

Este processo também será fruto de reuniões da equipe e considerações da comunidade de Somiso, um trabalho coletivo cujo objetivo é o fechamento do documento que resultará no PETS.

3.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Os procedimentos consistem basicamente no trabalho coletivos de todos os profissionais envolvidos para as seguintes tarefas:

1º) ELABORAÇÃO DO NEGÓCIO, MISSÃO, OBJETIVOS E METAS A SEREM CUMPRIDAS A CURTO, MÉDIO E LONGO PRAZO:

- **Negócio:** corresponde basicamente à temática construída com base nos estudos realizados. É a definição generalizada da oferta, ou seja, o negócio a ser desenvolvido através de seu estudo, a identificação da demanda, análise da concorrência e competitividade, bem como o posicionamento estratégico pretendido.
- **Missão:** consiste em uma frase que resume a declaração da intenção, a finalidade do destino turístico – e a razão da sua existência. Neste sentido a missão indica a razão de ser da oferta turística responsável pelo desenvolvimento de um destino, devendo ser difundida a todos os atores envolvidos.

Percebe-se que sua característica recai, de certa forma à subjetividade e, sua finalidade apresenta-se temporalmente indefinida e constantemente alimentada.

- **Objetivos:** formam a base para alcançar os fins da organização, apresentando uma estrutura mais viável, com questões de longo prazo. A definição de um objetivo deve quantificar seu grau de importância, estabelecer um horizonte temporal de consecução e definir o âmbito objetivo e subjetivo específicos, como

decidir o desenvolvimento desejado, planejar o nível de inversão requerida e destacar a contribuição do turismo à economia local.

- **Metas:** revelam os fins do destino turístico. Por isso são bastante homogêneas e consistentes em relação aos destinos, apresentando questões (qualitativas e quantitativas) econômicas, sociais, culturais, ambientais e sobre a satisfação do turista.

Mais objetivas e delimitadas, as metas apresentam dados a serem alcançados em prazos menores e por isso elas costumam apresentar modificações temporais de acordo com a situação e objetivando alcançar sempre questões relacionadas à missão.

2º) ELABORAÇÃO DAS POLÍTICAS: DE PRODUTO, PREÇO, DISTRIBUIÇÃO E PROMOÇÃO DO DESTINO DE SORRISO (*Mix de Marketing*):

- **Política de Produto:**

A base para qualquer negócio é um produto ou serviço. Por isto, estes precisam apresentar diferenciação, ou seja, serem oferecidos de maneira melhor do que os oferecidos pela concorrência. A criação destas diferenças para ele está baseada nos seguintes aspectos:

- diferenças físicas: características, desempenho, adequação, durabilidade, confiabilidade, *design*, estilo e embalagem;
- diferenças de disponibilidade: os canais de distribuição, acessos a reservas, encomendas por telefone, correio, fax, ou internet;
- diferenças de serviços: entrega, instalação, treinamento, consultoria, manutenção e reparos;
- diferenças de preço: preços: muito alto, alto, médio, baixo e muito baixo;
- diferenças de imagem: símbolos, atmosfera, eventos e meios utilizados.

• Política de Preço:

Apesar do fato de que o preço representa a busca no aumento dos lucros por parte da oferta, MIDDLETON (2002) afirma que este é uma decisão vital no marketing e por isso sofre diversas influências. Especificamente no turismo, o autor (idem, p. 152) apresenta suas principais características de influência no preço:

- Alta elasticidade do preço nos segmentos dos mercados de lazer, recreação e viagens de férias.
- Longos períodos nos mercados de férias entre as decisões sobre os preços e as vendas dos produtos. Embora tais períodos de intervalo estejam caindo em média, doze meses ou mais ainda não são considerados períodos incomuns, quando os preços devem ser estipulados para serem impressos em brochuras distribuídas meses antes das compras feitas por clientes.
- Impossibilidade de estocagem para produtos e serviços, de forma que os varejistas não compartilham com produtores as responsabilidades financeiras e o risco de estoques não vendidos e, em sua maioria, não sejam responsáveis pelas decisões táticas de estabelecimento dos preços.
- alta probabilidade de flutuações a curto prazo imprevisíveis, porém grandes, em elementos de custos como no caso das taxas de câmbio e do preço do combustível para viagens aéreas.
- Quase certeza de cortes de preço táticos por parte de grandes concorrentes sempre que a oferta exceder a demanda.
- alta possibilidade de haver guerras de preços em setores como transporte, acomodação e operação de turismo, durante as quais pode desaparecer a lucratividade a curto prazo.

- Efeitos de regulamentação oficial, especialmente em setores como transporte, o que pode influenciar os preços.
- Necessidade de se estabelecer preços para períodos de temporada a fim de gerenciar a demanda em torno de um dado volume de capacidade a curto prazo.
- Alto nível de envolvimento psicológico dos clientes, especialmente com produtos de férias, nos quais o preço pode ser percebido como um símbolo de status, bem como de valor.
- Altos custos fixos de operação, que estimulam e justificam os enormes cortes de preços a curto prazo nas operações do serviço sempre que houver perspectiva de capacidade não-vendida de produtos perecíveis.
- Alto nível de vulnerabilidade a mudanças na demanda relacionada a eventos políticos e econômicos imprevistos.

• **Política de distribuição:**

Cada fornecedor deve decidir como tomar suas mercadorias disponíveis ao mercado-alvo. As duas escolhas são vender os bens os bens diretamente ou vende-los por meio de intermediários. Em um mesmo setor, encontramos ambas as modalidades de distribuição. (KOTLER, 2000, p. 129).

Esta reflexão remete ao setor turístico haja que sua comercialização pode ocorrer diretamente no destino, quando o turista, chega por meios próprios. Porém os canais de distribuição mostram-se consideravelmente importantes para a atividade turística.

As agências de viagens caracterizam-se como o principal canal de distribuição dos destinos turísticos.

As agências de viagem constituem-se assim, assim, em canais de distribuição dos produtos turísticos e estabelecem a ligação entre os prestadores ou fornecedores turísticos (hotéis, empresas de transportes, restaurantes, etc.) e o usuário final, o turista ou o viajante em geral. (REJOWSKI 2001).

Neste contexto a autora descreve que as agências podem assumir duas formas: como organizadoras de viagens, denominadas operadoras turísticas; como vendedores de serviços e produtos turísticos, denominadas agências vendedoras.

Como principais funções das agências (SCHÜTLER E WINTER APUD REJOWSKI), pontua-se:

- Intermediação de serviços de transporte, alojamento, alimentação e conexos, de forma isolada ou combinada;
- Desenvolvimento e execução de programas de viagem, combinados de diferentes serviços e equipamentos, na forma de um único produto turístico;
- assessoramento ao viajante na eleição de destinos turísticos, combinações de rotas, formas de alojamento, facilitação de documentação, expedição de bagagem, etc.

• **Política de promoção:**

Para KOTLER (2000, p. 136) a promoção *“cobre todas aquelas ferramentas de comunicação que fazem chegar uma mensagem ao público alvo”*. Neste sentido o autor enquadra tais ferramentas em cinco categorias, as quais ele considera bem amplas:

- **Propaganda:** entendida como a ferramenta mais poderosa para promover a conscientização das pessoas sobre uma empresa, um serviço ou uma idéia, haja vista a questão da relação entre custo, por milhares de pessoas que ela abrange, dificilmente ela é superada. Porém este sucesso só é alcançado quando os anúncios são criativos, o que pode tornar uma campanha publicitária responsável

pela construção de uma imagem que possibilite a aceitação ou até a preferência pelo produto comunicado. No caso do turismo, estas campanhas são mais comuns entre operadoras através de anúncios em jornais e revistas especializadas, além de *folders* e outras panfletagens encontradas nos canais de distribuição. Já o poder público utiliza com mais frequência os anúncios de TV para determinadas regiões brasileiras.

• **Promoção de vendas:** complementa de forma eficaz a propaganda anunciada, uma vez que esta primeira trabalha a mente do consumidor e a promoção de vendas, por sua vez, trabalha o comportamento. As ações que liquidação, parcelamentos sem juros monetários, brindes, entre outros, pode influenciar diretamente na motivação de compra do produto promovido. Hoje as promoções permitem, através de descontos e parcelamentos sem juros monetários, o aumento no fluxo de viagens, principalmente em relação aos transportes aéreos.

• **Relações públicas:** suas ações abrangem todos os setores da empresa, dentre eles o setor de marketing, podendo assim ser chamada de "Relações Públicas de Marketing" (RPM) cujas ferramentas pode ser classificadas como *PENCILS*:

P = publicações (revistas das empresas, relatórios anuais, manuais e panfletos úteis para o consumidor);

E = eventos (patrocínio de competições esportivas, atividades culturais e artísticas, congressos e feiras).

N = notícias (matérias favoráveis sobre a empresa, seus funcionários e seus produtos);

C = causas comunitárias (doação de tempo e dinheiro a obras de caridade);

I = identidade visual (papel timbrado, cartões de visita, uniformes e vestuário aconselhado);

L = social (boa reputação por ter um comportamento socialmente responsável).

A atividade turística transcende as ferramentas RPM, consoante seu relacionamento direto com o consumidor no momento da produção turística, o que

caracteriza uma relação pública direta e intensa tanto no que tange o próprio consumidor, como também a população receptora, observando sobretudo sua responsabilidade social em ambas esferas no seu processo de integração.

• **Força de Venda:** consiste a iniciativa do vendedor na busca e fidelização de clientes, potencializando a comunicação do produto através da personalidade no atendimento. Assim a informação torna-se dinâmica possibilitando a venda em menor tempo. No turismo, algumas agências dispõem de promotores de vendas ao consumidor final, porém a prática de promoção é mais freqüente entre os hotéis, companhias aéreas e operadoras turísticas às agências de turismo.

• **Marketing direto:** utiliza-se da super segmentação dos mercados dirigindo a comunicação do produto através de meios especializados. Como exemplo, o turismo hoje dispõe de canais de TV especializados que comunicam diversos produtos, além de revistas e sites os quais cada público específico procura o que deseja.

3º) CONSIDERAÇÕES FINAIS COM A DESCRIÇÃO DE QUESTÕES RELEVANTES A SEREM CONSIDERADAS NO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO LOCAL.

Tais considerações não necessitam de conceitos, haja vista serão descritas conforme as necessidades identificadas pelos profissionais envolvidos na elaboração do plano.

Profissionais, Atividades e Recursos Necessários

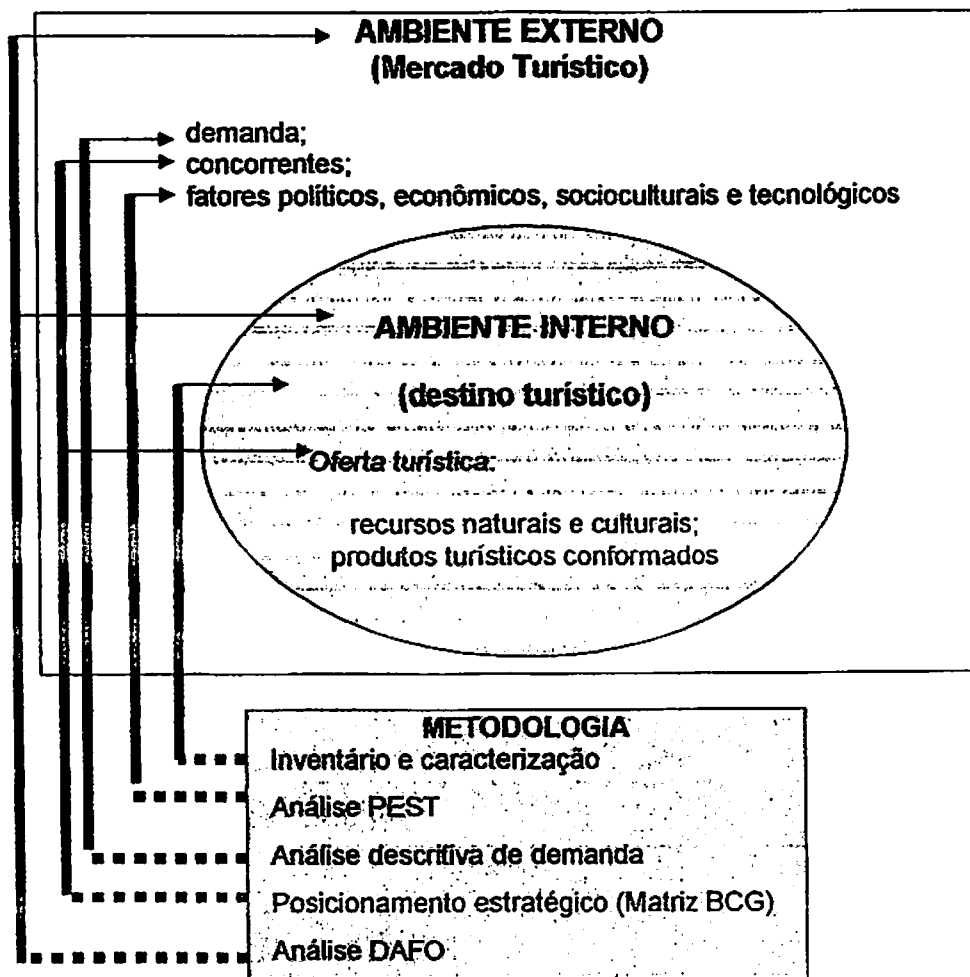
PROFISSIONAL	ATIVIDADES	EQUIPAMENTOS NECESSÁRIOS
Turismo	- Elaboração de propostas de acordo com a análise realizada. - Entrega final do PLANO ESTRATÉGICO DE TURISMO DE SORRISO.	- Passagens aéreas, hospedagem, alimentação laptop, pendrive, dados coletados no inventários, livro ata.
Recursos Culturais	- Elaboração de propostas de acordo com a análise realizada.	- Passagens aéreas, hospedagem, alimentação laptop, dados coletados no inventário.

