controlar. (PETROCCHI, 2001). Para a crescente atividade do turismo o planejamento é algo muito importante, tendo em vista que “a administração do turismo lida com o comportamento das pessoas e das instituições humanas, em meio a um permanente e inexorável processo de mudança” (PETROCCHI, 2001, P. 97).

Uma ferramenta utilizada por corporações e com bastante aceitação pelos planejadores do turismo é a análise SWOT, considerada como:

(...) um sistema simples utilizado para posicionar ou verificar a posição estratégica da empresa (...). É uma sigla oriunda do inglês e é um acrônimo de Forças (Strengths), Fraquezas (Weaknesses), Oportunidades (Opportunities) e Ameaças (Threats). Assim, esta metodologia torna-se uma ferramenta ideal no processo de gestão e monitoramento do turismo de uma determinada localidade, tendo sua autoria creditada a dois professores da Harvard Business School: Kenneth Andrews e Roland Christense (SOUZA DANTAS e SOUZA MELO 2008, P. 120).

Essa ferramenta busca analisar os cenários e suas divisões são entendidas como ambiente interno (forças e fraquezas) e ambiente externo (oportunidades e ameaças). O determinante das forças e das fraquezas está ligado à posição atual da empresa, relacionando-se na maioria das vezes com fatores internos. As oportunidades e ameaças podem ser entendidas como antecipações do futuro, relacionando-se com os fatores externos (SOUZA DANTAS e SOUZA MELO, 2008) Para tanto, antes da utilização da ferramenta SWOT, Sainz de Vicuña (2006), afirma que é necessário traçar uma análise da situação, estabelecer um diagnóstico para que se tenha um cenário ideal de aplicação.

No que tange ao turismo, a DAFO (Debilidades, Ameaças, Fortalezas e Oportunidades), como é conhecida no Brasil, torna-se importante, pois possibilitará ao planejador demarcar as principais linhas de atuação a seguir pelo destino, para que este melhore de maneira efetiva seu posicionamento frente ao mercado. (BIGNÉ; FONT; ANDREU, 2000).

Dessa forma, a ferramenta também pode ser utilizada em pesquisas acadêmicas como método para contribuir em pesquisas de campo ou ensaios, a fim de constituir fonte de consulta a partir dos resultados alcançados.

Corroborando com a assertiva, a ferramenta supracitada foi utilizada em uma pesquisa de campo realizada entre os dias 25 e 27 de abril de 2009 na cidade de Araxá, situada na região do Triângulo Mineiro e Alto Paraopeba no Estado de Minas Gerais. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, IBGE (2009), a população em 2007 era de de 87.772 habitantes e conta atualmente com a mineração do Nióbio, sua maior fonte de renda, gerando aproximadamente 45 milhões de royalties por ano.

No entanto, a atividade turística gerada pelas estâncias hidrominerais, pelos doces artesanais, pela natureza privilegiada e pela história de Dona Beja, filha mais ilustre do município, tem atraído muitas divisas para o município, o que justifica a presente cidade como fonte de pesquisa.

Na ocasião da pesquisa, foram realizadas abordagens ao público visitante e aos responsáveis pelo desenvolvimento da atividade turística do trade, como a Secretária Municipal de Turismo de Araxá, Alda Sandra Barbosa, além de donos e trabalhadores de hotéis, restaurantes, dentre outros. Foram realizadas visitas in loco nos principais atrativos, equipamentos e serviços turísticos e de suporte

ao turismo, bem como recolhimento de materiais como folders, filipetas, etc, para dar respaldo às informações.

A análise SWOT ou DAFO foi desenvolvida por meio da aplicação de uma ficha de avaliação¹, em seguida elaboração de um diagnóstico e por fim o levantamento das forças, fraquezas, oportunidades e debilidades do município, elencando-os em uma análise teórica e ilustrando em quadros qualitativos, demonstrados ao longo da pesquisa.

