

PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE RIO VERDE



programa
turismo4.0
Novos tempos, Novos desafios.



PRODUÇÃO

2° Maior população de grãos do Brasil

5° Município do país com maior valor adicionado à agropecuária

1,5 Milhões toneladas/ano soja

2,5 Milhões toneladas/ano milho

830 Mil há de áreas plantada

Maior produtor no Brasil de proteína animal

420 Mil/dia de aves abatidos

5,3 Mil/dia de suínos abatidos

450 Mil/dia de litros de leite

363 Mil cabeças de rebanho bovino



**PLANO
MUNICIPAL
DE TURISMO
DE RIO VERDE**

FICHA TÉCNICA

PREFEITURA MUNICIPAL DE RIO VERDE

Paulo Faria do Vale

Prefeito

Laudelino Nogueira Guimarães Júnior

Secretário de Turismo

Denimárcio Borges

Secretário de Desenvolvimento Econômico Sustentável

Karla Rosa Ataídes

Chefe de Gabinete

SEBRAE GOIÁS

José Mário Schereiner

Presidente do Conselho Deliberativo Estadual

Eduardo Veras

Vice Presidente do Conselho Deliberativo Estadual

Antônio Carlos de Souza Lima Neto

Superintendente

Marcelo Lessa Medeiros Bezerra

Diretor Técnico

João Carlos Gouveia

Diretor Administrativo e Financeiro

Camila Moreira

Gerente Unidade de Relacionamento e Desenvolvimento Regional

Priscila Vilarinho

Gestora Estadual Projeto Turismo 4.0

Adriano Gonçalves Teixeira

Gerente Regional Sudoeste

Karina de Carvalho Silva

Tassiany Costa Oliveira

Analistas Sebrae Goiás

CONSULTORIA TÉCNICA

Secullos Tour Soluções em Turismo

Tatiana Patrícia Fernandez

Consultora

ÍNDICE

1 Apresentação	10
2 Introdução	12
3 Justificativa	16
4 Metodologia	22
5 Contextualização histórica	24
6 Características e aspectos gerais	28
7 Presença digital	32
9 Turismo em Rio Verde	48
10 Perfil da demanda turística	60
11 Análise SWOT	72
12 Diretrizes estratégicas	78
12.1 Visão estratégica	78
12.2 Missão do Plano Municipal de Turismo	84
12.3 Valores	84
12.4 Fatores críticos de sucesso	87
13 Programas de fomento ao turismo aplicados no plano	88
13.1 Destinos turísticos inteligentes	88
13.3 Relação estabelecida entre programas e o plano	114
14 Mapa estratégico	116
14.1 Eixos temáticos, linhas de atuação e ações	118
15 Indicadores, metas e monitoramento	148
16 Considerações finais	152
17 Glossário	153

Rio Verde e o turismo de excelência

Antônio Carlos de Souza Lima Neto **Diretor Superintendente do Sebrae Goiás**

Mais uma vez o Sebrae Goiás se engaja em um dos mais importantes setores da economia. E é com grande orgulho que participamos da construção deste Plano Municipal de Turismo de Rio Verde.

O Plano Municipal de Turismo de Rio Verde chega em sua reta final, após um trabalho de profunda imersão de equipe especializada do Sebrae Goiás e parceiros importantes. Os trabalhos foram conduzidos em reuniões participativas, com decisões coletivas sobre o rumo a ser seguido pelos atores locais.

O respectivo planejamento é resultado de interação com empresários do setor turístico, representantes da gestão pública municipal, legislativo municipal, além de do Conselho Municipal de Turismo.

As ações estão planejadas para quatro anos de trabalho em prol do desenvolvimento do turismo local e estão fundamentadas nos seguintes eixos estratégicos:

- engajamento da iniciativa pública e privada;
- excelência da oferta turística;
- qualidade no atendimento;
- marketing.

Rio Verde é pólo do agronegócio em Goiás e no Brasil. O cenário é bastante favorável para que o turismo encontre terreno fértil e produtivo para se desenvolver.

Além do que, ele conduz a cadeia produtiva dos demais setores da economia (serviço e indústria) - incluindo a gastronomia e atividades culturais, que também podem e devem ser exploradas para atrair mais visitantes e movimentar o município.

Para avaliar o que já existe e o que pode ser aprimorado, o estudo para a elaboração do plano contou com pesquisas, sensibilizações, oficinas, diagnósticos, reuniões de validação e consultas aos atores locais ligados ao turismo.

E, de posse deste novo plano, sempre com o suporte do Sebrae, empreendedores e poder público podem trabalhar juntos para incrementar essa atividade, que é plena de cultura, preservação e desenvolvimento.



“O turismo bem planejado é a chave para um desenvolvimento sustentável, equilibrando crescimento econômico e preservação ambiental.”

LAUDELINO NOGUEIRA GUIMARÃES JÚNIOR
Secretário de Turismo de Rio Verde



“Com o Plano Municipal de Turismo, vamos transformar potencial em realidade, gerando empregos e promovendo o turismo local.”

Dr. PAULO FARIA DO VALE
Prefeito de Rio Verde



Rio Verde é uma cidade moderna, acolhedora, dinâmica, reconhecida como “cidade das oportunidades”, “capital do agro”, “capital das exportações”, que oferece aos seus moradores e visitantes ricas experiências, desde a vida no campo, a natureza até a vida na cidade. Neste cenário, o plano municipal de turismo traz diretrizes para proporcionar uma experiência cada vez mais rica, tanto para o turista de negócios, que deseja experimentar o completo e tecnológico ecossistema produtivo de agricultura tropical sustentável, quanto visitar a natureza, os parques e usufruir dos serviços ofertados pela cidade.

DENIMÁRCIO BORGES
(Secretário de Desenvolvimento
Econômico Sustentável)



1 APRESENTAÇÃO

A Prefeitura Municipal de Rio Verde através Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo e com o apoio técnico do Sebrae Goiás, apresenta uma construção participativa do Plano Municipal de Turismo, com aplicabilidade 2023 - 2027.

Essa iniciativa nasceu do anseio local de potencializar o conteúdo turístico do município o colocando a serviço dos visitantes, referendado com qualidade, com expoente diferencial competitividade e capaz de impulsionar negócios subsidiados no desencadeamento de emprego e renda local.

Propõe embasar ações a curto, médio e longo prazo, distribuídas em eixos estratégicos de atuação, orientando composição de parcerias na execução, escalonando prioridades e determinando formato de monitoramento de cumprimento de metas e alcance de resultados prospectados.

Validando ser uma iniciativa que alcance o protagonismo dos atores locais, é construído de maneira democrática convocando representantes da iniciativa pública e privada, priorizando envolvidos nos elos da cadeia produtiva do turismo, e consolidando expressivo compromisso deliberativo do Comtur – Conselho Municipal de Turismo.

O Plano Municipal de Turismo é fruto de um esforço coletivo de busca, coleta, discussão e validação de informações, que expressa a vontade dos munícipes em relação ao desenvolvimento da atividade turística, considerando o cenário e a realidade atual, as peculiaridades, as vocações, o respeito a identidade local e os anseios do tempo presente e futuro da sociedade rio-verdense, bem como a articulação com as novas políticas, planos e programas das esferas federal, estadual e municipal.

O Plano elaborado, tem como base territorial, o município de Rio Verde, mas considera amplamente em suas discussões de proposições, a cooperação com municípios vizinhos, visando o desenvolvimento regional da atividade turística.

Com a criação do Plano, pretende-se estruturar e adequar os novos e os já existentes produtos e serviços turísticos indo ao encontro e anseio do trade turístico, da gestão municipal e da comunidade em querer colher resultados diferenciados que melhore o desenvolvimento econômico e social nos próximos anos.

O Plano torna-se uma ferramenta para a gestão pública do turismo além de oportunizar orientações estratégicas aos investimentos da iniciativa privada, visando a operacionalização e implantação das diretrizes, objetivos e ações propostas.





2 INTRODUÇÃO

Rio Verde é um município inserido no Programa de Regionalização do Turismo Brasileiro na Região Turística Pegadas no Cerrado.

Esse importante fator é determinante para comprovar que a vocação para o setor turístico é eminente e que há investimentos locais voltados para entrega de atrativos, além de serviços diretos que viabilizam a permanência do turista tais como hospedagem, alimentação, agenciamento, locadora de veículos e comércio varejista diversificado.

Além do mais, dados consolidados pesquisados dão conta de uma ocupação média de 80% da oferta hoteleira em dias de meio de semana (dias úteis), o que retrata considerável fluxo de turistas de negócios, mais propriamente ligados às atividades de agronegócio, pujante no município e região.

São elementos potencializadores do turismo como vetor econômico e capazes de gerar crescimento do ticket médio do fluxo existente, além de aprimorar a captação de novos visitantes de variados mercados, até mesmo internacional quando se consiste a oferta em entrega de informações relacionadas à inteligência estratégica do agronegócio.

A política de governança turística local tem dado passos importantes e consistentes para tornar o turismo um importante fator de desenvolvimento econômico e social, destacando sua participação e integração aos programas de caráter regional do Ministério do Turismo (MTur).

Não obstante, embasado em um trabalho de branding, o município consolida uma marca turística exponencialmente futurista, expressando desejo de se tornar referência em tecnologia e inovação, avançando de encontro aos anseios do turista contemporâneo.

Subsídios promissores requerem potencializar seus resultados, bem como os desafiadores pontos fracos e ameaças ao setor, demandam estratégias de correções e transformações.

Nesse sentido o Plano Municipal de Turismo de Rio Verde embasa-se em uma Matriz Swot (FOFA), que aponta os aspectos positivos e negativos locais considerados na construção do Plano, bem como, a pesquisa de demanda turística, que se apresentou como processo fundamental na busca das informações e dados pertinentes da atividade turística no município, que aliado as definições dos segmentos prioritários passam a determinar, subsidiar e nortear as proposituras de estratégias e ações primordiais e necessárias a serem elencadas para que a economia do turismo se desenvolva e gere benefícios ao município.

As diretrizes estratégicas estabeleceram a visão, a missão, os valores, os fatores críticos de sucesso, além dos eixos temáticos, linhas de atuação e suas respectivas ações, os prazos, prioridades e executores.

Entretanto um Plano nada é se não houver indicadores capazes de impulsionar sua execução e esse monitoramento se dá por indicadores de mensuração e avaliação do desenvolvimento do turismo diante da execução das ações, possibilitando a verificação dos resultados obtidos.

QUADRO ESTRATÉGICO

Visão	A forma de projetar o turismo para o futuro.
Missão	O motivo de existir do Plano Municipal de Turismo.
Valores	Fatores a serem preservados no processo de desenvolvimento econômico local a partir do setor turístico.
Fatores críticos de sucesso	Situações a serem exauridas por traduzirem impedimentos no crescimento do turismo local.
Eixos temáticos	Temas fundamentais a serem contemplados com ações de fomento ao turismo.
Ações, prazos, prioridade e executores	Planilha de atuação considerando o foco no desenvolvimento do turismo local.
Monitoramento	Indicadores de mensuração e avaliação do desenvolvimento do turismo a partir da execução das ações, buscando verificar a funcionalidade do Plano Municipal de Turismo.



3 JUSTIFICATIVA

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

Entretanto, antes de lançar a reflexão do que é necessário fazer para o aprimoramento da economia do turismo local, é necessário classificar o ponto de partida, tornando factível o ciclo de vida de um destino turístico.

Neste Plano aplica-se esse enquadramento de acordo com a publicação doutrinária de Richard Butler. Para Butler essa classificação é relativamente simples.

A noção do ciclo de vida não identifica as forças que estão por trás da evolução de um destino, mas o ato de planejar possibilidades futuras como um instrumento de grande uso para as projeções e para as propostas estratégicas sobre o futuro dos destinos turísticos.

Butler argumenta que “pouca dúvida pode haver de que as áreas turísticas são dinâmicas, de que evoluem com o tempo”, e para isso, propõe estágios de vida dos destinos turísticos da seguinte maneira:

EXPLORAÇÃO

Estágio em que os primeiros turistas chegam a um determinado destino turístico.

Neste caso tais turistas são como exploradores do lugar, sabendo-se que praticamente não há infraestrutura turística ou de apoio no local. O sentimento dos turistas é de descoberta de um novo destino e sentem-se motivados a lidar com a pequena chance de encontrar outros turistas.

Importa saber que para um município em inicial exercício da economia do turismo, estágio de exploração, 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.

ENVOLVIMENTO

Neste estágio existem alguns serviços turísticos prestados pela população local. O contato dos turistas com a população local é intenso neste estágio de evolução do destino turístico.

Para os municípios neste estágio, vale prospectar ações que norteiam investimentos locais embrionários os fortalecendo para lidar com entrada de investidores externos, para que não tornem suplantados o crescimento futuro dos empreendedores iniciais do processo.

DESENVOLVIMENTO

A partir deste estágio organizações de fora do destino turístico passam a investir na infraestrutura turística e na prestação de serviços turísticos, o que estimula ainda mais o crescimento do número de visitantes. Neste estágio, “o envolvimento e o controle local declinam rapidamente, à medida que instalações mais modernas e elaboradas são proporcionadas por empreendedores externos, e autoridades regionais e nacionais assumem a responsabilidade pelo planejamento.” (PEARCE, 2003, p. 47).

As relações com os turistas se tornam mais formais, uma vez que o contato se dá por meio de uma estrutura mais comercial.

Neste caso, o mapa estratégico precisa prever ordenamento acirrado por governança descentralizada tornado favorável comungar empreendedores externos com os valores e expectativas dos moradores e investidores locais.

CONSOLIDAÇÃO

Caracteriza-se pela estagnação das taxas de crescimento, embora o turismo se transforme numa atividade de grande importância para a economia local em termos de criação de riqueza e de emprego. Iniciam-se esforços para aumentar o período turístico, renovam-se alguns equipamentos e substituem-se outros.

Quando assim, o Plano precisa trazer iniciativas que potencializem o mercado captado e ampliem mercado, evitando alcançar o estágio sequente de estagnação.

ESTAGNAÇÃO

O destino turístico tenta sobreviver por meio da quantidade de turistas que precisam lotar os equipamentos para viabilizá-los economicamente, os preços baixam e passam a atrair demanda de menor poder aquisitivo.

A localidade passa por um desgaste econômico, social e ambiental. Os equipamentos físicos começam a se degradar e as atrações criadas para o atendimento de turistas nas fases de desenvolvimento e consolidação envelhecem, saem de moda e perdem atratividade, o ambiente natural, que antes era o ponto de maior atração, deteriora-se pelo incorreto uso da paisagem na construção de equipamentos turísticos (hotéis, bares, restaurantes etc.), e o número de visitantes excede os limites da capacidade de carga.

O mais ameaçador dos estágios do ciclo de vida dos destinos turísticos, as ações estratégicas do Plano neste caso, devem reverter o processo de decadência instalado no setor turístico, o que muitas vezes requer mudar segmentação prioritária, aplicar novos conceitos e até mesmo reverter o público alvo.

Assim, dentre os estágios do ciclo de vida dos destinos turísticos, todo planejamento estratégico precisa buscar estabelecimento e rejuvenescimento do setor, e de mesma forma evitar sempre picos de crescimento reduzido e declínio.

Antecipando as discussões coletivas de composição do Plano Municipal, tornouse claro qual estágio do ciclo de vida o município se enquadra, e para isso, foram considerados dados quantitativos e curva de crescimento do IDH, número populacional e encadeamento produtivo associado turismo.

Diante da ausência de registros das taxas de visitantes, foram avaliados índices de crescimento nos últimos 4 anos na oferta de:

SERVIÇOS DE ATENDIMENTO AO TURISTA

- Ambientes para entretenimento e lazer do visitante
- Meios de hospedagem
- Serviços de alimentação
- Locadoras de veículos
- Aprimoramento de eventos

OBRAS PÚBLICAS

- Ampliação do aeroporto
- Implantação de parques urbanos
- Reordenamento do trânsito urbano
- Obras deanel viário
- Novos espaços para eventos
- Portal turístico

VISÃO ESTRATÉGICA

- Crescimento dos investimentos no agronegócio expressado em:
 - Recordes de produção
 - Ampliação de pesquisas
 - Instalação de novas indústrias
 - Crescimento do comércio de implementos e insumos
 - Ampliação de núcleos da classe (cooperativas, associações, outros)
 - Inovação no modal de transporte (ferrovia)

Assim, Rio Verde de acordo com o ciclo de vida como destino enquadra-se DESENVOLVIMENTO. Isso significa que os investimentos existentes já sustentam inicial atração de turistas e a necessidade de ampliar é eminente para manter-se beneficiada por este setor econômico.

Não obstante é tempo de adequar a oferta atualizando corresponder às tendências e conceitos de negócios atuais, evitando dessa forma, o momento do ciclo de estagnação e declínio, dificultadores de recuperação da economia turística.

Nesse raciocínio estratégico o Plano antecipa decadência e impulsiona desenvolvimento, o que demonstra controle dos processos de fomento econômico do município e vislumbra um futuro sem a incidência do retrocesso, retrabalho e reinvestimentos.



4 METODOLOGIA

A construção do Plano Municipal de Turismo de Rio Verde contou com dados pesquisados em fontes secundárias complementados com estudos à cerca da vocação com relação da segmentação da oferta turística, além de avaliação da presença digital.

Entretanto, o primordial no processo é a base de diálogo estabelecido através das reuniões de planejamento com a comunidade local, capitaneada pelo Comtur e pelo poder público municipal intitulado pela Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo.

O Plano alinha resultados alcançados em projetos em andamento, facilitando constar 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 trabalhos foram as seguintes:

- Pesquisas e compilação de dados secundários em fontes referenciadas;
- Reuniões estratégicas com a Gestão Municipal do Turismo para substanciar o diálogo inicial com a comunidade preservando entendimentos sinérgicos aos andamentos dos projetos da iniciativa pública;
- Reuniões para Levantamento de ações e direcionamento estratégico:

Matriz SWOT

Missão

Visão

Valores

Fatores Críticos de Sucesso

Definição dos eixos temáticos

Definição das linhas de atuação

Definição de ações prioritárias

- Compilação e construção do documento final
- Validação do contexto geral do documento final;
- Finalização e entrega do documento.



5 CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA

Com 8.379,661 km² de extensão territorial, Rio Verde conta com mais de 240 mil habitantes e tem registrado em sua história, gloriosas páginas de luta, de trabalho e de talento.

Se seu passado foi grandioso, o futuro se apresenta confirmando a vocação da cidade em continuar crescendo em todos os sentidos. Cada vez mais o município é atrativo para novas empresas e grandes indústrias sem abandonar a atividade que deu início à sua história de sucesso: a agropecuária, cada vez mais moderna e tecnificada.

Na década de sessenta, a pecuária extensiva era a principal atividade econômica do município. O processo de desenvolvimento da agricultura teve grande impulso nas décadas de setenta e oitenta, em função das políticas públicas anteriormente citadas.

Aliada a essas políticas, a determinação de grupos de produtores locais e a vinda de imigrantes, dentre eles norte-americanos, paulistas e sulistas, foram fundamentais nesse processo.

A transformação das terras do Cerrado em áreas agricultáveis e a consolidação da cultura da soja na região possibilitaram a instalação de agroindústrias no município, iniciada pela Cooperativa Mista dos Produtores Rurais do Sudoeste Goiano (COMIGO), com a instalação da primeira indústria de esmagamento e processamento de soja do Estado de Goiás, na década de 1980.

Posteriormente, outras agroindústrias se instalaram no município, culminando com a chegada da Perdigão no final dos anos noventa.

