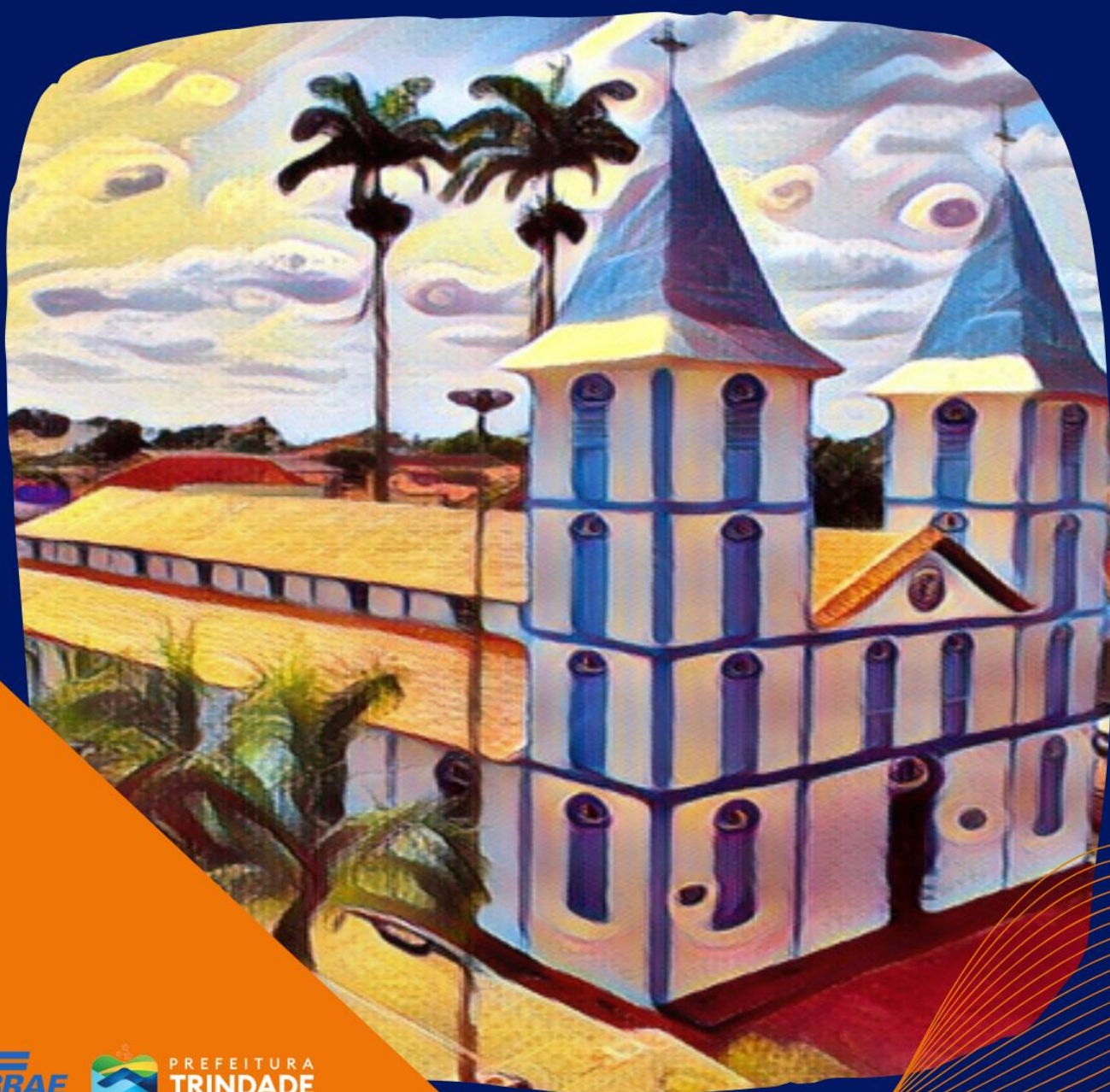


PLANO MUNICIPAL DE TURISMO



TRINDADE - GO

2023-2032



PREFEITURA
TRINDADE
Para você. Com você.



PLANO MUNICIPAL DE TURISMO TRINDADE - GO

2023-2032





FICHA TÉCNICA

Prefeitura Municipal de Trindade

Prefeito | Marden Gabriel Alves de Aguiar Junior

Vice-prefeito | Alcione Acacio do Silva

Secretário de Turismo e Cultura | Warley Lopes Vieira

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE Goiás

Presidente do Conselho Deliberativo Estadual | José Mário Schreiner

Vice-Presidente do Conselho Deliberativo Estadual | André Luiz Baptista Lins Rocha

Superintendente | Antônio Carlos de Souza Lima Neto

Diretor Técnico | Marcelo Lessa Medeiros Bezerra

Diretor Administrativo e Financeiro | João Carlos Gouveia

Gerente Unidade de Relacionamento e Desenvolvimento Regional | Camilla Moreira

Gestora Estadual do Turismo Sebrae Goiás e Coordenação Técnica | Priscila Vilarinho de Menezes

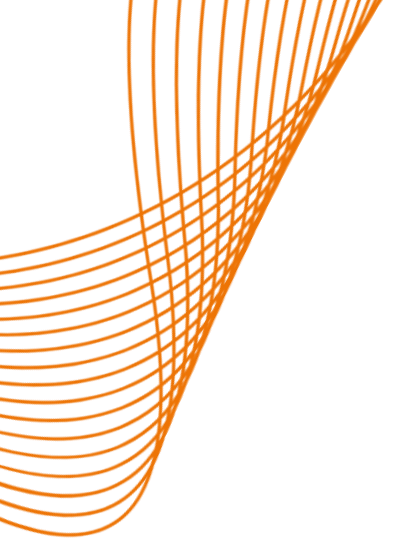
Consultoria Credenciada Sebrae

Ichthus Consultoria em Turismo | Rejane Pasquali

RUA BELAS ARTES
PINTURA DE FABIO GOMES

FOTO: ICTHUS, 2023

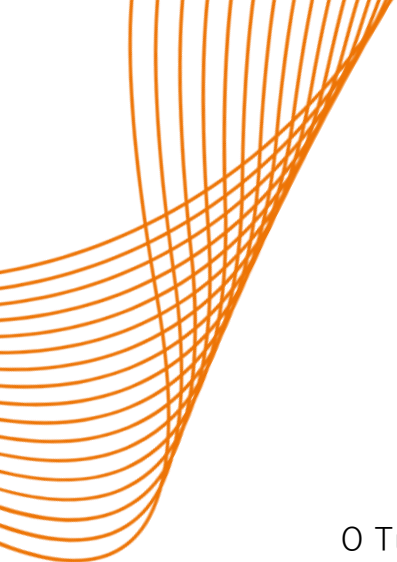




SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	12
1. ASPECTOS INTRODUTÓRIOS E METODOLÓGICOS.....	15
1.1 A Governança para o Turismo em Trindade	15
1.2 O Conselho Municipal de Turismo de Trindade	17
1.3 O Plano Municipal de Turismo de Trindade – PMTT	18
1.4 Etapas de formulação do Plano Municipal de Turismo de Trindade-GO.....	22
1.5 Metodologia do Mapa Estratégico do PMTT.....	25
2. CENÁRIO ATUAL	29
2.1 O Turismo no Brasil e no Mundo	30
2.2 O Turismo em Trindade	36
2.3 Geopolítica e economia.....	38
2.4 Turismo.....	41
2.4.1 Considerações sobre os Eventos e suas estruturas	46
2.4.2 Sobre o Artesanato e a Gastronomia.....	49
2.4.3 A operação turística em Trindade	55
2.5 A presença Digital de Trindade e o Turismo.....	60
2.5.1 Google:	60
2.5.2 Sites de viagens	64
2.5.3 Outras mídias.....	66
2.5 Análise SWOT.....	68

3. MISSÃO, VISÃO E VALORES	77
3.1 Missão	77
3.2 Visão	79
3.3 Valores.....	80
4. MAPA ESTRATÉGICO PARA O TURISMO DE TRINDADE	84
4.1 Objetivos estratégicos.....	86
4.2 Metas para o desenvolvimento do Turismo de Trindade	89
4.3 Sistema de Monitoramento do PMTT.....	101
5. ADERÊNCIA DO PMTT ÀS POLÍTICAS DE TURISMO	107
6. FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO	116
6.1 Segmentos estratégicos para as experiências turísticas em Trindade	121
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	125
8. REFERÊNCIAS	127



APRESENTAÇÃO

O Turismo é uma prática social que resulta do deslocamento das pessoas por diferentes interesses e motivações, mas sobretudo para o lazer e descanso buscando vivências diferentes do seu cotidiano, por meio do contato com a natureza ou expressões culturais da localidade visitada. Desse processo, originam-se uma série de relações socioeconômicas que implica no desenvolvimento dos lugares onde a atividade se estrutura.

O Desenvolvimento por meio do Turismo só pode ser garantido com o seu planejamento adequado, considerando que cada localidade possui suas potencialidades e forças próprias, bem como seus fatores limitantes. Ao se considerar tais aspectos e traçar estratégias de desenvolvimento, por meio do Turismo, é possível que se garanta experiências autênticas e justas aos visitantes ao mesmo tempo que se contemple o engrandecimento social e econômico das pessoas envolvidas – a comunidade.

Desse modo, o SEBRAE-GO, por meio do Programa Turismo 4.0, em parceria com a Prefeitura Municipal de Trindade realizou a elaboração coletiva e participativa do **Plano Municipal de Turismo de Trindade-GO, com o objetivo de ordenar e integrar esforços para o desenvolvimento da atividade turística no município**, observando suas forças e dificuldades, desafios e especificidades de modo a orientar empresários, gestores públicos e investidores a traçar metas e estratégias para o uso sustentável do Turismo em prol do Desenvolvimento Local e Regional.

O Plano Municipal de Turismo de Trindade é um documento orientativo que contém as premissas básicas do planejamento e ordenamento do Turismo para o município, considerando o período de nove anos: de 2023 até 2032.

Trata-se da consolidação de uma Política Pública do Turismo de Trindade construída ao longo do ano de 2022, pela gestão pública municipal, sociedade civil e iniciativa privada, que compõem a Governança Turística local, representada especialmente por meio do seu Conselho Municipal de Turismo, o COMTUR.

**VITRAIS DO SANTUÁRIO
BASÍLICA DO DIVINO PAI
ETERNO**

FOTO: ICTHUS, 2022



GABRIEL FLORIPES
E ROGÉRIO A. DE
CARVALHO

PARTE 1



ASPECTOS INTRODUTÓRIOS E METODOLÓGICOS



1. ASPECTOS INTRODUTÓRIOS E METODOLÓGICOS

1.1 A Governança para o Turismo em Trindade

Compreendendo a **Governança** como o conjunto de ações que definem as responsabilidades e ajudam a desenhar os processos para a tomada das decisões em prol do desenvolvimento turístico, esta precisa alicerçar-se em três conceitos estruturantes: Liderança, Estratégia e Controle.



A Governança para o Turismo em Trindade parte do pressuposto de que a condução do processo de Planejamento e Gestão do Turismo é a soma das forças do Poder Público, dos Empresários, dos Profissionais do Setor e da Comunidade. O desenvolvimento do Turismo de Trindade depende da sinergia entre esses quatro elementos, visto que cada um possui suas funções próprias.

O **Poder Público** em Trindade tem o papel de **estruturar um ambiente propício ao desenvolvimento do Turismo**, isso se dá com a oferta de estruturas básicas e turísticas, políticas públicas de incremento da atividade turística e apoio à comercialização do destino. Já os **empresários** de Trindade são os que criam as oportunidades de negócios, por meio do Turismo, acreditando e investindo na atividade - são os **promotores do desenvolvimento** que acontece na: **operação turística**, nos **meios de hospedagem**, nos **espaços de eventos**, nos

empreendimentos de alimentos e bebidas e em todos os lugares que formam o **Mercado Turístico de Trindade**.

Os **profissionais** são os que **atuam diretamente na operação das atividades diretas do Turismo**, exercendo suas habilidades profissionais junto aos empreendimentos turísticos. Carecem de qualificação e incentivos para o bom desenvolvimento de suas funções. Já a comunidade é responsável pelo acolhimento e pela hospitalidade ajudando a formar um ambiente seguro, acolhedor e interessante aos visitantes.

Por fim, compreende-se que para que haja o Desenvolvimento do Turismo em Trindade é necessário o correto ordenamento, que necessariamente requer duas estruturas primordiais.

A primeira se trata de um organismo legalmente constituído que possa unir as representatividades da governança local e dedicada exclusivamente aos assuntos do Turismo, mas considerando, a sua competitividade com todos os demais setores da sociedade trindadense. Nesse contexto, o Conselho Municipal de Turismo, o COMTUR é a instância de governança municipal que congrega as diferentes representatividades municipais do Turismo, e que tem o papel de suplantar os interesses de organismos, entidades ou indivíduos em prol do interesse coletivo do povo trindadense.

A segunda estrutura primordial para o desenvolvimento do Turismo é a documentação das necessidades, aspirações e estratégias para que ordenem o processo de desenvolvimento do Turismo a nível municipal, esse documento se traduz como o Plano Municipal de Turismo, aqui apresentado.

Importante destacar que para uma gestão municipal eficiente deve-se ter clareza que o turismo tem interdependência de outros setores como transporte, comunicação, acesso, estruturas urbanas, cultura, meio ambiente, entre outros. Ou seja, deve-se buscar um trabalho em parceria com todas as organizações que nelas atuam, quer sejam governamentais ou não-governamentais (PARANÁ, 2017).

