

1 APRESENTAÇÃO

A Prefeitura Municipal de Vila Bela da Santíssima Trindade através da Secretaria Municipal de Turismo e com o apoio técnico do Sebrae Mato Grosso, elaborou de forma participativa da sociedade Vila-Belense, o Plano Municipal de Turismo com aplicabilidade de 2022 – 2026.

Essa iniciativa nasceu do anseio local de potencializar riquezas de Vila Bela da Santíssima Trindade consideradas potenciais turísticos e colocá-las à serviço dos visitantes com qualidade capaz de impulsionar os negócios locais, ativando dessa forma o desenvolvimento da cadeia produtiva do turismo.

O Plano Municipal de Turismo de Vila Bela da Santíssima Trindade define eixos estratégicos de atuação para o fomento do turismo local, orienta ações a serem praticadas e integra parcerias importantes para a arregimentação do setor turístico nos próximos quatro anos.

A construção do documento de planejamento aconteceu de maneira democrática dando voz ativa aos moradores do município que foram convocados com esforço da gestão pública municipal e seus pares, membros do Conselho Municipal de Turismo.

Nas reuniões de debates estiveram presentes secretariados municipais, empresários de hospedagem e oferta de alimentação, investidores do comércio local, agenciadores, empreendedores de ambientes de lazer e turismo, condutores locais e outros moradores.

Assim, o Plano Municipal de Turismo de Vila Bela da Santíssima Trindade é fruto de esforço coletivo de pesquisas, discussões e validações de informações, expressando a vontade dos munícipes em relação ao desenvolvimento da atividade turística, otimizando o aproveitamento dos recursos potenciais e a realidade atual da estrutura da cidade.

Foram considerados fatores determinantes e peculiares tais como: identidade atribuída aos recursos turísticos, vocação e perfil do atendimento local aos visitantes, os anseios de crescimento dos moradores, e o estágio de articulação com as políticas públicas a nível regional, estadual e nacional, aplicando consonância com as variadas esferas de ações de fomento ao setor.

O planejamento tem foco no território de Vila Bela da Santíssima Trindade, mas considerou o olhar regional de desenvolvimento do setor turístico sabendo-se que a cooperação entre municípios é preponderante para o crescimento das Regiões Turísticas do entorno principalmente a Região Turística Vale do Guaporé, a qual o município integra.

A partir do Plano se adequa a oferta existente e se fundamenta novos investimentos atendendo aos anseios da sociedade civil e do poder público municipal

que almeja colher frutos de uma oferta turística diferenciada que melhore a economia local gerando qualidade de vida aos moradores correspondendo às expectativas do turista que deseja receber.

O Plano Municipal de Turismo de Vila Bela da Santíssima Trindade é assim, uma ferramenta de gestão pública e um norteador de investimentos da iniciativa privada, considerando os próximos quatro anos o período fomento da oferta e encadeamento dos elos produtivos do setor turístico.

2 INTRODUÇÃO

Foi constatado ao longo dos trabalhos de construção do Plano Municipal de Turismo de Vila Bela da Santíssima Trindade que o município possui recursos naturais caracterizado pela zona de transição Amazônia e Cerrado, fator que acrescenta conteúdo de flora e fauna e diferencia o cenário. Também traz consigo uma história atrelada ao desenvolvimento do estado de Mato Grosso sendo a primeira capital do estado e a descoberta de riquezas minerais na região do Rio Guaporé, fez com que Portugal se apressasse em povoá-la, temendo que os vizinhos espanhóis fizessem o mesmo.

Também a história da etnia negra que está retratada nos filhos de Vila Bela da Santíssima Trindade lembrando que enquanto foi capital, a cidade obteve um progresso muito grande devido aos investimentos em infraestrutura e incentivos fiscais para os novos moradores. No entanto, as dificuldades de povoar a região (distância, doenças, falta de rotas comerciais) e o estabelecimento de um importante centro comercial em Cuiabá acabaram forçando a transferência da capital, em 1835. Como uma cidade qualquer, Vila Bela não resistiria. Os moradores abandonaram a região, deixando casas, estabelecimentos comerciais e escravos para trás. Num dos episódios mais fascinantes de toda essa história, são estes escravos abandonados que garantem a sobrevivência da cidade, constituindo no local uma comunidade negra forte, unida e fiel às suas tradições.

Todos esses fatores somados ao ambiente empresarial que já investe em equipamentos e serviços indispensáveis para o atendimento ao turista, há de se expandir investimentos para formar uma oferta turística competitiva e diferenciada até mesmo dentro da rota turística da Região Vale do Guaporé.

Alcançar a visibilidade e o impulsionamento dos negócios turísticos a partir das potencialidades aplicando ações planejadas, contribui sem dúvida para um turismo sustentável nos três pilares: ambiental, social e econômico.

O momento é ideal para executar um planejamento. Isso porque as articulações em torno do turismo ocorrem com a união de uma sociedade local madura e que respeita sua própria trajetória de colonização e desenvolvimento do estado de Mato Grosso, demonstrando que sempre soube onde almejou chegar. Assim, expandir

setores da economia é a resposta da sociedade de Vila Bela da Santíssima Trindade que desperta para um democrático setor da economia, de negócios colaborativos e provedor de inclusão social.

O comprometimento demonstrado no processo de construção do Plano e as contribuições da sociedade local comprovam que há disposição para enfrentar desafios, buscar conhecimentos e estabelecer relacionamentos com novos parceiros diante de uma nova linguagem empresarial.

Os investimentos em estratégias para um turismo ordenado estão traduzidos em passos importantes da gestão pública como a inserção no Programa Ministerial de Regionalização do Turismo Brasileiro, fator que foi fundamental para atrair investimentos para o turismo de Vila Bela da Santíssima Trindade como assessoria técnica apoiada por entidades a exemplo do Sebrae, e outros previstos em infraestrutura, capacitações e marketing.

A construção do Plano aconteceu paralelo às ações de inventariação da oferta turística de Vila Bela da Santíssima Trindade, fator que subsidiou dados primários recentes da atual realidade, acentuando o ponto de partida para as ações de investimentos no turismo, vez que os apontamentos apresentaram oferta turística já à disposição do mercado consumidor, além de potencialidades ainda por serem formatadas oportunizando implantação de novas atividades.

Nos momentos participativos, os envolvidos no processo de debates forneceram dados para a construção da matriz SWOT (FOFA) que esclareceu pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças; reflexão inicial para visualizar ações futuras para o desenvolvimento.

A contextualização de futuro estabeleceu:

- Visão – a forma desejada de projetar o turismo de Vila Bela da Santíssima Trindade;
- Missão – o motivo de existir do planejamento;
- Valores – fatores a serem preservados no processo de desenvolvimento econômico do turismo local;
- Fatores críticos de sucesso – situações a serem exauridas por traduzirem impedimentos ao crescimento turístico;
- Eixos temáticos – temas fundamentais a serem abrangidos por ações de fomento ao turismo;
- Ações, prazos, prioridade e executores – planilha de atuação considerando o foco no desenvolvimento do turismo de Vila Bela da Santíssima Trindade;
- Monitoramento – indicadores de mensuração e avaliação do desenvolvimento do turismo a partir da execução das ações buscando verificar a funcionalidade do Plano Municipal de Turismo.

3 JUSTIFICATIVA

Planejar é um processo fundamental ao ordenamento da economia em variados setores. Não obstante o turismo já é percebido como um vetor econômico e passível de planejamento para alcançar com maior celeridade os resultados de geração de emprego e renda.