Em, aproximadamente, uma década, a microrregião Sudoeste de Goiás e o município de Rio Verde passaram por intensas e rápidas modificações, destacando-se como polo nacional do agronegócio.

Atualmente Rio Verde é considerado como a capital do agronegócio do Estado de Goiás e o segundo município no ranking estadual no que concerne à competitividade, destacando-se nos diferentes setores: pecuária, agricultura, indústria, comércio e serviços. É um dos maiores produtores goianos de culturas como soja, milho e sorgo.

É um dos maiores exportadores de soja, milho, sorgo e carne do estado e destaca-se na produção de óleo vegetal, rações, farinhas, farelos, e produtos alimentícios derivados de aves e suínos, principalmente.

A relevância e o desempenho de Rio Verde no agronegócio podem ser medidos por vários indicadores, dentre eles sua participação no PIB estadual, na ordem de 4,5%.

Estudos apontam para o desenvolvimento de agricluster, em torno da produção de aves e suínos, tendo como centro dinâmico a empresa Perdigão (BRUM; WEDEKIN, 2002).



Outros apontam para a constituição de um polo de crescimento econômico (SILVA, 2004). A concentração e interação entre empresas e instituições geram capacidade de inovação e conhecimento especializado, potencializando o dinamismo econômico do município e da região.

Essa capacidade do agronegócio de impulsionar diferentes setores da economia (indústria, comércio e serviços) gerando riqueza – renda e distribuição de renda – por meio da oferta de empregos, exigência de qualificação da mão de obra, com repercussões no setor educacional, na demografia, na infraestrutura, no transporte, dentre outros, justificaria considerá-lo como base do crescimento econômico ou ‘motor do desenvolvimento de Rio Verde.

Essa é a concepção de desenvolvimento que pode ser entendida, também, como desenvolvimento sustentável, no qual a eficiência econômica, a prudência ecológica e a justiça social formam um tripé de sustentação, possibilitando sua manutenção no longo prazo (SACHS, 1986).

O termo ‘desenvolvimento sustentável’ surgiu em um contexto de crise civilizatória como algo capaz de conciliar diferentes perspectivas políticas e teórico-ideológicas, “de ecologizar a economia, eliminando a contradição entre crescimento econômico e preservação da natureza” (LEFF, 2001).





6 CARACTERÍSTICAS E ASPECTOS GERAIS

História

No início do século XIX, quando Goiás era constituído ainda de muitos espaços vazios e de latifúndios improdutivos, José Rodrigues de Mendonça e sua família transferiram-se de Casa Branca, São Paulo, para terras às margens do rio São Tomás, onde tomaram posse delas e, assim, começaram a escrever a história de Rio Verde. Este desbravamento tornou-se o embrião do Município de hoje.

No século passado, Rio Verde desponta entre as demais cidades tanto na economia como na infraestrutura, sendo a primeira cidade do Estado a possuir rede de água encanada.

O grande marco de arrancada para o desenvolvimento aconteceu em 1970. Com a abertura dos cerrados, a agricultura começou a florescer e atraiu agricultores de São Paulo e da região Sul. Eles trouxeram maquinários, tecnologias, recursos e experiências que transformaram o município no maior produtor de grãos de Goiás e um dos destaques do país.

Aniversário e padroeiro

Aniversário: 5 de agosto

Padroeiro: São Sebastião – 20 de janeiro

SÍMBOLOS

Brasão de armas



Bandeira



GENTÍLICO

Rio-verdense

Hino municipal

“Saudade de Rio Verde”

Letra: Edward Reis Costa com colaboração de Java Leão
Ferreira Arantes

Música: Edward Reis Costa

No lamento que punge este peito
A chorar pelo lar que perdi
Eu recordo as imagens tão belas,
Tão risonhas que tive dali:
Mil semblantes, formosas donzelas,
Olhos ternos, faceiros, que eu vi...
Rio Verde, cidade adorada,
Como, agora, olvidar-me de ti?

A lembrança inda fala em minh'alma
Os folguedos que ali vivi;
Para longe depois fui levado,
- amarguras, ó quantas sofri!
Hoje em plagas imigas, estranhas,
Já não sinto o prazer que senti...
Rio Verde, meu berço adorado,
Como, então, olvidar-me de ti?

ASPECTOS GEOGRÁFICOS



Situado a uma altitude média de 748 metros acima do nível do mar, Rio Verde apresenta uma topografia plana levemente ondulada, com 5% de declividade. O solo é do tipo latossolo vermelho escuro com texturas argilosa e areno-argilosa, com uma vegetação de cerrado e matas residuais.

LOCALIZAÇÃO E POPULAÇÃO

População estimada [2020] 241.518 pessoas

População no último censo [2010] 176.424 pessoas

Localização: 17° 47' 52" S 50° 55' 40" O

Municípios limítrofes: Aparecida do Rio Doce, Cachoeira Alta, Caiapônia, Castelândia, Jataí, Maurilândia, Montividiu, Paraúna, Quirinópolis, Santa Helena de Goiás e Santo Antônio da Barra

Distância até a capital: 238 km

HIDROGRAFIA

A Micro-Bacia do Ribeirão Abóbora está inserida na margem esquerda da sub-bacia hidrográfica do Rio São Tomás, ocupando uma área de 205km² totalmente compreendida pelo município de Rio Verde, e é responsável pelo abastecimento de 83% de toda a água disponibilizada para a população, abrangendo uma área total de 2005 km², além de ser composta por 86 cursos d'água, que juntos, possuem uma extensão de 156,66Km, conforme Oliveira et al (2007).

Com 14.142km de extensão, o Córrego Marimbondo é um dos principais cursos d'água que drenam a bacia e o Ribeirão Laje, um dos principais mananciais de abastecimento da cidade.

CLIMA E VEGETAÇÃO

A temperatura média anual varia entre 20°C e 35°C.
A vegetação é constituída de cerrado e matas residuais.

INDICADORES SOCIOECONÔMICOS

Índice de Desenvolvimento Humano – IDH
IDH (PNUD/2010) 0,754 — alto
GO: 6° lugar

POPULAÇÃO

População estimada [2020] 241.518 pessoas



7 PRESENÇA DIGITAL

O Plano trata o futuro do turismo de uma cidade “conectada com o futuro” e nesse sentido, as ações de desenvolvimento do setor turísticos precisam pactuar com as expectativas do turista do futuro, configurando uma oferta do turismo do futuro.

Isso torna fundamental elucidar quais os aspectos se tornam indispensáveis ao planejamento para manter a imagem de um destino futurista, fator que sem dúvida está diretamente ligado ao modelo a ser adotado para a comunicação online com o turista.

MATURIDADE DIGITAL

Compreender a importância de a transformação digital no turismo, em especial, Analisar a Maturidade Digital de um destino turístico, é um importante fator de competitividade para o destino e as empresas turísticas ali existentes. Os novos canais digitais proporcionados pela evolução da tecnologia trouxeram um mundo de oportunidades para os negócios.

Quanto mais consolidada for a presença digital das empresas e do destino turístico com o mundo digital, mais facilidade terá para agir de modo estratégico e impulsionar a sua performance no desenvolvimento de toda a região.

A partir deste pressuposto, analisar a maturidade digital de um destino turístico é imprescindível para entender qual é o nível de inovação em que ele se encontra. De modo direto, o conceito de maturidade digital é definido como a capacidade de um destino turístico competir de forma bem-

sucedida no ambiente digital, principalmente em um cenário em que a decisão de compra e escolha de um destino é baseado, às vezes, em algum clique na tela do celular, por isso é importante que as empresas turísticas e o destino se adaptem às inovações disponíveis no mercado e respondam com eficiência às demandas do seu público-alvo.

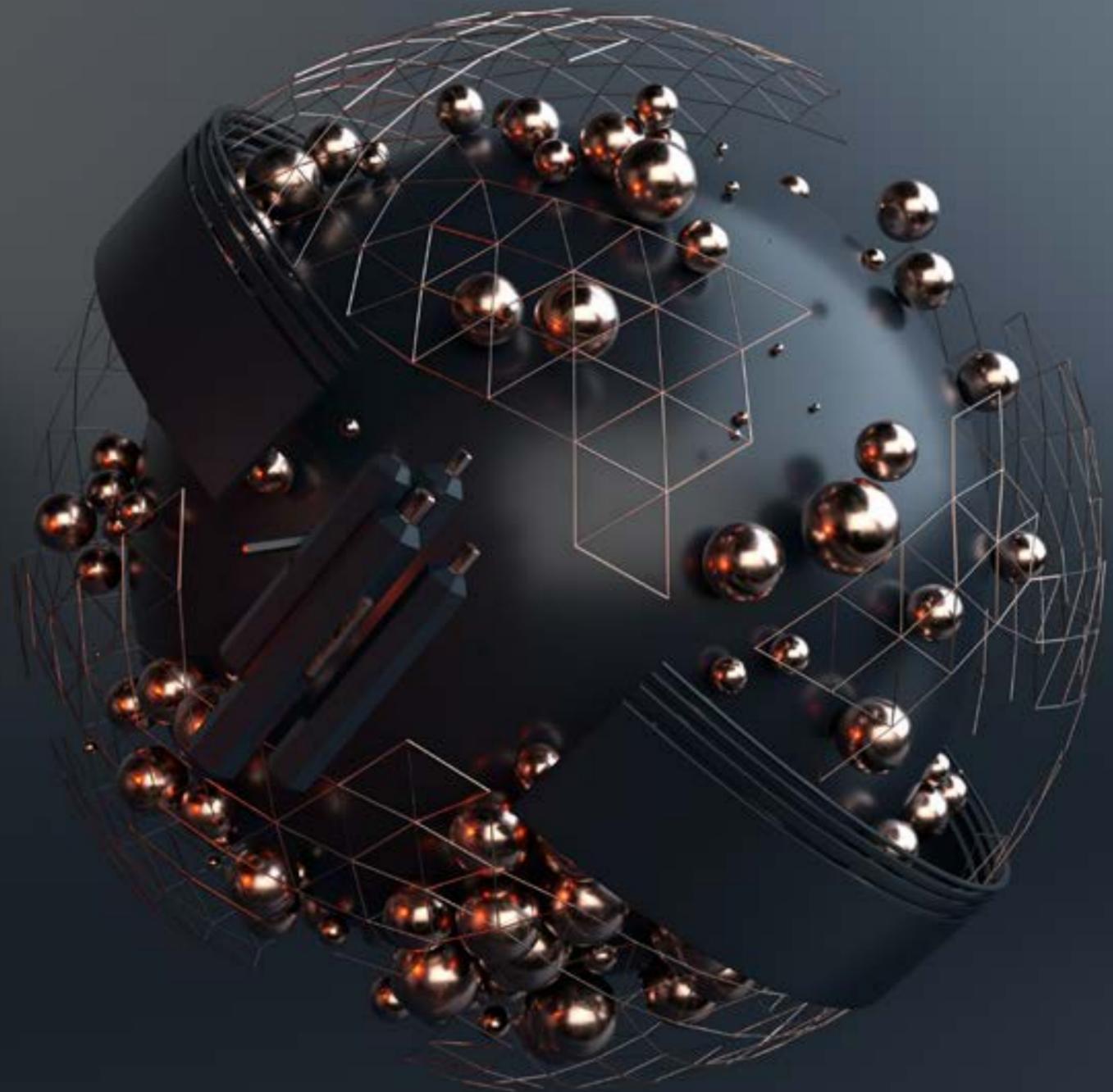
A DIFERENÇA ENTRE TRANSFORMAÇÃO DIGITAL E MATURIDADE DIGITAL

A tecnologia aliada aos negócios turísticos nos últimos anos transformou as relações das empresas e destinos turísticos com os potenciais mercados consumidores, foi uma verdadeira transformação digital na forma de se comunicar e na automação de processos desde reservas até pagamentos, porém é necessário dizer que transformação digital e maturidade digital não são a mesma coisa.

A primeira diz respeito à inclusão de novas ferramentas tecnológicas no planejamento estratégico da organização, a fim de digitalizar os seus processos.

Já a segunda aponta o nível em que a companhia compreende e integra o contexto digital estabelecido na atualidade.



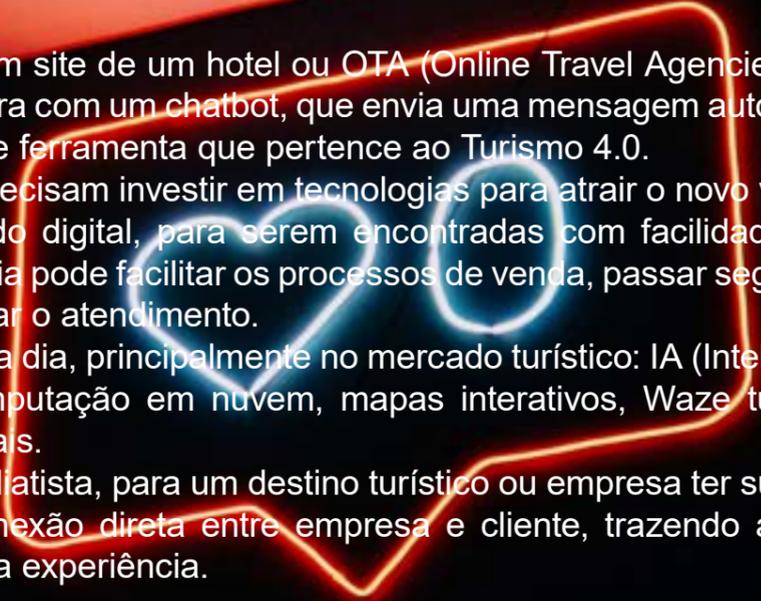


O QUE É O TURISMO 4.0

A transformação no mundo dos negócios turísticos a partir do Turismo 4.0 marca a união entre o mundo real e o virtual na chamada, on-line e off-line, também chamada por alguns especialistas de “era pós-digital”. Ou seja, nessa fase foram implementadas ferramentas no setor como: IA (inteligência artificial), big data, realidade virtual e computação em nuvem, além de uma valorização dos conceitos de economia colaborativa e do uso massivo da internet e redes sociais.

O uso de novos dispositivos e tecnologias é importante para desenvolver a Maturidade Digital de um destino ou empresa turística, principalmente para atender a demanda dos clientes, agilizando processos, otimizando recursos e oferecendo melhores experiências.





Por exemplo: quando se entra em um site de um hotel ou OTA (Online Travel Agencies) para fazer uma reserva, provavelmente se depara com um chatbot, que envia uma mensagem automática oferecendo ajuda. Este é um claro caso de ferramenta que pertence ao Turismo 4.0.

Os destinos e empresas turísticas precisam investir em tecnologias para atrair o novo viajante 4.0. Estratégias como presença no mundo digital, para serem encontradas com facilidade, mas também precisam pensar como a tecnologia pode facilitar os processos de venda, passar segurança para os clientes, facilitar o contato e agilizar o atendimento.

E essas ferramentas já estão no dia a dia, principalmente no mercado turístico: IA (Inteligência Artificial), big data, realidade virtual, computação em nuvem, mapas interativos, Waze turístico, totens interativos, aplicativos... E muito mais.

Em um mundo tão conectado e imediatista, para um destino turístico ou empresa ter sucesso, não pode esquecer das “pessoas”, a conexão direta entre empresa e cliente, trazendo a figura humana como o grande protagonista desta experiência.

O COMPORTAMENTO DO TURISTA 4.0

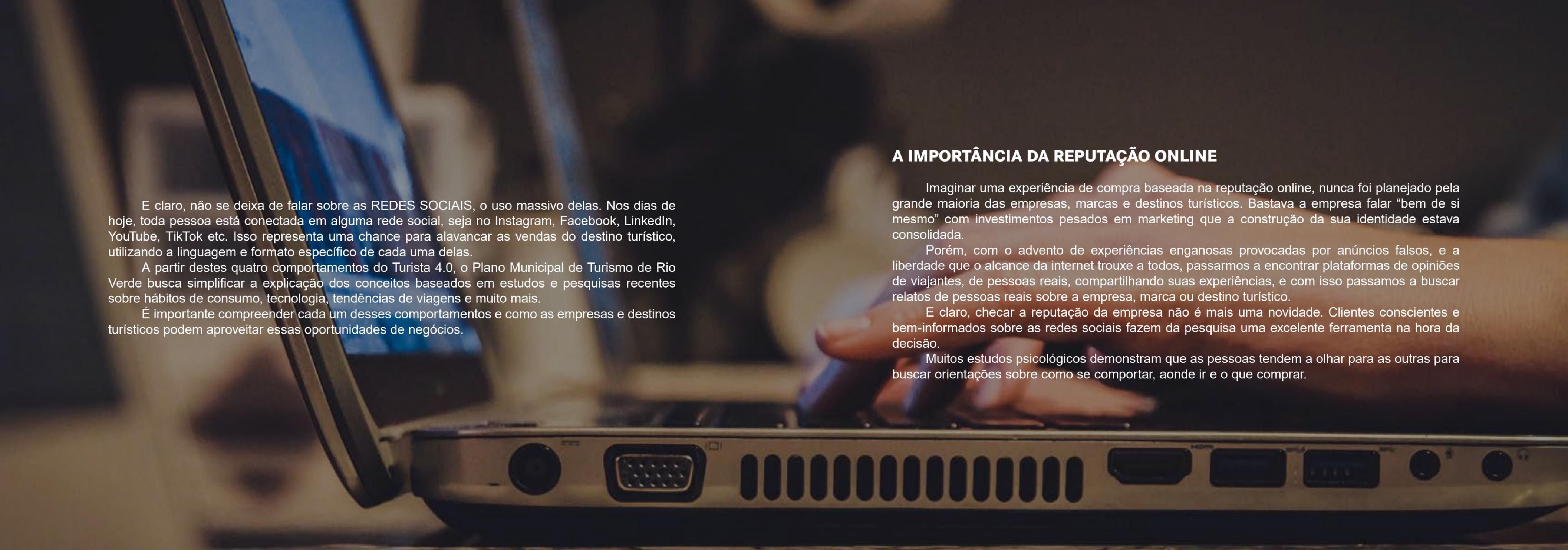
O perfil do comportamento do Turista 4.0 mudou, assim como o mundo mudou, e os negócios turísticos foram afetados rapidamente por todo esse processo.

Neste novo cenário, a principal característica do viajante 4.0 é o IMEDIATISMO. Isso porque, com um celular na mão conectado à internet, o cliente é capaz de descobrir, explorar, conhecer, comparar, avaliar e compartilhar simplesmente tudo.

Segundo o especialista Monica Fuentes, em reportagem sobre o Turismo 4.0, as características deste novo padrão de consumo são baseadas principalmente com uso do celular. E o celular faz parte de outra característica importante a ser mencionada: o FOCO NO MOBILE.

A grande maioria das pessoas visita sites e navega na internet por meio de smartphones. Dessa forma, se o destino turístico não oferece um portal responsivo para atender a esses clientes, aplicativos e outros recursos com foco no mobile, será devorado pela concorrência.

Em um mundo tão conectado, com decisões imediatistas, uma outra importante característica essencial do viajante 4.0 é a checagem da REPUTAÇÃO ON-LINE. Por isso, ferramentas como Google Meu Negócio, TripAdvisor, Reclame Aqui e nas demais redes sociais e OTA's são importantes aliados dos Turistas 4.0, destinos e empresas turísticas.



E claro, não se deixa de falar sobre as REDES SOCIAIS, o uso massivo delas. Nos dias de hoje, toda pessoa está conectada em alguma rede social, seja no Instagram, Facebook, LinkedIn, YouTube, TikTok etc. Isso representa uma chance para alavancar as vendas do destino turístico, utilizando a linguagem e formato específico de cada uma delas.

