PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DA IGR CAMINHOS GERAIS

1° Projeto de Estruturação e Fortalecimento das IGRs de Minas Gerais



circuito turístico caminhos gerais

Realização: FECITUR Federação das IGRs de Minas Gerais

CODEMGE Companhia de Desenvolvimento de Minas Gerais

MINAS É PRA FRENTE

CULTURA E TURISMO GOVERNO DE MINAS

2026 | Minas Gerais

Roteiro da apresentação

Do diagnóstico do território às prioridades e ao plano de ação para os próximos quatro anos.

01 Propósito e metodologia
Objetivo, questões orientadoras e etapas de elaboração

02 Diagnóstico regional
Território, governança, infraestrutura e oferta turística

03 Vozes do território
Gestores municipais, trade turístico e instituições parceiras

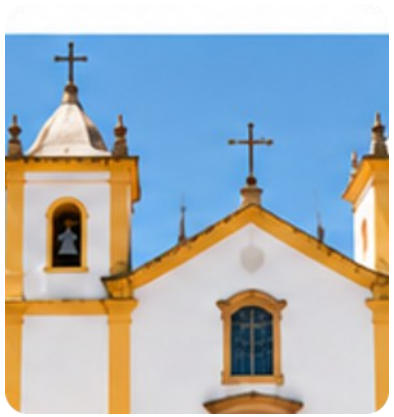
04 Direcionamento estratégico
SWOT, prioridades, projetos estruturantes e posicionamento

05 Plano de ação e monitoramento
Quatro anos de execução e indicadores de acompanhamento









Fonte: Planejamento Estratégico da IGR Caminhos Gerais, 2026.

Por que um planejamento regional

Um instrumento para orientar a atuação conjunta dos 14 municípios, da IGR e de seus parceiros.

Objetivo geral

Orientar o desenvolvimento integrado e sustentável do turismo, com diretrizes e ações que fortaleçam a governança e estruturem a oferta regional.

Abrangência: 14 municípios

- Andradas
- Botelhos
- Cabo Verde
- Caldas
- Campestre
- Carvalhópolis
- Ibitiúra de Minas
- Ipuiúna
- Machado
- Monte Belo
- Poço Fundo
- Poços de Caldas
- Santa Rita de Caldas
- São João da Mata

Cinco questões orientadoras

1. **Identidade turística regional:** elementos naturais, culturais e produtivos capazes de sustentar uma identidade comum
2. **Integração e complementaridade:** articulação entre municípios para roteiros e produtos integrados
3. **Fragilidades estruturais e institucionais:** limites de infraestrutura, serviços, qualificação e governança
4. **Segmentos estratégicos:** vocações com maior potencial de consolidação
5. **Caldeira Vulcânica de Poços de Caldas:** potencial como elemento de identidade e diferenciação

Fonte: Planejamento Estratégico da IGR Caminhos Gerais, 2026 — capítulo 1.

Como o plano foi construído

Diagnóstico direcionado: foco no que mais influencia a organização e a competitividade do turismo regional.

1 **Caracterização regional**
Território, história, economia e identidade

2 **Diagnóstico estratégico**
Gestão, oferta, articulação e mercado

3 **Análise integrada**
Matriz SWOT e critérios de priorização

4 **Diretrizes e eixos**
Prioridades e projetos estruturantes

5 **Plano de ação**
Ações, prazos, responsáveis, custos e indicadores

Escuta dos atores do turismo

14 **gestores municipais**

Diagnóstico municipal respondido pelos 14 municípios da IGR

10 **guias, receptivos e operadores**

Profissionais sediados em Poços de Caldas, Andradas e Caldas

5 **instituições parceiras**

Respostas ao formulário, ampliadas por pesquisa documental

Fonte: Planejamento Estratégico da IGR Caminhos Gerais, 2026 — capítulos 2 e 10.

02

DIAGNÓSTICO REGIONAL

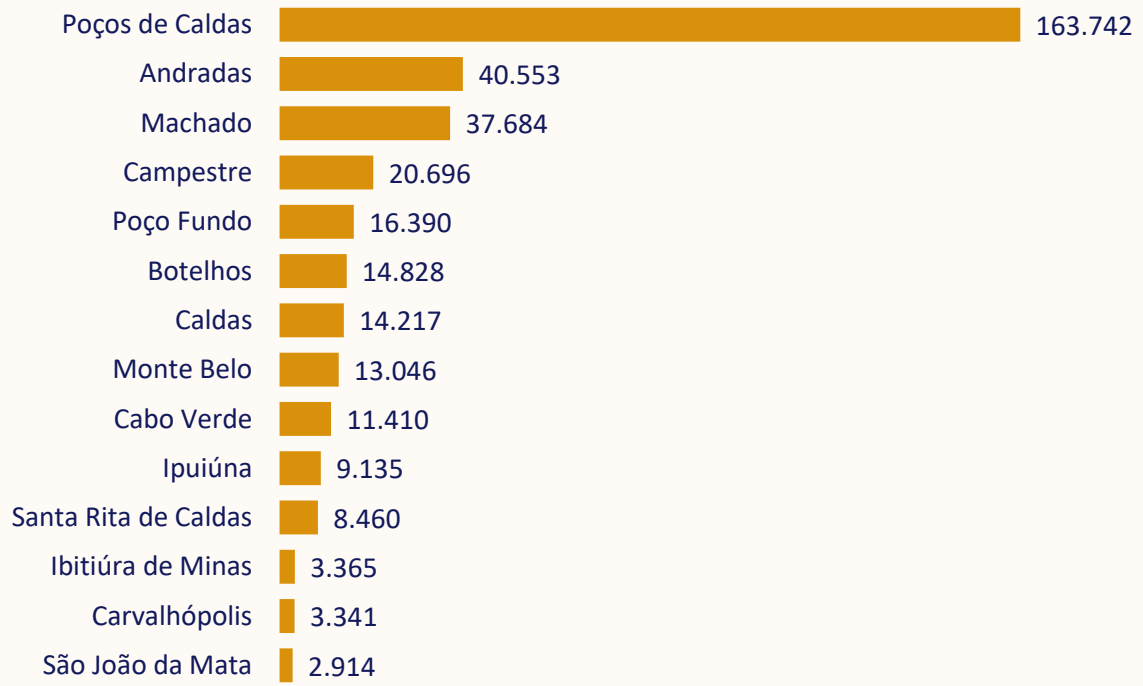
Território, governança, infraestrutura e oferta turística



Um polo forte e muitos municípios de pequeno porte

População (Censo 2022) e indicadores econômicos dos 14 municípios.