PROFISSIONAL	ATIVIDADES	EQUIPAMENTOS NECESSÁRIOS
Recursos Naturais	- Elaboração de propostas de acordo com a análise realizada.	- Passagens aéreas, hospedagem, alimentação laptop, dados coletados no inventário.
Direito	- Elaboração de propostas de acordo com a análise realizada.	- Passagens aéreas, hospedagem, alimentação laptop, dados coletados no inventário.

Assim como na etapa anterior, as reuniões ocorrerão no escritório do IBCDTur para este projeto, no município de Sorriso ou na sede do IBCDTur, em Sorocaba, Estado de São Paulo, em datas a serem estipuladas consoante o cronograma do projeto, sendo realizados, no mínimo, três encontros da equipe, com quatro dias de duração.

Após este processo será finalizado o PETS contendo anexos e apêndices dentre outros elementos de acordo com normas a serem estabelecidas pela equipe técnica do IBCDTUR.

**CONTEXTUALIZAÇÃO DO ESTUDO DE MARKETING APLICADO AO
TURISMO PARA O MUNICÍPIO DE SORRISO.**



FONTE: BRUNELLI; L.H. (2007).

4. CRONOGRAMA

Para a elaboração do PETS pretende-se utilizar um cronograma informando basicamente as três etapas do projeto conforme a metodologia acima descrita, tendo como recorte temporal do ano de 2008.

Deste modo o cronograma segue criteriosamente as exigências do edital de concorrência 004/08 que rege a atividade de elaboração do PETS, conforme descrito nas páginas abaixo:

Cronograma de execução

META	ETAPA/FASE	ESPECIFICAÇÃO	INDICADOR FÍSICO		PREVISÃO DE EXECUÇÃO	
			UNID.	QUANT.	INÍCIO	TÉRMINO
ETAPA 01	INVENTÁRIO (pesquisas, planejamentos e levantamentos para o desenvolvimento do Plano Estratégico de Turismo do Município de Sorriso)	A. Identificação Geral do Município <ul style="list-style-type: none"> • Pesquisa em fontes secundárias; • Pesquisa qualitativa com os órgãos do município e entidades (prefeitura, secretarias, associações, escolas, faculdades, entre outros) • Coordenação de Oficina de sensibilização e reunião para coleta de dados; B. Identificação dos fluxos migratórios dos residentes e Identificação dos desequilíbrios sócio-econômicos; <ul style="list-style-type: none"> • Pesquisa quantitativa com residentes da região (família de colonizadores e outros); C. Identificação do Ambiente Cultural <ul style="list-style-type: none"> • Pesquisa qualitativa com envolvidos com a cultura do município; • Pesquisa em fontes secundárias; • Contextualização histórica e cultural da cidade; • Inventário do patrimônio cultural de bens materiais e imateriais. D. Identificação do Ambiente Natural/Rural <ul style="list-style-type: none"> • Pesquisa qualitativa com responsáveis pela gestão dos impactos em áreas naturais; • Pesquisa qualitativa com responsáveis pelas propriedades rurais do município; • Pesquisa em fontes secundárias. • Caracterização Geomorfológica (fauna-flora) relacionada com o Turismo 	Horas	160	06/2008	06/2008
			Horas	182	06/2008	06/2008
			Horas	80	06/2008	06/2008
			Horas	120	06/2008	06/2008

ETAPA 01	INVENTÁRIO (pesquisas, planejamento e levantamentos para o desenvolvimento do Plano Estratégico de Turismo do Município de Sorriso)	E. Identificação do Ambiente Jurídico Municipal <ul style="list-style-type: none"> • Análise da Legislação existente; • Estruturação adm. da Secretaria de Turismo; • Criação/(re)estruturação do COMTUR – Conselho Municipal de Turismo e FUMTUR – Fundo Municipal de Turismo. 	Horas	182	05/2008	07/2008
		F. Identificação e Dimensionamento da Infra-Estrutura Municipal <ul style="list-style-type: none"> • Identificação das vias de acesso e empresas de transporte; • Pesquisa quali-quantitativa "in loco"; • Pesquisa em fontes secundárias. 	Horas	80	08/2008	07/2008
		G. Identificação e Dimensionamento da Cadeia Produtiva do Turismo Municipal, da rede de relacionamento entre os atores envolvidos com o setor, da estrutura organizacional e do modelo de gestão do turismo municipal, dos canais de distribuição e da comunicação. <ul style="list-style-type: none"> • Pesquisa em fontes secundárias; • Pesquisa quali-quantitativa com o "trade" municipal existente; • Pesquisa quali-quantitativa com os fornecedores; • Pesquisa qualitativa com membros do poder público da região; • Pesquisa qualitativa com lideranças comunitárias; • Pesquisa qualitativa com canais de distribuição externos. 	Horas	220	06/2008	07/2008
		H. Levantamento e Identificação da oferta turística municipal original e agregada <ul style="list-style-type: none"> • Pesquisa quali-quantitativa "in loco"; • Inventário dos atrativos reais e potenciais; • Pesquisa em fontes secundárias. 	Horas	220	06/2008	07/2008
			Horas	348		

ETAPA 01	INVENTÁRIO (pesquisas, planejamento e levantamentos para o desenvolvimento do Plano Estratégico de Turismo do Município de Sorriso)	I. Análise da rede de relacionamento envolvida com o setor <ul style="list-style-type: none"> • Membros do poder público municipal; • Lideranças Comunitárias; • Canais de Distribuição. J. Caracterização e perfil da demanda turística municipal <ul style="list-style-type: none"> • Demanda efetiva; • Demanda potencial; • Demanda de contagem; • Oferta agregada; • Oferta original. 	Horas	2400	06/2008	07/2008
ETAPA 02	DIAGNÓSTICO (Análise das Pesquisas e Planejamento Estratégico)	A. ANÁLISE PEST: análise dos aspectos políticos, econômicos, socioculturais e tecnológico, observando tanto o ambiente interno (o próprio município) e ambiente externo (aspectos nacionais e internacionais que interferiram no processo de conformação e gestão turística agregando valor ao agro-negócio através de ações integradas entre os dois setores B. ANÁLISE DAFO/SWOT: análise em eixos temáticos, dos pontos fortes e pontos fracos, oportunidades e ameaças do município e região para o desenvolvimento turístico. C. MATRIZ BCG: identificação dos produtos potenciais e seu posicionamento estratégico para futura oferta de acordo com as tendências de demanda.	Horas	40	07/2008	08/2008
ETAPA 03	PROGNÓSTICO (Desenvolvimento dos Planos de Ação e Implementação)	A. Elaboração da missão, dos objetivos e das metas a serem cumpridas em longo, médio e curto prazos através do desenvolvimento dos planos:	Horas	360	08/2008	10/2008

ETAPA 03	<p align="center">PROGNÓSTICO (Desenvolvimento dos Planos de Ação e Implementação)</p>	<p>B. Elaboração das políticas: de produto, preço, distribuição e comunicação do destino de Sorriso de acordo com o conteúdo delineado no item "A";</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desenvolvimento do Plano de Segmentação do mercado e de formatação de produtos turísticos regionais; - Desenvolvimento do Plano de Regionalização Turística externa; - Desenvolvimento do Plano para o Incremento dos Canais de Distribuição; - Desenvolvimento do Plano para a Construção da "Marca do Município". <p>C. criação dos programas para efetivação das políticas criadas.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Programa de Captação de recurso e investimentos no setor; - Programa de Desenvolvimento da Infra-Estrutura; - Programa de Regulamentação e Certificação do Turismo Municipal; - Programa de Monitoramento das Ações Municipais; - Programa de amenização da sazonalidade e melhoria da distribuição geográfica do turismo; - Programa de qualificação da mão-de-obra municipal; - Programa de melhoria da eficiência da mão-de-obra municipal; 	Horas	464	08/2008	10/2008
TOTAL GERAL	Etapas 01, 02 e 03	Inventário, Diagnóstico e Prognóstico	Horas	5484	06/2008	10/2008

REFERÊNCIAS

BADARO, R.A.L. **Direito do turismo**. São Paulo: Senac, 2ª ed., 2005.

BADARO, R.A.L. **Direito do turismo: perspectivas para o século XXI**. São Paulo: IBCDTur, 2006.

MEDLIK, S.(orgs). **Turismo e hospitalidade no século XXI**. Barueri: Manole, 2003, p.251-256.

ÁVILA, M.A.; GÂNDARA, J.M.G.; HARO, M.G.; HARO, C.S. **Oportunidades y propuestas para la diversificación de un tradicional destino de sol y playa a un destino de ocio activo: un análisis de la ciudad de Florianópolis – Brasil**. IX CONGRESO DE TURISMO UNIVERSIDAD Y EMPRESA SOL, PLAYA Y TURISMO RESIDENCIAL. Castellón, Espanha, 2006.

BIGNÉ ALCAÑIZ; AULET F; SIMÓ, L.A. **Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo**. Madrid: Esic, 2000, 543 p.

BRUNELLI, L.H. **CARACTERIZAÇÃO E ANÁLISE DO PRODUTO TURÍSTICO COSTA DO DESCOBRIMENTO: uma abordagem acerca do patrimônio cultural**. Ilhéus: UFBA/UJESC, 2007, 248 p.

CHIAS, J. **El negocio de la felicidad**. Madrid: Prentice Hall, 2005, 207 p.

EJARQUE, J. **Destinos turísticos de éxito**. Madrid: Pirámide, 2005, 389 p.

GÂNDARA, J.M.G. **El papel de las acciones comunicativas en el marketing de los destinos turísticos**. Disponível em: <<http://www.obsturpr.ufpr.br/>>, acesso em: 11 nov. 2006.

_____. **A sociedade dos sonhos**. Porto Seguro: palestra proferida em 27 de junho de 2006.

_____; CAMPOS, C. J.; CAMARGO, L. A. R.; BRUNELLI, L. H. **Viabilizando a relação entre a cultura e o turismo: diretrizes para o estabelecimento de políticas integradas entre os dois setores**. Turismo. Visão e Ação (Itajaí), v. 8, p. 129-140, 2006

_____. **Diagnóstico turístico de Foz do Iguaçu**. Foz do Iguaçu, 2006.

GARCÍA-MAS, A.; GARCÍA-MAS, A. **La mente del viajero**. MADRID: Thompson, 2005, 228 p.

KOTLER, P. **Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

_____. **Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados**. São Paulo: Futura, 2002.

_____. ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing**. São Paulo: Atlas, 1999.

_____. BOWEN, J. MAKENS, J. **Mercadotecnia para hotelaria y turismo**. Edo México: Prentice Hall, 1997.

MARTÍNEZ, B. A. **Los canales de distribución en el sector turístico**. Madrid: Esic, 2002, 199 p.

MIDDLETON, V. T. C. **Marketing de turismo: teoria e prática**. Rio de Janeiro: CAMPUS, 2002, 534 p.

_____. Qual o caminho para as atrações turísticas? IN: LOCKEOD, A.; MEDLIK, S.(orgs). **Turismo e hospitalidade no século XXI**. Barueri: Manole, 2003, p.205-215.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Programa de regionalização do turismo: diretrizes operacionais**. Brasília: 2004.

MOESCH, M. M. **A produção do saber turístico**. São Paulo: Contexto, 2002, 144 p.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. **Introducción al turismo**. Madrid: OMT, 1998.

PINE, J., GILMORE, J. **The Experience Economy**. Boston: Harvard Business School Press, 1999.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SORRISO. **Sorriso: O gigante do afro-negócio e da responsabilidade social**. Sorriso, 2006.

ROSS, G. F. **Psicologia do Turismo**. São Paulo: Contexto, 2002, 173 p.

SERRA, A. C. **Marketing turístico**. Madrid: Pirámide, 2002, 393 p.

VALLS, J.F. **Las claves del mercado turístico**. Bilbao: Deusto, 1996.

_____. **Gestión de destinos turísticos sostenibles**. Barcelona: Gestión 2000, 2004.

VAZ, G.N. **Marketing turístico: receptivo e emissor**. São Paulo: Thompson, 1999.

VICUÑA ANCÍN, J.M.S. **El plan de marketing en la práctica**. Madrid: Esic, 2003.

WIKIPÉDIA. **Dados de Sorriso**. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Sorriso>. Acesso em: 20 de jan. 2007.

ANEXOS (Formulários para pesquisa)

ANEXO 1

**ANÁLISE ESTRUTURAL E MERCADOLÓGICA DA OFERTA
TURÍSTICA DE SORRISO – MT.**

1- IDENTIFICAÇÃO

Nome:

Localização:

Proprietário ou gerente:

2- CARACTERIZAÇÃO

Tipologia:

Classificação:

Nº de UH (quando hotéis):

Setores fixos:

Setores terceirizados:

Quadro de funcionários:

.....

.....

Equipamentos de lazer:

.....

3- ÁREA DE A&B (quando hotéis)

3.1 – TIPOS DE SERVIÇOS (BAR, COZINHA, ROOM SERVICE...)

Tipos de pratos:

.....
Tipos de bebidas:

.....
Quadro de funcionários:

.....
Público interno:

Público externo:

Qualificação da mão-de-obra:

4- INDICADORES:

Taxa de ocupação anual/sazonalidade:

Perfil do público alvo:

Pólos emissores por ordem de importância:

5- GESTÃO:

Pontos fortes:

Pontos fracos:

Planejamento (como acontece):

.....
.....

Perspectivas:

.....
.....

Divulgação:

Distribuição/comercialização (agências de viagem, operadoras, promotores de venda):

.....

Qualificação da mão-de-obra:

.....

Como analisa a oferta turística de Sorriso (concorrência, incentivo do poder público, distribuição da demanda, taxa de ocupação anual...)

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

ANEXO 2

**FOMULÁRIO DE AVALIAÇÃO E CLASSIFICAÇÃO DE ATRATIVOS
TURÍSTICOS**

ATRATIVO:

.....