1.2 O Conselho Municipal de Turismo de Trindade

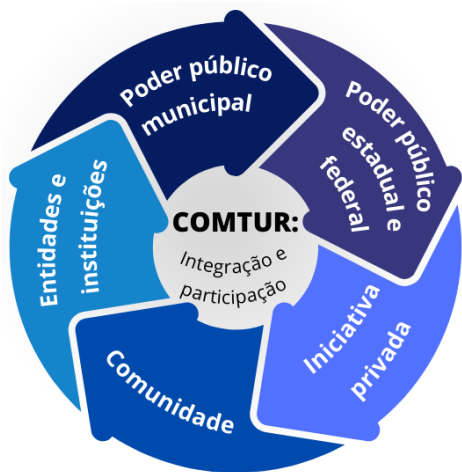
O Conselho Municipal de Turismo - COMTUR é um colegiado de entidades representativas da comunidade e do setor público e tem como responsabilidade assessorar na definição e implementação das políticas municipais de turismo.

O COMTUR de Trindade foi criado pela lei municipal 1.012 de 26 de novembro de 2002 com caráter consultivo, deliberativo, fiscalizador e normativo sobre os assuntos referentes ao desenvolvimento do turismo municipal.

De 2002 até 2019, legalmente o Comtur de Trindade apresentou as seguintes reestruturações, conforme a linha do tempo¹ apresentada ao lado.



¹ Toda a legislação municipal refere ao Comtur está disponível em:
<https://leis.trindade.go.gov.br/leis?search=comtur>



O **COMTUR** é o elemento chave do processo **de integração e criação de uma cultura de planejamento participativo** em Trindade e depende dessa cultura a continuidade dos processos e real uso do Instrumento “Plano Municipal de Turismo de Trindade”.

O planejamento integrado e participativo é um princípio do Planejamento Estratégico: sua elaboração inclui instrumentos e estratégias participativas em todas as suas etapas – da formulação à implementação (BRASIL, 2007).

1.3 O Plano Municipal de Turismo de Trindade – PMTT

Desenvolvimento e planejamento são palavras cujos significados se mesclam na prática da implementação turística. O Turismo como fator de desenvolvimento só alcançará este objetivo se estruturado de forma planejada, assim, o planejamento se configura como ferramenta base no processo de implantação e gestão da atividade.

O território, ao utilizar o planejamento como orientação para o Desenvolvimento Local/Regional deve considerar que a participação de toda a comunidade é fator preponderante, pois são eles os agentes responsáveis pela implementação e isso exige discussões contínuas e necessidade de transformação da própria cultura de desenvolvimento, para que as mudanças possam ser viabilizadas.

Dessa maneira, considera-se que o Planejamento Turístico implica no reconhecimento profundo das debilidades e potencialidades do município para poder ser estruturados prognósticos de desenvolvimento baseados em estudos previamente elaborados, que permitam identificar a verdadeira contribuição do Turismo no Desenvolvimento Local/Regional e até mesmo os aspectos negativos

que a atividade pode causar na localidade, oferecendo boas condições para minimizá-los ou mesmo resolvê-los.

O atual Planejamento do Turismo para Trindade tem como expressão máxima a estruturação do Plano de Desenvolvimento Turístico considerando que o município não está em fase embrionária de desenvolvimento, mas que já possui significativos avanços, mesmo porque a própria essência da constituição do município se deu pela movimentação de pessoas em suas práticas de fé.

Trindade integra os municípios da região turística intitulada Negócios e Tradições. É polo de desenvolvimento pautado no agronegócio, na indústria e no comércio, sobretudo com a movimentação de turistas que se deslocam ao município impulsionados pela prática de fé e religiosidade. Além disso, o município integra a Região Metropolitana de Goiânia, o que lhe atribui significativas forças competitivas, associadas aos negócios e eventos. Por outro lado, há desafios a serem vencidos para que o Turismo seja reconhecido como verdadeiro fator de desenvolvimento para os trindadenses.

O Turismo Religioso marca o ordenamento territorial e parte da dinâmica produtiva municipal. No que tange a competitividade turística, o município de Trindade possui condições para ampliar suas possibilidades observando a força que tem em relação à organização regional, aliando-se a municípios vizinhos buscado cada vez mais um melhor posicionamento na competitividade turística regional e nacional – condições estas expressas em sua Missão, Visão e Valores de Desenvolvimento turístico.

Outro fator preponderante é a necessidade de maior inserção da população urbana e das comunidades rurais na dinâmica turística local propiciando a criação de novos negócios associados ao Turismo pois, ao se associar a cultura local com as expressões de fé, de religiosidade, da gastronomia, do artesanato e da hospitalidade local, o município de Trindade pode se tornar mais competitivo e o

Turismo vigorará como uma importante estratégia de diminuição das desigualdades locais.

É com base nessas premissas que se apresenta o Plano de Desenvolvimento Turístico de Trindade: um documento que reúne os princípios orientadores para o desenvolvimento da atividade turística no município. Seu objetivo é estabelecer diretrizes para a condução da atividade turística no município, de forma compartilhada, respeitando a competência de cada envolvido.

A governança turística local participou ativamente da construção deste Plano com a integração e cooperação entre poder público, a iniciativa privada e a comunidade local que orientaram a consolidação das oportunidades e desafios locais.

O Plano Municipal de Turismo de Trindade é um importante elemento de gestão do território, e estará disponível não só para consulta de gestores públicos, investidores e comunidade, mas servirá como um documento orientador de ações conjuntas do município em busca do Desenvolvimento Sustentável e Integrado, liderados especialmente por meio do seu Conselho Municipal de Turismo.

O Plano Municipal de Turismo de Trindade é composto de três partes principais: **I – Diagnóstico Integrado** que apresenta a atual situação do Mercado e Operação Turística de Trindade, **II – Missão, Visão e Valores** do Turismo de Trindade e, **III – Mapa Estratégico** para o Desenvolvimento do Turismo.

De forma clara, o **mapa estratégico** é composto por **eixos temáticos**, ou seja, assuntos que estão diretamente relacionados ao desenvolvimento do Turismo em escala municipal. Cada eixo dá origem a **objetivos estratégicos**, que se decompõem em metas específicas desdobradas em: **a) ações b) envolvidos; c) prioridade e, d) prazos de execução.**

O mapa estratégico foi estruturado a partir da definição da Missão, Visão e Valores para o Desenvolvimento do Turismo em Trindade, construídos de forma participativa pela sociedade organizada.

Além do mapa estratégico, o presente documento apresenta a metodologia utilizada para a construção do plano e um diagnóstico sobre o atual processo de desenvolvimento do Turismo de Trindade, contendo dados a respeito do Mercado Turístico, com informações específicas sobre a Oferta, a Demanda e a Comercialização dos produtos turísticos.



1.4 Etapas de formulação do Plano Municipal de Turismo de Trindade-GO



A elaboração do Plano Municipal de Trindade - PMTT foi realizada de maneira participativa envolvendo as pessoas que integram os diversos **Agentes Produtivos Diretos** que compõem a realidade turística local, tais como a hotelaria, a gastronomia, os operadores turísticos, o setor de eventos, os agentes culturais e a governança associada ao Turismo. Além destes, considerou-se também os **Agentes Produtivos Indiretos**, que estão e que podem ser associados à atividade turística, tais como: as instituições de ensino, os produtores rurais, as comunidades tradicionais, os fornecedores de produtos e serviços indiretos e outros agentes públicos que de alguma maneira estão conectados com o Turismo.

A construção do PMTT se deu por meio de reuniões de trabalho realizadas no município, nos meses de junho de 2022 à janeiro de 2023. As reuniões foram planejadas e conduzidas por consultoria especializada a fim de que os participantes pudessem apresentar suas impressões, angústias e expectativas quanto ao desenvolvimento do Turismo. Além disso, os participantes direcionaram a estruturação da **Missão, Visão e Valores do desenvolvimento do Turismo** de Trindade. Desse processo, estruturaram-se os **eixos temáticos** de desenvolvimento do Turismo trindadense que se desenrolaram em **objetivos estratégicos**. Estes foram traduzidos em **metas** estruturadas com a ação e seu respectivo **grau de prioridade**, sugestões de **prazos** a serem alcançadas e entidades **responsáveis** pelo seu cumprimento.

Concomitante às reuniões, a equipe técnica realizou uma profunda sondagem dos documentos e estudos atuais que envolvem o Turismo no município como o ‘Mapeamento Situacional da Presença Digital de Trindade’ realizado pelo SEBRAE-GO e a Goiás Turismo; o ‘Mapeamento Situacional das 10 Regiões Turísticas do Estado de Goiás’ de 2021, que faz parte do Programa Turismo 4.0 – uma parceria ente o SEBRAE GO e a Goiás Turismo; o ‘Inventário da Oferta Turística de Trindade – GO, de 2020, o Censo Hoteleiro de Trindade (2018/2019) realizados pelo Observatório do Turismo do Estado de Goiás; além disso foi consultado o escopo legal estadual e municipal que envolve assuntos relacionados

ao Turismo em Trindade, tais como criação, composição e operação do COMTUR, a Política Estadual de Turismo Religioso além dos boletins e relatórios técnicos produzidos e disponibilizados pelo Observatório de Turismo do Estado de Goiás.

Outra ferramenta utilizada foi a de visitas técnicas a empreendimentos, e lugares de interesse turístico, como atrativos, comunidades e instituições. As visitas foram previamente agendadas aplicando-se técnicas de observação e entrevistas com os gestores ou responsáveis de cada localidade.

Uma terceira ferramenta utilizada baseou-se na técnica do ‘Cliente Oculto’, que neste caso pode ser identificada como ‘Turista Oculto’. Esta se deu entre os meses de julho à dezembro de 2022 em que os consultores, a partir de um roteiro semiestruturado visitou e utilizou dos serviços dos equipamentos turísticos locais e do comércio, não se identificando enquanto consultores, a fim de que pudessem sentir como funciona a dinâmica turística local. É importante destacar que o processo foi aplicado primeiramente durante o maior evento do município que é a Festa do Divino Pai Eterno – que aconteceu no mês de julho, além desse período, aplicou-se a investigação em outros momentos entre os meses de agosto e outubro. Buscou-se utilizar o maior número de serviços locais como restaurantes, hotéis, comércio em geral, além da visitação a comunidades, equipamentos turísticos, atrativos além da circulação em vias públicas em diferentes dias da semana e horários para que se pudesse estruturar um diagnóstico aprofundado de como o Turismo se desenrola corriqueiramente em Trindade.

Por fim, a equipe técnica considerou também os documentos orientativos do Ministério do Turismo como o ‘Catálogo de Soluções Tecnológicas para os Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) e o Boletim de Inteligência do Mercado Turístico que trata do Turismo Religioso em sua 10ª Edição, publicada em julho de 2022. Foi considerado também a consonância das análises com o a Agenda 2030 que trata dos Objetivos para o Desenvolvimento Sustentável, instituído pela ONU.

1.5 Metodologia do Mapa Estratégico do PMTT

O Mapa Estratégico de Trindade é composto por cinco eixos temáticos que representam as grandes áreas a se pensar, planejar e operacionalizar ações de desenvolvimento do Turismo no município.

Estes cinco eixos temáticos foram concebidos considerando a realidade do município, seu atual estágio de cooperação e desenvolvimento e as possibilidades futuras para o Desenvolvimento do Turismo.

A partir dos eixos temáticos apresentam-se os objetivos estratégicos, que fazem parte do bloco específico de cada eixo. Os objetivos estratégicos dão suporte à estruturação de Metas que expressam as orientações de atuação de forma mais objetiva com prazos, nível de prioridade e potenciais executores. Assim, a partir do **Mapa Estratégico** apresenta-se as ações propostas para o desenvolvimento do Turismo, conforme resumido no **Quadro 1**:

Quadro 1 - Decomposição do Mapa Estratégico em Ações

EIXO TEMÁTICO	O conjunto de temas que orientam e limitam o planejamento de um determinado trabalho, funcionando como um suporte ou guia.	
M E T A S	Objetivo estratégico	Define as prioridades dentro dos eixos temáticos.
	Ações	Atividades que deve ser desenvolvida dentro de cada linha de atuação para o alcance dos objetivos.
	Prioridade	Alta = execução em curto prazo Média = execução em médio prazo Baixa = execução em longo prazo
	Prazo	Curto: até 3 anos Médio: até 6 anos Longo: até 9 anos
	Potenciais parceiros de execução	Órgãos, entidades, instituições, associações e organizações, públicos ou privados, que possam articular, viabilizar, executar, fiscalizar e cobrar a realização das ações estabelecidas no plano.

Elaborado por: Icthus Soluções em Turismo, 2023.

As ações propostas estão organizadas segundo uma ordem de prioridade estabelecida pela sociedade trindadense, sob orientação de consultores especializados em Turismo para a estruturação deste Plano que levou em conta não somente as premissas ideais do processo de Planejamento e Organização do Turismo, mas principalmente as **condições do município** e **decisões dos participantes** das oficinas. Desse modo, as primeiras ações apresentadas são as de curto prazo ou de alta prioridade, em seguida as de média prioridade e passíveis de execução em médio prazo e, por fim, as ações de alta prioridade podendo ser executadas a longo prazo.

Quanto aos 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.

Todas as metas podem ser revisadas periodicamente e analisadas se fazem parte do contexto de desenvolvimento turístico de Trindade, podendo ser ampliadas, excluídas ou mesmo alteradas. O que importa é que haja um processo de análise e acompanhamento do desenvolvimento do Turismo por meio da execução das ações. Desse mesmo modo, novos parceiros e responsáveis podem ser inseridos no processo a fim de garantir a execução.

Outro ponto importante é que **não se trata de ações isoladas, muitas delas podem e devem ser executadas concomitantemente**, já outras podem conter uma dependência de execução de ações anteriores, entendidas como ações estruturantes ou as de alta prioridade. As ações de alta prioridade, que devem ser executadas a curto prazo darão suporte para o desenvolvimento das demais.

O prazo estipulado para as ações é o de abrangência deste plano, ou seja, de 2023 até 2032, e neste período de nove anos alguns acontecimentos não programados podem interferir positivamente ou negativamente no processo de planejamento e por isso instrumentos de controle e acompanhamento também são propostos após a apresentação das ações.