Assim sendo, o presente artigo buscará demonstrar os resultados da aplicação da análise SWOT na pesquisa realizada na cidade de Araxá, MG, e através de eixos temáticos, tentar traçar um perfil do planejamento turístico do município, a fim de elucidar mais claramente os resultados alcançados.

O caso Araxá: um estudo através da análise SWOT

Durante a visita de campo à cidade de Araxá entre os dias 25 e 27 de abril de 2009, nos ocupamos em observar alguns eixos temáticos sugeridos, que a nosso entender são indispensáveis a um bom funcionamento turístico. A partir deste panorama, buscamos aplicar a análise SWOT utilizando quadros específicos para cada eixo com o intuito de elucidar de forma didática a aplicação da ferramenta. A seguir apresentaremos algumas análises:

Planejamento e gestão

Araxá, através da secretaria municipal de turismo e da iniciativa privada, possui diversos projetos em conjunto visando desenvolver e qualificar a oferta turística da cidade, de modo a atrair uma demanda maior de visitantes, bem como proporcionar programas que atendam tanto a turistas quanto à população local.

Dentre as diversas entidades que mantém parcerias com a prefeitura local a fim de incrementar novos projetos turísticos, destaca-se a atuação do Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas em Minas Gerais (Sebrae-MG). Hoje existem dois projetos com apoio de tal entidade, sendo que o primeiro visa à execução de planos voltados para o Turismo de bem-estar, de modo a apropriar-se dos atrativos locais que a cidade possui. Dessa forma, não só as entidades beneficiadas sentiriam efeitos, como todo o setor de comércio, hotel e gastronomia.

Já o segundo, refere-se a uma parceria entre Araxá, Uberlândia e Uberaba, a fim de fomentar o Turismo de Negócios, dessa vez tirando proveito da grande referência econômica e demográfica em que a região se enquadra.

Portanto, tais projetos visam atender várias segmentações turísticas, bem como aumentar a oferta de emprego local, influenciando diretamente na economia da cidade.

O projeto de Roteirização do Triângulo Mineiro e Região é outro investimento no qual Araxá se enquadra. Tal iniciativa envolve diretamente diversos setores, como: representantes da Secretaria de Estado do Turismo (Setur), Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas em Minas

¹ A análise SWOT ou DAFO foi desenvolvida por meio da aplicação de uma ficha de avaliação, em seguida elaboração de um diagnóstico e por fim o levantamento das forças, fraquezas, oportunidades e debilidades do município, elencando-os em uma análise teórica e ilustrando em quadros qualitativos, demonstrados ao longo da pesquisa.

Gerais (Sebrae-MG), Circuito da Canastra e Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Turismo e Parcerias, bem como empresários, prestadores de serviços, gerentes da rede de hotelaria e outros segmentos ligados ao turismo. Esse projeto é liderado pela Setur e Sebrae, além do apoio do governo local e iniciativas privadas.

Todas as partes visam transformar o destino de Araxá em uma grande potencialidade turística nacional e como consequência impulsionar interesses particulares.

Existe ainda na cidade a atuação do Araxá Convention & Visitors Bureau (AC&VB). Tal órgão foi criado em 2002, com intuito de promover e desenvolver o turismo de negócios e captação de eventos. Contudo, depende de apoio e créditos da administração municipal para poder desenvolver diversos eventos planejados para esse ano.

O que pode se verificar na cidade no que tange à atividade turística é uma grande mobilização entre as esferas públicas e iniciativas privadas. No setor público, em âmbito municipal, o fenômeno turístico é de responsabilidade da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Turismo e Parcerias em apoio à prefeitura local, e em âmbito estadual, existem, por exemplo, os projetos desenvolvidos pela Secretaria de Estado do Turismo (Setur), Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas em Minas Gerais (Sebrae-MG).