A partir destes quatro comportamentos do Turista 4.0, o Plano Municipal de Turismo de Rio Verde busca simplificar a explicação dos conceitos baseados em estudos e pesquisas recentes sobre hábitos de consumo, tecnologia, tendências de viagens e muito mais.

É importante compreender cada um desses comportamentos e como as empresas e destinos turísticos podem aproveitar essas oportunidades de negócios.

A IMPORTÂNCIA DA REPUTAÇÃO ONLINE

Imaginar uma experiência de compra baseada na reputação online, nunca foi planejado pela grande maioria das empresas, marcas e destinos turísticos. Bastava a empresa falar “bem de si mesmo” com investimentos pesados em marketing que a construção da sua identidade estava consolidada.

Porém, com o advento de experiências enganosas provocadas por anúncios falsos, e a liberdade que o alcance da internet trouxe a todos, passamos a encontrar plataformas de opiniões de viajantes, de pessoas reais, compartilhando suas experiências, e com isso passamos a buscar relatos de pessoas reais sobre a empresa, marca ou destino turístico.

E claro, checar a reputação da empresa não é mais uma novidade. Clientes conscientes e bem-informados sobre as redes sociais fazem da pesquisa uma excelente ferramenta na hora da decisão.

Muitos estudos psicológicos demonstram que as pessoas tendem a olhar para as outras para buscar orientações sobre como se comportar, aonde ir e o que comprar.

As reviews e avaliações online são provas sociais poderosas, tão poderosas que uma melhora de 10% na média das notas dadas pelos viajantes provoca um aumento de mais de 5% nas reservas online.

O preço de informações equivocadas ou enganosas é o completo desastre, que coloca a credibilidade da empresa em sério risco, principalmente se este erro for recorrente.

O que torna as reviews online particularmente importantes no turismo pós-Covid é que a prova social exerce uma influência ainda maior quando as pessoas estão hesitantes.

Mais que nunca, é o momento de focar em transmitir a confiança necessária para fazer com que viajantes inseguros reservem Rio Verde.

A importância do TripAdvisor nos negócios e destinos turísticos Incentivar mais reviews online de hóspedes quando eles voltarem é a melhor estratégia que empresas ou destino turístico pode ter.

O algoritmo do TripAdvisor ranqueia as propriedades não apenas baseado na qualidade notas dadas, mas, também, na quantidade e, mais importante ainda nesse contexto, na recência das reviews.

Os viajantes em 2022 estão mais seguros, os destinos mais preparados, e com as restrições diminuindo, os destinos turísticos e as empresas voltaram a operar.

Aqueles destinos turísticos e empresas que conseguirem novas reviews mais rápido terão a oportunidade única de subir no ranking. Sabe-se que reviews e reputação online impactam na decisão de compra de viagens até mesmo em tempos normais.

O TripAdvisor é uma das maiores plataformas de reviews relacionadas ao turismo no mundo. Contém mais de 320 milhões de avaliações de viajantes por todo o globo e 200 novas postagens por hora! Não há dúvidas de que o site de avaliações tem grande influência sobre a decisão de compra dos viajantes.

Com toda essa popularidade, incentivar os empreendimentos turísticos a apostarem em ferramentas e plataformas para melhorar a sua reputação online é fundamental.

E para que um destino turístico tenha sucesso neste universo, deve incentivar os empresários e profissionais do setor a se profissionalizarem, a buscarem essa plataforma como um aliado, fazendo assim com que a reputação online do destino turístico possa ser considerada um item decisivo na próxima escolha do Turista 4.0.

Além disso, quanto mais popular for a empresa, mais o destino turístico ganha destaque na plataforma, de acordo com o Ranking de Popularidade do TripAdvisor, melhor o seu posicionamento na busca interna do site. Quanto mais perto do topo, maiores as chances de o usuário clicar na página dos empreendimentos turísticos locais.





PRESENÇA DIGITAL

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.

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.

Aí está o sentido de pontuar a presença digital do município no planejamento é justamente caracterizar o ponto de partida da busca pelo aprimoramento.

Ter presença digital está relacionado à forma como o destino turístico se posiciona na Internet.

Trata-se de como é encontrado quando as pessoas pesquisam sobre os produtos e serviços turísticos que o município oferece.

Vale ressaltar que a impressão deixada no público é determinada por sua presença digital, já que no ambiente online as pessoas formam a primeira impressão nos primeiros segundos de contato com um destino turístico.

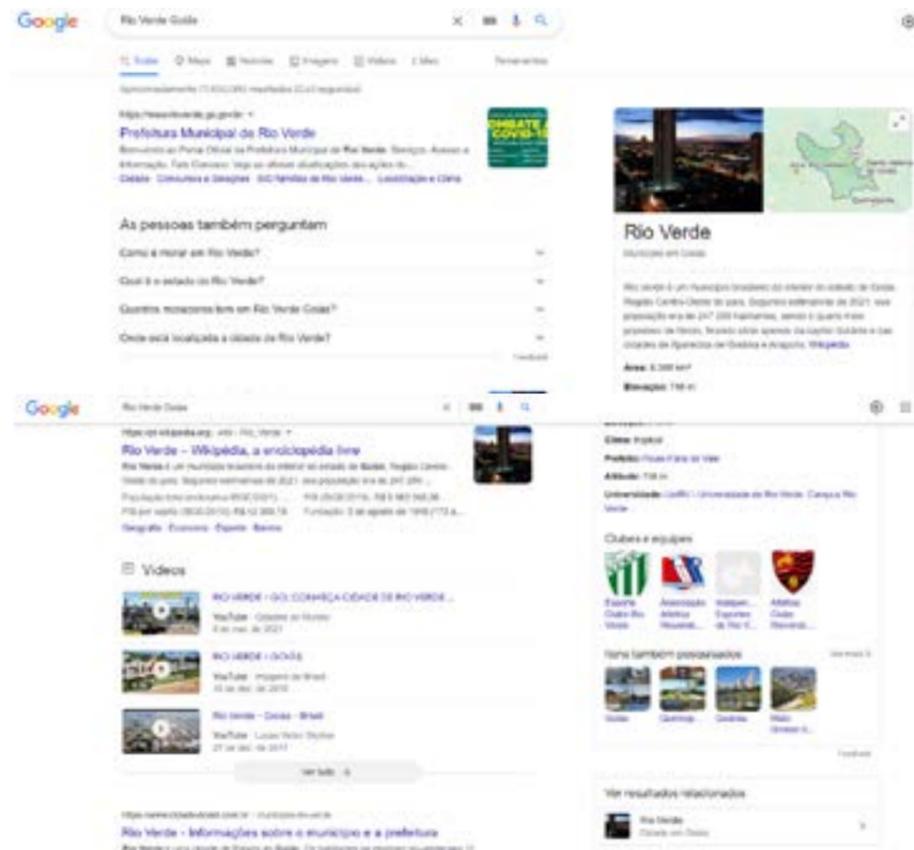
Então, estão considerados os seguintes canais online de aplicação de estratégias de comunicação:

- Site;
- Mídias sociais;
- Pesquisas exibidas pelos buscadores (Google, YouTube etc.);
- Mídias pagas

Para manter o foco na competitividade do turismo de Rio Verde, o Plano nasce estampando a resposta atual da Presença Digital do município como destino turístico, evidenciando de onde se parte e para onde se quer chegar.

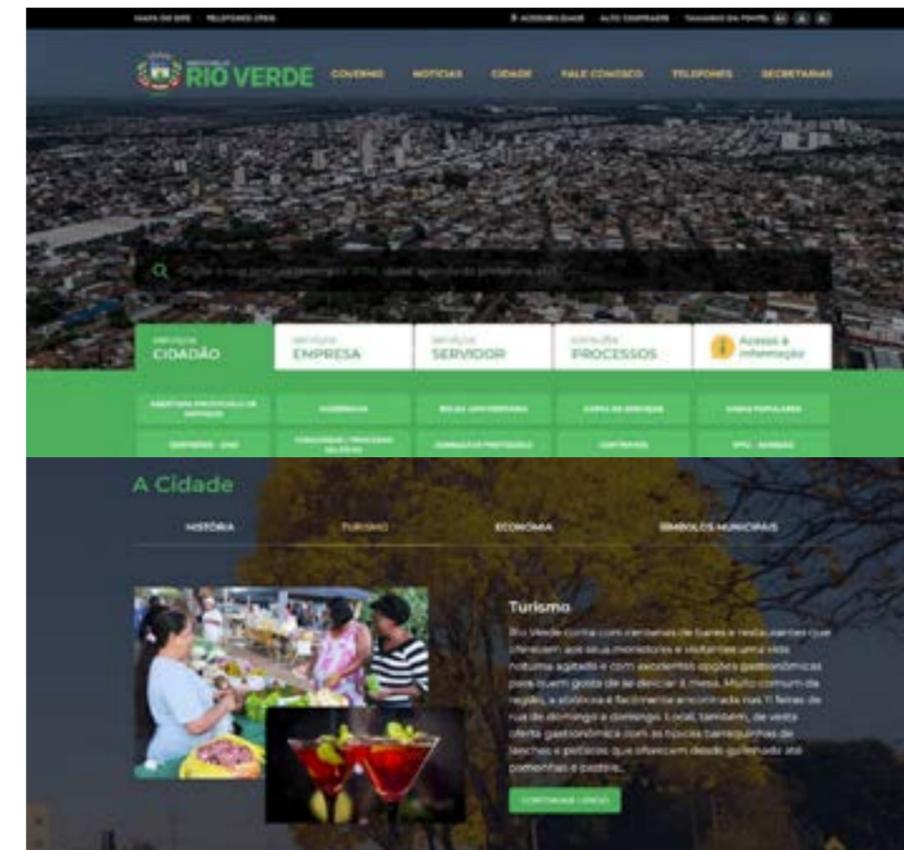
Através de consultas na internet realizadas em julho de 2022, o posicionamento online expressando a presença digital de Rio Verde resultam nos seguintes apontamentos:

Buscas no Google digitando “Rio Verde Goiás”.



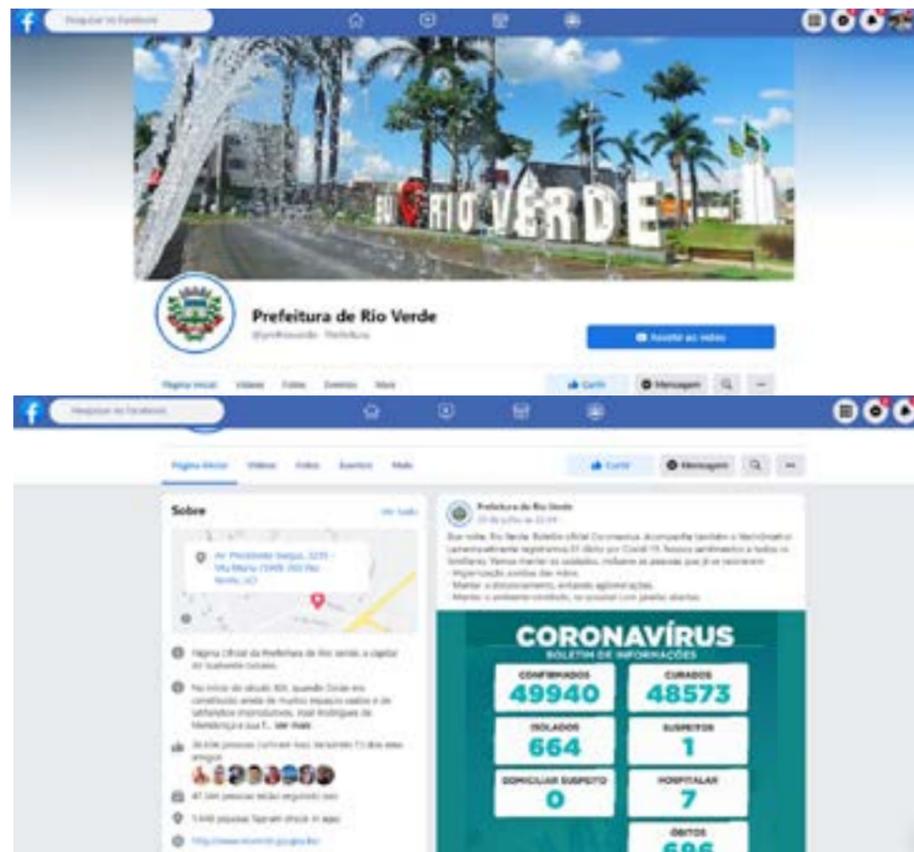
A busca demonstra visibilidade inicial de Rio Verde no principal buscador de informações utilizado no país o que demonstra inclusão no universo online. Aprimorar a expressiva informação sobre o turismo é meta estratégica para o Plano.

Busca no site da Prefeitura
<https://www.rioverde.go.gov.br/> .



A busca retrata a importância de tornar a aba “turismo” principal e no inicial ângulo de visão de quem consulta, assim como ampliar a oferta considerando expor atrativos e serviços disponíveis ao visitante de Rio Verde.

Consulta no Facebook da Prefeitura de Rio Verde.



O *feed* não informa sobre o turismo local, mas um fator importante é tratar-se de uma página em rede social seguida por 47.344 pessoas, considerando que até a data da pesquisa 38.834 pessoas curtiram a página.

Consulta no Instagram da Prefeitura de Rio Verde.



O Instagram da Prefeitura Municipal não prioriza informações sobre o turismo local, mas apresenta um dado relevante: 56,9 mil seguidores. Uma marca digna de um trabalho de engajamento acirrado de comunicação dos andamentos da gestão pública o que significa um campo promissor para dar voz à oferta do turismo local.



9 TURISMO EM RIO VERDE

RECURSOS NATURAIS

É certo afirmar que Rio Verde é um município contemplado pelo bioma cerrado, rico em ecossistemas e ofertante de mananciais de água cristalina, cachoeiras, relevo proporcionador de mirantes naturais, além cavernas e cânions apreciados pelo ecoturista.

Nesse sentido, o distrito de Ouroana distante 60 km da cidade de Rio Verde, concentra um potencial a ser organizado para oferta comercial de turismo com aproximadamente 80 cachoeiras que formam piscinas naturais, além de lagos e riachos contornados por paredões e vegetação exuberante.

Ouroana é um ambiente promissor para trilhas ecológicas, atividades verticais (rapel, cachoeirismo, tirolesa), turismo off road, ciclismo na modalidade mountain bike, além de ambientes balneares e mirantes para contemplação panorâmica.

Outra oferta a se destacar que mistura o conceito de lazer ao turismo de natureza é o Silvestre Park Hotel, atualmente no perímetro urbano de Rio Verde, que inova na maneira de oferecer um parque aquático, preservando o contato permanente com o meio ambiente.

RECURSOS HISTÓRICOS CULTURAIS

O município de Rio Verde tem um rico patrimônio histórico, cultural e religioso que se encontra na área urbana. São 163 anos de história e pensando nisso vamos listar aqui alguns pontos para quem gosta história e cultura.

PRAÇA JOAQUIM DA SILVEIRA LEÃO

Local onde está a Matriz Nossa Senhora das Dores. Em abril de 1865 Joaquim da Silveira Leão doou o terreno da praça para construção da Matriz. A arquitetura é estranha pois lembra uma urna mortuária o terreno abriga a praça a igreja e abrigava o busto de Visconde de Taunay.

PRAÇA DOS COQUEIROS

Em 1971 foram plantadas palmeiras que vieram do Rio de Janeiro, do Jardim Botânico e até hoje são monitorada. Nessa praça acontecem vários eventos culturais das escolas, teatros, oficinas, feiras. Pontualmente as 18:00, as araras fazem cantoria. Os turistas se encanta com o som desordenado da espécie.

IGREJA SÃO SEBASTIÃO

Na época da revolução Pedro Ludovico já morava em Rio Verde. Em cima dessa igreja havia guerrilhas. O padre Mariano foi enterrado nela.

PRAÇA RODRIGUES DE MENDONÇA – MONUMENTO DA FEB

Em novembro de 1947 foi erguido o Monumento em homenagem aos pracinhas que combateram nos campos europeus: Paulo Campos, Sebastião Rosa de Moraes e José Martins Sobrinho.

CASA DA DONA AMBRÓSIA

Erguida também no século XVIII, onde a sociedade da época se reunia e era lá que as festas aconteciam.

CASARÃO GONZAGA

Foi construído em 1888 e lá funcionavam vários comércios da família Gonzaga Jaime. O prédio ficou abandonado por mais ou menos 40 anos.

PALÁCIO DA INTENDÊNCIA

Antiga cadeia e fórum.

CÓRREGO BARRINHA

Monumento ao desenvolvimento de Rio Verde.

BARRIGUDA

Árvore Símbolo de Rio Verde.

MONUMENTOS DOS DESBRAVADORES DE RIO VERDE

Cada um dos blocos de cimento contam sobre uma década da história de Rio Verde. A ideia é que a cada 10 anos se coloque mais um bloco.

PARQUE DE EXPOSIÇÃO AGROPECUÁRIA GARIBALDE DA SILVEIRA LEÃO

É onde acontece o maior rodeio de touro do Brasil.

AVENIDA PRESIDENTE VARGAS

Artéria econômica da cidade é onde se encontra tudo.

CRISTO REDENTOR

É uma tradição de várias cidades construir um cristo abençoando a cidade e todos seus visitantes. É construído na parte mais alta da cidade.

IGREJINHA DA CAIERA

A família de Antônio Gomes de Ataíde construiu a igreja em louvor ao Divino Pai Eteno, atribuindo-se em decorrência de uma promessa para curar-se de uma doença. Foi construída no alto da serra de sua fazenda localizada aos fundos da vila Ser Pró, na fazenda cachoeirinha. É tradição esta festa, atraindo muitos romeiros.

NEGÓCIOS E RECURSOS TECNOLÓGICOS

Escutas com meios de hospedagem, com representantes da gestão pública municipal e membros do Comtur, os negócios são o maior fomentador do fluxo de visitantes a Rio Verde.

Ligados mais restritamente ao agronegócio, os índices apresentados por Rio Verde dão conta que o município é o berço mundial das pesquisas que resultam em melhorias dedicadas ao agro e o compasso de ampliação de entregas recordistas de safra, bem como a instalação de novas empresas comerciais e indústrias, além da recente instalação do modal ferroviário que aprimora a distribuição de produção para o país, torna negócios e tecnologia do agro o mais pujante recurso turístico de Rio Verde.

Mesmo parecendo distante da trivial linguagem aplicada ao turismo brasileiro, o turismo tecnológico ofertando agro desenvolvimento é bastante comum em países como Alemanha e Estados Unidos, pioneiros na oferta da operação turística denominada farm show.

O Brasil também erradicou a oferta do turismo tecnológico iniciando pelo modelo de oferta de Itaipú – Cataratas de Foz do Iguaçu, pioneiro em apresentar sua inteligência estratégica desde a construção, até gestão e comercialização de energia através de um projeto arrojado e ambicioso que deu destaque ao país no mercado energético.

Outros atrativos seguiram o modelo e adaptaram à realidade de seu conteúdo. Em Mato Grosso, Campo Verde e Nova Mutum oferecem o agronegócio, e Dom Aquino oferece o parque industrial de água mineral. Em Goiás Chapadão do Céu segue na oferta do seu desenvolvimento agrícola; e tantos outros recebem visitantes demonstrando além do agro, indústrias variadas como Rio Grande do Sul, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais e São Paulo.