IGREJA MATRIZ DE
TRINDADE

FOTO: ICTHUS, 2023



PARTE 2



DIAGNÓSTICO INTEGRADO





2. CENÁRIO ATUAL

Trindade é um dos principais destinos de Turismo Religioso do Brasil e é conhecido como a terra do “Divino Pai Eterno”, e também pela “Romaria e a Festa de Trindade”. Toda a dinâmica turística do município se baseia nas atividades e experiências de fé e religiosidade. A própria história do município se inicia por uma questão de devoção católica.

A cidade nasceu por conta da descoberta de um medalhão da Santíssima Trindade, por um casal de agricultores que trabalhavam a lavoura nas proximidades do Córrego Barro Preto. A partir disso, foram sendo organizadas atividades religiosas em torno da medalha, atraindo cada vez mais um número significativo de devotos.

Desse processo, estruturou-se a Igreja Matriz, que ainda permanece com suas características originais barrocas, mais tarde na década de 1970 foi erguido o Santuário Novo, atual Basílica do Pai Eterno; e mais recentemente uma nova basílica está sendo construída para aumentar a capacidade de recepção de fiéis.

Ao longo do tempo desenvolveu-se o comércio, as estruturas e a vida urbana, e hoje, Trindade integra a Região Metropolitana de Goiânia, pois está muito próxima da capital do estado – uma grande força e influência para o município. Além disso, o meio rural também foi se estruturando, dando sentido e características à vida das pessoas. Desenvolveu-se uma gastronomia típica baseada nos elementos do campo, ao mesmo tempo que expressões artísticas e culturais também passaram a formar parte da identidade do trindadense.

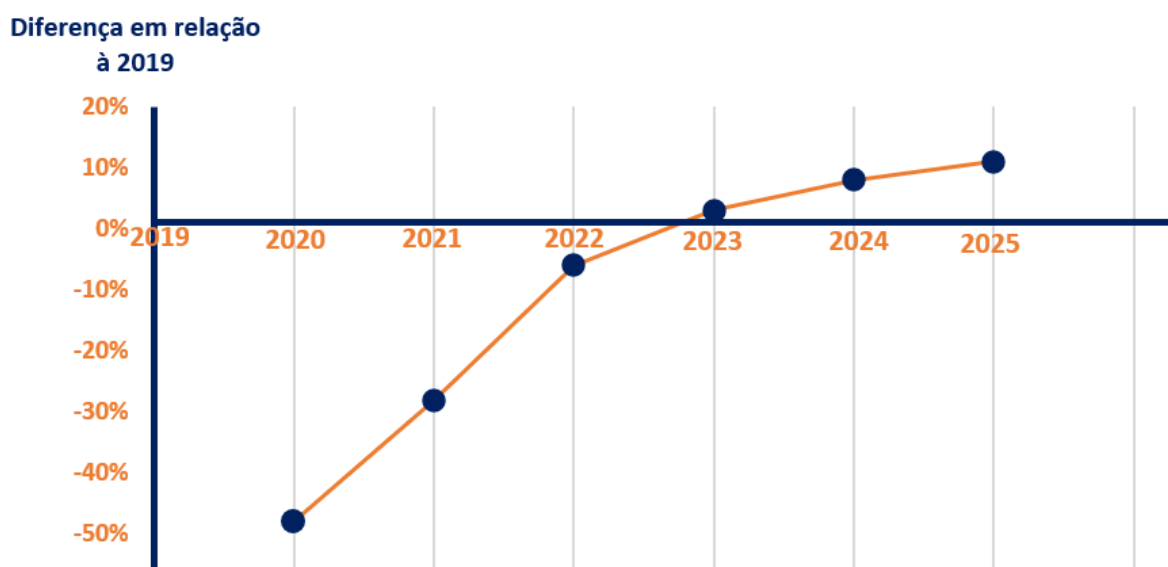
Ademais do Turismo Religioso, Trindade abriga diversas outras possibilidades que podem ser estruturadas turisticamente, gerando oportunidades de investimentos, negócios e o fortalecimento da economia local que é baseada na indústria, comércio e agronegócio.

O Turismo para Trindade pode integrar todos os demais setores produtivos e, a partir disso, gerar muito mais experiências e vivências marcantes aos visitantes, melhorando cada vez mais o posicionamento turístico do município na competitividade nacional e internacional, mas para isso é necessário considerar a conjuntura internacional e nacional sobre as perspectivas e desafios do desenvolvimento do Turismo.

2.1 O Turismo no Brasil e no Mundo

O Turismo, na atualidade, vem se expressando como uma das atividades que mais movimenta o sistema econômico a nível global e, segundo o *World Travel & Tourism Council* (WTTC, 2023), antes da pandemia, o setor de Viagens e Turismo (incluindo seus impactos diretos, indiretos e induzidos) representavam 1 em cada 4 de todos os novos empregos criados em todo o mundo, 10,3% de todos os empregos (333 milhões) e 10,3% do PIB global (EUA US\$ 9,6 trilhões).

**Previsão do PIB de viagens e turismo na América Latina para 2020-2025
(% sobre o nível de 2019)**



Fonte: (WTTC, 2023).

Outros dados mais recentes acerca do setor de Turismo e Viagens, apontado pelo Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTTC, 2023) aponta que:

- Após uma perda de quase US\$ 4,9 trilhões em 2020 (queda de -50,4%), a contribuição das Viagens e Turismo para o PIB aumentou US\$ 1 trilhão (+21,7% de aumento) em 2021.
- Em 2019, o setor de Viagens e Turismo contribuiu com 10,3% para o PIB global; uma quota que desceu para 5,3% em 2020 devido às contínuas restrições à mobilidade. Em 2021, a participação aumentou para 6,1%.
- Em 2020, 62 milhões de empregos foram perdidos, representando uma queda de 18,6%, deixando apenas 271 milhões de empregados em todo o setor globalmente, ante 333 milhões em 2019.
- 18,2 milhões de empregos foram recuperados em 2021, representando um aumento de 6,7% em relação ao ano anterior. Após uma queda de 47,4% em 2020, os gastos dos visitantes domésticos aumentaram 31,4% em 2021.
- Após uma queda de 69,7% em 2020, os gastos dos visitantes internacionais aumentaram 3,8% em 2021.



Fonte: (WTTC, 2023).

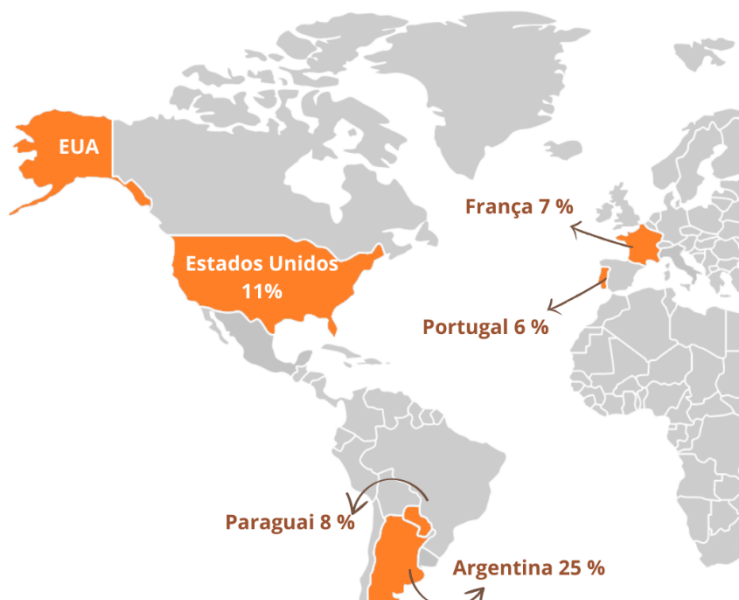
Todos os dados indicam profundos impactos econômicos que a Pandemia Covid-19 causou no setor de Turismo, mas ao mesmo tempo apresentam perspectivas de recuperação tanto que para o caso brasileiro, a Fecomércio SP (2022) aponta que para 2023, a expectativa para o setor no Brasil é de um crescimento de 53,6% em comparação a 2022, já inclusa a adesão de novos destinos que estão surgindo na cartela de viagens dos consumidores.

O Turismo até 2019 era um dos setores econômicos mundiais com amplo crescimento em várias destinações do globo. Essa disposição tende a se regularizar gradativamente após a superação dos efeitos da pandemia Covid-19.

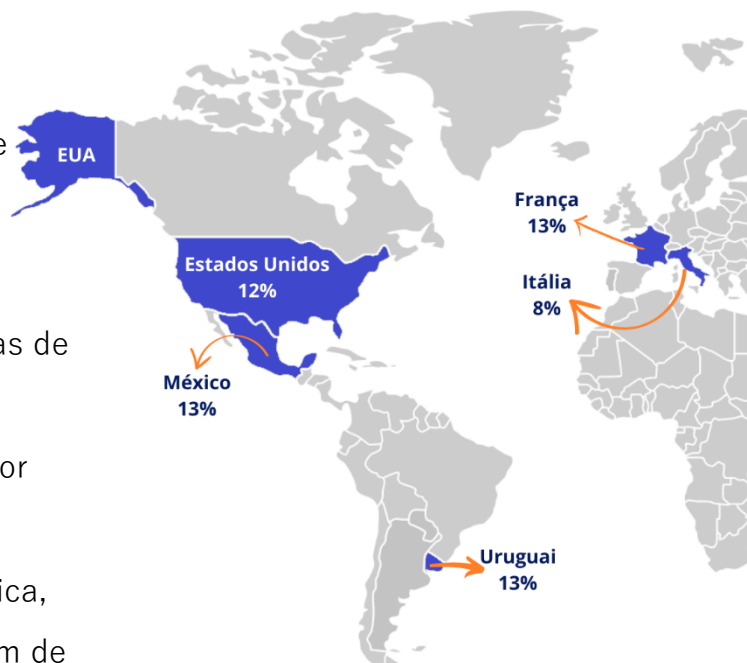
Mas crescimento não significa necessariamente desenvolvimento, visto que a premissa do desenvolvimento passa pela criação de emprego e renda para a população envolvida, com distribuição justa dos efeitos do Turismo. Como a atividade turística é dinâmica, uma das questões que planejadores, empresas, profissionais e setor público deve sempre ter atenção refere-se às mudanças nos padrões e formas de consumo do Turismo.

Os turistas têm mudado significativamente suas características de consumir o produto turístico, e nesse processo é possível apontar uma maior preocupação com as comunidades visitadas, a sustentabilidade econômica, social e cultural das destinações, além de maiores exigências quanto a qualidades dos produtos e serviços oferecidos.

Principais emissores de turistas ao Brasil



Principais receptores de turistas brasileiros



Fonte: WTTC, 2022.

Somado a isso, os turistas e visitantes têm buscado agregar cada vez mais valor em suas viagens, escolhendo melhor os meios de hospedagens, de transporte e as formas de contato com o destino turístico. Uma proposta atual de se planejar produtos, serviços e estruturas turísticas é o uso da estratégia de maximizar as experiências aos visitantes, agregando cada vez mais valor à visita das pessoas.

Isso aplica-se aos ambientes urbanos envolvendo igrejas, museus, parques temáticos e todo arcabouço histórico-cultural que as cidades têm a oferecer. Além do meio urbano o meio não urbano também se insere neste contexto com as diversas segmentações de Turismo possíveis de serem desenvolvidas, maximizando as experiências dos visitantes junto à natureza.

O processo de organização da visita turística passa pelo planejamento estratégico dos destinos, ordenamento territorial e principalmente pela adequação dos atrativos turísticos ao consumo. Os atrativos devem ser organizados e preparados para que o turista e visitante possa extrair as melhores experiências possíveis, segundo suas características e necessidades. Junto a isso, ressalta-se o papel das comunidades receptoras de visitantes, que devem atuar como protagonistas do processo a partir de uma atuação mais autônoma de decidirem formas e modelos de operação e de gestão de suas potencialidades.

O desejo de conhecer o novo, de saciar a curiosidade de ter contato com uma cultura ou uma paisagem diferenciada faz parte da essência humana de muitas pessoas, que se convertem em viajantes, de acordo com as suas possibilidades econômicas. Além disso, o marketing exerce uma forte influência no despertar o desejo adormecido ou mesmo criar desejos e necessidades de viagens.

É por esta razão que as comunidades, os profissionais, os empresários e o poder público devem acompanhar a evolução das formas de consumo dos lugares turísticos, preparando-os para que o processo seja o mais benéfico possível aos

envolvidos. O acompanhamento dessas questões passa pelo preparo dos profissionais, além do desenvolvimento de estruturas turísticas de qualidade.

Destaca-se então, a necessidade de planejar seguindo as tendências de mercado, atendendo as necessidades das pessoas, gerando desenvolvimento local.

O que influencia na formação de novas possibilidades para o Turismo é a mudança do perfil de consumo, a reorganização econômica das regiões, as novas relações sociais com outros olhares e ações em relação ao planeta e as pessoas, e, por fim uma

reorganização dos processos políticos-administrativos das localidades. Com isso, é possível refletir a respeito das oportunidades futuras que o setor de Turismo revela, para assim se preparar com todas essas tendências.

TENDÊNCIAS DO TURISMO



VIAGENS CURTAS



TURISTAS MAIS CONSCIENTES



EXPERIÊNCIA, RESPONSABILIDADE E CRIATIVIDADE



2.2 O Turismo em Trindade

Trindade é um município goiano importante para o contexto histórico, econômico e social não só do estado de Goiás, mas para todo o Brasil. Hoje figura-se como um dos mais importantes destinos de Turismo Religioso do Brasil por conta na fé e devoção ao Divino Pai Eterno. Sua fundação é do ano de 1920, ou seja, em 2023 o município completa 103 anos (31 de agosto) de emancipação. Mas a sua constituição histórica data de um pouco antes da fundação oficial.

