
INOVAÇÕES COM INCIDÊNCIA DIRETA NA ATIVIDADE TURÍSTICA: UMA ANÁLISE DOS DESTINOS DE OURO PRETO-MG E SALVADOR-BA

Daniela Fantoni Alvares¹
Júlia Maria Brandão Barbosa Lourenço²

¹Doutora em Planejamento – Universidade do Minho. E-mail: danifantoni@hotmail.com

²Doutora em Planejamento – Universidade do Minho. E-mail: jloure@civil.uminho.pt

Recebido em 25/11/2010

Aprovado em 09/12/2010

RESUMO

O presente artigo tem por objetivo realizar uma reflexão sobre as inovações com incidência direta na atividade turística percebidas nas cidades de Ouro Preto – Minas Gerais (MG) e de Salvador – Bahia (BA). São analisadas inovações referentes aos novos empreendimentos, produtos e/ou serviços que despontaram; a requalificação de produtos turísticos, assim como de áreas de interesse histórico/turístico; a melhorias de qualidade de serviços/produtos turísticos; a programas de certificação com impacto direto na atividade turística, ao incremento das ações de marketing de destinos turísticos e a análises do ponto de vista estratégico/sistemas de gestão do turismo. A partir de análise empírica, é possível detectar inovações nos dois destinos, sendo que Salvador demonstrou diferencial competitivo em relação a Ouro Preto.

PALAVRAS-CHAVE

Inovações; Turismo; Competitividade; Cultura.

1. INTRODUÇÃO

A atividade turística para se desenvolver de forma sustentável necessita de maiores investimentos em pesquisas para a formação de um campo de conhecimentos que possibilite uma melhor orientação do planejamento e da gestão da atividade. Atrelado ao fortalecimento de uma base teórica e conceitual, a análise da prática turística se torna fundamental para o entendimento do turismo. Neste sentido, pretende-se com este artigo apresentar alguns resultados da reflexão sobre a prática turística em dois destinos brasileiros, a saber, Ouro Preto, localizado no estado de Minas Gerais (MG) e Salvador, situado no estado da Bahia (BA).

Nos últimos anos, o Brasil vem buscado: (i) a profissionalização do setor turístico, (ii) a diversificação de seus produtos, (iii) o aumento do turismo interno e (iv) a captação de novos turistas provenientes do mercado internacional. De acordo com uma pesquisa do World Economic Forum (2008), o Brasil encontra-se em 49º lugar no *ranking* mundial de competitividade turística, posição incipiente, se considerar o grande potencial turístico do país. Esse potencial foi avaliado pela mesma pesquisa, na qual estabelece que o Brasil se encontra em 6º lugar mundial no que se

refere aos recursos culturais e humanos, 1º em diversidade de espécies animais, 6º em patrimônios naturais mundiais e 16º em patrimônios culturais mundiais (World Economic Forum, 2008). Neste âmbito, observa-se que há *gaps* entre o potencial turístico do país e sua capacidade competitiva.

A competitividade turística possui relação direta com padrões internacionais que colocam efetivamente um determinado destino no rol de destinos com alto grau de qualidade. Destaca-se que as inovações com incidência direta na atividade turística são um dos elementos que contribui com o aumento da capacidade competitiva de um destino em relação a outro.

Neste sentido, é relevante analisar os esforços empreendidos pelo poder público e pela iniciativa privada para o aumento da competitividade turística no Brasil. Desta maneira, o principal objetivo desse artigo é discutir sobre as inovações com incidência direta na atividade turística identificadas nos destinos objeto de análise. Ressalta-se que essas inovações circunscrevem-se a última década, com alguns exemplos, também, de inovações na área cultural com reflexos diretos no turismo desses destinos.

Apresenta-se, a seguir, a revisão de literatura, a metodologia de pesquisa, os resultados da investigação, as discussões sobre as reflexões realizadas em Ouro Preto e Salvador, as limitações da pesquisa e, por fim, as considerações finais.

2. REVISÃO DE LITERATURA

O turismo, analisado a partir de uma perspectiva holística, está situado no entrecruzar de diversos domínios do conhecimento, aspecto que problematiza e enriquece as pesquisas nesta área. A partir dessa premissa, e com foco na constituição de uma base de conhecimentos capaz de suportar esta investigação, delimitou-se as seguintes temáticas para a elaboração da revisão de literatura: políticas públicas, competitividade e inovações, temas estes analisados em interface com a atividade turística.