População residente por município



1.192

estabelecimentos ligados ao turismo (RAIS 2020)

5.924

empregos formais no turismo, 7,7% do total regional

Mapa do Turismo Brasileiro

3 turísticos **9** complementares **2** de apoio

Fontes: IBGE (Censo 2022; VAB 2021); Painel RAIS 2020 – Observatório do Turismo de MG; Mapa do Turismo Brasileiro 2026.

Governança: base formal sólida, capacidade desigual

A IGR ganhou representatividade, mas a gestão municipal do turismo ainda é enxuta.

Associação Circuito Turístico Caminhos Gerais

- Fundada em 2001, antes do Programa de Regionalização do Turismo (2004)
- Diretoria 2026–2028 com representantes de 9 municípios
- Assento no Conselho Estadual de Turismo de Minas Gerais
- Coordena a Regional Sul da Frente da Gastronomia Mineira: 12 IGRs e 11 encontros
- 5 projetos aprovados pela Lei Estadual de Incentivo à Cultura

14 de 14

municípios com lei de turismo, COMTUR ativo e fundo municipal (FUMTUR)

2

municípios têm secretaria exclusiva de turismo; 9 dividem a pasta

5

municípios não têm servidor exclusivo para o turismo

66,1%

do orçamento municipal de turismo (R$ 16,15 mi) está em Poços de Caldas

O COMTUR participa sempre das decisões sobre o fundo de turismo em apenas 5 municípios — e não participa em 4. O desafio é transformar a estrutura formal em ação coordenada.

Fonte: Planejamento Estratégico da IGR Caminhos Gerais, 2026 — capítulos 5 e 10.

Meios de hospedagem:
135 empreendimentos na região

Empreendimentos, unidades habitacionais (UHs) e leitos identificados por município.

Município	Empreend.	UHs	Leitos
Poços de Caldas	**70**	**3.689**	**10.528**
Andradas	22	330	776
Caldas	13	177	522
Machado	8	145	266
Santa Rita de Caldas	4	31	82
Campestre	4	26	60
Poço Fundo	3	19	54
São João da Mata	3	9	24
Ipuiúna	2	41	126
Monte Belo	2	29	60
Botelhos	1	29	56
Ibitiúra de Minas	1	14	50
Carvalhópolis	1	16	40
Cabo Verde	1	15	40
Total	**135**	**4.570**	**12.684**

135
Empreendimentos
45 Com CADASTUR

4.570
unidades habitacionais

12.684
leitos

51,9%
dos empreendimentos (70 de 135) e 83% dos leitos estão em Poços de Caldas

Gargalo da hospedagem

1º gargalo citado pelos gestores: escassez de hotéis e pousadas. 10 municípios têm até 4 empreendimentos e só 33% estão no Cadastur.

Fonte: Planejamento Estratégico da IGR Caminhos Gerais, 2026 — cap. 7 (levantamento de 7 a 14/10/2026) e cap. 10. Capacidade identificada, não necessariamente a instalada.

Guias, receptivos, operadores e atendimento ao turista

Profissionais e empresas sediados na região — aparecem apenas os municípios que os possuem.

Guias de turismo (Cadastur)

74

guias em 5 municípios

Poços de Caldas	61
Andradas	5
Machado	4
Caldas	3
Poço Fundo	1

Receptivos (Minas Recebe 2026)

8

agências em 3 municípios

Poços de Caldas	5
Andradas	2
Caldas	1

Operadores de atividades turísticas

25

operadores em 6 municípios

Andradas	9
Poços de Caldas	8
Caldas	5
São João da Mata	2
Machado e Poço Fundo	1

Centros de Atendimento ao Turista (CAT)

4 de 14

municípios (28,6%) têm CAT

- Horários variados: comercial, fins de semana ou conforme a demanda
- Equipes enxutas: 3 CATs com 1 atendente e 1 com 3

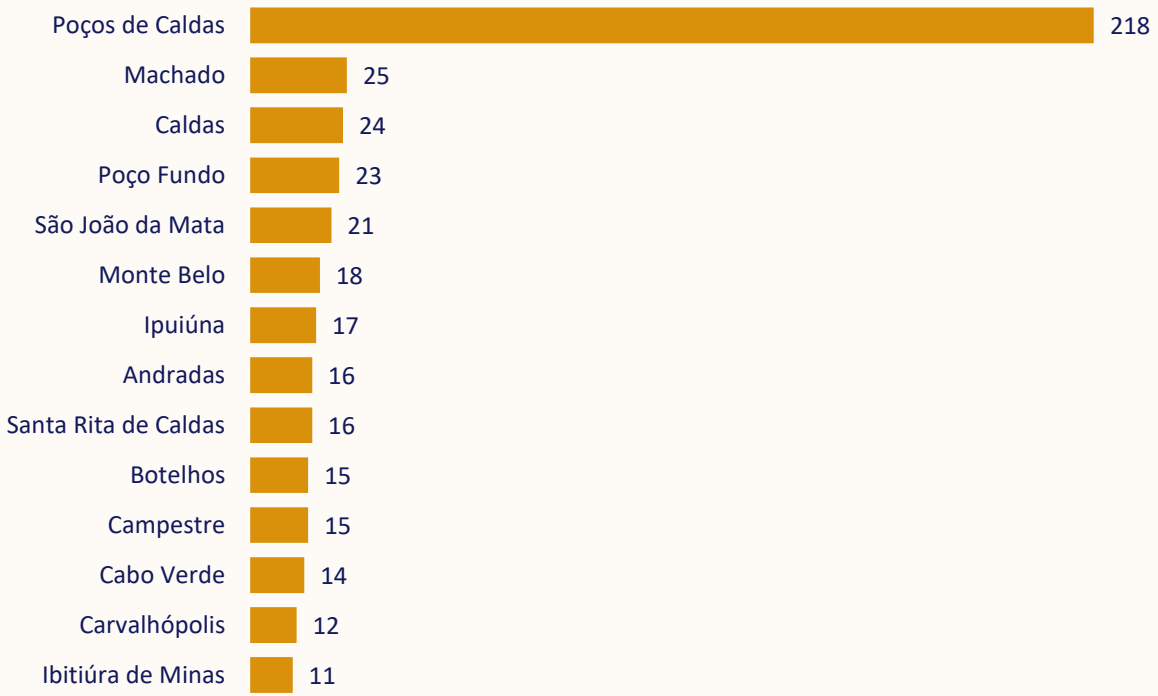
Guias, agências e operadores atendem toda a região: não ter profissional sediado no município não é, necessariamente, um problema — o desafio é articular quem já existe.