Segundo diversos estudos sobre a historiografia trindadense, a região passou a ser ocupada por volta de 1830, período marcado pela decadência do ciclo do ouro em Goiás. Muitas famílias buscaram sua sobrevivência a partir da lida com a terra, desenvolvendo atividades ligadas à agricultura e à pecuária de subsistência – atividades estas, que juntamente com a indústria e serviços (incluindo o Turismo) compõem a base econômica do município, na atualidade.

Uma das famílias que buscou a subsistência, por meio do campo foi a do casal mineiro Constantino Xavier e Ana Rosa. Conta a história trindadense que o casal se fixou nas imediações de um córrego de água salobra e de barro escuro – atual córrego Barro Preto que corta a cidade. Alguns anos depois, por volta de 1843, em sua lida diária com a roça, o casal encontrou um medalhão de cerca de meio palmo que continha a imagem da Santíssima Trindade (Pai, Filho e Espírito Santo), coroando a Virgem Maria.

A partir desse achado a família começou a tradição de reunir vizinhos, amigos e parentes para rezar o terço em louvor à Santíssima Trindade, também conhecido como Divino Pai Eterno, ou seja, um título dado a Deus que é composto por Deus Pai, Deus Filho e Deus Espírito Santo que formam a sua unidade na Trindade.

A partir disso, o número de devotos era crescente até que em 1848 o casal com a ajuda dos amigos e vizinho construíram uma primeira capela para expor a relíquia e possibilitar que as pessoas tivessem o mínimo de conforto para a prática

de fé. O local da primeira capela, erguida de pau a pique e coberta com folhas de buriti é o mesmo onde mais tarde foi construída a atual Igreja Matriz de Trindade. Além disso, o medalhão foi restaurado e uma réplica da imagem foi confeccionada em um tamanho maior, com cerca de 30 cm – esse processo ficou à cargo do renomado artista da época – Veiga Valle, que residia na cidade de Pirenópolis-GO.

A história seguiu, marcada por conflitos econômicos, religiosos e políticos em torno da crescente romaria de pessoas em busca de milagres, agradecimentos, pedidos e orações ao Pai Eterno. A igreja tinha a sede mais próxima na região de Campininha, que foi elevado a município em 1907 e hoje é um Bairro de Goiânia (distante cerca de 23 km de Trindade). Tentou-se organizar a romaria, e as práticas de fé dos romeiros e o primeiro ato foi o de transferir a romaria para Campininha, que contava com uma melhor estrutura física e administrativa da igreja – alterando a data dos festejos de julho para 15 de agosto. As tentativas não deram resultados e os festejos e romarias voltam à Trindade em 1907, com uma melhor organização da igreja e também por conta da pacificação entre os fazendeiros locais que entenderam que a religiosidade estava acima de seus interesses individuais.

Oficialmente a Igreja considera o ano de 1843 como o marco inicial das romarias de Trindade que ao longo do tempo vem formando e transformando o contexto social, político, econômico e turístico do município. **Existe um movimento turístico constante na cidade**, mas o auge acontece durante os festejos, conhecidos como Festa de Trindade, ou Festa do Divino Pai Eterno que tem o início na última semana de junho e encerra no primeiro domingo de julho.

Alguns marcos importantes para a história de Trindade foi a construção do atual Santuário Basílica do Divino Pai Eterno, que teve sua pedra fundamental lançada no centenário da romaria, em 1943, mas que passou a receber as celebrações apenas em 1974, mesmo com as obras inacabadas. Em 2006 o Santuário recebeu o título de Basílica Menor, pelo papa Bento XVI. Em 2010 foram iniciadas as obras da Nova Basílica, com a pretensão de capacidade para mais de 8 mil pessoas sentadas, ampliando a da atual que é de 2 mil.

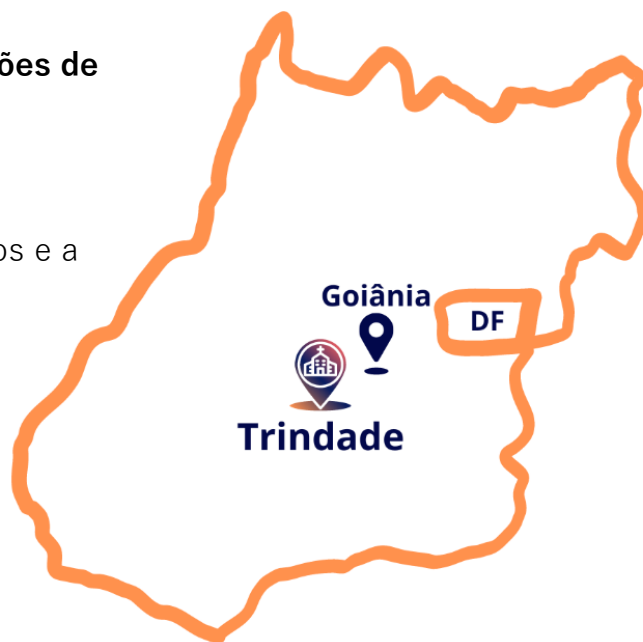
A cada ano é crescente o número de romeiros e fiéis que se dirigem à Trindade, motivados pela fé e religiosidade. Reflexo disso é a transformação socioespacial da cidade que tem, hoje, no Turismo uma de suas maiores forças econômicas. A cidade ampliou e modernizou suas estruturas básicas e turísticas acompanhando o número de visitantes e esse crescimento tende a seguir, mas necessitando de acompanhamento e ordenamento para que os impactos da atividade sejam os melhores possíveis para a ampliação das experiências dos turistas e para o fortalecimento da identidade e da economia do povo trindadense.

2.3 Geopolítica e economia

Os dados socioeconômicos e geográficos apresentados foram estruturados a partir de um cruzamento de informações do IBGE com os do Ministério do Trabalho sobre o saldo de empregos e o mercado de trabalho; somados com os dados do Ministério da Economia a respeito da abertura de empresas e arrecadação de ICMS.

O estado de Goiás possui 10 regiões de planejamento, sendo que o município de **Trindade está inserido dentro da Região Metropolitana**, composta por 20 municípios e a capital – Goiânia.

Geograficamente, Trindade está localizada na mesorregião Centro Goiano.



O crescimento urbano da região metropolitana fez com que os limites territoriais entre Trindade e Goiânia estejam cada vez menos marcados

visualmente já que **a distância entre a sede municipal de Trindade e a de Goiânia é de apenas 36 km.**

O **cerrado** é o bioma em que o município está inserido e seu **clima é o tropical** com os maiores índices de **chuva registrados entre novembro e janeiro** e os menores entre junho e agosto. **A temperatura média anual é de 26** graus célsius, com as mais altas podendo ser superior aos 35°C e as mais baixas podendo ser inferior aos 10°C.

Trindade está a 780 m de altitude e faz parte da sub-bacia do Rio do Peixe – que compõe a **bacia do Rio dos Bois**. Pequenos córregos e riachos cortam o município, com **destaque ao Rio Santa Maria** que é um dos mais importantes da região, mas que **possui graves problemas ambientais** pelo uso desenfreado da água para a irrigação agrícola, extração de areia e o desmatamento de suas matas ciliares – além do comprometimento de várias nascentes e riachos afluentes.

O município faz aniversário no dia 31 de agosto e **em 2023 completa 103 anos de emancipação**. A população de trindadenses estimados para 2021, segundo o IBGE (2021) era de 136 mil, sendo o oitavo mais populoso do estado, com uma alta densidade demográfica (190 hab./km²), visto que seu território é de aproximadamente 713 km².

Seu **PIB per capita, em 2019, estava em aproximadamente 17 mil reais**, com **IDH em 0,699**, considerado médio, mas um pouco abaixo ao do estado (0,735) e o do Brasil (0,754), sendo que os índices mais altos de composição do IDH advêm da longevidade (0,822) e os mais baixos da educação (0,608).

Há um equilíbrio entre o percentual da população masculina e feminina, sendo que **95%** destes estão localizados **na zona urbana** do município e a maior parte da pirâmide etária do município concentra na população entre 10 e 34 anos. A religião predominante é a católica, seguida da evangélica e espírita.

Economicamente **é o terceiro município mais importante para a Região Metropolitana de Goiânia**, ficando atrás apenas da capital e de Aparecida de Goiânia. Seu potencial de consumo e desempenho econômico estão relativamente

estagnados nos últimos anos – especialmente por conta dos efeitos da Pandemia do COVID-19, apresentando algumas melhorias em 2022/23. O mês de julho é o que registra maior alta na geração de postos de trabalho, sobretudo os temporários, por ocasião dos festejos da Festa de Trindade (Festa do Divino Pai Eterno).

Até dezembro de **2022 o município registrou a abertura de 337 novas empresas**, sendo que o índice de admissões é superior ao de demissões, em 2022. **O PIB da cidade é de cerca de R\$ 2,2 bilhões**, sendo que 46,4% do valor adicionado advém dos serviços, na sequência aparecem as participações da administração pública (27,2%), da indústria (27,2%) e da agropecuária (2,1%).

A agropecuária está em transformação de um modelo clássico de subsistência para o baseado em mono atividades com melhoria de usos tecnológicos aplicados na criação de gado de leite e de corte que nos últimos 5 anos vem cedendo espaço ao cultivo de soja.

Considerando o setor de serviços, ressalta-se a atividade turística como uma das mais significativas, visto que Trindade **é um dos principais destinos de Turismo Religioso do Brasil**. A maioria dos empregos formais gerados ainda não advém do Turismo, visto que as empresas locais ainda trabalham com contratos informais e de estrutura familiar. Além disso, possui atrativos e estruturas ligados ao lazer e à cultura que geram um bom fluxo de consumo, em especial da região metropolitana.

Um dos fatores limitantes do desenvolvimento do comércio é a proximidade com a capital do estado visto que muitos dos serviços mais especializados são desenvolvidos em Goiânia. Esse fator, de alguma forma tende a se aplicar ao Turismo, sobretudo para o setor de Hotelaria, Operação Turística e Alimentação.

2.4 Turismo

O município de **Trindade** está inserido na **Região Turística** denominada **Região dos Negócios e Tradições**, juntamente com os municípios de Anápolis, Anicuns, Bela Vista de Goiás, Goiânia, Hidrolândia, Nerópolis e Nova Veneza. **Sua categoria, segundo o mapa do turismo brasileiro (2023) é “B”**, que mede o desempenho dos municípios brasileiros na economia do Turismo².

A dinâmica turística no município está baseada no **segmento de Turismo Religioso** e suas atividades características, com uma forte influência na organização do comércio local de artesanato, artefatos religiosos e atividades de lazer, sendo amparadas pelas estruturas de hospedagem e alimentação.

Segundo o Cadastro de Prestadores e Serviços Turísticos (CADASTUR), Trindade conta com 9 agências de turismo, 01 parque aquático, 01 locadora de veículo, 35 meios de hospedagem, 03 organizadores de eventos, 10 restaurantes e similares e 07 transportadores turísticos.

Sobre esses números, considera-se que não traduzem a realidade turística de Trindade. Em primeiro o lugar o número de estabelecimentos de Alimentos e Bebidas é superior ao que está no cadastro – apesar de que o segmento não é de registro obrigatório. Já os meios de hospedagem – que em Trindade são a maioria representados por Pousadas, é de cadastro obrigatório, mas apenas 35 estão no CADASTUR, ao passo que são mais de 80, como foi levantado pelo Inventário da Oferta Turística do município, realizado em 2020.

O CADASTUR apresenta um bom número de transportadoras turísticas e de agências de viagens, o que não traduz a realidade operacional de Trindade visto que não há nenhuma operadora de receptivo atuante registrada no município,

² A categorização vai de ‘A’, para os municípios com melhor desempenho até ‘E’ para os de menor desempenho.

levando a crer que os cadastros se referem à operação emissiva ou de empresas com pausa em suas operações ou não atuantes.

O CADASTUR apresenta alguns pontos a serem melhorados quanto ao registro e acompanhamento das empresas e prestadores cadastrados, ainda assim é um instrumento que têm se fortalecido a nível nacional para subsidiar com dados o processo de planejamento turístico dos territórios e também como base de consulta ao turista. Diagnostica-se que uma atenção especial deve ser dada ao CADASTUR quanto às informações dos prestadores de serviços e empresas turísticas de Trindade.

Complementar ao CADASTUR outro instrumento para o planejamento do Turismo nos municípios é o reconhecimento de suas potencialidades, sejam eles atrativos e estruturas. Isso é feito inventariando o que se tem no município para se detectar possibilidades e limitações operacionais e de desenvolvimento.

Trindade possui um Inventário da Oferta Turística atualizado (2020) que auxilia na complementação dos dados do município.

Em relação à organização para o Turismo, **Trindade possui uma Governança relativamente ativa**. Existem lideranças de alguns segmentos, sobretudo do Poder Público, dos Meios de Hospedagem e da Igreja Católica (Congregação do Santíssimo Redentor – CSSR) que são mais atuantes enquanto grupo. Os segmentos da Gastronomia, da Cultura e dos Eventos não possuem



representatividades fortes ou ativas coletivamente. Mesmo que estejam desempenhando as suas funções é preciso que o sentimento de coletividade e cooperação sobressaia em relação às necessidades individuais para que haja verdadeiro desenvolvimento do destino.

A Igreja católica (CSSR) é um dos setores mais importantes na participação do desenvolvimento turístico planejado em Trindade. Sabe-se que há as funções religiosas a serem exercidas, mas é necessário que o Turismo seja pauta efetiva das ações integradas com outros segmentos. A fé, a devoção e a religiosidade são a principal força motriz do movimento turístico de Trindade e impacta diretamente na organização social, cultural, econômica e ambiental do município e, por isso, a Governança para o Turismo deve estar mais articulada, seja por meio do COMTUR, da IGR e de outras formas de atuação representativa e participativa em Trindade.

As IGRs servem para institucionalizar a organização de grupos de interesses comuns, e podem ser privadas, públicas ou mesmo parcerias público-privadas. O modelo dessa organização deverá atender às necessidades de cada região envolvida e ter entendimento sobre qual a mais apropriada (BRASIL, 2019).