Para um município em inicial exercício da economia do turismo, salutar potencializar o processo com um panorama de ações a serem executados em cadência estratégica de resultados progressivos, e nesse sentido praticar a sustentabilidade almejada que será também, gatilho de competitividade.

Nesse raciocínio contemporâneo de desenvolvimento econômico, Vila Bela da Santíssima Trindade antecipou a construção do Plano até mesmo à expansão de oferta de passeios, pensando em gerar fluxo de visitantes em consonância com o fomento de suas estruturas de produtos e serviços turísticos paralelos.

Essa iniciativa demonstra controle dos processos de fomento econômico do município e vislumbra um futuro sem a incidência do retrocesso, retrabalho e reinvestimentos.

Para conceber o planejamento os munícipes foram sensibilizados a perceber a força de transformação que a economia do turismo vai incidir sobre o cotidiano local, as oportunidades advindas de crescimento empresarial e acima de tudo, os efeitos positivos para as futuras gerações.

O setor turístico vem demonstrando valoroso legado onde avança sobre princípios sustentáveis e Vila Bela da Santíssima Trindade debateu conscientemente para alcançar esse resultado.

Demonstrou buscar sim emprego e renda para sua população, mas acima de tudo, promover a preservação, manutenção e valorização do seu patrimônio natural, cultural e histórico.

4 METODOLOGIA

A construção do Plano Municipal de Turismo de Vila Bela da Santíssima Trindade contou com os subsídios quantitativos e qualitativos constantes no recente Inventário da Oferta Turística e foram complementados com estudos à cerca da vocação com relação da segmentação da oferta turística e pesquisas da presença digital para constatar a notoriedade do município.

O diálogo estabelecido prévio às reuniões de planejamento com a comunidade, estabelecido com a Secretaria Municipal de Turismo, alinhou resultados alcançados em

projetos em andamento, facilitando constar no Plano, ações complementares e não redundantes, tornando o documento mais pragmático e efetivo.

Pesquisas trouxeram à tona leis municipais, estaduais e federais aplicadas ao setor turístico, além de uma análise ampla das políticas públicas em exercício no setor, nas esferas municipal, estadual e federal. Isso para se estabelecer a relação direta e indireta de fortalecimento do turismo do município.

Assim, as etapas de construção do Plano Municipal de Turismo de Vila Bela da Santíssima Trindade foram as seguintes:

I – Pesquisas e compilação de dados secundários em fontes referenciadas tais como o recente Inventário da Oferta Turística e outros fundamentais para dimensionar a potencialidade local;

II – Reunião estratégica com a Gestão Municipal do Turismo para substanciar o diálogo inicial com a comunidade de entendimentos sinérgicos aos andamentos dos projetos da iniciativa pública;

III – Palestra de sensibilização e informação do processo de transformação advindo do fomento da economia do turismo no município, convocando a sociedade local a participar e construir pertencimento com o tema;

IV – Realização de sequentes reuniões participativas presenciais com convocação da sociedade local em geral, promovidas com a mobilização da Prefeitura Municipal e favorecendo diálogo e debates que construíram o entremeio do Plano:

- Reunião 1 para Diagnóstico

Aplicação da Análise SWOT

Construção: - Visão, Missão, Valores e Fatores críticos de sucesso;

- Reunião 2 para Levantamento de Ações e Direcionamento Estratégico

Validação da Matriz Swot, Missão, Valores e Fatores críticos de sucesso;

Definição dos eixos temáticos

Definição das linhas de atuação

- Reunião 3 para Levantamento de Ações e Direcionamento Estratégico

Validação do direcionamento e objetivos

Definição de ações prioritárias;

- Reunião 4 para Levantamento de Ações e Direcionamento Estratégico

Validação de ações prioritárias

Ampliação das indicações de ações prioritárias;

V – Interação por canais online para reforço e validação de dados melhorando o contexto do Plano;

VI – Finalização e entrega do documento com aplicabilidade para quatro anos – 2022 – 2026.

O período dos trabalhos foi de setembro a dezembro de 2021 possibilitando a interação permanente com os munícipes, a qualquer tempo, por e-mail ou aplicativos de conversa, além dos encontros presenciais.

5 CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA

Com o aumento da exploração do ouro e dos impostos arrecadados pela Coroa a necessidade da busca de mais áreas produtivas no interior do país se intensificou, tanto através de expedições oficiais (entradas) quanto particulares (bandeiras). Deste modo, partindo de Cuiabá para o Oeste Fernando Paes de Barros e seu irmão Arthur chegaram a região entre os rios Jauru e Guaporé e, encontrando dificuldade para entrar na floresta devido a espessura da vegetação, a denominaram de Mato Grosso. Ao encontrarem a chapada e os rios Sararé e Galera viram grande quantidade de metais preciosos e se fixaram construindo o Arraial de Sant'Ana, de São Francisco Xavier e de Nosso Senhora do Pilar, onde posteriormente seria edificada Vila Bela da Santíssima Trindade (LACERDA, 2021; TAUNAY, 1891).

Por conta da distância entre as novas e produtivas minas descobertas, o Governo Português por intermédio da rainha Mariana da Áustria através da Carta Régia de 9 de março de 1748 nomeou o capitão-general Dom Antônio Rolim de Moura para fundar e construir a Capitania de Mato Grosso no vale do rio Guaporé, próxima a fronteira dos domínios espanhóis, incumbido também de defender e proteger os domínios da Coroa Portuguesa (SILVA, 2005; DOURADO, 2014)

Figura 1: Planta de Vila Bela da Santíssima Trindade



Fonte: DOURADO, 2014

A nomeação de Vila Bela da Santíssima Trindade, remete a uma instrução real haja vista que não estabelece relação com as imagens das matas vistas pelos pioneiros, nem com o nome da rainha e nem com o do governador, como era de costume na nomeação de outras vilas (SZUBRIS, 2014)

De modo a povoar a região e estabelecer o território frente aos domínios espanhóis a Coroa portuguesa deu vários incentivos aos que ali se fixassem (TAUNAY, 1891).

A cidade foi planejada, sob régua e compasso para ser a Vila-Capital, suas ruas simétricas, perpendiculares e em ângulos retos demonstrou a arte dos parâmetros urbanísticos portugueses. Contudo, ao se atentar particularmente às questões fronteiriças de defesa a vila foi edificada muito próxima ao Rio Guaporé, fazendo-a sofrer com as cheias desta região (DOURADO, 2014).

Tais enchentes faziam com que os vilabelenses estivessem assolados por constantes problemas epidemiológicos, de forma a minimizar os efeitos dos fenômenos naturais o governador nomeado Luis de Albuquerque em 1772 recomendou que as construções fossem levantadas ao máximo em relação às margens do rio Guaporé (ALMEIDA, 2013).

De 1752 a 1820, a então capital de Mato Grosso, Vila Bela da Santíssima Trindade teve significativo destaque político e econômico, sendo fundamental para a expansão e preservação do território fronteiriço. A administração da província passou a ser partilhado com Cuiabá em 1820, ocorrendo a descentralização política e a renomeação para cidade de Mato Grosso (ALMEIDA, 2019; MATTOS, 2019).

Com o estabelecimento de um importante centro comercial em Cuiabá e com as dificuldades de povoar a região no extremo oeste tanto pela distância, pela falta de rotas comerciais e a incidência de doenças, no ano de 1835 a capital de Mato Grosso passa a ser oficialmente a cidade de Cuiabá. Com essa migração da capital para Cuiabá a cidade não resistiu, ocorrendo um grande êxodo populacional e econômico na região, entretanto os escravos abandonados garantiram a sobrevivência da cidade e constituíram uma comunidade forte, unida e fiel às tradições de sua cultura (CARVALHO, 2011).