Fonte: Planejamento Estratégico da IGR Caminhos Gerais, 2026 — cap. 7 (Cadastur, Minas Recebe 2026 e levantamento de operadores de aventura e natureza) e cap. 10.

Alimentação: 445 estabelecimentos, pouca opção à noite

Restaurantes, bares, lanchonetes e cafeterias identificados por município.

Estabelecimentos de alimentação por município



445 estabelecimentos de alimentação e bebidas

20 Com CADASTUR

49%

estão em Poços de Caldas (218)

Gargalo: jantar nos dias úteis

Restaurantes tradicionais funcionam sobretudo no almoço

Segunda e terça são os dias com menos opções abertas

À noite, predominam pizzarias, hamburguerias, lanchonetes e porções

2º gargalo mais citado pelos gestores municipais

Fonte: Planejamento Estratégico da IGR Caminhos Gerais, 2026 — cap. 7 (serviços de alimentação e bebidas) e cap. 10.

Ônibus entre municípios: baldeações longas e poucos horários

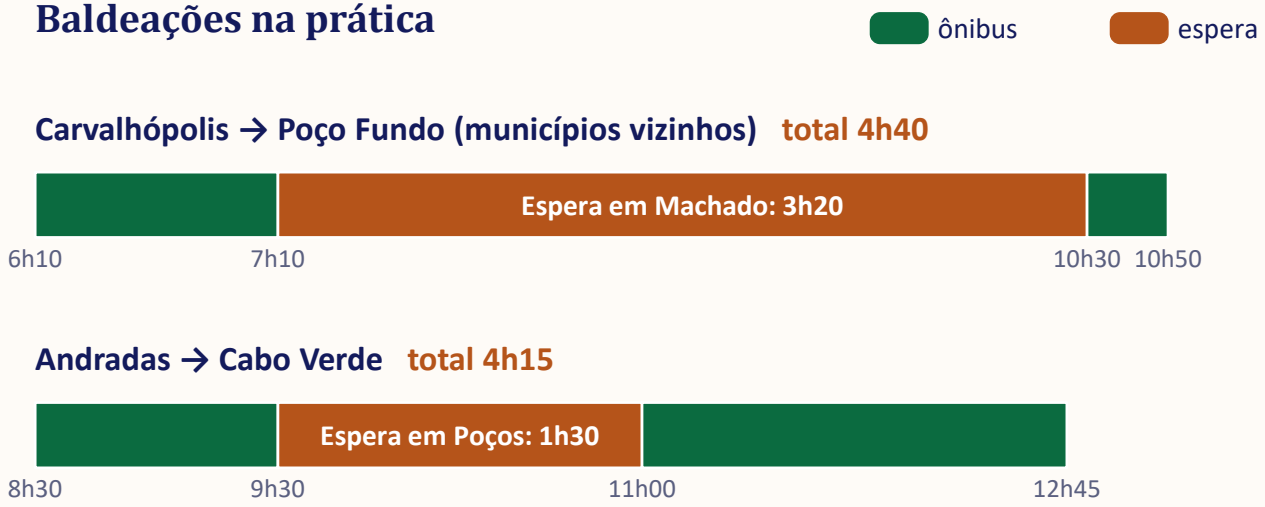
Todos os municípios têm ao menos uma linha, mas circular pela região depende de conexões.

14 de 14 municípios com ao menos uma linha de ônibus

4 empresas: SC Minas, Santa Cruz, Saritur e Cometa

9 municípios da IGR com ligação direta a Poços de Caldas

Baldeações na prática



Longa distância e acesso aéreo

- Poços–Guarulhos direto: 6h, com poucos horários
- Aeroporto de Poços sem voos regulares
- Viracopos a 193 km; Guarulhos a 277 km
- Rio de Janeiro só a partir de Poços
- Sinalização turística: nota 2,57 de 5
- Boas condições das rodovias de acesso

Fonte: Planejamento Estratégico da IGR Caminhos Gerais, 2026 — cap. 7 (consultas de itinerários em plataformas de venda de passagens, outubro de 2026).

Segurança, saúde e conectividade: suporte a moradores e visitantes

Estruturas levantadas nos 14 municípios que dão apoio a quem vive e a quem visita a região.

Segurança pública

14 de 14 municípios com Polícia Militar e Defesa Civil

Polícia Civil	10
Corpo de Bombeiros	3*
Guarda Municipal	3

* Unidades em Andradas, Machado e Poços atendem os demais; Monte Belo é coberto por Guaxupé. Guarda Municipal: Andradas, Poço Fundo e Poços.

Saúde

15 hospitais em 10 municípios

Poços de Caldas: 6 hospitais

1 hospital: Andradas, Botelhos, Cabo Verde, Caldas, Campestre, Ipuiúna, Machado, Monte Belo e Poço Fundo

Sem hospital: Carvalhópolis, Ibitiúra de Minas, Santa Rita de Caldas e São João da Mata

Conectividade

3 operadoras móveis: Vivo, Claro e TIM

- Fibra óptica em expansão: Claro, Vivo, Alares, Telemidia e provedores regionais
- Operadora presente não garante cobertura total: o sinal varia com o relevo (ANATEL)
- Atenção às áreas rurais e às estradas entre municípios

Na avaliação dos gestores (escala de 1 a 5), segurança (4,29) e internet (4,00) estão entre os itens mais bem avaliados, ao lado da limpeza urbana (4,21).

Fonte: Planejamento Estratégico da IGR Caminhos Gerais, 2026 — cap. 7 (seções 7.4 a 7.6) e cap. 10 (avaliação dos gestores municipais).

Cinco vocações sustentam a oferta regional

Recursos naturais, culturais e produtivos com potencial de integração entre os municípios.



Natureza e aventura

Serras, cachoeiras, trilhas, cicloturismo e voo livre na paisagem da Caldeira Vulcânica.



Histórico, cultural e religioso

Igrejas, congadas, folias de reis e caminhos de peregrinação nos 14 municípios.



Rural, gastronômico e de experiência

Cafés especiais, vinhos de inverno, queijos, doces e culinária mineira.



Saúde e bem-estar

Águas termais e tradição hidromineral em Poços de Caldas e Caldas.



Eventos

91 eventos e manifestações: festas religiosas, festivais e feiras.

Recurso não é produto: boa parte dessa oferta ainda depende de acesso, operação e informação confirmados para ser vendida.