No setor privado, existe uma mobilização de empresários de diversos segmentos, a fim de contribuir para o desenvolvimento da atividade turística no município, como: rede hoteleira, comércios, estabelecimentos gastronômicos, agências receptivas, transporte e autônomos.

Quadro 1. Análise SWOT: planejamento e gestão

Pontos fortes	Pontos fracos
Turismo de Eventos Turismo de Negócios Investimentos públicos e privados	Conflitos de Interesses Sub Empregos a Comunidade Local
Oportunidades	Ameaças
Elevação da Taxa de Emprego Fomento da Economia Aumento de Credibilidade ao Destino	Burocracia governamental Demora na captação de Recursos

Fonte: autor.

Estruturação e diversificação da oferta

A estruturação e diversificação da oferta são pontos importantes a serem analisados, tendo em vista que “a oferta turística é resultado de todas aquelas atividades produtivas que servem à formação dos bens e serviços necessários à satisfação da necessidade turística e que se exprimem no consumo turístico” (SESSA, 1983, p. 47).

Dentre os diversos componentes da oferta turística da cidade, destacamos algumas a serem analisadas: O Hotel “**Ouro Minas Grande Hotel e Termas de Araxá**”, que se apresenta como referência, tanto em nível nacional quanto internacional, oferecendo aos hóspedes inúmeros equipamentos e atrativos que variam de acordo com as necessidades e desejos de cada indivíduo. Diversas categorias que englobam o conceito de conteúdos do lazer se encontram presente no hotel, graças à diversificação da oferta dos equipamentos. Porém, sua principal atratividade está relacionada à questão de saú-

de e bem-estar, pois o empreendimento oferece diversos tipos de banhos que ajudam no tratamento da beleza e cuidam do corpo, através de piscinas e banheiras adaptadas para esse objetivo. Já na área externa do Hotel, encontramos a “**Fonte Dona Beja**”, um local de fácil acesso, e a atratividade fica por conta de aspectos naturais e paisagísticos que podem ser observados no entorno.

No centro da cidade, há outro relevante atrativo turístico, o “**Museu Dona Beja**”. Além de ser de fácil acesso, nota-se também excelente manutenção da limpeza; quanto aos atrativos, existem inúmeras exposições que resgatam a história da filha mais ilustre de Araxá.

Próximo a este museu e também de fácil acesso, é possível encontrar o “**Museu Calmon Barreto**”, que apresenta aos seus visitantes, através de exposições artísticas, as obras de Calmon de Barreto, cuja naturalidade é de Araxá, além de histórias da cidade, do Estado e do Brasil. Ainda na parte central da cidade, localiza-se também a “**Igreja de São Sebastião e o Museu Sacro**”. Suas atratividades baseiam-se, respectivamente, no seu modelo de construção e em exposições que contam a história do município desde o período colonial.

Longe da parte central da cidade, alguns pontos se destacam por apresentarem exuberantes atrativos naturais e paisagísticos. Dentre os quais podemos citar a “**Rampa de vôo livre – Horizonte Perdido**”. Tal atrativo, localizado a alguns quilômetros da parte urbana da cidade, tem como destaque sua receptividade, de forma que mais uma vez nota-se presente a famosa hospitalidade e cordialidade mineira, demonstrada por todos aqueles que trabalham no local. Outro ponto a ser analisado é o “**Mirante Parque do Cristo**”, que apesar de deixar claro certo descuido com a limpeza, justificado talvez pelo fato de haver um grau elevado de moradores ao redor, proporciona uma vista panorâmica da cidade. E finalmente podemos citar a “**Árvore dos enforcados**”, que se apresenta como Centro de Referência da Cultura Negra, de forma que sua atratividade remete à história da cultura negra local.