Vila Bela da Santíssima Trindade resgatou seu nome apenas em 29 de novembro de 1978.

Atualmente o município tem como principal atividade da base econômica a agropecuária, com lavouras temporárias de soja e milho e a pecuária de cria e recria para corte. Como atividades complementares do setor primário também se destacam a agricultura permanente, cultivo de oleaginosas e o extrativismo mineral (LIMA, 2017).

6 CARACTERÍSTICAS E ASPECTOS GERAIS

Vila Bela da Santíssima Trindade foi fundada em 19 de março de 1752 e está distante 521 km da capital do estado, Cuiabá.

Segundo o IBGE (2010) Vila bela da Santíssima Trindade está localizado na Mesorregião do Sudoeste Matogrossense e na Microregião do Alto Guaporé com uma área de 13.420km² entre as coordenadas de 16º 15'58,51"S e 14º 00'20,79"S e 59º 54'19,16"O e 60º 23'11,64"O à 540 km da capital Cuiabá.

O município faz divisa em sua extensão Sul e Oeste com a Bolívia, a Leste com os municípios de Nova Lacerda, Conquista D'Oeste, Pontes e Lacerda, e Porto Esperidião e a Norte com o município de Comodoro.

A população estimada é de 16.412 habitantes, já o último censo realizado em 2010 apresentou um total de 14.493 habitantes e uma densidade demográfica de 1,08 hab/km², conferindo o 49º lugar de cidade mais populosa do estado. Tem uma população estimada em 2021 de 16.412 pessoas, também segundo o IBGE.

O clima é caracterizado como Tropical Continental, alternadamente seco e úmido, com precipitação média anual de 1000 a 2700mm, sendo os meses mais chuvosos de novembro a março e menos chuvosos de junho a agosto. A temperatura média é de 25º, com mínima de 16ºC e máxima de 35ºC (IBGE, 2014; Neves et al, 2013)

As altitudes variam entre 100 e 900 metros nas Depressões, Pantanaís e Serras constantes na região (SEPLAN, 2011).

A área se encontra na região de transição entre os Domínios Morfoclimáticos Amazônia e Cerrado, caracterizando uma região de tensão ecológica entre a Floresta Estacional Semidecidual e o Cerrado, e as áreas de floresta do município são caracterizados pela formação de Floresta Estacional Semidecidual e Floresta Estacional Decidual (BRASIL, 2004; AB'SABER, 1967).

O município possui diversos rios e riachos e se encontra na bacia do Rio Guaporé.

O Rio Guaporé se estende entre os Estados de Mato Grosso e Rondônia, formando uma fronteira natural entre o Brasil e a Bolívia. Sua nascente se localiza na Serra dos Parecis a 630 metros de altitude no Estado do Mato Grosso e tem uma extensão de 1.470km até a sua foz no Rio Marmoré.

Em sua extensão, passa diretamente pelo território de 11 municípios, mas apenas quatro cidades encontram-se nas suas margens sendo apenas duas no Estado do Mato Grosso (Pontes e Lacerda e Vila Bela da Santíssima Trindade).

O rio tem grande significância ecológica, drenando uma região de riquíssima biodiversidade e belezas naturais abrigando espécies de fauna e flora do Pantanal, Cerrado e Amazônia. Se perdendo dentro de um belíssimo buritizal, o local inóspito torna-se refúgio para milhares de aves de diferentes espécies.

O rio tem grande importância para a região, tanto na questão de abastecimento de água, energia elétrica (através da UHE Guaporé em Pontes e Lacerda), ecológica e econômica, sendo grande atrativo turístico e área de grande interesse tanto para a pesca de subsistência quanto para a prática de pesca esportiva (PETROBRÁS, 2007).

Bandeira atual do município de Vila Bela da Santíssima Trindade



Fonte: Prefeitura Municipal de Vila Bela da Santíssima Trindade

7 TURISMO EM VILA BELA DA SANTÍSSIMA TRINDADE

7.1 POLÍTICA E GOVERNANÇA TURÍSTICA

O turismo de Vila Bela da Santíssima Trindade conta com a gestão municipal estruturada em Secretaria Municipal de Turismo que está responsável por gerir as iniciativas de desenvolvimento da atividade turística no município.

Correspondendo aos princípios da governança orientada pela política pública do Ministério do Turismo, apresenta a organização em Comtur – Conselho Municipal de Turismo com formato consultivo e deliberativo.

Subsequente ao ordenamento municipal de gestão do turismo, Vila Bela da Santíssima Trindade faz parte da IGR – Instância de Governança Regional do Vale do Guaporé, envolvendo mais outros seis municípios que são: Comodoro; Conquista D'Oeste; Figueirópolis D'Oeste; Jauru; Nova Lacerda; Pontes e Lacerda.

O formato de gestão descentralizada do turismo na formação de IGR corresponde aos critérios de participação da Política Ministerial de Turismo, PRT – Programa de Regionalização do Turismo. Fazer parte desse Programa garante à Vila Bela da Santíssima Trindade configurar no Mapa de Regionalização do Turismo Brasileiro.

Dentro do Programa de Regionalização do Turismo, Vila Bela da Santíssima Trindade soma 2.694 cidades brasileiras divididas em 333 regiões, pontuando que Mato Grosso se expressa nesse mapeamento turístico com 85 cidades divididas em 14 regiões turísticas.

O benefício de contar com um Inventário da Oferta Turística e um Plano Municipal de Turismo diante do Programa de Regionalização do Turismo possibilita Vila Bela da Santíssima Trindade a melhorar sua classificação. Quanto melhor classificado maior alcance de investimentos governamentais permitindo ao Ministério do Turismo direcionar maiores esforços e recursos para ações mais adequadas às necessidades do município e Região Turística a qual pertence.

Todos os instrumentos de ordenamento e gestão do turismo de Vila Bela da Santíssima Trindade somam sua capacidade de captação de recursos e projetos junto ao Ministério do Turismo e outros parceiros importantes para o desenvolvimento do setor turístico.

7.2 PERFIL DA DEMANDA TURÍSTICA

Turismo é definido como toda atividade desempenhada por pessoas quando se deslocam do seu habitat para viagens e estadias em lugares diferentes, seja por lazer, negócios ou outras motivações não remuneradas, em períodos inferiores a um ano.

Diante desse conceito e para avaliar o perfil da demanda turística de uma localidade é necessário levantar o comportamento dos visitantes (turistas) sabendo-se que essa presença é retratada por todo aquele que se desloca para Vila Bela da Santíssima Trindade por razão de exercer no município uma atividade não remunerada, permanecendo período superior a 24 horas e por período inferior a um ano.

Assim, o perfil da demanda turística fundamentado no Plano Municipal de Turismo considerou esses tais visitantes (turistas) que viajam ou podem vir a desejar viajar para usar os produtos e serviços turísticos de Vila Bela da Santíssima Trindade.

O ambiente de estudo de demanda de Vila Bela da Santíssima Trindade, atualmente, é restrito e superficial. Isso porque o município não conta com captação de dados substanciais para análise como registros sistêmicos do Boletim de Ocupação Hoteleira, ou registro de visitantes nos seus atrativos que traduzam sua procedência e os confirmem serem turistas.