Fonte: Planejamento Estratégico da IGR Caminhos Gerais, 2026 — capítulos 8 e 9.

156 atrativos: 94 históricos, culturais e religiosos e 62 naturais

Atrativos históricos, culturais e religiosos e atrativos naturais e paisagísticos registrados por município.

Município	Histórico, cultural e religioso	Natural e paisagístico	Total
Poços de Caldas	**27**	**16**	**43**
Andradas	**14**	**8**	**22**
Caldas	7	6	13
Campestre	7	3	10
Poço Fundo	6	4	10
Botelhos	3	6	9
Cabo Verde	5	3	8
Machado	6	2	8
Santa Rita de Caldas	4	3	7
Ipuiúna	3	3	6
Monte Belo	4	2	6
Carvalhópolis	3	2	5
Ibitiúra de Minas	3	2	5
São João da Mata	2	2	4
Total	**94**	**62**	**156**

94
atrativos históricos, culturais e religiosos

62
atrativos naturais e paisagísticos

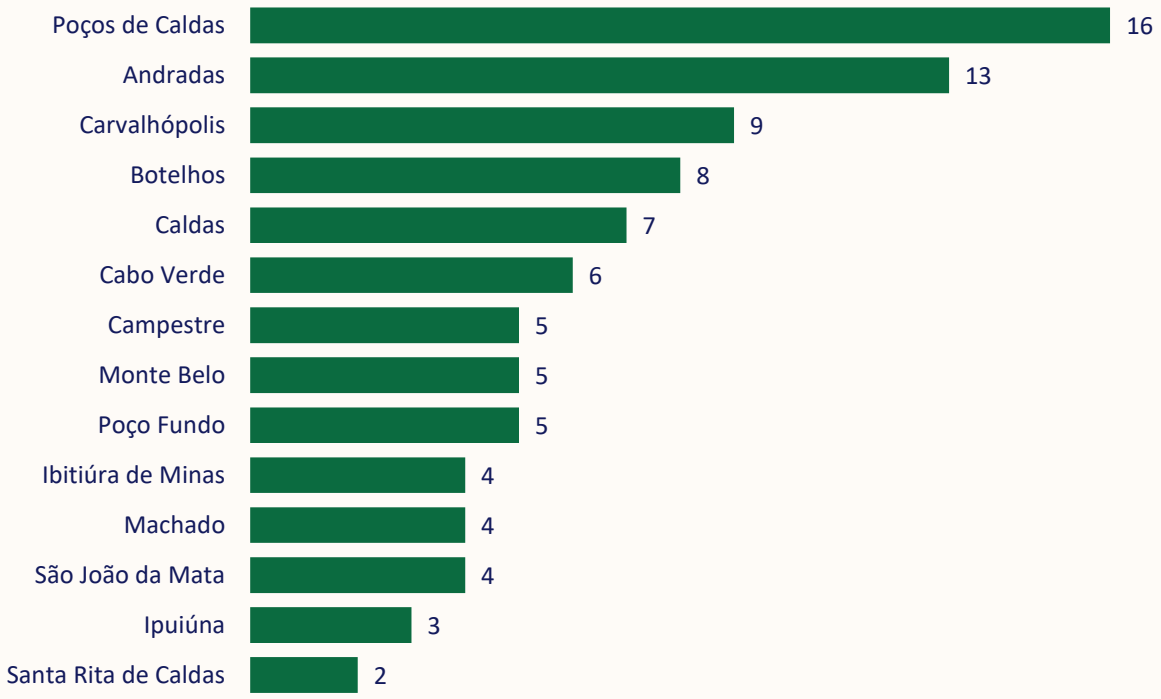
42% dos atrativos estão em Poços de Caldas e Andradas (65 de 156)

Fonte: Planejamento Estratégico da IGR Caminhos Gerais, 2026 — seções 8.1.1 e 8.1.2 (quadros de atrativos por município).

91 eventos e manifestações no calendário regional

Festas religiosas, festivais gastronômicos e culturais, feiras e eventos esportivos por município.

Eventos e manifestações por município



91

eventos e manifestações em 14 municípios

12 meses

há eventos em todos os meses do ano

7

municípios celebram São Benedito, com congadas e ternos de congo

Destaques do calendário

Festival Música nas Montanhas e Flipoços (Poços), Festa do Vinho (Andradas), Festa do Biscoito (Caldas), Festa de São Benedito (Machado) e FEAMMI (Monte Belo).

Fonte: Planejamento Estratégico da IGR Caminhos Gerais, 2026 — seção 8.4.1 (quadro de eventos turísticos e manifestações culturais).

Experiências e produção associada: 45 de 130 estruturadas

Situação de estruturação das experiências turísticas e da produção associada ao turismo, por município.

Município	Estruturadas	Em estruturação	Não estruturadas	Total
Andradas	**12**	**3**	**18**	**33**
Poços de Caldas	**10**	**0**	**17**	**27**
Cabo Verde	5	0	5	10
Caldas	4	0	5	9
Campestre	0	0	9	9
Poço Fundo	5	0	3	8
Ibitiúra de Minas	1	0	6	7
Monte Belo	2	0	3	5
Botelhos	1	0	3	4
Carvalhópolis	0	0	4	4
Machado	0	0	4	4
Santa Rita de Caldas	1	0	3	4
Ipuiúna	2	0	1	3
São João da Mata	2	0	1	3
Total	**45**	**3**	**82**	**130**

45
estruturadas (35%)

3
em estruturação

82
não estruturadas (63%)

Distribuição dos 130 registros



estruturadas · em estruturação · não estruturadas

48
experiências turísticas identificadas

3
municípios sem nenhuma estruturada: Campestre, Carvalhópolis e Machado

Fonte: Planejamento Estratégico da IGR Caminhos Gerais, 2026 — seção 8.2 (quadros de experiências turísticas e produção associada por município).

13 rotas turísticas em 12 municípios

Fé, cicloturismo, natureza e produção rural. Monte Belo e São João da Mata ainda não integram nenhuma rota.

