

# PLANO MUNICIPAL DE TURISMO

**SORRISO - MATO GROSSO**

**2022 - 2026**



# PLANO MUNICIPAL DE TURISMO

**SORRISO - MATO GROSSO**  
2022 - 2026



# Palavras do Prefeito

Sorriso, desde a sua colonização até os dias atuais, não para de crescer e desenvolver no setor da economia, transformando ao longo desses anos em uma das cidades mais desenvolvidas do estado de Mato Grosso.

E mesmo com a pandemia, continua seu crescimento industrial nos segmentos como o de alimentos, do biocombustível, da engenharia, além de outros setores que acompanham este desenvolvimento de forma organizada.

O setor de turismo não seria diferente, e com o Plano Municipal de Turismo, Sorriso terá um norteador para desenvolver e organizar de forma estratégica o potencial já existente.

Já dispomos de uma excelente infraestrutura, população hospitaleira e pronta a atender o visitante. No quesito segurança, saúde e educação estamos sempre preocupados com melhorias para atender tanto os nossos moradores como os que aqui nos visitam.

Todo o processo de elaboração do Plano realizado pelo setor público, privado, COMTUR e a comunidade, juntamente com a orientação do Sebrae - MT, foi de grande importância para que chegássemos até aqui.

O Plano Municipal de Turismo transformará Sorriso em uma cidade desenvolvida, gerando empregos e oportunidades através do fortalecimento dos nossos empreendimentos hoteleiros, bares e restaurantes, e de forma indireta, outros prestadores de serviços como: postos de combustíveis, farmácias, lojas, entre outros.

Em Sorriso temos como força o Turismo de

Eventos e Negócios que são muito bem organizados tanto na realização como na sua execução. Outros eventos que temos grande força são os eventos esportivos que em parceria com a Secretaria de Esportes e Lazer tem realizado ótimas oportunidades a população como também aos visitantes que vem participar e contribuir para o desenvolvimento econômico do município.

Além do turismo de eventos e negócios, dispomos em nossa prateleira de atividades turísticas o agroturismo, turismo de natureza, turismo histórico-cultural e o turismo de compras.

Estamos prontos! Falta somente organizar a NOSSA CASA.

Acreditamos que esta organização será norteada através do plano Municipal de Turismo e Sorriso além de ser a capital do Agronegócio, ficará reconhecida também pelas potencialidades turísticas existentes em suas mais variadas motivações e em um único ambiente, tanto para os moradores como para os visitantes.



## Ary Genésio Lafin

Prefeito Municipal de Sorriso

Foto- Banco de Imagens da Prefeitura Municipal



# Palavras do Secretário

**Cláudio Cesar Oliveira**

Secretário Municipal de Desenvolvimento Econômico



Hoje o Comtur - Conselho Municipal de Turismo tem um trabalho fundamental dentro no nosso município, composto por membros da sociedade, com atividades no turismo de forma direta e indireta, tem o objetivo de nos direcionar e orientar como fomentar o turismo aqui no município de Sorriso.

Com a elaboração e construção do Plano Municipal de Turismo nossas ações irão percorrer de forma ordenada, pois ele irá nortear todo esse processo e de forma participativa.

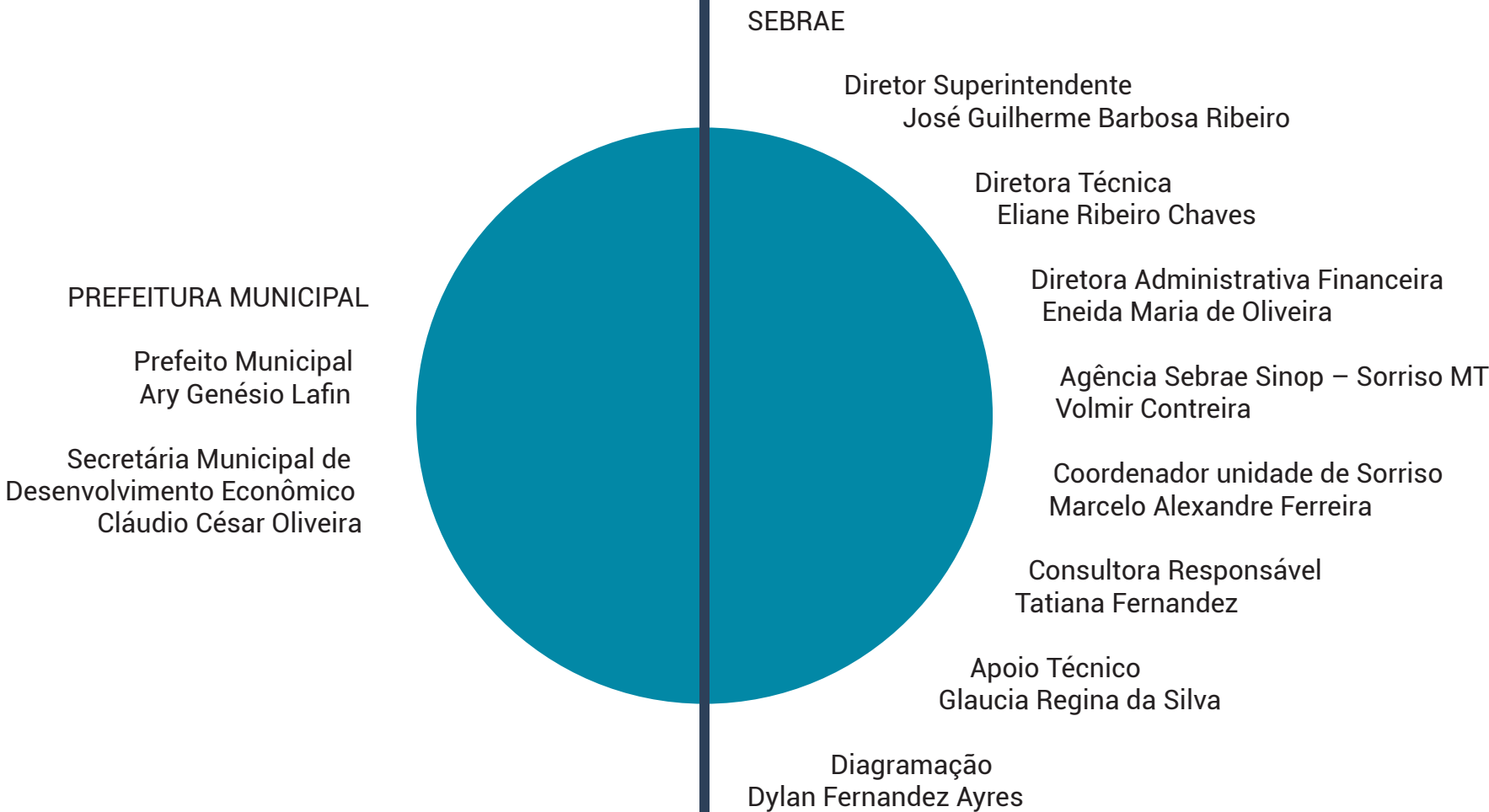
Sorriso já vem com um trabalho de anos atrás que nos fez passar da categoria C para B sendo um avanço muito grande e agora temos a possibilidade de ir para a categoria A, isso vai ajudar a fomentar ainda mais o nosso turismo em especial o turismo de negócios que irá nos trazer excelentes resultados para o nosso município. A equipe da Secretaria estará pronta a realizar todos as ações baseados no Plano Municipal de Turismo, e estamos abertos também a sugestões que possa complementar com o desenvolvimento do setor turístico no município.

Gostaria aqui de agradecer o trabalho de todos que fazem parte deste conselho, a todos os participantes que estiveram presentes durante o processo de construção do plano, a toda equipe técnica presente.

Estamos ansiosos e acreditando que com esse documento em mãos, já podemos visualizar um turismo inovador com grande potencial para o município de Sorriso.



# EQUIPE TÉCNICA



# SUMÁRIO

1. Apresentação	12
2. Introdução	16
3. Justificativa	24
4. Metodologia	26
5. Contextualização histórica	28
6. Características e aspectos gerais	31
6.1 Presença digital	33
7. Turismo em Sorriso MT	46
7.1 Sorriso, a capital do “agronegócio”	51
7.2 Perfil da demanda turística	52
7.3 Quem é o turista atual	57
7.4 Oferta turística	63
7.5 Segmentos prioritários	74
7.6 Análise swot	79
8. Diretrizes estratégicas	84
8.1 Fatores críticos de sucesso	86
8.2 Mapa estratégico	88
8.3 Indicadores, metas e avaliação de monitoramento	114
9. Considerações finais	120
10. Glossário e Referências	122

# Lista de Quadros

Quadro Nº1: Infraestrutura Básica do Município	64
Quadro Nº2: Equipamentos de Apoio Ao Turista	66
Quadro Nº3: Espaços de Lazer e Atrativos Turísticos	70
Quadro Nº4: Valores	85
Quadro Nº 5: Eixos Tematicos	90
Quadro Nº 6: Linha de atuação – Equipamentos Turísticos	93
Quadro Nº 7: Linha de atuação – Propriedades Rurais	94
Quadro Nº 8: Linha de atuação – Comércio Varejista	94
Quadro Nº 9: Linha de atuação – Potenciais Investidores	95
Quadro Nº 10: Linha de atuação – Comunicação	95
Quadro Nº 11: Linha de atuação – Secretarias Municipais	95
Quadro Nº 12: Linha de atuação – Meios de Hospedagens, Serviços de Alimentação, Agenciamento Receptivo, Comércio em Geral e outros	97
Quadro Nº 13: Linha de atuação – Agenciamento	97
Quadro Nº 14: Linha de atuação – Atrativos Turísticos	98
Quadro Nº 15: Linha de atuação – Gastronomia	98
Quadro Nº 16: Linha de atuação – Artesanato	99
Quadro Nº 17: Linha de atuação – Eventos	99
Quadro Nº 18: Linha de atuação – Espaços Públicos de Laz	101
Quadro Nº 19: Linha de atuação – Estradas	101
Quadro Nº 20: Linha de atuação – Sinalização	101
Quadro Nº 21: Linha de atuação – Transporte	101
Quadro Nº 22: Linha de atuação – Acesso à Informação	102
Quadro Nº 23: Linha de atuação – Espaço para Eventos	102
Quadro Nº 24: Linha de atuação – Oferta e Comercialização	105
Quadro Nº 25: Linha de atuação – Atendimento em geral	105
Quadro Nº 26: Linha de atuação – Serviços Públicos	105
Quadro Nº 27: Linha de atuação – Plano de Marketing	107
Quadro Nº 28: Linha de atuação – Marca Turística	107
Quadro Nº 29: Canais de Distribuição	108
Quadro Nº 30: Linha de atuação – Participação em Feiras	108

Quadro Nº 31: Linha de atuação – Material publicitário	109
Quadro Nº 32: Linha de atuação – Composição de rotas	109
Quadro Nº 33: Linha de atuação – Endomarketing	109
Quadro Nº 34: Linha de atuação – Gestão Municipal de Turismo	111
Quadro Nº 35: Linha de atuação – Estudos e pesquisas	111
Quadro Nº 36: Linha de atuação – Comtur – Conselho Municipal de Turismo	112
Quadro Nº 37: Indicador: Número da oferta formal de equipamentos turísticos	116
Quadro Nº 38: Indicador: Fluxo turístico	117
Quadro Nº 39: Indicador: Receita turística	117
Quadro Nº 40: Indicador: Nível da satisfação do turista	118



# APRESENTAÇÃO

A Prefeitura Municipal de Sorriso, através da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, juntamente com o apoio técnico do Sebrae - MT, elaborou de forma participativa da sociedade Sorrisiense, o Plano Municipal de Turismo com aplicabilidade de 2022 – 2026.

Esta iniciativa nasceu do anseio local de oferecer um turismo ordenado e sustentável, otimizando desfrutar de áreas urbanas diferenciadas, atividades em áreas rurais com natureza preservada, visitas à empreendimentos de agronegócio com tecnologia aperfeiçoada e inovadora, experiências na agricultura familiar de qualidade, eventos esportivos, manifestações culturais, vendas de artesanatos, tornando Sorriso uma referência nos mercados interno, nacional e internacional.

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

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

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

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



Foto- Banco de Imagens da Prefeitura Municipal





Foto- Banco de Imagens da Prefeitura Municipal

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

O Plano tem foco no território de Sorriso -MT, mas considerou o olhar regional de desenvolvimento do setor turístico sabendo-se que a cooperação entre municípios é preponderante para o crescimento da Região Turística do Agronegócio.

A partir do Plano se adequa a oferta existente e se fundamenta novos investimentos atendendo aos anseios da sociedade civil e do poder público municipal, que almeja colher frutos de uma oferta turística diferenciada. Na perspectiva de melhoria da economia, local gerando qualidade de vida aos moradores e correspondendo às aspirações do turista, dos serviços que deseja receber.

O Plano Municipal de Turismo de Sorriso - MT é assim, uma ferramenta de gestão pública e um norteador de investimentos da iniciativa privada, considerando os próximos quatro anos o período de execução de ações estratégicas para o fomento da oferta e encadeamento dos elos produtivos do setor turístico



# INTRODUÇÃO

“Sorriso, Cidade do Futuro  
para o Turista do Futuro.  
E de onde vem esse Turista  
do Futuro?”

Anterior à construção do Plano Municipal de Turismo de Sorriso, o Inventário da Oferta Turística foi atualizado trazendo dados estatísticos do aporte de produtos e serviços ao turista, tornando claro que o município é capaz de aprimorar seu atendimento ao visitante, inclusive potencializando a permanência e melhorando o ticket médio do presente turista de negócios.

Além disso, é expressiva a capacidade de diversificar o público alvo atraindo também os adeptos ao turismo de natureza, os desportistas, o agroturista, o turista rural, o público que aprecia eventos criativos e àqueles que compram produtos referenciados e outros diferenciados no comércio varejista.

Sorriso é aprazível e segura. Uma cidade contemporânea aberta à tecnologia e à inovação. Os canteiros, praças, parques urbanos, calçadas, pistas de caminhada e ciclovias comprovam a preocupação com o bem estar.

Estas são características que vêm fomentando no mundo uma nova modalidade de turismo, bleisure, que significa um turista que concilia trabalho e lazer focando satisfazer seus interesses em destinos tal qual o perfil de Sorriso.



Foto- Banco de Imagens da Prefeitura Municipal





Foto- Banco de Imagens da Prefeitura Municipal

**“No turismo, cada vez mais a experiencia será mais importante que o destino. O Varejo já investe em segurança e tecnologia e o turismo espera ter isso de viagens também.”**

- Julia Busch, especialista de insight para governo do Google

Tais fatores somados à localização estratégica do município, com raio de cidades circunvizinhas detentoras de IDH com elevado potencial de consumo, além de linhas aéreas comerciais, trajeto rodoviário pavimentado a partir da capital e o perímetro urbano organizado favorecendo ampliar a movimentação da cidade, tem-se em mãos uma Cidade do Futuro para o Turista do Futuro.

E de onde vem esse Turista do Futuro? Está no entorno, nos estados brasileiros e nos quatro cantos do mundo. Isso amplia o raio de captação de visitantes para Sorriso a tornando uma cidade desejada para estar, sob variadas motivações que desperta o desejo de viajar. A grande promessa de Sorriso são as experiências exclusivas que somente esse destino é capaz de proporcionar.

Entretanto, tornar a capacidade de Sorriso em atrair o turista verdadeiramente em negócios gerando emprego e renda, depende de arranjos, ajustes, aprimoramentos e ampliação da qualidade do atendimento. Depende de moldar a cultura local para aplicar a linguagem competitiva nos negócios turísticos favorecendo parcerias operacionais e comerciais e isso significa trabalhar Sorriso como um todo, gerando pertencimento aos munícipes a segurança para abrir “a porta da sua casa” ao visitante.



Receber o turista depende de entrega de atrativos propriamente ditos, mas também de toda uma estrutura paralela de serviços e infraestrutura de apoio.

Quando se propõe negociar turismo para qualquer público alvo ou mercado consumidor, é necessário compreender que será desencadeada uma supressão dos serviços públicos básicos já disponibilizados para a população e que o morador local precisa estar preservado de um comportamento externo que diminua sua qualidade de vida.

O município precisa seguir excelente para o morador local mesmo com o acréscimo de pessoas de fora circulando pelos seus espaços. Isso somente é possível cuidando com esmero de vários eixos estratégicos que serão trabalhados em um planejamento estratégico com ações cronologicamente empregadas, com prazos exequíveis, resultados pragmáticos e parcerias sólidas de investidores.

Esse é o sentido do Plano Municipal de Turismo, organizar o processo de transformação do potencial turismo de Sorriso em negócios turísticos, gerando maior segurança ao investidor presente para melhorar e ampliar seus negócios, facilitando aos novos investidores alcançar êxito e organizando o posicionamento de recursos públicos.

Porém, à luz desse planejamento devem estar estimados resultados que torne Sorriso competitiva, capaz de expressar seus diferenciais competitivos a partir de tudo que ofereça de melhor, de maior e de exclusivo.

Inicia-se a trajetória de firmar o Destino Turístico Sorriso fortalecendo a Região Turística do Agronegócio.