CLASSIFICAÇÃO: () Natural () Cultural
 () Real () Potencial

ESTRATÉGIAS	DIRETRIZES	PRAZOS

ANEXO 3

FORMULÁRIO INVENTÁRIO DE ATRATIVOS NATURAIS		
CATEGORIA: NATURAL	TIPO:	CÓD:
1 - IDENTIFICAÇÃO E LOCALIZAÇÃO		
NOME:		
LOCALIZAÇÃO:		
<input type="checkbox"/> ATRATIVO LOCALIZADO EM ÁREA URBANA	<input type="checkbox"/> ATRATIVO LOCALIZADO FORA DA ÁREA URBANA Localidade mais próxima: Distância:	
<input type="checkbox"/> Propriedade privada <input type="checkbox"/> Propriedade pública	RESPONSÁVEL PELA ADMINISTRAÇÃO (entidade):	
2 - ACESSIBILIDADE AO ATRATIVO		
TIPOS DE ACESSOS POSSÍVEIS ATÉ O ATRATIVO		
<input type="checkbox"/> Rodoviário	<input type="checkbox"/> Aéreo	Obs:
<input type="checkbox"/> Pavim. <input type="checkbox"/> Não Pavim.	<input type="checkbox"/> Ferroviário	
<input type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Precário	<input type="checkbox"/> Hidroviário	

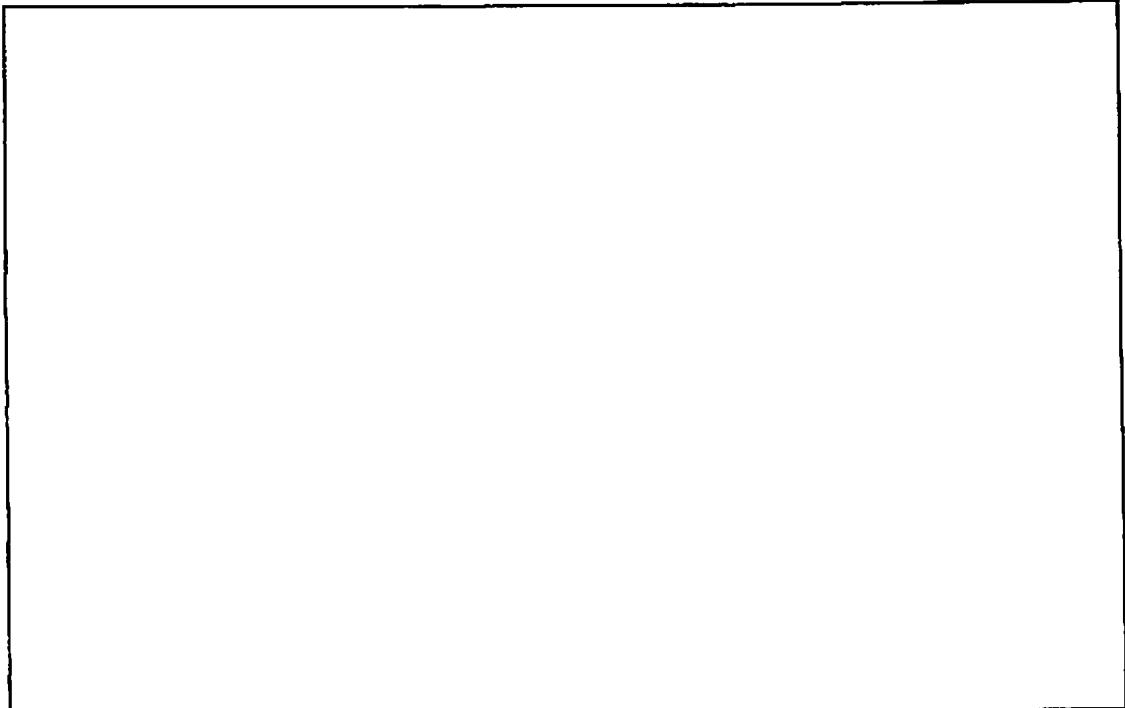
ACESSO MAIS UTILIZADO:	
TRANSPORTES URBANOS REGULARES ATÉ O ATRATIVO <input type="checkbox"/> Existente <input type="checkbox"/> Não Existente <input type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Precário	Obs:
TIPOS	
<input type="checkbox"/> Ônibus urbanos locais Linhas: Freqüência:	<input type="checkbox"/> Táxis <input type="checkbox"/> Vans/Kombi <input type="checkbox"/> Barcos <input type="checkbox"/> Outros. Qual?
3 - PERÍODOS DE FUNCIONAMENTO:	
<input type="checkbox"/> Permanente <input type="checkbox"/> Temporário Meses: <input type="checkbox"/> jan <input type="checkbox"/> fev <input type="checkbox"/> mar <input type="checkbox"/> abr <input type="checkbox"/> mai <input type="checkbox"/> jun <input type="checkbox"/> jul <input type="checkbox"/> ago <input type="checkbox"/> set <input type="checkbox"/> out <input type="checkbox"/> nov <input type="checkbox"/> dez Horários:	
Ingressos: <input type="checkbox"/> Pago R\$ <input type="checkbox"/> Gratuito	
4 - CARACTERÍSTICAS DA DEMANDA DE VISITANTES ATUAL	
ORIGENS DOS VISITANTES	Obs:
<input type="checkbox"/> Internacional <input type="checkbox"/> Nacional	<input type="checkbox"/> Estado - citar: <input type="checkbox"/> Municípios Vizinhos

<input type="checkbox"/> Regional	<input type="checkbox"/> Local			
5 - EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS				
<input type="checkbox"/> Locais para alimentação	<input type="checkbox"/> Visitas guiadas			
<input type="checkbox"/> Sinalização	<input type="checkbox"/> Equip. para prática de esportes			
<input type="checkbox"/> Sanitários Masc. e Fem.	<input type="checkbox"/> Serviço de Segurança			
<input type="checkbox"/> Estacionamento	<input type="checkbox"/> Outros. Citar:			
<input type="checkbox"/> Serviço de limpeza				
6 - ATIVIDADES REGULARMENTE OCORRENTES NO ATRATIVO				
<input type="checkbox"/> Eventos esportivos	<input type="checkbox"/> Outras atividades. Citar:			
<input type="checkbox"/> Eventos culturais				
<input type="checkbox"/> Caminhadas				
<input type="checkbox"/> Prática de esportes. Citar:				
7 - AVALIAÇÃO DO ATRATIVO				
	Bom	Regular	Ruim	Obs:
Dimensão	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Beleza Cênica de	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Formação	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Conjunto Paisagístico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Vegetação Local	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

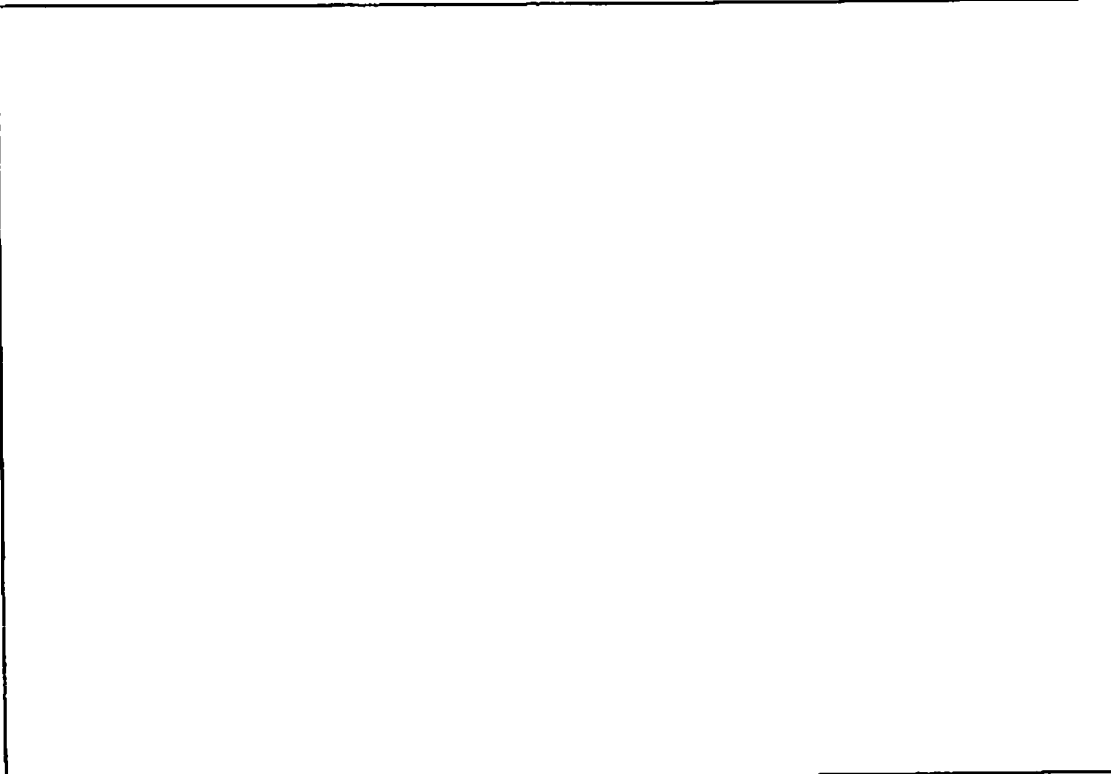
Acesso	()	()	()	
Equipamentos Turísticos	()	()	()	
Conservação e Limpeza	()	()	()	
Informação e Sinalização	()	()	()	
8 - CARACTERÍSTICAS TURÍSTICAS RELEVANTES				
Descrição:				
9 - REGISTRO FOTOGRÁFICO				
PESQUISA DE GABINETE	PESQUISA DE CAMPO	REGISTRO FOTOGRÁFICO	DATA	

ANEXO 4

INVENTÁRIO DE IDENTIFICAÇÃO DE BENS IMÓVEIS	
Denominação:	Código de identificação:
Localização:	Município:
Época da construção: _____	MAPA DE LOCALIZAÇÃO:
Estado de conservação/ grau de caracterização: () excelente () bom () regular () péssimo	
Uso original: _____	
Uso atual: _____	
Categoria: _____	
Proteção existente/ proposta: _____ _____	
Propriedade: _____	
Situação e ambiência:	

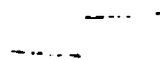
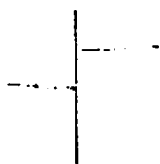


Descrição arquitetônica/ identificação gráfica:



Informações históricas:
Informações complementares:

Documentação fotográfica:



Fontes:

GUIA DE PREENCHIMENTO DO FORMULÁRIO DE INVENTÁRIO

- **Denominação:** Campo reservado à denominação do imóvel.

Exemplos: *Prefeitura Municipal, Santa Casa de Misericórdia, Solar da Família Souza*. Caso não haja denominação específica, utilizar a denominação de uso para o qual o imóvel foi projetado, com alguma característica que o especifique.

Exemplos: *Residência Amarela, Comércio, Armazém do João, Estação ferroviária;*

- **Código de identificação:** Se já houver o inventário do imóvel, utiliza-se a mesma identificação. Caso não haja, deve-se criar um critério de identificação de todos os bens que serão inventariados.

Exemplo: 001, 002 ...

- **Localização:** Campo reservado ao endereço do imóvel.

Especificar a localização do imóvel e sua respectiva numeração, rua, largo, praça ou localidade, bairro.

- **Município:** Campo reservado à denominação do município onde está sendo realizado o inventário.

- **Estado de conservação/ grau de caracterização:** Campo reservado à avaliação do estado de preservação do imóvel. A análise do estado de preservação objetiva identificar e qualificar a degradação física do imóvel e diagnosticar o seu grau de comprometimento.

EXCELENTE - A edificação mantém sua integridade estético/formal e físico/construtiva com todos os elementos físicos e estruturais, desempenhando suas funções: vidros janelas, portas e principalmente o sistema estrutural.

BOM - A edificação mantém a integridade estrutural, mas apresenta problemas de ordem física. A dimensão destes problemas deve se limitar a vidros quebrados, pinturas desgastadas, elementos de cobertura e/ou entelhamento danificados, dentre outros.

REGULAR - A edificação apresenta problemas estruturais e físicos que começam a comprometer a integridade do imóvel. Estes problemas

são reversíveis, mas demandam análise e diagnóstico específicos a serem realizados por um responsável técnico capacitado. Apesar dos problemas apresentados, a edificação não se encontra em processo de arruinamento.

PÉSSIMO - Em processo de arruinamento, já apresentando um quadro praticamente irreversível.

- **Uso original:** Campo reservado ao uso para qual o imóvel foi construído. (Ver uso atual)

- **Uso atual:** Campo reservado ao uso atual do imóvel:

Exemplos: Residencial

Institucional: Creches, hospitais, escolas...

Industrial: Fábricas, indústrias...

Serviço: Posto telefônico, correio, banco...

Comercial: Bar, restaurante, livraria, lojas...

Outros, especificar a função de uso do imóvel

- **Categoria:** Campo reservado para o registro da categoria do patrimônio imóvel, que subdivide-se em:

Arquitetura civil: edificações públicas (oficial) ou privada, urbanas ou rurais, com funções de residência, ensino e pesquisa, serviço e comércio;

Arquitetura religiosa/funerária: assenta essencialmente nos edifícios de funções sagradas e/ou funerária

Arquitetura Industrial: edificações destinadas às funções de produção industrial.

Arquitetura Militar: considerada com um ramo da arquitetura destinada à edificações de estruturas defensivas.

- **Proteção existente/ proposta:** Campo reservado ao registro da instância de proteção jurídica a que o imóvel se encontra submetido.

- Em caso de Tombamento Federal, especificar a data e o número de inscrição no(s) respectivo(s) Livro(s) de Tombo.

- Em caso de Tombamento Estadual, especificar o número e a data do Decreto.

- Em caso de Tombamento Municipal, especificar o número e a data da Lei.

Exemplos: Federal, Estadual, Municipal, Nenhuma

- No caso de não existir nenhuma proteção, indicar proposta de proteção para o imóvel.

Exemplos: Tombamento federal, estadual, municipal; restrições de uso e ocupação; inventário.

- **Propriedade:** Campo reservado ao nome do proprietário do imóvel e/ou espólio (bem que foi deixado por herança). Indicar o proprietário ou especificar o direito de propriedade.

Exemplos: Propriedade pública;

Propriedade privada: particular ou eclesiástica

- **Mapa de localização:** Campo reservado para identificação espacial do imóvel, através do mapa da localidade.