Dentre estes pontos analisados, alguns se destacam devido à excelente manutenção e receptividade oferecida aos turistas, como são os casos do Ouro Minas Grande Hotel e Termas de Araxá, Museu Dona Beja, Calmon Barreto e a Rampa de Vôo livre “Horizonte Perdido”. Os demais pontos apresentam falhas nestes quesitos, seja por falta de pessoas nos locais para atenderem aos turistas, ou por não se apresentarem qualificadas para um atendimento de excelência.

Quadro 2. Análise SWOT: estruturação e diversificação da oferta

Pontos fortes	Pontos fracos
Turismo Termal Turismo de Aventura Turismo da Melhor Idade	Falta de atrativos com inscrição trilingue Turismo Cultural pouco explorado Oferta em construção
Oportunidades	Ameaças
Elaboração de Roteiros Locais Diversificação de Atrativos para o Turista Empregos para mão-de-obra qualificada	Degradações Espaciais Concorrência exarcebada com outros trades Sazonalidade

Fonte: autor.

Infraestrutura

A cidade de Araxá é um destino no qual é visível o investimento a fim de fomentar a atividade turística, mas algumas correções ainda devem ser feitas para uma melhor captação do público pretendido.

Para se conquistar o visitante, primeiramente há que se observar e planejar a infraestrutura básica, pois,

A característica fundamental da infra-estrutura geral é que o investimento serve ao setor de Turismo incidentalmente, ao mesmo tempo em que a todos os demais setores: indústria, comércio, agricultura, áreas residenciais e outros. A infra-estrutura geral consiste na rede viária e de transportes, no sistema de telecomunicações, de distribuição de energia, de água, de captação de esgotos e outros, sem os quais nenhuma classe de consumidor disporia dos serviços públicos básicos. (BENI, 1998, P. 123).

Dessa forma, a maneira como se encontra a precariedade da rodoviária, por exemplo, acaba afastando o turista que chega via rodovia e faz uso de transportes coletivos, propiciando um desconforto àqueles que procuram Araxá como um destino.

Por outro lado, a cidade do Alto Paraopeba, oferece, dentre outras coisas, vias com boa pavimentação, praças e locais de lazer, que podem ser utilizados para o turismo, e que já era utilizado pela população local.

Quanto à infraestrutura turística, o destino ainda requer sinalização orientadora e sinalização trilingue, além de postos de informações, dentre outros, a fim de complementar o que já se encontra de acordo, como aeroporto, museus, restaurantes, e afins.

Portanto, seria necessário que o poder público se unisse à iniciativa privada e, dessa forma, estruturar da melhor maneira possível para que se possa a cada dia, captar mais turistas, e ter uma atividade que esteja em sintonia com a população local.

Quadro 3. Análise SWOT: infraestrutura

Pontos fortes	Pontos fracos
Boa pavimentação das vias de acesso Bons espaços de lazer em áreas abertas Aeroporto estruturado	Falta de Sinalização trilingue Faltam postos de informações turísticas Rodoviária desestruturada e suja
Oportunidades	Ameaças
Poderá ser estimulado um maior número de veículos com finalidades turísticas Maior fomento para ecoturismo e turismo radical Aumento da visitação por via aérea	Não procura do turista estrangeiro Diminuição de entrada de turistas pela rodovia

Fonte: autor.

Fomento

Políticas de incentivo ao turismo são implementadas em Araxá por uma secretaria bem estruturada e por profissionais competentes do setor. Além disso, empresas privadas estão cada vez mais envol-

vidas na atividade que, depois do minério de nióbio, vem gerando mais divisas para o município.

No entanto, seria interessante estruturar um curso de Turismo ou alguma especialização relacionada, para a capacitação dos atores envolvidos na atividade, haja vista que o curso que existia fora fechado por falta de alunos e de recursos.

Outro ponto em déficit é a falta de comunicação entre os setores envolvidos no turismo, que investem, atuam, mas não planejam juntos, para uma melhor estruturação do trade.

