



PLANO MUNICIPAL DE TURISMO

VILA BELA DA SANTÍSSIMA TRINDADE

MATO GROSSO | BRASIL

2023 - 2027



Prefeitura Municipal
Vila Bela da
Santíssima
Trindade

“Uma meta
sem um plano
é apenas um
desejo.”

Antoine de Saint Exupéry

PLANO MUNICIPAL DE TURISMO

VILA BELA DA SANTÍSSIMA TRINTADE

MATO GROSSO | BRASIL

2023 - 2027



Falar do Turismo em Vila Bela da Santíssima Trindade sempre será um prazer e um desafio porque é um diamante bruto da mais perfeita pureza que precisa ser lapidado.

Elaborar o Plano Municipal de Turismo foi um desafio em nossa gestão. A parceria entre Município e o Sebrae MT nos motiva e incentiva a lapidarmos esse diamante, que será apresentado ao mundo de forma planejada e organizada como a mais linda e brilhante joia.

Sentimos satisfação em ter nas mãos a responsabilidade de gerir o município com a maior potencialidade turística do estado e um dos maiores do país.

Viajando pela história temos nosso passado de glória. Permanecemos por oitenta e três anos como a primeira capital do estado de Mato Grosso, tivemos um passado de resistência, mais de um século de abandono do povo negro que protagonizou sua sobrevivência e luta por uma sociedade livre e autônoma, e o nosso presente reerguendo das ruínas, uma sociedade justa, inclusiva e transformadora.

Apresenta riqueza e qualidade de vida para cada família que aqui reside. Somos contemplados pelos três biomas – Cerrado, Pantanal e Amazônia, em um raio de 100 km, o que nos permite desenvolver o turismo de aventura e o ecoturismo, com trilhas, cachoeiras, a pesca esportiva e esportes radicais além da contemplação em meio a natureza.

Temos também forte a nossa Cultura religiosa que já é reconhecida mundialmente, fazendo resgate a nossa história e aos nossos costumes através das festas.

Com a criação do Plano estamos confiantes que iremos atrair grandes investidores para desenvolver a infraestrutura necessária e proporcionar suporte ao desenvolvimento turístico de nossa cidade. E com isso atrair mais visitantes para conhecer um destino promissor.

Jacob André Bringsken
Prefeito Municipal

O orgulho que os vilabelenses têm da sua cidade sempre foi muito grande. Somos uma cidade rica em patrimônios: históricos, culturais e naturais. Um município acolhedor, que valoriza a sua cultura, sua história e a suas pessoas.

Porém, a indução do desenvolvimento local por meio do turismo não depende apenas da existência dos recursos naturais e culturais, mas, de um conjunto de ações, públicas e privadas, capazes de transformar esses recursos em produtos, renda local e experiências turísticas, com vista à aprimoramento do destino turístico. Daí, a necessidade do Plano Municipal de Turismo ser implementado enquanto instrumento concreto para construção de um novo cenário turístico para o município.

Ao atender o convite do Prefeito Jacob André Bringsken para assumir a Secretaria Municipal de Turismo de Vila Bela, deparei-me com uma grande missão e desafio, pois, diante do panorama turístico encontrado, há muito a ser desenvolvido, e, acredito na importância do Turismo como caminho de prosperidade para o nosso município. Dessa forma, demos início a processo para o fortalecimento das etapas necessárias para alavancar o turismo como mola propulsora para a economia local, regional, no sentido a um turismo sustentável e que valorize sua riqueza cultural.

Sinto-me honrada em estar na condução desta pasta em momento tão importante, e tenho certeza que o Plano Municipal de Turismo será o condutor de novas políticas na área, promovendo, assim, um novo tempo para o turismo e a para população de Vila Bela da Santíssima Trindade.

Rayane Mara Batista
Secretária Municipal de Turismo

Sumário

1. APRESENTAÇÃO	13
2. INTRODUÇÃO	14
3. JUSTIFICATIVA	16
4. METODOLOGIA	18
5. CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA	20
6. CARACTERÍSTICAS E ASPECTOS GERAIS	22
6.1 PRESENÇA DIGITAL	24
7.1 POLÍTICA E GOVERNANÇA TURÍSTICA	46
7. TURISMO EM VILA BELA DA SANTÍSSIMA TRINDADE	46
7.2 PERFIL DA DEMANDA TURÍSTICA	48
7.3 OFERTA TURÍSTICA	54
7.4 SEGMENTOS PRIORITÁRIOS	64
7.5 ANÁLISE SWOT (FOFA)	69
8. DIRETRIZES ESTRATÉGICAS	72
8.1 VISÃO	72
8.2 MISSÃO	72
8.3 VALORES	73
8.4 FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO	74
8.5 MAPA ESTRATÉGICO	74
8.6 EIXOS TEMÁTICOS, LINHAS DE ATUAÇÃO E AÇÕES	79
9. INDICADORES, METAS E AVALIZAÇÃO DE MONITORAMENTO	108
10. CONSIDERAÇÕES FINAIS	114
11. GLOSSÁRIO	116
12. REFERÊNCIA	119

SEBRAE Diretor Superintendente José Guilherme Barbosa Ribeiro	PREFEITURA MUNICIPAL DE VILA BELA DA SANTÍSSIMA TRINDADE
Diretora Técnica Eliane Ribeiro Chaves	Prefeito Municipal Jacob André Bringsken
Diretora Administrativa Financeira Eneida Maria de Oliveira	Rayane Mara Batista Secretária Municipal de Turismo
Regional Noroeste - Cáceres Wlademir Alves da Silva	Hellen Karoline de Brito dos Santos Diretora Técnica em Turismo
Gestor do Projeto Cirlene Barbosa da Silva Espicaski	Pedro Henrique Gomes Maciel Gerente de Departamento de Turismo
Consultora Responsável Tatiana Fernandez	
Diagramação Dylan Fernandez Ayres	



Foto- Banco de Imagens da Prefeitura Municipal

Lista de quadros

Quadro 1 – Infraestrutura de Acesso a Vila Bela da Santissima Trindade	55
Quadro 2 – Hotéis e Pousadas	55
Quadro 3 – Agência de viagens	57
Quadro 4 – Transportadoras Turisticas	57
Quadro 5 – Espaços para eventos	57
Quadro 6 – Espaços de diversão e cultura	57
Quadro 7 – Espaços de lazer e recreação	58
Quadro 8 – Condutor de Turismo	58
Quadro 9 – Instalação náutica	58
Quadro 10 – Atrativos Naturais	59
Quadro 11 – Artistas relacionados a música	59
Quadro 12 – Produtos artesanais	60
Quadro 13 – Outros atrativos culturais	61
Quadro 14 – Calendário de eventos	62
Quadro 15 – Segmentos turisticos	67
Quadro 16 – Valores	73
Quadro 14 – Eixos temáticos e linhas de atuação	79
Quadro 15 – Ações – Sensibilização da iniciativa privada e pública	81
Quadro 16 – Ações – Atrativos, serviços e equipamentos	85
Quadro 17 – Ações – Infraestrutura	89
Quadro 18 – Ações – Qualidade da oferta turística	93
Quadro 19 – Ações – Marketing	97
Quadro 20 – Ações – Gestão e legislação	103
Quadro 21– Indicador – Número da oferta formal de equipamentos turísticos	110
Quadro 22– Indicador – Fluxo turístico	111
Quadro 23– Indicador Receita turística	112
Quadro 24– Indicador – Nível de satisfação do turista	112

Lista de figuras

Figura 1 – Matriz SWOT	58
------------------------	----



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 2023 – 2027.

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 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 melhores 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 funcionabilidade 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 – 2023 – 2027.

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)

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 significativa 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).

Fonte: Retirado do Inventário da Oferta Turística de Vila Bela da Santíssima Trindade, Sebrae 2021.



Planta de Vila Bela da Santíssima Trindade

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 16° 15'58,51"S e 14° 00'20,79"S e 59° 54'19,16"O e 60° 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).

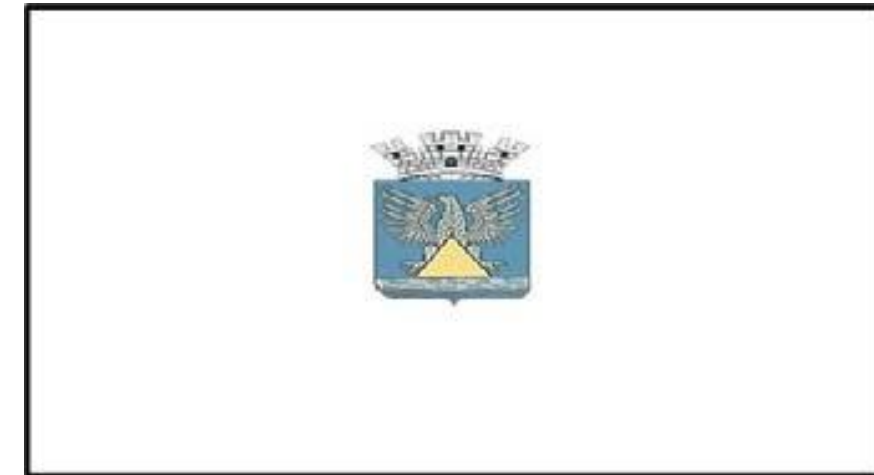
O município possui diversos rios e riachos e se encontra na bacia do Rio Guaporé.

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 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).



Fonte: Prefeitura Municipal de Vila Bela da Santíssima Trindade



6.1 PRESENÇA DIGITAL

Presença digital é a forma que um destino turístico se firma nos meios digitais buscando relacionamento com os clientes (turistas). Esse é o melhor lugar para se mostrar diferente, confiável e pronto para corresponder às variadas expectativas do consumidor de turismo.

A presença digital é um processo que leva tempo para se estabelecer o que não significa apenas veicular em redes sociais ou ter um site promocional. É necessário propor conteúdo baseados em pesquisas que compreendam a tendência atualizada de consumo de turismo, aplicando no layout da apresentação online, conteúdos com os conceitos desejados para o turismo atual e o turista do futuro.

Uma presença digital forte aumenta a divulgação do destino turístico, promove engajamento, ajuda na fidelização de turistas, potencializa as vendas em variados mercados e garante uma série de outros benefícios.

Segundo um levantamento, de 2019, da We are Social, 70% da população brasileira usa a internet diariamente, o que significa mais de 146 milhões de brasileiros no ambiente digital.

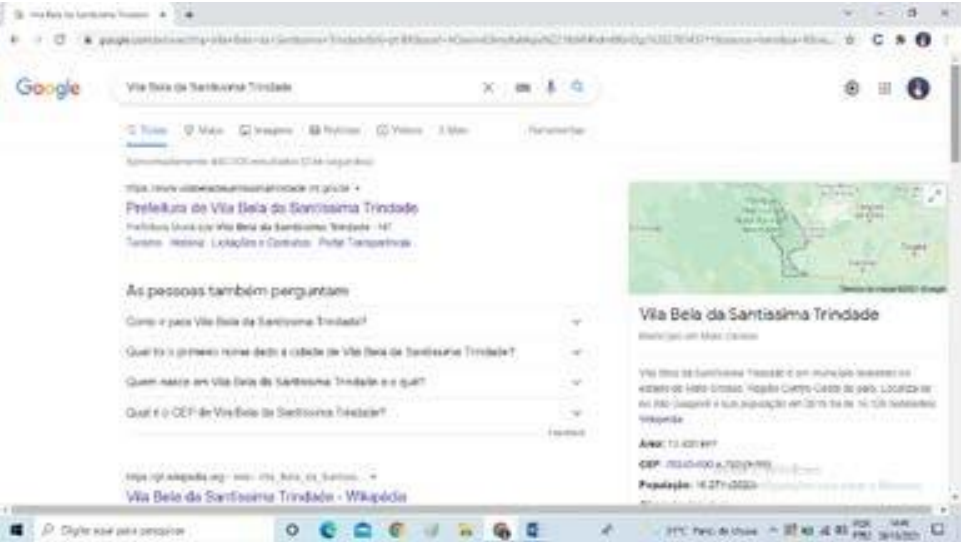
Ao considerarmos o avanço do envolvimento online decorrente ao cenário de pandemia e consequente isolamento social ocorrido de 2020 em diante, considera-se potencializado a presença da população interagindo com canais digitais, o que torna indispensável para qualquer busca de visibilidade, um posicionamento que traduza encantamento.