Para construir uma noção do atual movimento de demanda turística foi aplicado um processo de entrevistas na localidade abordando atendentes de meios de hospedagem e restaurantes, além de escutas em abordagens no comércio local, nos atrativos, com agenciadores receptivos e condutores locais.

Dentre todos os resultados das escutas, foi determinante o apontamento da presença do turista de natureza. Aquele visitante que permanece na cidade para desfrutar de ambientes balneares e interagir com o meio ambiente. Nesse caso, a maioria é do sexo masculino, viajam em pequenos grupos de amigos ou familiares e consta também a presença de casais. A maioria chega ao destino com veículo próprio e permanecem não mais que 3 dias no local.

As poucas afirmações de visitantes sem o foco de turismo de natureza em Vila Bela da Santíssima Trindade são daqueles que participam de eventos como o promovido pelas festividades tradicionais como o Congo e o Chorado.

Também, se tem referências da presença do turista de pesca que frequenta o Rio Guaporé. Sem grande expressão de circulação na cidade, ainda assim, é uma presença importante para o turismo local.

Um outro retrato que comprova a circulação de turistas é a presença condutores locais em processo de aperfeiçoamento para atuação focada em segurança e encantamento. Isso significa que a economia do turismo já desperta o empreendedorismo.

Na ausência de um estudo aprofundado das expectativas e nível de satisfação do atual visitante de Vila Bela da Santíssima Trindade, trata o plano de prospectar o turista do futuro, concebendo um olhar sistêmico sobre sua potencial oferta e traçando um alinhamento com o segmento de turistas que almeja captar.

Quem é o turista atual

O setor do turismo, um dos mais afetados pela pandemia, vem se adaptando aos novos desafios. E enquanto não chegamos ao fim desse momento sem precedentes, as expectativas para uma plena retomada do setor são altas. Os números mostram: 40% das pessoas querem voltar a viajar — e logo.

No turismo, cada vez mais a experiência será mais importante que o destino. O varejo já investe em segurança e tecnologia, e o turista espera ter isso nas viagens também.

Julia Busch – especialista de insights para Governo no Google

A recomendação é ir na linha do que o varejo das grandes cidades já vem oferecendo para reconquistar o público: investir em segurança (atendimento sem contato, com transações 100% online e pagamentos por app), experiência (no caso das hospedagens, pode ser banheira de hidromassagem ou piscina aquecida) e,

principalmente, comunicação (não basta fazer, é preciso divulgar). Diante de tantas (e tão novas) restrições, são soluções como essas que o turista tende a valorizar cada vez mais.

Hoje, o setor do turismo tem investido em duas frentes: seu papel funcional — o de facilitar a vida do viajante, oferecendo as melhores opções com o maior nível de segurança possível — e seu papel emocional — sem deixar de proporcionar o sentimento de realização de um sonho. E agora, diferentemente de antes, “a viagem” não precisa ser para muito longe.

58% dos conectados escolheriam um lugar tranquilo, com natureza, como opção de viagem.

Fonte: Google Survey – Conectados AS, Brasil 18+, ABC. 28/04 a 02/05.



A experiência tem se mostrado tão importante quanto o destino



É interessante investir em segurança, experiência e, principalmente, comunicação



O carro assume papel protagonista para que as pessoas programem sua próxima viagem



Marcas e empresas de turismo podem pensar em planejamento explorando as potencialidades do *destination marketing*

A empresa de pesquisa de mercado global Euromonitor International revela as tendências que definirão o comportamento do consumidor e influenciarão as estratégias empresariais este ano em um novo relatório “10 Principais Tendências Globais de Consumo 2021”. A pandemia da COVID-19 criou, influenciou ou acelerou cada tendência.

As características se remetem diretamente ao comportamento do turista atual e vale se atentar que em 2021, os consumidores irão:

- Esperar iniciativas orientadas por propósitos que apoiem o tripé da sustentabilidade - pessoas, planeta e lucros (Reconstruir Melhor);

- Desejar a comodidade de locomoção, ocasiões impulsivas e espontâneas e simplicidades da vida pré-pandêmica (Desejo por Conveniência);
- Reconectar-se com a natureza e buscar locais ao ar livre para o lazer e para socialização segura (Oásis ao Ar Livre).
- Usar ferramentas digitais para ficar conectado em casa e para facilitar procedimentos mais seguros nos estabelecimentos tradicionais (Realidade Digital).
- Ganhar nova flexibilidade, programando atividades em uma ordem não convencional para atender às demandas individuais de tempo (Otimizando o Tempo).
- Desconfiar da mídia e dos governos, desafiando a desinformação e colocando suas necessidades em primeiro lugar (Inquietos e Rebeldes). Em 2020, 29% dos consumidores globais estavam ativamente envolvidos em questões políticas e sociais.
- Exigir serviços sem contato, padrões sanitários excepcionais e produtos que melhoram a higiene e a imunidade (Obsessão por Segurança).
- Reavaliar as prioridades e identidades na busca de uma vida mais plena e uma melhor resiliência mental (Abalados e Reflexivos). A depressão e a saúde mental tiveram um impacto moderado ou severo em 73% da vida cotidiana dos consumidores no mundo todo no ano passado.
- Elaborar orçamentos com cautela e adquirir produtos e serviços de valor agregado e acessíveis (A Ordem é Pechinchar).
- Encontrar um novo equilíbrio entre trabalho e vida pessoal, pois a colaboração remota redefine o ambiente de escritório tradicional (Novos Espaços de Trabalho). Mais da metade dos consumidores globais tinham, até então, uma fronteira rigorosa entre o trabalho ou a escola e a vida pessoal.

Assim, é determinante planejar o turismo de Vila Bela da Santíssima Trindade com foco em ofertar produtos e serviços para esse consumidor atual buscando acima de tudo, potencializar a economia local com responsabilidade e qualidade.

7.3 OFERTA TURÍSTICA

A OMT – Organização Mundial de Turismo define a oferta turística como “conjunto de produtos e serviços turísticos disponíveis para consumo em um determinado destino”. Isso significa considerar todos os equipamentos, bens e serviços tais como hospedagem, alimentação, entretenimento seja de caráter artístico, cultural, social ou qualquer outro que atraia visitantes por tempo determinado.

Com tais características o Inventário da Oferta Turística apresenta como aporte direto na permanência do turista, os seguintes equipamentos:

Infraestrutura de Acesso a Vila Bela da Santíssima Trindade

Serão lançadas as tabelas extraídas do Inventário da Oferta Turística

Hotéis e Pousadas

Serão lançadas as tabelas extraídas do Inventário da Oferta Turística

Empreendimentos de alimentos e bebidas

Serão lançadas as tabelas extraídas do Inventário da Oferta Turística

Agência de viagens

Serão lançadas as tabelas extraídas do Inventário da Oferta Turística

Transportadoras

Serão lançadas as tabelas extraídas do Inventário da Oferta Turística

Espaços para eventos

Serão lançadas as tabelas extraídas do Inventário da Oferta Turística

Espaços para eventos em hotéis

Serão lançadas as tabelas extraídas do Inventário da Oferta Turística

Serviços para eventos em hotéis

Serão lançadas as tabelas extraídas do Inventário da Oferta Turística

Espaços de lazer e recreação

Serão lançadas as tabelas extraídas do Inventário da Oferta Turística

Informações turísticas

Serão lançadas as tabelas extraídas do Inventário da Oferta Turística

Atrativos naturais

Serão lançadas as tabelas extraídas do Inventário da Oferta Turística

Galerias de arte

Serão lançadas as tabelas extraídas do Inventário da Oferta Turística

Artesanato

Serão lançadas as tabelas extraídas do Inventário da Oferta Turística

Outros atrativos culturais

Serão lançadas as tabelas extraídas do Inventário da Oferta Turística

Eventos programados

Serão lançadas as tabelas extraídas do Inventário da Oferta Turística

Os eventos e manifestações culturais acontecem de acordo com calendário anual oportunizando o visitante a desfrutar do entretenimento e interagir com os moradores da cidade. Dentre os eventos de maior expressão destacam-se:

Calendário Municipal de Eventos

Serão lançadas as tabelas extraídas do Inventário da Oferta Turística

7.4 SEGMENTOS PRIORITÁRIOS

O processo de segmentação do turismo é uma estratégia de organizar as fatias de consumidores para fins de planejamento, gestão e acesso à mercado.