As políticas públicas têm por objetivo o bem comum e o atendimento das necessidades da sociedade, estando orientadas no sentido de satisfazer os interesses públicos (Dias, 2003). Podem ainda ser entendidas como ferramentas governamentais de planejamento, pelas quais são determinadas normas, regras, estratégias e metas para atingir determinados objetivos traçados.

De uma forma geral, as políticas públicas são elaboradas em consonância com o ambiente econômico, social e cultural, no qual estão inseridas (Hall, 2001). Resultam, assim, do somatório do pensamento de uma época, dos valores vigentes, da forma de organização da sociedade, dos elementos institucionais e das relações de poder. A partir deste pressuposto, é fundamental a compreensão que as políticas públicas de um determinado setor são o reflexo de sua representatividade para a sociedade e demais pastas governamentais.

As políticas públicas de turismo são formadas por um conjunto de intenções, diretrizes e estratégias estabelecidas pelo poder público com o intuito de potencializar o desenvolvimento da atividade turística em um determinado território (Cruz, 2000). Essas políticas têm vindo a ganhar, recentemente, maior representatividade, em várias partes do mundo. No caso Brasileiro, este fato evidencia-se pela criação de Secretarias Estaduais/Municipais de Turismo e do Ministério do Turismo – MTur, assim como de políticas, planos e programas específicos com enfoque no desenvolvimento da atividade no país.

A gestão do turismo, a partir da ação interventora do Estado, é condição *sine qua non*, para o desenvolvimento sustentável de destinos turísticos, sendo esta máxima fundamentada por autores como Cooper (2001), Beni (2001), Ruschmann (2001), Krippendorf (2002) e Dias (2003). De acordo com Cruz (2000), quando o poder público não assume as funções que lhes são atribuídas, o interesse individual pode prevalecer em detrimento dos interesses comuns, ocasionando problemas e desequilíbrios nos destinos turísticos.

O Estado, em âmbito federal, estadual ou municipal, possui um papel fundamental no fomento da atividade turística, seja na disponibilização e orientação à iniciativa privada ao acesso a crédito; na captação de investimentos para uma determinada localidade; na promoção de incentivos fiscais e na desoneração tributária, sendo que todas essas estratégias visam induzir o aumento da competitividade (MTur e FGV, 2010). Ainda neste âmbito, os governos, ao vislumbrarem o nível e tipo de desenvolvimento desejado para a atividade turística, devem recorrer a instrumentos de políticas públicas que privilegiem, ao mesmo tempo, a sustentabilidade e o aumento da competitividade (MTur, FGV e Sebrae, 2008).

A conceituação para o termo competitividade não possui consenso na literatura, sendo que diversos autores divergem sobre conceitos, abordagens metodológicas e formas de mensuração. A competitividade pode ser compreendida sob inúmeros enfoques, a saber, competitividade de empresas, de grupos de empresas, de regiões, de países ou de blocos específicos (Costa, 2005). Nesta pesquisa, será considerada a competitividade de regiões, especificamente, de destinos turísticos.

A vantagem competitiva no setor turístico é alcançada a partir do momento que um destino turístico oferece uma experiência turística superior em relação a outro destino, considerando os turistas potenciais desses destinos (Dwyer e Kim, 2003 *apud* Costa, 2005). Os aspectos complexos intrinsecamente relacionados à vantagem competitiva de determinado destino turístico, se constituem de alguns elementos, entre estes, estruturais, políticos, econômicos, ambientais e relativos à oferta turística. Quando todos esses elementos se combinam de forma “ótima”, há uma maior probabilidade de um destino ser competitivo em relação a outro.

Ao abordar a temática da competitividade, é necessário analisar outro campo do conhecimento correlato, a saber, a inovação. A inovação vem despertando interesse, em várias partes do mundo e instrumentos específicos tem sido criados para o fomento do processo de inovação turística (MTur/CGEE, 2007).

A inovação nas empresas pode ser considerada pela transformação de *inputs* em *outputs* de mais valor (Nobrega e Lima, 2010), sendo que a lógica empresarial se aplica a gestão turística. Um exemplo da inovação turística é a potencialização de atrativos naturais e/ou culturais em produtos turísticos com valor agregado.