Em geral os profissionais do Turismo são mal remunerados e muitos não possuem as garantias legais de seus direitos, por meio dos registros formais – refletindo a realidade de que a **maioria das empresas turísticas de Trindade atuam de maneira semiformal**, ou seja, apenas com os registros básicos dos negócios, sem o uso de instrumentos de gestão empresarial (jurídico-contábil-administrativo) que possam conduzir os negócios de modo mais eficaz.

A qualificação para o Turismo é baixa na hotelaria, na gastronomia e nos demais equipamentos turísticos, presumindo assim, em algumas carências no atendimento. **Não há instituições de ensino e de qualificação profissional que atuam diretamente com a formação e aperfeiçoamento da mão de obra para o Turismo** em Trindade. Existe um bom número de instituições públicas e

privadas que atuam em outros segmentos diversos, mas não são ofertados cursos em nenhum nível para atender às necessidades do Turismo.

Os negócios turísticos são de pequeno porte, em sua maioria, **organizados por um modelo familiar não empresarial, informal e pouco estratégico.** Os preços praticados pela hotelaria são altos, comparando-se a outros destinos turísticos similares e também com o que é entregue de estruturas e de atendimento.

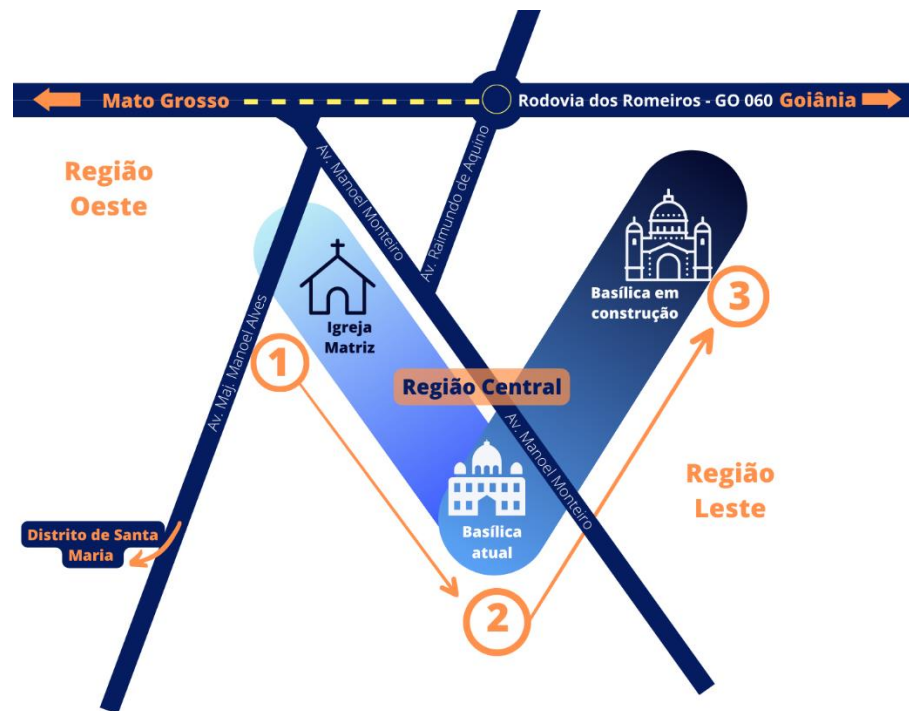
Faltam estratégias transparentes e detalhadas para o posicionamento turístico de Trindade e, por conseguinte, a sua consolidação como um destino turístico de qualidade. Dessa maneira, a elaboração participativa do Plano Municipal de Turismo de Trindade é uma alternativa bastante eficaz para traduzir as aspirações da governança turística trindadense traduzidos em objetivos e metas que poderão ser acompanhadas e mensuradas.

Trindade já possui sua identidade turística pautada na fé, religiosidade e tradições. Associado a isso tem um bom fluxo de visitantes e turistas, possui uma infraestrutura básica e turística que permite a operação da atividade. A questão principal é o **seu posicionamento de mercado associado a um planejamento de curto, médio e longo prazo, pautado na sinergia de sua governança turística.**

Os locais de interesse turístico podem ser públicos ou privados e, no caso de Trindade, possuem forte ligação com a religiosidade e os traços da história e da cultura dos trindadenses. Estes locais são dinâmicos e dependem do uso que os operadores do Turismo dão a cada um deles. Há aqueles que chamam mais a atenção dos visitantes, que são os de destaque e aqueles que podem ser melhor aproveitados (potencial de ampliação de uso) para as experiências dos visitantes. Vários locais podem ser inseridos nesse contexto, como praças, centros culturais e outros marcos da cidade.

Os lugares de uso turístico vêm se alterando ao longo dos anos, com um movimento que no passado estava mais concentrado aos arredores da Igreja Matriz (ponto 1 na ilustração), popularmente conhecida pelos trindadenses como Igreja Velha. Com a construção do Santuário Novo que passou a oferecer um melhor espaço aos fieis o fluxo de visitantes, em especial durante a Festa de Trindade, esse fluxo se concentrou na região entre a Igreja Matriz e o Santuário Novo, conhecida como Igreja Nova (ponto 2 na ilustração). Até o início dos anos 2000 a concentração de turistas e, por conseguinte de estruturas turísticas e locais de interesse turístico orbitavam entre os dois templos religiosos.

Atualmente se observa uma concentração do fluxo turístico e estruturas ao redor da atual Basílica (ponto 2) e iniciando um direcionamento para o local onde a Basílica Nova (ponto 3) está sendo construída.



Essa dinâmica implica em uma **mudança de crescimento urbano do Setor Oeste para o Setor Leste**, que mesmo estando próximo da região central possui alguns vazios urbanos, influenciando assim possíveis valorizações mobiliárias, desenvolvimento de infraestruturas básicas e de apoio ao Turismo como meios de hospedagens, restaurantes além do comércio convencional e de artigos religiosos.

A concentração de estruturas e de turistas pode ser um problema para alguns destinos devido à pressão que a atividade exerce em determinadas áreas,

especialmente em períodos de alta temporada, que no caso de Trindade é durante a Festa/Romaria do Divino Pai Eterno, no final de junho e início de julho.

Uma estratégia para as ações de desenvolvimento urbano é considerar uma melhor distribuição da dinâmica turística, por meio do apoio à estruturação de novos lugares de uso turístico e de programações que posam melhor integrar as outras áreas da cidade ao desenvolvimento pelo e para o Turismo, diminuindo a pressão urbana em algumas regiões e ampliando a participação da cidade no processo.

Essa dinâmica de fluxo turístico tem que ser acompanhada pelos planejadores urbanos de Trindade, pois ela muda conforme os interesses dos visitantes. O processo de planejamento deve considerar se é mais viável uma concentração ou uma distribuição dos locais de interesse ao visitante. Isso porque, com a construção da Nova Basílica a dinâmica turística tende a seguir esse novo curso, impactando diretamente na circulação, concentração de serviços turísticos, inflação imobiliária e outros impactos que precisam ser monitorados para que medias de crescimento ordenando sejam executadas.

Considera-se importante que a zona de uso turístico não esteja concentrada em torno apenas dos maiores templos religiosos – como a Basílica atual ou na região onde a nova está sendo erguida. Estratégias para a ampliação dos locais de interesse turístico devem ser pensadas para a diversificação das atividades e estruturas.

2.4.1 Considerações sobre os Eventos e suas estruturas

Trindade está em fase de estruturação de um calendário de Eventos, o que contribuirá significativamente com a operação e a organização do Turismo. Os principais eventos giram em torno da religiosidade, fé e tradição. O principal Evento do município é a Festa de Trindade, ou seja, os 9 dias de festejos religiosos e profanos que acontece na última semana de junho e primeira de julho. É o evento

que mais movimenta a cadeia produtiva do turismo local – visto que, segundo a prefeitura municipal, em 2022, houve mais de 3 milhões de visitantes durante os dias de festejo.

DESFILE DE CARROS DE BOI

FOTO: SEC. TUR
TRINDADE



A sua programação inclui 2 desfiles, que são muito aguardados por moradores locais, turistas e romeiros. O primeiro é o de carro de boi e o outro de cavaleiros e muladeiros. Os desfiles remontam ao passado da romaria em que pessoas de vários lugares do estado e do país se dirigiam à Trindade auxiliados por seus carros puxados a boi e acompanhados por cavalos. Tudo remonta à ruralidade do povo, a sua cultura associada ao campo, a expressão de fé e devoção

além de ser uma dinâmica muito sensorial. A experiência de ver ou de participar do desfile é muito satisfatória e empolgante - percebido nas expressões empolgadas dos visitantes e dos moradores locais.

O carro de boi é um símbolo da romaria de Trindade e, neste momento, não possui destaque na dinâmica turística- se comparado ao seu potencial de uso. É apenas uma programação dos festejos, por meio do desfile, mas abrem-se possibilidades para as experiências os turistas, para o apoio aos romeiros e carreiros, além de reforço da identidade do povo trindadense. Esse reforço será possível por meio de estratégias integrando melhor o Carro de Boi com a gastronomia, com as atividades de lazer, com o artesanato e com a própria operação turística.

A Romaria de Carros de Bois da Festa do Divino Pai Eterno de Trindade, em Goiás, foi reconhecida como Patrimônio Cultural Brasileiro, em 2016, e inscrita no Livro de Registro das Celebrações. O epicentro da Romaria é em Trindade, mas os devotos saem de diversas cidades de Goiás e de estados próximos, do Centro-Oeste e do Sudeste (IPHAN, 2014).

A Festa de Trindade é o evento principal e concentra um grande volume de pessoas e de estruturas em um curto período do ano. A diversificação dos eventos para outros momentos é importante. Já existem eventos significativos como as **folias de reis** que acontecem nas propriedades rurais e nas casas da cidade entre os meses de dezembro e janeiro, as **festas juninas**, as apresentações da **paixão de cristo**, o **festival gastronômico** e muitos outros eventos de menores proporções que podem constituir o calendário de eventos e ser incluídos na operação turística.

É importante que os organizadores de pacotes e de excursões turísticas tenham em mãos o calendário de eventos para que possam incluir as atividades em suas programações, de acordo com o período de visita planejado. Eventos sempre serão uma estratégia de diminuição da sazonalidade e ampliação das possibilidades do sucesso turístico de Trindade.

Os espaços de eventos de Trindade majoritariamente atendem a uma demanda local de eventos e atividades sociais. Há a indicação da realização de reuniões de negócios, eventos corporativos ou técnico-científicos de pequeno porte, que também atendem a uma demanda local/regional.

Muitos eventos em Trindade são realizados ao ar livre ou em espaços alternativos e públicos, como feira coberta, praças, ruas e outros locais adaptados segundo a necessidade dos organizadores. **Trindade compete diretamente com Goiânia em relação a realização de eventos de médio e grande porte** – tanto sociais, técnico científicos, culturais e empresariais. Goiânia, por ser a capital possui as melhores estruturas de espaços para Eventos como Centros de Convenções, Teatros e Espaços específicos que comportam um substancial número de participantes. Além disso, Goiânia tem o setor de Eventos e Negócios como um dos mais estruturados, sendo o principal destino do Centro-Oeste na captação de eventos, sobretudo os de médio e grande porte.

A identidade do Setor de Eventos em Trindade se difere daquela de Goiânia, pelas temáticas dos eventos, estruturas e operacionalização. Essa identidade está baseada sobretudo nas manifestações culturais como as artes cênicas, a dança, a música, a gastronomia, a religiosidade e às tradições populares. Recomenda-se que Trindade reforce sua identidade para o Setor de Eventos, destacando seus aspectos diferenciais que outros municípios não possuem. Eventos que possam envolver cada vez mais a identidade cultural do povo trindadense, da sua história, da sua fé, e de suas trações originais podem ser reforçados por meio de estratégias conjuntas entre iniciativa pública e privada.

2.4.2 Sobre o Artesanato e a Gastronomia

Historicamente **o artesanato de Trindade** é o resultado da evolução das vivências e experiências dos trindadenses ao longo do tempo, mesclando conhecimentos, materiais e técnicas do passado, sobretudo associado à vida

simples no campo com elementos atuais e modernos – por conta do crescimento do município e de sua composição na Região Metropolitana.

O artesanato trindadense tem uma característica utilitário-decorativa que se expressa na confecção de peças de tecido (bordados, pinturas etc.) para o uso doméstico. Além disso, há a presença de peças de cerâmica, por conta da estruturação da casa do artesão no Distrito de Santa Maria.

Esse distrito faz parte da composição histórico-cultural de Trindade e algumas propriedades rurais ao seu redor são banhadas pelo Rio Santa Maria. **A casa do artesão de Santa Maria** é mantida por meio de uma parceria entre iniciativa pública e provedores, fazendo parte de um programa social que **auxilia as famílias de crianças da região por meio de trabalhos sociais e o aprendizado com o artesanato.** Além disso, tem iniciado um resgate com as técnicas de fiação – muito comum no passado rural da região. As fiandeiras confeccionavam peças de uso diário como panos para calças, cobertas, colchas etc.; cuidavam do algodão desde o seu plantio, passado pela colheita até o seu beneficiamento finalizando com a confecção das peças, usando diversos instrumentos para auxílio ao trabalho manual, sobretudo o tear.

Observa-se que há um grande potencial para o incremento a esse tipo de atividade por sua capacidade de gerar mais interesse dos visitantes na compra de produtos locais, além de poder se associar ao cotidiano das pessoas, que podem, de forma mais sustentável, cultivar e beneficiar o algodão. Dessa prática, possibilita-se a estruturação de novos pequenos negócios resgatando, valorizando e perpetuando uma tradição produtiva local. Além das peças confeccionadas, o próprio processo de organização de sua produção pode se tornar parte de programas de visitação que ampliam a oferta de atividades e de experiências turísticas para Trindade.

O artesanato de cerâmica tem se firmado como um excelente instrumento de trabalho social com as crianças do povoado – este deve e pode

ser incentivado com uma maior participação das famílias e o auxílio em ampliação das estruturas educativo-produtivas e de apoio à comercialização do artesanato local.