Entretanto os índices de Rio Verde ultrapassam a esfera de tudo que existe na modalidade Turismo Tecnológico Agro. São ícones capazes de tornar Rio Verde o referencial do país nessa modalidade de viagens, captando novos visitantes do Brasil e do mundo, e viabilizando acrescentar o ticket médio de tantos que circulam pela cidade à negócios e que lhes valeriam a oportunidade de uma visita guiada a tantos ambientes de tecnologia estratégica de produção, industrialização, comércio e gestão do agronegócio.

Assim, o Plano exalta dados iniciais extraídos do material institucional da Prefeitura Municipal que dão conta dos seguintes dados:

- 4º maior município em extensão do estado de Goiás e maior que 33 países do mundo;
- Crescimento populacional de 5,8% ao ano;
- 3º maior PIB agropecuário do país;
- 1,1 toneladas de soja ao ano;
- 1,5 toneladas de milho ao ano;
- Maior produtor de proteína animal do país;
- Abate 520 mil aves ao dia;
- Abate 5.200 suínos ao dia;
- 9 instituições de ensino ao dia;
- Mais de 100 cursos de graduação;
- Mais de 12 mil estudantes universitários;
- Mais de 18 mil estudantes técnicos;
- Rodovia norte-sul;
- Ferrovias norte-sul;
- Voos diários;
- Maior feira do Centro Oeste – Tecno Show Comigo;

Dados acima passíveis estarem desatualizados a qualquer curto tempo visto a dinâmica de crescimento do agronegócio do município o que torna para o Plano, o principal expoente diferencial competitivo do turismo local.

CIDADE CONECTADA COM O FUTURO

Ao definir em branding a marca Rio Verde Go, com o slogan Cidade Conectada com o Futuro, assumiu-se um compromisso arrojado, porém competitivo às atuais tendências de consumo de viagens.

O turista não quer mais apenas contemplar ofertas turísticas. Uma imagem não tem mais o mesmo poder de venda se for estática.

Atualmente o viajante é ávido por conhecimentos e experiências ainda não vividas e sedento por sentir-se à frente do seu tempo.

Um momento promissor para destinos turísticos que propõem ao visitante sentir-se no futuro, afinal, é para onde toda a humanidade quer caminhar.

A percepção de futuro apregoada nos desenhos animados da família Jetsons com casas flutuantes, deslocamentos aéreos, robôs e carros que voam, não convergem com a realidade atual de desejo para ambientes habitáveis.

Avaliando as consequências da tecnologia excessiva como poluição, engarrafamentos, falta de segurança, ar rarefeito, alimentos contaminados, manifestações alérgicas, stress, distanciamento familiar, ameaças à camada de ozônio, escassez de água e muitas outras consequências desastrosas incluindo a Covid19, estudos desde 2018 como da Euromonitor – 10 Tendências Globais de Consumo, já apontavam que cidades sustentáveis já estavam no sonho de consumo da população mundial, ainda antes da pandemia.



Já estava claro a mudança de conceito de cidade do futuro confirmando que o que a retrata é a harmonia da modernidade com a natureza, e Rio Verde consegue apresentar seus atributos exatamente nesse conceito.

Rio Verde não é uma cidade planejada. Sua população crescente e a chegada expressiva de indústrias a teria colocado na berlinda do declínio sustentável não fosse sua estratégia de gestão de controle da qualidade de vida da população.

Os projetos de gestão atuais dão conta do controle gerador de segurança, expansão habitacional com atributos básicos a vida do cidadão, controle do desmatamento e pesquisas de melhoria no controle de produtos químicos aplicados e decorrentes da agro produção.

Arquitetura moderna e espaços históricos se misturam gerando positivo aspecto cênico da paisagem urbana, e parques urbanos oportunizam respirar ar puro lado a lado com as grandes lavouras em franca atividade.

A logística de trânsito aprimora o acesso ao comércio varejista que cresce e serviços ao visitante se expandem como oferta de hospedagem, alimentação, locação de veículo e assessorias.

Ainda assim os novos costumes não descaracterizam o tradicionalismo local e regional e o espírito goiano está presente no seu formato preservado.

Voilà! Rio Verde deseja o futuro e se prepara para isso.

Na estruturação do Plano que vai aprimorar essa conexão de Rio Verde com o Turista do Futuro, vale saber que esse turista se comporta assim:

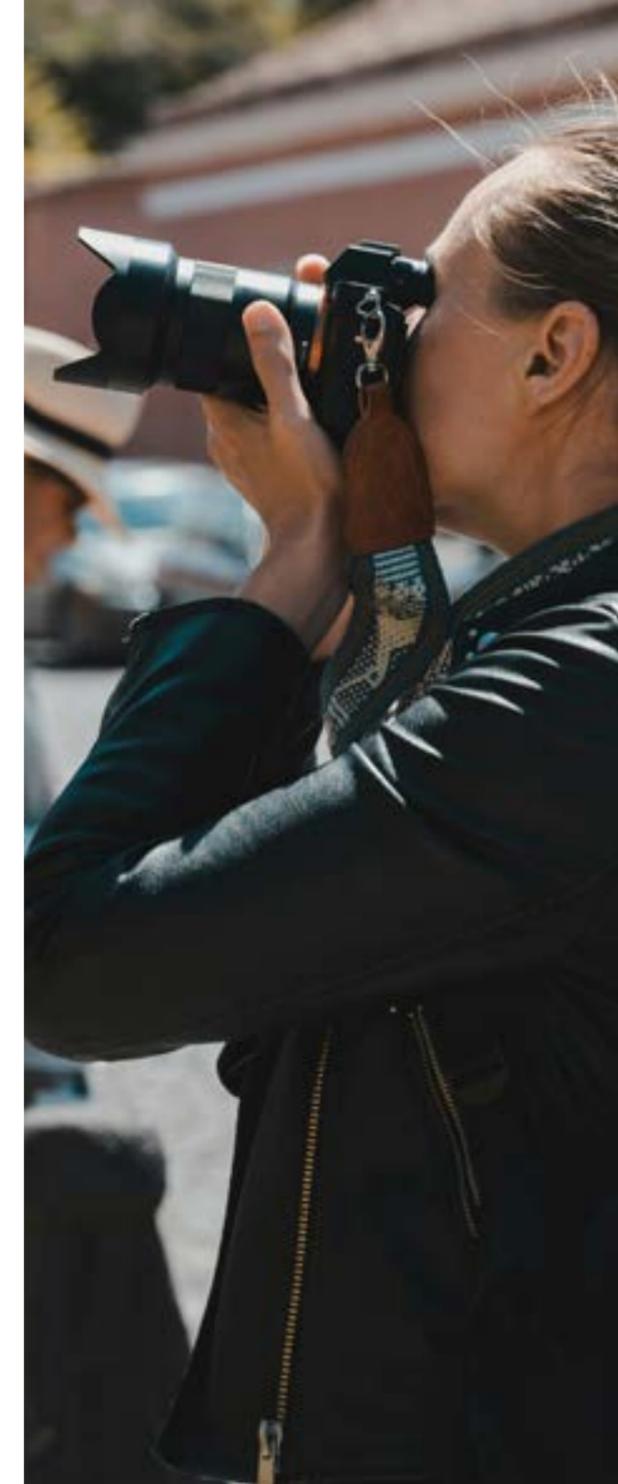


Na escolha do destino, anterior ao embarque

- Querem rapidez para encontrar informações. Estará cada vez mais conectado ao mundo virtual e pretende concentrar buscar rápidas com informações precisas que facilitem conhecer, negociar e pagar em instantes preciosos do dia a dia;
- Buscam transportes rápidos, aeroportos modernos, check-in com tecnologia que dá autonomia no processo incluindo até mesmo a identificação facial;
- Tendem a viajar sem mala e alugar sua vestimenta no destino;
- Desejam de ter acesso a um serviço (seja um app ou website) que recomende destinos onde o aumento do turismo poderia impactar a comunidade local de forma positiva;
- Esperam que a tecnologia promova a possibilidade de que recebam sugestões de viagens surpreendentes e com novas experiências;
- Optam por um destino com diversidade de oferta para concentrar sua permanência em um espaço dinâmico e alternativo que possa suprir a modernidade e a simplicidade sem comprometer a saúde e o entretenimento.

Quando chegam ao destino

- Optam por transportes dinâmicos que permitem rapidez.
- São sustentáveis no seu comportamento tanto ambientalmente como socialmente e apreciam produtos e serviços que valorizam tais conceitos;
- Valorizam experiências exclusivas e extrapolam a contemplação de cenários desejando viver momentos e extrair conhecimentos;
- Talvez remetam suas medidas para os agentes receptivos para que organizem seu vestuário com recursos 3D e depois o doe para reciclagem descartando carregar volumes e valorizando a produção local;
- Gostam de pessoas alegres, dispostas a dialogar e se relacionar, com tempo para interagir;
- Buscam a hospedagem dinâmica, a gastronomia criativa, mas se aventuram no regionalismo dos pratos com uma pitada gourmet de adaptação;
- Valorizam serviços turísticos que oportunizem o bleisure, viagens que unem trabalho e lazer;
- Não buscam cenários apenas, buscam conceitos e ideologias de vida para crescerem como serem humanos;
- Trazem um consumo holístico do destino turístico e buscam o equilíbrio do corpo e da mente, do entretenimento e do conhecimento.





10 PERFIL DA DEMANDA TURÍSTICA

Correspondendo ao que objetiva o Plano, consolida-se a demanda dissertada de acordo com a segmentação da oferta.

Nesse sentido, tratamos dos seguintes:

TURISTA DE NEGÓCIOS E DE TURISMO TECNOLÓGICO

O perfil do turista tecnológico inclui pessoas que apresentam elevado grau de instrução, cujo cotidiano é o universo executivo e de profissionais liberais ligados ao agronegócio, ligados à empresas do setor que buscam viés lucrativos com emprego de sustentabilidade, maioria do sexo masculino na faixa etária acima de 35 anos.

Com menor evidência, mas ainda importante fatia, aparecem estudantes das graduações relacionadas ao agronegócio tais como agronomia, veterinária, zootécnica, comércio exterior e outras variáveis.

São turistas que buscam propriedades que apresentem e comprovem seus resultados, que formem aprendizados a partir de demonstração de processos e esclareçam dúvidas diante das variadas modalidades de tecnologia empregada.

Procuram referências positivas para o setor, e em alguns casos, conciliam com permanência no destino por variadas motivações turísticas. Entretanto, vale considerar que a maioria, viajam exclusivamente para conhecer tecnologias com permanência curta e restrita às visitas de conhecimentos.

São havidos por conhecimentos e esperam que o tempo seja plenamente provisionado para esse fim, considerando inclusive a sazonalidade das respectivas atividades do campo, prevendo calendários determinantes para o tipo de tecnologia deseja visitar (ex.: plantio, colheita, abate, etc.)

Neste caso, repetem atrativos quando conveniente fechar um ciclo de conhecimentos de acordo com as etapas processuais de cultivo e criação, e retornam quando se anuncia algo diferenciado no mesmo empreendimento.



TURISTA HISTÓRICO CULTURAL

Jansen-Verbeke (1997) apresenta três tipos de turistas culturais:

- a) De motivação cultural: selecionam o destino em função das características culturais que apresenta, estão altamente motivados para aprender, passam vários dias na região ou cidade visitada, são uma minoria;
- b) De inspiração cultural: atraídos pelas manifestações culturais específicas, visitam locais culturais conhecidos, procuram experiências em muitos locais, nunca ficam muito tempo num só local;
- c) Atraídos pela cultura: o destino não é escolhido pela oferta cultural, no local aproveitam as oportunidades culturais disponíveis, as atrações culturais devem ser promovidas num ambiente urbano e animado.

Tais esclarecimentos de perfil importam no planejamento do turismo local, pois é para esse público alvo que será preparada a oferta turística. Para cada qual na sua escala de prioridade, uma voz ativa nos conceitos e tendências aplicados desde a oferta até a entrega dos serviços turísticos, preservando assim, o propósito do turismo de Rio Verde.



QUEM É O TURISTA ATUAL

O maior desafio do Plano é delimitar o comportamento atual do consumidor de turismo. Isso porque o lapso de execução do Plano pode ser assolado por uma mudança abrupta de comportamento de consumo tal qual aconteceu com o advindo da pandemia da Covid 19.

Estamos suscetíveis ao dinamismo comportamental da humanidade e nesse sentido, este tópico pretende elucidar de onde partimos para o planejamento do turismo de Rio Verde, abrindo a premissa dos executores de que a qualquer tempo poderá ser tempo de reavaliar e readequar, pois o ditame do mercado consumidor é soberano sobre o formato da oferta.

Assim, partimos do princípio apontado em recentes pesquisas que dão conta de que o turista atual, sinergicamente ligado à proposta de Rio Verde Go, uma cidade conectada com o futuro, de acordo com o estudo da Euromonitor 10 Principais Tendências Globais de Consumo 2022, é o seguinte:

- » A localização e a otimização se tornarão a regra. Empresas devem usar dados para melhorar a visibilidade da cadeia de suprimentos, aprimorar as operações e repensar investimentos. (Sempre com um plano B);
- » As empresas devem oferecer produtos com certificação de pegada de carbono. A rotulagem transparente de produtos neutros cria confiança. (Agentes do clima);
- » A pandemia ampliou a mente dos consumidores mais idosos para os benefícios do mundo digital, construir um plano na área aumentará o retorno sobre o investimento. (Idosos digitais);
- » As pessoas assumem o controle do próprio dinheiro e usam serviços para rastrear as transações que fazem. (Aficionados financeiros);
- » Recomeço coletivo em relação a valores, estilos de vida e objetivos. (A grande renovação da vida);
- » Estão sendo adotados espaços digitais para socializar com as comunidades, estar dentro de comércio eletrônico e as vendas de produtos virtuais, está evoluindo. (O movimento metaverso);
- » Sustentabilidade e individualidade, as empresas precisam fazer mais com menos. (Antigos produtos, novos donos);
- » Atração dos consumidores para fora da área metropolitana, expandindo os pontos de venda e serviços tradicionais atingirá um público mais amplo. (Urbanos rurais);
- » É preciso criar conexões profundas com os clientes, produtos que tragam bemestar físico, emocional ou espiritual. (Em busca do amor-próprio);
- » Os consumidores querem socializar, mas exigem uma abordagem flexível, querem ter a opção de escolher. (O paradoxo da socialização)



OFERTA TURÍSTICA

DIFERENCIAL COMPETITIVO = PONTO DE PARTIDA

Rio Verde é uma cidade conectada com o mundo, que se firma como importante polo de tecnologia e pesquisa no agronegócio, atraindo investimentos internos e externos.

Assim, com essa visão estratégica do setor turístico o Sebrae prospecta a potencialização do fluxo turístico no DESTINO REFERÊNCIA DE AGRO CIÊNCIA, TECNOLOGIA E NEGÓCIOS.

Propõe posicionar Rio Verde GO à disposição do turista do futuro que serão convidados a:

- DIVERSIFICAR CONHECIMENTOS
- CONSTRUIR CONSCIENCIA AMBIENTAL
- TROCAR EXPERIÊNCIAS
- CONECTAR BOAS PRÁTICAS
- FECHAR BONS NEGÓCIOS
- INOVAR
- EVOLUIR

O CONSUMIDOR PARA O DIFERENCIAL DE RIO VERDE, EXISTE

O comportamento atual dos turistas delibera ofertas de destinos que entreguem mais do que cenários. Em dias atuais, a experiência, propriamente a vivência proporcionada nas viagens, são fatores determinantes na escolha das viagens.

Atualmente os turistas vem unindo viagens de negócios com lazer, além de buscar a todo tempo momentos de aprendizado. Assim, surgem novas terminologias como bleisure, turismo tecnológico, turismo científico e outros.

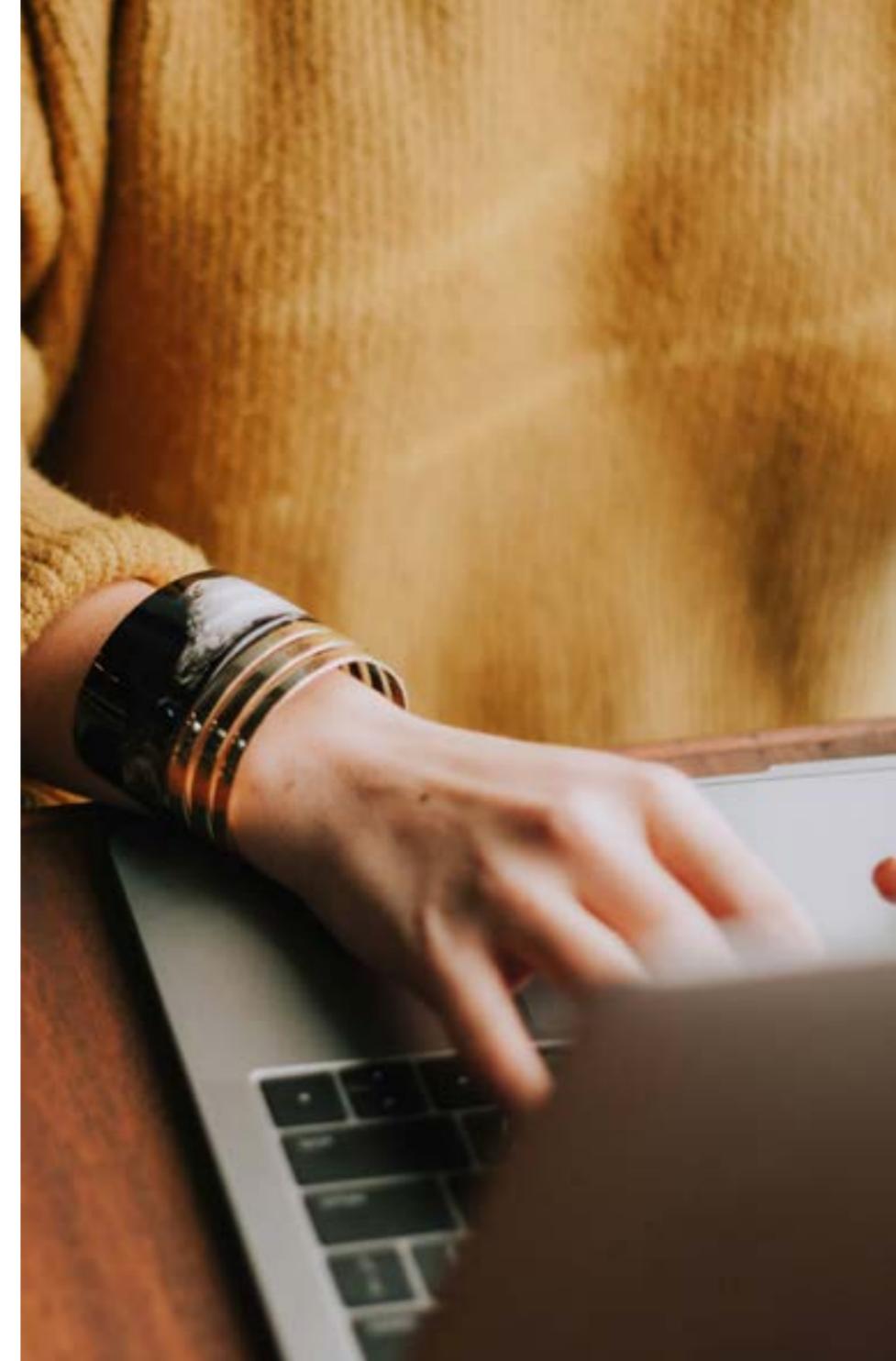
Tais comportamentos de consumo trazem à tona uma percepção mais aguçada de formatos de produtos turísticos, prevendo cada vez mais inovar e comunicar com olhar no turismo do futuro, o mix de experiências que o destino turístico pode oferecer.