De acordo com estudos realizados pelo Mtur e CGEE (2007), no que tange a atividade turística, a Suíça desenvolveu um programa de inovação chamado *Innotour*, no qual oferece assistência inicial para a implementação de inovações, especialmente para as pequenas empresas; suporte para o compartilhamento de inovações entre empresas e investimento em capacitação, pesquisa e desenvolvimentos específicos. Ainda neste estudo, estabelece-se que na Austrália, o governo elaborou o documento: *A Medium to Long-Term Strategy for Tourism*, com o intuito de apoiar a atividade turística no destino e torná-lo mais competitivo, assim como possibilitar melhorias na cooperação entre os governos federal, estaduais, regionais e o turismo. Já na França, o Estado participa de forma importante, direta e indiretamente, suportando a inovação na cadeia do turismo, sendo que a *Agence Française de L'ingénierie Touristique* adota algumas ações de suporte à inovação de processos e produtos.

A Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico – OCDE, categoriza as inovações em quatro grandes grupos, a saber, inovação de produto, inovação de processo, inovação organizacional e inovação de marketing (Carvalho, 2009). Destaca-se que as inovações com incidência direta na atividade turística podem se inserir nesses quatro grupos, dependendo do tipo de inovação detectada em um destino.

3. METODOLOGIA

Os procedimentos metodológicos adotados foram os seguintes. Em um primeiro momento, partiu-se da análise documental para a compilação de dados referentes aos destinos de Ouro Preto e Salvador. O levantamento inicial de dados se ateve aos planos elaborados; as políticas públicas vigentes; aos relatórios de atividades desenvolvidas pelo poder público; aos livros, as teses e as monografias sobre esses destinos; assim como dados disponibilizados pela internet.

Em um segundo momento, foram realizadas visitas de estudo, onde foi possível ter acesso a muitos dos documentos necessários para a análise documental. Cita-se, entre os órgãos visitados, a Secretaria de Estado do Turismo de Minas Gerais; a Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de Ouro Preto; o Arquivo Público de Ouro Preto; a Secretaria da Cultura e Turismo do Estado da

Bahia; a Empresa de Turismo da Bahia – Bahiatursa; a Empresa de Turismo de Salvador e a Secretaria das Finanças de Salvador.

Em um terceiro momento, realizou-se análise dos dados obtidos sobre as mudanças sofridas nesses destinos, no que tange a atividade turística, na última década.

Destaca-se que as inovações percebidas em Ouro Preto e Salvador foram agrupadas para fins metodológicos em: (i) novos empreendimentos, produtos e/ou serviços que despontaram, (ii) requalificação de produtos turísticos, assim como de áreas de interesse histórico/turístico, (iii) melhoria da qualidade de serviços/produtos turísticos, (iv) programas de certificação com impacto direto na atividade turística, (v) incremento das ações de marketing de destinos turísticos e (vi) análises do ponto de vista estratégico e dos sistemas de gestão do turismo.

4. INOVAÇÕES COM INCIDÊNCIA DIRETA NA ATIVIDADE TURÍSTICA: OURO PRETO-MG

Em Ouro Preto, uma das inovações percebidas se refere ao *Centro de Arte e Convenções* da Universidade Federal de Ouro Preto – Ufop, inaugurado em 2001, em um prédio revitalizado e readequado para este fim. Este espaço potencializou toda uma cadeia de serviços na cidade, em destaque cita-se: a ampliação dos *buffets* existentes e criação de novos; o aumento de postos de trabalho no setor de A & B com benefício para os recursos humanos da localidade; a possibilidade de novos negócios para empresas de sonorização/equipamentos de suporte; assim como o incremento de empresas de cerimonial e protocolo (Alvares, 2008). O *Centro de Arte e Convenções*, ao mesmo tempo em que pode ser considerado como um novo empreendimento que despontou, enquadra-se também na requalificação de áreas de interesse histórico/turístico, devido ao fato do prédio onde foi instalado ter passado por processos de restauração, assim como de requalificação de seus usos.

Ainda relacionado à organização de eventos, observa-se um crescendo de ações nesta área, sendo que um dos primeiros eventos de sucesso que perduram até os dias de hoje é o Festival Internacional de Jazz de Ouro Preto, sendo considerado pela crítica especializada como o melhor festival de jazz do Brasil. Esse festival, mais conhecido como *Tudo é Jazz*, teve a sua primeira edição em 2002 e vem sendo realizado anualmente, trazendo uma movimentação de turistas e circulação de capital na cidade, sendo que se encaixa em novos empreendimentos, produtos e serviços que despontaram.