Nesse sentido, está incorporado ao Inventário da Oferta Turística a atual performance da Presença Digital do Município de QUERÊNCIA, como forma de dados estratégicos para aprimorar, avançar e alcançar a eficiente presença digital do turismo local, impulsionando visibilidade para o Brasil e para o mundo.

Seguem registros localizados em buscas na internet:

Posicionamento no meta buscador Google (todas) – página 1

Formato da busca: Vila Bela da Santíssima Trindade	8 links de acesso
Destaque: site da Prefeitura, site Leve Sem Destino, site Wikipédia, site Mapa do Mato , G1, IBGE, Trivapvisor, Vila Bela da Santissima Trindade	
Consultado em 26/10/2021	

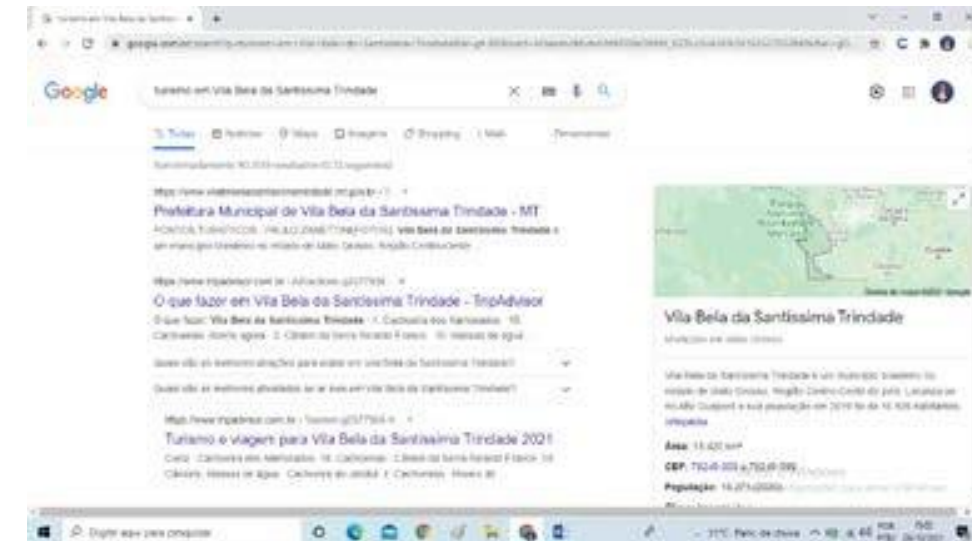
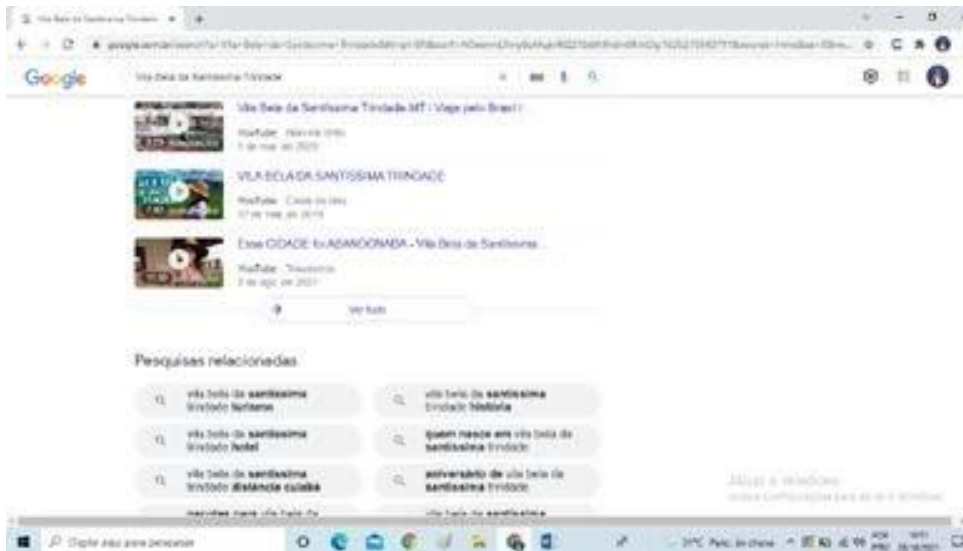


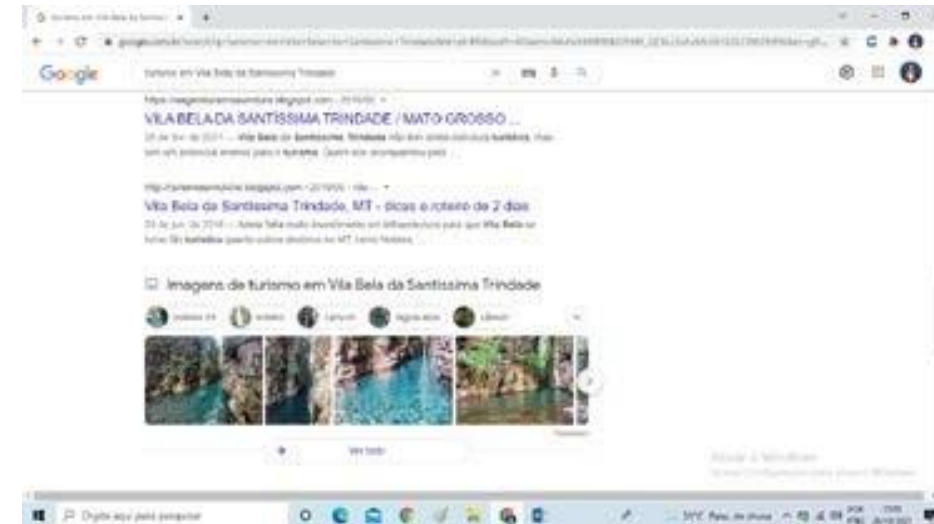
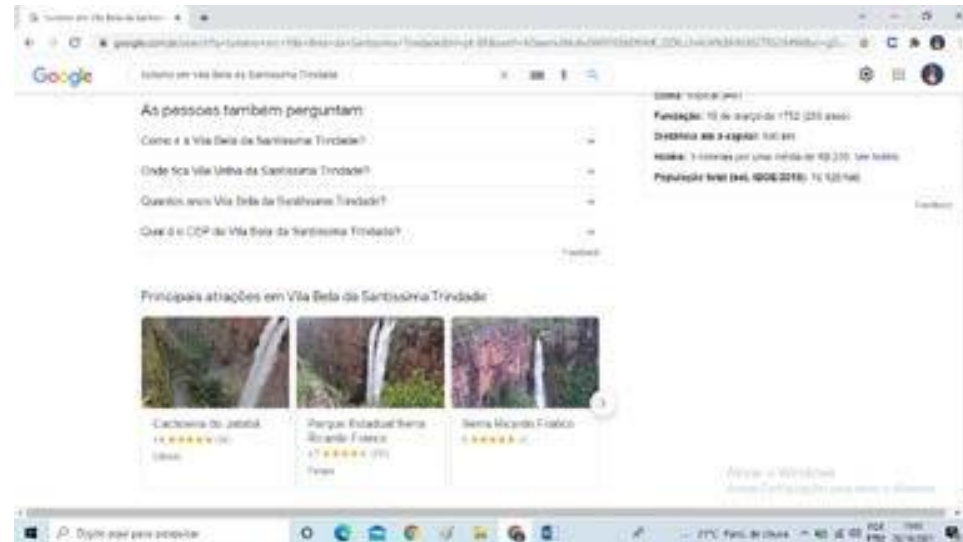
Posicionamento no meta buscador Google (todas) – página 1

Formato da busca: Turismo em Vila Bela da Santíssima Trindade 10 links de acesso

Destaque: site Prefeitura, site TripAdvisor, Leve Sem Destino, site Mapa do Mato, Viagem Turismo Aventura, Vila Bela da Santíssima Trindade.

Consultado em 26/10/2021





Desdobramento no meta buscador Google (vídeos) – página 1

Formato da busca: Turismo em Vila Bela da Santíssima Trindade

10 vídeos

Destaque: YouTube, Guru da Cidade, Facebook, Vila Bela da Santíssima Trindade.

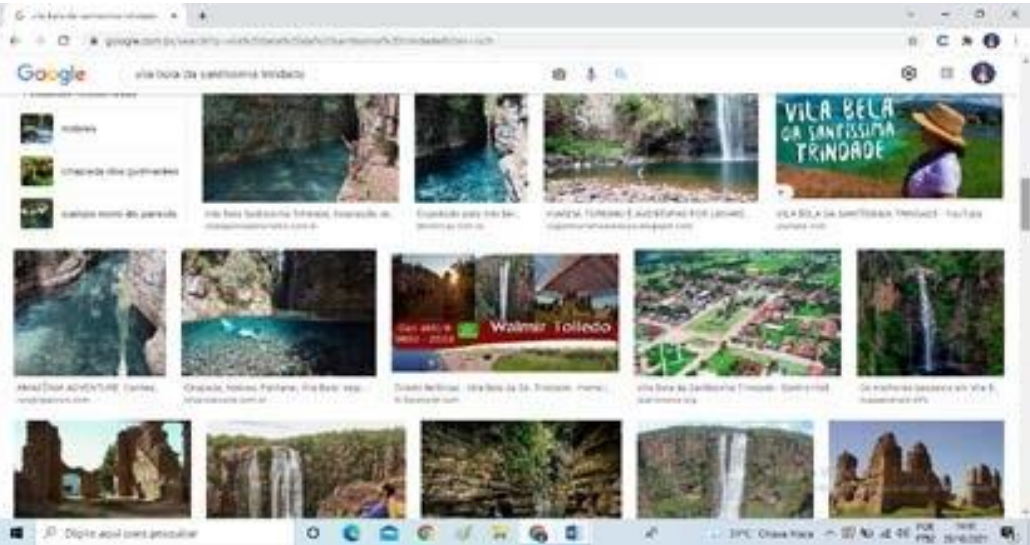
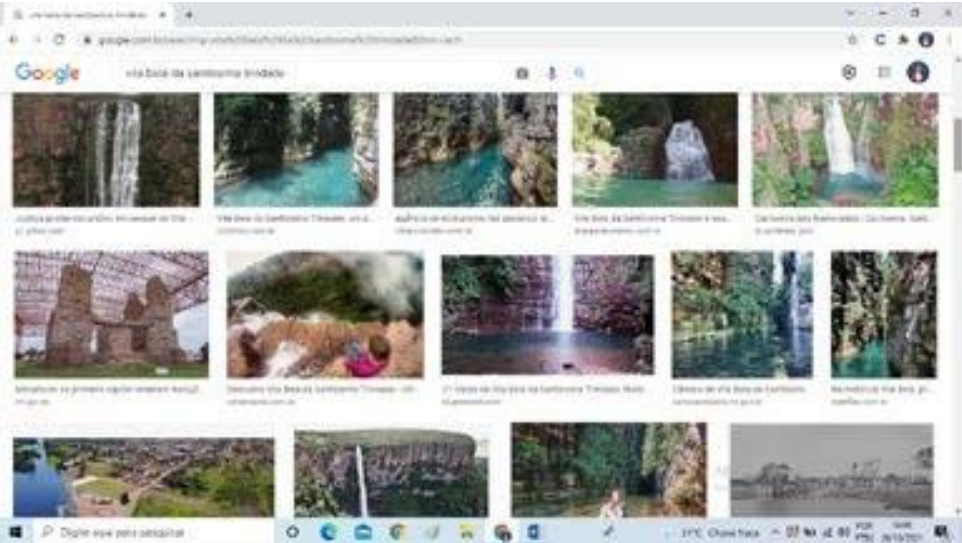
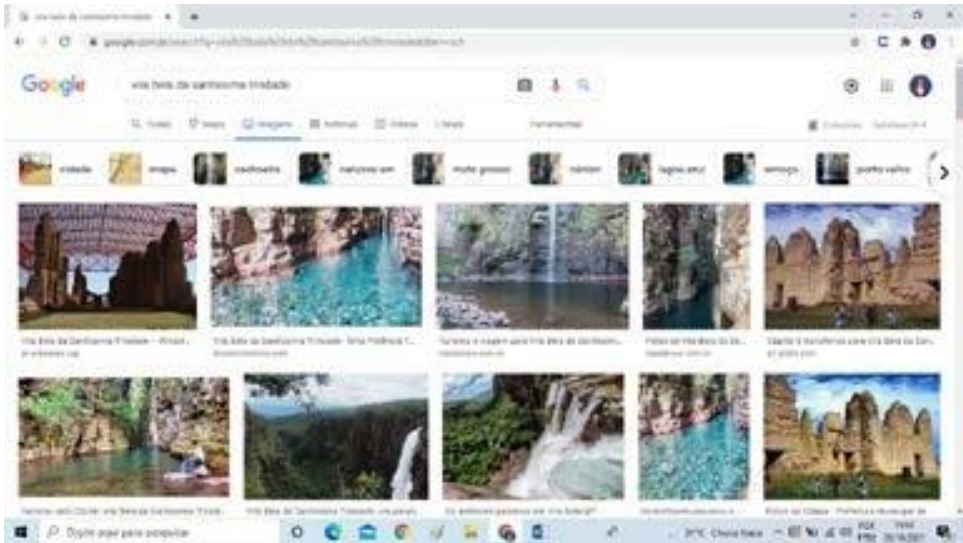
Consultado em 26/10/2021