Nesse sentido, as cidades inovadoras, inteligentes, futuristas e conectadas ganham destaque no turismo mundial porque conseguem suprir um mix de expectativas dos turistas que aproveitam com mais esmero seu tempo.

SEGMENTOS PRIORITÁRIOS

COMO AS CIDADES INOVADORAS ORGANIZAM SUA OFERTA TURÍSTICA

A diversificação da oferta vem sendo a chave do sucesso. Nesse ambiente competitivo e inovador se torna perceptível a capacidade de **RIO VERDE** em oferecer produtos e serviços inovadores ao gosto do turista atual, formatando e oferecendo um roteiro turístico diferenciada em:



DIFERENCIAL COMPETITIVO

Turismo Científico
Agroturismo Tecnológico
Turismo de Negócios

Turismo de Eventos
Turismo Histórico Cultural
Turismo Educacional
Turismo de Compras
Turismo Gastronômico
Turismo de Natureza
Turismo de Lazer

Trabalhar segmentação
prioritárias complementada com
diversos outros segmentos.



11 ANÁLISE SWOT FERRAMENTA DE PLANEJAMENTO

A análise SWOT é uma ferramenta metodológica empregada para embasar o planejamento estratégico de empresas, destinos e novos projetos.

A sigla significa: *Strengths* (Forças), *Weaknesses* (Fraquezas), *Opportunities* (Oportunidades) e *Threats* (Ameaças) também conhecida como Análise FOFA ou Matriz SWOT.

Os apontamentos resultantes no quadro SWOT decorrem de contribuições provenientes de *Stakeholders* mobilizados em momentos coletivos ou entrevistas individuais, traduzindo encaminhamentos fundamentais para a construção do Plano.



FORÇAS

Inventário da Oferta Turística
Dotação orçamentária para a Secretaria Municipal que gere o turismo
Comtur documentado e arregimentado
Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo com variados projetos em andamento
Saúde e educação referências
Mobilidade urbana com transporte público e oferta de serviços privados
Aeroporto estruturado
Iluminação pública eficiente
Variados equipamentos de lazer
Rede geral de água garantindo o abastecimento urbano
Periódica coleta de lixo
Rodovias de acesso em bom estado de conservação
Diversidade de atrativos turísticos
Atividades turísticas de lazer para variadas faixa etária (crianças, idosos etc.)
Ambientes e empreendimentos turísticos na área urbana
Manutenção da cultura e história local
Eventos consolidados
Presença de artistas, artesãos e outros agentes culturais
Aeroporto e rodoviária como garantia de logística
Agências de turismo instaladas
Variada oferta hoteleira
Positiva ocupação hoteleira
Oferta variada de empreendimentos de alimentos e bebidas
Resultados de referência no agronegócio
Presença de visitantes em busca de informações do setor do agronegócio

FRAQUEZAS

Mínima sinergia entre ações da Secretaria Municipal e Comtur
Registros no Cadastur abaixo do necessário
Falta cobertura de telefonia móvel nos atrativos em áreas urbanas
Pequena oferta de agenciamento receptivo
Nenhuma sinalização turística
Atrativos naturais carentes de estruturas físicas
Não aplicação de normas técnicas de segurança nas atividades em áreas naturais
Risco de deslizamento em cachoeiras
Pouca divulgação do turismo à população local
Atrativos turísticos sem acessibilidade
Inexistência de um calendário de eventos oficial institucionalizado em lei
Inexpressiva valorização da história e cultura nos roteiros turísticos
Ineficiente presença digital
Atendimento disforme sem aplicação de padrão de qualidade
Desconhecimento dos munícipes sobre o impacto positivo do turismo
Baixo índice de parcerias comerciais locais
Capacidade hoteleira insuficiente para a demanda presente

OPORTUNIDADES

- Planejamento do turismo local em tempo de aquecimento de mercado
- Possibilidade de incremento de políticas públicas
- Expectativas de captação de recursos federais
- Entidades do Sistema S presentes e atuantes no município
- Geração de consciência ambiental e interesse pelo setor turístico
- Busca da consolidação como Hub de Ciência, Tecnologia e Negócios do Agro.
- Expectativa de formatação de atrativos naturais com aplicação de normas técnicas ABNT NBR de segurança
- Investimentos para implantar acessibilidade e qualidade padrão referências no turismo
- Reconhecimento mundial do agronegócio local

AMEAÇAS

- Descontinuidade de políticas públicas de turismo
- Debilidades nas políticas estaduais e nacionais de turismo
- Pouca integração entre municípios da IGR em prol de roteirização da oferta
- Vulnerabilidade de fluxo de passageiros ameaçando a permanência de voo comercial para o município
- Destinos concorrentes mais estruturados
- Pouca sinergia entre os empresários do setor
- Conflitos de interesses dentre os elos da cadeia produtiva do turismo



12 DIRETRIZES ESTRATÉGICAS

Ao organizar e potencializar um destino turístico é imprescindível estabelecer indicadores e valores considerados norteadores dos objetivos estratégicos.

Tais indicadores formam as diretrizes estratégicas consistidas pela visão, missão e valores de uma organização.

12.1 VISÃO ESTRATÉGICA

Tornar Rio Verde um destino turístico comprometido em conectar conhecimentos e promover experiências, sendo um HUB DE INOVAÇÃO do mercado de agro ciência, repassando um legado ao visitante de práticas inovadoras e sustentáveis aplicadas ao modelo futurista de CIDADES CRIATIVAS E INTELIGENTES.

Os Hubs de Inovação são espaços – físicos e/ou virtuais – nos quais empresas e startups podem trabalhar e ter acesso a contatos, investidores, mentores e fornecedores. Nesses ambientes férteis, os projetos têm maior facilidade para crescer, tanto pelo vasto networking, quanto pelo suporte para a aceleração.

Nesse modelo de Hub, os participantes conectados à estrutura recebem apoios que fortalecem sua performance, otimizam os custos e agilizam a construção e implantação de projetos inovadores.

Aplicando essa estratégia, considera-se que todos os serviços turísticos de Rio Verde ganhem visibilidade e poder de atração a uma fatia promissora de consumidor enquadrados prioritariamente nas classes A e B de consumo.

Nesse sentido, organizar e oferecer tais serviços em núcleos de oferta passa a configurar como um cardápio à disposição do turista, como segue:



NÚCLEO DE ESTUDOS E PESQUISAS

- Campos experimentais e de pesquisas do agronegócio
- Campus de ensino que aplicam didática contemporânea

NÚCLEO INDUSTRIAL

- Áreas de plantio para acompanhar o ciclo da lavoura e resultados expressivos de safra
- Bovinocultura, suinocultura, e avicultura de qualidade

NÚCLEO INDUSTRIAL

- Indústrias diversificadas
- Agroindústrias com tecnologia futurista
- Produção de biocombustível com visão sustentável
- Armazéns de produção com elevado controle de qualidade

NÚCLEO DE EVENTOS DO AGRO

- Estruturas para macro eventos
- Espaços para variados formatos de eventos
- Calendário de eventos do agro

NÚCLEO DE GESTÃO INTELIGENTE

- Estratégias de crescimento da cidade e expansão sustentável
- Traçado urbano dinâmico e eficiente
- Modal ferroviário
- Parques urbanos estruturados para entretenimento e bem estar
- Conceitos habitacionais de alto padrão
- Modelos de núcleos habitacionais populares que geram qualidade de vida
- Referências em cooperativismo e associativismo
- Meio corporativo com aplicação ESG - Environmental, social and Governance

NÚCLEO HISTÓRICO CULTURAL

- Expressão arquitetônica histórica
- Praças e monumentos
- Museus e memoriais
- Acervo e patrimônio local
- Artesanato identidade

NÚCLEO DE COMPRAS

- Comércio especializado no agro
- Comércio varejista multimarca

NÚCLEO DE LAZER E TURISMO DE NATUREZA

- Parque temático
- Experiências do turismo rural
- Ecoturismo

NÚCLEO GASTRONÔMICO

- Culinária regional
- Culinária gourmet
- Culinária brasileira
- Culinária internacional
- Culinária autoral

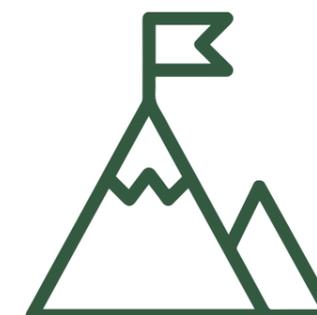
NÚCLEO DE HOSPEDAGEM

- Hospedagem urbana
- Hospedagem rural

NÚCLEO DE ENTRETENIMENTO

- Bares
- Eventos

Assim, dentro do conceito de visão expressa onde se pretende chegar, configurando-se em uma projeção sobre a forma como a atividade turística precisa ser vista no futuro, entende-se que em Rio Verde trata-se:



Tornar RIO VERDE um DESTINO reconhecido e PREMIADO mundialmente como MODELO de desenvolvimento de CIDADES INTELIGENTES DE AGRO CIÊNCIA com pragmatismo SUSTENTÁVEL.

12.2 MISSÃO DO PLANO MUNICIPAL DE TURISMO

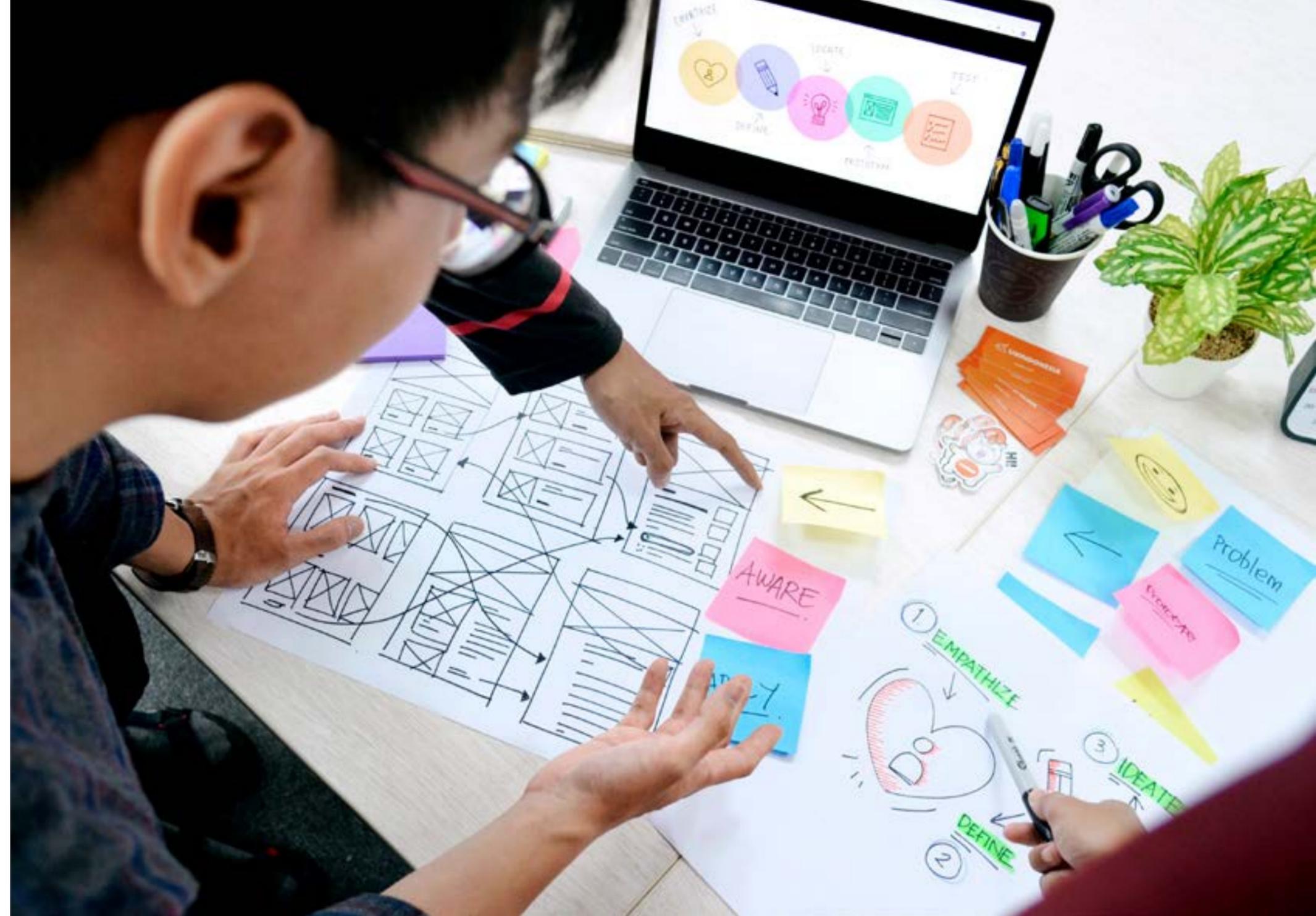
A razão de ser do plano, o propósito pelo qual trabalham e se esforçam os envolvidos, para Rio Verde trata-se de:

Ser um planejamento exequível que contemple o desenvolvimento de todos os elos da cadeia produtiva do turismo local, tornando o setor turístico uma gama de oportunidades de emprego e renda para a população.

12.3 VALORES

São os princípios que regem as ações e comportamentos de todos os envolvidos na elaboração e execução do plano que para Rio Verde são:

- Preservar a cultura local e suas tradições;
- Valorizar a classe empresarial local tornando visível seu comprometimento com a sustentabilidade;
- Promover com clareza as ações e resultados provenientes do setor, favorecendo à sociedade local, participação e voz ativa no processo;
- Promover uma oferta turística com qualidade e diferenciada ao resto do país;
- Aproximar as variadas ofertas turísticas promovendo uma conexão favorável de negócios a partir da segmentação prioritária e ao público alvo desejado.



A silhouette of a person standing on a rock with their arms raised in a gesture of triumph or joy, set against a vibrant sunset sky with streaks of orange, red, and purple. The person is positioned on the left side of the frame. The background features a large, dark silhouette of a building or structure on the right side.

12.4 FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO

São condições sem as quais o alcance dos objetivos definidos e da visão proposta, podem ficar comprometidos.

Considerando a realidade atual de Rio Verde, são os seguintes:

- **Sensibilizar a sociedade local para os benefícios do setor turístico;**
- **Esclarecer aos ofertantes de serviços básicos ao visitante de que o fluxo atual é prioritariamente proveniente do turismo de negócios voltados ao agronegócio e que se trata de um público alvo vantajoso à ampliação de investimentos;**
- **Capacitar a comunidade local para atuar em frentes de atendimento aos turistas, favorecendo excelência ao nível de expectativa do público captado;**
- **Ampliar ações públicas e privadas que transpareçam resultados sustentáveis;**
- **Conectar ofertantes de serviços turísticos favorecendo a comercialização cooperada eficiente no setor.**



13 PROGRAMAS DE FOMENTO AO TURISMO APLICADOS NO PLANO

Planejar é reduzir incertezas, logo, implica no uso de instrumentos orientadores e regulatórios elaborados para melhoria das práticas, visando somar esforços e melhor alocar recursos, buscando o desenvolvimento local com a implementação de práticas sustentáveis.

Nesse sentido, vale subsidiar o Plano com aplicação de insumos provenientes de programas em curso no país que orientam ações estratégicas de impacto na economia do turismo.

Para tanto estão considerados como pressupostos de ações ao Plano Municipal de Turismo de Rio Verde o Programa Destinos Turísticos Inteligentes e as Diretrizes para Criação de Políticas Públicas Sustentáveis para o país.

13.1 DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

O turismo é um dos segmentos da economia que conseguiu acompanhar rapidamente os avanços do mercado digital. Hoje, existem inúmeros aplicativos e sites que proporcionam informações e serviços para apoiar uma viagem em todas as suas fases: da preparação até o retorno para casa.

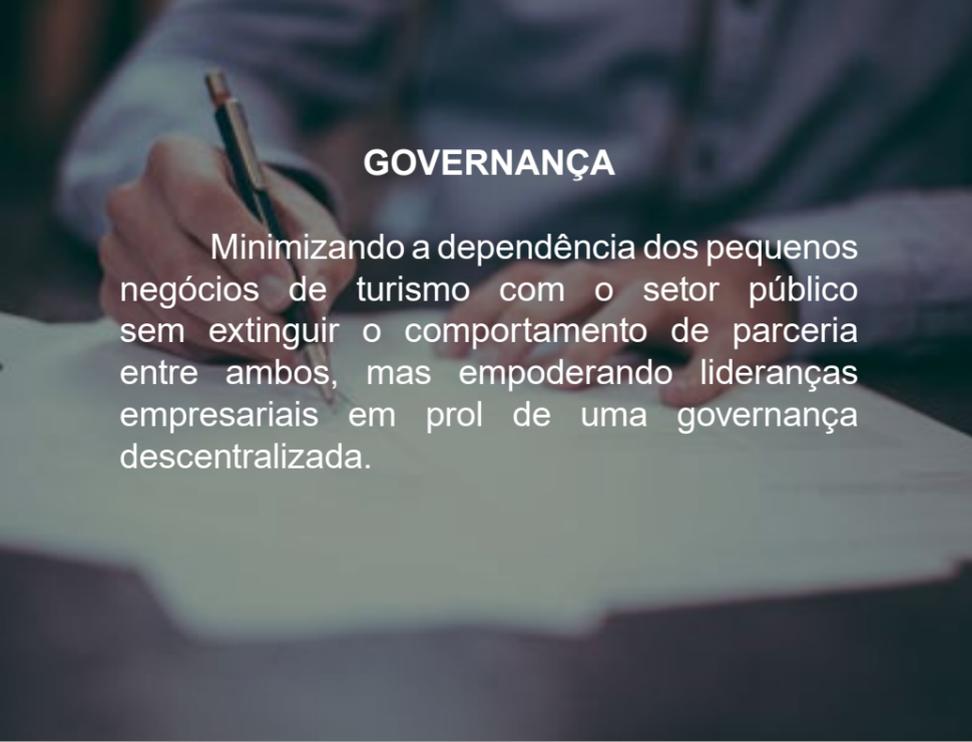
Essa e outras mudanças significativas no comportamento do mercado turístico tornou essencial remodelar destinos aplicando princípios atualizados de comportamento corporativo fazendo surgir os Destinos Turísticos Inteligentes que são aqueles que:

Os destinos inteligentes possuem algumas características essenciais:

- Sabem gerir os recursos de forma eficiente;
- Garantem mais competitividade ao setor;
- Possibilitam experiências de qualidade aos turistas;
- São integrados e interativos;
- Oferecem acessibilidade.