Uma inovação que gera impactos diretos sobre a qualidade dos produtos e serviços turísticos é a certificação profissional, que almeja definir padrões de competência de empresas e/ou dos profissionais. Em Ouro Preto, nos últimos anos esta foi realizada através do Programa

Competente do Turismo Sustentável – PCTS e do Instituto Estrada Real – IER. Destaca-se, ainda, o processo de certificação de *Circuitos Turísticos*, regulamentado pelas resoluções nº 007 de agosto de 2003 (Setur, 2003) e nº 008 de abril de 2008 (Setur, 2008), sendo que o destino em análise se insere no *Circuito do Ouro*.

A partir da reflexão sobre inovações, é possível destacar dois produtos turísticos em Ouro Preto, onde a inovação está presente, a saber, (i) o Museu do Oratório e (ii) o Trem da Vale (Alvares, 2008). O Museu do Oratório, inaugurado em 1998, é o único museu brasileiro dedicado, exclusivamente, a temática dos oratórios e imagens, sendo que seu acervo é composto por 162 oratórios e 300 imagens. O museu é administrado pelo Instituto Cultural Flávio Gutierrez, ICFG, e recebe, anualmente, mais de 50 mil visitantes (ICFG, 2008). O Trem da Vale é um atrativo turístico inaugurado em 2006, que se insere em um projeto de revitalização de cerca de 18 quilômetros de ferrovia e adequação das estações, por onde passa o trem, a saber, Ouro Preto, Vitória Dias, Passagem de Mariana e Mariana (Grupo Vale, 2008). O trem interliga duas importantes cidades históricas de Minas, Ouro Preto e Mariana, e é administrado pela Ferrovia Centro-Atlântica, FCA, empresa pertencente ao Grupo Vale.

No ano de 2006, o Instituto Estrada Real em parceria com o MTUR e o Instituto Euvaldo Lodi, estabelece o *Programa de Desenvolvimento da Produção Associada ao Turismo* em um trecho da Estrada Real, sendo que a cidade de Ouro Preto é beneficiada por este programa. Este visa a geração de novos produtos turísticos, a partir da implementação de ações que possibilite agregar valor as gemas e jóias produzidas em Ouro Preto, assim como a cachaça dessa região. Neste destino, em específico, o programa realizou ações para o seguinte empreendimento *Oficinas de Jóias de Arte* e para o *Museu de Mineralogia da UFOP*, além de ter contribuído com o incremento e com melhoria das cachaças *Gota de Minas*, *Rola Moça/Vira Saia*, *Inconfidente* e *Lukana*.

Uma inovação do ponto de vista estratégico e dos sistemas de gestão é a participação de Ouro Preto no *Circuito do Ouro*. É sabido que Ouro Preto, como cidade histórica integra o famoso *Circuito do Ouro*, desde meados da década de 50, séc. XX, no entanto, enquanto política de governo e com uma maior articulação entre os atores sociais, somente a partir da criação da política pública de *Circuitos Turísticos*, em 2001. Ressalta-se o trabalho realizado pela Secretaria de Estado de Turismo de Minas Gerais – Setur, com a intenção de potencializar a formação de parcerias e a co-gestão da atividade turística.

Outra política de governo realizada pela Setur, com início em 2010, é o *Programa Estados Integrados pelos Roteiros do Brasil*, que visa à formatação de roteiros integrados entre Minas Gerais e outros destinos brasileiros. Um dos roteiros propostos contempla a cidade de Ouro Preto, a saber, o Caminho Velho da Estrada Real, composto ainda pelas cidades de Tiradentes, Caxambu,

Itamonte e Paraty. Esse programa tem por objetivo ofertar novos produtos turísticos nos mercados nacional e internacional, ampliar a permanência média dos turistas no país, assim como estimular o processo de inovação e diferenciação dos produtos turísticos nesses destinos.