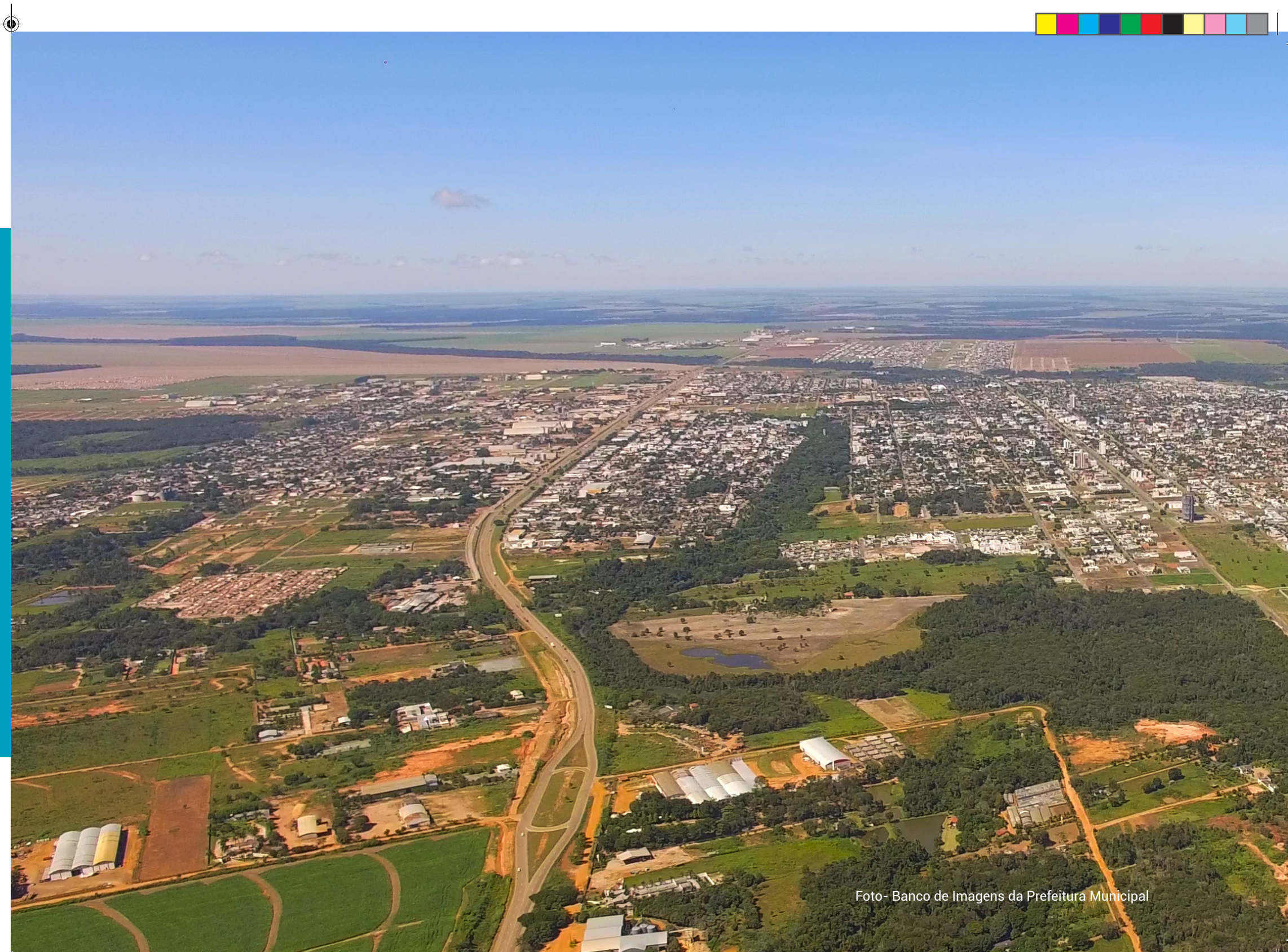


Foto- Banco de Imagens da Prefeitura Municipal



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

A contextualização de futuro estabeleceu:



◊ Visão – a forma desejada de projetar o turismo de Sorriso;

◊ Missão – o motivo de existir do planejamento;

◊ Valores – fatores a serem preservados no processo de desenvolvimento econômico do turismo local;

◊ Fatores críticos de sucesso – situações a serem exauridas por traduzirem impedimentos ao crescimento turístico;

◊ Eixos temáticos – temas fundamentais a serem abrangidos por ações de fomento ao turismo;

◊ Ações, prazos, prioridade e executores – planilha de atuação considerando o foco no desenvolvimento do turismo de Sorriso;

◊ Monitoramento – indicadores de mensuração e avaliação do desenvolvimento do turismo a partir da execução das ações buscando verificar a funcionabilidade do Plano Municipal de Turismo



# JUSTIFICATIVA

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

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

Nesse raciocínio contemporâneo de desenvolvimento econômico, Sorriso antecipou a construção do Plano Municipal do Turismo, primeiro para ordenar a cidade e se posicionar como mercado turístico nacional e internacional, alavancar a expansão de oferta de passeios em atrativos já existentes de forma organizada, pensando em aquecer o fluxo de visitantes já existente em consonância com o fomento de suas estruturas de produtos e serviços turísticos paralelos.

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

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

O setor turístico vem demonstrando valoroso legado onde avança sobre princípios sustentáveis e Sorriso debateu conscientemente para alcançar esse resultado.

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

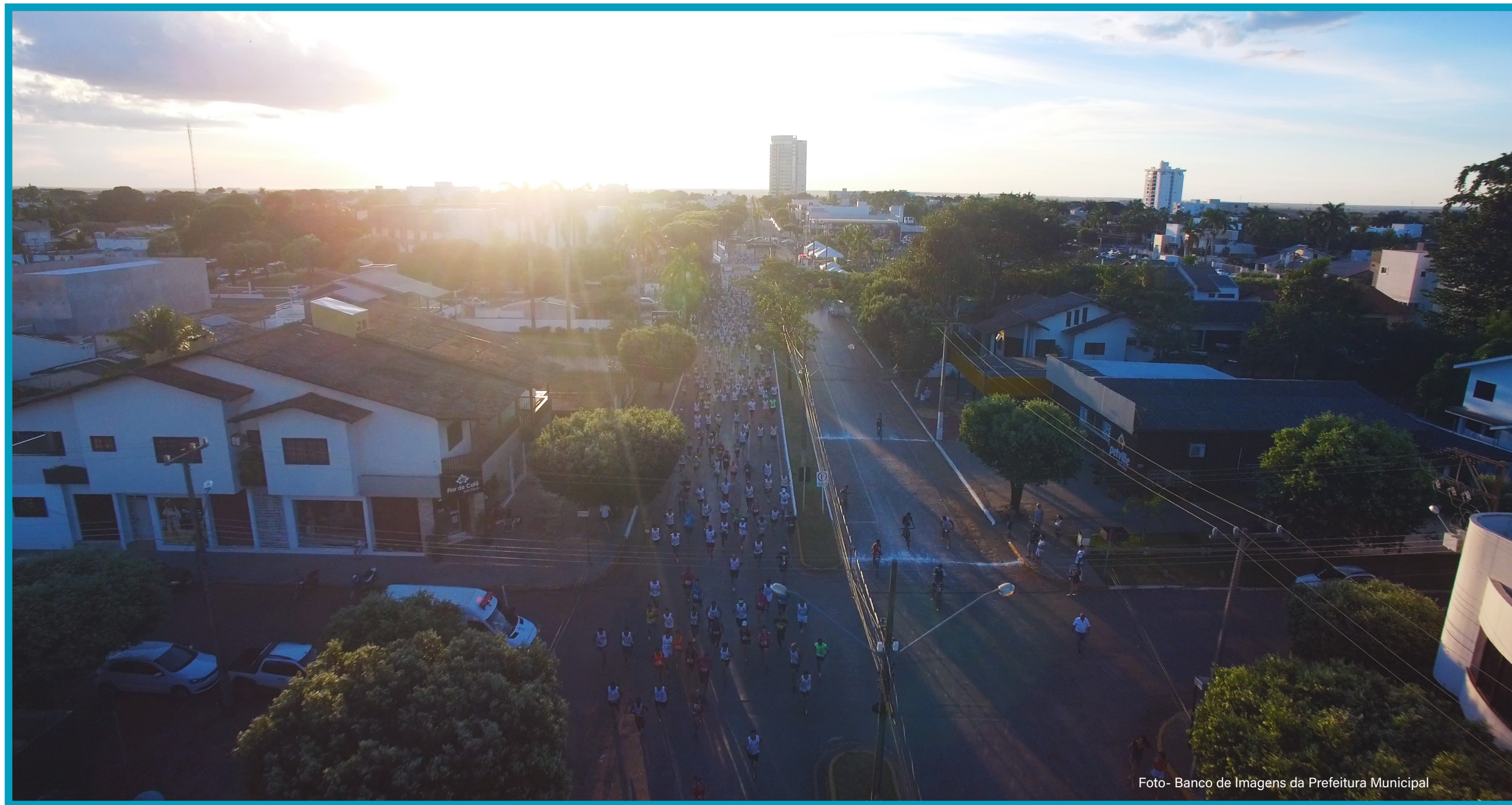


Foto- Banco de Imagens da Prefeitura Municipal





# METODOLOGIA

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

O diálogo foi estabelecido previamente nas reuniões de planejamento com a comunidade, com a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, que alinhou resultados alcançados em projetos em andamento, facilitando constar no Plano, ações complementares e não redundantes, tornando o documento mais pragmático e efetivo.

Assim, as etapas de construção do Plano Municipal de Turismo de Sorriso foram as seguintes:

- I – Pesquisas e compilação de dados secundários em fontes referenciadas tais como o recente Inventário da Oferta Turística e outros fundamentais para dimensionar a potencialidade local;
- II – Reunião estratégica com a Gestão Municipal do Turismo para substanciar o diálogo inicial com a comunidade de entendimentos sinérgicos aos andamentos dos projetos da iniciativa pública;
- III – Palestra de sensibilização e informação do processo de transformação advindo do fomento da economia do turismo no município, convocando a sociedade local a participar e construir pertencimento com o tema;
- IV – Reunião estratégica com o Comtur – Conselho Municipal de Turismo para ampliar o alinhamento de expectativas e confirmar a vocação do município quanto a segmentação da oferta dos produtos e serviços turísticos;
- V – Realização de sequentes reuniões participativas com convocação da sociedade local em geral, promovidas com a mobilização da Prefeitura Municipal e favorecendo diálogo e debates que construíram o entremeio do Plano:

o Reunião para diagnóstico, aplicação da Análise SWOT, construção da Visão, Missão, Valores e Fatores Críticos de Sucesso;

o Reunião para levantamento de ações e direcionamento estratégico, definição dos eixos temáticos e das linhas de atuação, validação do direcionamento e objetivos do Plano, escalonamento de ações prioritárias;

VI – Interação por canais online para reforço e validação de dados melhorando o contexto dos quadros de ações;

VII – Encaminhamento do conteúdo diagramado para validação do Grupo de Trabalho responsável pela conferência do conteúdo e respectiva validação do Plano;

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

O período dos trabalhos foi de novembro a março de 2022, possibilitando a interação permanente com os munícipes, a qualquer tempo, por e-mail ou aplicativos de conversa, além dos encontros presenciais.



# CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA

A região onde atualmente se encontra o município de Sorriso foi originalmente ocupada pela tribo Kaiabi ou Kawaiwete que se distribuíam das margens do rio Teles Pires até a margem direita do rio Arinos. Até as primeiras décadas do século XX, eram conhecidos como "bravios e indômitos devido a resistência contra a ocupação de terras pela extração de borracha (ISA, 2021).

Os primeiros relatos sobre a região foram realizados pelo Capitão Peixoto de Azevedo no ano de 1819, que navegou realizando o levantamento das áreas navegáveis do rio Teles Pires (DOMINGUES, 2015)

Em meados do século XX ocorreu um grande incentivo por parte do Governo Federal chamado de Marcha para o Oeste com o objetivo de explorar áreas pouco povoadas e desenvolvidas, principalmente a região do centro-oeste. Não obstante o Governo Estadual promoveu novas políticas de colonização a partir das terras devolutas (HEINST, 2003).

Além da necessidade de colonizar áreas para transformá-las economicamente, havia por parte do Governo Federal o discurso de ocupação para a defesa nacional, não deixando as terras vazias à mercê de países estrangeiros que buscavam ocupar a área da Amazônia (OLIVEIRA, 2018).

No ano de 1943 foi organizada a expedição Roncador-Xingu, parte prática da Marcha para o Oeste com o objetivo de abrir picadas, construir as primeiras estradas, fazer contato com os indígenas da região e implantar núcleos populacionais nas áreas ideais encontradas pela expedição (OLIVEIRA, 2018).

Um dos objetivos do governo na época era a abertura de estradas em direção à Amazônia para favorecer a implantação dos projetos de colonização, por conta disso ocorreu a abertura da BR-163 na década de 1970. No ano de 1975, vindo de Santa Catarina junto com seus irmãos, Claudino Francio adquiriu grande volume de terras na intenção de formar uma agropecuária, mas acabaram criando a "Colonizadora Sorriso" que posteriormente se chamaria "Colonizadora Feliz". Com o propósito de povoar a região, em 1977, a colonizadora passa a trazer a população da região sul do país, vendendo terras e, em alguns casos, doando lotes com a condição de se construir casas no prazo máximo de um ano (DOMINGUES, 2015).

As primeiras famílias que se fixaram no local foram os Silva e Santos, seguidos das famílias Francio, Brescansin, Schevinski, Manfrói, Spenassatto, Antonello, Ferronato, Potrich, Raitter, Riva, Bedin, Daroit, Lodi, Faccio e Brandão que chegaram ao local para trabalhar, formando assim a pequena agrovila que se tornaria hoje a cidade de Sorriso (DIARIO DO ESTADO, 2019; DOMINGUES, 2015).

No dia 26 de dezembro de 1980 a pequena agrovila passou a ser distrito do município de Nobres. Aprovada em 13 de maio de 1986 a lei 5.002/1986 elevou o então Distrito de Sorriso à categoria de Município (CMS, 2021).

Atualmente, apesar de ter moradores de todas as regiões do país, o predomínio é de pessoas provenientes da Região Sul e da Região Nordeste, principalmente do Figura 2: Vista aérea de Sorriso/MT em 1979. Maranhão (DOMINGUES, 2015).

A economia da região inicialmente se deu pelo extrativismo madeireiro, sendo até então a principal atividade econômica, contudo, com o desmatamento a atividade econômica migrou para a agropecuária, onde atualmente a produção de grãos domina a base econômica do município de Sorriso, com um destaque para o cultivo de Soja (CAMPOS, 2007).

Observa-se também uma crescente em empresas no setor de engenharia civil, este fato se dá pelo município ser relativamente novo e estar em ampla expansão. O crescimento da cidade amplia as possibilidades econômicas do município, aumentando o número de serviços, atraindo novos serviços e mão de obra para o local.





# CARACTERÍSTICAS E ASPECTOS GERAIS

Sorriso foi fundada em 13 de maio de 1979 está distante 412km da capital do estado, Cuiabá. Faz divisa ao Norte com o município de Sinop e Vera (limite natural Rio Celeste), ao Sul com o município de Lucas do Rio Verde (limite natural Rio Verde), ao Leste com os municípios de Vera e Nova Ubiratã e a Oeste com os municípios de Tapurah (limite natural Rio Verde) e Ipiranga do Norte.

Está localizado na Mesorregião do Norte Mato-grossense e na Microregião do Alto Teles Pires com uma área de 9.346.873 km nas coordenadas de 09' 53'02" S e 56' 04'38" O no quilômetro 742 da rodovia federal BR-163, Cuiabá – Santarém.

Segundo o IBGE (2010) A população estimada é de 94.941 habitantes, já o último censo realizado em 2010 apresentou um total de 66.521 habitantes e uma densidade demográfica de 7,13 hab/km, conferindo o 7º lugar de cidade mais populosa do estado. Sua pirâmide etária apresenta uma grande concentração de adultos entre 20 e 34 anos.

O clima é caracterizado como Equatorial quente e úmido, com estação seca bem definida entre os meses de maio e agosto, com precipitação média anual de 2.250mm e temperatura média de 25° (IBGE, 2014)

Suas características físicas apresentam relevo predominantemente plano, com altitude média de 360m na Chapada dos Parecis (DOMINGUES, 2015). A área se encontra na região de transição entre os Domínios Morfoclimáticos Amazônia e Cerrado, constituído por cerrado arbóreo denso e florestas abertas subcadusifolia (matas ciliares) (PMS, 2021; AB'SABER, 1967).

O município tem como bacia hidrográfica a grande bacia do Amazonas. Esta recebe a contribuição do rio Teles Pires, que recebe pela esquerda o rio Verde e pela direita o rio Celeste.