- **Situação e ambiência:** Campo reservado à análise e caracterização do entorno do imóvel. A análise do entorno tem o objetivo de locar o imóvel inventariado no contexto urbano, ou seja, a sua situação no conjunto arquitetônico e este, na paisagem urbana e histórica, as construções adjacentes e os eixos de visada do imóvel (o que é visto e de onde é visto).

CONSTRUÇÕES ADJACENTES: Observar a volumetria, a implantação, tipo de ocupação predominante (afastamentos, acessos, relação com a rua), edificações em destaque e tendência ao adensamento ou substituição. Observar, principalmente, a qualificação arquitetônica das edificações vizinhas.

EQUIPAMENTOS URBANOS: Observar os equipamentos urbanos existentes: a arborização, o passeio, a rua, esgoto, água, iluminação pública, etc.

OBSERVAÇÕES:

1º) Entende-se por volumetria das edificações, o número de pavimentos que elas possuem. Entende-se por implantação a disposição das edificações em relação à topografia do terreno: em declive, em aclave, terreno plano; abaixo, acima ou no nível da rua.

2º) Entende-se por tendência ao adensamento, as edificações que estão sujeitas a implantarem um segundo ou terceiro pavimento, ou que possuam um afastamento expressivo que possibilite a implantação de um novo volume no terreno.

3º) Entende-se por substituição as edificações que estão condenadas a desaparecer devido a uma demanda de renovação urbana ou em razão do péssimo estado de conservação em que ela se encontra.

4º) Relatar a proximidade da edificação com monumentos e/ou marcos referenciais da cidade.

- Descrição arquitetônica/ identificação gráfica: Campo reservado à descrição do imóvel, apontando suas características estilísticas e construtivas.

TIPOLOGIA DOMINANTE - Singularidade estilístico-formal: colonial, eclético, neo-colonial, art-déco, moderna, outros

TIPOLOGIA CONSTRUTIVA - Partido e sistema construtivo

PARTIDO - Planta: Regularidade, formato, proporções, outros

Volumetria: Nº de pavimentos, proporções, outros

Implantação: Recuada do alinhamento, em adro, encosta, afastamentos, outros

Terreno: em aclave, em declive, plano; acima, abaixo ou ao nível da rua

SISTEMA CONSTRUTIVO - Estrutura: Autônoma, mista, outros

Alvenaria: Adobe, pedra, pau-a-pique, tijolo, outros

Vãos: Enquadramento, vedação, outros

Pisos: Tabuado corrido, pedra, lajota

Forros: Saia-e-camisa, esteira, estuque, outros

Cobertura: Águas, beirais, platibanda, cumeeira, materiais e outros

TIPOLOGIA ESTILÍSTICO-FORMAL

Composição de fachadas e ornamentação

Descrição da composição estético-formal da(s) fachada(s), caracterizando seus elementos ornamentais

- **Informações históricas:** Campo reservado ao registro de dados históricos do imóvel, como data ou época de construção; nome(s) do(s) projetista(s) e/ou artista(s); nome de proprietários e datas que adquiriram; alterações de uso; outros.
- **Informações complementares:** Campo reservado a toda e qualquer informação complementar, não contempladas nos campos anteriores, mas relacionadas às estruturas arquitetônicas e urbanísticas do município ou distrito analisado.
- **Documentação Fotográfica:** Campo reservado para o registro fotográfico da edificação, incluindo os afastamentos no alinhamento da rua e, se necessário, o entorno imediato e imagens antigas que revelem intervenções ao longo do tempo.
- **Fontes:** Campo reservado ao registro das fontes bibliográficas e arquivísticas pesquisadas e/ou utilizadas no preenchimento da ficha de inventário, obedecendo às normas de citação bibliográfica;

ANEXO 5**FORMULÁRIOS DE PESQUISA COM DEMANDA**
FORMUÁRIO 1 - Demanda segundo o perfil do turista

	NACIONAL	INTERNACIONAL	GERAL
ORIGEM			
SEXO MASCULINO			
SEXO FEMININO			
FAIXA ETÁRIA MÉDIA (anos)			
PROFISSÃO			
FUNCIONÁRIO PÚBLICO			
PROFISSIONAL LIBERAL			
COMERCIANTE			
ESTUDANTE			
INDUSTRIAL			
OUTROS			
ESCOLARIDADE			
SEM INSTRUÇÃO FORMAL			
1º GRAU			
2º GRAU			
PÓS-MÉDIO			
SUPERIOR			
PÓS-GRADUAÇÃO			
OUTROS			
ATIVIDADE ECONÔMICA			
EMPREGADO SETOR PRIVADO			
EMPREGADO SETOR PÚBLICO			
PROFISSIONAL LIBERAL			
EMPRESÁRIO			
MERCADO INFORMAL			
DESEMPREGADO			
OUTROS			
RENDA MÉDIA (R\$)			

FORMULÁRIO 2 – Demanda segundo a decisão de compra

	NACIONAL	INTERNACIONAL	GERAL
MOTIVO DA VIAGEM			
PASSEIO			
VISITA À PARENTES/AMIGOS			
CONGRESSO/CONVENÇÃO			
NEGÓCIOS			
TRABALHO			
SAÚDE			
RELEGIÃO			
OUTROS			
FORMA DE VIAJAR			
SÓ			
COM AMIGOS			
COM FAMÍLIA			
EM EXCURSÃO			
ORGANIZAÇÃO DA VIAGEM			
AGÊNCIA			
INDIVIDUAL			
GASTO MÉDIO/PACOTE (US\$)			
FATOR DECISÓRIO			
ATRATIVOS NATURAIS			
ECOTURISMO			
TURISMO RURAL			
MANIFESTAÇÕES POPULARES			
PATRIMÔNIO HISTÓRICO/CULTURAL			
PREÇO FAVORÁVEL			

FORMULÁRIO 3 - Demanda segundo o veículo de comunicação do produto

	NACIONAL	INTERNACIONAL	GERAL
INFLUÊNCIA NA DECISÃO DA VISITA			
COMENTÁRIO DE			
AMIGOS/PARENTES			
AGÊNCIA DE VIAGEM			
TV			
OUTRAS MÍDIAS			
JÁ CONHECIA			
INTERNET			
STAND EM FEIRAS			
ROAD SHOW			
OUTROS			

FORMULÁRIO 4 - Demanda segundo meio de transporte e meio de hospedagem utilizados

	NACIONAL	INTERNACIONAL	GERAL
MEIO DE TRANSPORTE UTILIZADO			
ÔNIBUS DE LINHA			
ÔNIBUS FRETADO			
AUTOMÓVEL			
AVIÃO DE VOO REGULAR			
AVIÃO DE VOO CHARTER			
NAVIO			
OUTROS			
MEIO DE HOSPEDAGEM UTILIZADO			
HOTEL			
APART-HOTEL			
POUSADA			
CASA/APARTAMENTO ALUGADO			
CASA PRÓPRIA			
PENSÃO/HOSPEDARIA			
AMIGO/PARENTE			
CAMPING			
ALBERGUE			
OUTROS			

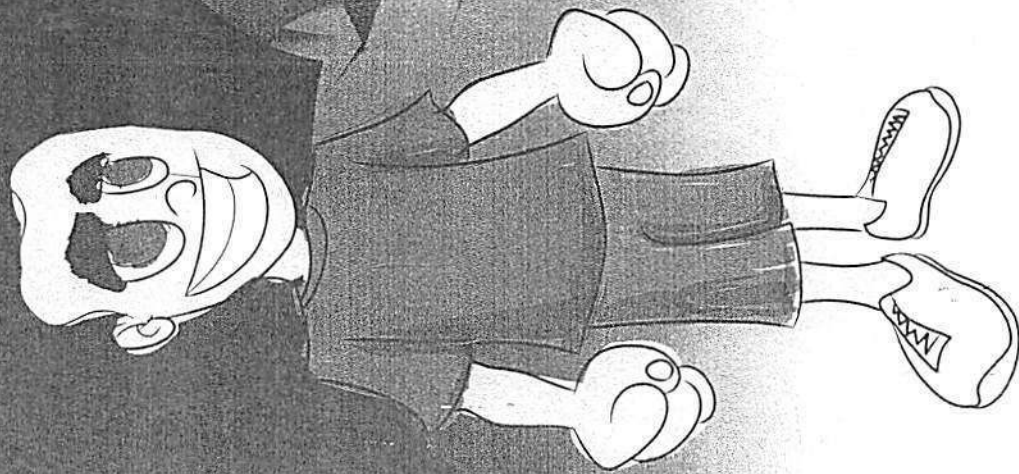
FORMULÁRIO 5 - Demanda segundo os gastos

	NACIONAL	INTERNACIONAL	GERAL
GASTO/DIA (US\$)			
ESTRUTURA DOS GASTOS (%)			
HOSPEDAGEM			
ALIMENTAÇÃO			
TRANSPORTE LOCAL			
DIVERSÃO/ENTRETENIMENTO			
COMPRAS			
OUTROS			

FORMULÁRIO 6 - Demanda segundo o tempo de permanência e expectativa

	NACIONAL	INTERNACIONAL	GERAL
TEMPO DE PERMANÊNCIA (dias)			
FREQÜENCIA DA VISITA			
PRIMEIRA VEZ			
NÃO ERA A PRIMEIRA VEZ			
IMAGEM ANTERIOR À VISITA			
ÓTIMA			
BOA			
REGULAR			
RUIM			
PÉSSIMA			
QUALIDADE (quanto às expectativas)			
MUITO MELHOR			
POUCO MELHOR			
PERMANECE IGUAL			
POUCO PIOR			
MUITO PIOR			
NÃO SE APLICA			

Caderno de Turismo **SORRISO - MT**



Realização



Prefeitura Municipal de
SORRISO

www.sorriso.mt.gov.br

IBCDTur

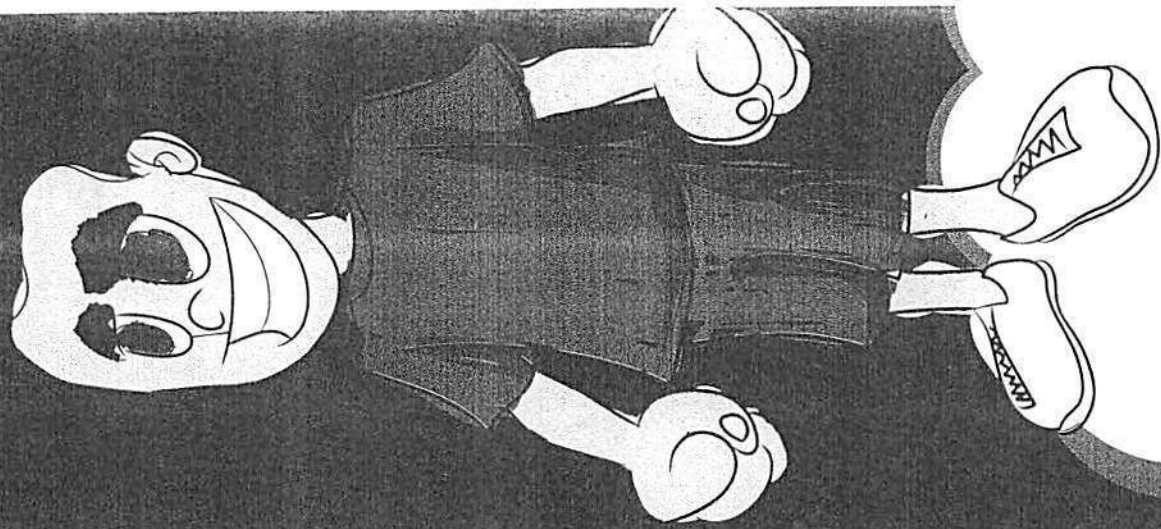
Instituto Brasileiro de Ciências e
Direito do Turismo

Apoio

Ministério
do Turismo



Caderno de Turismo **SORRISO - MT**



IBCDTur

Instituto Brasileiro de Ciências e
Direito do Turismo

Coordenação Geral

Rui Aurélio De Lacerda Badaró
Presidente do IBCDTur

Presidente da Sidetur – Sociedade Ibero-americana de Direito do Turismo
Doutorando em Direito Internacional pela Universidade Católica de Santa Fé
Mestre em Direito internacional pela Universidade Metodista de Piracicaba
DESS em Direito do Turismo pela Université de Paris 1 – Sorbonne Panthéon
Consultor UNESCO (Projeto UNESCO/BRA/2007) para o Ministério do Turismo (2005 a 2007)

Camile De Luca Badaró
Secretária-Geral IBCDTur

Bacharel em Ciências Jurídicas e Sociais pela PUC/RS
Consultora UNESCO (Projeto UNESCO/BRA/2007) para o Ministério do Turismo
(2005 a 2007)

Coordenador Técnico

Luis Henrique Brunelli
Vice-Presidente do IBCDTur

Mestre em Cultura e Turismo pela UFBA/UESC
Bacharel em Turismo pela PUC Campinas
Pesquisador do CIRET – Centre Internationale de Recherches Touristiques

Consultores

Leonardo Thompson
Mestre em Cultura e Turismo pela UFBA/UESC
Bacharel em Geografia pela PUC-MG

Thaís Vinhas
Mestre em Cultura e Turismo pela UFBA/UESC
Licenciada em História pela UESC-BA

Fernando Leme Sanches
Especialista em Relações Internacionais e Turismo pela OMT
Advogado

Assessoria Editorial

MitZitrone Produtora de Idéias

Capa

Igor Ferreira Silva

Diagramação

Igor Ferreira Silva

Advertência

O presente documento é o resumo do **PETS – PLANO ESTRATÉGICO DE TURISMO DE SORRISO**, que pode ser encontrado junto à **Prefeitura do Município de Sorriso**. O mesmo não substitui o documento completo, sendo necessária sua leitura para a plena compreensão do plano desenvolvido.



APRESENTAÇÃO

O presente **Plano Estratégico de Turismo – PETS**, foi desenvolvido pelo **Instituto Brasileiro de Ciências e Direito do Turismo – IBCDTur** para o município de Sorriso-MT.