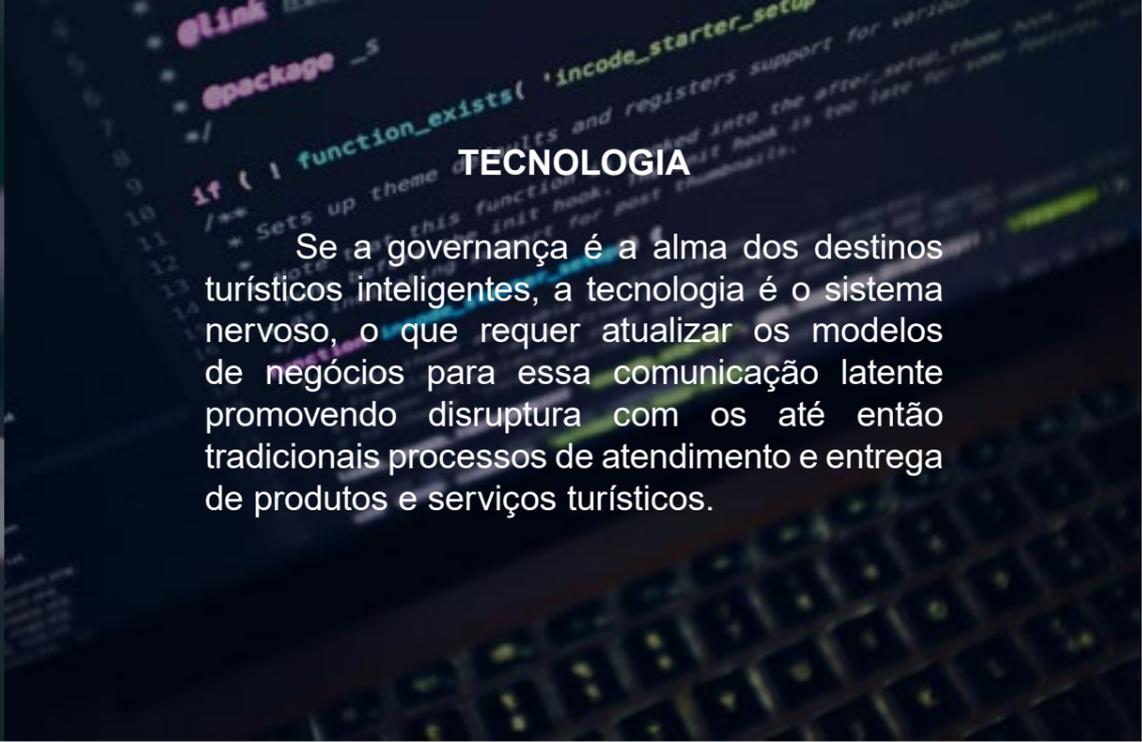
Nesse sentido, o Plano está pautado nas estratégias de Destinos Turísticos Inteligentes, inovando através de ações direcionadas nos seguintes eixos:





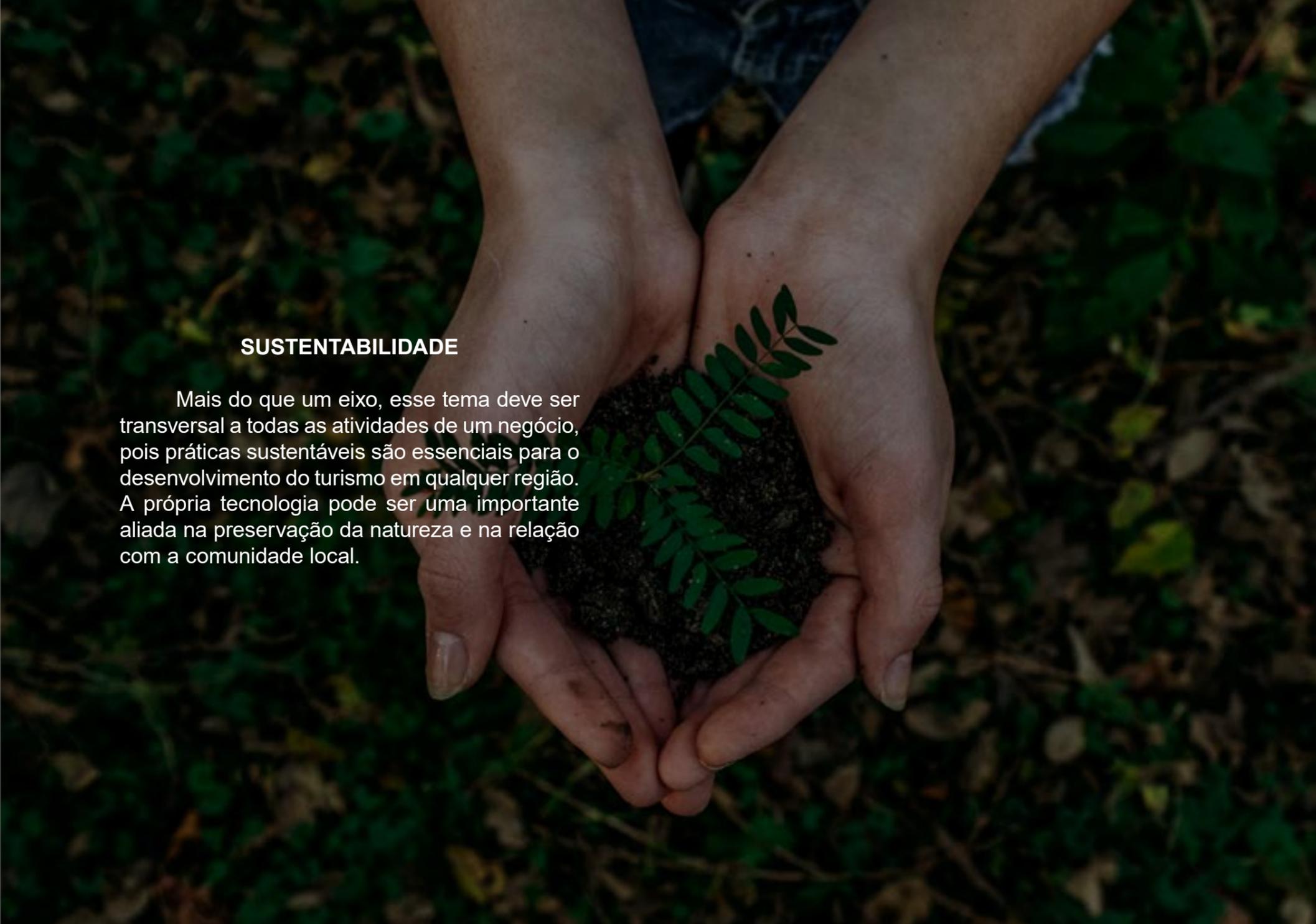
GOVERNANÇA

Minimizando a dependência dos pequenos negócios de turismo com o setor público sem extinguir o comportamento de parceria entre ambos, mas empoderando lideranças empresariais em prol de uma governança descentralizada.



TECNOLOGIA

Se a governança é a alma dos destinos turísticos inteligentes, a tecnologia é o sistema nervoso, o que requer atualizar os modelos de negócios para essa comunicação latente promovendo disruptura com os até então tradicionais processos de atendimento e entrega de produtos e serviços turísticos.



SUSTENTABILIDADE

Mais do que um eixo, esse tema deve ser transversal a todas as atividades de um negócio, pois práticas sustentáveis são essenciais para o desenvolvimento do turismo em qualquer região. A própria tecnologia pode ser uma importante aliada na preservação da natureza e na relação com a comunidade local.



EXPERIÊNCIA TURÍSTICA

Mais do que atender bem, o turista precisa ser constantemente encantado. Por mais subjetivo que possa parecer, é viável materializar ações que tenham esse resultado.

Considerando a tecnologia como parte dessa experiência, unir o posicionamento digital às estratégias operacionais e de atendimento favorecem resultados que tornam a relação do turista com o destino inesquecível.

13.2 DIRETRIZES DE INCENTIVOS PARA POLÍTICAS PÚBLICAS EM TURISMO SUSTENTÁVEL

Para a elaboração do Plano Municipal de Turismo de Rio Verde resgatou-se bases estabelecidas como política pública para o turismo no país, que é formada por um conjunto de regulamentações, regras, diretrizes, diretivas, objetivos e estratégias necessárias ao desenvolvimento da atividade turística.

Em linhas gerais, considera-se o fortalecimento da integração público-privada como primazia do fortalecimento das instâncias de governança buscando assim benefícios a todos atores sociais envolvidos na cadeia produtiva do turismo, e fortalece a aplicação dos Princípios do Turismo Sustentável sendo determinantes:

- Respeitar a legislação vigente;
- Gerenciar o turismo sustentável de forma eficaz;
- Garantir os direitos das populações locais;
- Conservar o meio ambiente natural e sua biodiversidade;
- Considerar o patrimônio cultural e valores locais;
- Estimular o desenvolvimento social e econômico dos destinos turísticos;
- Garantir a qualidade dos produtos, processos e atitudes no turismo;
- Estimular segurança nos destinos.

Tais determinantes remetem aos ODS - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Nações Unidas, vinculando os encaminhamentos do Plano diretamente às onze das diretrizes estabelecidas no documento, e indiretamente às demais, uma vez que se articula em um panorama geral (regional, estadual e nacional) a longo prazo.

1 ERRADICAÇÃO DA POBREZA



2

**FOME ZERO
E AGRICULTURA
SUSTENTÁVEL**



3

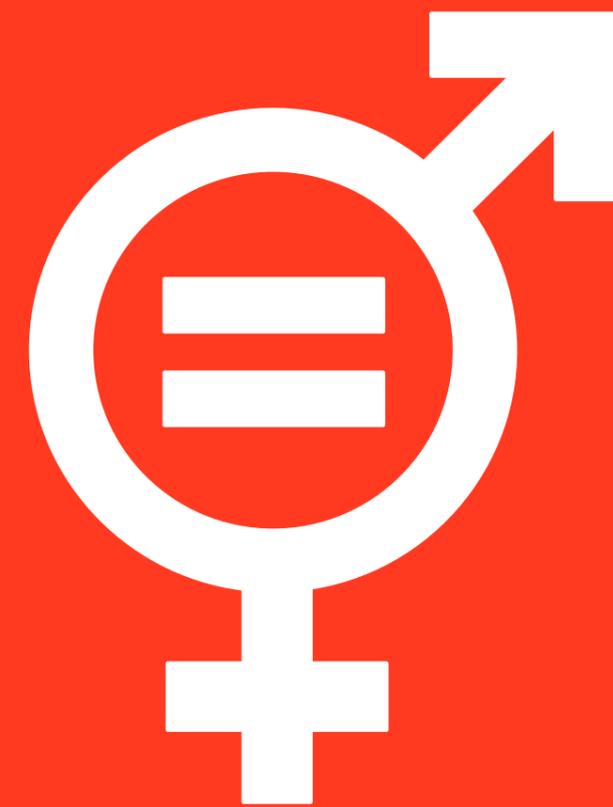
**SAÚDE E
BEM-ESTAR**



4 EDUCAÇÃO DE QUALIDADE



5 IGUALDADE DE GÊNERO



6 ÁGUA POTÁVEL E SANEAMENTO

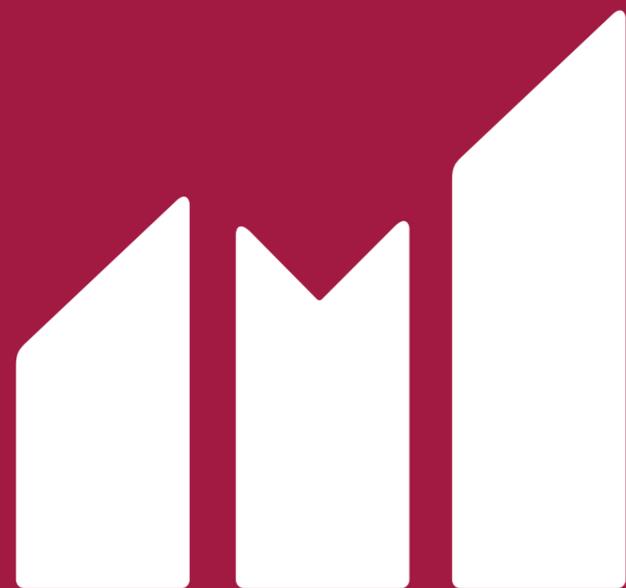


7 ENERGIA LIMPA E ACESSÍVEL



8

**TRABALHO DECENTE
E CRESCIMENTO
ECONÔMICO**



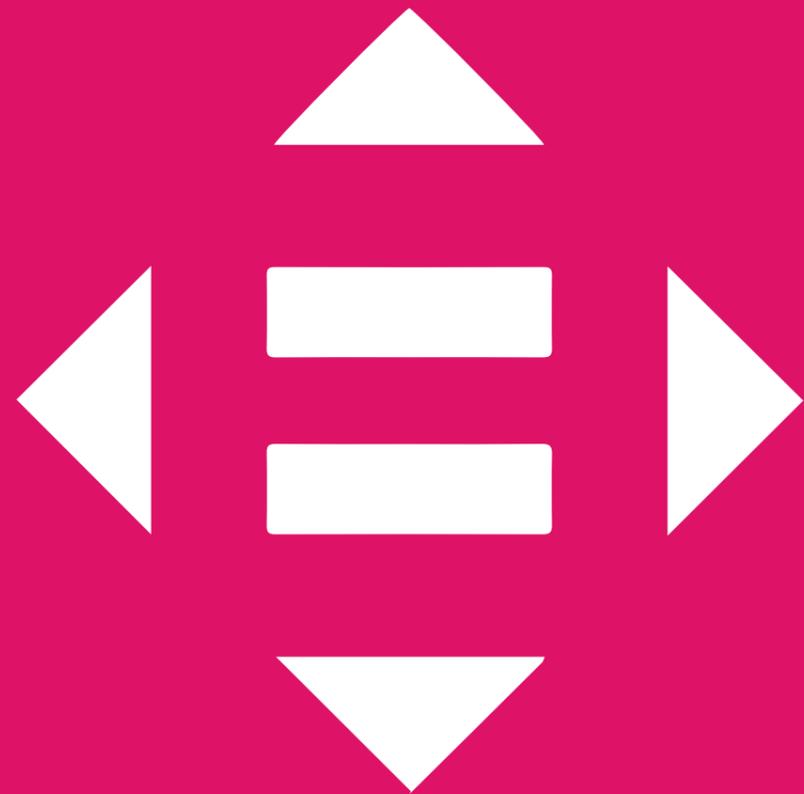
9

**INDÚSTRIA, INOVAÇÃO
E INFRAESTRUTURA**



10

**REDUÇÃO DAS
DESIGUALDADES**



11

**CIDADES E
COMUNIDADES
SUSTENTÁVEIS**



12

**CONSUMO E
PRODUÇÃO
RESPONSÁVEIS**

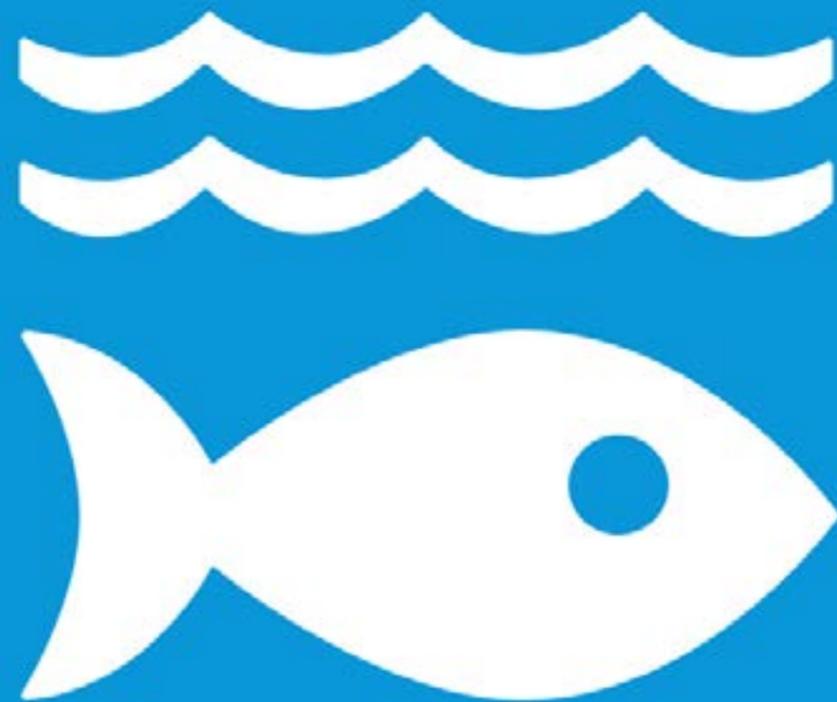


13

**AÇÃO CONTRA A
MUDANÇA GLOBAL
DO CLIMA**



14 VIDA NA ÁGUA



15 VIDA TERRESTRE



16

**PAZ, JUSTIÇA E
INSTITUIÇÕES
EFICAZES**



17

**PARCERIAS E MEIOS
DE IMPLEMENTAÇÃO**



Ademais, considera-se para nortear o futuro desenvolvimento do turismo de Rio Verde as 7 Diretrizes de Incentivos para Políticas Públicas em Turismo Sustentável:

DESENVOLVER O TURISMO SUSTENTÁVEL

Planejar e desenvolver o turismo, com base nos princípios do turismo sustentável e nos objetivos de desenvolvimento sustentável.

FORTALECER SISTEMAS DE GOVERNANÇA

Promover e estimular sistemas de governança municipais e regionais entre o poder público, iniciativa privada e comunidade local para o desenvolvimento sustentável.

RECONHECER AS PRÁTICAS E CERTIFICAÇÕES DE TURISMO SUSTENTÁVEL

Incentivar e valorizar a adoção de práticas e certificações de turismo sustentável na cadeia produtiva do turismo.

ESTIMULAR COMPRAS SUSTENTÁVEIS NO TURISMO

Adotar práticas de aquisição de produtos e serviços sustentáveis na cadeia produtiva do turismo.

VALORIZAR A CULTURA LOCAL E FORTALECER A ECONOMIA VERDE

Promover a cultura local, gerando renda para as comunidades (indígenas, quilombolas, ribeirinhos e outras) e estimular a criação de empregos verdes.

PROMOVER O TURISMO SUSTENTÁVEL COM OS MERCADOS EMISSIVOS

Desenvolver plano de marketing e ações específicas de promoção turística com abordagem de turismo sustentável.

PROMOVER INOVAÇÃO NO TURISMO DO ESTADO DE GOIÁS

Identificar, organizar e disseminar informações qualificadas de oferta de produtos e serviços para o mercado, ampliando a visibilidade e facilitando o acesso aos destinos turísticos do Estado de Goiás.

13.3 RELAÇÃO ESTABELECIDADA ENTRE PROGRAMAS E O PLANO

Diante do exposto o Plano apresenta os contornos que serão direcionados ao desenvolvimento do território, sob bases das pautas coletivas e de consenso, traduzindo assim, a necessidade de uma governança estruturada e funcional, uma relação democrática entre o poder público e iniciativa privada, além de uma visão de futuro e alinhamento estratégico para o desenvolvimento pautados nas políticas já estabelecidas e alinhados aos anseios da comunidade local.

Assim, o planejamento do turismo de Rio Verde busca a aderência aos eixos do DTI e às Diretrizes de Incentivos para Políticas Públicas em Turismo Sustentável.





14 MAPA ESTRATÉGICO

A partir subsídios aplicados na fundamentação do Plano foi construído o Mapa Estratégico com ações e linhas de atuação para cada eixo.

Cada linha de atuação e ação proposta é tomada como objetivo a fim de solucionar ou minimizar os gargalos apontados no processo participativo do Plano e melhor aproveitar as potencialidades turísticas identificadas.