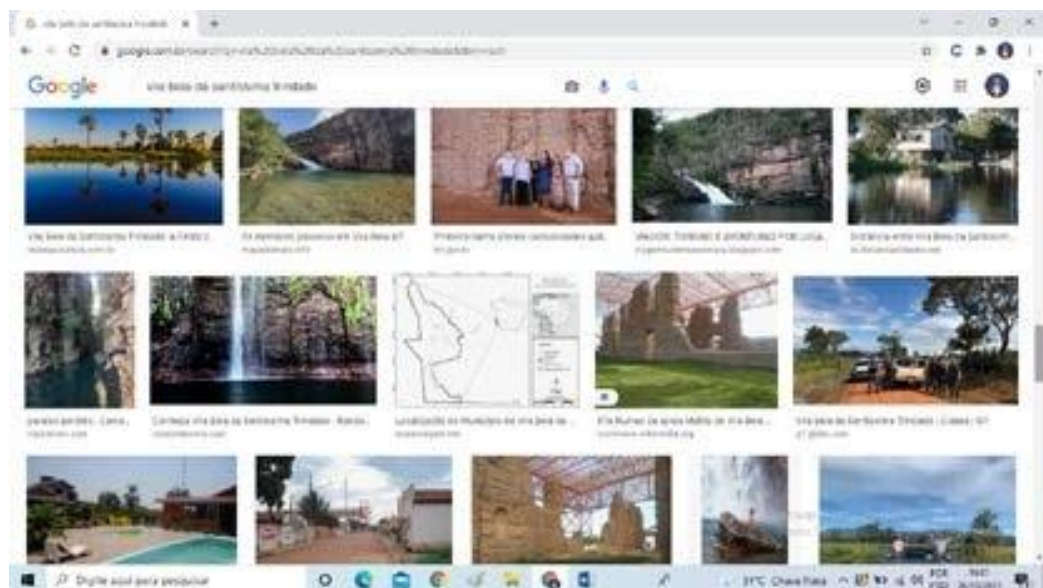
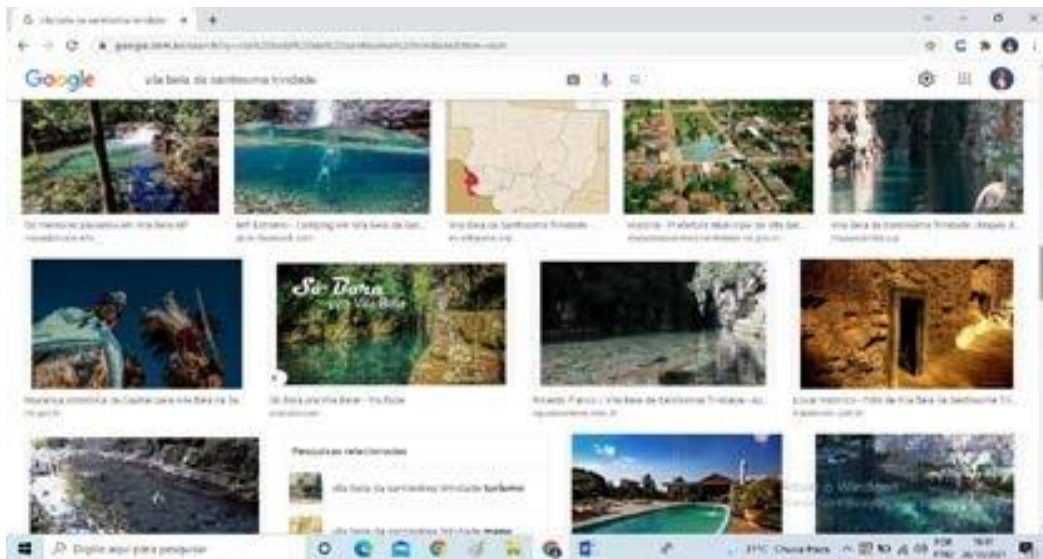


Posicionamento no meta buscador Google (imagens) – página 1

Formato da busca: Vila Bela da Santíssima Trindade	69 fotos
Destaque: Imagens da cidade, do ecoturismo, Vila Bela da Santíssima Trindade	
Consultado em 26/10/2021	

Parcial da página



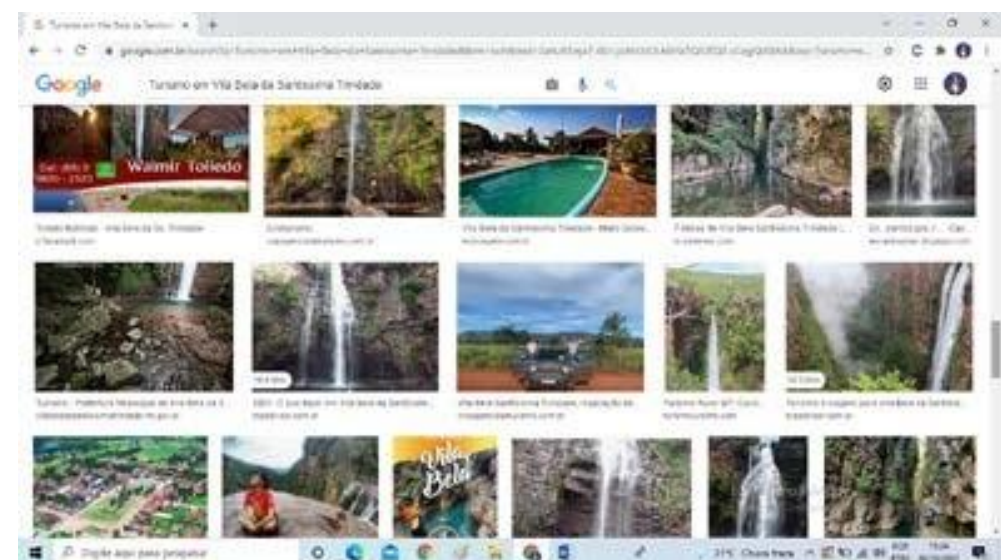
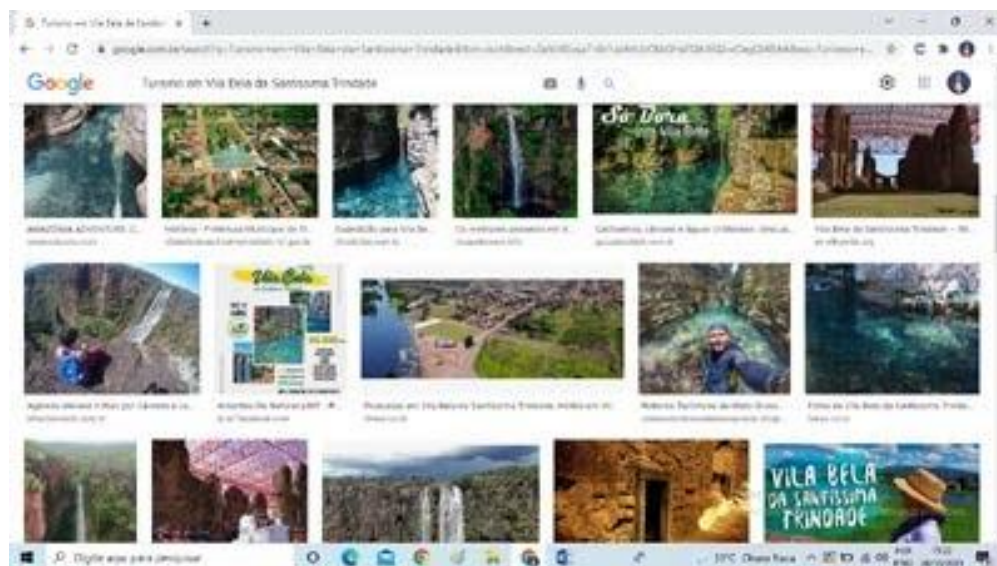
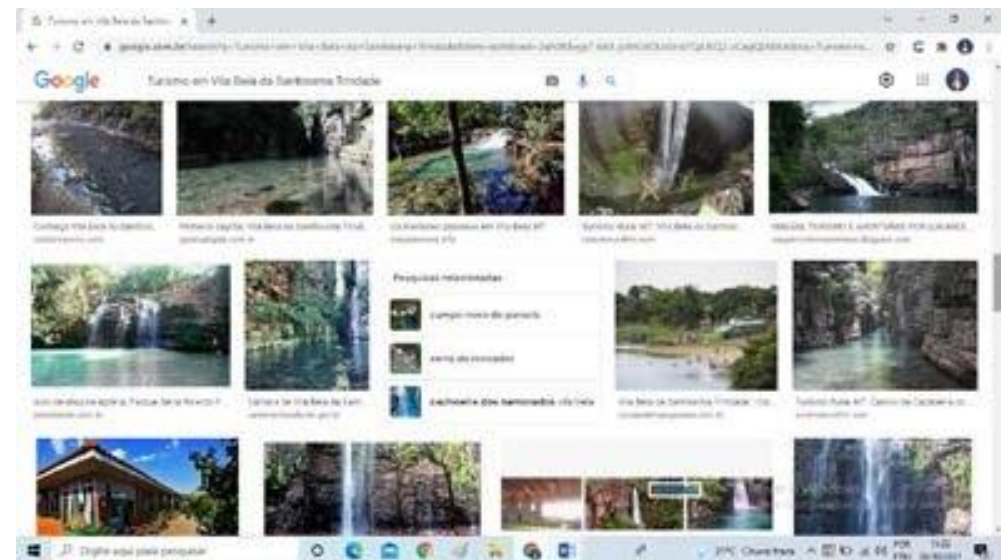
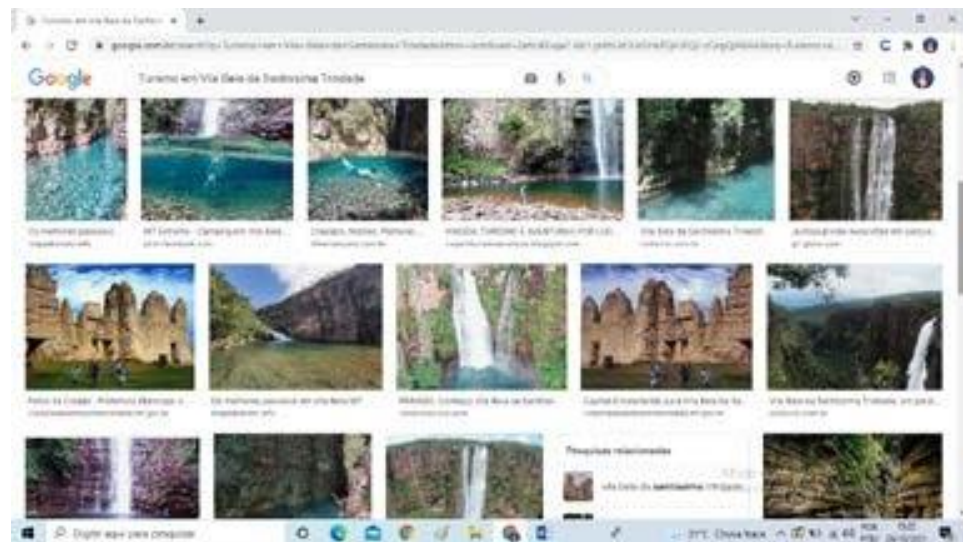