Rota, roteiro ou caminho	Municípios da IGR
Rota Vulcânica (2025)	Andradas, Caldas e Poços de Caldas
Rota do Vulcão – Cicloturismo	Andradas, Botelhos, Caldas, Ibitiúra de Minas, Poços de Caldas e Santa Rita de Caldas
Caminho da Fé – percurso principal	Andradas
Caminho da Fé – Ramal Sul de Minas	Botelhos, Caldas, Campestre e Santa Rita de Caldas
Rota das Capelas	Andradas, Ibitiúra de Minas e Santa Rita de Caldas
Caminho Monsenhor Alderigi	Andradas e Santa Rita de Caldas
Caminho de Santa Luzia	Andradas
Caminho da Obediência	Ipuiúna
Caminho de Aparecida (Ramal Machado)	Machado e Carvalhópolis
Rota das Cachoeiras (11 cachoeiras)	Andradas
Circuito Café Além da Xícara	Cabo Verde
Rota Caminhos do Bem	Poço Fundo
Rota das Vinícolas	Andradas

13 rotas, roteiros e caminhos identificados

12 municípios contemplados

8 rotas passam por Andradas

+7 roteiros de turismo rural formatados em 2022 (FAEMG/SENAR) – Turismo Rural de Poços de Caldas

Fonte: Planejamento Estratégico da IGR Caminhos Gerais, 2026 — seção 8.3 (quadro de rotas, roteiros e caminhos turísticos).

Uma referência turística por município

Seleção representativa do diagnóstico — não é um ranking nem garante estrutura para visitação.

Andradas	Pico do Gavião e vitivinicultura	Natureza
Botelhos	Museu do Café	Cultura e fé
Cabo Verde	Produção de cafés especiais	Rural
Caldas	Balneário Dr. Reinaldo de Oliveira Pimenta	Bem-estar
Campestre	Igreja Matriz de N. Sra. do Carmo	Cultura e fé
Carvalhópolis	Parque Municipal Dona Jandira	Natureza
Ibitiúra de Minas	Ermida da Mãe Rainha	Cultura e fé
Ipuiúna	Nascente do Rio Pardo	Natureza
Machado	Festa de São Benedito	Cultura e fé
Monte Belo	Produção e comércio de lingerie	Compras
Poço Fundo	Café orgânico e Cachoeira Grande	Rural
Poços de Caldas	Thermas Antônio Carlos	Bem-estar
Santa Rita de Caldas	Santuário de Santa Rita de Cássia	Cultura e fé
São João da Mata	Morro da Rampa do Container	Natureza

Fonte: Planejamento Estratégico da IGR Caminhos Gerais, 2026 — seção 13.3.

03

VOZES DO TERRITÓRIO

O que dizem gestores, profissionais do turismo e instituições parceiras



A oferta atrai, mas ainda não está pronta para venda

Percepção dos gestores dos 14 municípios sobre seus principais produtos turísticos.

Atração × estrutura

57,1% dizem que o principal produto já atrai visitantes de outras regiões

50% consideram esse produto estruturado para comercialização

Rotas × comercialização

78,6% participam de alguma rota ou roteiro turístico

50% participam de roteiros efetivamente comercializados

Dados de demanda

78,6% não realizam pesquisa de demanda turística

64,3% não possuem dados de visitação

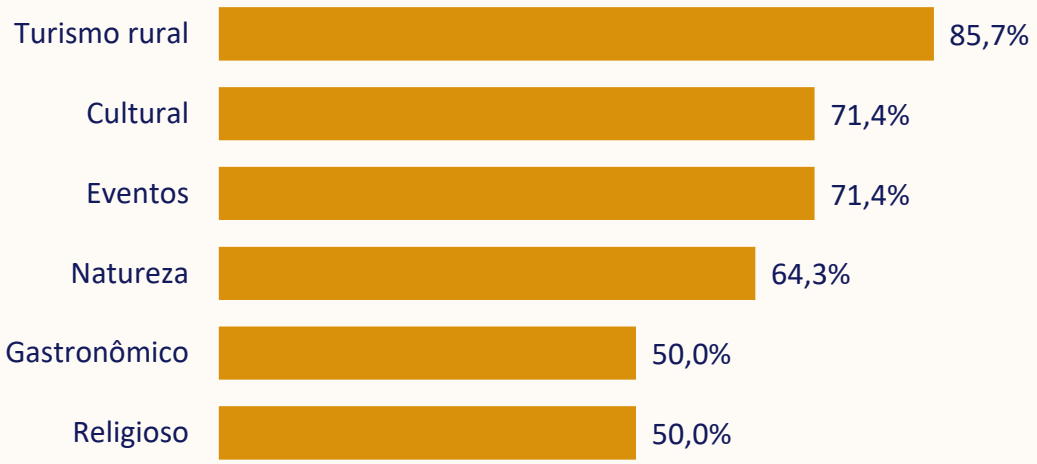
100% dos gestores *acreditam que seu principal produto pode integrar um roteiro regional. A vontade de integrar existe; falta estruturar, operar e medir.*

Fonte: Diagnóstico municipal — Planejamento Estratégico da IGR Caminhos Gerais, 2026, capítulo 10.

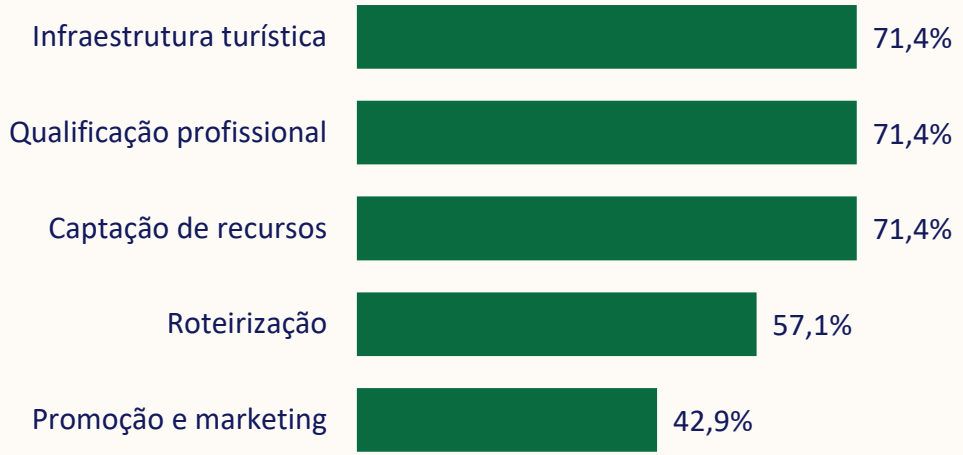
O que pensam os gestores municipais

Pesquisa respondida pelos 14 municípios da IGR (percentual de gestores).

Segmentos com maior potencial



Áreas prioritárias de investimento



VISÃO PARA 2035 · RESPOSTAS MAIS CITADAS

Turismo rural · Emprego e renda

42,9% apontam o interior de SP como principal origem dos visitantes

57,1% têm os fins de semana como principal período de visitação

Fonte: Diagnóstico municipal (14 respostas) — Planejamento Estratégico da IGR Caminhos Gerais, 2026, capítulo 10.