O **PETS** traz uma estrutura inovadora, pautada na elaboração de um produto turístico global para **Sorriso**.

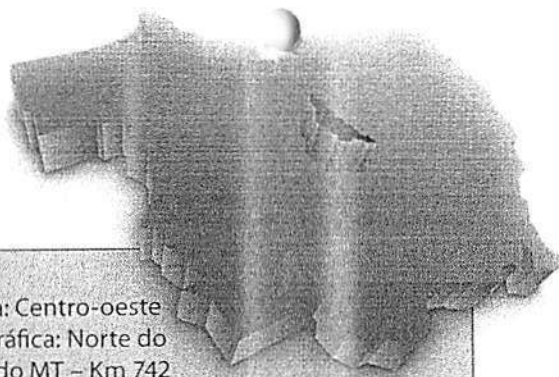
Com foco em uma proposta de sustentabilidade, o **IBCDTur** apresenta o **PETS**, com metodologia baseada na identificação e análise da situação atual de **Sorriso** em relação ao seu desenvolvimento turístico, com a consequente propositura de ações para o melhor aproveitamento da atividade, resultando em alternativa que contribui para o agronegócio, dentre outros setores econômicos do município.

Deste modo, o **IBCDTur** e a **Prefeitura Municipal de Sorriso**, agradecem a colaboração recebida da sociedade e convidam para a leitura e reflexão do presente trabalho.

SUMÁRIO

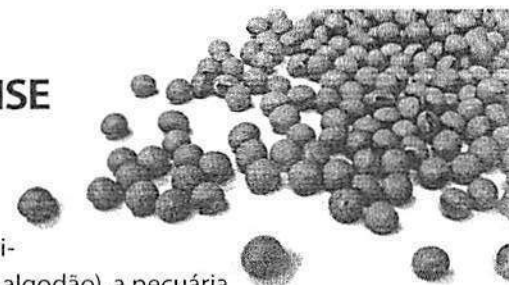
Apresentação	04
Informações territoriais de Sorriso	06
A economia sorrisense	07
O plano estratégico de turismo de Sorriso	07
O caderno de turismo de Sorriso	09
Projeções	09
O prognóstico turístico de Sorriso	10
Os 12 passos para o desenvolvimento turísticos de Sorriso	10
As políticas de preço, distribuição e promoção do turismo sorrisense	11
Programa 1	13
Programa 2	15
Programa 3	16
Programa 4	17
Programa 5	18
O controle dos programas para o sucesso do PETS	18
Como controlar	19
Mensagem	19

INFORMAÇÕES TERRITORIAIS DE SORRISO



LOCALIZAÇÃO	<ul style="list-style-type: none"> • Região Geográfica: Centro-oeste • Mesoregião geográfica: Norte do MT (Médio Norte do MT – Km 742 da BR 163 – Cuiabá – Santarém) • Microregião Geográfica: Alto Teles Pires
ÁREA	9.306.713 km ²
LIMITES	<ul style="list-style-type: none"> • Norte: Sinop e Vera (Rio Celeste) • Sul: Lucas do Rio Verde • Leste: Vera e Nova Ubiratã • Oeste: Tapurah (Rio Verde)
CLIMA	Tropical úmido
SOLO	Argiloso ou Areno-argiloso (latossolo vermelho e amarelo)
HIDROGRAFIA	Rios Ferro, Ouro, Sete Lagoas, Tenente Lira e Celeste. Todos deságuam no Rio Teles Pires, fomando a bacia hidrográfica regional Amazônica
VEGETAÇÃO	<ul style="list-style-type: none"> • 65% - Cerrados abertos ou campos cerrados (utilizado para agricultura) • 35% - cerrado, arbóreo denso (cerradão), das matas ciliares e várzeas
POPULAÇÃO	55.134 hab (IBGE 2007)

A ECONOMIA SORRISENSE



A principal fonte geradora de renda do Município é composta pela agricultura mecanizada (arroz, soja, milho e algodão), a pecuária extensiva, o beneficiamento de madeira e a agro-industrialização.

Sorriso hoje é o maior produtor de grãos do Brasil, produzindo mais de 2% da produção nacional e, aproximadamente, 17 % da produção do Estado de Mato Grosso. Na safra agrícola 2006/2007, em área plantada de 613.957,9 ha, a produção atingiu aproximadamente 2.485.000 toneladas de grãos colhidos correspondente a aproximadamente 66% da área do Município.

Segundo o IBGE, Sorriso é hoje o maior produtor de soja do Brasil, com 1.688.120t, que representa 11,63% do total produzido no Mato Grosso, e 3,41% no país. A frente de Sapezal-MT (955.066t) e Campo Novo do Parecis-MT (879.881t).

O PLANO ESTRATÉGICO DE TURISMO DE SORRISO

O Plano Estratégico de Turismo de Sorriso tem por objeto a conformação do município em destino turístico, com base na composição de produto global, considerando todos os seus elementos, como mostra a figura abaixo.

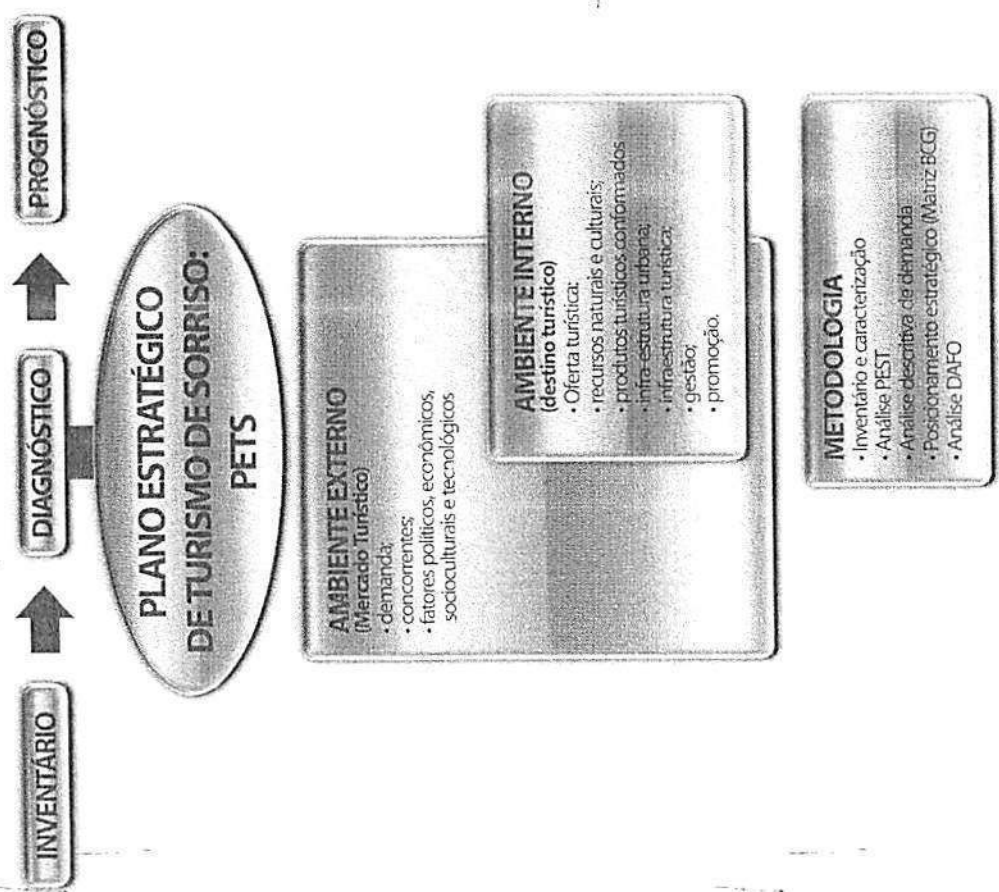
Figura 1 - Modelo de composição de produtos turísticos específicos



FONTE: BRUNELLI (2007)

Neste sentido, três eixos nortearam o trabalho, conforme o gráfico a seguir:

Figura 2 - Estruturação dos produtos turísticos específicos



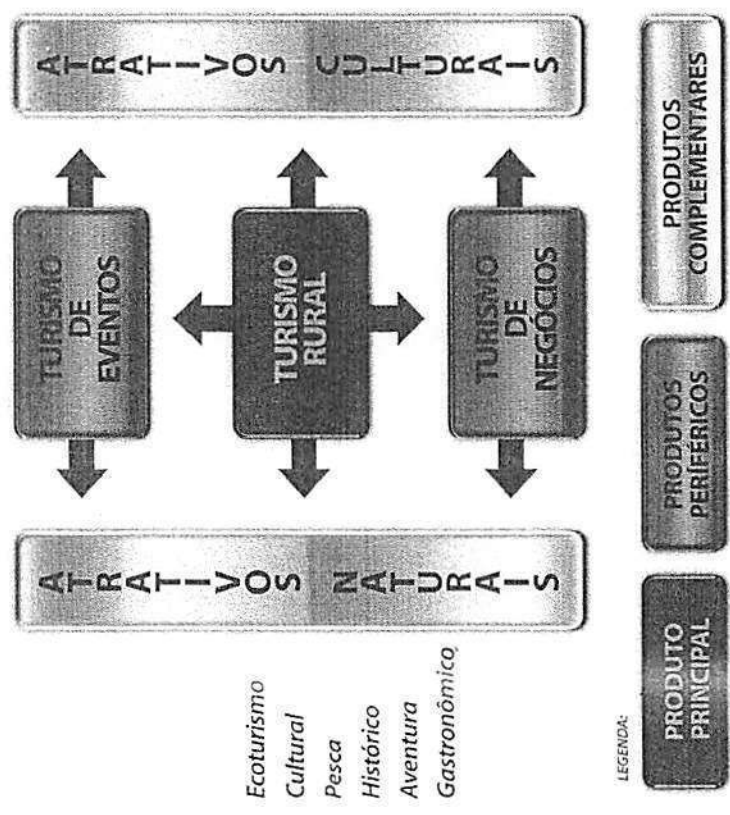
FONTE: BRUNELLI (2007)

- Este caderno de turismo traz as projeções para o desenvolvimento turístico sustentável de Sorriso, fruto das análises realizadas;
- As bases teóricas e sua respectiva aplicação encontram-se na versão completa do PETS (inventário, diagnóstico e prognóstico para o desenvolvimento turístico de Sorriso).

PROJEÇÕES

- Definição dos atrativos turísticos de Sorriso (existentes e potenciais) e posicionamento hierárquico conforme a figura abaixo:

Figura 3 - Estruturação hierárquica dos produtos turísticos específicos de Sorriso



LEGENDA:

FONTE: VALL (1998) - adaptada com dados da pesquisa.

O PROGNÓSTICO TURÍSTICO DE SORRISO

O objetivo central do PETS foi elaborar em Sorriso um produto turístico global com características para o desenvolvimento do turismo rural, potencializando também o turismo de negócios através de eventos agrários e culturais.

Neste contexto, aproveitaram-se os recursos naturais e culturais para oferecer alternativas de lazer através do turismo cultural e ecoturismo.

Assim, com a consolidação do produto turístico "Sorriso" será possível promover o desenvolvimento turístico sustentável do município e agregar valor ao agronegócio, gerando novas alternativas de emprego e renda e, ao mesmo tempo, valorizar os recursos naturais e culturais locais.

OS 12 PASSOS PARA O DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO DE SORRISO

- 1- Criação de uma Secretaria Municipal de Cultura e Turismo;
- 2 - Ativar as atividades do Conselho Municipal de Turismo – COMTUR, em conformidade com a Lei do Turismo (Lei 11771/08);
- 3 - Criação de um Convention & Visitors Bureau: constituída com o maior número de empresários do setor turístico possível, é responsável por captar e promover eventos, assim como atrair turistas para o município;
- 4 - Organizar o setor privado de turismo, promovendo a interatividade entre todos os empresários locais;
- 5 - Ampliar e melhorar a infra-estrutura dos equipamentos e serviços turísticos locais;
- 6 - Firmar acordos com empresas aéreas: para a inclusão de Sorriso em malha aérea que interligue Sorriso - em vãos ou com conexão - às capitais brasileiras como São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Curitiba, Florianópolis, Goiânia e Brasília, além da capital do estado Cuiabá.
- 7 - Promover a formatação dos recursos naturais e culturais em produtos turísticos;

8 - Aumentar a permanência do turista em dois dias para a realização do turismo de lazer;

9 - Aumentar o gasto diário do turista em entretenimento para cinquenta reais por dia;

10 - Transformar o Distrito de Boa Esperança em atrativo ecoturístico;

11 - Promover a capacitação profissional dos trabalhadores e interessados em atuar na operacionalização do trade turístico local;

12 - Implantar um parque aquático municipal, aproveitando o clima quente favorável e os recursos hídricos, observando o Estudo e Impacto Ambiental e Relatório de Impacto Ambiental (EIA-RIMA).

AS POLÍTICAS DE PREÇO, DISTRIBUIÇÃO E PROMOÇÃO DO TURISMO SORRISENSE

PREÇO

Dependerá da formatação dos produtos específicos dos serviços oferecidos. Para se estipular valores do produto global, outras variáveis serão observadas:

- Perfil de gastos da demanda e suas preferências na relação entre custo e qualidade;
- Custos para operacionalização de eventos e atrativos;
- Preço de passagens aéreas e rodoviárias;
- Custo total da viagem observando transporte, estada, alimentação e entretenimento;
- Preço total da concorrência.

DISTRIBUIÇÃO (COMERCIALIZAÇÃO)

A comercialização depende do produto já elaborado e requer o empenho da iniciativa privada, facilitada com participação do poder público.

Destacam-se as seguintes ações:

- Criação de oficinas de comercialização: reunindo empresários locais para se discutir as melhores formas de parcerias;
- Atrair as principais agências e operadoras turísticas do país: principalmente as dos segmentos de negócios e turismo rural, para participarem da comercialização e se configurarem como os veículos emissores de turistas de todo o país e exterior.

PROMOÇÃO

A promoção está ligada à definição dos agentes que farão a comercialização do destino de Sorriso.