5. INOVAÇÕES COM INCIDÊNCIA DIRETA NA ATIVIDADE TURÍSTICA: SALVADOR-BA

No que tange as inovações identificadas em Salvador, uma delas perpassa a requalificação do Pelourinho, com a criação/renovação de diversos produtos turísticos, entre eles, museus, igrejas e lojas de *souvenirs* (Alvares, 2008). Ressalta-se que o Pelourinho, em si, já é um atrativo turístico pela sua importância na paisagem urbana de Salvador e por sua singularidade. Segundo Nobre (2003), o desenvolvimento do turismo no Pelourinho é uma das estratégias do governo do Estado da Bahia para a promoção do desenvolvimento econômico. Esse espaço da cidade, apesar de todas as críticas geradas pela forma e pelo processo de atuação dos gestores públicos, entre estas, a exclusão dos habitantes locais durante a requalificação e renovação urbana do Pelourinho, consideradas por muitos estudiosos como uma “higienização” do centro histórico (Nobre, 2003; Farias, 1998), se constitui em um atrativo inovador para a cidade.

Outras duas inovações percebidas em Salvador são o *Grupo Olodum* e o *Forte São Marcelo*. O *Grupo Olodum*, a partir de um projeto musical voltado para crianças e adolescentes carentes, se transforma de bem cultural em produto turístico, o qual atrai uma grande demanda de turistas, representando, ainda, um dos símbolos da Bahia. Alguns atrativos turísticos de Salvador, que passaram por processos de inovação, foram os fortes da cidade, entre eles o *Forte São Marcelo*. Esses fortes foram revitalizados e *folders* foram elaborados com a intenção de atrair turistas para sua visita.

Ainda relacionado a inovações referentes a novos produtos e/ou serviços turísticos, observa-se que nos últimos três anos, o turista que visita a cidade tem a sua disposição o *Salvador Bahia Bus*. Este serviço é composto por seis ônibus, em estilo londrino, devidamente adaptados à realidade local, que oferecem uma visão panorâmica dos principais pontos turísticos da capital baiana.

Uma inovação diretamente relacionada à qualidade dos produtos e serviços é a certificação profissional, realizada em Salvador, através do Programa Competente do Turismo Sustentável – PCTS, e do Programa Bahia Qualitur. Em relação ao Programa Bahia Qualitur, destaca-se que, no período de 2003 a 2005, 66 empresas com atuação nos segmentos de meios de hospedagem, alimentos e bebidas, agências de viagens e operadoras, assim como empresas de transporte, foram certificadas.

Algumas inovações do ponto de vista estratégico e dos sistemas de gestão, em Salvador, se referem (i) ao *Cluster* de Entretenimento da Bahia, (ii) ao Programa Fidelidade Bahia e (iii) às projeções de cenários futuros (Alvares, 2008). Ressalta-se que essas três inovações são detectadas no Estado da Bahia, com incidência direta, na cidade de Salvador. O *Cluster* de Entretenimento da Bahia se origina de uma iniciativa ocorrida no final de 2000, o qual tem como objetivo criar um *cluster* que envolva, entre outros, os setores de turismo, cultura, lazer, esportes, música, gastronomia (Garrido, 2002). Em relação ao Programa Fidelidade Bahia, este tem a intenção de fidelizar clientes, a partir da criação de um cartão fidelidade, no qual se acumulam pontos, vantagens e descontos nos estabelecimentos cadastrados. No que se refere à projeção de cenários futuros, atenta-se para os documentos publicados, designadamente, (i) o Plano Século XXI Consolidação do Turismo e (ii) as planilhas com projeções da atividade turística, a partir de hipóteses: fraca, média e forte. Nestes documentos, destaca-se a visão de futuro dos gestores públicos do turismo em Salvador, bem como a preocupação com a definição de indicadores para a mensuração de metas traçadas.

Por fim, ainda do ponto de vista estratégico e dos sistemas de gestão, destaca-se, em Salvador, a criação de Programas vinculados ao *Eixo Estratégico de Inovação*, desenvolvidos pela Bahiatursa em parceria com a Secretaria de Turismo do Estado da Bahia. Esses programas são: o *Programa de Desenvolvimento de Novos Produtos*, que tem por finalidade a criação, a formatação e a gestão de novos produtos turísticos; o *Programa de Desenvolvimento de Novos Segmentos*, com a realização de investimentos nos segmentos específicos do turismo baiano: o Turismo Étnico-Afro, o Turismo GLS (gays, lésbicas e simpatizantes) e o Turismo Religioso, assim como a consolidação dos segmentos já existentes, e o *Programa de Desenvolvimento de Novos Serviços*, que tem, entre os serviços desenvolvidos, o *Serviço de Atendimento ao Turista – SAT*, implantado em 2007/ 2008; o *Disque Bahia Turismo*; o Sistema Integrado de Informações Turísticas, implantado em 2009; além da reformulação do *Portal de Internet*.