Projetos e políticas públicas em andamento nos municípios

Segundo os gestores, o desafio é transformar iniciativas existentes em ações contínuas e integradas.

14 de 14 municípios no Mapa do Turismo Brasileiro

8 têm Plano Municipal de Turismo; outros 4 têm plano só para o ICMS Turismo

6 têm inventário turístico; 1 está em elaboração e 7 não têm

Políticas públicas em andamento

- **Infraestrutura e sinalização:** praças e sinalização nos bairros
- **Produtos turísticos:** novas rotas, turismo religioso e rural
- **Qualificação:** criação e formação de condutores de turismo
- **Promoção:** marketing do turismo religioso e dos atrativos
- **Gestão:** Lei Municipal do Turismo, com COMTUR e FUMTUR
- **Articulação:** PPPs, integração pela IGR e plano “Botelhos 2050”
- **Programas:** Mapa do Turismo Brasileiro e ICMS Turismo
- **Eventos:** aniversários, feiras de artesanato e festivais

Projetos em execução

- **Infraestrutura:** praças, sinalização, calçamento e atrativos
- **Rotas:** Rota Vulcânica, Caminho da Fé, cicloturismo e mel
- **Planejamento:** Planos Municipais, COMTUR/FUMTUR, place branding
- **Promoção:** vídeos, redes sociais e turismo religioso
- **Regionais:** Territórios Empreendedores, Cozinhas de Minas, Caminhos do Bem
- **Eventos:** feiras de artesanato, festivais e Festa do Peão
- **Equipamentos:** concessões e Balneário Dr. Mário Mourão
- **Economia local:** artesanato e gestão da FEARPO
- **Estudos:** atualização do inventário e pesquisas de demanda

Fonte: Diagnóstico municipal (14 respostas) — Planejamento Estratégico da IGR Caminhos Gerais, 2026, seção 10.1.2.

Identidade regional: o café une os municípios

Como os gestores percebem o nome, a marca e os símbolos dos Caminhos Gerais.



71,4%

associam o café à identidade do município; é o símbolo regional mais citado

78,6%

acham que o nome Caminhos Gerais representa a região, bem ou em parte

71,5%

avaliam que o nome é pouco conhecido ou desconhecido pela população

50%

acham que um novo nome não fortaleceria o posicionamento (28,6% acham que sim)

Encaminhamento: manter o nome Caminhos Gerais e avaliar, com os associados, nova logomarca e slogan.

Fonte: Diagnóstico municipal — Planejamento Estratégico da IGR Caminhos Gerais, 2026, capítulo 10 e seção 13.6.

A visão de quem vende o destino

Guias, receptivos e operadores de experiências que atuam na região.

100% **citam Poços de Caldas como hospedagem dos clientes**
Andradas: 40% · outros municípios: 0%

100% **recebem pedidos para visitar Andradas**
Poços: 70% · Caldas: 40% · Santa Rita: 20%

Complementaridade entre destinos: o visitante se hospeda no polo e circula pelos municípios vizinhos.

90%
atendem turistas da capital paulista (80% do interior de SP)

2 noites
é a permanência mais comum (70% das respostas)

R$ 151–250
gasto diário por pessoa mais citado (50%)

50%
acham que os empreendimentos não estão prontos para negociar com agências e operadoras (comissionamento e organização)

Pedidos do trade: catálogo regional de experiências, mais divulgação de guias e receptivos e experiências para o turismo de negócios (lacuna citada por 60%).

Fonte: Diagnóstico de guias, receptivos e operadores (10 respostas: Poços de Caldas, Andradas e Caldas) — amostra não generalizável. Capítulo 10.

Percepção dos Turistas

Relatos dos guias, receptivos e operadores de atividades turísticas

Aspectos percebidos na experiência de visitação e dificuldades comerciais relatadas pelos participantes.

Aspectos valorizados pelos visitantes

1. **Natureza e paisagens**
   Beleza dos destinos e características naturais.
2. **Clima e ambiente urbano**
   Condições ambientais e espaços da cidade.
3. **Hospitalidade**
   Recepção e qualidade do atendimento.
4. **Outros aspectos**
   Limpeza, segurança, patrimônio e gastronomia.

Dificuldades relatadas pelos visitantes

1. **Preços e cobranças**
   Valores e formas de cobrança em atrativos.
2. **Infraestrutura e atendimento**
   Limitações para alguns públicos e falhas no serviço.
3. **Hospedagem**
   Problemas relatados nos serviços de hospedagem.
4. **Horários de funcionamento**
   Restrições em experiências, restaurantes e comércio.

Motivos declarados para a perda de vendas de roteiros e atividades

Valores elevados	30%	Não souberam opinar	30%	Falta de hospedagem	10%
Datas indisponíveis	10%	Concorrência com preços inferiores	10%	Não realizam vendas	10%

Resultados declarados por profissionais consultados; não correspondem a pesquisa direta de satisfação com turistas.

Fonte — Planejamento Estratégico da IGR Caminhos Gerais, nov. 2026, seção Percepção dos Turistas.

Uma rede de parceiros pronta para ser acionada

Instituições com programas de capacitação, pesquisa, assistência técnica, patrocínio e financiamento.

Sistema S

Sebrae, Senac, Senar, Senai e Sesc

Ensino e pesquisa

IFSULDEMINAS, UNIFAL-MG, PUC Minas, Unifenas e Epamig

Produção rural e café

Emater-MG, IMA, Cooxupé, Coopama, COOPFAM, Minasul e Café Poços

Trade e entidades

Abrasel, Poços de Caldas CVB, sindicatos do setor, SINDVINHO, FGM e associações comerciais

Empresas e patrocínio

Alcoa, Danone, Ferrero, Fundação Curimbaba, EPR Sul de Minas, EPR Vias do Café, Cemig e Gasmig

Governo e fomento

Secult-MG, MTur, FECITUR, CODEMGE, BDMG, BNDES e Invest Minas

Parcerias orientadas pela necessidade: *a IGR define suas demandas de capacitações, consultorias ou recursos.*

Fonte: Planejamento Estratégico da IGR Caminhos Gerais, 2026 — capítulo 11.

04

DIRECIONAMENTO ESTRATÉGICO

SWOT, prioridades, projetos estruturantes e posicionamento



Matriz SWOT da região

Os 32 fatores da matriz, cada um com a evidência do diagnóstico que o sustenta.