Assim, aponta-se aqui as ações complementares para a divulgação de Sorriso:

- Utilizar os meios de comunicação segmentados para o agronegócio: como forma de informar os eventos e atrativos de Sorriso para o público o qual caracteriza a demanda turística da cidade. Como o exemplo, divulgar em meios conhecidos: "Canal Rural" e o programa e revista "Globo Rural", além de programas rurais regionais em todo o país;
- Financiar autores de televisão e/ou cineastas para a criação de telenovelas ou filmes longa metragem aproveitando a interessante história da imigração de povos que deixaram terras distantes do sul e do norte do Brasil, para formar Sorriso, em terras amazônicas e transformá-la na maior produtora de soja do mundo;
- Elaborar um *stand* de Sorriso para participar de feiras e eventos de turismo nacionais e internacionais: promover o município como destino com a participação de empresários locais;
- Criar um portal na internet mostrando os atrativos e belezas cênicas de Sorriso com a participação de empresários do setor e possibilidades de reservas *on line*.

PROGRAMAS A SEREM DESENVOLVIDOS E SUAS PRIORIDADES

ACÕES	NATURAIS	PRAZOS DE PRIORIDADE
-------	----------	----------------------

Formatar um roteiro ecoturístico com base nos recursos naturais identificados

Curto prazo

Elaborar um estudo de impactos ambientais da atividade turística

Curto prazo

Implantar equipamentos turísticos receptivos

Curto prazo

Implantar sinalização turística e placas de interpretação ambiental nos recursos naturais

Curto prazo

Sensibilizar a comunidade local através da educação ambiental sobre a importância da conservação do ambiente natural

Curto prazo

Minimizar os problemas de desmatamento, estimulando a criação de unidades de conservação e reservas particulares do patrimônio natural (RPPNs).

Curto prazo

CURTO PRAZO: execução em no máximo 1 ano. / MÉDIO PRAZO: execução a partir de 1 ano em máximo 3 anos / LONGO PRAZO: execução a partir de 3 anos em máximo 10 anos.

NATURAIS

AÇÕES

PRAZOS DE PRIORIDADE

Incentivar os proprietários e gestores das propriedades rurais a implantar o turismo rural

Médio prazo

Aproveitar a disponibilidade dos recursos hídricos do município para o desenvolvimento do Turismo de Pesca e Aventura

Médio prazo

TURISMO DE AVENTURA

Incentivar a comercialização turística dos recursos naturais, de maneira sustentável, através das agências de turismo local

Longo prazo

Estudar a viabilidade de implantação do Pólo de Ecoturismo no distrito de Boa Esperança, devido à localização da APA – Salto Magesse que contém grande potencialidade de recursos naturais

Longo prazo

CULTURAIS

AÇÕES

PRAZOS DE PRIORIDADE

Organizar oficinas para a criação de um Fórum responsável pelo desenvolvimento do Turismo Cultural na localidade

Curto prazo

Formatar um roteiro turístico cultural com base nos recursos culturais materiais

Curto prazo

Gerar produtos turísticos culturais com base nos recursos imateriais

Médio prazo

Treinar e capacitar os agentes locais que estarão envolvidos no processo de produção e realização dos produtos turísticos culturais

Médio prazo

Implantar a sinalização turística dos recursos culturais

Curto prazo

Promover a participação efetiva da comunidade local no desenvolvimento do turismo cultural, através de um processo ativo de conhecimento, apropriação e valorização do seu patrimônio cultural

Médio prazo

Mobilizar a comunidade local para compreender o turismo cultural como uma importante ferramenta de educação patrimonial

Médio prazo

**PROGRAMA 3:
MEMÓRIAS, HISTÓRIAS E SUAS CUNHAS E HISTÓRIAS**

AÇÕES

PRAZOS DE PRIORIDADE

Implantação de rede de esgoto no município

Curto prazo

Duplicação da BR 163 (através de campanhas com demais municípios)

Longo prazo

Inauguração do aeroporto

Curto prazo

Inauguração do Centro de Convenções

Curto prazo

Criação de um parque aquático municipal

Longo prazo

AÇÕES

PRAZOS DE PRIORIDADE

Criação da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo

Curto prazo

Reorganização do Conselho Municipal de Turismo (COMTUR)

Curto prazo

Criação de um *Convention & Visitors Bureau*

Médio prazo

Atrair novos empresários do setor

Médio prazo

Desenvolver o turismo receptivo local

Curto prazo

Firmar acordos com empresas aéreas: para a inclusão de Sorriso em malha aérea

Curto prazo

Promover cursos de capacitação para funcionários do setor turístico

Curto prazo

Criação de oficinas de comercialização: reunindo empresários locais para se discutir as melhores formas de parcerias

Médio prazo

PROGRAMA 5:

PROMOVENDO O DESTINO TURÍSTICO DE SORRISO

AÇÕES

PRAZOS DE PRIORIDADE

Criar uma logo marca turística de Sorriso com características da agricultura e do ambiente natural do município	Curto prazo
Utilizar os meios de comunicação segmentados para o agronegócio	Médio prazo
Financiar autores de televisão e (ou) cineastas	Longo prazo
Elaborar um <i>stand</i> de Sorriso para participar de feiras e eventos de turismo nacionais e internacionais	Médio prazo
Criar um portal na internet mostrando os atrativos e belezas cênicas de Sorriso	Curto prazo
Elaborar um mapa do zoneamento turístico, contendo a localização dos atrativos naturais, culturais e equipamentos turísticos de Sorriso	Médio prazo

O CONTROLE DOS PROGRAMAS PARA O SUCESSO DO PETS

O Plano Estratégico Turístico de Sorriso depende do controle das ações previstas nos programas, para lograr êxito no planejamento desejado. É na análise do desenvolvimento que se medem os resultados, identificam-se os fatores retardatários ou mesmo impeditivos.

COMO CONTROLAR?

- 1 - Divulgar um evento convidando particulares, instituições públicas e privadas interessadas em participar dos programas.
- 2 - Definir os responsáveis por cada ação descrita do programa.
- 3 - Estipular prazo para os responsáveis entregarem um projeto para a realização da ação à qual se dedica, contendo uma planilha de custos.
- 4 - Definir quais serão as instituições que irão colaborar financeiramente para a execução das ações.
- 5 - Criar um cronograma com prazos para a liberação de verba e entrega de cada ação e prestação de contas dos gastos realizados.
- 6 - Divulgar em portal eletrônico todos os programas, informando a situação de cada ação e a justificativa das ações que não estão cumprindo o cronograma.

MENSAGEM

Este caderno de turismo trouxe o espírito do **PETS – Plano Estratégico de Turismo de Sorriso**. Por meio dele evidenciou-se os passos para um desenvolvimento capaz de tornar **Sorriso** um destino turístico real e competitivo.

O **IBCDTur**, com sua metodologia inédita e atenta às principais teorias e políticas em matéria turística, criou um **Plano Estratégico de Turismo** voltado ao amplo desenvolvimento de **Sorriso**, notadamente em seus aspectos de valorização social, cultural, ambiental e de solidariedade.

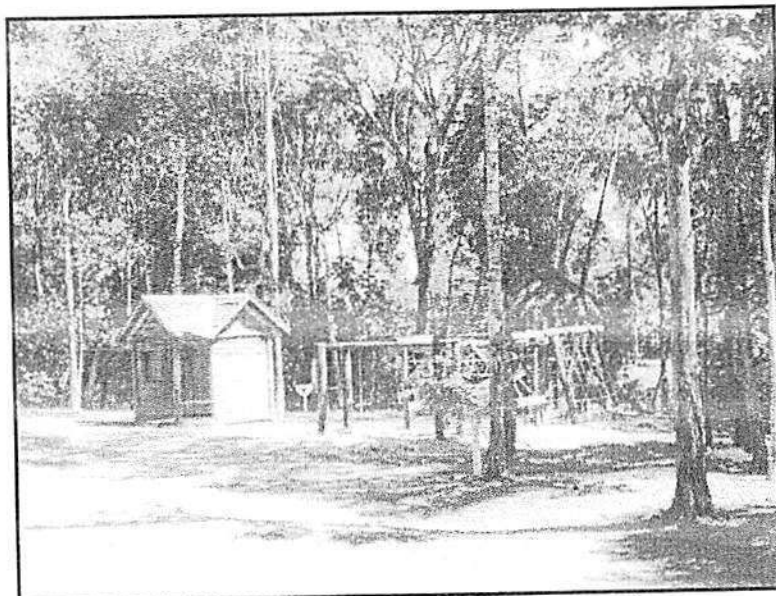
Finalmente, **Sorriso** pode ser lembrada pelo turista da seguinte maneira: **“O cotidiano rural é vivenciado na relação sustentável da comunidade com a natureza, na gastronomia instigante, no deleite das festas que marcam a cultura de Sorriso ou simplesmente na agradável convivência com o Sorrisense.”**

PARQUE MUNICIPAL ECOLÓGICO



FONTE: IBCDTUR (2008) – dados da pesquisa.

PARQUE MUNICIPAL ECOLÓGICO



FONTE: IBCDTUR (2008) – dados da pesquisa.

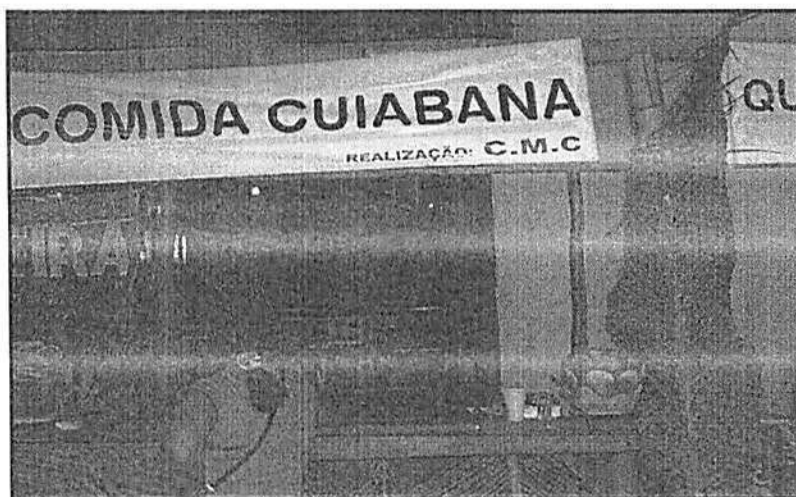
AMOSTRA DA DIVERSIDADE

AMOSTRA DA DIVERSIDADE: EXPOSIÇÃO DE ARTESANATO



FONTE FOTOGRAFIAS: Lili Marlene Ergang da Silva – Diretoria de Cultura (2008).

AMOSTRA DA DIVERSIDADE: VALORIZAÇÃO DA GASTRONOMIA DO ESTADO



FONTE FOTOGRAFIAS: Lili Marlene Ergang da Silva – Diretoria de Cultura (2008).

Prestação de Contas Final

SORRISO- MT, 31 DE DEZEMBRO DE 2008.

Elmo Senhor ,

Estamos encaminhando a Prestação de Contas Final do Convênio nº 720/2007 com objetivo a execução do Projeto Elaboração do Plano Estratégico de Turismo de Sorriso-MT PETS celebrado entre a União ,por intermédio do Ministério do Turismo e o Município de Sorriso- MT.

Sem mais para o momento, estomamos votos de proficuos trabalhos.

Atenciosamente,

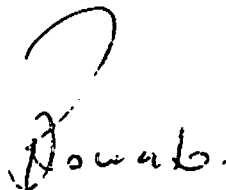

DILCEU ROSSATO
Prefeito Municipal
CPF: 389.602.220-20
RG: 8025364244 – SSP-RS
AV. DOS EMIGRANTES, 801,CENTRO

Ao Srº
RUBENS PORTUGAL BACELLAR
DIRETOR DE GESTÃO INTERNA
MINISTÉRIO DO TURISMO
BRASILIA-DF

SUMÁRIO

REF AO CONVÊNIO 720/2007 Elaboração do Plano Estratégico de Turismo de Sorriso/MT PETS

01- Ofício de Encaminhamento		01
02- Sumário		02
03- Termo de Convênio 720/2007	03 a 027	
04- Relatório de Cumprimento do Objeto		028
05- Relatório da Execução Física e Financeira		029
06- Relação dos Pagamentos Efetuados		030
07- Relação de Bens adquiridos		031
08- Demonstrativo da Execução da Receita e Despesa		032
09- Conciliação Bancária	033 a 046	
10- Cópia de Cheque, Nota de Empenho, Liquidação, Notas Fiscais e Medições	047 a 068	
11- Processo Licitatório	Em arquivo	
11- Relatório de Conclusão do projeto	Em CD	



DILCEU ROSSATO

Prefeito Municipal

CPF: 389.602.220-20

RG: 8025364244 – SSP-RS

AV. DOS IMIGRANTES, 801, CENTRO

ED. DOS IMIGRANTES AP.801

CEP: 78890.000 SORRISO MT

PRIMEIRO TERMO ADITIVO AO CONVÊNIO MTur/PM. SORRISO - MT/Nº 720/2007

PRIMEIRO TERMO ADITIVO AO CONVÊNIO Nº 720/2007 QUE ENTRE SI CELEBRAM A UNIÃO, POR INTERMÉDIO DO MINISTÉRIO DO TURISMO E A PREFEITURA MUNICIPAL DE SORRISO/MT, PARA O FIM QUE ESPECIFICA.