Por fim, **há que ampliar o uso do artesanato de Trindade na ambientação dos locais de interesse turístico**, ou seja, o artesanato não tem se comunicado de maneira efetiva com os restaurantes, com a hotelaria e com os demais locais de visitação em Trindade – possibilidades que se abrem para ações.

Em se tratando da **gastronomia**, considera-se que é um dos fatores mais importantes para a experiência do visitante em um destino. Ela tem a função biológica de fornecer energia aos turistas e visitantes dos lugares e atende também   população local, estruturando-se assim negócios. Além disso, a **gastronomia também   parte dos traços culturais de um povo** pois **ajuda a contar sua história, revela aspectos da sua economia, da geografia e dos modelos produtivos**. Em algumas localidades a organização da oferta gastronômica   tão estruturada que pode até estruturar-se como um atrativo.

Em Trindade tudo isso acontece ao mesmo tempo, ou seja, há as estruturas que atendem a população e também outras que são mais usadas por turistas. São bares, restaurantes, padarias e outros espaços que cumprem seu papel enquanto apoio ao Turismo.

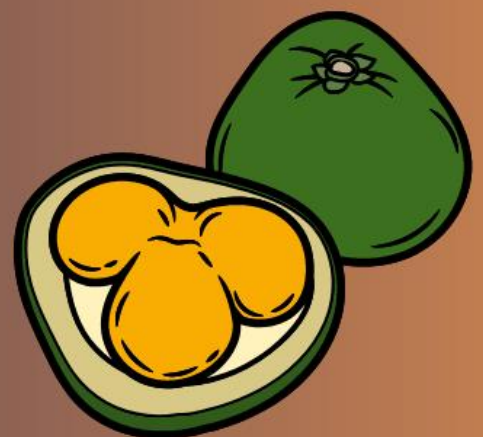
Um dos traços marcantes na hospitalidade trindadense   expressado na gastronomia. Para o morador local, o lugar mais importante da casa sempre vai ser a cozinha e   impossível pensar em tratar bem uma visita sem oferta ao menos de um café acompanhado por um quitute ou biscoito. Esses traços da hospitalidade ainda são presentes, mas estão muito associados   uma prática doméstica. Assim, **o desafio é que os elementos da hospitalidade doméstica possam ser melhor estruturados para a hospitalidade comercial, por meio da gastronomia.** Os restaurantes atendem satisfatoriamente aos visitantes, mas ainda não é o ideal para o destino.

Os restaurantes de Trindade possuem maior ocupação nos finais de semana, acompanhando o fluxo de turistas, mas que muitas vezes não estão preparados para atender à demanda existente, seja com a quantidade suficiente de alimentos, mão de obra qualificada ou mesmo estruturas. Os horários de atendimento são restritos (11h00 às 14h00). A maioria dos locais não possuem equipamentos e estruturas corretas para os serviços de alimentação, como acessibilidade, climatização, mesas e cadeiras confortáveis ou mesmo oferta de um cardápio variado e de qualidade. Não se domina técnicas de elaboração de cardápios e de exposição de alimentos – o que compromete a qualidade dos mesmos.

Quase todos os locais oferecem o mesmo tipo de refeição, baseada nos elementos do paladar regional. Isso é uma vantagem pois **há uma identidade dos pratos locais que se estruturam por meio de comidas típicas goianas com alguns elementos diferenciadores**. Os preços são competitivos, ou seja, não se pratica preços acima do mercado, por parte dos estabelecimentos locais. Utiliza-se muito dos produtos regionais como verduras e folhas na composição do cardápio – mas de maneira bastante repetitiva e sem inovações.

A produção local de elementos da gastronomia é rica, variada e pode ainda mais ser fortalecida com uma maior inserção na rede gastronômica de Trindade, especialmente com o **uso mais criativo dos ingredientes**.

***A maioria dos
empreendimentos de
alimentação são de
negócios familiares que se
estruturam com a
adaptações das próprias
casas dos moradores.***



Um nó crítico é a oferta gastronômica no período da noite, pois não há restaurantes convencionais e muitas vezes os visitantes ficam restritos ao que o hotel oferece.

Existem bares e restaurantes temáticos na noite trindadense, mas o seu alvo é o morador local e não há espaços que atender satisfatoriamente o visitante. Isso porque a maioria dos locais são frequentados por jovens, com músicas em alto volume e um cardápio condizente com a proposta o estabelecimento; mas **o perfil do turista que visita Trindade é o que dorme mais cedo, se movimenta mais lentamente, possui necessidades de nutrientes que carecem de maior cuidado além de que as estruturas devem ser mais confortáveis** e que atendam a esse perfil. Essa é uma deficiência que atrapalha a operação em Trindade, correndo-se o risco de ser encoberta pela oferta de Goiânia – que é mais competitiva.

Existem alguns elementos da gastronomia local que exercem a função identitária tais como a pamonha, a linguiça de carne de porco, a cachaça, a farinha e os doces. Esses elementos estão disponíveis aos visitantes, por meio dos estabelecimentos especializados, como as pamonharias, casas de produtos regionais (em crescimento) e o mercado municipal.

Há a vantagem de que a maioria dos visitantes da cidade usam o transporte terrestre, sobretudo



Linguiça



Pamonha



Farinha



Cachaça



Doces

ônibus para as visitas – o que possibilita sempre a compra de produtos de seus interesses sem a preocupação com os excessos de bagarem.

A pamonha é um prato icônico para Goiás, e dentro da oferta local é o mais conhecido a nível nacional e, por isso, é importante estar associada à memória afetiva e aos processos de consumo. Segundo a lei 4479/2021 a pamonha é reconhecida como **Patrimônio Imaterial de Goiás** com a justificativa de que a sua origem é indígena e faz parte da memória coletiva gastronômico-afetiva goiana. A pamonha pode impulsionar os demais produtos que são mais conhecidos regionalmente como os doces, a linguiça e a farinha.

Observa-se a ampliação de lojas especializadas em produtos locais, em Trindade e isso tem contribuído muito para a o reforço da cadeia produtiva, sobretudo inserindo o pequeno produtor rural e os artesãos de Trindade.



2.4.3 A operação turística em Trindade

A operação turística em Trindade vem se modificando ao longo do tempo. É possível estabelecer algumas características de cada período para que perspectivas possam ser consideradas e assim ações de planejamento estratégico possam ser implantadas para um melhor ordenamento da atividade. A operação turística é aquela informal ou formal que usa os espaços turísticos gerando uma dinâmica social e atividades econômicas que a sustentam.

A operação turística formal é aquela organizada, baseada nos preceitos do planejamento que resultam na estruturação de Produtos Turísticos prontos de serem comercializados para os consumidores - essa é a ideal, mas não somente ela é a que acontece nos destinos. Isso porque, sempre haverá os fluxos informais ou desorganizados, que de algum modo também são importantes para o contexto turístico- essas duas realidades também se aplicam à Trindade.

A operação formal em Trindade é tão recente quanto o processo de planejar e ordenar a atividade turística, ou seja, iniciou-se somente a partir da primeira década dos anos 2000. Ao longo do tempo, foram os movimentos livres que direcionaram os rumos do Turismo de Trindade, mas é sabido que para consolidação de um destino é preciso agir de forma organizada para que o Turismo possa maximizar seus efeitos positivos, fortalecendo a cadeia produtiva e melhorando a oferta de produto, serviços, estruturas e experiências aos visitantes.

A seguir apresenta-se uma breve linha do tempo sobre Trindade em que é possível perceber as principais fazes ou marcos de cada momento que incidem diretamente na operação turística do município. Em linhas gerais, foram mais de 150 anos (1843 até 2006) de evolução espontânea do Turismo em Trindade, ou seja, sem ações de planejamento ou de ordenação de mercado. Essa perspectiva mudou no início dos anos 2000 e, apesar de recente já apresenta alguns reflexos importantes.

LINHA DO TEMPO DA OPERAÇÃO TURÍSTICA DE TRINDADE-GO

1843

Medalhão da Santíssima Trindade encontrado pelo casal de agricultores.

1848

Construção da capela de pau a pique e reprodução do medalhão em réplica de madeira de 30 cm.

1895

Chegada dos primeiros padres redentoristas em Goiás e envolvimento com a romaria de Trindade.

1900

Saída dos Padres Redentoristas, por conta de conflitos com fazendeiros locais.

1904

Retorno dos festejos e Romaria para Trindade.

1943

Lançamento da pedra fundamental para início da construção do Santuário Novo.

1978

Aumento do fluxo de romeiros, por ocasião da Festa de Trindade, influenciados pelas melhorias das vias de acesso e transporte.

1988

Resgate da história da romaria por meio da realização do primeiro desfile de carro de bois relembrando o passado das peregrinações à Trindade.

2006

O Santuário Novo é elevado à Basílica Menor pelo Vaticano e ampliação das redes de comunicação dos padres redentoristas por rádio e TV. Maior divulgação de Trindade enquanto destino de peregrinação.

2022 EM DIANTE

Retomada do Turismo. Reordenamento da operação e estruturas turísticas de forma planejada. Estruturação do Plano Municipal de Turismo de Trindade.

1843/48

Início da devoção em família e amigos e primeiras romarias para visita ao medalhão.

1848/90

Aumento do fluxo de romeiros e surgimento dos primeiros comércios de artigos religiosos. Início do ordenamento da romaria por parte da Igreja Católica.

1897

Conflito entre os padres e fazendeiros locais que de várias formas lucravam com a romaria.

1901

Transferência da romaria para Campininha (atual Campinas).

1904/43

Segundo ciclo da romaria e aumento das peregrinações, do comércio e da estrutura da cidade.

1943/78

Aumento da ocupação de Trindade, recebendo famílias de outras cidades e estados influenciadas pela construção de Goiânia (iniciado em 1933).

1978/88

Ampliação das ações da igreja no setor de comunicação, reconhecimento de Trindade como um importante destino de peregrinação para o Brasil.

1988/06

Mudança do modelo de hospedagem e alimentação que passa a ser menos informal e mais comercial.

2006/22

Ampliação da oferta de hospedagem e alimentação. Reestruturação paisagística das principais vias com a temática religiosa. Inicia-se a operação turística organizada inserindo Trindade nas prateleiras como um dos destinos de Turismo Religioso mais importantes do Brasil. Inicia-se a construção da Nova Basílica com maior capacidade de fiéis em meio a turbulências sofridas pela Igreja. No intervalo de 2019 até 2021 a festa de Trindade e Romaria foi suspensa por conta do Covid.

Hoje, a **operação turística** em Trindade é dividida em duas formas: **a primeira é aquela oriunda de um processo histórico e tradicional**, que **atrai pessoas mais simples com baixo poder aquisitivo e buscam a prática da fé** por meio da participação das missas, novenas e visitas às igrejas. Esses consumidores são o de maior fluxo na cidade, o gasto médio por pessoa não é alto e buscam estabelecimentos com preços mais baixos e, por conseguinte, não são tão exigentes quanto aos serviços e estruturas.

Esses turistas/romeiros ficam em média 3 dias na cidade e o transporte passou do tradicional carro de boi para as excursões de ônibus. As pousadas simples substituem os antigos aluguéis de cômodos para temporadas – tão comuns ao longo da história da romaria. Dificilmente há o acompanhamento de guias especializados com muita flexibilidade para os visitantes (não seguem um roteiro muito rigoroso).

Ainda dentro da operação turística oriunda de um modelo clássico, é possível pontar um segundo grupo de visitantes, que é aquele originário das imediações de Trindade, sobretudo de Goiânia e cidades vizinhas que participam regularmente da programação religiosa de Trindade. Estes se deslocam ao menos uma vez ao mês até a cidade e quase sempre participam da programação da Festa do Divino Pai Eterno. Se locomovem por meio de carros próprios, em grupo de familiares e permanecem em média 4 horas em Trindade. Não usam as estruturas de hospedagem, mas aproveitam do comércio local e dos estabelecimentos de alimentos e bebidas. É um público frequente que precisa ser considerado na dinâmica turística local visto que precisam de estruturas e serviços específicos, figurando-se como uma demanda potencial a se conquistar maior tempo de estadia e gastos no município.

Ainda se tratando da operação turística, a segunda forma é aquela **estruturada mercadologicamente composta turistas que compram pacotes de visita à Trindade**, organizados por operadoras de receptivo. Assim como os romeiros são oriundos de diversas partes do país, mas possuem poder aquisitivo

mais elevado, buscam serviços com maior especialização e, por isso se hospedam em hotéis de melhor categoria – exigindo assim estruturas e atendimento de maior qualidade. Os pacotes normalmente são apoiados pela estrutura de restaurantes e hotelaria de Goiânia. A média de permanência é de 2 ou 3 dias, sendo que normalmente as visitas são conjugadas com atividades de compras, lazer e eventos em Goiânia ou também de lazer em Caldas Novas.

Entende-se que os dois públicos são importantes para a cidade, cada um requer especializações diferenciadas dos produtos e serviços e por isso, estratégias específicas para a comercialização de Trindade devem ser pautadas considerando a existência desses dois perfis de visitantes.

Por fim, considera-se que Trindade é um município que possui reconhecimento local e regional, especialmente por conta da TV Pai Eterno e rádios diversas ligadas à Congregação Redentorista. Trindade é capaz de gerar seu próprio fluxo turístico por conta de seu reconhecimento, além disso, Goiânia e Caldas Novas têm se beneficiado com o fluxo turístico organizado de Trindade.

A operação conjunta com Goiânia e Caldas Novas pode ser ampliada visto que Trindade também pode e deve se beneficiar do fluxo de visitantes que já buscam esses destinos – seja Goiânia por conta do setor de Negócios e Eventos ou Caldas Novas por conta do Lazer. **Trindade tem uma forte capacidade de indução turística**, mas ainda pouco aproveitada estrategicamente e é possível que se conecte turisticamente com outros destinos como Goiás (município) e Pirenópolis.