Bandeira do município de Sorriso - MT



Brasão do município de Sorriso - MT





# 6.1

## PRESENÇA DIGITAL

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

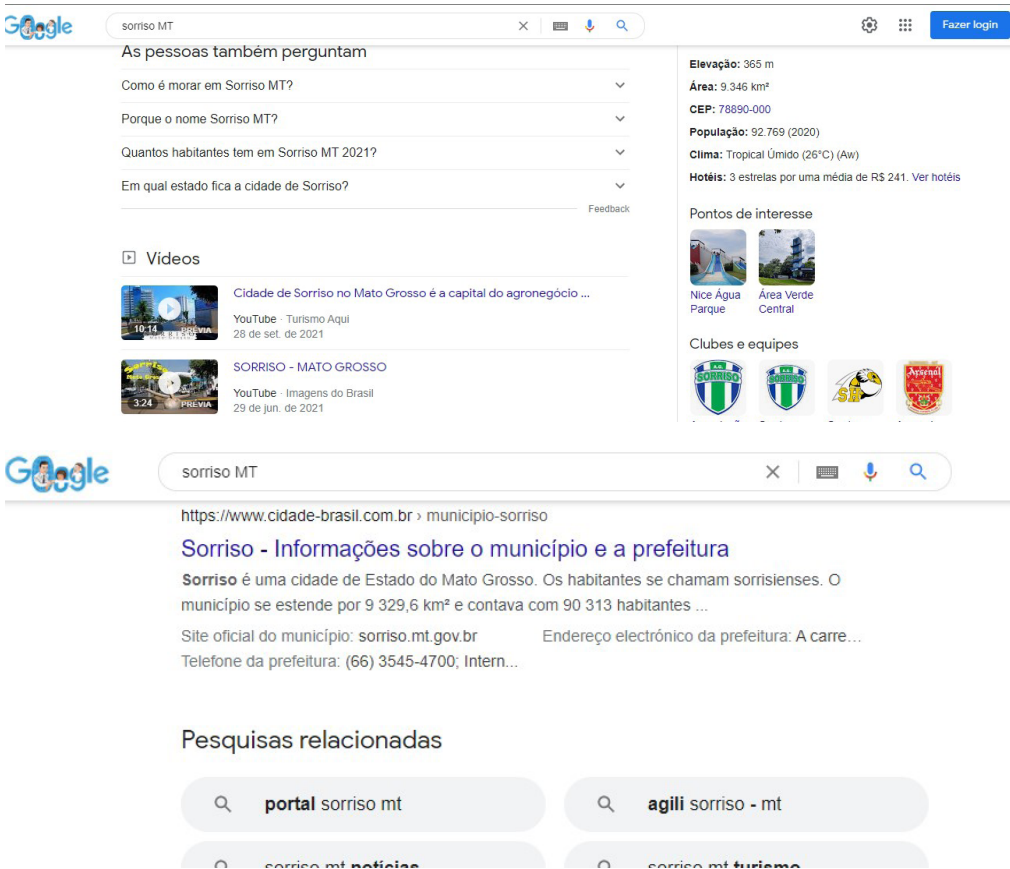
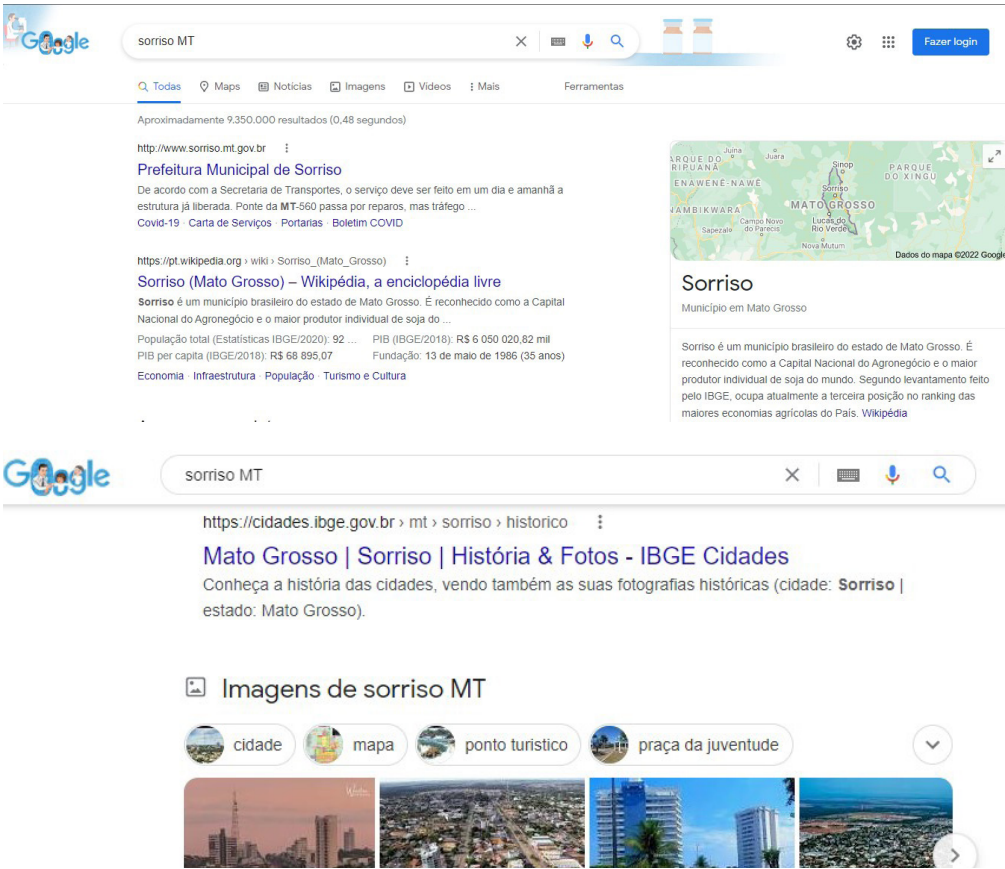
A presença digital é um processo que leva tempo para se estabelecer o que não significa apenas veicular em redes sociais ou ter um site promocional, é necessário propor conteúdo baseados em pesquisas que compreendam a tendência atualizada de consumo de turismo, aplicando no layout da apresentação online, conteúdos com os conceitos desejados para o turismo atual e o turista do futuro. Uma presença digital forte aumenta a divulgação do destino turístico, promove engajamento, ajuda na fidelização de turistas, potencializa as vendas em variados mercados e garante uma série de outros benefícios.

Segundo um levantamento, de 2019, da We are Social, 70% da população brasileira usa a internet diariamente, o que significa mais de 146 milhões de brasileiros no ambiente digital. Ao considerarmos o avanço do envolvimento online decorrente ao cenário de pandemia e consequente isolamento social ocorrido de 2020 em diante, considera-se potencializado a presença da população interagindo com canais digitais, o que torna indispensável para qualquer busca de visibilidade, um posicionamento que traduza encantamento. Nesse sentido, está incorporado ao Inventário da Oferta Turística a atual performance da Presença Digital do Município de Sorriso, como forma de dados estratégicos para aprimorar, avançar e alcançar a eficiente presença digital do



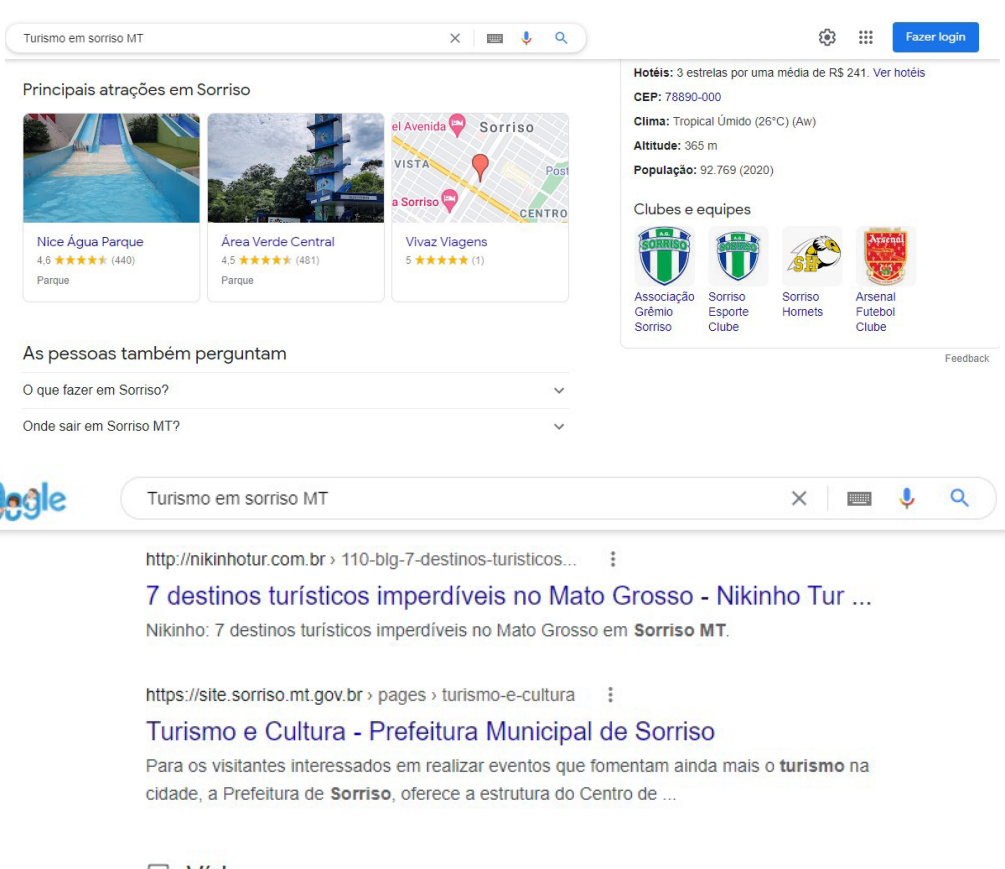
Posicionamento no meta buscador Google (todas) – página 1

Formato da busca: Sorriso MT. 27 links de acesso  
Destaque: site Prefeitura, site Wikipédia, site Portal Sorriso, Passagens Promo, site G1, R9 News, Rádio Sorriso FM.  
Consultado em 04/11/2021



Posicionamento no meta buscador Google (todas) – página 1

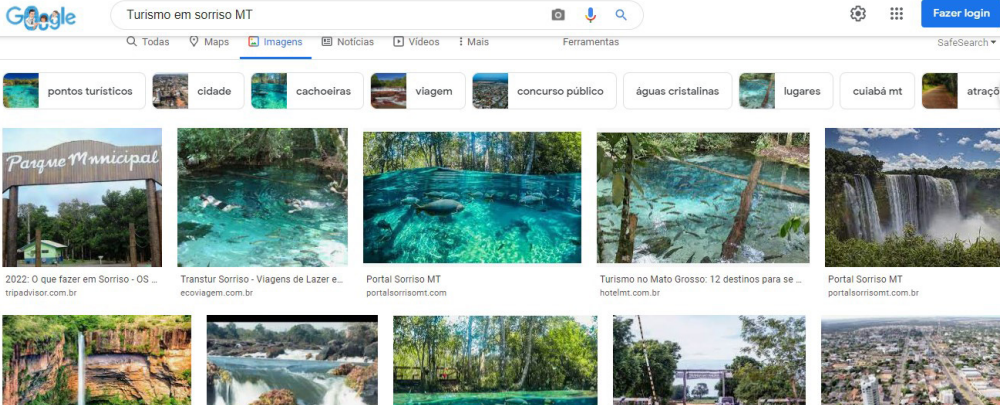
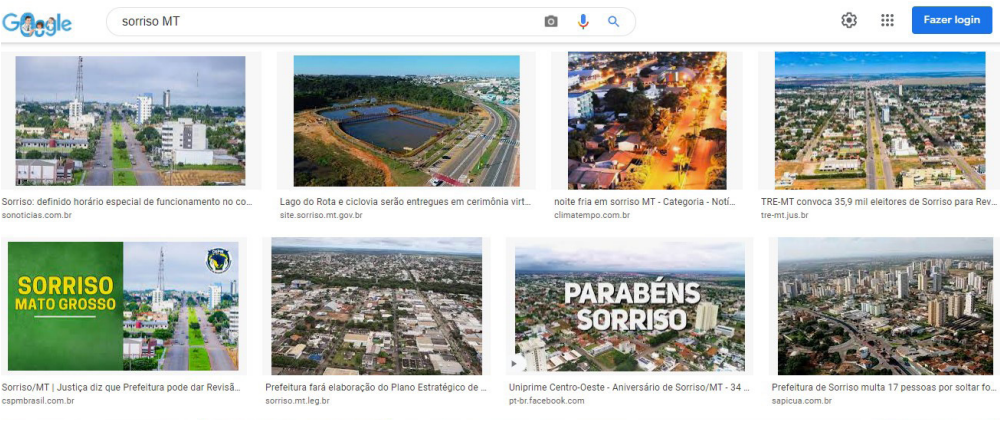
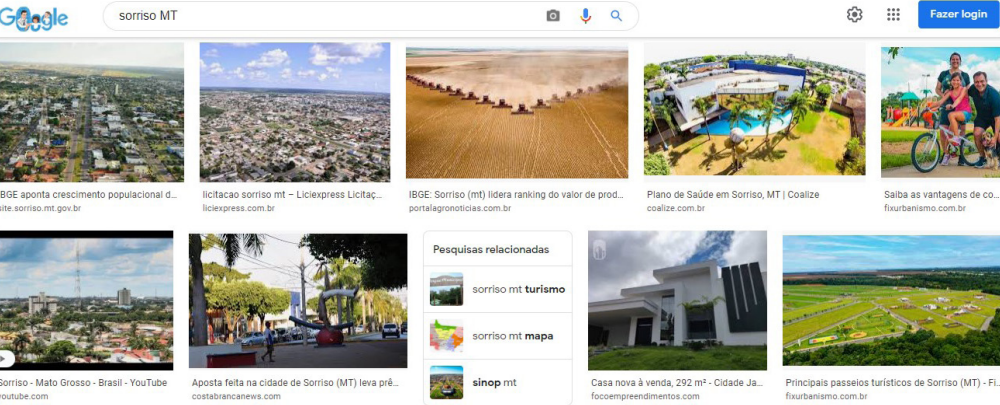
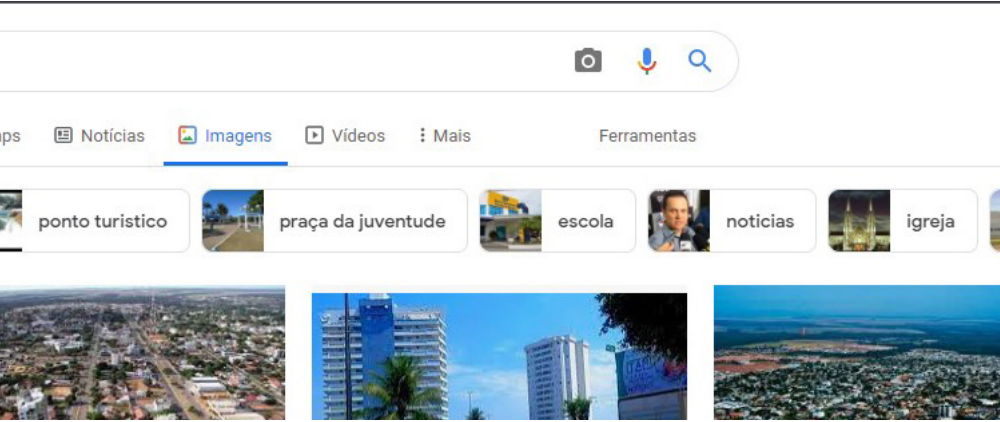
Formato da busca: Turismo em Sorriso MT. 34 links de acesso  
Destaque: site TripAdvisor, site Passagens Promo, site Guia Mais, site Ninho Tour, site Guia Turismo.  
Consultado em 04/11/2021





Desdobramento no meta buscador Google (Imagens) – página 1

Formato da busca: Turismo em Sorriso MT. 20 vídeos  
Destaque: YouTube, Facebook, Prefeitura, Portal Comunique-se.  
Consultado em 04/11/2021



Desdobramento no meta buscador Google (vídeos) – página 1

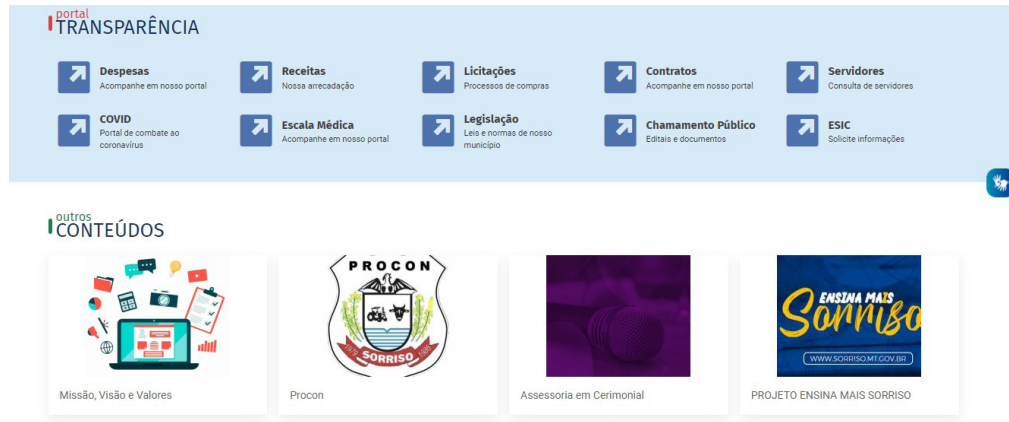
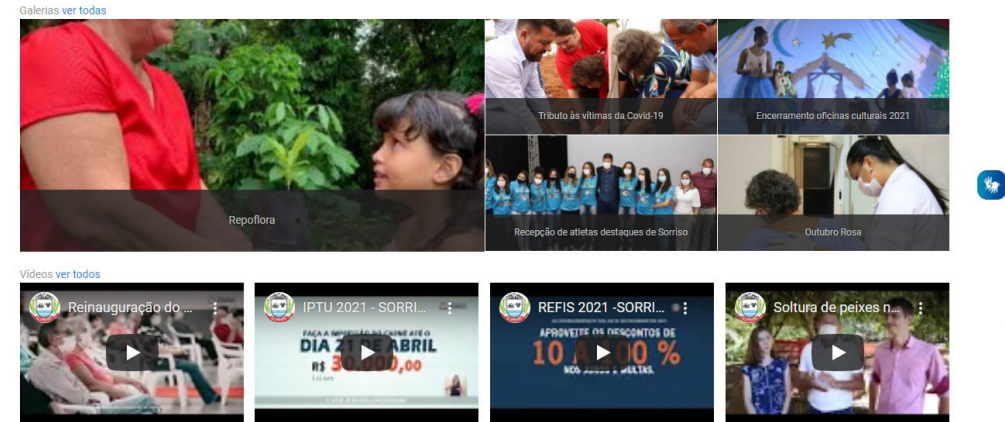
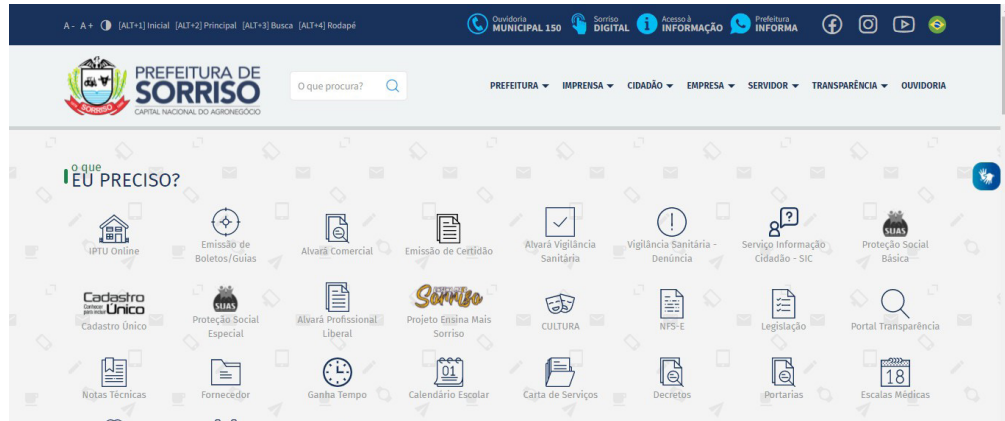
Formato da busca: Turismo em Sorriso MT. 20 vídeos  
Destaque: YouTube, Facebook, Prefeitura, Portal Comunique-se.  
Consultado em 04/11/2021