A **UNIÃO**, por intermédio do **MINISTÉRIO DO TURISMO**, inscrito no CNPJ/MF sob o nº 05.457.283/0002-08, com sede na Esplanada dos Ministérios, Bloco "U", 2º e 3º Andares, em Brasília/DF, CEP: 70.065-900, doravante denominado **CONCEDENTE**, neste ato representado por seu Ministro de Estado Interino, Senhor **LUIZ EDUARDO PEREIRA BARRETTO FILHO**, portador da Cédula de Identidade nº 13072103, expedida pela SSP/SP e do CPF nº 075.881.858-05, nomeado pelo Decreto de 4 de junho de 2008, publicado na Edição Especial do D.O.U. do mesmo dia, residente nesta Capital, e a **PREFEITURA MUNICIPAL DE SORRISO/MT**, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 03.239.076/0001-62, sediada na Avenida Porto Alegre, nº 2525, Sorriso/MT, CEP: 78.890-000, doravante denominada **CONVENENTE**, representada por seu Prefeito, Senhor **DILCEU ROSSATO**, portador da Cédula de Identidade nº 8025364244, expedida pela SSP/RS e do CPF nº 389.602.220-20, residente e domiciliado na Avenida Imigrantes, Residencial Imigrantes, nº 2715, Apto. 801, Bairro Centro, Sorriso/MT, CEP: 78.890-000, **RESOLVEM** celebrar o presente **TERMO ADITIVO**, regido pelas disposições contidas na Lei nº 4.320, de 17 de março de 1964; na Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, com suas posteriores alterações, no que couber; na Lei Complementar nº 101, de 04 de maio de 2000; na Lei de Diretrizes Orçamentárias nº 11.514, de 13 de agosto de 2007; na Lei de Diretrizes Orçamentárias nº 11.439, de 29 de dezembro de 2006; na Lei nº 10.520, de 17 de julho de 2002; na Lei nº 10.522, de 19 de julho de 2002; no Decreto nº 93.872, de 23 de dezembro de 1986; no Decreto nº 4.799, de 04 de agosto de 2003; no Decreto nº 5.504, de 05 de agosto de 2005; no Decreto nº 6.170, de 25 de julho de 2007, atualizado, no que couber; na Instrução Normativa nº 31, de 10 de setembro de 2003, da Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica da Presidência da República; na Instrução Normativa nº 01, de 15 de janeiro de 1997, e suas ulteriores alterações, na Instrução Normativa nº 01, de 17 de outubro de 2005, na Instrução Normativa nº 03, de 13 de dezembro de 2005, na Instrução Normativa nº 02, de 24 de abril de 2007, na Instrução Normativa nº 10, de 28 de dezembro de 2007, todas da STN/MF; e na Portaria Interministerial nº 217/MPOG/MF, de 31 de julho de 2006, no que couber; e mediante o que contém no **Processo nº 72000.004235/2007-66**, mediante as cláusulas e condições a seguir estipuladas:

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO

O presente Termo Aditivo visa alterar as Cláusulas Segunda – Do Plano de Trabalho e Sexta – Do Prazo de Vigência do **CONVÊNIO Nº 720/2007**, celebrado em 24 de dezembro de 2007, que tem por objeto a "*Elaboração do Plano Estratégico de Turismo de Sorriso/MT - PETS*", para cumprimento das metas constantes no Plano de Trabalho original e sua reformulação, devidamente aprovados, conforme previsto na Cláusula Décima Quinta - Da Alteração do referido Instrumento.

PRIMEIRO TERMO ADITIVO AO CONVÊNIO MTur/PM. SORRISO - MT/Nº 720/2007

CLÁUSULA SEGUNDA - DAS ALTERAÇÕES

As Cláusulas Segunda – Do Plano de Trabalho e Sexta – Do Prazo de Vigência do CONVÊNIO Nº 720/2007 passam a vigorar com as seguintes alterações:

I – “Cláusula Segunda - Do Plano de Trabalho

Para o alcance do objeto pactuado os Partícipes obrigam-se a cumprir os Planos de Trabalho devidamente aprovados pelo Setor Técnico da Secretaria Nacional de Programas de Desenvolvimento do Turismo do MTur, que juntamente com o Termo de Referência passam a fazer parte integrante deste Instrumento, independentemente de transcrição.

Parágrafo Único. O detalhamento dos objetivos, metas e etapas de execução, com seus respectivos cronogramas, devidamente justificados, para o período de dezembro de 2007 a janeiro de 2009, constam dos Planos de Trabalho aprovados pelo CONCEDENTE. Na hipótese de aditamento deste Convênio que acarrete alteração no Plano de Trabalho, este deverá ser reformulado e devidamente aprovado.”.

II – “Cláusula Sexta – Do Prazo de Vigência

*O presente Convênio terá vigência até 28 de fevereiro de 2009, a partir de sua assinatura, para a consecução das metas expressas nos Cronogramas de Execução dos Planos de Trabalho aprovados.
(...)”.*

CLÁUSULA TERCEIRA - DA RATIFICAÇÃO

Ficam ratificadas todas as demais Cláusulas e condições pactuadas no CONVÊNIO Nº 720/2007, que não tenham sido atingidas pelo presente Instrumento.

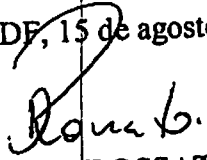
CLÁUSULA QUARTA - DA PUBLICAÇÃO

A publicação, em extrato, deste Termo Aditivo, no Diário Oficial da União, será providenciada pelo CONCEDENTE, no prazo de até 20 (vinte) dias, a contar da data de sua assinatura, conforme dispõe o art. 33 da Portaria Interministerial nº 127, de 29 de maio de 2008.

E, assim, para firmeza e validade do que foi avençado, os Partícipes firmam este Instrumento em 02 (duas) vias de igual teor e forma, para um só efeito, na presença das testemunhas que também o subscrevem.

Brasília-DF, 15 de agosto de 2008.

LUIZ EDUARDO P. BARRETTO FILHO
Ministro de Estado do Turismo Interino

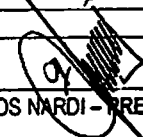

DILCEU ROSSATO
Prefeito Municipal de Sorriso/MT

TESTEMUNHAS:

Nome: _____
CPF: _____
CI: _____

Nome: _____
CPF: _____
CI: _____

Anexo I - A

MINISTÉRIO DO TURISMO		CADASTRO DO ÓRGÃO OU ENTIDADE E DO DIRIGENTE PROPONENTE		ANEXO I - A
I - IDENTIFICAÇÃO DO ÓRGÃO OU ENTIDADE PROPONENTE				
01 - CNPJ 03 239 076-0001-62		02 - NOME DO ÓRGÃO OU ENTIDADE PROPONENTE, conforme contido no Cartão do CNPJ. PREFEITURA MUNICIPAL DE SORRISO		03- Exercício 2007
04- Endereço Completo Av. PORTO ALEGRE, Nº 2525			05- EA	06- Tipo
07 - Município SORRISO		08- Caixa Postal	09- CEP 78.890-000	10- UF MT
11- DDD (66)	12- FONE 35454700	13- FAX 3544-1959	14- E-mail administracao@sorriso.mt.gov.br	
15- Unidade Gestora		16- Modalidade de Gestão	17- CNAS - Registro/Data ou Registro MJ/Data	
II - IDENTIFICAÇÃO DO DIRIGENTE DO ÓRGÃO OU ENTIDADE PROPONENTE				
18- Nome do Dirigente do Órgão ou Entidade LUIZ CARLOS NARDI			19- CPF 409.307.269-87	
20- Cargo ou Função PREFEITO EM EXERCÍCIO	21- Data da Posse 01/01/2005	22- N.º do RG. 1015565-1	23- Órgão Expedidor SSP/MT	24- Data 06/07/93
25- Endereço Residencial Completo Rua Imã Benedita, n.º 394- Bairro Centro				
26 - Município SORRISO		27- CEP 78.890-000		28 UF MT
29- FONE Residencial (066) 3544-1252		30 - E-mail prefeito@sorriso.mt.gov.br		
31 - População do Município segundo último censo do IBGE (www.ibge.gov.br)			Em milhares de pessoas 48.326 (a Prefeitura já registra 62.000)	
III - IDENTIFICAÇÃO DO DIRIGENTE DO ÓRGÃO LEGISLATIVO LOCAL				
32- Nome do Dirigente do Órgão Legislativo local Gerson Luiz Franco				
33- Endereço do Órgão Legislativo local Av. Porto Alegre, 2615 - Bairro Centro				
34 - Município Sorriso		35- CEP 78.890-000		36 UF MT
37 FONE do Órgão Legislativo 66 - 3544-1041		38 - E-mail do dirigente do Órgão Legislativo secretaria@camarasonriso.mt.gov.br		
39 - AUTENTICAÇÃO				
LOCAL	01/08/2008 DATA	 LUIZ CARLOS NARDI - PREFEITO MUNICIPAL EM EXERCÍCIO DE SORRISO/MT		
OBSERVAÇÃO: Na hipótese de haver outro partícipe (ex: um interveniente ou executor), deverá ser preenchido o Anexo I-B.				

Anexo II

MINISTÉRIO DO TURISMO	DECLARAÇÃO DE CUMPRIMENTO DOS CONDICIONANTES LEGAIS	ANEXO II
<p>LUIZ CARLOS NARDI, brasileiro, casado, Portador da Cédula de Identidade nº 1015565-1 e do CPF nº 409.307.269-87, residente e domiciliado na Rua Irmã Benedita, nº394 - Bairro Centro - Sorriso/MT. DECLARA, sob pena de responsabilidade civil, penal e administrativa, nos termos da legislação vigente e, ainda, da Lei Complementar nº 101, de 4/5/2000 (LRF), e fica responsável pela veracidade das informações apresentadas, que a PREFEITURA MUNICIPAL DE SORRISO/MT:</p> <p>A - (x) Encontra-se em dia quanto ao pagamento de tributos federais, empréstimos e financiamentos devidos à União, bem como quanto à prestação de contas de recursos anteriormente dela recebidos, na forma do disposto no art. 25, § 1º, inciso IV, alínea "a", da Lei Complementar nº 101, de 4/5/2000 (LRF).</p> <p>B - (x) Cumpriu os limites constitucionais relativos à Saúde e à Educação, conforme disposto nos arts. 198 e 212, respectivamente, da Constituição Federal e art.25, da Lei complementar nº 101, de 4/5/2000.</p> <p>C - (x) Observou os limites de operações de crédito, inclusive por antecipação de receita, de inscrição em restos a pagar e de despesa total com pessoal, consoante dispõe o art. 25, § 1º, inciso IV, alínea "c", da Lei Complementar nº 101, de 4/5/2000 (LRF).</p> <p>D - (x) Fez previsão orçamentária de contrapartida para firmar convênios com o Ministério do Turismo, nos termos do art. 25, § 1º, inciso IV, alínea "d", da Lei Complementar nº 101, de 4/5/2000 (LRF) e do art. 45, da Lei nº 11.439 (Lei de Diretrizes Orçamentárias para 2007).</p> <p>E - (x) Instituiu, regulamentou e arrecada todos os tributos previstos nos arts. 155 e 156 da Constituição Federal, atualizada, ressalvado, no caso de Município, o imposto previsto no art. 156, inciso III, na forma do disposto no art. 11, da Lei Complementar nº 101, de 4/5/2000 (LRF).</p> <p>F - (x) Não destinará os recursos repassados ao pagamento de despesa com pessoal ativo, inativo e pensionista, conforme estabelecem o inciso X, art. 167, da Constituição Federal e o inciso III, § 1º, art. 25, da Lei Complementar nº 101/2000 (LRF).</p> <p>G - (x) Incluirá no respectivo orçamento os recursos a serem transferidos pela União, à conta do convênio, conforme preceituam o art. 35, da Lei nº 10.180/2001 e o inciso I, do art. 45, da Lei nº 11.439/06.</p> <p>H - (x) Encaminhou suas contas à Secretaria do Tesouro Nacional ou entidade preposta nos prazos estabelecidos, conforme disposto nos arts. 51 a 55, da Lei Complementar nº 101/2000 (LRF).</p> <p>I - (x) Não está inadimplente com prestação de contas relativas a recursos anteriormente recebidos da Administração Pública Federal, mediante convênios, acordos, ajustes ou contratos, ressalvado o disposto nos arts. 7º e 10, da Lei nº 10.522, de 19 de julho de 2002, atualizada.</p> <p>J - (x) Disponibilização da contrapartida</p>		
<p>AUTENTICAÇÃO</p> <p>LOCAL 01/08/2008 DATA</p> <p style="text-align: center;"> LUIZ CARLOS NARDI - PREFEITO MUNICIPAL EM EXERCÍCIO DE SORRISO/MT</p>		

Anexo IV

MINISTÉRIO DO TURISMO	PROJETO BÁSICO	ANEXO IV
01 - NOME DO ÓRGÃO OU ENTIDADE PROPONENTE, conforme contido no Cartão do CNPJ. PREFEITURA MUNICIPAL DE SORRISO	02- PROCESSO N.º	
03 IDENTIFICAÇÃO DO BENEFICIÁRIO LUIZ CARLOS NARDI	04. AÇÃO	
05. OBJETO		
ELABORAÇÃO DO PLANO ESTRATÉGICO DE TURISMO DE SORRISO (PETS)		
06. OBJETIVOS		
OBJETIVO GERAL		
Desenvolver o produto turístico global da cidade de Sorriso/MT.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS E METODOLOGIA		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ 1 - Identificar as potencialidades de Sorriso para a conformação de produtos turísticos específicos. 		
METODOLOGIA:		
Através do inventário que consiste na identificação quantitativa e qualitativa dos aspectos relevantes às possibilidades turísticas do município, tais como:		
<ul style="list-style-type: none"> - <u>oferta</u>: de atrativos e recursos, equipamentos e serviços reais e potenciais para o turismo; - <u>demanda</u>: real (identificando possíveis turistas na região); e potencial (de acordo com as potencialidades da oferta e na informalidade de visitas aos recursos turísticos); - <u>infra-estrutura</u>: de acessos (para se chegar e ao município e para se transitar no mesmo), de alimentação, saúde, segurança pública e informação; - <u>legislação</u> municipal; estadual e federal. - principais concorrentes. 		
<u>Fontes para o Inventário:</u>		
1º) DADOS PRIMÁRIOS: consiste primeiramente em ouvir, através de oficina, as lideranças comunitárias (públicas e privadas), registrando-os.		
2º) DADOS SECUNDÁRIOS: através de documentos fornecidos pelo município que possam informar dados relevantes para a pesquisa.		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ 2 - Diagnosticar no município os pontos fortes e fracos, as oportunidades e ameaças para o desenvolvimento turístico. 		
METODOLOGIA:		
Nesta etapa serão analisados os dados inventariados na etapa anterior da seguinte forma:		
1º) ANÁLISE PEST: serão analisados os aspectos políticos, econômicos, socioculturais e tecnológico, observando tanto o ambiente interno (o próprio município) e ambiente externo (aspectos nacionais e internacionais que interfiram no processo de conformação e gestão turística agrega valor ao agronegócio através de ações integradas entre os dois setores:		

06 OBJETIVOS (continuação)

2º) Análise SWOT: serão analisados em eixos temáticos, os pontos fortes e pontos fracos, oportunidades e ameaças do município e região para o desenvolvimento turístico.