Posicionamento no meta buscador Google (imagens) – página 1

Formato da busca: Turismo em Vila Bela da Santíssima Trindade	73 fotos
Destaque: Imagens dos atrativos turísticos, Vila Bela da Santíssima Trindade.	
Consultado em 26/10/2021	

Parcial da página





Desdobramentos – Site Institucional – Prefeitura Municipal de Vila Bela da Santíssima Trindade
<https://www.vilabeladasantissimatrindade.mt.gov.br/>

Formato da busca: Vila Bela da Santíssima Trindade	1 portal
Destaque: Ações da Gestão Pública.	
Consultado em 26/10/2021	



Desdobramentos – Facebook – Prefeitura Municipal de Vila Bela da Santíssima Trindade

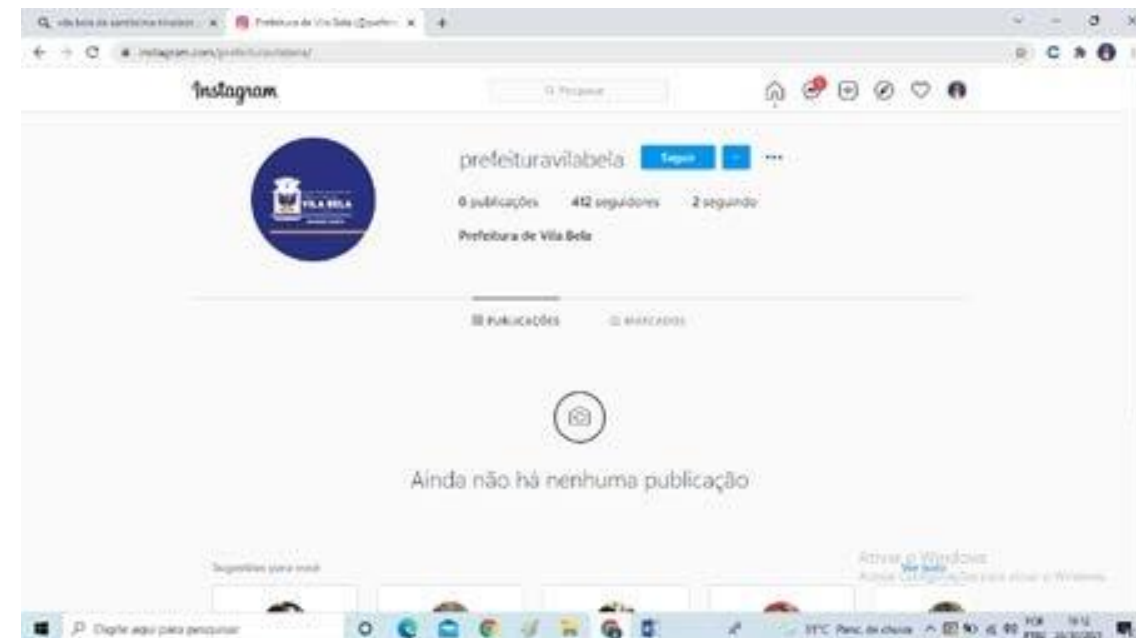
<https://www.facebook.com/prefeituravilabela>

Formato da busca: Prefeitura de Vila Bela da Santíssima Trindade	1 portal
Destaque: ações da gestão pública.	
Consultado em 26/10/2021 - última atualização 26/10/2021	
Parcial da página	



Instagram – Prefeitura Municipal de Vila Bela da Santíssima Trindade
<https://www.instagram.com/prefeituradevilabela>

Formato da busca: Prefeitura de Vila Bela da Santíssima Trindade Destaque: ações da gestão pública. Consultado em 26/10/2021 – sem publicação	1 página
--	-----------------



Desdobramentos – TripAdvisor – Vila Bela da Santíssima Trindade

https://www.tripadvisor.com.br/Attractions-g2577958-Activities-Vila_Bela_da_Santissima_Trindade_State_of_Mato_Grosso.html

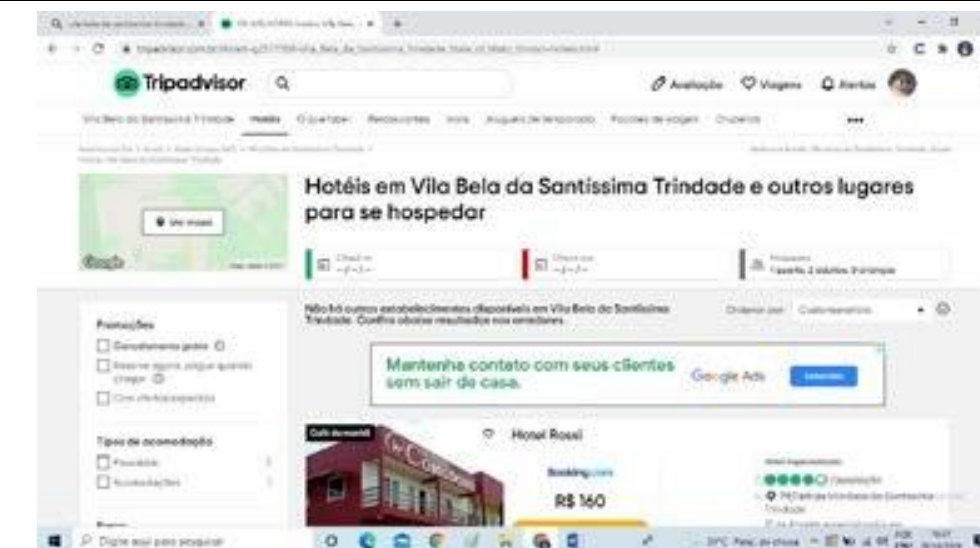
Formato da busca: TripAdvisor Vila Bela da Santíssima Trindade

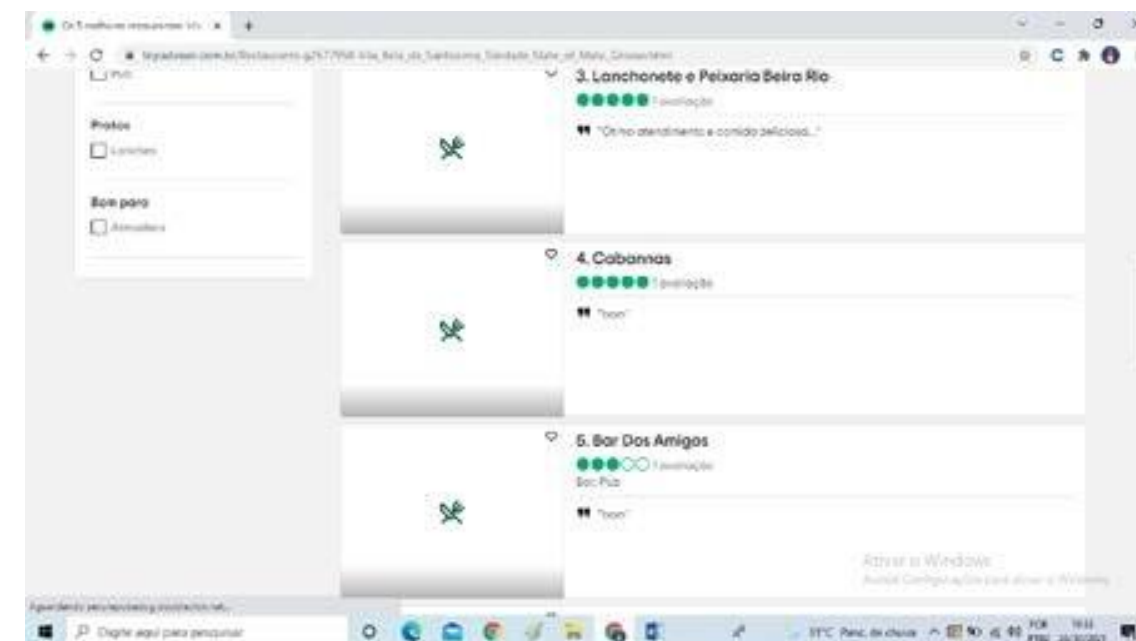
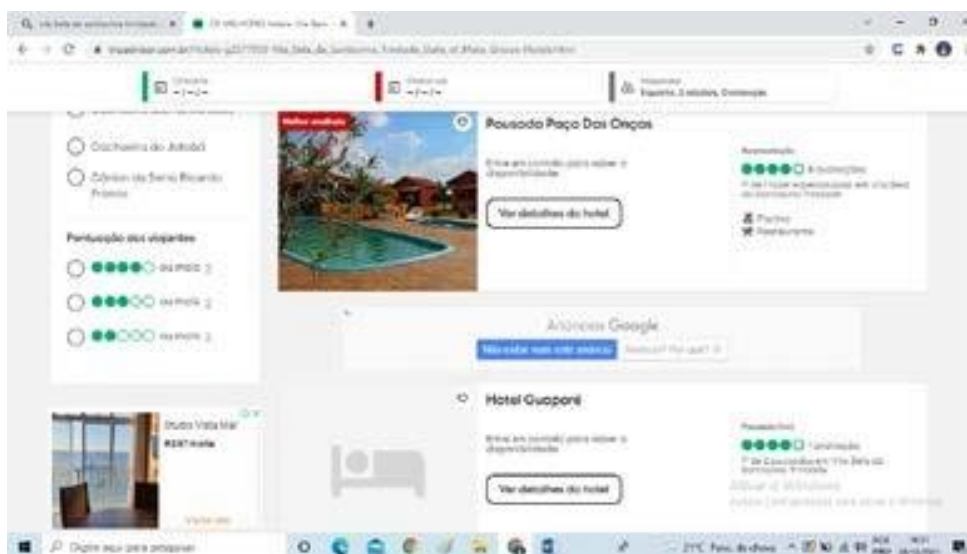
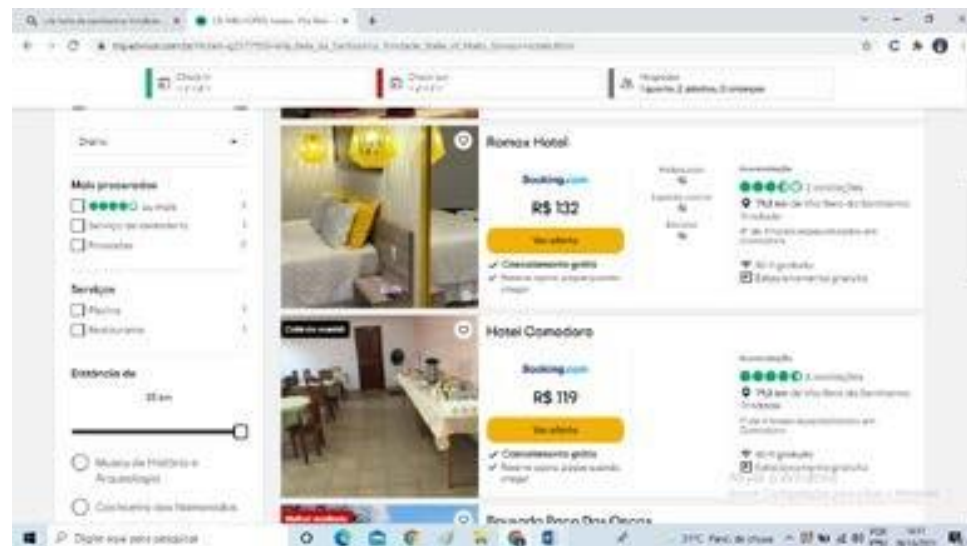
Destaque: anúncios de meios de hospedagem, serviços de alimentação e atrativos, com comentários e avaliações.

Consultado em: 26/10/2021

5 anúncios de meios de hospedagem

5 anúncios de serviços de alimentação





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.



Foto- Banco de Imagens da Prefeitura Municipal

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.

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.

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

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

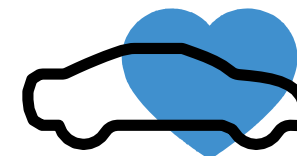
Fonte: Google Survey
Conectados AS, Brasil 18+, ABC. 28/04 a 02/05.