Através dos segmentos a oferta é diferenciada a partir de suas características relevantes, por consequência dividindo também a demanda em grupos diferenciados traçando os variados perfis de consumidores.

No setor turístico os segmentos são determinados a partir das características de seus atrativos, equipamentos e serviços de um determinado destino e definidos de acordo com as necessidades atendidas dos visitantes.

Segmentar atribui benefícios ao setor turístico tais como:

I – Identifica e classifica o poder aquisitivo de variados nichos de turistas;

II – Facilita identificar níveis de concorrência dentre os variados nichos de turistas;

III – Caracteriza os desejos e necessidades de cada nicho de turistas favorecendo decisões assertivas de investimentos;

IV – Dá condições de adequação da oferta para corresponder as mudanças de comportamento de consumo de produtos e serviços turísticos;

V – Favorece investimentos direcionados com objetivos determinados;

VI – Subsidiaria a aplicação de uma comunicação de oferta direcionada a partir de linguagem mercadológica moldada ao público que se pretender alcançar.

Buscando praticar estratégias referenciadas exitosas e por considerar que diferentes perfis de turistas trazem consigo diferenciadas expectativas, os trabalhos de construção do Plano Municipal de Turismo de Vila Bela da Santíssima Trindade buscaram posicionar o aprimoramento da sua oferta de acordo com o processo de segmentação orientado pelo Ministério do Turismo.

Construindo o entendimento do colegiado envolvido nas reuniões de construção do Plano foram apresentados modelos de ofertas a partir da segmentação traçando comparativo com o potencial turístico do município, gerando a percepção do perfil do turista desejado para Vila Bela da Santíssima Trindade, praticando a segmentação em minúcias.

Como resultado, as reflexões coletivas desencadearam apontamentos dentro do enquadramento da segmentação, não apenas da oferta existente como também da potencial oferta a formatar como produto de consumo turístico, como por exemplo a realização de eventos diferenciados e com temáticas exclusivas que possam atrair um mercado regional que expressa elevada capacidade de consumo por seu IDH.

Está nesse sentido remetido ao Plano um quadro dos segmentos expressivos no cenário turístico de Vila Bela da Santíssima Trindade, classificados sob dois aspectos determinantes:

I – Desenvolver – enquadrando recursos existentes ainda sem definições operacionais e comerciais, mas que apresentam capacidade de despertar o interesse de consumo por parte do turista;

II – Fomentar – enquadramento de equipamentos turísticos à disposição dos visitantes, mas está passível de melhorias e ampliação.

A prévia análise da segmentação desencadeou um olhar de escala de prioridades o que sustenta o processo de planejamento direcionando ações de acordo com o interesse manifestado pelos envolvidos no Plano.

O quadro a seguir apresenta as características distintas da oferta segmentada, peculiaridades do respectivo destino em planejamento e seu estágio de

desenvolvimento; fundamentando o discorrer sequente de visão, missão, valores e ações estratégicas.

SEGMENTO TURÍSTICO	CLASSIFICAÇÃO DO ESTÁGIO DE DESENVOLVIMENTO
O ecoturismo ou turismo de natureza, segundo a EMBRATUR, é um segmento de atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações envolvidas. Ícones: cachoeiras, praias naturais de água doce, trilhas e mirantes de contemplação.	Fomentar
O turismo histórico-cultural é tido como um fenômeno social, produto da experiência humana, através do turismo cultural os centros receptores da demanda turística ofertam aos seus visitantes o lazer, entretenimento e, conseqüentemente, as trocas culturais, durante a sua permanência e convivência temporária, com membros de outros grupos sociais. Ícones: ruínas históricas, Congo, Chorado, história de Tereza de Benguela e fatos históricos como haver sediado a capital do estado de Mato Grosso.	Fomentar
O turismo de pesca vem sendo importante no cenário do turismo nacional (Brasil), pois além de movimentar a economia, tem trazido benefícios como o estímulo à pesca esportiva (pesque e solte) e a conscientização dos pescadores amadores. Ícones: a piscosidade do Rio Guaporé.	Desenvolver
O Turismo de eventos é entendido como o deslocamento de pessoas com interesse em participar de eventos focados no enriquecimento técnico, científico ou profissional, cultural incluindo ainda o consumo e entretenimento. Ícones: Festa do Congo.	Desenvolver

7.5 ANÁLISE SWOT (FOFA)

O termo SWOT é uma sigla oriunda do idioma inglês, e é um acrônimo de Forças (*Strengths*), Fraquezas (*Weaknesses*), Oportunidades (*Opportunities*) e Ameaças (*Threats*).

É uma técnica aplicada em processos de planejamentos que auxilia pessoas e organizações a identificar forças, fraquezas, oportunidades e ameaças que influenciam na competitividade e norteiam projetos.

Traduz os riscos e potencialidades internos e externos dos projetos cruzando dados e construindo uma situação organizacional pautada em ações de melhorias.

Nesse sentido a Análise SWOT foi aplicada compondo pareceres dos presentes em reuniões participativas diante do cenário potencialmente turístico de Vila Bela da Santíssima Trindade e assim estão construídos os quadros conclusivos:

Pontos Fortes

- Relevante conteúdo histórico
- Presença da arte Chiquitana
- Berço da cultura do Siriri, Cururu e Viola de Cocho
- Berço da cultura afro do estado
- Manifestação cultural do Chorado
- Manifestação cultural do Congo
- Hospitalidade e alegria do Vilabelense
- Deu origem ao nome do estado
- Primeira cidade projetada do Brasil
- Biodiversidade
- É a capital sazonal do estado
- Inspiração do livro “O mundo perdido”
- Foi passagem de Percy Faucet
- Terra de Tereza de Benguela
- Abrigou o segundo maior quilombo do país
- Tem a maior cachoeira do estado
- Registro de passagem de discos voadores
- Tem um museu na cidade com expectativa de mais três
- Registra a presença de botos
- Ambientes para ecoturismo e turismo de aventura
- Favorável para esporte de aventura
- Potencial para pesca esportiva
- Ícone no handebol
- Bebidas típicas conhecidas
- 3 biomas com registro de expressiva presença de onça
- Favorável observação de aves

- Registros de avistamento de Falcão do Peito Amarelo
- Registros de presença de Harpia
- Registros de presença de jacaré da espécie Jacaré Açu
- Parque Ricardo Franco
- Presença dos quilombos