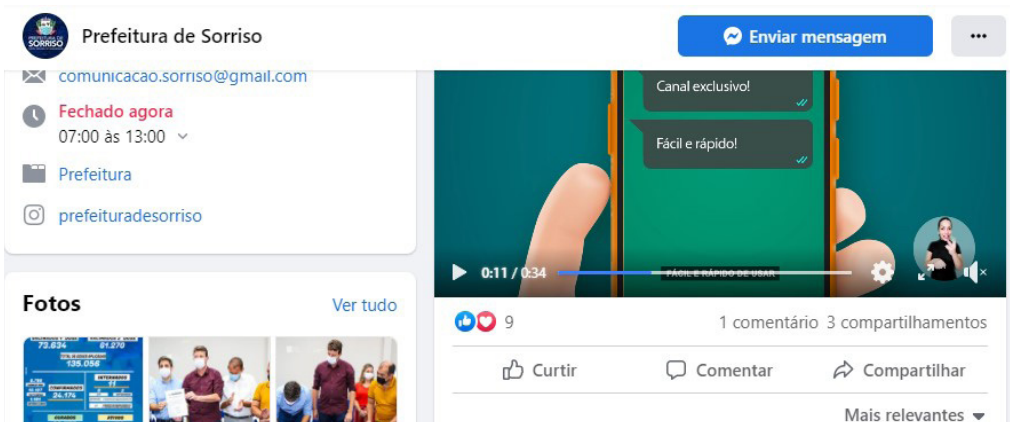
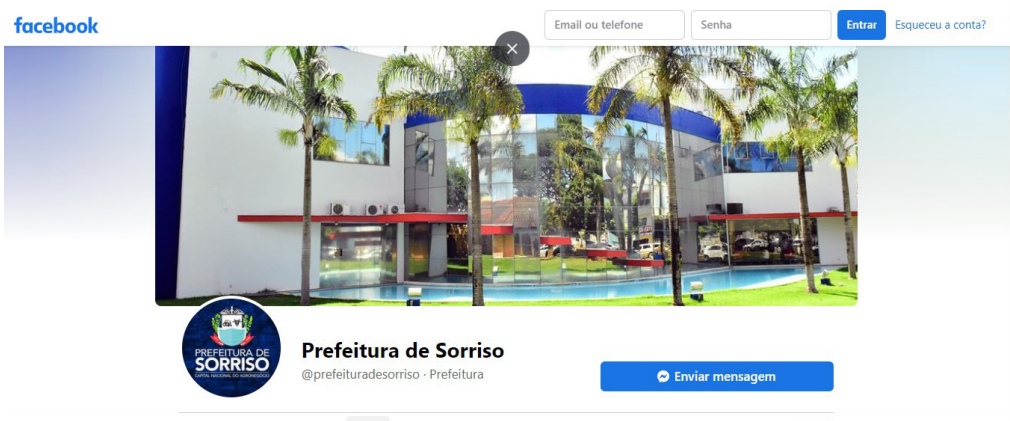
Desdobramentos – Site Institucional – Prefeitura Municipal de Sorriso  
https://site.sorriso.mt.gov.br/

Formato da busca: Prefeitura Sorriso MT. 1 portal  
Destaque: ações da gestão pública, turismo e cultura.  
Consultado em 04/11/2021



Desdobramentos – Facebook – Prefeitura Municipal de Sorriso  
https://www.facebook.com/prefeituradesorriso

Formato da busca: Prefeitura de Sorriso MT. 1 portal  
Destaque: ações da gestão pública.  
Consultado em 04/11/2021 - última atualização 04/11/2021  
Parcial da página





Desdobramentos – Instagram – Prefeitura Municipal de Sorriso  
https://www.instagram.com/prefeituradesorriso/

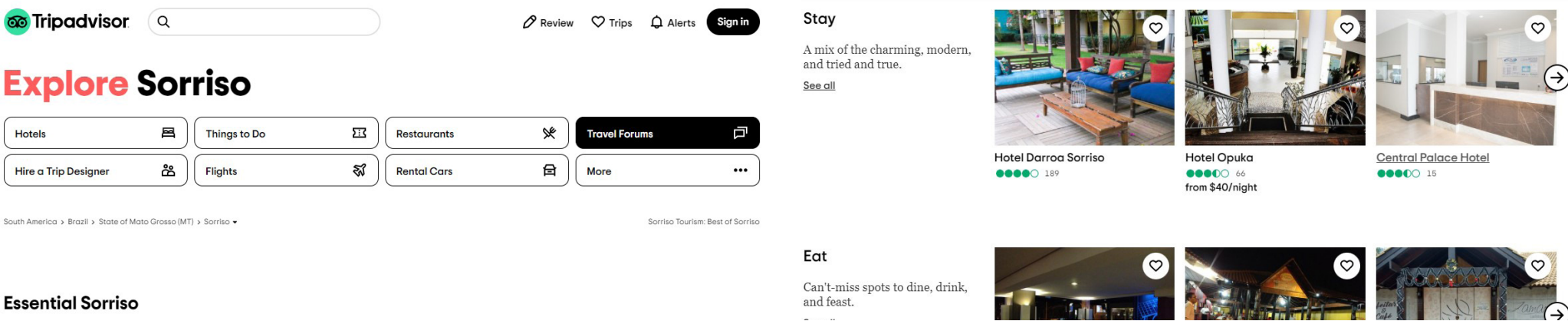
Formato da busca: Prefeitura de Sorriso MT. 1 página  
Destaque: ações da gestão pública.  
Consultado em 04/11/2021 - última atualização 03/11/2021  
Parcial da página



Desdobramentos – TripAdvisor – Sorriso/MT  
https://www.tripadvisor.com/Tourism-g1406083-Sorriso\_State\_of\_Mato\_Grosso-Vacations.html

Formato da busca: TripAdvisor Sorriso MT. 07 anúncios de meios de hospedagem;  
12 anúncios de serviços de alimentação  
Destaque: anúncios de meios de hospedagem, serviços de alimentação com comentários e avaliações.

Consultado em 22/09/2021





A partir do ilustrado do que foi captado na pesquisa de presença digital, é certo afirmar que Sorriso não está oculta nos principais canais online, mas para potencializar turismo precisa de um planejamento e execução de um posicionamento online que depende de investimentos da iniciativa pública e privada.

Segundo Gulka (2016), a gestão da presença digital se dá dos seguintes elementos respectivamente: Planejamento; Posicionamento ou Identidade Digital; Conteúdo; Relacionamento; Tráfego; Monitoramento ou Mensuração.

Desta forma, a partir destes elementos que se têm o conteúdo e o relacionamento que serão fundamentais para a gestão dos canais digitais.

A escolha do tipo de plataforma de presença digital depende do foco, objetivo e missão, sendo necessário entender que as tecnologias digitais são dinâmicas e trazem distintas possibilidades de atuação, mas também promovem uma pulverização de informações de forma vertiginosa.

O que consta nas iniciais páginas de busca é fruto de veiculação gratuita. Quando são informações, fotos e vídeos com o respectivo tratamento editorial, estão vinculados apenas à Prefeitura Municipal, Governo do Estado e pontuais correlatos que voluntariamente aportaram a comunicação online como: imprensa, usuários e algumas empresas locais e do estado.

Se em 2015 a média de tempo que uma pessoa passava conectada à internet era de 6 horas e 20 minutos, em 2021 o tempo que um usuário permaneceu online já beirou as 7 horas diárias (6 horas e 58 minutos), um crescimento de 4% em relação aos anos anteriores. Nesse (segue sem alterar mais nada) um crescimento de 4% em relação ao ano passado. Nesse sentido, não se pensa oferta turística sem mensurar no mínimo na etapa de inventário, o quanto esse município turístico aparece no simples click nos principais meta buscadores.

Para se comunicar com investidores, estabelecer dados para nortear políticas públicas e captar a atenção dos consumidores, o universo de comunicação online deve minimamente estar expresso nos seguintes:

SITES: Ainda há muitos empresários, principalmente os de agências de viagens, hotéis, pousadas e restaurantes que não atentaram para a importância do site de turismo como ferramenta do marketing digital. As redes sociais são super importantes, assim como outras ferramentas que fazem parte de cada estratégia digital. Mas, independentemente do objetivo de cada marca, o site continua sendo o principal canal da empresa.

Alguns motivos evidenciam porque o Inventário da Oferta Turística busca encontrar site(s) no ambiente online:

1) Redes sociais são instáveis e isso está comprovando quando o esquecimento do Orkut em detrimento do Facebook e a chegada do Instagram, ocupando um espaço importante na comunicação online. Não se sabe até quando cada mídia social será interessante e nesse sentido nenhum setor da economia deve se ater apenas a um canal de presença digital.

2) O Site é uma vitrine online mesmo que não finalize vendas como desejável para a iniciativa privada e não aplicável aos sites institucionais. Entretanto ninguém confia em lojas ou entidades desatualizadas, defasadas e sem conteúdo relevante e fotos atraentes. Se o que está disponível não está com excelência, provável que não sirva para fomentar o destino turístico.





3) Site eficiente passa confiança e mostra profissionalismo ofertado por cada destino turístico. Nesse sentido o que não for responsivo, rodar bem no mobile e não divulgar produtos formatados e respectivos diferenciais competitivos, não acrescenta na economia do turismo. Não vende a oferta.

4) As métricas mostram o desempenho do site de turismo e o Google Analytics é um modelo de ferramenta que mostra essa performance e oportuniza mensurar quanto tempo, quantas pessoas e o perfil de quem navega no site.

5) O site direciona para informações complementares oferecendo ao turista a profundidade de informação que desejar.

SOCIAL MEDIA: O número de pessoas conectadas às redes sociais apresentou um crescimento de 13% em relação ao último ano, chegando a marca de 4,2 bilhões de usuários ativos. A cada segundo, 15,5 pessoas ingressam em alguma plataforma de social media. Ao menos seis plataformas de social media hoje contam com mais de 1 bilhão de usuários Facebook (2,74 bi), Youtube (2,29 bi), WhatsApp (2 bi), FB Messenger (1,3 bi), Instagram (1,22bi) e Wechat (1,2 bi). Mas isso também não implica dizer que as marcas devem focar suas estratégias apenas nessas grandes plataformas Ao invés disso, profissionais de marketing devem começar a deixar o alcance em segundo plano e focar suas estratégias mais nas possibilidades criativas oferecidas

por cada plataforma, além de oportunidades específicas oferecidas por plataformas de “nichos”.

PLATAFORMAS DE NICHOS: O turismo tem um formato de comunicação de acordo com o comportamento do consumidor que elege a cada tempo e de acordo com as facilidades, as plataformas de nicho que traduzem melhor respostas às buscas de informações sobre destinos turísticos. O Inventário assim, se atentou as evidenciadas plataformas para o setor turístico que são as seguintes:

Google Meu Negócio: Além de ser o principal meio de consulta no ambiente online a partir de palavras, a plataforma gerencia as informações que os usuários veem quando pesquisam uma empresa ou um destino turístico. Ao encontrar uma oferta turística no Google Maps e na pesquisa, as pessoas podem conferir informações como horário de funcionamento, site e endereço.

Trip Advisor: A plataforma digital reconhecida como o maior site de viagens do mundo, que recebe em média 456 milhões de visitantes únicos mensais. São cerca de 435 milhões de avaliações e opiniões sobre 6,8 milhões de acomodações, restaurantes e atrações ao redor do mundo. O serviço de comparar preços das hospedagens, atrações e passeios, assim como as vantagens de cada destino divulgadas pelos próprios viajantes, fez com que a plataforma caísse no gosto da geração Y (nascidos entre 1980 e 2000), também conhecida por millenials.

Assim, os dados inventariados apresentam o nível de publicidade alcançado por Sorriso e servem de parâmetro para desencadear ações de capacitação que subsidiem investimentos em comunicação online. A percepção da pesquisa aponta um inicial processo de visibilidade, É possível constatar que a presença digital em Sorriso tem força e fortaleza. O município já entendeu que o futuro dos negócios está no meio digital.

Ao utilizarmos como formas de busca os temas “Turismo em Sorriso” como – ‘desdobramentos em Sorriso” no quesito meios de hospedagens, alimentação, gestão pública e outros assim destacados, é possível visualizar de imediato conteúdos atualizados, imagens com visual e clareza, facilitando assim a permanência do visitante por um local com tecnologia facilitada, além de segurança, conforto e qualidade.

Diante disso conclui-se que em tempos de pandemia do Coronavírus que se iniciou em 2020, Sorriso se adaptou às novas possibilidades e ferramentas ofertadas no meio digital para divulgar a cidade, o agronegócio, sua estrutura e logística.



# TURISMO EM SORRISO MT

O turismo de Sorriso conta com a gestão municipal estruturada na Secretaria de Desenvolvimento Econômico que está responsável por gerir as iniciativas de desenvolvimento da atividade turística no município.

Correspondendo aos princípios da governança orientada pela política pública do Ministério do Turismo, apresenta a organização em Comtur – Conselho Municipal de Turismo com formato consultivo e deliberativo, articulados em reuniões regulares legitimando debates e decisões lavradas em ata, promovendo um ambiente participativo e cooperado de desenvolvimento do setor turístico.

Subsequente ao ordenamento municipal de gestão do turismo, Sorriso faz parte da IGR – Associação Turística Portal do Agronegócio dez municípios - Nova Mutum, Lucas, Sorriso, Nova Ubiratã, Tapurah, Santa Carmem, Claudia, Novo Horizonte do Norte, Porto dos Gaúchos e Sinop.

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

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

O benefício de contar com um Inventário da Oferta Turística e um Plano Municipal de Turismo diante do Programa de Regionalização do Turismo possibilita Sorriso a melhorar sua classificação que até o momento está enquadrada na categoria B. Quanto melhor classificado maior alcance de investimentos governamentais permitindo ao Ministério do Turismo direcionar maiores esforços e recursos para ações mais adequadas às necessidades do município e Região Turística a qual pertence.

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



Foto- Banco de Imagens da Prefeitura Municipal





# 7.1

## Sorriso, a Capital do “Agronegócio”

Sorriso, desde sua colonização, mesmo em tempos de desafios é uma cidade que cresce aceleradamente.

É considerada a capital do Agronegócio, por ser o município com maior área agricultável no mundo, pois sustenta e tem influência direta e positivamente em todos os setores da economia.

Uma cidade com visão futurista e que caminha para ser uma das grandes cidades brasileiras a nível de desenvolvimento econômico.

Atualmente, mesmo com a crise pandêmica, Sorriso se desenvolve no setor de serviços, pois com abertura de empresas no setor imobiliário, indústria e agricultura, a busca por profissionais é grande em consequência, gera emprego e renda na cidade. E com esse crescimento acelerado da população que vem em busca de oportunidades, Sorriso também se preocupa em disponibilizar melhores condições de vida tanto na segurança, educação e saúde como também no bem estar do seu morador, e porque não do visitante?

Quem chega a Sorriso hoje, encontra avenidas bem planejadas, sinalizadas e com acessibilidade. A estrutura urbana é complementada por praças, parques e espaços para a prática esportiva e o lazer, que garantem uma excelente qualidade de vida à toda população.

Além de ser a capital do “agronegócio” hoje é a capital que está despertando como um destino potencial turístico e enxergando a cidade como um destino inteligente, criativo, totalmente estruturado que precisa apenas se ordenar para receber o turista de forma acolhedora e hospitaleira.

A estratégia é ofertar as atividades que já existem, porém, entregue de forma “embalada” onde o turista se sinta especial e com vontade de ficar na cidade para aproveitar todos os ambientes disponíveis.

Sorriso, além de ser a “Capital do Agronegócio”, é uma cidade cosmopolita, ou seja, é um local onde moradores e visitantes; seja a negócio ou a lazer, aprecie com grande estilo atividades culturais e de natureza, gastronomia local, ambientes com estilos pitorescos, paisagístico e agradáveis.



## Perfil da Demanda Turística

Segundo a Organização Mundial de Turismo - OMT (1994), Turismo é definido como toda atividade desempenhada por pessoas, quando se deslocam do seu habitat para viagens e estadias em lugares diferentes, seja por lazer, negócios ou outras motivações não remuneradas, em períodos inferiores a um ano.

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

Em Sorriso encontramos o perfil do turista de negócios, que mesmo com a pandemia realizam suas viagens corporativas, porém essas viagens deixaram de ser rígidas e tão sérias como antes. Houve uma transformação de comportamento, e o executivo atual já não quer dedicar 100% do seu dia somente no ambiente de trabalho, mas sim em ambiente que proporcione qualidade de vida e que seja em qualquer lugar do mundo.

Esta é uma nova tendência, denominado “Bleisure” (termo em inglês que significa business + leisure – negócios e lazer) que já ocorre com muita frequência no município de Sorriso.

Segundo dados estatísticos da Expedia, em 2016, nos Estados Unidos 43% das viagens corporativas se transformavam em bleisure. No ano de 2018 o percentual subiu para 60% e na Alemanha já atinge 65% dos turistas corporativos.

O Plano tem como proposta ordenar e transformar os equipamentos turísticos e assim prospectar este turista exclusivo, que já existe no entorno da cidade.







Foto- Banco de Imagens da Prefeitura Municipal

Segundo a Expedia Group (2018) (As viagens se tornam bleisure quando:

- ◊ A cidade é ativa e oferece muitas opções de lazer (48%)
- ◊ o destino é conhecido e está na lista de desejo (43%);
- ◊ É fácil circular pela cidade (38%),
- ◊ O número de noites no destino permite aproveitar a cidade (37%),
- ◊ Está mais perto do fim de semana (37%),
- ◊ E quando é possível se encontrar com amigos (34%).

Pode -se dizer que ele já consome os equipamentos turísticos e que é preciso um olhar sistêmico sobre a potencial oferta, traçando um alinhamento com o segmento de turistas de negócios para atraí-lo e motivá-lo a continuar consumindo durante o período de sua estadia na cidade.

Um outro retrato que comprova a circulação de turistas de negócios é a presença de agências emissivas na região central da cidade, podendo repensar essas agências operarem no mercado receptivo para promoverem os atrativos locais e em consequência buscar capacitar condutores locais aperfeiçoando para atuar com foco, segurança e encantamento.

Isso significa que a economia do turismo já desperta o empreendedorismo que se soma aos investimentos aparentes em atrativos turísticos, principalmente nos balneários, parques estruturados, centro histórico e espaços de eventos no perímetro urbano do município.



## Quem é o turista atual

Em Sorriso, ao identificamos o turista atual, temos morador local, usufruindo todo entorno, e o executivo que hoje se transforma em um visitante potencial, pois aproveita todas as atividades já existentes no setor de compras, lazer no meio urbano e/ou rural, entretenimento entre outros.

É importante considerar que no cenário econômico, o setor turístico é um dos mais afetados pela recente pandemia. Assim, o turismo nesses últimos dois anos vem se adaptando e passando por grandes transformações e desafios, sempre atento às demandas e principalmente suprimindo às atuais necessidades do mercado..