O planejamento e a gestão do turismo via poder público são essenciais para a implementação da atividade, mas sem a iniciativa privada e a atuação de todos os atores envolvidos não há a manutenção. Petrocchi afirma que,

O planejamento deve envolver toda a comunidade do núcleo turístico; a participação de pessoas do local é imprescindível para o desenvolvimento do turismo, pois significa a conscientização da população para a importância dessa atividade. Sem a participação e o firme engajamento da comunidade, não há como pensar em crescimento do turismo. (2001, P. 69).

Quadro 4. Análise SWOT: fomento

Pontos fortes	Pontos fracos
Política municipal de fomento ao turismo Secretaria de Turismo estruturada Investimento de empresas no setor turístico	Ausência de um curso de Turismo ou de capacitação para o setor turístico Falta de pontos de informações turísticas Falta de maior comunicação entre os atores envolvidos no turismo
Oportunidades	Ameaças
Mais divisas para o município Mais contratação de mão-de-obra qualificada Mais royalties para o estímulo do turismo	Falta de mão-de-obra qualificada

Fonte: autor.

Promoção, marketing e apoio institucional

A estratégia de promoção da cidade está condicionada a vários segmentos do turismo: de negócios (Grande Hotel de Araxá promove muitos eventos/negócios); saúde (muitas pessoas vão se tratar em Araxá através das águas hidrominerais); ecoturismo (a cidade faz parte do circuito Serra da Canastra), gastronômico (os tão famosos doces); religioso (espiritismo, cerca de quarenta caravanas por mês desembarcam em Araxá para freqüentarem a Casa do Caminho, hospital com grande referência na região), também há turismo histórico, mas acredita-se que não seja forte porque a cidade não possui atrativos convencionais das cidades históricas mineiras.

O quesito marketing está interligado com o Grande Hotel de Araxá, pois além de ser um dos atrativos principais da cidade, é um local de eventos e negócios e por isso há a divulgação da cidade. Quando a pessoa tende a se hospedar ou freqüentar o hotel, acaba passando na cidade, o que é um meio de divulgar o produto turístico de Araxá.

As imagens troféus de Araxá: o Grande Hotel; Dona Beija e suas lendas; lama medicinal e seus subprodutos. A cidade explora muito a imagem do lobo guará por causa da serra da canastra, apesar

do animal estar sendo vinculado quase que praticamente a essa cidade, ele está presente no circuito em geral. No município existem duas agências de turismo receptivo que mostram os seus pontos turísticos.

Uma rede televisiva da cidade de Ribeirão Preto (São Paulo) faz propaganda; folders, material gráfico do Circuito da Canastra que inclui Araxá; jornal Estado de Minas; a operadora CVC elabora pacotes turísticos para a cidade, propaganda via internet, entre outros meios de divulgação.

Para podermos ter a idéia da propaganda feita por sites sobre Araxá, temos a seguinte descrição:

Bem traçada, limpa e acolhedora, assim é Araxá. Em um passeio pela cidade, o visitante descobre cenários encantadores, formados por casarões antigos e belas residências. Araxá tem muita história para contar através de marcos lendários, pontos místicos e religiosos. As praças e jardins, com ruas bem cuidadas e arborizadas, convidam aos mais agradáveis passeios. O Complexo do Barreiro, o maior atrativo turístico do município, é o local perfeito para um relax completo. Ótima opção para lazer e saúde com seus banhos medicinais, tratamentos de pele, aromaterapia, cromoterapia, massagens, ducha escocesa, saunas, fisioterapia, ginástica, salões de recreação e beleza. Passeios pelo parque e pelas fontes de água mineral Dona Beja e Andrade Júnior completam o roteiro da visita. Araxá é uma cidade completa em opções de turismo. Quem gosta de aventura pode voar de paraplanagem ou asa delta. Para quem prefere o ecoturismo, pode-se pescar, cavalgar, fazer trekking e trail de moto ou jipe pela região. Os amantes da boa mesa podem se fartar com os doces, queijos e compotas, conhecidos como as delícias de Araxá. Existem fazendas abertas à visitação pública e locais para pesca, como os populares pesque-pague. A paisagem de serras e vales, onde as cachoeiras estão protegidas por paredões de pedra e pequenas matas, abriga uma cidade que nasceu encravada em um vulcão extinto. Centenas de anos depois, os estudiosos descobriram as propriedades terapêuticas e radioativas das águas de Araxá. Na sua formação geológica, apresenta consideráveis riquezas minerais: as águas sulfurosas e radioativas, o nióbio e a apatita. Já na Bacia do Barreiro viveram mamíferos pré-históricos. (BRASIL VIAGEM, 2009, s/p).