Pontos fracos

- Miscigenação ameaçando as tradições
- Depreciação da história
- Mudança no nome das ruas
- Abandono do patrimônio histórico
- Estrutura de cobertura da ruína
- Falta de união da sociedade em prol do turismo
- Ausência de agenciamento receptivo
- Parque Ricardo Franco não regularizado
- Não tem artesanato identidade
- Não tem CAT (Centro de Atendimento ao Turista)
- Condutores e guias focam apenas na apresentação da natureza
- Pesca esportiva inexplorada
- Arraial São Francisco Xavier fechado para visitas
- Baía Grande em processo de seca acentuada
- Arborização da cidade ineficiente
- Monopolização da cultura
- Supressão das religiões de origem africana
- Falta de orientação técnica para desenvolver turismo
- Não regularização fundiária da cidade
- Trilhas sem estrutura
- Associação não regulamentadas em documentação
- Maior Unidade de Conservação do estado sem compatível visibilidade

Oportunidades

- Crescimento do turismo nas cidades menores
- Presença de turistas em busca da natureza
- Articulação da região em IGR
- Apoio do governo para desenvolver turismo
- Presença de entidades apoiadoras do setor (ex. Sebrae)
- Acesso rodoviário

Ameaças

- Esquecimento do estado nas políticas públicas
- Nenhuma visibilidade potencializada pelo estado

- Mínima presença digital
- Não está roteirizado com outros destinos
- Pouco inventivo ao turismo histórico cultural

8. DIRETRIZES ESTRATÉGICAS

8.1 VISÃO

Determina a visão é expressa onde se pretende chegar, traduzindo em palavras como se prospecta o turismo de Vila Bela da Santíssima Trindade no futuro.

Assim se define:

Ser reconhecida como o berço do estado de Mato Grosso e como a capital do ecoturismo e do turismo histórico cultural com expoente valorização do turismo étnico e seu conteúdo arquitetônico, por turistas brasileiros e estrangeiros, favorecendo aos visitantes experiências exclusivas com memoráveis histórias, culturas e aventuras.

8.2 MISSÃO

A missão traduz a razão de se planejar o turismo de Vila Bela da Santíssima Trindade, o propósito que impulsionou dedicação e esforços cooperados na estruturação do Plano Municipal.

É a seguinte:

Planejar o turismo para que preserve a qualidade de vida dos munícipes e desencadeie o crescimento econômico em rede distribuindo emprego e renda; reconhecendo e fomentando a história e cultura local e valorizando os recursos naturais; praticando assim a sustentabilidade nos seus três pilares (social, ambiental e econômico).

8.3 VALORES

Os valores expressam os princípios que determinam ações, comportamentos e prioridades elencados na elaboração e previstos na execução do Plano.

São eles:

VALORES	ALCANCE DA APLICAÇÃO DOS VALORES
Buscar a distribuição de renda	Dar oportunidades à toda sociedade local a ter emprego e renda a partir da oferta turística do município.
Praticar a colaboração e coletividade	Instituir uma economia local através do turismo que acione parcerias e ganhos cooperados.
Potencializar o empreendedorismo	Oportunizar o empreendedorismo no setor turístico em uma linha de trabalho coletiva e cooperada.
Impulsionar empresas locais	Favorecer crescimento empresarial para os negócios locais valorizando seus investimentos e atuação frequente para desencadeamento da economia do turismo.
Valorizar a qualidade	Atender o turista praticando qualidade de excelência.
Preservar os traços culturais	Não permitir que a essência cultural seja ameaçada nas entregas dos produtos e serviços turísticos.
Melhorar a qualidade de vida	Tornar o turismo um percursor de melhorias para a municipalidade.
Promover as melhores experiências	Tornar a permanência do turista uma passagem memorável por vivenciar experiências exclusivas.
Praticar a sustentabilidade	Em todos os processos, praticar a sustentabilidade ambiental, social e econômica.

8.4 FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO

São todas as condições a serem trabalhadas para alcançar objetivos definidos fortalecendo a visão proposta para o turismo de Vila Bela da Santíssima Trindade.

A seguir apresenta-se todos os fatores elencados:

- Sensibilizar a comunidade local para os benefícios do desenvolvimento do turismo para a cidade;
- Qualificar mão de obra local moldando o atendimento para atender as expectativas do turista;
- Criar uma rede de comunicação interna que fortaleça o reconhecimento do potencial turístico local;
- Fortalecer o engajamento do poder público em prol do desenvolvimento turístico;
- Atrair percursores de informações e orientações técnicas para aprimorar a qualidade do turismo local;
- Melhorar as iniciativas de propaganda do município o tornando mais conhecido e por consequência, gerando visibilidade à sua oferta turística;

- Atrair atores locais formadores de opinião para tratar do desenvolvimento do turismo;
- Favorecer a disseminação da história e cultural local.

8.5 MAPA ESTRATÉGICO

A definição dos eixos temáticos é resultado das reflexões anteriores considerando os resultados da Análise SWOT e as composições de visão, missão, valores, fatores críticos de sucesso, considerando de mesma forma os apontamentos da atual situação do cenário da oferta turística de Vila Bela da Santíssima Trindade.



8.6 EIXOS TEMÁTICOS, LINHAS DE ATUAÇÃO E AÇÕES

O panorama de encaminhamentos está planilhado no Plano convergindo aos seguintes pressupostos de leitura:

Eixo temático	Tema que determina a abrangência das ações.
Linha de atuação	Determina as prioridades dentro do eixo temático.
Ação	Atividade que será executada em cada linha de atuação.
Prazo	Curto – janeiro 2022 a janeiro 2023 Médio – janeiro 2022 a janeiro 2024 Longo – janeiro 2022 a janeiro 2026
Prioridade	Alta Média Baixa
Potenciais parceiros de execução	Órgãos, entidades, instituições, associações e organizações, públicos ou privados, que possam articular, viabilizar, executar, monitorar e cobrar a realização das ações estabelecidas no plano.

Relevante que na contextualização do Plano Municipal de Turismo de Vila Bela da Santíssima Trindade, os itens planilhados foram elencados para sequenciar de maneira lógica a execução das ações buscando resultados cadenciados.

Os parceiros são indicados no contexto como potenciais atores no processo de realização das ações, entretanto, sem atribuir responsabilidades sobre cada um. Citá-los é premissa para articulações necessárias que os tornem efetivos parceiros.

As planilhas de ações serão anexadas quando revalidadas pela atual representatividade da Secretaria de Turismo.

EIXO TEMÁTICO			
Linha de atuação			
Ação			

9. INDICADORES, METAS E AVALIZAÇÃO DE MONITORAMENTO

O planejamento participativo registrado em Plano Municipal de Turismo precisa ser encarado como um instrumento vivo de gestão do desenvolvimento da economia turística local.

Nesse sentido requer manuseio constante, verificação e monitoramento do alcance dos resultados estimados e isso depende de estratégias que favoreçam o acompanhamento da execução do Plano.

Esse conjunto de estratégias denomina-se sistema de monitoramento e confere verdadeiro sentido de desenvolver um Plano Municipal de Turismo, conferindo condições que seja efetivo instrumento de impacto na economia local.

Nesse processo de monitoramento consta a fundamental atuação do Comtur – Conselho Municipal de Turismo, onde estão representados os setores da economia do turística, a gestão pública e a sociedade em geral.

Sob a gestão do Comtur e com a atuação efetiva de captação de dados por parte da gestão pública municipal de turismo, ocorre com periodicidade a produção de relatórios que devem ser emitidos e publicizados para a sociedade local.

Dessa forma, durante os quatro anos de vigência do Plano se constrói em paralelo um gráfico de evolução do turismo de Vila Bela da Santíssima Trindade garantindo que a revisão do Plano após o tempo de sua aplicação, será pragmático e efetivo seguindo em frente com a correspondência dos anseios da população e alcançando sempre mais a satisfação do turista.