Logo, a problemática que deve pautar as ações para o Planejamento ao Desenvolvimento do Turismo em Trindade é:

Trindade é um destino conhecido do Turismo Religioso no Brasil que já recebe um bom fluxo de visitantes, mas ainda não é competitivo quanto ao preço, à qualidade dos produtos e serviços e ao aproveitamento integrado de aspectos locais da cultura e história associados ao Turismo Religioso.



A Demanda de Trindade

	Turista	Excursionista	Visitante
Perfil	Casal de idosos ou pequenos grupos de famílias	Grupos de adultos idosos: famílias e amigos	Casal de adultos e pequenos grupos de famílias e amigos
Origem			
Transporte			
Tempo médio de permanência	4 Horas	3 Dias	2 Dias
Hospedagem	Não usa 	Pousadas simples 	Hotel turístico 
Atividades	 Missa	Missa, visita às igrejas, comércio e atrativos locais   	Missa, visita às igrejas, compras em Goiânia e lazer em Caldas Novas    
Operação	Não organizada	Organizada por agências de excursões terrestres de Turismo Religioso	Organizado por agências e operadoras por meio de pacotes aéreos de Turismo Religioso e de Lazer

2.5 A presença Digital de Trindade e o Turismo

O consumidor-turista está cada vez mais imerso na utilização dos meios digitais para os mais variados fins em seu cotidiano. No caso do Turismo, hodiernamente, o turista abandonou o papel passivo acerca do planejamento e execução das viagens, afastando-se dos pacotes convencionais e de soluções prontas e pouco inovadoras ofertadas pelo mercado.

Com o surgimento de novas tendências no setor, como também na facilitação ao se realizar o planejamento de todas as etapas da viagem por meio da Internet, o **turista passou a ter um papel mais ativo em todo este processo e, por isso adquiriu maior independência e protagonismo, no planejamento das viagens e nas experiências nos destinos visitados.**

Dessa forma, é imprescindível que o destino tenha um conjunto organizado de informações e facilidades, tais como: fotos, vídeos, redes sociais, meios de comercialização de produtos e serviços e qualquer instrumento que faça com que o visitante e os operadores tenham de forma rápida e eficaz todas as informações necessárias para a organização de viagens.

Nesse sentido, é importante estabelecer uma análise sobre como o município de Trindade articulada à atividade turística em meio digital para que ações do fortalecimento do marketing do município possam ser pensadas e posteriormente executadas, focando especialmente nos processos de comercialização do destino.

2.5.1 Google:



O Google é o maior buscador de internet do mundo e utiliza o sistema de palavras chave para apresentar o resultado das pesquisas. Quanto mais claras as palavras-chave, melhores os resultados. Além

desse fato relevante sobre a clareza das buscas para a objetividade dos resultados, o Turismo deve considerar também que o Google está em constante evolução e, no momento atual está implantando o sistema de Busca Semântica, tentando cada vez mais acompanhar o modo que os humanos entendem o mundo ao seu redor.

Esse processo é extremamente importante para o Turismo visto que as respostas das pesquisas estão cada vez mais posicionadas em relação às pessoas e lugares. Prova disso é que a ferramenta além de apresentar os links relacionados às buscas também oferece as principais pesquisas relacionadas ao assunto buscado.

Em primeiro momento a palavra chave utilizada para busca foi apenas “Trindade”. Como respostas o google apresentou a seguinte ordem:

1 – Site oficial da prefeitura de Trindade-GO.

2 – Site oficial da prefeitura de Paraty – RJ, visto que o município possui uma região chamada Trindade.

3 – Wikipedia com os dados relacionados ao município de Trindade-GO.

4 – Wikipedia com os dados da doutrina cristã da trindade.

5 – Turismo e viagem para Trindade 2023 – direcionado ao site de viagens Tripadvisor.

6 – O que fazer em Trindade-Paraty, direcionando ao blog de viagens “partiu pelo mundo”.

7 – Site oficial da Prefeitura de Trindade em Pernambuco.

8 – Dicionário *on line* com o significado de Trindade.

Na sessão do Google “as pessoas também perguntam”, o buscador apresentou 4 resultados: a) O que significa Trindade? b) Como começou a história de Trindade? c) Como está Trindade hoje? e, d) Quanto tempo gasta de Goiânia até Trindade. Já na sessão “pesquisas relacionadas”, o buscador apresentou oito resultados: a) Trindade RJ; b) Trindade Paraty; c) Trindade pantanal; d) Trindade

significado; e) Trindade Goiás; f) Trindade SP; g) Trindade cidade e, h) Trindade praias.

Em geral percebe-se que há outros destinos com o nome de Trindade, mas o município de Trindade em Goiás é o que mais aparece nas respostas do Google. Ainda assim, pode haver algum equívoco para quem pesquisa, visto que existe uma região turística com o nome de Trindade em Paraty-RJ e um município no estado de Pernambuco com o mesmo nome.

Com isso, a segunda busca foi efetivada com o termo chave: “Trindade Goiás”, a fim de que se tivesse mais precisão na busca e por consequência nas respostas.

Foram sete as respostas e todas elas direcionadas às informações sobre o município ou sobre algum aspecto relacionado ao Turismo:

a) **Site oficial da prefeitura municipal** – contém as informações mais importantes do município e direciona para as redes sociais do município como Youtube e Instagram. Há um grande destaque no site para o portal do Turismo de Trindade (<https://turismo.trindade.go.gov.br/>) que apresenta os menus: Nossa cidade, Atrações Turísticas, Gastronomia, Hotelaria e Fale Conosco. O site tem um visual limpo, e de fácil navegação. Está apenas em português e também direciona o visitante para redes sociais como Instagram, Facebook e Youtube – todos com conteúdos específicos de Turismo. Ainda é possível destacar a existência do mapa de localização de Trindade, uma visita à basílica em 3D e também uma sessão com vídeos sobre assuntos relacionados à Histórica, à Cultura e ao Turismo do município.

b) **Wikipedia** com os dados do município, contendo informações atualizadas e com fontes confiáveis todas referenciadas. É ilustrado com fotos e mapas que ajuda na compreensão sobre o município, com destaque à sessão sobre cultura e lazer.

c) **Trindade GO** – 7 roteiros imperdíveis para você visitar, que na verdade apresenta os principais pontos turísticos da cidade por meio do site “transportal”. As informações estão atualizadas (dezembro de 2022) apresentando dados importantes sobre os lugares a visitar, o que fazer, e com fotos bastante atraentes, além de mapa de localização.

d) **Trindade Plaza Hotel**, o visitante é direcionado ao site oficial de um empreendimento hoteleiro do município. O site é de fácil navegação e também apresenta importantes informações sobre as atrações turísticas de Trindade, além de ser possível realizar reservas e obter informações sobre o hotel.

e) Informações sobre o município e a prefeitura, por meio do **portal “cidade-brasil”**, contendo informações também sobre Turismo e sobre empreendimentos de hospedagem, atrações, programação e um conjunto de informações de relevância turística. O portal teve a sua última atualização em 3 de janeiro 2023, considerando que a consulta foi feita no dia 15 de janeiro de 2023.

f) **Passagem promo** – trata-se de um portal de venda de passagens, mas que apresenta informações e fotos sobre o município que de alguma forma podem orientar o visitante, sendo que a última atualização é de 2021.

g) **Youtube** – o último resultado no Google direciona a um vídeo de responsabilidade do Canal “Viajantes de Estação em Estação”. É intitulado Trindade Goiás | 10 pontos turísticos – foi postado em 2020, possui 7 minutos com uma boa narrativa sobre os pontos turísticos de Trindade – possui 65 mil visualizações e 136 comentários (em 15 de janeiro de 2023).

Ainda na busca, o Google apresentou a sessão “As pessoas também perguntam” com os seguintes questionamentos:

- 1 – Quanto tempo se gasta de Goiânia a Trindade?
- 2 – O que fazer em Trindade GO à noite?
- 3 – Como ficou conhecida a cidade de Trindade?
- 4 – Qual a próxima cidade depois de Trindade Goiás?

Já na sessão “Pesquisas Relacionadas” o buscador apresentou as seguintes respostas:

- a) O que fazer em Trindade Goiás;
- b) Fotos da cidade de Trindade Goiás;
- c) Onde fica Trindade Goiás;
- d) História de Trindade Goiás;
- e) www.trindade.go.gov.br portal do cidadão;
- f) Prefeitura de Trindade GO;
- g) IPTU Trindade;
- h) Prefeitura de Trindade IPTU.

Considera-se que o Google apresenta bons resultados sobre Trindade Goiás, com sites atualizados e assuntos relacionados aos dados do município e quase sempre relacionados ao Turismo. Notou-se que não há direcionamentos específicos para agências e operadoras que comercializam o município, o que precisa ser mercadologicamente considerado ao destino.

Por fim, é preciso considerar que a busca pelo termo chave Trindade Goiás, gerou 11,5 milhões de resultados relacionados. A título de comparação, o principal destino concorrente de Trindade tem como resultado aproximadamente 51,5 milhões de resultados relacionados ao se utilizar o termo de busca “Aparecida São Paulo”.

2.5.2 Sites de viagens



Os 4 sites de Turismo mais acessados do Brasil, segundo o Google são: a) Uber.com; b) Booking.com; c) Hurb.com; e d) Tripadvisor.com. Em uma pesquisa mais específica nestes sites de viagens usando o termo Trindade Goiás, obteve-se as seguintes respostas:

a) Uber:



Não se trata especificamente de um site para obter informações sobre destinos turísticos e sim sobre o aplicativo de mobilidade urbana Uber. Considera-se que o serviço existe em Trindade, com bom funcionamento, porém ainda com número reduzido de condutores. O site direciona o usuário ao aplicativo para organizar as viagens, que normalmente são curtas, dentro da cidade de Trindade com preços médios de R\$ 10,00 a R\$ 12,00, ou para o trecho mais longo – até Goiânia com uma média de R\$ 50,00 até R\$ 80,00. O preço médio do centro de Trindade até o aeroporto de Goiânia é de R\$ 70,00.

b) Booking:



Trata-se de uma plataforma originalmente para reserva de meios de hospedagem que tem expandido seus serviços também para voos, alugueis de carro, atrações e taxis de aeroportos. A busca de meios de hospedagem em Trindade-Goiás na plataforma, foram gerados 18 acomodações entre casas, pousadas e hotéis. Em geral estão bem avaliados (notas entre 7,3 e 10) porém com poucas avaliações e o preço médio das hospedagens pelo site é de R\$ 150,00 por pessoa por diária. A pesquisa sobre voos com a busca por “Trindade Goiás” não gerou resultados pois o aeroporto mais próximo é o de Goiânia. O preço das passagens aéreas varia significativamente de acordo com a data da viagem e da pesquisa, por isso não é seguro apontar uma média de custos dos principais centros emissores para Goiânia. Sobre o aluguel de carro, o site não oferece opção de veículos para Trindade, direcionando a retirada para Goiânia, que possui diárias a partir de R\$ 150,00 nos modelos mais básicos. A busca de serviços de taxi do aeroporto de Goiânia para Trindade não gerou resultados e o site informa que não há fornecedores disponíveis para o destino indicado.

c) Hurb:



É uma agência de viagens virtual que se intitula como a maior do Brasil. A busca pelos principais serviços oferecidos indica apenas 1 hotel com diária de R\$ 285,00. Sobre pacotes turísticos para Trindade, o portal não oferece opções assim como não há passeios comercializados pelos site.

d) TripAdvisor:



O site destaca no município alguns meios de hospedagem e atrativos turísticos, sendo também possível buscar outros tipos de serviços e empreendimento. A maioria das empresas e lugares destacados pelo site estão bem avaliados, porém o número de avaliações é baixo, indicando que o Tripadvisor apesar de ser uma fonte confiável de consulta ainda não é amplamente utilizado pelos viajantes de Trindade ou mesmo pelas empresas do município. O município possui apenas 1.795 avaliações (em 15 de janeiro de 2023). Mesmo com a pesquisa direcionada para Trindade Goiás, ainda aparecem alguns resultados relacionados à praia de Trindade em Paraty – RJ, indicando que alguma ação de gerenciamento de conteúdo do destino pode ser realizada.

2.5.3 Outras mídias

a) Youtube



Os vídeos mais significativos tratam de atrações turísticas e informações gerais sobre o município. Todos os materiais apresentados são caseiros e não há nenhum vídeo institucional ou com uma produção mais cuidadosa. O vídeo com maior visualização (65 mil) é sobre os atrativos turísticos da cidade. Há outros sobre

voos de drones, atrações turísticas, romaria, desfile de carros de boi e assuntos relacionados à cultura, religiosidade e turismo de Trindade.

c) Facebook



A plataforma apresenta em sua maioria contas particulares pessoas que residem em Trindade, além de outras comerciais que divulgam produtos locais. Não há contas específicas que tratam de assuntos relacionados ao turismo, nem mesmo as institucionais.

b) Instagram:



A busca por Trindade Goiás na plataforma gerou resultados de contas particulares (privadas) e de empresas locais. A conta com o nome “turismo Trindade Goiás” não possui publicações. As principais publicações referem-se ao comércio local, não havendo publicações relacionadas diretamente ao Turismo. A marcação “hashtag” como #trindadegoias também apresenta em sua maioria publicações relacionadas ao comércio local. O destaque maior é para o artista Fabio Gomes, que possui 226 mil seguidores e 1.206 publicações sobre suas obras em grafite que tem se destacado no cenário nacional.

Por fim, considera-se que **os marcadores são uma importante ferramenta de engajamento utilizada pelos usuários em redes sociais e trata-se de uma excelente estratégia de marketing, sem custos para utilizá-los.** Todavia, é preciso que haja páginas e/ou influenciadores digitais incentivando o uso desta ferramenta, pois, caso contrário, a estratégia é pouco efetiva. Além disso, existem também outros meios de publicidades pagas no meio digital denominados de ADS (*advertising*). Atualmente, existem várias empresas que realizam o serviço de publicidade paga, dentre as principais se destacam o Google, Facebook e Instagram.