O comércio local utiliza muito bem do marketing. Preocupam-se com a satisfação do cliente, são hospitaleiros, agradáveis; aqueles que trabalham com doces e iguarias fazem a mostra de seus produtos, deixando os clientes degustarem e assim escolherem o que comprar.

Quadro 5. Análise SWOT: promoção, apoio e marketing institucional

Pontos fortes	Pontos fracos
Divulgação do Grande Hotel, o que implica na divulgação da cidade. A figura de Dona Beija - o Mito, sendo veiculada à imagem da cidade Presença de empresas de turismo receptivo que encaminham os turistas aos pontos turísticos.	Grande enfoque na propaganda do Hotel, ao invés de fortalecer a divulgação de Araxá. A prefeitura não está totalmente ligada a promoção do destino. Falta de pontos de informações: acaba-se deixando nas mãos da iniciativa privada o controle dessa promoção, como é o caso do Grande Hotel, privando assim o envolvimento da comunidade local que não está diretamente ligada ao Turismo.

Oportunidades	Ameaças
Incentivo turístico na Serra da Canastra Localização privilegiada: entre Brasília, São Paulo e Belo Horizonte Divulgação da cidade em uma rede de televisão de Ribeirão Preto (SP).	Proximidade da Pousada do Rio Quente (Caldas Novas - GO), que tem características similares às águas de Araxá. O site da prefeitura não estar em funcionamento. Falta de uma maior divulgação em minas sobre o lugar, porque muitas pessoas remetem Araxá ao Grande Hotel e não pelo município em si.

Fonte: autor.

Qualificação

Em um local que possui turismo em grande escala, é necessário haver uma mão-de-obra especializada, a fim de que o cliente seja bem servido, garantindo o seu retorno ou a propaganda positiva para que outras pessoas possam voltar. Na verdade, o marketing e a qualificação estão interligados e podemos dizer que caminham juntos em direção ao sucesso.

A prefeitura municipal de Araxá atua em parceria com outras entidades para a promoção de atividades qualificatórias. O SENAC, por exemplo, ministrou um curso a fim de formar mais guias de turismo para atenderem ao público, que contou com a participação da população local (foram atendidos cerca de dez pessoas primeiramente). Como o público foi pequeno, há uma pretensão de capacitar mais pessoas para acompanhar a demanda do fluxo turístico na cidade.

Segundo a atual secretária de Turismo, Alda Sandra Barbosa, as próprias redes comerciais participam diretamente dessa parte de capacitação: no atendimento ao cliente, adicionando cada vez mais a hospitalidade, o saber tratar os turistas, fazendo com que eles sintam-se encantados e queiram voltar ao local e reconhecendo o mesmo. A prefeitura não entra diretamente nessa questão, o próprio trade turístico reconhece que é crucial a realização desse papel para o sucesso de sua empresa e assim da cidade de um modo geral.