F Forças
internas · 10 fatores

- **F1** **Diversidade de segmentos** — 156 atrativos e 130 experiências
- **F2** **Poços, destino consolidado** — 70 dos 135 meios de hospedagem
- **F3** **Identidade produtiva** — café, vinho, azeite e cachaça
- **F4** **Rotas e roteiros** — 13 rotas em 12 municípios
- **F5** **Cultura e eventos** — 91 eventos, em todos os meses
- **F6** **Governança regional** — COMTUR e FUMTUR nos 14
- **F7** **Quem já comercializa** — 74 guias, 8 agências, 25 operadores
- **F8** **Articulação institucional** — IGR em espaços estaduais
- **F9** **Localização estratégica** — 90% do trade atende a capital SP
- **F10** **Caldeira Vulcânica** — águas termais e paisagem única

W Fraquezas
internas · 9 fatores

- **W1** **Oferta desigual** — 51,9% da hospedagem em Poços
- **W2** **Estruturação desigual** — 82 de 130 experiências sem estrutura
- **W3** **Serviços concentrados** — 61 dos 74 guias em Poços
- **W4** **Gargalos operacionais** — baldeações de até 4h40
- **W5** **Sem indicadores regionais** — origem e permanência estimadas
- **W6** **Capacidade orçamentária desigual** — Poços tem 66,1% do orçamento
- **W7** **Integração limitada** — 2 municípios fora das rotas
- **W9** **Qualificação profissional** — prioridade para 71,4% dos gestores

O Oportunidades
externas · 8 fatores

- **O1** **Turismo de experiência** — tendência do MTur para 2026
- **O2** **Segmentos pouco atendidos** — negócios: lacuna para 60% do trade
- **O3** **Fluxo de Poços para a região** — Andradas é pedida por 100% do trade
- **O4** **Capacitação e assistência** — Sebrae, Senac, Senar, Emater-MG
- **O5** **Patrocínio e financiamento** — BDMG, BNDES, Codemge e empresas
- **O6** **Ensino e pesquisa** — IFSULDEMINAS, UNIFAL-MG, Epamig
- **O7** **Promoção e comercialização** — Minas Recebe: 8 receptivos
- **O8** **Identidade vulcânica** — Rota Vulcânica, lançada em 2025

A Ameaças
externas · 5 fatores

- **A1** **Incerteza na captação** — editais sem garantia de aprovação
- **A2** **Projetos desalinhados** — propostas prontas, sem consulta à IGR
- **A3** **Exigências legais e ambientais** — uso depende de licença e segurança
- **A4** **Fragmentação entre parceiros** — esforços e recursos dispersos
- **A5** **Troca de gestões** — ciclos de 4 anos mudam prioridades

SWOT cruzada
FO desenvolvimento · FA proteção
DO qualificação · DA prevenção
Convergem para integração, qualificação, articulação e acompanhamento.

Fonte: Planejamento Estratégico da IGR Caminhos Gerais, 2026 — cap. 12 (Matriz SWOT e SWOT Cruzada), com evidências dos caps. 7 a 11.

Quatro prioridades estratégicas

Foco no que a IGR pode articular, sem assumir funções dos municípios ou da iniciativa privada.

1 Organizar e integrar a oferta

Facilitar a identificação e a integração de atrativos, experiências e serviços.

- Atualizar dados de atrativos e experiências junto aos municípios e receptivos
- Estimular cadastro no CADASTUR
- Articular roteiros integrados

2 Ampliar divulgação e comercialização

Dar visibilidade aos destinos e facilitar a venda pelo trade.

- Catálogo regional de experiências
- Divulgação nos canais da IGR
- Aproximar hospedagem, A&B, guias, receptivos, operadores de atividades e experiências turísticas

3 Fortalecer a articulação institucional

Direcionar parcerias às necessidades reais, sem ações isoladas.

- Apresentar demandas às instituições
- Capacitações e projetos conjuntos
- Avaliar editais e participação em projetos por pertinência

4 Produzir dados sobre o turismo

Conhecer o visitante e orientar decisões de produto e promoção.

- Implantar o Observatório Regional
- Pesquisas com visitantes em eventos da IGR
- Indicadores e boletins periódicos

Fonte: Planejamento Estratégico da IGR Caminhos Gerais, 2026 — seção 13.1.

Três projetos estruturantes

Frentes complementares que concentram as principais entregas do plano.

PROJETO 1

Observatório Regional do Turismo

Organizar e acompanhar informações sobre a atividade turística.

- Painel regional de indicadores
- Procedimentos de coleta de dados
- Pesquisas com visitantes: piloto e ampliação
- Boletins periódicos

PROJETO 2

Organização, Criação e Estruturação de Produtos Turísticos

Fortalecer produtos já vendidos e estruturar novos.

- Levantamento dos produtos existentes
- Experiências com potencial de estruturação
- Articulação entre empreendimentos e guias
- Roteiros regionais

PROJETO 3

Promoção e Comercialização Turística Regional

Dar visibilidade e aproximar a oferta dos canais de venda.

- Catálogo regional de produtos
- Materiais de apresentação dos destinos
- Aproximação comercial entre prestadores
- Ações de promoção planejadas

Diretriz comum: começar pelo que já existe e tem condições reais de visitação e venda.

Fonte: Planejamento Estratégico da IGR Caminhos Gerais, 2026 — seção 13.2.

Segmentos prioritários e destinos indutores

Indutores atraem e distribuem visitantes; os destinos de integração diversificam as experiências.

Segmentos prioritários

Rural, gastronômico e de experiência
café, vinho, agricultura familiar

Natureza e aventura
serras, cachoeiras, cicloturismo, voo livre

Histórico, cultural e religioso
patrimônio, congadas, peregrinação

Saúde e bem-estar
águas termais e tradição hidromineral

Eventos
calendário regional com 91 registros

Complementares: turismo de negócios e de compras

Destinos indutores

Poços de Caldas

Porta de entrada e base de hospedagem: 61 guias e 5 receptivos do Minas Recebe

Andradas

Natureza, aventura e enoturismo; destino mais procurado para experiências turísticas

Caldas

Tradição hidromineral, natureza e bem-estar; integra a Rota Vulcânica

Machado

Turismo de negócios, com cultura, religiosidade e café

Destinos de integração (10): Botelhos, Cabo Verde, Campestre, Carvalhópolis, Ibitiúra de Minas, Ipuiúna, Monte Belo, Poço Fundo, Santa Rita de Caldas e São João da Mata