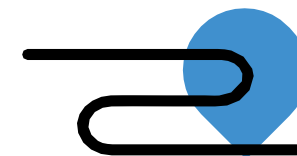
A experiência tem se mostrado tão importante quanto o destino.



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 astendências 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 Inventárioda Oferta Turística apresenta como aporte direto na permanência do turista, os seguintes equipamentos:

Quadro 01 – Infraestrutura de Acesso a Vila Bela da Santíssima Trindade

Meio de Acesso	Endereço	Telefone
BR 070	Liga Vila Bela da Santíssima Trindade a Cuiabá	(65) 3259-1523
BR-174	Liga Vila Bela da Santíssima Trindade a Cuiabá	(65) 3259-1523
MT-199	Acesso ao interior do município	(65) 3259-1523
Terminal Rodoviário Municipal Pastor Gustavo Adolfo Bringsken.	Região Central - Vila Bela Santíssima Trindade.	(65) 3259-1523

Fonte: Inventário da Oferta Turística, 2021.

Quadro 02 – Hotéis e pousadas

Hotel	Endereço	Telefone	Nº de UH`s	Nº de Leitos
Hotel Cascatas	Rua Conde Azambuja 493 Bairro Centro	(65) 3259-1154 (65) 98422-6915	14	20
JB Hotel e Turismo	Rua Julião Francisco De Brito S/N	(65) 99605-1794 (65) 99605-1794	10	25
Hotel e Bela Vila	Av. São Luiz, Bairro Centro	(65) 3259-1084 (65) 99901-9115	12	36
Guaporé Hotel	Rua Pouso Alegre, 607, Centro	(65) 3259-1030 (65) 99617-6732	14	30
Sítio Recanto 07 Quedas	Rua Conde Azambuja, 493, Bairro Centro	(65) 3259-1154 (65) 98443-4779	6	21
Pousada Balneário Tucano	Modesto Vicente da Silveira - MT-199 - Jatobá	(65) 99911-7718	NI	NI
Pousada Paço das Onças	Rural	(65) 3283-1709	NI	NI

Fonte: Inventário da Oferta Turística, 2021.

Quadro 03 – Empreendimentos de alimentos e bebidas

Nome	Tipo	Endereço	Telefone	Capacidade dia	Capacidade Pessoas sentadas
Cantina Pantaneira	Restaurante	Rua Dr. Mario Correa, nº 622, CENTRO	(65) 3266-2355	80	30
Restaurante JB	Restaurante	AV. José Pereira da Silva, Jardim Aeroporto	(65) 9616-3001	80	20
Restaurante e Peixaria Beira Rio	Restaurante	Rua Pouso Alegre, nº607, Centro	(65) 99977-3181	60	28
Conveniência Papa-Léguas	Conveniência	Av. José Pereira da Silva, nº 1132, Jardim Aeroporto	(65) 9928-7319	200	40
Panificadora e Lanchonete a Preferida	Confeitaria / Padaria	Rua Dr. Marcio Correa, nº 622, Centro	(65) 3259-1437	150	40
Milk Shake Mix Vila Bela	Sorveteria	Rua Vereador Ênio Fernandes Leite Centro	(65) 98159-6007	80	19
Strong Elite	Lanchonete	Av. Martiniano Ribeiro da Fonseca, s/n, Jardim Aeroporto	(65) 98101-5287	NI	NI
Brittus Bar	Lanchonete	Rua Dr. Mario Correa, nº 622, Centro	(65) 99676-8921	NI	NI

Fonte: Inventário da Oferta Turística, 2021.

Quadro 04 – Agência de viagens

Agência	Endereço	Telefone
Vila Bela Tur.	Rua, Tv. do Palácio, Vila Bela da Santíssima Trindade	(65) 98104-4881
JB Hotelaria e Turismo	Rua Julião Francisco Leite Brito	(65) 99605-1794

Fonte: Inventário da Oferta Turística, 2021.

Quadro 05 – Transportadoras turísticas

Agência	Endereço	Telefone
Disk Taxi	Centro Histórico – Vila Bela Santíssima Trindade	(65) 99618-1920

Fonte: Inventário da Oferta Turística, 2021.

Quadro 06 – Espaços para eventos

Nome Fantasia	Endereço	Telefone	Tipo
JK Espaço para Eventos	Rua Marechal Rondon, Centro	(65) 99617-3108	Centro de Eventos

Fonte: Inventário da Oferta Turística, 2021.

Quadro 07 – Espaços de diversão e cultura

Nome Fantasia	Razão Social	Endereço	Telefone
Clube dos Idosos	Clube dos Idosos	Rua Dr. Mário Correa, Centro	NI
Biblioteca Municipal de Vila Bela	Biblioteca Municipal de Vila Bela	Travessa do Palácio	(65) 3259-1514

Fonte: Inventário da Oferta Turística, 2021.

Quadro 08 – Espaços de lazer e recreação

Nome Fantasia	Razão Social	Endereço	Telefone
Praça Dom Antônio Rolim de Moura	Praça Dom Antônio Rolim de Moura	Centro histórico	(65) 3259-1523
Praça Cel. Paulo C. Saldanha	Praça Cel. Paulo C. Saldanha	Vila Bela de Santíssima Trindade	(65) 3259-1523
Praça do Bozó	Praça do Bozó	Vila Bela de Santíssima Trindade	(65) 3259-1523
Terminal Turístico Tito Profeta da Cruz da cruz	Terminal Turístico Tito Profeta da Cruz	Vila Bela de Santíssima Trindade	(65) 3259-1523
Praça da Igualdade Profº Dirce França	Praça da Igualdade Profº Dirce França	Vila Bela de Santíssima Trindade	(65) 3259-1523

Fonte: Inventário da Oferta Turística, 2021.

Quadro 09 – Condutor de Turismo

Nome	Endereço	Telefone
Associação de Turismo Caminho das Aguas – ATCA	Av. José Pereira da Silva s/n	(65) 99911-7718

Fonte: Inventário da Oferta Turística, 2021.

Quadro 10 – Instalação náutica

Nome	Endereço	Telefone
Associação Colônia dos Pescadores de Vila Bela da Santíssima Trindade	Av. Beira Rio s/n – Vila Bela Santíssima Trindade	(65) 3259-1437

Fonte: Inventário da Oferta Turística, 2021.

Quadro 11 – Atrativos Naturais

Nome Oficial	Endereço	Telefone
Cachoeira do Namorado	Parque Estadual Serra Ricardo Franco	(65) 3529-1523
Cachoeira do Jatobá e Canions	Parque Estadual Serra Ricardo Franco	(65) 3529-1523
Cachoeiro do Macacos	Parque Estadual Serra Ricardo Franco	(65) 3529-1523
Rio Guaporé	Rural/urbano	(65) 3529-1523
Cachoeira das Andorinhas	Parque Estadual -Serra Ricardo Franco	(65) 3529-1523
Trilha da Apoia	Parque Estadual Serra Ricardo Franco	(65) 3529-1523
Cachoeira Escorregador	Parque Estadual Serra Ricardo Franco	(65) 3529-1523
Cachoeira Cascatinha	Parque Estadual Serra Ricardo Franco	(65) 3529-1523
Cachoeira Cristais	Parque Estadual Serra Ricardo Franco	(65) 3529-1523
Cachoeira da Esmeralda	Parque Estadual -Serra Ricardo Franco	(65) 3529-1523

Fonte: Inventário da Oferta Turística, 2021.

Quadro 12 – Artistas relacionados a música

Nome	Telefone	E-mail
Grupo Aurora do Quariterê	NI	NI
Banda Bom do Beijo	NI	NI
Garotos do Forró	NI	NI
Gil Mendes e seus teclados	NI	NI
Cavalo Show	NI	NI

Fonte: Inventário da Oferta Turística, 2021.

Quadro 13 – Produtos artesanais

Produto	Material Utilizado	Onde Comercializa	Artista	Telefone
Bolo de Arroz	Receitas típicas e tradicionais	Padaria a Preferida - Rua Dr. Mario Correa 622	Teka	(65) 99955-1481
Mané Pelado	Receitas típicas e tradicionais	Padaria a Preferida - Rua Dr. Mario Correa 622	Teka	(65) 99955-1481
Os biscoitos de Ramos	Receitas típicas e tradicionais	Padaria a Preferida - Rua Dr. Mario Correa 622	Teka	(65) 99955-1481
Kanjinjin	Receitas típicas e tradicionais	Padaria a Preferida - Rua Dr. Mario Correa 622	Teka	(65) 99955-1481
Kanjinjin	Receitas típicas e tradicionais	Rua Londrina	Cooperativa Kanjinjin	NI

Fonte: Inventário da Oferta Turística, 2021.

Quadro 14 – Outros atrativos culturais

Nome Popular	Endereço	Telefone	Tipo
Centro Histórico de Vila Bela Santíssima Trindade	Praça Central - Vila Bela Santíssima Trindade	(65) 3259-1313	Conjunto Arquitetônico
Centro Administrativo Zumbi dos Palmares	Vila Bela Santíssima Trindade	(65) 3259-1313	Conjunto Arquitetônico
Nemézia Profeta Ribeiro	Vila Bela de Santíssima Trindade	(65) 3259-1313	Personalidade
Teka - atração - fazendeira Cangingim	Vila Bela de Santíssima Trindade	(65) 3259-1313	Personalidade
Deise Coelho de Barros	Vila Bela de Santíssima Trindade	(65) 98152-0612	Personalidade
Sr. Nazário - Organizador da Festa	Vila Bela de Santíssima Trindade	(65) 3259-1313	Personalidade
Fórum Vila Bela da Santíssima Trindade	R. Conde de Azambuja, 354-466	(65) 3259-1313	Arquitetura oficial
Palácio dos Capitães Gerais	Rua Dr. Mario Correa 452, centro	(65) 3259-1313	Arquitetura oficial
Audy Francisco de Oliveira de Moraes – O Rei do Rock	Vila Bela de Santíssima Trindade	NI	Personalidade
Câmara Municipal de Vila Bela de Santíssima Trindade	NI	(65) 3259-1313	Arquitetura oficial
Poço do Lelis	Poço de Pedra Canga – Rua Marechal Rondon, Centro	(65) 3259-1313	Arquitetura oficial
Ruínas da Igreja da Matriz de Vila Bela da Santíssima Trindade	Centro histórico Vila Bela	NI	Conjunto Arquitetônico
Empório do Kangingin	Espaço cultural	NI	Arquitetura oficial
Palácio dos Capitães Gerais	Centro histórico de Vila Bela	NI	Conjunto Arquitetônico

Fonte: Inventário da Oferta Turística, 2021.



CALENDÁRIO DE EVENTOS - VERSÃO 2021

Data Comemorativa	Evento Programado
20 de Janeiro	Festa de São Sebastião
19 de Março	Aniversário de Vila Bela de Santíssima Trindade
Julho (na Festança)	Dia do Congo
4 feira da terceira semana de Julho se inicia. Não tem data fixa	Festança de Vila Bela
20 de novembro	Dia da Consciência Negra

Fonte: Inventário da Oferta Turística, 2021.



Foto- Banco de Imagens da Prefeitura Municipal

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 expresse 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.