Quadro 6. Análise SWOT: qualificação

Pontos fortes	Pontos fracos
Parceria entre a prefeitura de Araxá com o SENAC para qualificação. Hospitalidade do trade – fator determinante Envolvimento de toda a comunidade turística (trade) na qualificação de seus produtos oferecidos aos turistas.	Poucas pessoas foram atendidas pela capacitação profissional.
Oportunidades	Ameaças
Reabertura de curso de turismo Atração de turistas pelo encantamento da hospitalidade e bom atendimento do local. Aumento de empregos para as pessoas qualificadas na cidade e região.	Falta de mão-de-obra qualificada. Embora exista propiciada pelo próprio comércio turístico, ainda é insuficiente e precária. Profissionais despreparados

Fonte: autor.

Informação e pesquisa

A preocupação dos gestores quanto aos investimentos na cidade é clara, pois além de existir dotação fixa para o subsídio do Departamento de Turismo, ainda há investimentos na construção de parcerias público-privadas para melhorar e infra-estrutura de atendimento ao turista e em construção de convênios com as esferas superiores do poder público.

Apesar de ter a pesquisa de inventário turístico feita nos moldes do Ministério do Turismo, MinTur, o que demonstra a atualização constante dos dados referentes aos serviços oferecidos e preocupação com a legislação da área, não há pesquisa de oferta e demanda e, conseqüentemente, um planejamento da atividade como um todo.

Quanto aos recursos hidrológicos, é realizado o tratamento da água consumida pela cidade e do esgoto produzido. Porém, é de suma importância a realização de políticas mais sérias acerca do manancial de águas raras (sulfurosa e radioativa) existente no município, principalmente no que tange sua capacidade de carga, para que seu maior atrativo não seja impactado negativamente.

É através da pesquisa e da informação acerca dos serviços existentes em uma cidade que se tem a possibilidade de alcançar melhores níveis de aproveitamento dos recursos turísticos de um destino. Saber o que se tem de melhor a oferecer em um destino só é possível depois de um trabalho árduo, e a Administração Pública da cidade de Araxá-MG tem esta sensibilidade.

Quadro 7. Análise SWOT: informação e pesquisa

Pontos fortes	Pontos fracos
Parceria Público Privada na construção de novas UH's. Dotação orçamentária exclusiva para a pasta do turismo. Inventário turístico construído nos moldes do MinTur. Pesquisa sobre a qualidade da água na cidade.	Não existe pesquisa de oferta e demanda Falta de pesquisa acerca da capacidade de carga de utilização das fontes sulfurosas e radioativas
Oportunidades	Ameaças
Parcerias com o Circuito da Canastra Parcerias com governo estadual	Falta de divulgação externa do destino Araxá Falta de apoio externo para a pesquisa estatística do turismo no município

Fonte: autor.

Logística e transportes

Neste aspecto, há uma boa infra-estrutura viária e um aeroporto para escoamento de objetos, mas principalmente como meio de tráfego de pessoas, que, hoje tem por objetivo o turismo na cidade.

Pode-se perceber ainda, que o município além da boa estrutura, conserva muito suas vias, além de locais nos quais servem de acesso para atrativos turísticos, bem como para infra-estrutura de apoio.

Como já foi dito, uma falha que Araxá precisa resolver é a situação da Rodoviária, que além de ser suja e estar em situação precária de conservação, não possui postos de informações, nem meios de transportes suficientes para o traslado dos turistas.

Pontos que não competem somente ao município, mas são agravantes no que diz respeito ao acesso, se referem à má conservação das rodovias que ligam Araxá a outros locais, e que estão em situação ruim, por descuido do poder público estadual ou federal.

No entanto, Araxá é um destino indutor digno de apreciação e visitação, pois sua conserva o, hospitalidade e recursos, são capazes de conquistar e encantar aos visitantes que passarem pela cidade.