Em 2022, as expectativas para uma plena retomada do setor de turismo são altas. Muitas pessoas ficaram em isolamento social e fronteiras foram fechadas no mundo. Diante disso podemos refletir sobre o que vivemos e planejar estrategicamente o que virá pela frente.

Para potencializar o mercado turístico, é recomendável que Sorriso, já em processo de retomada continue seu caminho, ou seja, ir à linha do que o varejo das grandes cidades já vem oferecendo para reconquistar o público: investir em segurança (atendimento sem contato, com transações 100% online e pagamentos por app), experiência (no caso das hospedagens, pode ser espaços co – working para trabalho, personal trainner personalizado, banheira de

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

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

A pandemia da COVID-19 criou, influenciou ou acelerou cada tendência. As características se remetem diretamente ao comportamento do turista atual e vale se atentar que em 2022, o consumidor não é mais o mesmo.

Algumas empresas de pesquisas como a Global Euromonitor International, a AIRBN e o Sebrae, diante dessas transformações revela as tendências que definirão o comportamento do consumidor, que hoje está mais exigente e ciente a respeito do seu impacto no mundo.

Entre as tendências, citamos aqui no Plano as que mais se identificam com a oferta turística de Sorriso:





### SUSTENTABILIDADE E PROPÓSITO

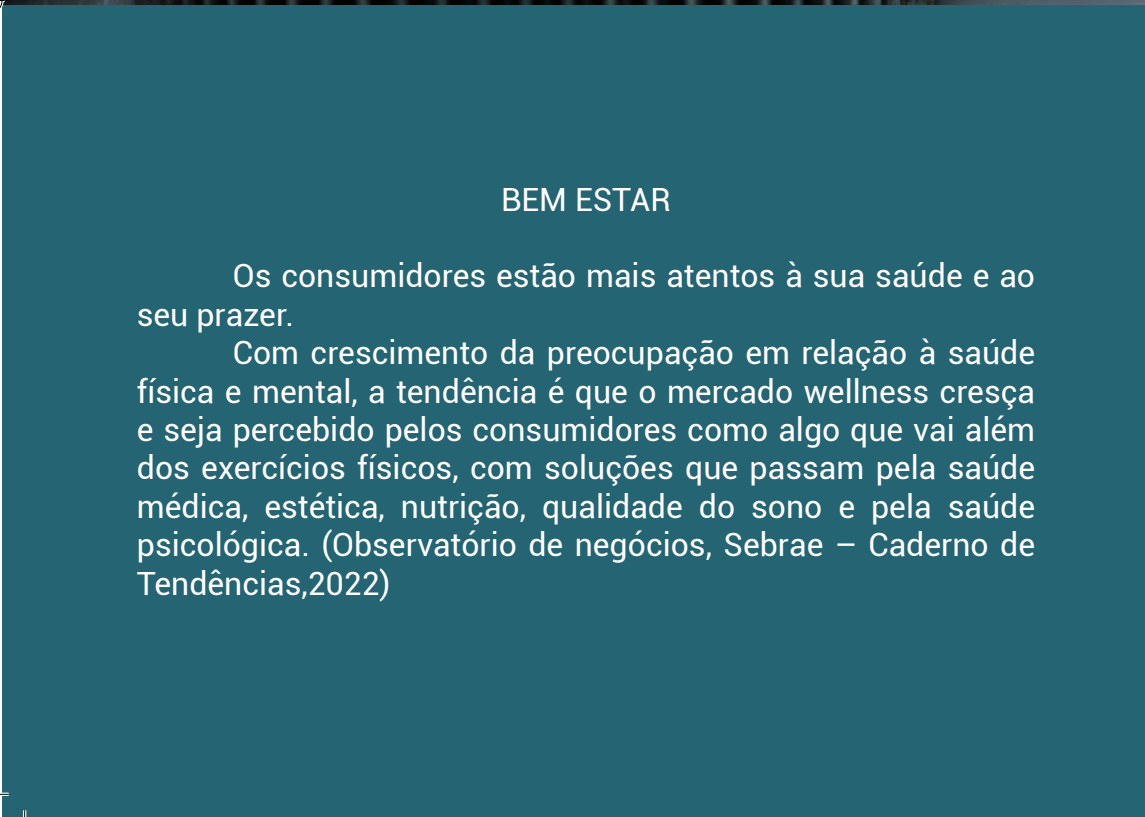
Os consumidores estão cada vez mais atentos ao que consomem.

Nesta tendência o visitante irá se preocupar com a sustentabilidade, um dos aspectos que ganhou atenção durante a pandemia. Estarão mais reflexíveis quanto a ambientes naturais e o impacto da presença humana. (Observatório de negócios, Sebrae – Caderno de Tendências,2022)



### PRIORIDADE: DESTINOS NACIONAIS

Com ainda muitas incertezas em relação ao turismo internacional, os brasileiros seguem interessados em aproveitar os atrativos do nosso próprio país ao longo deste ano. Segundo um levantamento da Booking, 81% dos brasileiros consideram que as viagens nacionais são prioridade. (AIRBNB, 08 tendencias par o Turismo 2022)



### BEM ESTAR

Os consumidores estão mais atentos à sua saúde e ao seu prazer.

Com crescimento da preocupação em relação à saúde física e mental, a tendência é que o mercado wellness cresça e seja percebido pelos consumidores como algo que vai além dos exercícios físicos, com soluções que passam pela saúde médica, estética, nutrição, qualidade do sono e pela saúde psicológica. (Observatório de negócios, Sebrae – Caderno de Tendências,2022)



### EQUILÍBRIO ENTRE TRABALHO E DESCANSO

Com as atividades remotas mais comuns, as pessoas aprenderam a usufruir da flexibilidade e viajar mesmo com uma agenda de compromissos profissionais ou de estudos a ser cumprida. (AIRBNB, 08 tendências par o Turismo, 2022)







### A GRANDE RENOVAÇÃO DA VIDA

A pandemia conduziu os consumidores a priorizar o tempo para si mesmos fazendo drásticas mudanças pessoais e em um recomeço coletivo em relação a estilos de vida, objetivos e seus valores. Os consumidores agora apreciam mais o equilíbrio entre vida pessoal e profissional. (Global Euromonitor International, tendências, 2022).

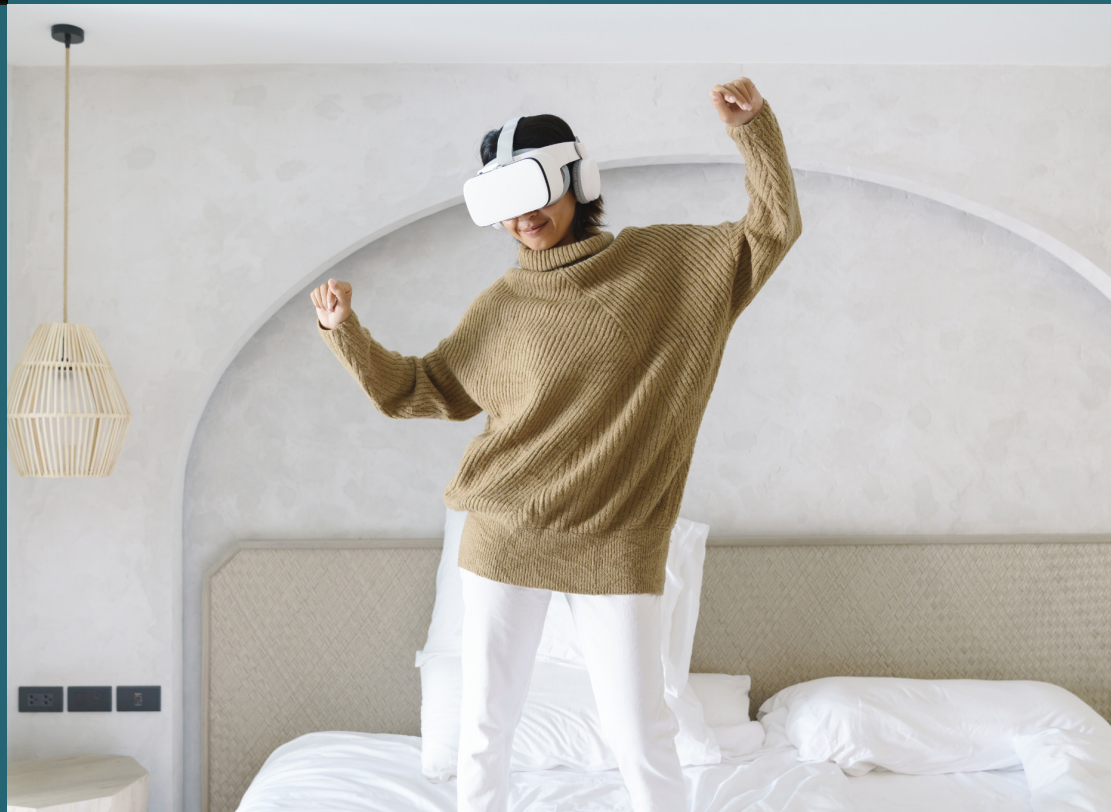


### EM BUSCA DO AMOR PRÓPRIO

O consumidor está mais preocupado com o corpo e com a mente, priorizam a própria felicidade, sentindo-se confortáveis em sua pele e desfrutando de bens e serviços que elevam seu senso de identidade. (Global Euromonitor International, tendências 2022).

### O MOVIMENTO METAVERSO

O mundo digital está evoluindo e o consumidor atual está socializando de forma on-line. Reuniões virtuais estão sendo realizadas com frequência e os consumidores estão adotando esses espaços digitais para socializar com as comunidades. (Global Euromonitor International, tendências. 2022).



Assim, é determinante planejar o turismo de Sorriso com foco em ofertar produtos e serviços para esse consumidor atual, e também buscando acima de tudo, potencializar a economia local com responsabilidade, segurança e qualidade, valorizando o bem estar, os espaços e a sustentabilidade ambiental





Foto- Banco de Imagens da Prefeitura Municipal

## Oferta Turística

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

O Inventário da Oferta Turística de Sorriso, traz os equipamentos direcionados ao turista, considerando empresas localizadas na ZONA PRIORITÁRIA da cidade, que consiste espaço urbano de relevante interesse ao turista por sua localização central, próximos à atrativos ícones e considerados em primeiro alcance do visitante.

Os equipamentos são os seguintes:





Quadro N° 1 : INFRAESTRUTURA BÁSICA DO MUNÍCIPIO	
Meios de Acesso	- BR 163, BR 242 e MT 140 - Aeroporto Regional Adelino Bedin - Terminal rodoviário de Sorriso - Central de Transportes coletivos de Sorriso
Agências Postais	- Centro de distribuição dos Correios.
Emissoras de Rádio de Sorriso	- Centro América FM Sorriso - Associação Comunitária Sorriso Jovem FM - Radio Sorriso - Radio Boa esperança
Jornais, sites de notícias e revistas	- A verdade dos Fatos - Click Hoje - Jornal a Folha do Cerrado - Gazeta do dia - R9news Sorriso - Portal Sorriso MT - Câmara Municipal de Sorriso - Revista Única
Sistema de segurança	-12° Batalhão de Polícia Militar – BPM - Delegacia da Polícia Judiciária Civil - Cadeia Pública de Sorriso-MT - 10° Cia Independente de Bombeiros Militar - Secretaria Municipal de Segurança Pública, Trânsito e Defesa Civil



Foto- Banco de Imagens da Prefeitura Municipal



Quadro N° 2: EQUIPAMENTOS DE APOIO AO TURISTA	
Meios de Hospedagens	<div><div>- Hotel Primavera</div><div>- Hotel Catarinense</div><div>- Avenida Palace Hotel</div><div>- Central Palace Hotel</div><div>- Hotel Halley LTDA</div><div>- FIT Transamérica Sorriso</div><div>- Darroa Hotel</div><div>- IUPI Hotel Sorriso</div><div>- Hotel Recanto do Bosque</div><div>- Hotel São Francisco</div><div>- Hotel Magessi</div><div>- Hotel e Restaurante Melo</div><div>- Opuká Park Hotel</div><div>- Hotel Paraná</div><div>- Estilo Hotel</div><div>- Hotel Cabana Gaúcha</div><div>- Hotel Vitória</div><div>- Hotel Avenida</div><div>- Ana Dália Hotel</div><div>- Hotel Flor do cerrado</div><div>- Pousada Vale das águas</div><div>- Hotel Flor de Lótus</div><div>- Pousada Luciana Ventura</div><div>- Hotel Bess</div><div>- Pousada Lira</div><div>- Hotel Chales</div></div>

Empreendimentos de Alimentos e bebidas	<div><div>- Açafraão - Peixaria e Restaurante</div><div>- All Life Alimentação Saudável</div><div>- Camelu´s Restaurante Sorriso</div><div>- Churrascaria Delivery Marmitas</div><div>- Churrascaria e Lanchonete Casaril</div><div>- Boteko do Embaixador</div><div>- Kuskão Pizzaria e Choperia</div><div>- Restaurante e Marmitaria Galpão Crioulo</div><div>- Padaria e Confeitaria Pão Dourado</div><div>- Pizzaria e Sorveteria Damacena</div><div>- Sorve &amp; Cia – Sorveteria e Açaí</div><div>- Eskimó Sorveteria</div><div>- Sorveteria Sorvelândia</div><div>- Oven Pizzaria</div><div>- Panificadora Nossa senhora Aparecida</div><div>- Zawa Fast Food Shopping</div><div>- Subway</div><div>- Churrascaria e Lanchonete Sabor do Sul</div><div>- Churrascaria Figueira</div><div>- Restaurante Costelão</div><div>- Restaurante Delicias da Ju</div><div>- Restaurante do Gaúcho</div><div>- Restaurante Dom</div><div>- Restaurantes e Caldos Spetus</div><div>- Restaurante e Lanchonete Boi na Brasa</div><div>- Restaurante e Lanchonete Dallas</div><div>- Restaurante e Lanchonete Sabor do Sul</div><div>- Restaurante e Marmitaria Vitória Régia</div><div>- Restaurante e Marmitaria Ximangu´s</div><div>-Restaurante Zawa Sushi</div></div>
--	---



Agências de Viagens	<div>- Sorritur Turismo e transporte</div> <div>- CVC Sorriso</div> <div>- Clube Turismo Sorriso</div> <div>- Aerotur Agência de Viagens e Turismo</div> <div>- Maxitur Viagens e Turismo</div> <div>- Flyword Viagens e Turismo</div> <div>- Mundo Trips Turismo</div> <div>- Turra Viagens</div> <div>- Alorra Viagens</div> <div>- Inovação Turismo</div>
Transportadoras turísticas	<div>- Sorritur Turismo e Transporte</div> <div>- Tonetur Transporte</div> <div>- Adriane Transporte e turismo</div>
Locadoras de veículos	<div>- Localiza Rent a Car</div> <div>- LG Locadora</div>







Quadro N° 3 ESPAÇOS DE LAZER E ATRATIVOS TURÍSTICOS	
Espaços para eventos	<div>- Centro de Eventos Sorriso</div> <div>- Rancho Espaço Festa</div> <div>- Francielli Casarin Buffet</div> <div>- Centro de Eventos Ari José Riedi</div> <div>- Karibi Festas</div> <div>- Castelllus Acqua Park Hote</div> <div>- Cerrado Acqua Park Hotel</div> <div>- Recanto da Viola</div> <div>- Pousada Valle das Águas</div> <div>- Oásis Buffet Club e Eventos</div> <div>- CTG – Clube de Tradições Gaúchas</div> <div>- Lions Clube Sorriso</div> <div>- AABB – Associação Atlética Banco do Brasil</div> <div>- Rotary Club</div>
Hotéis com espaço para eventos	<div>- Opuka Park Hotel</div> <div>- Fit Transamérica Sorriso</div> <div>- Central Palace Hotel</div>
Serviços para eventos	<div>- Francielli Casarin Buffet</div> <div>- Roberto Guimarães Eventos</div> <div>- Inove Cerimonial e Gestão de Eventos</div> <div>- Oásis Buffet Club e Eventos</div> <div>- Eventos Som e Iluminação</div>

Instalações esportivas	<div>- Ginásio Poliesportivo Domingão</div> <div>- Ginásio Poliesportivo Bom Jesus</div> <div>- Estádio Egidio José Preima</div> <div>- Equitação e Equoterapia Sonho Meu</div> <div>- Rancho 2B</div> <div>- Gracie Sorriso - Ruam Gracie Team</div> <div>- Motódromo Vale do Teles Pires</div> <div>- Pista de Bicicross Municipal</div> <div>- Ginásio Poliesportivo Eduardo Simão Ratayczyk</div> <div>- Moto Club Sorriso</div> <div>- Escola de Natação Brasil Dourado</div> <div>- Ciclovía Genoino Spenassatto</div>
Espaços de diversão e cultura	<div>- CCI - Centro de Convivência da Pessoa Idosa Sebastião Martini</div> <div>- Biblioteca Pública Municipal Monteiro Lobato</div> <div>- AFESO – Associação dos Feirantes de Sorriso</div> <div>- Centro de Tradições Nordestinas</div> <div>- Arena Gym</div> <div>- Cancha de Bocha Imigrantes</div> <div>- Clube Rodão</div>



Espaços de lazer e recreação	<ul style="list-style-type: none"><li>- Bar e Bocha</li><li>- Cine Lazer</li><li>- Praça das Fontes</li><li>- Praça da Integração</li><li>- Praça da Juventude</li><li>- Praça Antenor Babinot</li><li>- Marco Zero – Parque Memorial</li><li>- Zambiazi Boliche Bar</li><li>- Parque Ecológico</li></ul>
Atrativos Naturais	<ul style="list-style-type: none"><li>- Nice Água Parl</li><li>- Recanto da Viola</li><li>- Pousada Valle das Águas</li><li>- Cerrado Parque Aquático</li><li>- Guiomar Pesque Pague</li><li>- Salto Magessi</li></ul>
Atrativos ligados a atividade econômica	<ul style="list-style-type: none"><li>- Agrosoja Comercio e Exportação de cereais</li><li>- Mineradora Teles Pires</li><li>- Magisfer Metalúrgica</li><li>- Coopervale</li><li>- Agromave</li><li>- FS Fueling Sustainability – Unidade Sorriso</li></ul>
Atividades Técnicas e científicas	<ul style="list-style-type: none"><li>- Horto Florestal Municipal Sebastião Almeida da Silva</li><li>- Sítio Dunke</li><li>- Abatedouro Municipal de Aves</li><li>- Sítio 175 Raízes da terra</li></ul>





## Segmentos Prioritários

No turismo, a segmentação parte de um fragmento da oferta turística, para assim direcionar um destino para um segmento específico. Esta estratégia, se bem trabalhada, é capaz de dar ao destino turístico uma identidade, e dessa forma direcionar esforços tanto de marketing, quanto de estruturação de atrativos e apoio aos empreendedores. Os motivos para segmentar a oferta turística são:

Permite que um destino crie uma imagem forte sobre um determinado tipo ou prática turística, possibilitando segmentar público, perfil socioeconômico e faixa etária, por exemplo. Dessa maneira, todo o plano de marketing e comunicação do destino ficará mais claro, posicionando-o para um grupo específico de consumidores;

Possibilita roteirizar o destino com maior competência.