Para isso, segue a apresentação dos instrumentos indicadores, a operação do monitoramento e metas estabelecidas:

INDICADOR	NÚMERO DA OFERTA FORMAL DE EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS
AGÊNCIA DE TURISMO	
Descrição	Acompanhar o crescimento de estabelecimentos que comercializam e operam a oferta turística do município.
Fonte	Relatório de empresas com CNAE ativo no cadastro da Prefeitura e relatório de empresas devidamente regularizadas no CADASTUR do Ministério do Turismo.
Marco inicial	Segundo Inventário da Oferta Turística (2020), o município conta com empresas de agenciamento na modalidade emissiva.
Meta	Alcançar a marca de 06 empresas de agenciamento na modalidade receptiva até janeiro/2026.
MEIOS DE HOSPEDAGEM	
Descrição	Acompanhar o crescimento de estabelecimentos através da mensuração da oferta de leitos disponíveis aos turistas.

Fonte	Relatório de empresas com CNAE ativo no cadastro da Prefeitura e relatório de empresas devidamente regularizadas no CADASTUR do Ministério do Turismo.
Marco inicial	Dados quantitativos lançados no Inventário da Oferta Turística de Vila Bela da Santíssima Trindade.
Meta	Acrescentar em 35% o número de leitos disponíveis até janeiro/2026.
ATRATIVOS E ENTRETENIMENTO	
Descrição	Acompanhar o crescimento de estabelecimentos e espaços públicos preparados para atividades turísticas considerando variadas propostas como ecoturismo, turismo histórico cultural, turismo de eventos, turismo de pesca, turismo balnear e outros segmentos, através da mensuração de pontos de oferta turística.
Fonte	Relatório de empresas com CNAE ativo no cadastro da Prefeitura e constantes no material promocional do turismo local.
Marco inicial	Dados quantitativos lançados no Inventário da Oferta Turística de Vila Bela da Santíssima Trindade.
Meta	Acrescentar em 35% o número de leitos disponíveis até janeiro/2026.

INDICADOR	FLUXO TURÍSTICO
TAXA DE OCUPAÇÃO HOTELEIRA	
Descrição	Acompanhar, monitorar e quantificar a proporção entre a oferta de Unidades habitacionais disponíveis e a oferta de ocupada no período, considerando a quantidade de visitantes, a fim de mensurar a utilização dos empreendimentos hoteleiros.
Fonte	Boletim de ocupação hoteleira a ser preenchido pelos empreendimentos de hospedagem.
Marco inicial	Atualmente sem registro estatísticos.
Meta	Alcançar a marca entre 60% e 80% da ocupação hoteleira da oferta disponível de unidades habitacionais em empreendimentos de meios de hospedagem.
NÚMERO DE VISITANTES	
Descrição	Acompanhar, monitorar e quantificar a presença de visitantes nos pontos disponíveis para essa finalidade, considerando o número de pessoas e sua procedência.
Fonte	Registro de visitantes a ser implementado em todos os espaços de oferta de atrativo turístico contendo a referência do nome, procedência de data da visita.
Marco inicial	Atualmente sem registro estatísticos.
Meta	Alcançar a média de 3.000 visitantes ao mês até janeiro/2026.

INDICADOR	RECEITA TURÍSTICA
TRIBUTOS MUNICIPAIS	
Descrição	Acompanhar, monitorar e quantificar a arrecadação de ISSQN – Imposto Sobre Serviço de Qualquer Natureza, atribuído aos serviços turísticos dos meios de hospedagem, serviços de alimentação, agenciamento receptivo e ingressos para atrativos turísticos, traçando assim um paralelo de efetividade da formalização dos negócios da economia do turismo.
Fonte	DAM – Documento de Arrecadação Municipal planilhados por setores de oferta turística.
Marco inicial	Atualmente sem registro estatísticos.
Meta	Tornar a análise de crescimento anual como referência para crescimento, atualmente sem subsídios para prospectar escala quantitativa de meta.

INDICADOR	NÍVEL DE SATISFAÇÃO DO TURISTA
TURISTAS DE VARIADOS PERFIS	
Descrição	Acompanhar, monitorar e quantificar a coleta de notas atribuídas aos serviços de segurança pública, urbanização, espaços públicos de lazer, hospedagem, alimentação, atrativos e entretenimento, atendimento nas operações turísticas, atendimento do comércio em geral, atendimento dos serviços públicos municipais, limpeza da cidade e outros, atribuindo notas de 0 a 10 como indicador da satisfação do turista.
Fonte	Formulários de pesquisa de satisfação impressos disponíveis em todos os estabelecimentos que mantém relação com turistas, disponíveis no formato digital no site da prefeitura, e através de <i>tour coment</i> disponível e divulgado em <i>QR Code</i> com leitura de dados pelo Comtur.
Marco inicial	Atualmente sem registro estatísticos.
Meta	Alcançar a marca de 80% dos respondentes atribuindo notas gerais entre 6 e 10, até janeiro/2026.

10. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A iniciativa de planejar o turismo de Vila Bela da Santíssima Trindade demonstra vontade de permanecer integrante da Região Turística Vale do Guaporé e de tornar o turismo o protagonista no fomento da economia local potencializando negócios locais.

Sem dúvida, um olhar de futuro diante de todas as mensurações otimistas de crescimento do turismo no Brasil e da visão de sucesso alcançado por destinos que praticam sustentabilidade e diferenciais competitivos capazes de agradar variados perfis de visitantes.

Isso comprova que o município reúne condições favoráveis para alavancar o turismo local, seja sob o aspecto de uma gestão pública comprometida com o desenvolvimento, sob a vontade da iniciativa privada em expandir seus negócios e por seus recursos naturais, culturais e tecnológicos que potencializam transformarem-se em produtos turísticos.

Diante do exposto formou-se o processo participativo de construção do Plano Municipal de Turismo de Vila Bela da Santíssima Trindade desencadeando debates, trocas de experiências e repasse de conhecimentos, o que favoreceu contextualizar a visão de futuro em transformar o município em um destino turístico a ser cobiçado por variados mercados consumidores.

O resultado é um planejamento exequível correspondendo ao grau de maturidade do setor turístico local em seu inicial estágio de percepção de potencial, mas suficiente para iniciar ações de fomento dos variados nichos de oferta turística.

Um salto na geração de emprego e renda vez que o setor turístico é o único do mundo minimamente mecanizado onde a entrega final consiste em gerar emoções e experiências memoráveis através das relações interpessoais e emprego de capital humano.

É certo que o atual cenário é incipiente para atrair turistas que impactem na economia, mas as possibilidades são muitas e a vontade de transformar em produtos está organizada no Mapa Estratégico do Plano.

Com esse sentimento de ordenamento de ideias lança-se o Plano Municipal de Turismo de Vila Bela da Santíssima Trindade como marco zero da caminhada rumo à notoriedade do município dentre os roteiros turísticos do Brasil.

11. GLOSSÁRIO

ABAV – Associação Brasileira dos Agentes de Viagens, tem como objetivo atuar como potencializador de negócios relacionados a viagens e na viabilização dos interesses coletivos dos agentes de viagens no Brasil.

ABIH – Associação Brasileira da Indústria de Hotéis é uma entidade empresarial sem fins lucrativos, que tem a missão de fortalecer as relações institucionais com os poderes públicos, tanto na esfera do Executivo quanto na do Judiciário e do Legislativo, garantindo a defesa dos interesses do setor, como também tem investido na valorização da atividade econômica dos hoteleiros, promovendo a aproximação e a ampliação das oportunidades de negócios para todos seus associados.