Quadro 8. Análise SWOT: logística e transportes

Pontos fortes	Pontos fracos
Conserva�o das vias de acesso próximas da cidade. Conserva�o das vias urbanas que d�o acesso aos atrativos. Conserva�o de praças e alamedas Baixo custo do transporte urbano Sistema de limpeza urbana	Sinaliza�o turística Falta de pontos de informa�o para deslocamento de cargas Rodoviária com poucos meios de transportes para traslado de circula�o interna
Oportunidades	Ameaças
Linhas de ônibus ligando o destino às principais capitais e às cidades p�lo dos estados de MG e SP. Aeroporto	M� conserva�o de alguns trechos da BR Rodoviária em boas condi�oes físicas, mas com serviços limitados.

Fonte: autor.

Considera oes finais

Consideramos que no trabalho desenvolvido na cidade de Araxá, em abril do ano de 2009, foi possível analisar o perfil turístico de Araxá através da análise SWOT atentando para as dificuldades da cidade na implementa o do turismo, ao passo que este requer tempo e estrutura para se concretizar.

Entretanto, as políticas públicas de fomento ao turismo existentes no momento de pesquisa, bem como o bom trabalho desempenhado pelos atores envolvidos, são fatores imprescindíveis, mostrando resultado no que tange   proposta da atividade turística.

A escolha por utilizar a análise SWOT como ferramenta de avalia o se deu por ser de fácil manuseio e possuir muitas pesquisas embasadas por este método, mas, de acordo com Vieira Júnior (2008) quando o estudo solicita uma maior rigidez científica,   fundamental que suas matrizes e seus resultados sejam submetidos a outras técnicas que possuam mais detalhamentos técnicos.

Dessa forma, torna-se possível concluir que mediante planejamento e boas ferramentas para isso, a atividade turística tende a se tornar cada vez mais forte e estruturada frente ao mercado promissor e capaz de não só gerar divisas, mas inter-rela oes entre comunidades autóctones e visitantes.

Além disso, despende tempo estruturando de forma correta tende a diminuir impactos negativos, seja no meio ambiente ou na cultura local e a rela o custo/benefício, tão visada para aqueles que se empenham,   mais passível e comumente viabilizada, ao passo que todos atuem em um esforço comum para essa realiza o.

Referências bibliográficas

- ARAXÁ. Disponível em <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/painel/painel.php?codmun=310400>, acesso em 22 de julho de 2009.
- BARRETO, M. Turismo e legado cultural. Campinas. Papirus, 2000
- BENI, M. Análise estrutural do turismo. São Paulo. Editora SENAC, 1998.
- BIGNÉ, J.; FONT, X.; ANDREU, L. Marketing de destinos turísticos, análisis y estrategias de desarrollo. Esic: Madrid, 2000.
- BRASIL VIAGEM. Disponível em <http://www.brasilviagem.com/cidades/index.php>, acesso em 5 de maio de 2009.
- PETROCCHI, M. Gestão de pólos turísticos. São Paulo. Futura, 2001.
- _____. Turismo: planejamento e gestão. São Paulo. Futura, 2002.
- PORTAL ARAXÁ. Disponível em <http://www.araxa.com.br/portalaraxa/turismo/index.php>, acesso em 5 de maio de 2009.
- PREFEITURA DE ARAXÁ. Disponível em <http://www.araxa.com.br/portalaraxa>, acesso em 05 de maio de 2009.
- SAINZ DE VICUÑA, JOSÉ MARÍA. El plan de marketing en la práctica. 10. Ed. Esic: Madrid, 2006.
- SESSA, A. Turismo e política de desenvolvimento. Porto Alegre. Uniontur, 1983.
- SOUZA DANTAS, N. G.; SOUZA MELO, R. O método de análise SWOT como ferramenta para promover o diagnóstico turístico de um local: o caso do município de Itabaiana / PB. In: Caderno Virtual de Turismo. Vol. 8, Número 1: p 118 – 130, 2008.
- VIEIRA JÚNIOR, Astor . Turismo LGBT na costa do cacau: uma alternativa para o sul da Bahia?. Dissertação (Mestrado em Cultura & Turismo - Parceria Uesc/Ufba) - Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus, BA. 2008