Engajamento da iniciativa pública e privada	Excelência da oferta turística	Qualidade no atendimento	Marketing
Políticas públicas e projetos institucionais	Qualificação e aprimoramento dos produtos turísticos	Qualificação e capacitação	Promoção e apoio à comercialização
Cadastur	Formatação de atrativos, produtos e roteiros turísticos	Empreendedorismo turístico	Plano de marketing turístico
Comtur - IGR	Gastronomia, economia criativa e produção associada ao turismo	Sustentabilidade, inovação e tecnologia no turismo	Material promocional
Regionalismo do turismo	Eventos e turismo		Presença digital
Estudos, pesquisas e monitoramento do turismo	Sustentabilidade		
Entidades representativas do setor de turismo			



14.1 EIXOS TEMÁTICOS, LINHAS DE ATUAÇÃO E AÇÕES

Elucidando os quadros com os eixos temáticos, linhas de atuações e ações que serão apresentados adiante, apresenta-se um entendimento acerca dos elementos que os compõe:

EIXO TEMÁTICO

O conjunto de temas que orientam e limitam o planejamento de um determinado trabalho, funcionando como um suporte ou guia.

LINHA DE ATUAÇÃO

Define as prioridades dentro dos eixos temáticos.

AÇÃO

Atividade que deve ser desenvolvida para o alcance dos objetivos.

PRAZOS

Curto - agosto de 2023 a agosto de 2024;
Médio - agosto de 2024 a agosto de 2026;
Longo - agosto de 2026 a agosto de 2027.

PRIORIDADE

Alta - Média - Baixa

PARCEIROS

Entidades que poderão apoiar/viabilizar o(s) Executor(es).

EXECUTORES

Órgãos, entidades, instituições, associações e organizações, públicos ou privados, que possam articular, viabilizar, executar, fiscalizar e cobrar a realização das ações estabelecidas no plano.



Linha de atuação – políticas públicas e projetos institucionais			
Ação	Prazos	Prioridade	Indicação de possíveis parceiros executores
Criar a Política Municipal de Turismo Sustentável baseada na legislação estadual e nacional de turismo.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Câmara Municipal de Vereadores.
Potencializar a vocação do município para os segmentos prioritários, bem como incentivar e otimizar os demais segmentos turísticos considerados secundários.	Médio	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae.
Acompanhar a aplicação das políticas de turismo nos níveis federal e estadual, contribuindo para efetivos resultados.	Curto	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur.
Ampliar a atuação da vigilância sanitária especialmente nos equipamentos de alimentação e hospedagem.	Médio	Média	Vigilância Sanitária.
Ampliar a captação de recursos voltados ao turismo, nas esferas federal e estadual, bem como investimentos em apoio técnico junto às instituições do sistema “S”, através de parcerias e convênios.	Curto	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo.
Criar políticas públicas de incentivo para o investimento privado no setor, implementando instrumentos que viabilizem o alinhamento entre as iniciativas do trade turístico e do poder público.	Curto	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur.
Promover eventos mensais segmentados e anuais para público amplo, com o turismo de tema central, levando informações e estratégias e interligando à sociedade local, despertando interesse e envolvimento no setor turístico nos processos de construção e nas melhorias das ações.	Curto	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae, Trade Turístico.

Informar e atualizar constantemente linhas de crédito disponíveis para fomentar investimentos no setor turístico.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, entidades financeiras.
Promover palestras e seminários que informem os princípios aplicados na oferta de turismo agro ciência, tecnologia & business, despertando a percepção das vantagens em abrir os empreendimentos para visitas de turistas.	Curto	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae.
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 de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Trade Turístico.
Convidar frequentemente empresários do comércio local para participarem de reuniões e eventos que tratam o tema de turismo do município.	Curto	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Trade Turístico.
Realizar palestras sobre turismo nas escolas incentivando o empreendedorismo infanto juvenil.	Longo	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Trade Turístico.
Incentivar as visitas de turismólogos no município para atrair mão de obra especializada.	Longo	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Trade Turístico.

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.	Curto	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Trade Turístico.
Potencializar conteúdos escolares que relatem história, cultura, folclore e tradições locais, gerando empoderamento e posterior envolvimento com o setor turístico.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Secretaria Municipal de Educação.

Linha de atuação – cadastur			
Ação	Prazos	Prioridade	Indicação de possíveis parceiros executores
Sensibilizar para a importância do Cadastro Nacional de Turismo - Cadastur, para empreendimentos e prestadores de serviços turísticos.	Curto	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur.
Manter, monitorar e potencializar os registros no Cadastur para fomentar a formalização dos negócios turísticos.	Curto	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur.
Vincular por força de lei a emissão do alvará de funcionamento de empreendimentos turísticos, ao registro no Cadastur.	Médio	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Câmara Municipal dos Vereadores.
Criar critérios que beneficiem os empreendimentos turísticos formais em ações promocionais, visibilidade no Centro de Atendimento ao Turista - CAT, participação em missões técnicas e outras iniciativas de oferta.	Curto	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur.

Linha de atuação – COMTUR - IGR			
Ação	Prazos	Prioridade	Indicação de possíveis parceiros executores
Construir plano de ações para dinamizar o Comtur, estabelecendo missão, visão, valores e fatores críticos de sucesso, desencadeando tratativas assertivas para o turismo local.	Curto	Alta	Comtur, Sebrae.
Capacitar permanentemente o Comtur visando profissionalizando e fortalecendo a governança descentralizada do município.	Curto	Alta	Comtur, Sebrae.
Articular, executar e monitorar a implantação das ações estabelecidas no Plano Municipal de Turismo, atualizando a cada tempo seu quadro de ações.	Curto	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur.
Criar regimento interno para regulamentar a atuação dos conselheiros à frente do Comtur.	Curto	Alta	Comtur.
Estimular a formação de associações de classes do setor turístico municipal e apoiar as existentes, para o fortalecimento da cadeia produtiva do turismo.	Médio	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Trade Turístico.
Aumentar o grau de cooperação público-privado para o desenvolvimento do turismo local.	Médio	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Trade Turístico.
Exercer o papel consultivo e deliberativo do Comtur, elaborando projetos de interesse turístico.	Curto	Alta	Comtur.
Instituir um Grupo Gestor para acompanhamento da execução do Plano Municipal de Turismo.	Curto	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae.

Estabelecer agenda anual de trabalho do Comtur gerando clareza aos objetivos e ações prioritárias, gerando efetividade nos resultados.	Curto	Alta	Comtur.
Reforçar a importância do Comtur entre os empresários e comunidade, como entidade promotora do desenvolvimento do turismo no município.	Curto	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae.

Linha de atuação – regionalismo do turismo			
Ação	Prazos	Prioridade	Indicação de possíveis parceiros executores
Fomentar projetos de caráter regional, participando de sua elaboração e execução.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae, IGR.
Mobilizar os atores envolvidos no setor, para discussão contínua do processo de desenvolvimento do turismo regional, visando o fortalecimento político e institucional da região.	Curto	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae, IGR.

Linha de atuação – estudos, pesquisas e monitoramento do turismo			
Ação	Prazos	Prioridade	Indicação de possíveis parceiros executores
Manter inventário da oferta turística atualizado.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo.
Realizar constantemente: estudos de demanda turística, pesquisas de satisfação do visitante e resultados da visão da comunidade em relação ao turismo.	Curto	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae.
Revisar constantemente a realização das ações previstas neste Plano.	Curto	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur.
Monitorar os impactos sociais, ambientais, culturais e econômicos, gerados pelo turismo no município.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur.
Realizar pesquisas direcionadas para entender o mercado turístico local e regional.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae.
Estimular e sensibilizar os meios de hospedagem a enviarem mensalmente o Boletim de Ocupação Hoteleira - BOH, ao departamento de turismo, gerando dados estatísticos de fluxo de visitantes.	Curto	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, meios de hospedagem.
Envolver os equipamentos turísticos na ampliação e melhoria dos serviços gerando engajamento nas ações e apresentando o andamento da execução das ações determinadas no Plano Municipal de Turismo.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur.

Dar publicidade aos índices de desenvolvimento local a partir do turismo, esclarecendo à sociedade que o setor é promissor investimento em carreiras profissionais.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur.
---	-------	-------	--

Linha de atuação – entidades representativas do setor de turismo			
Ação	Prazos	Prioridade	Indicação de possíveis parceiros executores
Implantar o Convention e Visitors Bureau.	Curto	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae, setor de eventos, Trade Turístico.
Sensibilizar os empresários sobre a importância de fazer parte das entidades representativas do setor tais como: ABIH, ABAV, Convention e Visitors Bureau etc.	Médio	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur.
Elaborar código de conduta e/ou postura turística municipal.	Médio	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae.
Fomentar a cooperação e parceria entre empreendedores do turismo, potencializar relações através de instituições, fortalecendo execução de ações cooperadas.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae.
Promover a cooperação pública e privada em prol do turismo.	Curto	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur.



**EIXO TEMÁTICO
EXCELÊNCIA DA OFERTA TURÍSTICA**



Linha de atuação – qualificação e aprimoramento dos produtos turísticos			
Ação	Prazos	Prioridade	Indicação de possíveis parceiros executores
Estabelecer parcerias com Sebrae, Senar e Senac para qualificar os atrativos e prestadores de serviços turísticos, visando a melhoria do atendimento.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae, Trade Turístico.
Ofertar experiências genuínas que encantam o visitante e agregam valor ao atendimento, com acolhida e atenção personalizada.	Médio	Média	Trade Turístico.
Inovar considerando as tendências atuais de consumo incluindo a forma de buscar informações e planejar viagens.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae, Trade Turístico.
Desenvolver a cultura do encantamento dos clientes, combinando qualidade, atenção, empatia e outros fatores que tornam as experiências inesquecíveis, surpreendendo com pequenas atitudes.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae, Trade Turístico.
Incentivar e qualificar a diversificação da oferta gastronômica promovendo eventos tais como “cozinha show”, festivais, workshop e outros que possam estimular novos conhecimentos e consequente inovação da oferta.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae, Trade Turístico.

Implantar avaliação da satisfação do turistas nos diversos empreendimentos consumidos prioritariamente na permanência, gerando tratativas e encaminhamentos de melhorias constantes.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae, Trade Turístico.
Preparar o CAT para explicar com competitividade a oferta turística local, promovendo uma seleção criteriosa de prestadores de serviços posicionados no atendimento ao turista nesse local, bem como atualizando a postura de excelência através de constante capacitação.	Curto	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae.
Preparar a linguagem dos empresários para traçar parcerias com o mercado turístico sabendo-se que a dinâmica de negócios é de parcerias e cooperação.	Curto	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae.

Linha de atuação – formatação de atrativos, produtos e roteiros turísticos

Ação	Prazos	Prioridade	Indicação de possíveis parceiros executores
Diversificar a oferta turística com aproveitamento dos recursos do agronegócio, naturais e culturais do município.	Curto	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae.
Sensibilizar os proprietários de atrativos naturais sobre a importância de se adequarem às leis e normas técnicas, ambientais e de segurança.	Curto	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur.
Conceder incentivos para a oferta de produtos e serviços adaptados às pessoas com deficiência e ao idoso, promovendo o turismo de inclusão.	Curto	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Câmara Municipal de Vereadores.

Capacitar e manter atualizados os empresários e prestadores de serviço, para: operação, promoção e comercialização dos roteiros turísticos.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae.
Promover a diversidade da oferta gastronômica gerando identidade da culinária local.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae.
Tornar a acessibilidade determinante na oferta turística.	Longo	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae, Trade Turístico.
Introduzir o Programa Passaporte Acessível como forma de estímulo ao visitante PCD promovendo descontos e direcionando o público para ambientes turísticos com estrutura eficiente para incluí-lo na atividade.	Longo	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Trade Turístico.
Potencializar o entretenimento noturno através de eventos e programas tais como “Festival do Barzinho”, “Circuito de Mesa em Mesa”, e outros com tônica diferenciada que incentive investimentos dos empresários do setor e potencialize o consumo do entretenimento noturno.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae.
Fomentar o agenciamento receptivo favorecendo operacionalização e vendas da oferta turística.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur.
Estimular o CTG - Centro de Tradições Goiana, através de projetos de captação de recursos e promoção de visibilidade, considerando ser um atrativo atraente aos turistas quando oferece exposições, programações culturais e eventos festivos.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Convention e Visitors Bureau.

Alavancar como tradição e gerar maior visibilidade ao evento “Queima do Alho”, considerando cunho tradicional da localidade.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Convention e Visitors Bureau.
Desenvolver a linha de souvenir com a marca turística e identidade de Rio Verde, posicionando vendas dos elementos nos variados atrativos e equipamentos turísticos, bem como nos eventos locais.	Curto	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae.
Oferecer durante a Expo RV programações de visitas a atrativos locais, posicionando o agenciamento receptivo na frente da oferta e vendas de variados roteiros.	Curto	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae, Trade Turístico.

Linha de atuação – gastronomia, economia criativa e produção associada ao turismo			
Ação	Prazos	Prioridade	Indicação de possíveis parceiros executores
Potencializar um espaço do artesão no município.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae.
Promover palestras para artesãos sobre a importância do associativismo, incrementando ações conjuntas entre o poder público municipal e o setor produtivo de artesanato.	Curto	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae.
Realizar festivais gastronômicos para fomentar os pratos típicos do município.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae, empresários de alimentos e bebidas.

Diversificar e incentivar a gastronomia baseada na economia criativa.	Longo	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Sebrae.
---	-------	-------	--

Linha de atuação – eventos e turismo			
Ação	Prazos	Prioridade	Indicação de possíveis parceiros executores
Mapear e criar calendário de eventos integrando ao portal de promoção e informações turísticas da cidade, atualizando-o mensalmente e ampliando a divulgação a nível estadual e federal, gerando visibilidade e atraindo novos visitantes.	Curto	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae, Trade Turístico.
Elaborar políticas públicas para viabilizar a realização de eventos no município incluindo captação de parcerias.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae.
Implementar a gestão de segurança na realização de eventos.	Curto	Baixa	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Convention e Visitors Bureau.
Captar eventos de interesse turístico para o município, de caráter regional, nacional e internacional.	Curto	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Convention e Visitors Bureau.

Aprimorar o alinhamento de eventos do agro diminuindo choque de datas e melhorando a publicidade buscando captar participantes a nível estadual, nacional e internacional.	Curto	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Convention e Visitors Bureau.
--	-------	------	--

Linha de atuação – sustentabilidade			
Ação	Prazos	Prioridade	Indicação de possíveis parceiros executores
Sensibilizar, disseminar, promover e fomentar a utilização de meios sustentáveis na construção civil dos empreendimentos turísticos.	Longo	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur.
Reflorestar áreas degradadas.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Secretaria Municipal de Meio Ambiente.
Incentivar o Environmental, Social and Governance - ESG sensibilizando os proprietários de atrativos naturais sobre a importância de se adequarem às leis e normas ambientais e de sustentabilidade.	Curto	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae.
Incentivar a implantação de normas técnicas relacionadas a sustentabilidade a exemplo da ISO 21401 que estabelece os requisitos sustentáveis para meios de hospedagem.	Curto	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae.
Calcular a capacidade de carga dos atrativos naturais.	Curto	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae.





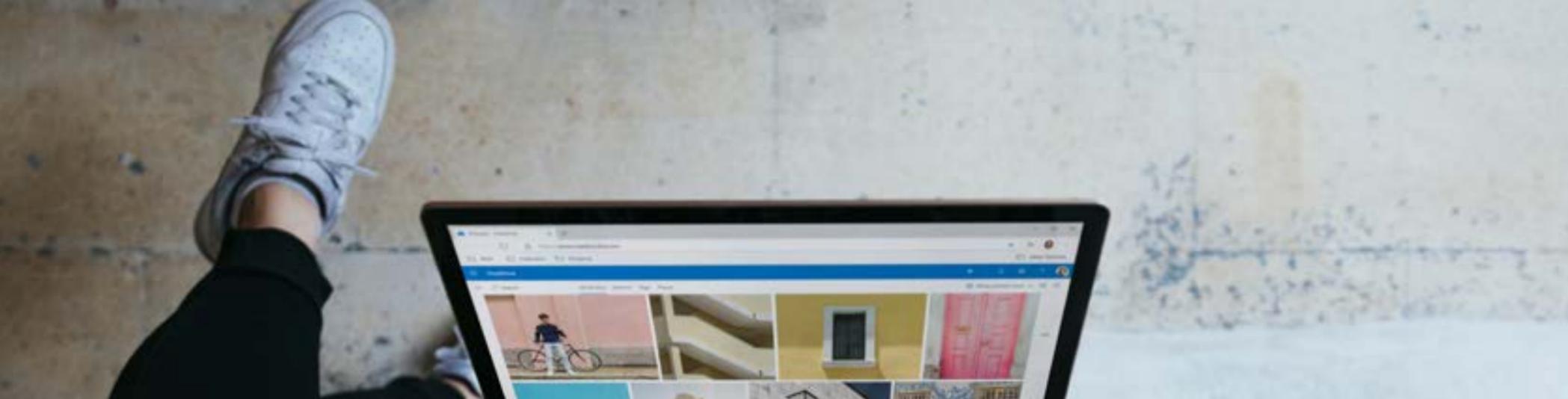
Linha de atuação – qualificação e capacitação			
Ação	Prazos	Prioridade	Indicação de possíveis parceiros executores
Criar banco de dados de profissionais qualificados para atuarem nos diversos segmentos da cidade, e fomentar o comprometimento dos empresários em valorizar esse plantel os posicionando nas frentes de trabalho.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae, <i>Trade Turístico</i> .
Direcionar consultoria especializada aos empreendimentos de alimentação para a criação de pratos ligados a cultura local inovando cardápios.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae, <i>Trade Turístico</i> .
Qualificar os equipamentos turísticos e o comércio varejista em geral para aprimorar o atendimento ao público.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae, <i>Trade Turístico</i> .
Melhorar estruturas, operação, processos e gestão dos empreendimentos de alimentação, resultando dentre tantas, melhorias da limpeza, higienização, apresentação dos pratos, menu, layout de salão, disposição da cozinha e serviços à mesa.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae, <i>Trade Turístico</i> .
Melhorar os meios de hospedagem em estruturas, operação, processos e gestão, impactando qualidade na recepção, governança, procedimentos de limpeza e higienização, manutenção, serviços de café da manhã, comunicação, controles, finanças e estética visual dos empreendimentos.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae, <i>Trade Turístico</i> .
Incentivar a aplicação da Norma ABNT ISO 21401- Sustentabilidade para Meios de Hospedagem.	Curto	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae, <i>Trade Turístico</i> .

Estabelecer parcerias com instituições de ensino superior particulares e públicas, para implementação de programas de qualificação voltados ao setor turístico.	Curto	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur.
Introduzir programas perenes de qualificação para o “Bem Receber”.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur.
Estabelecer parceria frequente com o SENAC possibilitando frentes de capacitações para o setor turístico, apoiando a divulgação das ofertas de treinamentos e cursos e incentivando a participação dos laboristas do setor turístico.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur.
Promover constantes repasses de conteúdos histórico e cultural aos profissionais de turismo.	Curto	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur.
Promover cursos de capacitação de condutores de turismo.	Médio	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae.
Promover curso de primeiros socorros para atrativos, guias e condutores.	Médio	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur.
Realizar instrutoria para guias e condutores objetivando aplicação de normas técnicas nas operações.	Curto	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae.

Linha de atuação – empreendedorismo turístico			
Ação	Prazos	Prioridade	Indicação de possíveis parceiros executores
Aplicar a Lei Complementar nº 043/2009 que apoia e incentiva a microempresa e empresa de pequeno porte através de simplificação burocrática de abertura do estabelecimento.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae, <i>Trade Turístico</i> .
Estimular frequentemente o empreendedorismo no turismo acrescentando investimentos na área rural e urbana.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae, <i>Trade Turístico</i> .
Sensibilizar empreendedores e prestadores de serviço turístico sobre a importância e benefícios da formalização de seus negócios.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae, <i>Trade Turístico</i> .
Realizar rodadas de negócios para que os empresários da cadeia produtiva do turismo firmam acordos comerciais.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae.