Em processo de Inventário da Oferta Turística foi identificado que o município oferece, com expressiva ênfase, turismo de negócios e eventos como o segmento principal e em virtude deste outros que podem surgir como o agro turismo em ambientes rurais, de compras em ambiente urbanos e o de natureza em ambientes naturais.

Apresenta fluxo de pessoas locais e o executivo no entorno da cidade, usufruindo de toda estrutura e equipamento disponível. Em atrativos naturais, as pessoas usufruem desfrutando balneários e rios existentes, contemplando panoramas naturais cênicos e praticando atividades de turismo de natureza.

Outro segmento que foi detectado é o agro turismo em fazendas rurais, onde é possível realizar visitas guiadas demonstrando a rotina e o funcionamento do produtor.

Considerando a estrutura de equipamentos e o exponencial fluxo, trata-se de uma localidade em estágio de desenvolvimento da economia do turismo e retratar a segmentação existente e potencial, contribui para um sequente planejamento de fomento embasado na realidade dos dados atualizados da oferta turística.

Nesse sentido, quanto à segmentação foram considerados os seguinte

### VOCAÇÃO TURÍSTICA

Ícones da oferta turística de Sorriso:

- ♦ Ambiente pujante de negócios com ênfase no comércio, construção civil e agronegócio;
- ♦ Recursos naturais preservados concentrados nos recursos hídricos próximo ao ambiente urbano;
- ♦ Parques urbanos arborizados e com estrutura para atividades de saúde, bem estar e contato com a natureza;
- ♦ Tecnologia aplicada no agronegócio que apresenta resultados expressivos para o setor;
- ♦ Ambientes rurais de agricultura familiar e outros modais de trabalhos no campo;
- ♦ Espaços para eventos variados incluindo os desportivos, beneficiados com a capacidade de hospedagem e serviços de alimentação;
- ♦ Comércio varejista variado com marcas reconhecidas e outras exclusivas;
- ♦ Empreendimentos de lazer incluindo balneários e outros que proporciona sinergia com o meio ambiente;
- ♦ História, cultura e tradições expressadas em amostras artísticas, artesanato e eventos tradicionais.





### MERCADO EMISSOR

Considera-se os seguintes parâmetros para analisar mercado:

- ◇ Mercado entorno – turistas provenientes de municípios distantes no máximo 350 km;
- ◇ Mercado regional – turistas provenientes de variados municípios do estado de Mato Grosso e de regiões brasileiras limítrofes;
- ◇ Mercado nacional – turistas provenientes de variados estados brasileiros;
- ◇ Mercado internacional – turistas provenientes de variados países.

### VOCAÇÃO TURÍSTICA E MERCADO EMISSOR

- ◇ Turismo de Negócios – impulsionado pelo agronegócio e beneficiado pela estrutura logística, ordenamento urbano e serviços locais de atendimento ao visitante, considerando o novo comportamento Bleisure, aquele turista que concilia trabalho e lazer em suas viagens que encontra em Sorriso natureza, entretenimento e atividades de bem estar;
  - o Mercado promissor – entorno, regional, nacional e internacional.
- ◇ Agroturismo – Turismo Tecnológico – justificado pelo expressivo resultado em produção e melhorias dos processos gerando maior sustentabilidade ao setor, aplicando inovações e inteligências exclusivas.
  - o Mercado promissor – nacional e internacional.
- ◇ Turismo de natureza – favorecido pelo acesso à áreas preservadas, recursos hídricos ideais para prática de canoagem, passeios de barco e pesca esportiva.
  - o Mercado promissor – entorno, regional, nacional e internacional.
- ◇ Turismo de bem estar – facilitado pelos parques urbanos, pela venda de produtos naturais e orgânicos em lojas especializadas, aparato de academias e centros de tratamento do corpo e da mente, ciclovias e pistas de caminhadas e corridas, em um ambiente seguro e ordenado.

- o Mercado promissor – entorno, regional, nacional e internacional.

- ◇ Turismo rural – impulsionado por propriedades que cultivam a terra aplicando inteligência sustentável, acrescentando agricultura familiar, aplicando manejo tradicional do campo e favorecendo experiências exclusivas.

- o Mercado promissor – nacional.

- ◇ Turismo de lazer e balnear – embasado na oferta de espaços aos moldes de balneários que acrescentam serviços de alimentação hospedagem rural e atividades de entretenimento.

- o Mercado promissor – entorno e regional.

- ◇ Turismo de eventos – estruturado em espaços públicos e privados que oferecem conforto e segurança, além de um calendário local de acontecimentos que impulsionam a circulação de turistas inclusive desportistas.

- o Mercado promissor – entorno, regional e nacional.

- ◇ Turismo de compras – atraente diante do comércio varejista variado com marcas referências e exclusividades, com atendimento de excelência.

- o Mercado promissor – entorno, regional.

- ◇ Turismo histórico cultural – a partir de amostras locais de arte que retratam a história e a cultura, disponíveis em espaços públicos ou por agendamento, conforme a oferta e a demanda de turistas apreciadores.

- o Mercado promissor – entorno, regional, nacional e internacional.





7.6



Foto- Banco de Imagens da Prefeitura Municipal



# ANÁLISE SWOT

O termo SWOT é uma sigla oriunda do idioma inglês, e é um acrônimo de Forças (Strengths), Fraquezas (Weaknesses), Oportunidades (Opportunities) e Ameaças (Threats). É uma técnica aplicada em processos de planejamentos que auxilia pessoas e organizações a identificar forças, fraquezas, oportunidades e ameaças que influenciam na competitividade e norteiam projetos. Traduz os riscos e potencialidades internos e externos dos projetos cruzando dados e construindo uma situação organizacional pautada em ações de melhorias. Nesse sentido a Análise SWOT foi aplicada compondo pareceres



# STRENGTHS

- ♦ Capital nacional do agronegócio que investe em tecnologia e principalmente nas pessoas;
- ♦ Cidade futurista, cosmopolita, diversificada, inteligente e criativa;
- ♦ Indústria em alta nos segmentos de alimento e de bicomcombustível, gerando emprego e renda;
- ♦ Recursos naturais para realizar atividades de pesca esportiva e turismo de natureza;
- ♦ Belezas naturais do Salto Magessi;
- ♦ Estrutura urbana é complementada por espaços para prática esportiva e de lazer;
- ♦ Segurança pública e iluminação urbana com grau de excelência;
- ♦ Avenidas planejadas, sinalizadas e com acessibilidade;
- ♦ Cidade com grande potencial turístico;
- ♦ Vasta oferta de serviços alimentação;
- ♦ Balneários recreativos estruturados;
- ♦ Espaços para eventos incluindo esportivos;
- ♦ Existência de aeroporto no município;
- ♦ Presença de estrangeiros em busca de conhecimento relacionado ao agronegócio;
- ♦ Escola de línguas estrangeiras para a população;
- ♦ Fluxo de turistas de negócios e agroturista;
- ♦ Favorável número de leitos
- ♦ Localização estratégica, exatamente no centro geodésico do estado.
- ♦ Cidade considerada centro de compras por oferecer estabelecimentos variados de comércio varejista.



# WEAKNESSES

- ♦ Ações sendo trabalhadas de forma isoladas;
- ♦ Falta interligar informações entre o setor público e privado;
- ♦ Ausência de profissionais capacitados para atendimento ao turista;
- ♦ Comtur precisa estar mais atuante e estruturado;
- ♦ Falta de percepção da sociedade local das oportunidades que o setor turístico oferece;
- ♦ Empresários do agronegócio não tem conhecimento do potencial turístico da cidade e seus benefícios para suas propriedades;
- ♦ Insuficiente divulgação da oferta turística para a população local;
- ♦ Ineficiente aproveitamento local dos graduados em turismo pela Unemat;
- ♦ Mínima divulgação da cultura local.





# OPPORTUNITIES

- ♦ Participação em uma IGR (Instância de Governança Regional);
- ♦ IDH elevado dos municípios no entorno que os potencializam como mercado emissor de turistas;
- ♦ Acesso rodoviário pavimentado;
- ♦ Apoio de entidades como Sebrae;
- ♦ Crescimento da procura por turismo de natureza;
- ♦ Expansão do agroturismo em território brasileiro;
- ♦ Presença do turista adepto ao *Bleisure*, aquele que une viagens a trabalho à momentos de lazer e entretenimento.



# THREATS

- ♦ Desconhecimento na oferta turística do estado;
- ♦ Ausência do controle de visita do Salto Magessi;
- ♦ Risco de descontinuidade das ações planejadas e/ou em execução no plano;
- ♦ Extensão de bloqueios e fechamentos de viagens corporativas devido ao ambiente econômico atual;
- ♦ Duração incerta da pandemia.







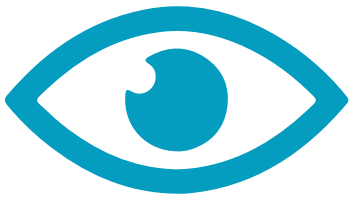
8

# DIRETRIZES ESTRATÉGICAS



## MISSÃO

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



## VISÃO

A visão expressa onde se pretende chegar, traduzindo em palavras como se prospecta o turismo de Sorriso no futuro.

Traçar ações exequíveis que resultem legalidade, segurança e diferencial competitivo, transformando os negócios locais, melhorando a qualidade de vida do morador, praticando sustentabilidade ambiental, social e econômica.

Oferecer um turismo organizado, seguro e de excelência em ambientes naturais diferenciados, na prática do agronegócio e nas manifestações culturais, captando mercado nacional e internacional e tornando-se referência.



## VALORES

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

São eles:  
Quadro Nº 4: Valores

VALOR	RELAÇÃO COM O PLANO
Ordenamento	Ordenar o município para que tenha um excelente funcionamento no processo e facilite a entrega.
Colaboração e coletividade	Institui uma economia local através do turismo que acione parcerias e ganhos cooperados.
Empreendedorismo	Oportunizar o empreendedorismo no setor turístico em uma linha de trabalho interligada ao agronegócio.
Qualidade de entrega	Oferecer produtos e serviços turísticos que sejam referência em qualidade.
Segurança	Garantir a segurança dos turistas em todas as atividades.
Qualidade de vida	Potencializar a qualidade de vida a partir do fomento à economia do turismo.







# 8.1

## FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO

São todas as condições a serem trabalhadas para alcançar objetivos definidos, fortalecendo a visão proposta para o turismo de Sorriso.

Através das reuniões realizadas foram elencados alguns fatores críticos que precisam ser ajustados de forma ordenada para que Sorriso se posicione no mercado como destino promissor no setor turístico, a nível regional, nacional e internacional.

Um dos pontos é sensibilizar a comunidade local para os benefícios do desenvolvimento do turismo para a cidade, ou seja, que a comunidade esteja de fato no cenário como um dos atores e participe das intervenções que serão realizados com a execução do plano.

Outro fator determinante para que Sorriso tenha sucesso durante a execução do plano será qualificar mão de obra local moldando o atendimento para atender as expectativas dos turistas que já estão no ambiente como turista exclusivo. Tendo em vista que este turista já circula no entorno, é importante criar uma rede de comunicação interna que favoreça e promova o turismo tanto para os moradores como para os visitantes.

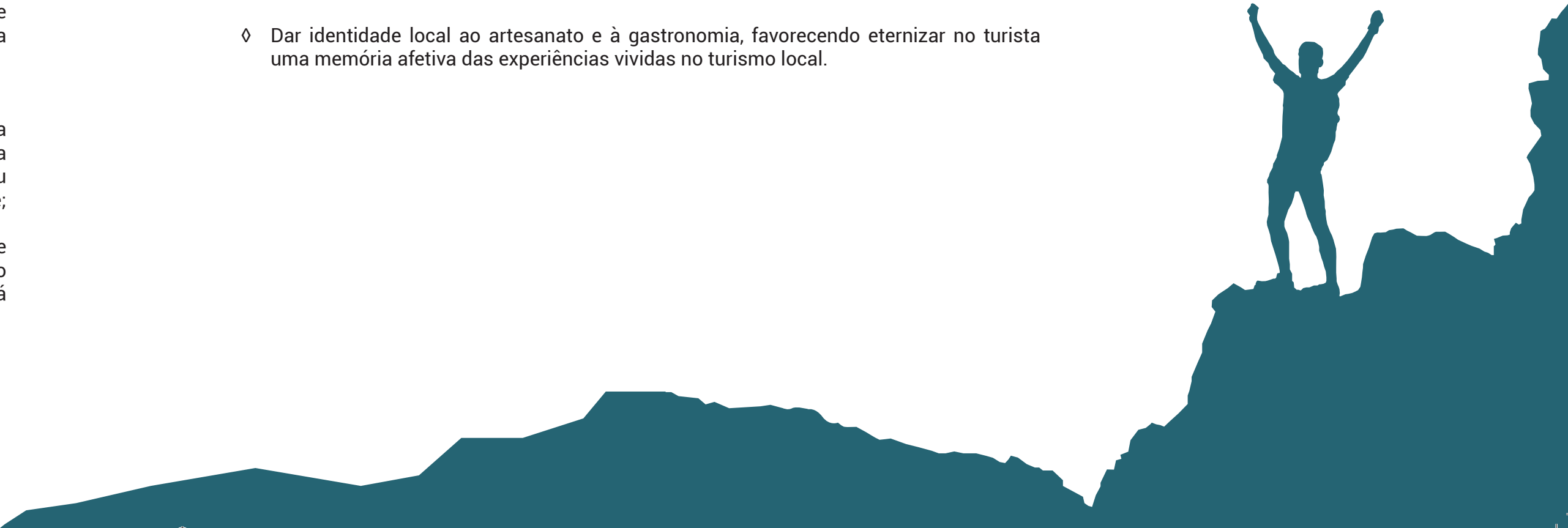
Um ponto a destacar é que quando o morador se apropria da sua história e do que o local oferece como equipamento de lazer, fica mais fácil para o visitante se apropriar e usufruir do mesmo ambiente.

Sorriso já é uma cidade totalmente estruturada e logisticamente planejada.

Durante as reuniões foram apontados como fatores críticos de sucesso:

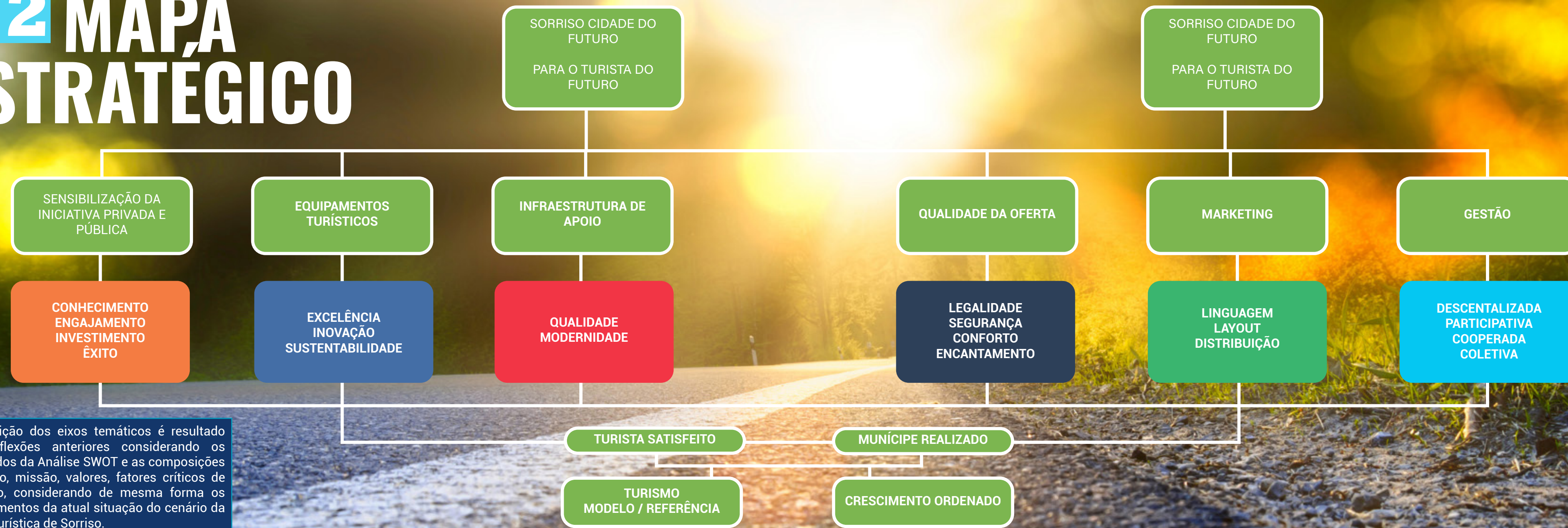
- ♦ PPotencializar a captação e emprego de recursos financeiros públicos e privados para melhorar a qualidade e amplitude da oferta de produtos e serviços, potencializar informações ao turista aplicando tecnologia digital, aprimorar a apresentação de inovações na oferta turística e fomentar uma cultura local diversificada;
- ♦ Atrair os empresários do agronegócio para a compreensão dos benefícios da presença do turista em suas propriedades como forma de aprimorar seu networking e potencializar os negócios locais em rede;
- ♦ Preparar o acesso à cidade com sinalização, portal e ponto de informações ao turista transformará Sorriso em uma cidade com potencial turístico e aumentará assim o fluxo de turistas na cidade;

- ♦ Preparar o acesso à cidade com portal turístico e instalar sinalização turística favorecendo a circulação do turista;
- ♦ Fortalecer o Comtur – Conselho Municipal de Turismo para se tornar protagonista na sustentação e sequência de resultados garantindo que o setor turístico colha os benefícios de uma gestão descentralizada;
- ♦ Moldar a linguagem de atendimento para corresponder às expectativas do turista classe A que já circula em Sorriso, elevando seu ticket médio a partir de uma oferta local atraente de maior oportunidades de consumo;
- ♦ Dar identidade local ao artesanato e à gastronomia, favorecendo eternizar no turista uma memória afetiva das experiências vividas no turismo local.