3º) Matriz BCG: serão identificados produtos potenciais e seu posicionamento estratégico para futura oferta de acordo com as tendências de demanda.

- 3 - Gerar o prognóstico de ações de curto, médio e longo prazos para a conformação de Sorriso em estância turística.

METODOLOGIA:

Após as análises realizadas no diagnóstico, o prognóstico apresenta as soluções para a conformação turística do município.

As etapas do prognóstico são:

- elaboração da missão, dos objetivos e das metas a serem cumpridas em longo, médio e curto prazos;
- elaboração das políticas: de produto, preço, distribuição e comunicação do destino de Sorriso de acordo com o conteúdo delineado no item acima;
- criação dos programas para efetivação das políticas criadas.

07 RESULTADOS ESPERADOS

Com a elaboração do PETS pretende-se identificar ações que, quando implementadas, possam atingir os seguintes resultados:

- promover o turismo como alternativa econômica para o município, uma vez que este depende basicamente da monocultura da soja;
- aumentar o fluxo de turistas no município;
- identificar as possibilidades de segmentação turística;
- elaborar roteiros turísticos regionais e incluí-los aos roteiros brasileiros;
- incluir novos roteiros no Mapa de Roteiros Turísticos do Ministério do Turismo;
- agregar valor ao agro-negócio através de ações integradas entre os dois setores;
- proteger, com o turismo, as áreas verdes, através do planejamento e desenvolvimento sustentável desta atividade na região de Sorriso;
- resgatar a valorização dos aspectos culturais da região;
- gerar, através da atividade turística, empregos diretos e indiretos para Sorriso;
- gerar divisas e estimular o efeito multiplicador do desenvolvimento econômico regional;
- promover inclusão social integrando mais diversos níveis da sociedade local.

08. RELAÇÃO PORMENORIZADA DE CUSTO E SUAS ESPECIFICAÇÕES


ITEM	NOME E ESPECIFICAÇÃO DOS BENS, EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS NECESSÁRIOS	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
1.	CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA PARA A REALIZAÇÃO DO PLANO ESTRATÉGICO DE TURISMO DE SORRISO			
1.1.	INVENTÁRIO TURÍSTICO DO MUNICÍPIO (oferta, demanda, infra-estrutura, legislação e principais concorrentes)	01	250.000,00	250.000,00
1.2.	DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DO MUNICÍPIO (análise PEST, análise SWOT, matriz BCG)	01	200.000,00	200.000,00
1.3.	PROGNÓSTICO PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NO MUNICÍPIO	01	150.000,00	150.000,00
09. SUBTOTAL / TOTAL				600.000,00

10. DESCREVER COMO SERÁ DADA MANUTENÇÃO PREVENTIVA E CORRETIVA DOS EQUIPAMENTOS A SEREM ADQUIRIDOS; A DESTINAÇÃO DO PESSOAL CAPACITADO; A ÁREA FÍSICA CONSTRUÍDA E CONTINUIDADE DAS AÇÕES, SE FOR O CASO, APÓS O TÉRMINO DO CONVÊNIO

11- AUTENTICAÇÃO

01/08/2008
DATA

LUIZ CARLOS NARDI
PREFEITO MUNICIPAL EM EXERCÍCIO DE SORRISO, MT


ASSINATURA DO DIRIGENTE OU DO REPRESENTANTE LEGAL

Anexo V

MINISTÉRIO DO TURISMO	PLANO DE TRABALHO DESCRIÇÃO DO PROJETO	ANEXO V
-----------------------	-------------------------------------------	---------

01 - NOME DO ORGÃO OU ENTIDADE CONVENIENTE, conforme contido no Cartão do CNPJ PREFEITURA MUNICIPAL DE SORRISO		02 - CNPJ 03.239.076/0001-62	03 - EXERCÍCIO 2007	04 - UF MT
05 - DDD (66)	06 - FONE 35454700	07 - FAX 3544-1959	08 - E-MAIL prefeito@sorriso.mt.gov.br	
09 - CONTA CORRENTE 27 245-0	10 - BANCO BANCO DO BRASIL	11 - AGÊNCIA 1492-3	12 - PRAÇA DE PAGAMENTO SORRISO	13 - UF MT
14 - RECURSO ORÇAMENTÁRIO 1. PROGRAMA 2. EMENDA		15 - EMENDA N.º 36270011		

16 - PROGRAMA DO MINISTÉRIO DO TURISMO	17 - RESPONSÁVEL PELO REPASSE		
	SPOA <input type="checkbox"/>	CEF <input type="checkbox"/>	BB <input checked="" type="checkbox"/>

18 - OBJETO DO CONVÊNIO
ELABORAÇÃO DO PLANO ESTRATÉGICO DE TURISMO DE SORRISO (PETS).

19 - JUSTIFICATIVA DA PROPOSIÇÃO

Apesar de Sorriso ser um município reconhecido internacionalmente como grande produtor de grãos, sobretudo no que se refere à soja, a economia da monocultura tem preocupado não só os agricultores como toda a população que depende de forma direta ou indireta desta atividade rural.

Tal preocupação se baseia na dependência de uma produção que necessita da combinação de diversos fatores para atingir os benefícios sócio-econômicos com o plantio de grãos como: clima favorável, solo fértil, controle de pragas e doenças, valores de mercado etc. O comprometimento de um destes fatores pode assim gerar o desequilíbrio da economia local, bem como desencadear sérios problemas sociais a começar pelo aumento no índice de desemprego.

A cultura local, que se projeta como resultado da colonização sulista¹ ocorrida na segunda metade do século XX e liderada pela família Frâncio, a "colonizadora" do município de Sorriso, produz traços particulares que identificam o município pela hospitalidade de sua gente e oferecem atrativos diferenciados aos visitantes, tais como infra-estrutura urbana com paisagismo, monumentos e esculturas, amplas áreas verdes, praças, parque ecológico, shopping, entre outros. Além disso, Sorriso possui alguns projetos em curso, como - *Projeto Sorriso 2020*, que consiste no plano de estruturação urbana e o *Projeto do Novo Aeroporto*, que já está em fase de construção - os quais agregarão valor ao *Plano Estratégico de Desenvolvimento Turístico do Município*, pois o mesmo será construído em harmonia com as diretrizes de ambos.

Outro aspecto relevante está na necessidade de se proteger as áreas naturais existentes, fazendo delas um espaço de sustentabilidade através do lazer e da educação ambiental.

¹ No território de Sorriso não se registraram movimentações anteriores, a não ser a partir do começo da segunda metade do século XX. A partir de 1948, as leis mato-grossenses favoreceram a colonização do Estado. (...) Com a abertura da BR 163, pelo 9º BEConst - Batalhão de Engenharia e Construção, favoreceu o surgimento da fronteira agrícola do Estado do Mato Grosso, implantando projetos de assentamento originários dos estados do sul (grifos nossos). (Dias, Elisia Aparecida e Bortoncello, Odila. Resgate Histórico do Município de Sorriso: Portal da Agricultura no Cerrado Mato-grossense. Cuiabá, 2003. pg. 56).

19 - JUSTIFICATIVA DA PROPOSIÇÃO (continuação)

Neste sentido o turismo é pensado de forma estratégica para Sorriso, tendo em vista sua possibilidade de agregar valor às atividades rurais existentes, sua capacidade desenvolvimento no meio natural sem fortes impactos negativos. Assim, o turismo como proposta de promover a cultura local, buscará beneficiar toda a população através da sustentabilidade.

O desenvolvimento sustentável da atividade turística compreende, neste contexto, os seguintes aspectos:

- agregar valor aos produtos derivados da produção de grãos, sobretudo da soja, ofertados aos turistas na forma de consumidores finais;
- agregar valor ao processo produtivo rural como atrativo turístico;
- promover a cultura local através do artesanato dentre outras expressões artísticas de interesse turístico;
- proteger as áreas naturais existentes com a visitação controlada e a educação ambiental dirigida;
- gerar empregos diretos e indiretos provenientes da atividade turística.

Entretanto esta sustentabilidade esperada da atividade turística só se torna possível por meio de um planejamento adequado, observando o levantamento preliminar dos recursos naturais e culturais, bem como da infraestrutura e gestão local. Após o inventário deve-se fazer o diagnóstico, identificando pontos fortes e pontos fracos, oportunidades e ameaças sobre o turismo local. Finalmente são traçadas as ações, ou seja, o prognóstico sobre o estudo que aponte para o desenvolvimento turístico sustentável.

Deste modo, o conteúdo do planejamento é legitimado por um documento, ou seja, um plano diretor de turismo, aqui denominado de Plano Estratégico de Turismo de Sorriso, o PETS.

Assim, analisando as tendências nacionais e internacionais do turismo, as políticas públicas do governo federal - como os incentivos do Ministério do Turismo - e, as potencialidades turísticas do município de Sorriso, observa-se a necessidade da elaboração e execução deste projeto visando o aproveitamento de um ambiente favorável aliado às necessidades do desenvolvimento sustentável do município.

20 - AUTENTICAÇÃO

01/08/2008
DATA

LUIZ CARLOS NARDI
PREFEITO MUNICIPAL EM EXERCÍCIO DE SORRISO-MT

x
ASSINATURA DO DIRIGENTE OU DO REPRESENTANTE LEGAL



Anexo VI

MINISTÉRIO DO TURISMO CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO E PLANO DE APLICAÇÃO

ANEXO VI

01 - NOME DO ÓRGÃO OU ENTIDADE PROPONENTE, conforme contido no Cartão do CNPJ.
PREFEITURA MUNICIPAL DE SORRISO

03-META	04-ETAPA/FASE	05-ESPECIFICAÇÃO	06-INDICADOR FÍSICO		07-PREVISÃO DE EXECUÇÃO	
			UNIDADE DE MEDIDA	Q/IDE	INÍCIO	TERMINO
1.	1.1.	CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA PARA A REALIZAÇÃO DO PLANO ESTRATÉGICO DE TURISMO DE SORRISO	SERVIÇO	01	24/12/2007	31/01/2009
	1.1.1.	INVENTÁRIO TURÍSTICO DO MUNICÍPIO (oferta, demanda, infra-estrutura, legislação e principais concorrentes)	SERVIÇO	01	01/06/2008	31/01/2009
	1.2.	DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DO MUNICÍPIO (análise PEST, análise SWOT, matriz BCG)	SERVIÇO	01	01/06/2008	31/01/2009
	1.3.	PROGNÓSTICO PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NO MUNICÍPIO	SERVIÇO	01	01/06/2008	31/01/2009

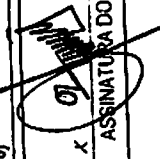
02-NATUREZA DA DESPESA	08-ESPECIFICAÇÃO	10-CONCEDENTE	11-CONVENIENTE	12-SUBTOTAL POR NATUREZA DE GASTO (EM R\$ 1,00)	
				10-CONCEDENTE	11-CONVENIENTE
CONTA-TORNIA					
SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	1. CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA PARA A REALIZAÇÃO DO PLANO ESTRATÉGICO DE TURISMO DE SORRISO:				
	1.1 INVENTÁRIO TURÍSTICO DO MUNICÍPIO	250.000,00		250.000,00	
	1.2 DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DO MUNICÍPIO	100.000,00	100.000,00	200.000,00	
	1.3 PROGNÓSTICO PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NO MUNICÍPIO	150.000,00	150.000,00	150.000,00	
SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA FÍSICA					
PASSAGENS					
DIÁRIAS					
REFORMA DE EDUCAÇÃO/REPEREÇÃO					
CONSTRUÇÃO NOVA					
EQUIPAMENTO E MATERIAL PERMANENTE					
13 - TOTAIS dos valores das despesas do concedente e do proponente.				500.000,00	600.000,00

14-AUTENTICAÇÃO

01/08/2008
DATA
LUIZ CARLOS NARDI
PREFEITO MUNICIPAL EM EXERCÍCIO DE SORRISO/MT

ASSINATURA DO DIRIGENTE OU DO REPRESENTANTE LEGAL DATA

Anexo VII

MINISTÉRIO DO TURISMO	PLANO DE TRABALHO	CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO	ANEXO VII
01 - NOME DO ORGAO OU ENTIDADE PROPONENTE: PREFEITURA MUNICIPAL DE SORRISO		02 - AÇÃO: 03 - PROCESSO N.º:	
04 - ANO: 2007		06 - MÊS	
CONCEDENTE (EM R\$ 1,00)	05 - META	07 - TOTAL ACUMULADO DE RECURSOS DA CONCEDENTE (EM R\$ 1,00)	08 - MÊS
	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO
	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO
		100.000,00	100.000,00
			ABRIL
			100.000,00
			MARÇO
			50.000,00
			ABRIL
			500.000,00
			OUTUBRO
			NOVEMBRO
			DEZEMBRO
			300.000,00
			JUNHO
			50.000,00
			JUNHO
			100.000,00
			600.000,00
08 - ANO: 2008		10 - MÊS	
PROponente (EM R\$ 1,00)	05 - META	11 - TOTAL ACUMULADO DE RECURSOS DO PROPONENTE (EM R\$ 1,00)	12 - TOTAL GERAL DOS RECURSOS (EM R\$ 1,00)
	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO
	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO
	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO
		50.000,00	50.000,00
			ABRIL
			100.000,00
			600.000,00
13 - AUTENTICAÇÃO		ASSINATURA DO DIRIGENTE OU DO REPRESENTANTE LEGAL	
01/09/2008 DATA		 X	
14 - APROVAÇÃO PELO CONCEDENTE		ASSINATURA DA AUTORIDADE	
APROVADO, EM _____		NOME DA AUTORIDADE MITUR	