Linha de atuação – sustentabilidade, inovação e tecnologia no turismo			
Ação	Prazos	Prioridade	Indicação de possíveis parceiros executores
Capacitar os empreendimentos turísticos para implementação das práticas de Environmental Social and Governance - ESG nos negócios.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae.
Criar políticas públicas de incentivo ao uso de gestão e de tecnologias que priorizem a sustentabilidade nos serviços e equipamentos turísticos	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur.
Criar indicadores municipais de monitoramento e avaliação da sustentabilidade das atividades turísticas.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae.
Realizar o cadastramento de empresas em plataformas de geolocalização, tais como <i>Google Meu Negócio</i> e <i>Google Maps</i> .	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, <i>Trade Turístico</i> .
Capacitar para melhoria da presença digital dos empreendimentos já existentes considerando atingir total processo de interação online, desde a oferta até a venda dos serviços turísticos.	Curto	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae.





Linha de atuação – promoção e apoio à comercialização			
Ação	Prazos	Prioridade	Indicação de possíveis parceiros executores
Ampliar a atuação das agências de turismo receptivo no intuito de fortalecer a comercialização do destino com a oferta de roteiros e circuitos turísticos às agências e operadoras de turismo regionais, estaduais, nacionais e internacionais.	Curto	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae.
Estabelecer parcerias com veículos de comunicação para divulgação e promoção do destino.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur.
Realizar Famtur e Fampress dos roteiros turísticos que serão criados.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae.
Atualização do banco de imagens do turismo do município.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Trade Turístico.
Priorizar a promoção em feiras e eventos dos produtos e serviços devidamente cadastrados e licenciados pelo poder público.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Trade Turístico.
Participar dos principais eventos de turismo do estado e do país tais como: feiras, congressos, exposições, entre outros; promovendo e comercializando o destino nos grandes centros emissores de turistas, bem como atraindo investidores para o município.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Trade Turístico, Convention e Visitors Bureau.

Traçar estratégia para fechar parcerias com agências e, operadoras nacionais, influenciadores digitais, empresas corporativas, empresas de eventos, entidades de ensino e pesquisa.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, <i>Trade Turístico, Convention e Visitors Bureau.</i>
---	-------	-------	--

Linha de atuação – plano de marketing turístico			
Ação	Prazos	Prioridade	Indicação de possíveis parceiros executores
Elaborar o plano de marketing do destino fundamentado em pesquisa sobre a oferta e demanda turística, contendo metas, indicadores de desempenho e atribuição de responsabilidades, ampliando os canais de comunicação, distribuição e promoção dos produtos turísticos por meio de ações de fortalecimento dos canais diretos e indiretos de comercialização.	Curto	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae, <i>Trade Turístico, Convention e Visitors Bureau.</i>
Transferir os critérios de uso da marca Rio Verde Go viabilizando sua aplicação institucional e comercial.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo.
Organizar um núcleo de empresas embaixadoras da marca de Rio Verde, favorecendo gestão dos critérios de aplicação institucional e comercial.	Longo	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur

Linha de atuação – material promocional			
Ação	Prazos	Prioridade	Indicação de possíveis parceiros executores
Produzir vídeo promocional do turismo local.	Curto	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae, <i>Trade Turístico, Convention e Visitors Bureau.</i>
Implantar uma plataforma digital de informações, reservas e comercialização da oferta turística local.	Curto	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae, <i>Trade Turístico, Convention e Visitors Bureau.</i>
Dentre as peças publicitárias produzir um vídeo contendo a oferta turística do município, disponibilizando o material nos variados atrativos, comércio e equipamentos turísticos, além de promover a visibilidade do material nas escolas, repartições públicas e qualquer outro ambiente que possa divulgar o contexto à própria sociedade local.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae, <i>Trade Turístico, Convention e Visitors Bureau.</i>
Veicular material promocional nas aeronaves que fazem a rota Rio Verde.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae, <i>Trade Turístico, Convention e Visitors Bureau.</i>
Pactuar com estações locais de rádio, momentos de diálogo sobre o setor turístico e informações sobre o fluxo e crescimento local, favorecendo entendimento da população que impulsiona envolvimento e investimentos.	Médio	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, Sebrae, <i>Trade Turístico, Convention e Visitors Bureau.</i>

Linha de atuação – presença digital			
Ação	Prazos	Prioridade	Indicação de possíveis parceiros executores
Criar espaços ou zonas “instagramáveis” em áreas e atrativos públicos, e em empreendimentos turísticos privados.	Curto	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, <i>Trade Turístico, Convention e Visitors Bureau.</i>
Manter movimentação constante nas redes sociais de maneira profissional e estratégica.	Curto	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, <i>Trade Turístico, Convention e Visitors Bureau.</i>
Posicionar as empresas de turismo na plataforma <i>Google Meu Negócio</i> gerando visibilidade no expressivo meta buscador de destinos turísticos.	Curto	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, <i>Trade Turístico, Convention e Visitors Bureau.</i>
Realizar campanhas online de divulgação e promoção de produtos e roteiros turísticos do destino.	Médio	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, <i>Trade Turístico, Convention e Visitors Bureau.</i>
Implantar <i>QR-Code</i> nos atrativos turísticos do município, possibilitando o acesso imediato à história, imagens e mapas de roteiros, gerando ponte para realidade aumentada e facilitando acesso aos serviços turísticos.	Médio	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, <i>Trade Turístico, Convention e Visitors Bureau.</i>

Movimentar redes sociais com publicações patrocinadas alcançando estrategicamente mercados emissores e atingindo o público alvo desejado.	Médio	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, <i>Trade Turístico, Convention e Visitors Bureau.</i>
Incentivar o <i>feedback</i> dos visitantes nos sites e portais de avaliação, propondo e sugerindo melhorias.	Curto	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, <i>Trade Turístico, Convention e Visitors Bureau.</i>
Disponibilizar um dashboard do turismo, em ambiente online, que gere publicidade dos índices relacionados ao setor turístico local.	Médio	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, <i>Trade Turístico, Convention e Visitors Bureau.</i>
Estruturar um programa de comunicação online, com programação contínua, que dê voz ativa aos agentes públicos e empresários envolvidos no setor turístico, favorecendo à sociedade conhecer, aprender e engajar no setor através dos conhecimentos a serem transferidos.	Médio	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo, Comtur, <i>Trade Turístico, Convention e Visitors Bureau.</i>



15 INDICADORES, METAS E MONITORAMENTO

O Plano Municipal de Turismo de Rio Verde possui inúmeras ações a serem executadas, portanto, para melhor compreensão da dinâmica de execução e verificação do seu impacto no município, é imprescindível um mecanismo que monitore e mensure os resultados alcançados no decorrer. Além disso, por meio das informações que serão obtidas no monitoramento colaboram com planejamentos futuros.

Nesse sentido, cada eixo elencado no Plano deve receber mecanismos de monitoramento que melhore a tomada de decisões estratégicas.

Assim, para engrenar os mecanismos se institui um Grupo Gestor de Turismo com a presença da Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável e Turismo e do Comtur, que define responsabilidades e organiza encontros e relatórios a serem emitidos.

Ressalta-se que estes indicadores, metas e monitoramento, se darão pelo tempo vigente proposto no Plano, 4 anos.

A seguir, são apresentados os indicadores e metas definidas.

INDICADOR	NÚMERO DE ESTABELECIMENTOS FORMAIS NO SETOR TURÍSTICO
AGÊNCIAS DE TURISMO	
Descrição	Acompanhar o aumento de estabelecimentos que atuam no agenciamento de turismo receptivo, instaladas em Rio Verde.
Fonte	Relatório de empresas com Cnae ativo no cadastro da Prefeitura e devidamente regularizadas no Cadastur que é a base de dados do Ministério do Turismo.
Série histórica	Segundo o Inventário Turístico de Rio Verde (2022), o município tem 2 agências de turismo receptivo.
Meta	Regularizar o cadastro de todas as agências junto ao banco de dados a prefeitura e ao Cadastur, até o final do segundo semestre de 2023.
MEIOS DE HOSPEDAGEM	
Descrição	Acompanhar o aumento de empreendimentos hoteleiros e regularização formal das empresas.
Fonte	Relatório de empresas com Cnae ativo no cadastro da Prefeitura e devidamente regularizadas no Cadastur que é a base de dados do Ministério do Turismo.
Série histórica	Segundo o Inventário Turístico de Rio Verde (2023).
Meta	Regularizar todos os empreendimentos de hospedagem junto ao Cadastur, até o ano de 2024.
ATRATIVOS TURÍSTICOS	
Descrição	Monitorar a abertura e formalização dos novos empreendimentos, bem como supervisionar o ordenamento dos existentes.
Fonte	Relatório de empresas com Cnae ativo no cadastro da prefeitura, assim como de empresas que configuram no Cadastur.
Série histórica	Inventário Turístico de Rio Verde (2023).
Meta	a) Regularizar os atrativos turísticos na prefeitura e no Cadastur, até 2026; b) Ter no mínimo 50% dos atrativos turísticos naturais com licenciamento ambiental, até o ano de 2027.

INDICADOR		FLUXO DE TURISTAS
MEIOS DE HOSPEDAGEM		
Descrição	Monitorar e quantificar o número absoluto do fluxo de visitantes regionais, nacionais e internacionais no município num determinado ano.	
Fonte	Pesquisa de demanda turística; Boletim de Ocupação Hoteleira - BOH.	
Série histórica	Atualmente sem registros estatísticos.	
Meta	a) Mensurar por meio de dados estatísticos, o fluxo turístico de Rio Verde, até 2025; b) Alcançar uma taxa de ocupação entre 55% e 70%, até o segundo semestre de 2024.	

INDICADOR		RECEITAS TRIBUTÁRIAS
TRIBUTOS MUNICIPAIS		
Descrição	Monitorar, quantificar e acompanhar a arrecadação do ISSQN acerca dos serviços turísticos em geral, no intuito de compreender a efetividade da formalização por meio da arrecadação de impostos.	
Fonte	Documento de Arrecadação Municipal (DAM), por setores que compõem a oferta turística de Rio Verde.	
Série histórica	Atualmente sem registros estatísticos.	
Meta	Tornar a análise de crescimento anual como referência para o desenvolvimento do setor, e posteriormente, com os dados organizados, criar meta para melhoria dos valores arrecadados anualmente.	

INDICADOR		GASTO MÉDIO INDIVIDUAL
TRIBUTOS MUNICIPAIS		
Descrição	Acompanhar e quantificar o valor do gasto médio individual de viagens realizadas por turistas e/ou excursionistas com os serviços e equipamentos turísticos do município.	
Fonte	Pesquisa de demanda turística; Boletim de Ocupação Hoteleira - BOH, aplicando pergunta estratégica na pesquisa de satisfação do cliente.	
Série histórica	Atualmente sem registros estatísticos.	
Meta	Identificar o gasto médio do turista que vem até Rio Verde, até o ano de 2026; aplicar dados estatísticos para posteriores elaborações de metas.	

INDICADOR		NÍVEL DE SATISFAÇÃO DO TURISTA
EQUIPAMENTOS E ATRATIVOS TURÍSTICOS		
Descrição	Acompanhar, monitorar e quantificar as notas atribuídas aos atrativos, equipamentos e serviços turísticos, analisado em escala de 0 a 10 enquanto índice de satisfação do turista.	
Fonte	Formulários impressos, <i>QR Code</i> com formulários digitais, assim como totens de pesquisa de satisfação em pontos estratégicos tais como: meios de hospedagens, atrativos turísticos, bares e restaurantes, Centro de Atendimento ao turista, etc.	
Série histórica	Atualmente sem registros estatísticos.	
Meta	a) Implementar os mecanismos de avaliação sobre o nível de satisfação dos turistas, até o ano de 2026; b) Atingir a média de satisfação dos turistas entre 6,5 e 10, até o ano de 2027.	



16 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Plano Municipal de Turismo de Rio Verde/GO (2023-2027) é um documento que deve nortear a tomada de decisão da gestão municipal para os próximos anos.

Tratou-se de uma construção inteiramente coletiva que buscou ouvir e incluir a população em cada uma das suas etapas metodológicas, estabelecendo uma construção coesa e que fizesse sentido para com as necessidades e vontades da população.

O turismo há tempos já é uma realidade econômica em Rio Verde, portanto, não se trata de um município incipiente quanto ao fenômeno. Entretanto, este é o primeiro Plano Municipal de Turismo elaborado no município, logo, demonstra a importância dada pelo poder público no desenvolvimento de um turismo sustentável no aspecto econômico, social e ambiental.

Este planejamento não se encerra por aqui. Segue-se o trabalho intenso para colocar em prática as ações previstas no Plano, alcançando enfim a melhoria do setor.

É tempo de união de esforços entre poder público, iniciativa privada e terceiro setor, para que em conjunto, consolide-se o Plano como ferramenta de desenvolvimento contribuindo efetivamente para a economia de Rio Verde, impulsionando emprego e renda.

Para tanto, há necessidade de integração e fortalecimento de conjunturas favoráveis e instâncias locais e regionais, como forma de arregimentar os mecanismos para que este documento não seja apenas uma mera formalidade.

A entrega do Plano é o limiar de um caminho para o sucesso do município como destino turístico.



17 GLOSSÁRIO

AGÊNCIA DE TURISMO

Empresas organizadas que tem a função de intermediar serviços turísticos, permitindo o encontro da demanda com a oferta de serviços, além de prestar assistência turística aos viajantes ou turistas.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

Locais, objetos, equipamentos, pessoas, fenômenos, eventos ou manifestações capazes de motivar o deslocamento de pessoas para conhecê-los. Os atrativos turísticos podem ser naturais; culturais; atividades econômicas; eventos programados e realizações técnicas, científicas e artísticas.

ATRATIVOS CULTURAIS

Elementos da cultura que, ao serem utilizados para fins turísticos, passam a atrair fluxos turísticos. São os bens e valores culturais de natureza material e imaterial produzidos pelo homem e apropriados pelo turismo, da pré-história à época atual, como testemunhos de uma cultura, representados por suas formas de expressão; modos de criar, fazer e viver; as criações científicas, artísticas e tecnológicas; as obras, os objetos, os documentos, as edificações e demais espaços para destinos diversos; os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico. As manifestações culturais são as criações culturais de natureza imaterial que, ao serem apropriadas pelo turismo, passam a ser chamadas “atrativos”, como festas, celebrações, rituais, folguedos, jogos, saberes e fazeres e seus produtos, música, dança, práticas culturais coletivas concentradas em determinados espaços, fundadas na tradição e manifestadas por indivíduos ou grupos de indivíduos, como expressão de sua identidade cultural e social (BRASIL, 2007).

ATRATIVOS NATURAIS

Elementos da natureza que, ao serem utilizados para fins turísticos, passam a atrair fluxos turísticos (montanhas, rios, ilhas, praias, dunas, cavernas, cachoeiras, clima, flora, fauna) (BRASIL, 2007).

DEMANDA TURÍSTICA

Quantidade de bens e serviços consumidos em um dado período, em determinado local, e por um determinado número de turistas.

DEMANDA POTENCIAL

Quantidade de bens e serviços que podem vir a ser consumidos em face de um determinado nível de oferta e da existência de fatores facilitadores.

DESTINO TURÍSTICO

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

ECOTURISMO

Segmento da 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.

FLUXO TURÍSTICO

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

HOTEL

Estabelecimento com serviço de recepção, alojamento temporário, com ou sem alimentação, ofertados em unidades individuais e de uso exclusivo do hóspede, mediante cobrança de diária.

INFRAESTRUTURA TURÍSTICA

É todo o conjunto formado por obras e instalações de estrutura física e de serviços indispensáveis ao desenvolvimento do turismo e existentes em função dele.

INFRAESTRUTURA URBANA

Sistema formado pelas redes de instalações para atender às funções urbanas de circulação (sistema viário), comunicação (sistema de comunicação), suprimento de energia (sistema energético) e saneamento básico (sistema de saneamento).

a) Sistema Viário Urbano: conjunto das vias de circulação interurbana;

b) Sistema Viário Urbano-Regional: conjunto das vias de circulação interurbana: rodovias, ferrovias, hidrovias, aerovias;

c) Sistema de Comunicação:

conjunto formado pela rede de telefonia e de sinais televisivos;

d) Sistema Energético: conjunto formado pelas redes de energia predominantemente utilizadas na cidade: eletricidade e gás;

e) Sistema de Saneamento: conjunto formado pelas redes de abastecimento de água potável, de esgotamento sanitário (ou efluentes líquidos domésticos), de drenagem de águas pluviais e de monitoramento de resíduos (coleta, tratamento e disposição final do lixo).

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.

OFERTA TURÍSTICA

Conjunto de atrativos turísticos, serviços e equipamentos e toda infraestrutura de apoio ao turismo de um determinado destino turístico utilizados em atividades designadas turísticas.

OPERADORAS DE TURISMO

Organizações comerciais que além de comercialização de serviços são “produtoras” de serviços em grande quantidade. Sua principal função é operar em grande escala, lançando produtos no mercado e facilitando a relação do agente de viagens e o consumidor - turista ou viajante.

PLANEJAMENTO TURÍSTICO

Processo pelo qual se analisa a atividade turística de um país ou região, diagnosticando seu desenvolvimento e fixando um modelo de atuação, mediante estabelecimento de objetivos, metas e instrumentos, com os quais se pretende impulsioná-la, coordená-la e integrá-la ao conjunto macroeconômico em que se insere (EMBRATUR, 1992).

PRODUTO TURÍSTICO

Conjunto de atrativos, equipamentos e serviços turísticos, acrescido de facilidades, ofertado de forma organizada por um determinado preço. Rotas, roteiros e destinos turísticos podem se constituir em produtos turísticos, por exemplo.

PROMOÇÃO TURÍSTICA

Processo que dá suporte à comercialização turística, através da divulgação de serviço ou produto visando criar uma imagem positiva junto ao mercado consumidor.

REGIÃO TURÍSTICA

É o 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.

ROTEIRO TURÍSTICO

É o 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 equipamentos de hospedagem, alimentação, agenciamento, transporte, eventos, lazer etc.

SISTEMA DE TURISMO

Conjunto de procedimentos e doutrinas, ideias ou princípios, logicamente ordenados e coesos, com a intenção de descrever o funcionamento da atividade turística como um todo (BENI, 1987).

TURISMO DE AVENTURA

Movimentos turísticos decorrentes de práticas de atividades de aventura de caráter recreativo e não competitivo.

TURISMO CULTURAL

Atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura.

TURISMO DE NEGÓCIOS E EVENTOS

Compreende o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social.

TURISMO RURAL

Atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo patrimônio cultural e natural da comunidade.

TURISTA POTENCIAL

Projeção de tendência, do “perfil” e da origem dos futuros turistas, com base em levantamentos e análises realizadas a partir do conhecimento das características do turista real.

TRADE TURÍSTICO

São organizações privadas e governamentais atuantes no setor de “Turismo e Eventos” como os Hotéis, Agências de Viagens especializadas em Congressos, Transportadoras Aéreas, Marítimas e Terrestres, além de Promotores de Feiras, Montadoras e Serviços Auxiliares (tradução simultânea, decoração, equipamentos de áudio visuais, etc.) (EMBRATUR, 1995).

PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE RIO VERDE