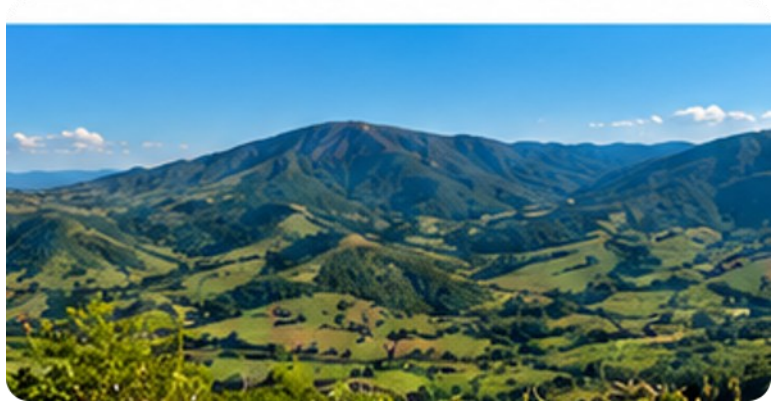
Destinos de integração (10): Representatividade local; Identidade territorial; Oferta existente; Potencial de integração

Fonte: Planejamento Estratégico da IGR Caminhos Gerais, 2026 — seções 13.4 e 13.5.

Posicionamento proposto

Uma orientação para a comunicação regional e a organização da oferta — não um slogan publicitário.

> ***Caminhos Gerais:*** *uma região turística de experiências diversas, que integra natureza, cultura, sabores, tradições e bem-estar, valorizando as particularidades de seus municípios.*



Papel da IGR

Articular, integrar e apoiar o desenvolvimento turístico sem operar nem comercializar serviços.

Caldeira Vulcânica

Diferencial geológico e paisagístico, valorizado de forma complementar às demais vocações.

Marca

Manter o nome Caminhos Gerais e avaliar, de forma participativa, nova identidade visual e slogan.

Fonte: Planejamento Estratégico da IGR Caminhos Gerais, 2026 — seção 13.6.

05

PLANO DE AÇÃO E MONITORAMENTO

Quatro anos, quatro eixos e implantação gradual



Plano de ação
em quatro anos

Eixos: oferta turística; divulgação e comercialização; governança; informação e inteligência turística.

ANO 1 — Organização e preparação

- Ficha padronizada e cadastro de experiências
- Revisão dos canais e decisão sobre a marca
- Pesquisa-piloto do Observatório

ANO 2 — Implantação e primeiras entregas

- Catálogo regional digital publicado
- Experiência integrada entre municípios
- Encontro regional e boletim de dados

ANO 3 — Ampliação e aperfeiçoamento

- Catálogo ampliado e materiais atualizados
- Apoio a novas experiências
- Nova coleta com dados comparáveis

ANO 4 — Consolidação e continuidade

- Revisão de produtos e do catálogo
- Relatório quadrienal de resultados
- Diretrizes do próximo ciclo

Previsão de valores: *necessidade de realizar orçamentos e parcerias.*

Fonte: Planejamento Estratégico da IGR Caminhos Gerais, 2026 — capítulo 14. Valores referenciais.

Como vamos acompanhar os resultados

Painel de indicadores atualizado pela IGR a partir dos registros de execução.

Cumprimento das ações
Trimestral

Concluídas ÷ previstas (%)

Ações em atraso
Trimestral

Prazo vencido sem entrega

Execução financeira
Trimestral

Despesas ÷ orçamento (%)

Participação municipal
Semestral

Municípios ativos ÷ 14 (%)

Parcerias efetivas
Anual

Com entregas concretas

Produtos organizados
Semestral

Cadastrados e verificados

Ações de promoção
Anual

Efetivamente realizadas

Qualificações
Anual

Atividades concluídas

Rotina de acompanhamento

A cada trimestre
Situação das ações, despesas e atrasos

A cada ano
Balanço aos associados e revisão da programação

Ao fim dos 4 anos
Avaliação geral e diretrizes do próximo ciclo

Fonte: Planejamento Estratégico da IGR Caminhos Gerais, 2026 — capítulo 15.

O desafio dos próximos quatro anos

Transformar a diversidade de recursos em uma oferta integrada, com benefícios para os 14 municípios.

ANO 1 — 26 ações

Organização e preparação

- Elaborar a ficha padronizada de produtos e experiências
- Levantar as experiências que já recebem visitantes
- Apresentar o plano e pactuar prioridades anuais
- Criar o controle de execução por ação, prazo e responsável

ANO 2 — 24 ações

Implantação e primeiras entregas

- Publicar a 1ª versão digital do catálogo regional
- Testar uma experiência integrada entre municípios
- Apresentar o catálogo a agências e hotelaria
- Publicar o primeiro boletim do Observatório

ANO 3 — 21 ações

Ampliação e aperfeiçoamento

- Publicar o catálogo ampliado com novas experiências
- Articular apoio técnico para estruturar experiências
- Ampliar a divulgação conjunta entre municípios
- Repetir a pesquisa e publicar boletim comparativo

ANO 4 — 16 ações

Consolidação e continuidade

- Revisar o cadastro e definir a rotina do catálogo
- Avaliar metas e resultados no relatório quadrienal
- Definir parcerias para manter o Observatório
- Elaborar as diretrizes do próximo planejamento

Participação dos municípios

Presença ativa dos 14 associados, inclusive após trocas de gestão

Parcerias com foco

Instituições e trade mobilizados a partir das demandas do plano

Acompanhamento contínuo

Metas revistas a cada ano, preservando as prioridades

Fonte: Planejamento Estratégico da IGR Caminhos Gerais, 2026 — capítulos 14 (plano de ação por ano) e 16.

Este documento foi produzido a partir de recursos viabilizadôs por meio do **Convênio 11,954/2025** firmado entre a **Federação das Instâncias de Governança de Minas Gerais (FECITUR)** e a **Companhia de Desenvolvimento Econômico de Minas Gerais (CODEMIG),** com interveniência da **Secretaria de Estado de Cultura e Turismo de Minas Gerais (SECULT-MG).**

EQUIPE



Platinny Dias de Paiva



Pollyanna Calixto



Cristiane Maria Magalhães



Lyniker Paiva

circuito turístico caminhos gerais

Realização: FECITUR Federação das IGRs de Minas Gerais

CODEMGE Companhia de Desenvolvimento de Minas Gerais

MINAS É PRA FRENTE

CULTURA E TURISMO GOVERNO DE MINAS