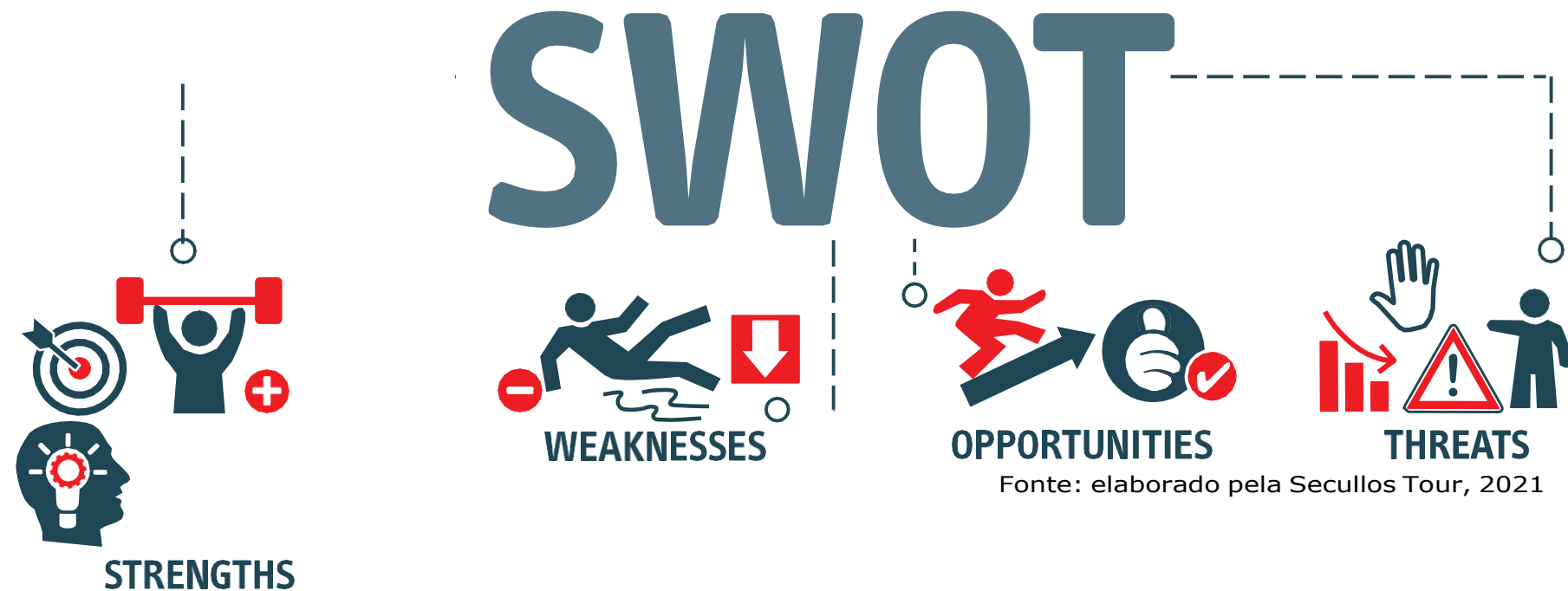
Foto- Banco de Imagens da Prefeitura Municipal



Foto- Banco de Imagens da Prefeitura Municipal

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

Figura 1 – Matriz SWOT



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:



FORÇAS

Relevante conteúdo histórico
Presença da arte Chiquitana
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
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



FRAQUEZAS

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
Baia 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.

Fonte: Elaborado pela Secullos Tour, 2021.

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 percursoros 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



Sensibilização da iniciativa publica e privada
Propriedades rurais
Meios de hospedagem
Serviços de alimentação
Ambientes de lazer
Comércio em Geral
Potenciais investidores
Legislativo municipal
Meios de comunicação

Atrativos, serviços e equipamentos
Atrativos
Gastronomia
Eventos
Artesanato
Agenciamento

Infraestrutura
Espaços públicos de lazer
Saneamento
Estradas
Telefonia
Sinalização
Transportes
Acesso à internet
Espaços para eventos

Qualidade da oferta turística
Propriedades rurais
Meios de hospedagem
Serviços de alimentação
Ambientes de lazer
Comércio em Geral
Potenciais investidores
Legislativo municipal
Meios de comunicação

Marketing
Operação hoteleira
Marca turística
Material promocional
Canais de distribuição
Participação em feiras
Composição de rotas
Endomarketing

Gestão e Legislação
Secretaria Municipal de Turismo
Conselho Municipal de Turismo
Conselho Estadual de Turismo
Associação do Setor Turístico
Instancia de Governança Regional
Estudos e Pesquisas

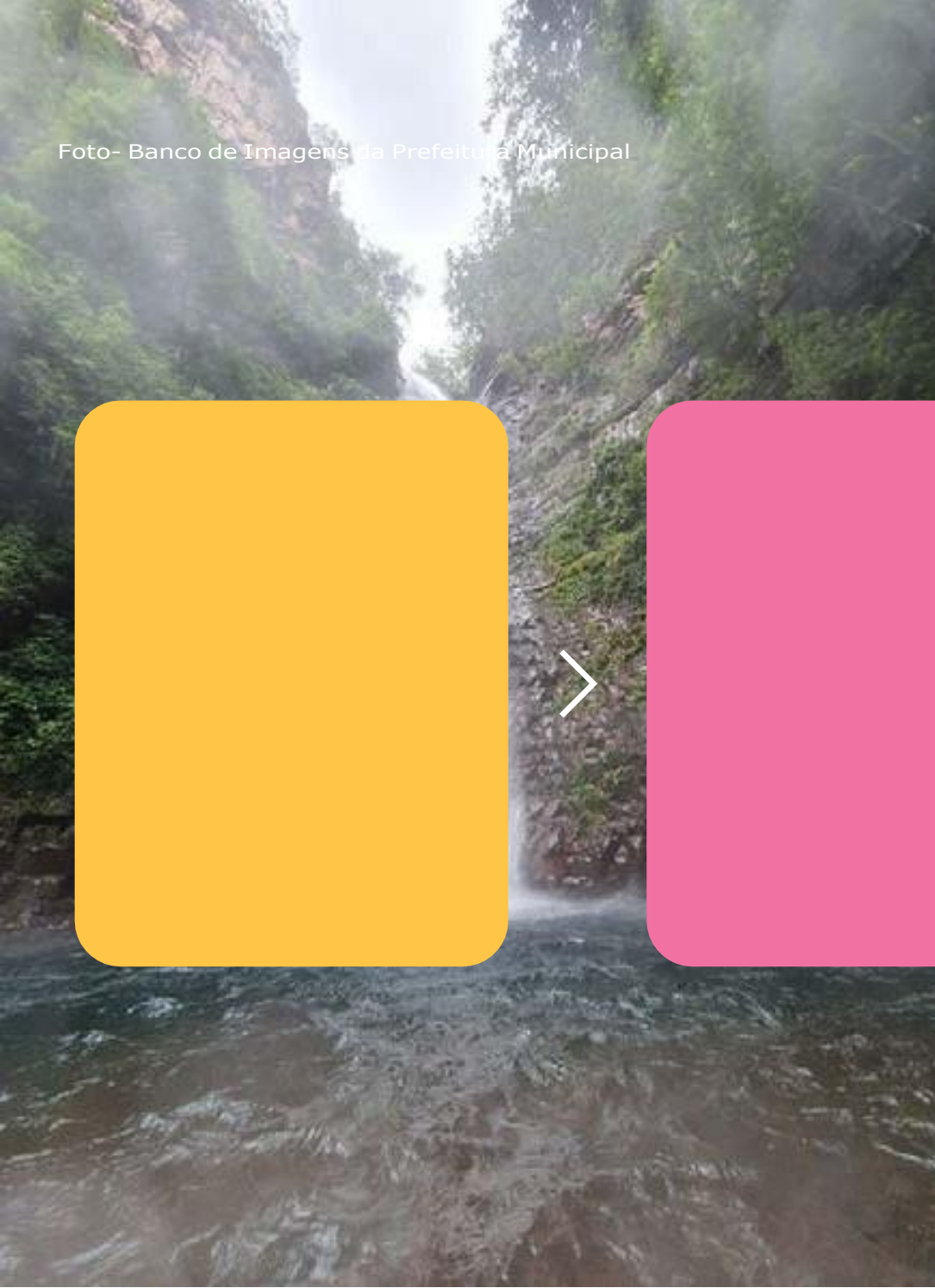


Foto- Banco de Imagens da Prefeitura Municipal



Foto- Banco de Imagens da Prefeitura Municipal

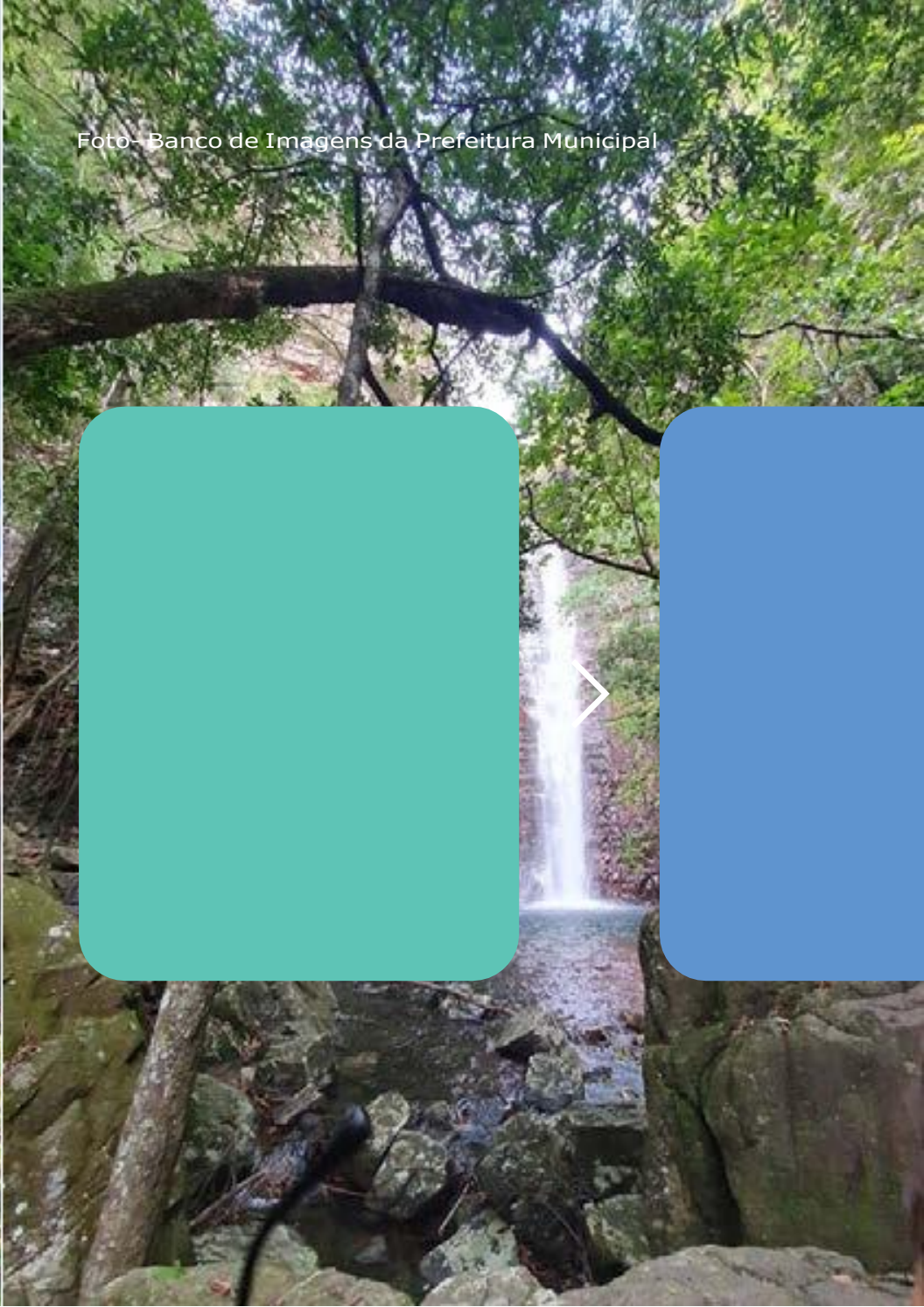


Foto- Banco de Imagens da Prefeitura Municipal



Foto- Banco de Imagens da Prefeitura Municipal



Foto- Banco de Imagens da Prefeitura Municipal

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 – fevereiro 2023 a janeiro 2024
	Médio – fevereiro 2023 a janeiro 2025
	Longo – fevereiro 2023 a janeiro 2027
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.



EIXO TEMÁTICO – SENSIBILIZAÇÃO DA INICIATIVA PRIVADA E PÚBLICA			
Linha de atuação – Propriedades rurais			
Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de execução
Promover palestras e seminários que informem os princípios aplicados no ecoturismo e sensibilize para a percepção das vantagens em abrir os empreendimentos para visitas de turistas.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur, Sebrae.
Informar e atualizar constantemente linhas de crédito disponíveis para fomentar investimentos do setor.	Longo	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur.
Linha de atuação – Meios de hospedagem			
Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de execução
Promover contatos individuais com empresários de hospedagem para gerar engajamento nas ações de ampliação e melhoria dos serviços, apresentando o andamento da execução das ações determinadas no Plano.	Longo	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur.
Produzir material promocional para fixação nos estabelecimentos que promovam a oferta turística do município, favorecendo pertencimento à cadeia produtiva do turismo.	Médio	Média	Empresários locais.
Informar e atualizar constantemente linhas de crédito disponíveis para fomentar investimentos do setor.	Longo	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur.
Linha de atuação – Serviços de alimentação			
Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de execução
Promover contatos individuais com empresários de alimentação para gerar engajamento nas ações de ampliação e melhoria dos serviços, apresentando o andamento da execução das ações determinadas no Plano.	Longo	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur.
Produzir material promocional para fixação nos estabelecimentos que promovam a oferta turística do município, favorecendo pertencimento à cadeia produtiva do turismo.	Médio	Média	Empresários locais.
Informar e atualizar constantemente linhas de crédito disponíveis para fomentar investimentos do setor.	Longo	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur.