ABRASEL – Associação Brasileira de Bares e Restaurantes é uma entidade empresarial sem fins lucrativos que busca fortalecer as relações entre empresários e destes com entidades públicas, nas variadas esferas de gestão do setor, defendendo interesses e buscando soluções que rentabilizem de maneira eficiente os negócios.

ATRATIVOS – São elementos de variados perfis (natural, cultural, histórico, tecnológico criativo e outros), capazes de promover o deslocamento de visitantes, e que estejam imbuídos de pressupostos operacionais e comerciais tornando-se assim, gerador de negócios.

CADASTUR – Sistema de cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor do turismo, executado pelo Ministério do Turismo, em parceria com os órgãos oficiais de turismo nos estados. O cadastro é obrigatório para os meios de hospedagem, agências de turismo, transportadoras, organizadores de eventos, parques temáticos, acampamentos e guias de turismo. Quanto maior o número de empresas cadastradas, maior o esforço do setor público na mobilização e legalização dos prestadores, favorecendo a arrecadação de impostos e garantindo, melhores condições durante as viagens.

DESTINO TURÍSTICO – Local, cidade, região ou país para onde se movimentam os fluxos turísticos.

ENDOMARKETING – Ações gerenciais de marketing eticamente dirigidas ao público interno, observando condutas de responsabilidade comunitária e ambiental. Seu objetivo é integrar, motivar e incentivar a comunidade a unir-se perante as decisões tomadas para com o turismo local.

EVENTOS TURÍSTICOS – Eventos de notório conhecimento popular e geradores de fluxo de turistas.

FLUXO TURÍSTICO – Qualquer deslocamento de um conjunto de turistas que se movimenta de uma direção a outra, unidirecionalmente, num contexto espaço-temporal delimitado, com um ponto comum de emissão e um ou vários pontos de recepção.

GASTRONOMIA – Conjunto de alimentos e bebidas e seus rituais peculiares de elaboração, modo de servir e de consumir, confeccionados com ingredientes próprios de um conceito agregado e com base nas suas tradições gastronômicas.

GUIA DE TURISMO – Profissional que exerça as atividades de acompanhamento, orientação e transmissão de informações a pessoas ou grupos, em visitas, excursões urbanas, municipais, estaduais, interestaduais, internacionais ou especializadas.

GUIA TURÍSTICO – Papel, panfleto, livro ou até mesmo um site no qual é possível encontrar informações e dados relacionados ao destino escolhido, enfim, tudo aquilo que pode ser útil para o turista, de forma clara e objetiva.

INSTÂNCIA DE GOVERNANÇA REGIONAL – Organização representativa dos poderes público e privado, da sociedade e dos municípios componentes das regiões turísticas, com o papel de coordenar, acompanhar e gerir o processo de regionalização do turismo na região turística.

INVENTÁRIO DA OFERTA TURÍSTICA – Processo de levantamento, identificação e registro dos atrativos turísticos, dos serviços e equipamentos turísticos e da infraestrutura de apoio ao turismo como instrumento base de informações para fins de planejamento e gestão da atividade turística.

MERCADO TURÍSTICO – Encontro e relação entre a oferta de produtos e serviços turísticos e a demanda, individual ou coletiva, interessada e motivada pelo consumo e o uso destes produtos e serviços.

MAPA DO TURISMO BRASILEIRO – Instrumento de orientação para a atuação do Ministério do Turismo no desenvolvimento das políticas públicas setoriais e locais, nos territórios nele identificados, tendo como foco a gestão, estruturação e promoção do turismo, de forma regionalizada e descentralizada.

MARKETING TURÍSTICO – Conjunto de técnicas estatísticas, econômicas, sociológicas e psicológicas, utilizadas para estudar e conquistar o mercado, mediante lançamento planejado de produtos, consistindo numa estratégia dos produtos para adequar seus recursos às novas oportunidades que o mercado oferece.

POTENCIAL TURÍSTICO – Elementos naturais e/ou antrópicos (aqueles alterados pelo homem) passíveis de aproveitamento turístico.

PRODUTO TURÍSTICO – Conjunto de atrativos, equipamentos e serviços turísticos acrescidos de facilidades, localizados em um ou mais municípios, ofertado de forma organizada por um determinado preço.

PROGRAMA CAMA E CAFÉ – Hospedagem em residência com, no máximo, três unidades habitacionais e nove leitos para uso turístico, com serviços de café da manhã, na qual o proprietário resida.

PROMOÇÃO TURÍSTICA – Um dos itens do composto de marketing que abrange todas as ferramentas mercadológicas utilizadas para estabelecer comunicação com o mercado, incluindo as técnicas a serem aplicadas para promover o produto turístico e a forma como a promoção será transmitida ao consumidor: imagem, linguagem de comunicação etc.

REGIÃO TURÍSTICA – Espaço geográfico que apresenta características e potencialidades similares e complementares, capazes de serem articuladas e que definem um território delimitado para fins de planejamento e gestão. Assim, a integração de municípios de um ou mais estados, ou de um ou mais países, pode constituir uma região turística.

REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO – Modelo de gestão de política pública, descentralizada, coordenada e integrada, com base nos princípios da flexibilidade, articulação, mobilização, cooperação intersetorial e interinstitucional e na sinergia de decisões.

ROTEIRO TURÍSTICO – Itinerário caracterizado por um ou mais elementos que lhe conferem identidade, definido e estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística.

SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS – Conjunto de serviços, edificações e instalações indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística e que existem em função desta. Compreendem os serviços e os equipamentos de hospedagem, alimentação, agenciamento, transportes, para eventos, de lazer etc.

TURISMO SUSTENTÁVEL – Atividade que satisfaz as necessidades dos visitantes e as necessidades socioeconômicas das regiões receptoras, enquanto os aspectos culturais, a integridade dos ambientes naturais e a diversidade biológica são mantidas para o futuro.

UNIDADES HABITACIONAIS – Espaço atingível a partir das áreas principais de circulação comuns no estabelecimento, destinado à utilização privada pelo hóspede, para seu bem estar, higiene e repouso.

TOUR COMENT – Ferramenta de captação da satisfação do turista que é organizada em formulários de pesquisas disponíveis para que os visitantes expressem suas percepções de qualidade da oferta turística.

12. REFERÊNCIA

BRASIL. Ministério do Turismo. Segmentação do Turismo: Orientações Básicas. Brasília: MTur, 2008.

_____. Ministério do Turismo. Cadastro Obrigatório dos Prestadores de Serviços Turísticos (CADASTUR). Disponível em: <<https://cadastur.turismo.gov.br/>>. Acesso em: 05/08/2021.

_____. Ministério do Turismo. Glossário do Turismo. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br>>. Acesso em: 14/09/2021.

_____. Ministério do Turismo. Programa de Regionalização do Turismo. Disponível em: <<http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/>>. Acesso em: 28/07/2021.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Mato Grosso – Vila Bela da Santíssima Trindade – Infográficos – Dados Gerais do Município. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 29/07/2021.

_____. Inventário da Oferta Turística de Vila Bela da Santíssima Trindade. 2021. Disponível no Sebrae Mato Grosso, unidade de Barra do Garças – MT.

OMT. Organização Mundial do Turismo. Introdução ao turismo. São Paulo: Roca, 2001.

WIKIPEDIA – Dados Gerais do município. Disponível em: <<https://wikipedia.com.br/>>. Acesso em: 29/07/2021.