6. DISCUSSÕES E LIMITAÇÕES DO ESTUDO

Segundo Martínez (2005), “...as tentativas de compreender e explicar a realidade nunca conseguem retratar todos os processos, mas possibilitam, progressivamente, compreensões mais completas”. Neste sentido, observa-se que a identificação das inovações nos dois destinos em análise, permite traçar o cenário atual, mesmo que parcial, assim como possibilita a realização de reflexões prospectivas.

Ao refletir sobre os dados compilados, atenta-se para o fato da descontinuidade de ações implementadas, a saber, o *Programa Competente do Turismo Sustentável* nos dois destinos; o

Programa de Desenvolvimento da Produção Associada ao Turismo, em Ouro Preto, e o *Programa Fidelidade Bahia* e o *Programa Bahia Qualitur*, em Salvador. A necessidade de retomada desses programas é um aspecto a ser observado pelos gestores desses destinos, sendo que as inovações supracitadas geraram benefícios pontuais aos destinos. No entanto, a falta de continuidade está diretamente relacionada a uma perda de competitividade turística por parte desses destinos. A respeito dessa temática, conclui-se que as idéias inovadoras para se reverterem em vantagens competitivas precisam passar pelo processo de planejamento, implementação, monitoramento e continuidade de ações traçadas.

Os resultados da pesquisa permitem realizar, ainda, algumas reflexões. Pontua-se que, tanto em Ouro Preto, como em Salvador, ainda há campo para inovar e implementar ações criativas, contribuindo para que estes se tornem destinos mais competitivos. Enfatiza-se que a qualidade dos serviços turísticos, a melhoria de produtos turísticos e a continuidade de programas de governo são alguns aspectos que devem ser considerados pelos gestores públicos e pela iniciativa privada de ambos destinos. A necessidade de potencialização das redes de atores sociais com atuação na atividade turística, assim como o fortalecimento da cadeia produtiva do turismo, transformando-se em um elo harmonioso e integrado de produtores, fornecedores e consumidores, é outro aspecto a ser observado.

Entre as inovações detectadas nos destinos em análise, deve-se se atentar, neste momento de mudança de governos federal e estadual, para a continuidade de programas que possuam diferencial inovador, a saber, o *Programa Estados Integrados pelos Roteiros do Brasil*, no Estado de Minas Gerais, com potencial para atrair mais visitantes a Ouro Preto, assim como para aumentar a permanência de turistas nacionais no estado e de turistas estrangeiros no país; e os Programas vinculados ao *Eixo Estratégico de Inovação*, na Bahia, que demonstram oportunidades de geração de melhorias estratégicas para o estado em questão e para a cidade de Salvador.

A partir da presente investigação, identificou-se algumas inovações com incidência direta na atividade turística nos municípios de Ouro Preto e Salvador. No entanto, destaca-se entre as limitações deste estudo que, provavelmente, há outras inovações que não foram detectadas, seja por falta de sistematização e/ou disponibilização de informações ou pela necessidade de realizar análises mais apuradas em campo. Em relação às limitações, outro aspecto necessita ser pontuado, a saber, esta investigação não considerou a multiplicidade de olhares que poderiam ser gerados, a partir da mensuração das inovações por parte das próprias comunidades que residem nas cidades em análise ou dos turistas que as visitam. Neste âmbito, como desenvolvimentos futuros propõe-se a aplicação de questionários ou realização de grupos focais com os referidos atores sociais.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao analisar os dados de pesquisa dos destinos de Ouro Preto e de Salvador, foi possível detectar inovações nas duas localidades. A cidade de Salvador demonstrou um diferencial em relação a Ouro Preto, no que tange ao ponto de vista estratégico e dos sistemas de gestão, com destaque para as projeções de cenários futuros e para os programas vinculados ao *Eixo Estratégico de Inovação*.

A mensuração das inovações com incidência direta na atividade turística pode possibilitar interpretações sobre fatores chave que possam vir ou tenham vindo a contribuir com o aumento da competitividade turística, assim como com a geração de benefícios para o desenvolvimento turístico de localidades.

Neste sentido, as inovações são elementos primordiais para o incremento da competitividade de destinos turísticos, sendo que um maior conhecimento sobre estas pode contribuir para potencializar vantagens percebidas, seja pelos gestores públicos e/ou pela iniciativa privada, tanto em Ouro Preto, como em Salvador.