Linha de atuação – Comércio em geral			
Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de execução
Convidar frequentemente empresários do comércio local para participarem de reuniões e eventos que tratam o tema turismo do município.	Longo	Média	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur.
Promover campanhas cooperadas envolvendo o comércio local em iniciativas de descontos, combos cash back e outros, os relacionando ao consumo de outras ofertas do turismo local.	Longo	Média	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur, empresários locais.
Informar e atualizar constantemente linhas de crédito disponíveis para fomentar investimentos do setor.	Longo	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur.
Linha de atuação – Potenciais investidores			
Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de execução
Patrocinar campanhas online em redes sociais que promovam o desenvolvimento do turismo local, distribuindo informações nos principais polos de investidores.	Longo	Baixa	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur.
Participar de eventos e feiras do setor turístico promovendo o turismo do município, gerando visibilidade que atraia investidores.	Longo	Baixa	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur.
Linha de atuação – Secretarias municipais			
Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de execução
Convidar frequentemente todo o secretariado municipal para participar de reuniões e eventos que promovam o turismo local, gerando entendimento do necessário engajamento em ações que associem a qualidade de vida do morador à satisfação do turista.	Longo	Baixa	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur.

Linha de atuação – Legislativo municipal			
Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de execução
Promover discussões na tribuna da Câmara dos Vereadores que promovam a percepção da importância de legislar o ordenamento da cadeia produtiva.	Longo	Alta	Poder Público Municipal.
Convidar municípios do estado que estão submetidos às leis que ordenam a cadeia produtiva a exemplo de Nobres, para proferir falas à vereança local, favorecendo o comprometimento em agir no mesmo sentido.	Longo	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur.
Linha de atuação – Meios de comunicação			
Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de execução
Encaminhar release constantemente aos canais de comunicação locais constando ações, resultados alcançados e toda informação que desperte o interesse em promover o desenvolvimento do turismo local.	Longo	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur.



EIXO TEMÁTICO – ATRATIVOS, SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS			
Linha de atuação – Atrativos			
Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de execução
Incentivar investimentos na hotelaria conceito tais como: pousadas, hotéis com conceitos aplicados ao turismo, programa cama e café, camping, hostel e outros.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur.
Orientar para condicionar acessibilidade à PCDs nos ambientes de circulação de turistas.	Longo	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Setor de Engenharia e Comtur.
Incentivar a instalação de espaços para crianças favorecendo a presença de turistas organizados em grupos familiares.	Médio	Média	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur.
Desencadear consultorias especializadas em formatação de atrativos considerando áreas naturais, conteúdos históricos culturais, itens da economia criativa, oferta de hospedagem e alimentação, realização de eventos e outros segmentos relevantes para o município.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur, Sebrae.
Formatar e fomentar atividades turísticas no Parque da Serra de Ricardo Franco.	Longo	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur, Sebrae.
Implementar a norma ABNT ISO NBR 21101 – SGS – Sistema de Gestão de Segurança, nos atrativos ofertados aos turistas.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur, Sebrae.
Repassar conhecimentos sobre as danças, parte da cultura local, incentivando o formato das manifestações em modelos de apresentação compacta ao turista.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur, Irmandades e representantes dos grupos culturais.
Incentivar a população para criar grupos ou manifestações artísticas gerando maior pertencimento à cultura local e disseminando valores históricos culturais através de apresentações aos turistas.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur.
Criar um city tour para apresentar ao turista espaços importantes da história.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur, Sebrae.

Linha de atuação – Meios de hospedagem			
Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de execução
Incentivar a instalação de espaços para crianças favorecendo a presença de turistas organizados em grupos familiares.	Médio	Média	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur.
Linha de atuação – Gastronomia			
Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de execução
Orientar empresários para diversificar a oferta gastronômica considerando o emprego de conceitos inovadores como regional, gourmet, culinária afetiva, autoral e outras tendências que atraem a preferência do turista.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Sebrae.
Fomentar o atendimento noturno dos empreendimentos de alimentação e entretenimento.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur.
Incentivar a instalação de espaços para crianças favorecendo a presença de turistas organizados em grupos familiares.	Médio	Média	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur.
Resgatar receitas “de berço” e “de família, favorecendo a oferta de pratos típicos locais aosturistas.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur.
Linha de atuação – Eventos			
Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de execução
Realizar eventos gastronômicos para fomentar a cultura do município.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur.
Atualizar e divulgar o calendário de eventos gerando visibilidade dos referidos como forma de atrair visitantes.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur.

Linha de atuação – Artesanato			
Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de execução
Aprimorar a linha de artesanato com a identidade do município criando peças utilitárias e de souvenir, disponibilizando a venda aos turistas.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Sebrae, Senar.
Realizar constantemente exposições que expressem a história e a cultura local para gerar pertencimento na comunidade e encantar turistas.	Longo	Alta	Secretaria Municipal de Turismo e demais secretarias municipais correlatas.
Linha de atuação – Agenciamento			
Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de execução
Fomentar a abertura de agenciamento receptivo para atuar à frente da promoção, venda e operação dos atrativos locais.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur, Sebrae.



EIXO TEMÁTICO – INFRAESTRUTURA				
Linha de atuação – Espaços públicos de lazer				
Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceirosde execução	
Gerar acessibilidade aos PCDs potencializando a inclusão social.	Longo	Alta	Secretaria Municipal de Turismo e demais secretarias municipais correlatas e Setor de Engenharia.	
Linha de atuação – Saneamento				
Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceirosde execução	
Solicitar a ampliação e monitorar a estrutura de saneamento urbano prevendo maior pressão de unidades habitacionais a serem disponibilizadas pela hotelaria.	Longo	Alta	Secretarias Municipais: de Turismo; de Saúde; Administração e Fazendo; Obras Públicas, Infra-estrutura e Serviços Públicos e demais secretarias correlatas.	
Linha de atuação – Estradas				
Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceirosde execução	
Monitorar a manutenção das estradas sejam municipais, estaduais, federais, vicinais ou particulares, oferecendo boas condições de trafegabilidade.	Longo	Alta	Secretarias Municipais: de Turismo; de Saúde; Administração e Fazendo; Obras Públicas, Infra-estrutura e Serviços Públicos e demais secretarias correlatas.	
Linha de atuação – Telefonia				
Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceirosde execução	
Captar instalação e ampliação de torres de telefonia móvelbuscando a presença de sinal de todas as operadoras disponíveis no país.	Médio	Alta	Secretaria Municipalde Turismo.	

Linha de atuação – Sinalização			
Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de execução
Instalar placas de sinalização da oferta turística, nas rodovias de acesso, na cidade; e nas estradas vicinais instalar placas indicativas e informativas, que promovam facilidades aos visitantes.	Longo	Alta	Secretarias Municipais: Turismo; Meio Ambiente; e Obras Públicas, Infra-estrutura e Serviços Públicos
Linha de atuação – Transporte			
Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de execução
Estimular investimentos na oferta de transporte ao turista tais como veículos para transfer, aplicativos de transportes, taxi, outros.	Médio	Baixa	Secretaria Municipal de Turismo, Meio Ambiente e Agricultura Familiar, Comtur.
Linha de atuação – Acesso à informação			
Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de execução
Disponibilizar um CAT – Centro de Atendimento ao Turista, instalado na chegada do visitante à cidade, munido de tecnologia para informações turísticas e atendimento pessoal por equipe especializada em turismo.	Longo	Alta	Secretaria Municipal de Turismo e demais secretarias municipais correlatas.
Linha de atuação – Espaço para eventos			
Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de execução
Adequação de espaço para abrigar a Feira de Artesanato ou Casa do Artesão, viabilizando a gestão do local pela associação municipal da classe.	Médio	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Secretaria Municipal de Cultura e demais secretarias municipais correlatas, associação de artesãos.



Foto- Banco de Imagens da Prefeitura Municipal



EIXO TEMÁTICO QUALIDADE DA OFERTA TURÍSTICA



Foto- Banco de Imagens da Prefeitura Municipal

EIXO TEMÁTICO – QUALIDADE DA OFERTA TURÍSTICA			
Linha de atuação – Operação da hotelaria			
Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceirosde execução
Aprimorar o operacional dos meios de hospedagem incluindo limpeza, governança, recepção, manutenção eserviço de café da manhã.	Curto	Alta	Secretaria Municipalde Turismo, Sebrae, Senac.
Capacitar para melhoria da presença digital dos empreendimentos considerando atingir total processo deinteração online desde a oferta até a venda dos serviçosturísticos.	Médio	Alta	Secretaria Municipalde Turismo, Sebrae.
Qualificar os empresários de hospedagem para traçar parcerias com o mercado turístico sabendo-seque a dinâmica de negócios é peculiarmente construída na parceria e negócios cooperados.	Curto	Alta	Secretaria Municipalde Turismo.
Capacitar para captação e produção de fotos e vídeos paraserem postados em promoção online.	Curto	Alta	Secretaria Municipalde Turismo, Sebrae, Senai, Sesc, Sesi e Senac.
Linha de atuação – Melhoria da alimentação			
Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceirosde execução
Aprimorar o operacional dos serviços de alimentação incluindo limpeza, processos (com implantação da RDC216), layout de mesas e pratos, serviços de mesas e atendimento em geral.	Curto	Alta	Secretaria Municipalde Turismo.
Capacitar para melhoria da presença digital dos empreendimentos considerando atingir total processo deinteração online desde a oferta até a venda dos serviçosturísticos.	Médio	Alta	Secretaria Municipalde Turismo, Sebrae.
Qualificar os empresários de alimentação para traçar parcerias com o mercado turístico sabendo-seque a dinâmica de negócios é peculiarmente construída na parceria e negócios cooperados.	Curto	Alta	Secretaria Municipalde Turismo, Comtur.
Capacitar para captação e produção de fotos e vídeos paraserem postados em promoção online.	Curto	Alta	Secretaria Municipalde Turismo, Sebrae, Senai, Sesc, Sesi e Senac.
Promover cursos de culinária para aprimorar a elaboração de pratos.	Médio	Alta	Secretaria Municipalde Turismo, Sebrae, Senar, Senac.

Linha de atuação – Preparação de guias e condutores			
Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de execução
Capacitar constantemente mão de obra local (condutores e guias) para acompanhar turistas nas modalidades de passeios, desempenhando a liderança com emprego de normas técnicas, preservando a segurança, o conforto e o encantamento.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Sebrae, Senac, órgãos e entidades estaduais com a respectiva competência.
Capacitar para melhoria da presença digital dos guias e condutores locais considerando alcançar visibilidade da oferta turística do município.	Médio	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Sebrae.
Preparar a linguagem dos guias e condutores para traçar parcerias com o mercado turístico sabendo-se que a dinâmica de negócios é peculiarmente construída na parceria e negócios cooperados.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur.
Capacitar para captação e produção de fotos e vídeos para serem postados em promoção online.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Turismo.
Implantar um programa de capacitação para condutores locais assegurando anualmente trabalhar os temas primeiros socorros e salvamento aquático, buscando constante aperfeiçoamento do setor.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur e empresários.
Linha de atuação – Atendimento em geral			
Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de execução
Introduzir conceitos de atendimento ao turista capacitando habilidades que transpareçam a hospitalidade e o encantamento necessários no setor turístico.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Sebrae, Senac.
Preparar o comércio local para atender o turista com acolhimento, encantamento e subsidiando informações sobre a oferta turística.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Sebrae, Senac.
Capacitar o trade turístico local para atender turistas PCDs.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur, Sebrae, Senar, Senac e empresários.