# 8.2 MAPA ESTRATEGICO



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



Eixos Temáticos, Linhas de Atuação e Ações

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

Quadro N° 5 Eixos Temáticos	
Eixo Temático	Tema que determina a abrangência das ações.
Linha de atuação	Determina as prioridades dentro do eixo temático.
Ação	Atividade que será executada em cada linha de atuação
Prazo	Curto – junho 2022 a junho 2023 Médio– junho 2022 a junho 2024 Longo– junho 2022 a junho 2026
Prioridade	Alta, Média e Baixa
Potenciais parceiros de execução	Órgãos, entidades, instituições, associações e organizações, públicos ou privados, que possam articular, viabilizar, executar, monitorar e cobrar a realização das ações estabelecidas no plano.

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

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







Quadro Nº 6: Linha de atuação – Equipamentos Turísticos

Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de Execução
Realizar contato individual com os quipamentos turísticos, despertando a visão de benefícios do turismo e gerando maior envolvimento e engajamento nas ações, com as atividades realizadas no município.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e empresas locais.
Promover 06 eventos anuais: Natal Luz, Exporriso, Corrida da Soja, Campeonato Brasileiro de Motocross, Exposições do Agronegócio, Jogos Escolares, Ride Bike e Festival de Pesca. Em cada evento levar informações estratégicas interligando o turismo à sociedade local, despertando interesse e envolvimento no setor e construindo processos de melhorias.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Comtur, Sebrae MT, empresas locais e sindicatos
Sensibilizar os empresários sobre os benefícios que terão ao desenvolver produtos e serviços estabelecidos no Plano Municipal de Turismo.	Curto	Media	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Comtur.
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.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Comtur, equipamentos turísticos e Sebrae MT.
Produzir material promocional para fixação nos estabelecimentos que promovam a oferta turística do município, favorecendo pertencimento à cadeia produtiva do turismo (guias turísticos, mapas, QR code).	Médio	Média	Empresários Locais, Comtur, Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Sebrae MT.
Informar e atualizar constantemente linhas de crédito disponíveis para fomentar investimentos do setor.	Longo	Alta	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e instituições bancárias.
Promover eventos institucionais nos empreendimentos de lazer da iniciativa privada e pública, favorecendo receita e entrosamento com os demais elos da cadeia produtiva.	Longo	Média	Secretaria Município de Desenvolvimento Econômico e Comtur.





Quadro Nº 7: Linha de atuação – Propriedades Rurais

Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de Execução
Promover palestras e seminários que informem os princípios aplicados no turismo de natureza, agro turismo e turismo rural, que sensibilizem para a percepção das vantagens em abrir os empreendimentos para visitas de turistas.	Curto	Média	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Comtur, Amigos da Terra, Sebrae MT, Câmara Municipal, Secretaria Municipal de Agricultura e Meio Ambiente e Sindicato Rural e do Trabalhador.
Promover a presença de empresários do agronegócio nos eventos do turismo organizados pela IGR, gerando a percepção das ações contínuas de fomento do setor turístico.	Curto	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Comtur.
Divulgar a produção associada incluindo a manipulação artesanal de alimentos, promovendo negócios sustentáveis.	Curto	Média	Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Associação dos Artesãos e Comtur.

Quadro Nº 8: Linha de atuação – Comércio Varejista

Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de Execução
Convidar frequentemente empresários do comércio local para participarem de reuniões e eventos que tratam o tema de turismo do município.	Curto	Média	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Comtur e Aces.
Promover campanhas cooperadas envolvendo o comércio local em iniciativas de descontos, combos, cash back e outros, os relacionando ao consumo de outras ofertas do turismo local.	Longo	Média	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Comtur, Aces e empresas locais.
Reforçar constantemente a existência de linhas de crédito disponíveis para fomentar investimentos do setor.	Curto	Média	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e instituições financeiras.



Quadro Nº 9: Linha de atuação – Potenciais Investidores

Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de Execução
Patrocinar campanhas online em redes sociais que promovam o desenvolvimento do turismo local, distribuindo informações nos principais polos de investidores.	Médio	Média	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Comtur e empresas locais.
Participar de eventos e feiras do setor turístico promovendo o turismo do município, gerando visibilidade que atraia investidores.	Médio	Média	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Comtur e Aces.

Quadro Nº 10: Linha de atuação – Comunicação

Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de Execução
Encaminhar release constantemente aos canais de comunicação locais constando ações, resultados alcançados e toda informação que desperte o interesse em promover o desenvolvimento do turismo local.	Médio	Média	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Comtur.
Sensibilizar a população de maneira prática, moderna e inclusiva através dos veículos de comunicação, da importância de desenvolver o turismo local.	Curto	Média	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, e Comtur.
Divulgar de maneira profissional o município e sua oferta turística, em todos os canais favoráveis ao olhar do turista, principalmente nos veículos online de comunicação.	Curto	Média	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Comtur e Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico de Mato Grosso

Quadro Nº 11: Linha de atuação – Secretarias Municipais

Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de Execução
Convidar frequentemente todo o secretariado municipal para participar de reuniões e eventos que promovam o turismo local, gerando entendimento do necessário engajamento em ações que associem a qualidade de vida do morador à satisfação do turista	Longo	Baixa	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, e Comtur.





Quadro Nº 12: Linha de atuação – Meios de Hospedagens, Serviços de Alimentação, Agenciamento Receptivo, Comércio em Geral, outros.

Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de Execução
Incentivar investimentos nos empreendimentos para corresponder às expectativas do turismo praticante do conceito “Bleisure”, que representa o visitante que reúne trabalho e entretenimento em uma mesma viagem.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, COMTUR e Sebrae MT.
Potencializar o espaço Co – Working para que o turista executivo tenha espaço de trabalho.	Longo	Alta	Empreendimentos hoteleiros.
Traçar estratégia para fechar parcerias com agências locais, operadoras nacionais, influenciadores digitais, fotógrafos, empresas corporativas, empresas de eventos, entidades de ensino e pesquisa.	Longo	Alta	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, empreendimentos hoteleiros, agencias, operadoras e Comtur.

Quadro Nº 13: Linha de atuação – Agenciamento

Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de Execução
Orientar com conhecimentos técnicos a abertura de agenciamento receptivo buscando operar e comercializar a oferta local.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Desenvolvimento, Comtur, e agências locais.
Incentivar as agências de viagens a realizarem agenciamento receptivo para desenvolver a atividade turística do município.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Desenvolvimento, Comtur, e agências locais.
Realizar parcerias entre os equipamentos turísticos e agências de viagens, incentivando o fomento dos negócios turísticos locais.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Desenvolvimento, Comtur, e agências locais.





Quadro Nº 14: Linha de atuação – Atrativos Turísticos

Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de Execução
Desencadear consultorias especializadas em formatação de atrativos considerando aéreas naturais, conteúdos históricos culturais, itens da economia criativa, turismo de negócios e agro turismo.	Longo	Alta	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Comtur e Sebrae MT.
Potencializar atividades ligados a natureza como caiaque, pesca esportiva, e banhos recreativos em balneários já existentes no município.	Médio	Alta	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Comtur e empresas turísticas.
Ampliar a oferta de atividades turísticas em áreas rurais ampliando a oferta do agro turismo nas propriedades rurais.	Média	Alta	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico. Sindicato Rural e COMTUR.
Incentivar a apresentação dos atrativos culturais existentes no município, incluindo também a oferta do artesanato local nos ambientes turísticos.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Comtur e Associação de Artesãos.
Promover a operação local de atividades turísticas incentivando o agenciamento receptivo a potencializar a oferta dos ambientes de atendimento ao turista.	Curto	Media	Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Comtur e empresas locais.

Quadro Nº 15: Linha de atuação – Gastronomia

Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de Execução
Orientar empresários para diversificar a oferta gastronômica considerando o emprego de conceitos inovadores como regional, gourmet, culinária afetiva, autoral e outras tendências que atraem a preferência do turista.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Comtur e empresas locais.
Incentivar os empreendimentos do setor de alimentos e bebidas a desenvolver atendimento específico para o turista de negócios.	Médio	Média	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Comtur e empresas locais.
Incentivar a instalação de ambientes CO Working nos empreendimentos do setor Alimentos e bebidas para corresponder as expectativa dos turista de negócios.	Longo	Média	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Comtur e empresas locais.



Quadro Nº 16: Linha de atuação – Artesanato

Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de Execução
Incentivar a produção de artesanato para potencializar as compras por turistas, incluindo a oferta de itens personalizados que remetam lembranças de Sorriso.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Secretaria Municipal de Agricultura e Meio Ambiente, Secretaria Municipal de Educação e Cultura, Comtur e Artesãos locais.
Buscar junto às instituições públicas e privadas, disponibilizar um espaço para construção do Centro de Artesanato no município, onde possam se reunirem, produzirem, divulgarem e venderem seus produtos.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Secretaria Municipal de Agricultura e Meio Ambiente, Secretaria Municipal de Educação e Cultura e Artesãos locais.
Incentivar a realização seminários, oficinas, workshop e cursos, onde os artesãos possam participar e se atualizarem quanto as tendências criativas do artesanato.	Médio	Média	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Meio Ambiente, Secretaria de Educação e cultura e artesãos locais.

Quadro Nº 17: Linha de atuação – Eventos

Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de Execução
Atualizar e divulgar o Calendário de Eventos gerando visibilidade dos referidos como forma de atrair o visitante.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Secretaria de Esporte e Lazer, Secretaria Municipal de Educação e Cultura, CTG, e Comtur.
Incentivar a realização de eventos que tenham como temática apresentação de festas folclóricas resgatando grupos culturais realizado pela população. Adotar um formato interativo como concursos, vendas de artesanatos e produtos rurais, e outras estratégias que promovam a experiência do turista.	Médio	Média	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Secretaria Municipal de Agricultura e Meio Ambiente, Secretaria Municipal de Educação e Cultura e Artesãos locais.





Quadro Nº 18: Linha de atuação – Espaços Públicos de Lazer

Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de Execução
Promover acessibilidade aos portadores de necessidades especiais potencializando a inclusão social.	Médio	Alta	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Comtur.
Orientar a comunidade quanto as medidas de uso sustentável dos recursos naturais.	Médio	Média	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Comtur.
Sinalizar os espaços públicos e sensibilizar os usuários a adotarem um comportamento seguro nos atrativos turísticos do município.	Médio	Alta	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Comtur.

Quadro Nº 19: Linha de atuação – Estradas

Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de Execução
Monitorar as condições das estradas, sejam municipais, estaduais, federais, vicinais ou particulares, oferecendo boas condições de trafegabilidade.	Médio	Alta	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, e demais secretarias municipais correlatas.

Quadro Nº 20: Linha de atuação – Sinalização

Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de Execução
Instalar placas de sinalização turística no perímetro urbano e rural, com indicações de acesso	Médio	Média	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico

Quadro Nº 21: Linha de atuação – Transporte

Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de Execução
Incentivar a utilização das ciclovias nas vias centrais e que circundam a cidade, proporcionando segurança e potencializando a atração de ciclo turistas.	Longo	Média	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico.
Estimular investimentos na oferta de transporte ao turista, tais como veículos para transfer regulares.	Longo	Baixa	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico.

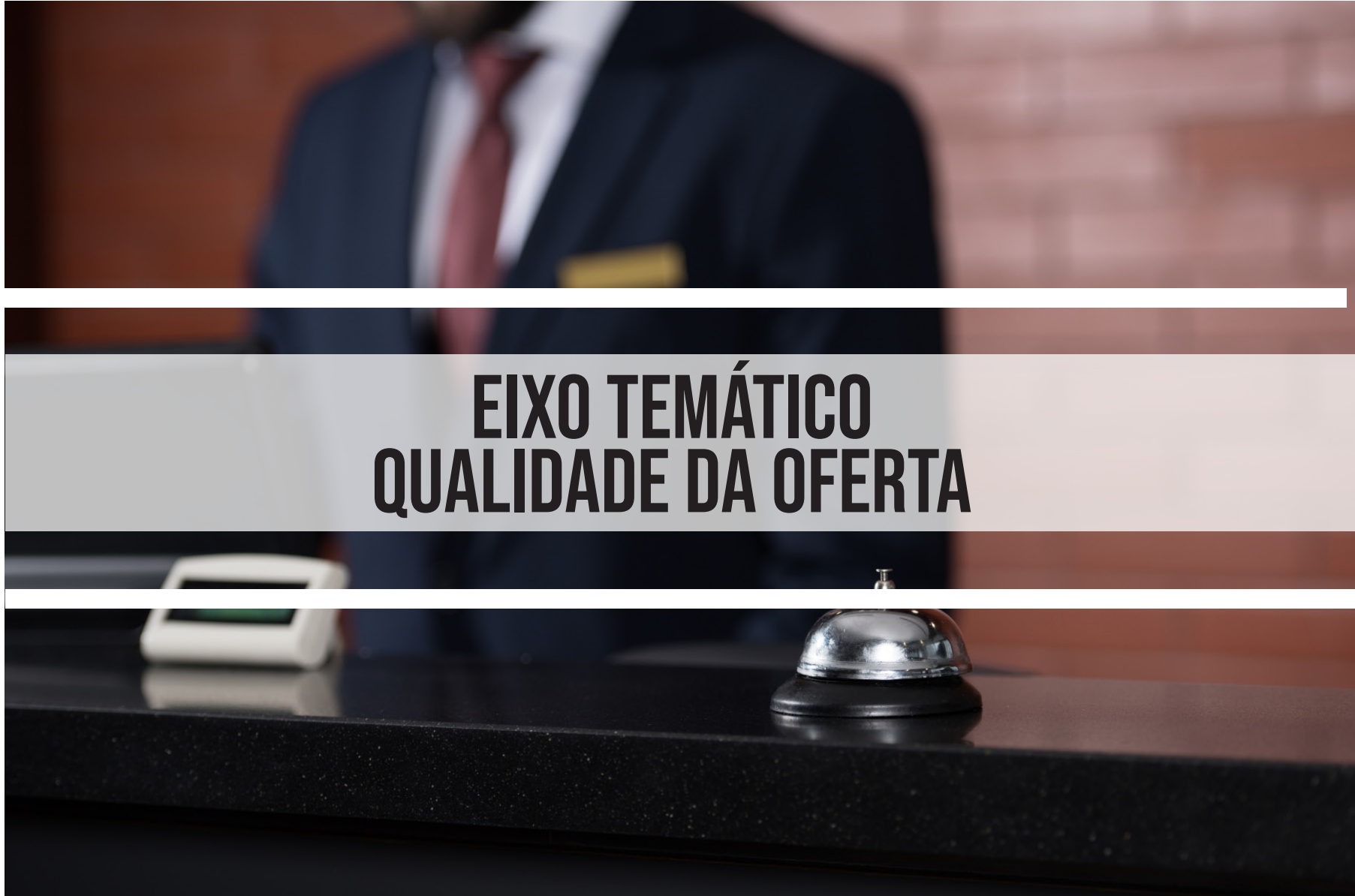




## An aerial photograph of an industrial complex, likely a sugar mill, situated in a rural area. The facility includes several large, cylindrical storage tanks, a long building with a curved roof, and a curved road. The surrounding landscape is flat and green, with some distant buildings and a clear sky. The image is oriented horizontally, with the road curving from the bottom left towards the top right. The industrial structures are concentrated in the upper left and center of the frame. The road is a multi-lane asphalt road with a green median. The sky is a pale blue with some light clouds. The overall scene depicts a large-scale industrial operation in a rural setting.

Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de Execução
Realizar seminários, oficinas, workshop e cursos, onde os organizadores e proprietários de espaços de eventos se atualizem para aplicar tendências e inovações potencializando negócios locais.	Médio	Alta	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Sebrae MT.





EIXO TEMÁTICO  
QUALIDADE DA OFERTA

Quadro Nº 24: Linha de atuação – Oferta e Comercialização

Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de Execução
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.	Médio	Alta	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Comtur e Sebrae MT.
Preparar a linguagem dos empresários de hospedagens para traçar parcerias com o mercado turístico sabendo-se que a dinâmica de negócios do setor está baseada em parcerias e negócios cooperados.	Médio	Alta	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Comtur e Sebrae MT.

Quadro Nº 25: Linha de atuação – Atendimento em geral

Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de Execução
Introduzir conceitos de atendimento ao turista de negócios, capacitando habilidades que transpareçam a hospitalidade e o encantamento necessários no setor turístico.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Comtur e e Senac.
Preparar o comércio local para atender o turista e fornecer informações gerais de toda a oferta turística local contribuindo elevar o ticket médio.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Senac, Sebrae MT e Comtur.
Ofertar cursos de capacitação para atendimento ao turista PNEs.	Médio	Média	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Senac e Comtur.

Quadro Nº 26: Linha de atuação – Serviços Públicos

Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de Execução
Preparar as frentes de atendimento dos serviços públicos para aplicarem linguagem adequada aos turistas, correspondendo suas necessidades e expectativas.	Médio	Média	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Secretaria Municipal de Segurança Pública, Secretaria Municipal de Saúde e Saneamento e Comtur.





Quadro Nº 27: Linha de atuação – Plano de Marketing

Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de Execução
Construir o Plano de Marketing a partir da afirmação dos segmentos prioritários de oferta, consoante com o processo de formatação dos produtos turísticos.	Longo	Alta	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Sebrae MT e Comtur.
Dar visibilidade ao Plano de Marketing alinhando o comportamento de oferta dos investimentos privados com o avanço da infraestrutura publica destinada ao turista.	Médio	Média	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Sebrae MT e Comtur.

Quadro Nº 28: Linha de atuação – Marca Turística

Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de Execução
Criar a marca turística do município aplicando a metodologia de branding, favorecendo a definição da sua aplicação e gestão, contribuindo com a visibilidade da oferta turística.	Longo	Alta	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Sebrae MT, Comtur e empresários locais.
Difundir o uso da marca turística pela gestão pública municipal e pelos empresários em geral, perpetuando sua aplicação no exercício de uma imagem setorial econômica e não de cunho político.	Longo	Alto	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Sebrae MT, Comtur e empresários locais.
Implantar diretrizes para a autorização do uso da marca turística gerindo sua aplicação em peças publicitárias da oferta turística, bem como em artigos a serem comercializados pelos empresários locais.	Médio	Média	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Comtur e empresários locais.
Produzir um guia turístico com todas as informações turísticas locais da cidade como atrativos, eventos, dados históricos e culturais.	Médio	Média	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Comtur e empresários locais.