REFERÊNCIAS

ALVARES, D. *Avaliação de Planos-Processo em Áreas de Desenvolvimento Turístico*. Tese de doutorado, Universidade do Minho, Portugal, 2008.

BENI, M. A política no turismo (pp. 177-202). In: TRIGO, L. (Org.) *Turismo: Como aprender, como ensinar* Vol. 1. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2001.

CARVALHO, M. *Inovação: Estratégias e comunidades de conhecimento*. São Paulo: Editora Atlas, 2009.

COOPER, C. *Turismo princípios e prática*. 2ª ed., Porto Alegre: Bookman, 2001.

COSTA, H. *Análise das relações de rede e do perfil da competitividade turística: estudo comparativo entre São Francisco do Sul e Laguna-SC*. Dissertação de mestrado. Balneário Camboriú, 2005.

CRUZ, R. *Política de turismo e território*. São Paulo: Contexto, 2000.

DIAS, R. *Planejamento do turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil*. São Paulo: Editora Atlas, 2003.

FARIAS, E. Novas paisagens urbanas e identidades sócio-culturais: a Salvador turística e a “baianidade”. *Lugar Comum*, 4: 115-137, 1998.

GARRIDO, I. *Modelos multiorganizacionais no turismo: cadeias, clusters e redes*. Salvador: Secretaria da Cultura e Turismo, 2002.

GRUPO VALE *Site do Trem da Vale*, 2008. Acesso 10 de junho de 2008. Disponível em <http://www.tremdavale.com.br>

HALL, C. *Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos*. São Paulo: Editora Contexto, 2001.

ICFG *Museu do Oratório*, 2008. Acesso em 28 de agosto de 2008. Disponível em <http://www.oratorio.com.br>

KRIPPENDORF, J. Desenvolvendo o turismo em harmonia com os seres humanos e o ambiente natural (pp. 11-23). In: GASTAL, S., BENI, M. e CASTROGIOVANNI, A. (Orgs.) *Turismo e investigação crítica*. São Paulo: Contexto, 2002.

MARTÍNEZ, A. Aproximação à conceituação do turismo a partir da teoria geral de sistemas (pp. 109-147). In: TRIGO, L. (Ed.) *Análises regionais e globais do turismo brasileiro*. São Paulo: Roca, 2005.

MTur e FGV *Turismo no Brasil 2011-2014*. Brasília, Distrito Federal, 2010. Acesso em 28 de setembro de 2010 Disponível em http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/outros_estudos/downloads_outrosestudios/Turismo_no_Brasil_2011_-_2014_sem_margem_corte.pdf

MTUR, FGV e SEBRAE *Estudo de competitividade dos 65 destinos indutores do desenvolvimento turístico regional*. Brasília, Distrito Federal, 2008.

MTUR e CGEE *Estudos da competitividade do turismo brasileiro*. Brasília, Distrito Federal, 2007. Acesso em 28 de setembro de 2010. Disponível em http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/O_COMERCIO_INTERNACIONAL_DE_SERVIÇOS_OPERADORAS_DE_TURISMO_E_RESTAURANTES_BRASILEIROS_NOS_MERCADOS_EUROPEU_E_NORTE-AMERICANO.pdf

NOBRE, E. Intervenções urbanas em Salvador: turismo e “gentrificação” no processo de renovação urbana do Pelourinho. *X Encontro Nacional da ANPUR: Cidade, planejamento e gestão urbana: história das idéias, das práticas e das representações*, 2003.

NOBREGA, C. e LIMA, A. *Innovatrix: Inovação para não gênios*. Editora Agir, 2010

RUSCHMANN, D. *Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente*. 7ª ed., Campinas, São Paulo: Papirus, 2001.

SETUR *Decreto-lei nº 43.321*, de maio de 2003 e *resolução nº 007*, de agosto de 2003. Belo Horizonte, Minas Gerais, 2003. Acesso em 20 de maio de 2006. Disponível em <http://www.descubraminas.com.br/media/upload/download/93.doc>

SETUR *Resolução nº 008*, de 28 de abril de 2008. Belo Horizonte, Minas Gerais, 2008.

WORLD ECONOMIC FORUM *The travel and tourism competitiveness report 2008: balancing economic development and environmental sustainability*, 2008. Acesso em 18 de julho de 2008. Disponível em <http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/TravelandTourismReport/index.htm>.