Linha de atuação – Serviços públicos			
Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de execução
Preparar as frentes de atendimento às pessoas ligadas aos serviços públicos para aplicarem linguagem adequada aos turistas compreendendo suas necessidades e expectativas.	Médio	Média	Secretaria Municipal de Turismo.
Capacitar gestores públicos sobre o tema sustentabilidade.	Médio	Média	Secretaria Municipal de Turismo.
Informar a gestão pública quais viés pode acessar financiamentos e recursos para fomento ao turismo local.	Curto	Média	Prefeitura Municipal.



EIXO TEMÁTICO – MARKETING				
Linha de atuação – Plano de Marketing				
Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de execução	
Construir o Plano de Marketing a partir da afirmação dos segmentos prioritários de oferta, consoante com o processo de formatação dos produtos turísticos.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur, Sebrae.	
Dar visibilidade ao Plano de Marketing alinhando o comportamento de oferta dos investimentos privados com o avanço da infraestrutura pública destinada ao turista.	Médio	Média	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur.	
Linha de atuação – Marca Turística				
Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de execução	
Criar a marca turística do município aplicando a metodologia de branding, favorecendo a definição da sua aplicação e gestão, contribuindo com a visibilidade da oferta turística.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur, Sebrae, empresários locais.	
Difundir o uso da marca turística pela gestão pública municipal e pelos empresários em geral, perpetuando sua aplicação no exercício de uma imagem setorial econômica e não de cunho político.	Longo	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur, empresários locais.	
Implantar diretrizes para a autorização do uso da marca turística gerindo sua aplicação em peças publicitárias da oferta turística, bem como em artigos a serem comercializados pelos empresários locais.	Longo	Média	Comtur.	

Linha de atuação – Material Publicitário				
Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais de execução	parceiros
Produzir um banco de imagens da oferta turística com conceitos atuais de imagem mercadológica, alimentando de tempo em tempo novas tomadas na medida que surgem novos produtos.	Longo	Média	Secretaria de Turismo.	Municipal
Produzir vídeos promocionais do turismo local aplicando layout e variação de tempo adequados aos diversos canais de veiculação atendendo as peculiaridades de cada material em acordo com o público alvo que deseja alcançar.	Longo	Média	Secretaria de Turismo.	Municipal
Criar um site institucional com foco na divulgação do turismo que contenha informações amplas da oferta, oportunizando também a divulgação das empresas envolvidas no atendimento ao turista e a interação do visitante em espaço que possa expressar opiniões e contar as experiências vividas no município.	Curto	Alta	Secretaria de Turismo.	Municipal
Criar páginas em redes sociais para fortalecimento da presença digital da oferta turística, movimentando constantemente conteúdos estratégicos que promovam vendas.	Curto	Alta	Secretaria de Turismo.	Municipal
Produzir panfletos impressos e no formato digital para franca distribuição da oferta turística.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, empresários locais.	
Instalar outdoor nas rodovias de acesso ao município de Vila Bela da Santíssima Trindade promovendo a oferta turística, buscando atrair atenção de potenciais visitantes.	Médio	Média	Secretaria de Turismo.	Municipal
Instalar o portal turístico nas entradas da cidade com design que expresse a marca turística e seja capaz de compor cenário fotográfico.	Longo	Média	Secretaria de Turismo.	Municipal
Produzir um guia turístico com indicações de atrativos, equipamentos turísticos e serviços, bem como informando dados históricos e culturais da cidade.	Médio	Média	Secretaria Municipal de Turismo e empresários locais.	

Linha de atuação – Canais de distribuição				
Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais de execução	parceiros
Expandir a veiculação da marca turística em artigos artesanais, souvenirs e itens da economia criativa, impulsionando a visibilidade da oferta turística.	Longo	Média	Secretaria Municipal de Turismo, empresários locais.	
Distribuir folhetos impressos e digitais em ambientes que alcançam mercados de entorno, regional, estadual, nacional e internacional.	Longo	Média	Secretaria Municipal de Turismo, empresários locais.	
Investir em distribuição segmentada da oferta turística local, considerando meta buscadores tais como Google Meu Negócio, redes sociais, comercializadores de hospedagem e passeios turísticos.	Média	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, empresários locais.	
Linha de atuação – Participação em feiras e eventos				
Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais de execução	parceiros
Participar de eventos do setor turísticos tais como feiras e rodadas de negócios regionais, estaduais, nacionais e internacionais, promovendo a oferta turística através da distribuição de material promocional impresso e digital.	Longo	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, empresários locais.	
Participar de variados eventos nos municípios vizinhos e que compõem a Região Turística, distribuindo material de oferta turística, buscando captar mercado de entorno.	Longo	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur, empresários locais.	
Nas feiras e eventos da cidade, promover o turismo local incluindo também a oferta do artesanato aproveitando nesses momentos, a presença de visitantes.	Médio	Média	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur, empresários locais.	
Participar anualmente no mínimo de uma feira nacional, preferencialmente promovida pela ABAV – Associação Brasileira de Agentes de Viagens, e uma feira estadual.	Médio	Média	Secretaria Municipal de Turismo, empresários locais.	

Linha de atuação – Composição de rotas			
Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de execução
Criar roteiros que integrem os atrativos naturais com os históricos culturais.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur e empresários locais.
Colocar o município na rota do ecoturismo e turismo histórico cultural promovendo e participando de eventos entre cidades vizinhas ou próximas.	Longo	Média	Secretaria Municipal de Turismo, empresários locais.
Linha de atuação – Endomarketing			
Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de execução
Propagar a oferta turística para os moradores através da estação de rádio local, jornais impressos e eletrônicos e outros meios de comunicação direta com os munícipes.	Longo	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur, empresários locais.
Difundir o assunto relacionado ao turismo local em todas as oportunidades de relacionamento interpessoal entre moradores, favorecendo engajamento no setor turístico.	Longo	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur, empresários locais.
Executar campanhas de divulgação interna do turismo considerando essencial tornar público as transformações positivas geradas pelo setor incluindo o alcance da sustentabilidade ambiental, social e econômica.	Longo	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur, empresários locais.



Foto- Banco de Imagens da Prefeitura Municipal



EIXO TEMÁTICO – GESTÃO (incluindo a descentralizada) E LEGISLAÇÃO			
Linha de atuação – Secretaria Municipal de Turismo			
Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de execução
Gerar condições para que a Secretaria participe das articulações municipais, regionais, estaduais e nacionais tais como encontros, reuniões, fóruns, seminários e outros eventos que disseminam a economia do turismo.	Longo	Alta	Prefeitura Municipal.
Aumentar a fiscalização da vigilância sanitária, especialmente nos equipamentos gastronômicos e meios de hospedagem.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Secretaria Municipal de Saúde.
Promover palestras junto aos produtores culturais, sobre a importância do associativismo, incrementando ações conjuntas entre o poder público municipal e os segmentos associativos para o desenvolvimento do setor.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Sebrae.
Criar políticas públicas de incentivo ao uso de gestão e de tecnologias que priorize a sustentabilidade e contemple a acessibilidade nos empreendimentos turísticos.	Longo	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur.
Manter constante atendimento de orientações ao MEI – Micro Empresário Individual, favorecendo a formalização do setor turístico.	Longo	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Sebrae e NDL.
Realizar planejamento anual das atividades culturais do município e eventos de toda natureza, definindo e priorizando os projetos para captação de recursos e organizando um calendário de eventos.	Médio	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Secretaria Municipal de Cultura e Comtur.
Realizar o monitoramento da execução do Plano Municipal de Turismo, atualizando-o quando necessário.	Longo	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur e empresários.
Atrair a atenção do governo para gerar ações de fomento ao turismo local.	Longo	Alta	Secretaria Municipal de Turismo.
Estruturar um programa de inclusão constante de empresas no Cadastur.	Longo	Alta	Secretaria Municipal de Turismo.

Linha de atuação – Secretaria Municipal de Turismo			
Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de execução
Disseminar a fiscalização do cumprimento legal garantindo a segurança nos variados aspectos, nos elos da cadeia produtiva local.	Médio	Alta	Secretarias Municipais dentro de respectivas competências relacionadas à cada segmento empresarial.
Implementar diretrizes de controle de atividades turísticas já definidas em audiências públicas para debater ações de adequações ambientais e estruturas físicas que viabilizem o turismo no Parque da Serra de Ricardo Franco.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur e empresários.
Promover constante fiscalização para combater a pesca predatória.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Secretaria de Meio Ambiente e demais correlatas.
Solicitar a implementação e o monitoramento do Plano de Gestão de Resíduos Sólidos.	Longo	Média	Secretarias Municipais: Turismo; Administração; Meio Ambiente; e Obras Públicas, Infra-estrutura e Serviços Públicos.

Linha de atuação – Comtur – Conselho Municipal de Turismo			
Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de execução
Fortalecer a atuação do Comtur construindo um Plano de Ações anual que organize os GTs – Grupos de Trabalho, organizando a atuação e possibilitando alcançar resultados.	Longo	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur.
Acompanhar os objetivos das políticas de turismo nos níveis federal e estadual.	Logo	Média	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur.
Integrar o agronegócio, o comércio e o turismo, como forma de multiplicar o resultado em todos os setores.	Longo	Média	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur.
Implementar taxas locais de turismo para alimentar o Fumtur – Fundo Municipal de Turismo e gerir o Fundo, dando funcionalidade e atuação ao Comtur, realizando o planejamento financeiro e prestação de conta anual das ações a serem financiadas e apoiadas pelo respectivo Fundo.	Longo	Média	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur.
Disseminar a importância do COMTUR, entre os empresários e comunidade, como órgão fomentador do desenvolvimento do turismo no município.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur.
Promover o diálogo de incentivo aos bares, lanchonetes e restaurantes para que ampliem seus dias e horários de funcionamento, aumentando lucros através da satisfação do atendimento a população local e ao turista.	Longo	Alta	Comtur.
Realizar palestras nas escolas e em outras oportunidades para conscientizar a população local sobre o valor do conteúdo histórico, cultural e natural do município.	Longo	Alta	Comtur, professores locais, Secretaria Municipal de Turismo, Secretaria Municipal de Cultura e demais correlatas.
Promover constantes campanhas de conscientização do turista para trazer consigo o lixo produzido em ambientes naturais.	Médio	Média	Comtur e empresários locais.
Sensibilizar a comunidade da função e necessidade do condutor local à frente da apresentação dos produtos turísticos.	Médio	Média	Comtur e empresários locais.

Linha de atuação – Associações do setor			
Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de execução
Organizar documentação e andamentos internos das associações locais favorecendo potencializar as organizações já existentes no município.	Médio	Média	Comtur e empresários locais, Associações e Irmandades.
Linha de atuação – IGR – Instância de Governança Regional			
Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de execução
Contribuir para a elaboração do Plano de Turismo Integrado da Região Turística a qual pertence, buscando fomentar a rota a partir da associação da oferta turística dos municípios.	Longo	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur.
Linha de atuação – Estudos e pesquisas			
Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de execução
Manter o inventário da oferta turística atualizado.	Longo	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Sebrae.
Realizar estudo do perfil do turista.	Longo	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur e empresários.
Realizar pesquisas de satisfação do visitante e da visão do morador diante do fluxo de visitantes.	Longo	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur e empresários.
Estimular os meios de hospedagem a preencherem o Boletim de Ocupação Hoteleira; acompanhar, recolher e tabular dados para construir dados estatísticos dos visitantes.	Longo	Alta	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur.
Incentivar o feedback dos visitantes nos sites e portais de avaliação, propondo e sugerindo melhorias.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Turismo.



Foto- Banco de Imagens da Prefeitura Municipal

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:



Foto- Banco de Imagens da Prefeitura Municipal

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 2 empresas de agenciamento na modalidade receptiva.
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 registros 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 registros 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 tour coment disponível e divulgado em QR Code 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.



Foto- Banco de Imagens da Prefeitura Municipal

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 cobigado 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 rendavez 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.

GUIATURÍSTICO – 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 COMMENT – 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 Cáceres – 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.

PLANO MUNICIPAL DE TURISMO

**VILA BELA DA SANTÍSSIMA TRINDADE
MATO GROSSO | BRASIL
2023 - 2027**



Prefeitura Municipal
**Vila Bela da
Santíssima
Trindade**