Quadro Nº 29: Linha de atuação – Canais de Distribuição

Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de Execução
Expandir a veiculação da marca turística em artigos artesanais, souvenirs e itens da economia criativa, impulsionando a visibilidade da oferta turística.	Médio	Alta	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Comtur e empresários locais.
Instalar painéis nos atrativos turísticos, inclusive no Salto Magessi, em praças e clubes esportivos, onde o turista registre sua imagem e leve uma lembrança do município.	Médio	Baixa	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Comtur e empresários locais.
Movimentar redes sociais com programas de investimento monetário em publicações patrocinadas, alcançando mercados emissores importantes e atingindo o público-alvo desejado.	Médio	Alta	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Comtur e empresários locais.
Distribuir folhetos impressos e digitais em ambientes que alcançam mercados de entorno, regional, estadual, nacional e internacional.	Médio	Média	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Comtur e empresários locais.
Investir em distribuição segmentada da oferta turística local, considerando meta buscadores, como Google Meu Negócio, redes sociais, comercializadores de hospedagem e passeios turísticos.	Médio	Alta	Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Comtur e empresários locais.

Quadro Nº 30: Linha de atuação – Participação em Feiras

Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de Execução
Participar de feiras, eventos, rodadas de negócios regional, nacional e internacional, promovendo a oferta turística através da distribuição do material promocional impresso e digital.	Longo	Alta	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, empresários locais.



Quadro Nº 31: Linha de atuação – Material Publicitário

Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de Execução
Produzir um banco de imagens da oferta turística com conceitos atuais de imagem mercadológica, atualizando com frequência a partir das novas tomadas na medida que surgem novos produtos.	Longo	Média	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico.
Construir um site institucional com foco na divulgação do turismo, que contenha informações amplas da oferta, oportunizando também a divulgação das empresas envolvidas no atendimento ao turista e a interação do visitante permitindo expressar opiniões e contar as experiências vividas no município.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico.
Instalar no portal turístico já existente na cidade, um design que expressa a marca turística e seja capaz de compor cenário fotográfico	Curto	Média	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico.

Quadro Nº 32: Linha de atuação – Composição de Rotas

Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de Execução
Colocar o município na rota do turismo agroturismo, turismo de eventos, turismo rural e turismo de compras, elevando o conceito de inovação e exclusividades, potencializando a oferta turística do estado e captando visibilidade nos variados mercados.	Curto	Média	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e empresários locais.

Quadro Nº 33: Linha de atuação – Endomarketing

Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de Execução
Propagar a oferta turística para os moradores através de redes sociais, impressos e outros meios de comunicação direto com os municípios.	Longo	Alta	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Comtur e empresários locais.
- Difundir o assunto relacionado ao turismo local em todas as oportunidades de relacionamento interpessoal entre moradores favorecendo o engajamento no setor turístico.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Comtur e empresários locais.





Quadro Nº 34: Linha de atuação – Gestão Municipal de Turismo

Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de Execução
Gerar condições para que a Secretaria Municipal de Turismo participe das articulações municipais, regionais, estaduais e nacionais, tais como: encontros, reuniões, fóruns, seminários e outros eventos que disseminam a economia do turismo.	Médio	Alta	Prefeitura Municipal.
Aumentar a vigilância sanitária, especialmente nos equipamentos gastronômicos e meios de hospedagens.	Curto	Alta	Prefeitura Municipal.
Criar políticas públicas de incentivo ao uso de gestão que priorize a sustentabilidade e contemple a acessibilidade nos empreendimentos turísticos.	Longo	Alta	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico.
Realizar planejamento anual das atividades culturais do município e eventos de toda natureza. Definindo e priorizando os projetos para captação de recursos e aprimorando o calendário de eventos.	Médio	Alta	Prefeitura Municipal.
Realizar o monitoramento da execução do Plano Municipal do Turismo, o atualizando quando necessário.	Médio	Alta	Prefeitura Municipal.

Quadro Nº 35: Linha de atuação – Estudos e Pesquisas

Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de Execução
Manter o Inventário da Oferta Turística atualizado.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Sebrae MT.
Realizar pesquisas de satisfação do visitante e da visão do morador diante do fluxo de visitantes.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Sebrae MT.
Estimular os meios de hospedagem a preencherem o boletim de ocupação hoteleira, acompanhar recolher e tabular dados para construir gráficos estatísticos dos visitantes	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Sebrae MT.



Quadro Nº 36: Comtur – Linha de atuação – Conselho Municipal de Turismo

Ação	Prazo	Prioridade	Potenciais parceiros de Execução
Potencializar o COMTUR para acompanhar o desenvolvimento e execução do Plano Municipal e monitorar suas ações.	Curto	Alta	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico.
Direcionar o Comtur para construir a cada tempo o de plano de ações anual e organizar os Grupos de Trabalho aprimorando alcançar resultados.	Curto	Média	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico.
Acompanhar os objetivos das políticas públicas de turismo nos níveis federal e estadual.	Longo	Média	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico.
Disseminar a importância do COMTUR entre os empresários e comunidade, assim como às entidades fomentadores do desenvolvimento do turismo no município.	Média	Alta	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico.





## 8.3

# INDICADORES, METAS E AVALIAÇÃO DE RESULTADOS

O planejamento participativo registrado em Plano Municipal de Turismo precisa ser encarado como um instrumento vivo de gestão do desenvolvimento da economia turística local. Nesse sentido requer manuseio constante, verificação e monitoramento do alcance dos resultados estimados e isso depende de estratégias que favoreçam o acompanhamento da execução do Plano.

Esse conjunto de estratégias denomina-se sistema de monitoramento e confere verdadeiro sentido de desenvolver um Plano Municipal de Turismo, conferindo condições que seja efetivo instrumento de impacto na economia local. Nesse processo de monitoramento consta a fundamental atuação do Comtur – Conselho Municipal de Turismo, onde estão representados os setores da economia do turística, a gestão

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

Dessa forma, durante os quatro anos de vigência do Plano se constrói em paralelo um gráfico de evolução do turismo de Sorriso garantindo que a revisão do Plano após o tempo de sua aplicação, será pragmático e efetivo seguindo em frente com a correspondência dos anseios da população e alcançando sempre mais a satisfação do turista. Para isso, segue a apresentação dos instrumentos indicadores, a operação do monitoramento e metas estabelecidas:

Foto- Banco de Imagens da Prefeitura Municipal



Quadro N° 37: Indicador: número da oferta formal de equipamentos turísticos

INDICADOR	NÚMERO DA OFERTA FORMAL DE EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS
	AGÊNCIA DE TURISMO
Descrição	Acompanhar o crescimento de estabelecimentos que comercializam e operam a oferta turística do município.
Fonte	Relatório de empresas com CNAE ativo no cadastro da Prefeitura e relatório de empresas devidamente regularizadas no CADASTUR do Ministério do Turismo.
Marco inicial	Segundo Inventário da Oferta Turística (2021), o município conta com 9 empresas de agenciamento na modalidade emissiva.
Meta	Alcançar a marca de 03 empresas de agenciamento na modalidade receptiva até junho/2026.
	MEIOS DE HOSPEDAGENS
Descrição	Acompanhar a transformação de estabelecimentos através da mensuração da oferta que adequam seus negócios aplicando novas tendências.
Fonte	Relatório de empresas com CNAE ativo no cadastro da Prefeitura e relatório de empresas devidamente regularizadas no CADASTUR do Ministério do Turismo.
Marco inicial	Dados quantitativos lançados no Inventário da Oferta Turística de Sorriso.
Meta	Reestruturar em 35% os estabelecimentos, para que atendam as expectativas do turista de negócios e os praticantes do conceito <i>Bleisure</i> , até janeiro/2026.
	ATRATIVOS E ENTRETENIMENTOS
Descrição	Acompanhar o crescimento de estabelecimentos e espaços públicos preparados para atividades turísticas considerando variadas propostas como turismo de negócios, de natureza, agroturismo, turismo histórico cultural, turismo de eventos, turismo de pesca, turismo balnear e outros segmentos, através da mensuração de pontos de oferta turística.
Fonte	Relatório de empresas com CNAE ativo no cadastro da Prefeitura e constantes no material promocional do turismo local.
Marco inicial	Dados quantitativos lançados no Inventário da Oferta Turística de Sorriso.
Meta	Acrescentar em 35% o número de equipamentos turísticos disponíveis até junho/2026.

Quadro N° 38: Indicador: Fluxo Turístico

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

Quadro N° 39: Indicador: Receita Turística

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



Quadro N° 40: Indicador: Nível da Satisfação do Turista

INDICADOR	NÍVEL DE SATISFAÇÃO DO TURISTA
	TURISTAS DE VARIADOS PERFIS
Descrição	Monitorar os depoimentos de satisfação do turista buscando mensurar o nível de excelência alcançado na oferta do turismo local.
Fonte	Formulários de pesquisa de satisfação impressos disponíveis em todos os estabelecimentos que mantêm relação com turistas, disponíveis no formato digital no site da prefeitura, e através de tour coment disponível e divulgado em QR Code com leitura de dados pelo Comtur.
Marco inicial	Atualmente sem registros estatísticos.
Meta	Alcançar a marca de 80% dos respondentes atribuindo notas gerais entre 6 e 10, até junho/2026.



Foto- Banco de Imagens da Prefeitura Municipal



# CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Plano Municipal de Turismo de Sorriso foi construído com apoio técnico do Sebrae MT, de forma participativa, em reuniões mobilizadas pela Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico com a participação de representantes de outras secretarias municipais, dos membros do Comtur e outros atores locais importantes para o desenvolvimento econômico.

Sem dúvida, a contribuição de todos, de forma positiva e ampla trouxe um olhar de futuro, diante das mensurações otimistas de crescimento do turismo no Brasil e da visão de sucesso alcançado por destinos que praticam sustentabilidade e diferenciais competitivos capazes de agradar variados perfis de visitantes.

Sorriso integra a Região Turística Portal do Agronegócio e reúne condições favoráveis para alavancar o turismo local a nível nacional e internacional. Com uma gestão pública comprometida com o desenvolvimento e diante da vontade da iniciativa privada de expandir seus negócios, a transformação de seu potencial em oferta turística é possível diante de um planejamento exequível que prevê resultados pragmáticos.

O Plano se transformou em um documento norteador e formalizou diretrizes a serem desenvolvidas a curto, médio e longo prazo. Envolve variados segmentos da sociedade e prevê a atuação de variados parceiros na sua execução.

O macro desejo do Plano é garantir a sustentabilidade, oferecer inovações e despertar o desejo do Turista do Futuro posicionando Sorriso como a Cidade do Futuro.

Pode ser considerada uma Cidade do Futuro um território tal qual Sorriso que investe em ordenamento urbano, serviços básicos ao cidadão com qualidade, tecnologia da produção e da comunicação, modernidade sem sobrepor a cultura e a história local, valorização do capital social e harmonia entre o progresso e o bem estar das pessoas.

Entende-se que tais cidades serão buscadas pelo Turista do Futuro que tende a viajar com menos bagagem e mais expectativas de compras, que deseja celeridade na entrega de informações e serviços para desfrutar maior tempo nas experiências de consumo e que não medira esforços para produzir sucesso preservando bem estar em uma visão holística do conceito de bem viver.

Com essa visão estratégica de oferta turística entrega-se o Plano Municipal de Turismo comprovando que Sorriso sabe onde chegar e como galgar etapas nesse processo de construção do setor turístico.





# 10 GLOSSÁRIO E REFERÊNCIAS

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

**ACES-** Associação Comercial é uma entidade da classe empresarial que congrega pessoas físicas e jurídicas de todos os setores da atividade econômica - comércio, agricultura, pecuária, prestação de serviços e profissionais liberais.

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

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

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

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

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

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

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

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

**GUIA TURÍSTICO** – Papel, panfleto, livro ou até mesmo um site no qual é possível encontrar informações e dados relacionados ao destino



escolhido, enfim, tudo aquilo que pode ser útil para o turista, de forma clara e objetiva.

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

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

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

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

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

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

**PRODUTO TURÍSTICO** – Conjunto de atrativos, equipamentos e

serviços turísticos acrescidos de facilidades, localizados em um ou mais municípios, ofertado de forma organizada por um determinado preço.

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

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





REFERÊNCIAS

AB'SABER, A.N. Domínios morfoclimáticos e províncias fitogeográficas do Brasil. Orientação, 3, p. 45-48, 1967.

AEGEA. Águas de Sorriso. 2021. Disponível em:<<https://www.aegeamt.com.br/quem-somos/>>. Acessado em: 17 de novembro de 2021.

CMS - Câmara Municipal de Sorriso. Câmara Municipal de Sorriso. 2021. Disponível em:<<https://sorriso.mt.leg.br/>>. Acessado em: 17 de novembro de 2021.

DIARIO DO ESTADO. História de Sorriso. 2019. Disponível em: <<https://www.diariodoestadomt.com.br/noticias/inicio-hist-riadesorriso/550432>>. Acessado em: 17 de novembro de 2021.

DOMINGUES, I. T. Dinâmica Territorial de Sorriso: Estudo Sobre a Segregação Socioespacial. Dissertação de Mestrado - Universidade Federal de Mato Grosso - Instituto de Ciências Humanas e Sociais. Cuiabá, 2015. Disponível em:<[https://ri.ufmt.br/bitstream/1/1246/1/DISS\\_2015\\_leda%20Terezinha%20Domingues.pdf](https://ri.ufmt.br/bitstream/1/1246/1/DISS_2015_leda%20Terezinha%20Domingues.pdf)>. Acessado em: 17 de novembro de 2021.

HEINST, A. C. Pioneiros Do Século XX: Memória E Relatos Sobre A Ocupação Da Cidade De Nova Xavantina. Dissertação de Mestrado em História. Universidade Federal de Mato Grosso. Cuiabá, 2003. Disponível em:<<https://www.sapili.org/subir-depois/dplivros/cp000083.pdf>>. Acessado em: 03 de novembro de 2021.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia Estatística. Sorriso 2010. Disponível em:< <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mt/sorriso/panorama>>. Acessado em: 03 de novembro de 2021.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <[ftp://geoftp.ibge.gov.br/mapas\\_tematicos/integrado\\_zee\\_amazonia\\_legal/amazonia\\_potencial\\_agressividade\\_climatica.pdf](ftp://geoftp.ibge.gov.br/mapas_tematicos/integrado_zee_amazonia_legal/amazonia_potencial_agressividade_climatica.pdf)>, 2014. Acessado em: 03 de novembro de 2021.

ISA – Instituto Sócio Ambiental. Povos Indígenas do Brasil: Kaiabi. Disponível em:< <https://pib.socioambiental.org/pt/Povo:Kaiabi>>. Acessado em: 03 de novembro de 2021.

PMS - Prefeitura Municipal de Sorriso. Lei nº 63 de 20 de maio de 1988. 1988. Disponível em:<<https://leismunicipais.com.br/a/mt/s/sorriso/lei-ordinaria/1988/6/63/lei-ordinaria-n-63-1988-oficializa-o-brasao-de-armas-e-a-bandeira-do-municipio-de-sorriso-e-da-outras-providencias>>. Acessado em: 17 de novembro de 2021.

PMS - Prefeitura Municipal de Sorriso. Prefeitura Municipal de Sorriso. 2021. Disponível em:<<https://site.sorriso.mt.gov.br/>>. Acessado em: 17 de novembro de 2021.

SNIS – Sistema Nacional de Informações sobre Saneamento. Sorriso (MT). Municípios e Saneamento. 2019. Disponível em:< <https://www.aguaesaneamento.org.br/municipios-e-saneamento/mt/sorriso>>. Acessado em: 04 de novembro de 2021.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Cadastro Obrigatório dos Prestadores de Serviços Turísticos (CADASTUR). Disponível em: <https://cadastur.turismo.gov.br/>. Acessado em: 05 de agosto de 2021.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Glossário do Turismo. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br>. Acessado em: 14 de setembro de 2021.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Programa de Regionalização do Turismo. Disponível em: <http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/>. Acessado em: 28 de setembro de 2021.

GOOGLE MEU NEGÓCIO: Como criar um perfil e usar para expandir o alcance da sua empresa Disponível em: <https://harmo.me/blog/google-meu-negocio-como-criar-um-perfil/>. Acessado em: 11/10/2021

Confira o passo a passo de como criar uma página no Facebook e os benefícios de ter uma fanpage. Disponível em: <https://www.mlabs.com.br/blog/tutorial-saiba-como-criar-uma-pagina-no-facebook/>. Acessado em: 11/10/2021

COMO FUNCIONA TRIPADVISOR PARA EMPRESAS: O Guia completo. Disponível em: <https://harmo.me/blog/como-funciona-o-tripadvisor/> Acessado em: 11/10/2021

EUROMONITOR INTERNACIONAL - TOP 10 GLOBAL CONSUMER TRENDS 2022 - Disponível em: <https://www.euromonitor.com> >Acessado em: 28/02/2022

EXPEDIA GROUPS–TENDENCIAS DOS VIAJANTES – Disponível em: <https://www.revistahoteis.com.br/pesquisa-do-expedia-group-mostra-novas-tendencias-dos-viajantes> : Acessado em: 28/02/2022

STAYS.NET - TENDÊNCIAS DE MERCADO – O QUE ESPERAR DO TURISMO PARA 2022 – Disponível em: <https://drive.google.com/drive/search?q=tendencias>

INSTAGRAN: Como criar uma contra Empresa. Disponível em: <https://usemobile.com.br/instagram-empresa/> Acessado em: 11/10/2021

SITES DE BUSCA  
[www.facebook.com](http://www.facebook.com)  
[www.instagram.com](http://www.instagram.com)  
[www.google.com.br](http://www.google.com.br)  
[www.tripadvisor.com.br](http://www.tripadvisor.com.br)  
[www.youtube.com](http://www.youtube.com)





# PLANO MUNICIPAL DE TURISMO

**SORRISO - MATO GROSSO**  
2022 - 2026



**PREFEITURA DE  
SORRISO**  
CAPITAL NACIONAL DO AGRONEGÓCIO