Trindade, enquanto destino turístico não tem presença digital significativa, pois não aproveita as principais ferramentas de marketing digital: site, blog, canal de vídeos e redes sociais, para o Turismo. Há informações sobre o município, como história, atrações, comércio e dinâmica local. A maioria das informações estão atualizadas e com conteúdos interessantes. O ponto fraco está na utilização de redes sociais para a comercialização de produtos e serviços turísticos. A maioria dos empreendimentos não possuem uma presença digital marcante, sobretudo hotéis e restaurantes. Alguns atrativos turísticos possuem algum tipo de comunicação digital, sobretudo aqueles relacionados à igreja católica (CSSR).

2.5 Análise SWOT

A análise SWOT é uma ferramenta de gestão, que geralmente é empregada para realizar o planejamento estratégico de empresas e novos projetos, mas também bastante útil para ser empregada para uma análise de conjuntura com vistas ao Desenvolvimento Turístico a nível Municipal.

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

No contexto do Turismo, a matriz SWOT é amplamente utilizada para melhor delimitação do planejamento estratégico de determinado destino, portanto, ela será utilizada considerando áreas como: política e governança; infraestrutura básica; infraestrutura de apoio ao Turismo; atrativos turísticos; serviços e equipamentos turísticos.

Para a realização da análise, a conjuntura do Município de Trindade foi dividida em cinco grandes áreas, que são os próprios Eixos Estratégicos para o Desenvolvimento do Turismo:

1 – Infraestrutura.

2 – Governança.

3 – Atrativos, serviços e equipamentos turísticos.

4 – Operação e comercialização.

5 – Inovação e criatividade.

Entende-se que estes cinco eixos são os primordiais para fazer uma análise detalhada sobre as possibilidades e limitações municipais para o desenvolvimento do Turismo - que dão subsídio para a elaboração de ações a partir da estruturação do Mapa Estratégico de Desenvolvimento Turístico de Trindade.

**SANTUÁRIO DE
TRINDADE
(BASÍLICA MENOR)**

FOTO: SEC. TUR
TRINDADE



INFRAESTRUTURA

FORÇAS

1. Boas vias de acesso – GO 060 (Rodovia dos Romeiros) – duplicada entre Goiânia e Trindade.
2. Transporte público ligando Trindade à Goiânia.
3. Existência de transporte por meio de aplicativos.
4. Existência de estrutura urbana capaz de crescer junto com a demanda turística (comércio, bancos, farmácias etc.).
5. Saneamento básico condizente com a demanda dos moradores.
6. Serviço de energia, água, telefonia, Internet e comunicação eficiente que consegue atender a demanda dos moradores e visitantes na maior parte do ano.
7. Zona turística bem iluminada e sinalizada com algumas adequações de acessibilidade.
8. Coleta de lixo eficiente e limpeza urbana de qualidade.
9. Baixo índice de criminalidade e de insegurança aos visitantes.
10. Embelezamento paisagístico nas principais vias e entradas da cidade.

FRAQUEZAS

11. Rodoviária com estrutura e operação restrita de linhas e horários.
12. Gargalos no trânsito próximo às pousadas em dias de alto movimento, por conta de inexistência de locais propícios para o estacionamento de ônibus.
13. Fiscalização e sinalização de trânsito deficientes.
14. Rede bancária restrita em relação à proporção de residentes e visitantes e pouca disponibilidade de caixas eletrônicos.
15. Pressão nos serviços de energia, água, telefonia, Internet e comunicação com falhas de atendimento ao visitante e população local nos 10 dias da Festa de Trindade.
16. Pouca acessibilidade nos logradouros públicos, considerando o tipo de visitante da cidade.
17. Não há coleta seletiva do lixo e lixeiras insuficientes nos logradouros públicos, sobretudo nos locais de grande concentração.
18. Inexistência de banheiros públicos para atender os visitantes.

OPORTUNIDADES

19. Proximidade com Goiânia (menos de 30 km).
20. Boas vias de ligação entre o núcleo urbano e as áreas rurais.
21. Existência de diversas instituições de ensino.
22. Proximidade de serviços especializados em diferentes áreas como saúde, comércio, indústria etc. (Goiânia).

AMEAÇAS

- 23. Comprometimento na circulação de moradores e visitantes com o aumento do fluxo turístico.
- 24. Pressão na infraestrutura provocada pelo crescimento de alguns bairros e pela Região Metropolitana de Goiânia.
- 25. Aumento da taxa de criminalidade por conta da localização na Região Metropolitana de Goiânia.
- 26. Inflação imobiliária dos locais próximos à zona turística.

GOVERNANÇA

FORÇAS

- 27. Participação nos programas regionais de fomento do Turismo, sobretudo do Sebrae e Governo de Goiás.
- 28. Estruturação do Plano de Desenvolvimento do Turismo (2023).
- 29. COMTUR instituído.
- 30. Existência de Plano Diretor Municipal que contempla os segmentos de Turismo Religioso, Rural e Eventos.
- 31. Plano de Governo Municipal que considera o Turismo (2020-2024).
- 32. Secretaria municipal com estrutura, corpo técnico e orçamento específico para o Turismo.
- 33. Existência do Fundo Municipal do Turismo.
- 34. Existência de diversas associações organizadas e relacionadas direta e indiretamente ao Turismo.
- 35. Meios de hospedagem articulados e participativos por meio da ABIH.

FRAQUEZAS

- 36. Pouco incentivo público para geração de novas oportunidades de negócios turísticos.
- 37. Comunicação deficiente entre organismos públicos e privados e organização de estratégias conjuntas em prol do Turismo.
- 38. Forte competição no lugar de cooperação empresarial.
- 39. Desintegração das associações organizadas na dinâmica turística municipal.
- 40. Desarticulação dos produtores rurais e organismos de assistência técnica nas questões relacionadas ao Turismo.
- 41. Desarticulação dos segmentos de gastronomia, artesanato, arte, cultura e meio ambiente enquanto organização associada ao Turismo.
- 42. Inoperância do Fundo Municipal de Turismo.
- 43. Inventário da Oferta turística com deficiência de informações.
- 44. Pouca presença de Turismólogo na administração privada e pública no município.

OPORTUNIDADES

- 46. Fortalecimento do Turismo por meio do novo governo federal, via reestruturação do Ministério do Turismo e Embratur.
- 47. Força política, econômica e de influência aos demais municípios da Região Metropolitana.
- 48. Composição de uma IGR da região turística dos Negócios e Tradições.
- 49. Classificação no mapa do turismo brasileiro na categoria B.

AMEAÇAS

- 50. Dependência do setor produtivo, no Poder Público, para o desenvolvimento de ações integradas para o Desenvolvimento do Turismo.
- 51. COMTUR condicionado às iniciativas da Prefeitura Municipal.
- 52. Não continuidade das políticas de Turismo com as trocas de gestores públicos.
- 53. Pouca autonomia e participação da comunidade nas decisões sobre o desenvolvimento do Turismo.
- 54. Pouca integração do poder judiciário nas ações de orientação para a produção associada ao Turismo – sobretudo relacionada à gastronomia e à produção rural.

OPERAÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO

FORÇAS

- 55. Posicionamento como um destino de Turismo Religioso.
- 56. População local receptiva e hospitaleira.
- 57. Estruturação do calendário de eventos municipal (em construção).

FRAQUEZAS

- 58. Inexistência de agências e operadoras com sede no município que comercializam o receptivo.
- 59. Dependência da cadeia produtiva local no fluxo turístico convencional sem estratégias próprias de captação de visitantes.
- 60. Estruturas de alimentação com restrições de atendimento ao turista religioso no horário noturno – foco no morador local.
- 61. Número limitado de Guias de Turismo no município.

OPORTUNIDADES

- 62. Proximidade de um mercado consumidor com mais de 2 milhões de habitantes (região metropolitana de Goiânia).
- 63. Existência de 2 aeroportos próximos bem estruturados para a ligação doméstica e internacional (Goiânia – 30 km e Brasília – 226 km).
- 64. Integração de roteiros turísticos compostos com outros municípios goianos (ex. Pirenópolis, Goiás, Caldas Novas e Goiânia).
- 65. Meios de comunicação da igreja católica (CSSR) de grande abrangência nacional – TV Pai Eterno e Rádio Difusora.
- 66. Vila São Cotelengo como referência no tratamento de pessoas de diversas regiões do estado de Goiás e do Brasil – oportunidade para o fluxo de Turismo de Saúde, associado ao Religioso.

AMEAÇAS

- 67. Crise econômica provocada pela pandemia do Covid-19 provocou desanimo no empresariado local.
- 68. Crise econômica provocada pela diminuição dos visitantes e fragilização da imagem do destino provocado pelos escândalos envolvendo a Igreja Católica.
- 69. Município de Aparecida (São Paulo) como ameaça competitiva ao Turismo de Trindade.
- 70. Circulação do visitante comprometida pelo desrespeito de condutores de veículos à sinalização.

ATRATIVOS, SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS

FORÇAS

- 71. Festa de Trindade como o maior Evento de Turismo Religioso do Centro Oeste que atrai mais de 3 milhões de visitantes durante os 10 dias de festividade.
- 72. Bom estado de conservação dos atrativos.
- 73. Existência de uma rota de peregrinação (caminhada de fé) – Rodovia dos Romeiros, saindo de Goiânia até Trindade com via própria de pedestres e existência de estações de parada (via sacra) com painéis gigantes.
- 74. Organização do processo de visita nas principais Igrejas tais como: a) horário de funcionamento amplo, b) existência estruturas de orientação ao visitante c) infraestrutura de apoio ao turista (lojas, banheiros, estacionamento etc.)
- 75. Existência de sinalização turística básica.
- 76. Boa capacidade de recepção de fieis na Basílica do Divino Pai Eterno.
- 77. Boa oferta de equipamentos de hospedagem (mais de 80 segundo o inventário turístico mais recente).
- 78. Boa taxa de ocupação nos equipamentos turísticos e comércio local nos finais de semana, feriados e em alta temporada.
- 79. Centro de Atendimento ao Turista em funcionamento, bem localizado.
- 80. Gastronomia atraente, atrativa e que conserva elementos da cultura e história local.
- 81. Existência de um Festival Gastronômico regular e organizado.
- 82. Existência de feiras com produtos típicos, gastronomia e produtos rurais de qualidade e sustentáveis.
- 83. Desfile de Carro de Bois e de Cavaleiros em ocasião da Festa de Trindade.
- 84. Existência de um carreiródromo – e estruturas específicas para recepção dos romeiros que chegam a cavalo ou em carros de boi

FRAQUEZAS

85. Alta sazonalidade turística, com pouco dinâmica na baixa temporada (meios de semana, sobretudo).
86. Informalidade e/ou baixo nível de gestão empresarial nos equipamentos e serviços turísticos.
87. Comércio local pouco diversificado, sobretudo concentrado em artigos religiosos e lojas de roupas de baixo preço.
88. Baixa qualidade no atendimento e deficiências de mão de obra especializada no Turismo.
89. Inexistência de instituições que operam na qualificação específica para o Turismo e áreas correlatas.
90. Baixo número de empreendimentos e profissionais de turismo cadastrados no CADASTUR.
91. Poucos recursos e ferramentas para orientação e informações aos visitantes.
92. Pouca acessibilidade nos principais equipamentos turísticos.
93. Capacidade de hospedagem desconhecida.
94. Alto custo dos meios de hospedagem em relação às estruturas e serviços entregues (pouco competitivo).
95. Capacidade de atendimento em restaurantes restrita e desconhecida.
96. Poucos espaços para Eventos, sobretudo para os de grande e médio porte.

OPORTUNIDADES

97. Comportamento empreendedor do morador local.
98. Existência de uma cadeia produtiva baseada na ruralidade, artesanato, gastronomia com amplas possibilidades de associação ao Turismo.
99. Aproveitamento dos elementos da gastronomia que são ícones regionais como: linguiça de Trindade, pamonha, doces e farinha de mandioca.
100. Existência de grupos culturais com diversas expressões artísticas – catira, folia, teatro, música etc.
101. Existência de locais de lazer fora do centro urbano como parque aquático, pesque e pague, estâncias e eventos.
102. Diversidade de festejos religiosos e culturais nas diferentes regiões do município (urbana e rural).
103. Peregrinação de romeiros a pé ou em carros de boi, oriundos de diversas regiões do estado – preservação de elementos da cultura tradicional.

AMEAÇAS

104. Pouca diversificação da oferta turística, convertida em atividades para as experiências dos visitantes.
105. Pressão da monocultura da soja frente ao ambiente natural (atrativos naturais/rurais).
106. Competitividade de preço e qualidade dos equipamentos e serviços turísticos de Goiânia.
107. Despreparo da polícia local em relação ao atendimento ao visitante.

INOVAÇÃO E CRIATIVIDADE

FORÇAS

- 108. Boa presença digital sobretudo sobre informações do município e seus atrativos.
- 109. Cicloturismo integrando a cidade de Goiás com Trindade – Rota Caminho do Pai.
- 110. Existência de QR codes na maioria dos atrativos e pontos de interesse turístico.

FRAQUEZAS

- 111. Pouca criatividade na diversificação da oferta turística integrando a devoção e fé a outras experiências.
- 112. Falta de instrumentos de monitoramento e acompanhamento dos impactos do Turismo (positivos e negativos), bem como acompanhamento da demanda e controle de visitação.
- 113. Presença digital deficiente na comercialização do destino.
- 114. Baixo uso de tecnologia na gestão dos negócios turísticos.

OPORTUNIDADES

- 115. Aumento da cobertura de telefonia, Internet e de domínio dos usuários nas ferramentas digitais, incluindo os de melhor idade – público principal de Trindade.
- 116. Expansão da rede 5 G no município.
- 117. Hospitalidade doméstica ampliada para o processo comercial.
- 118. Aproveitamento dos elementos da formação histórica como recursos para as experiências turísticas.

AMEAÇAS

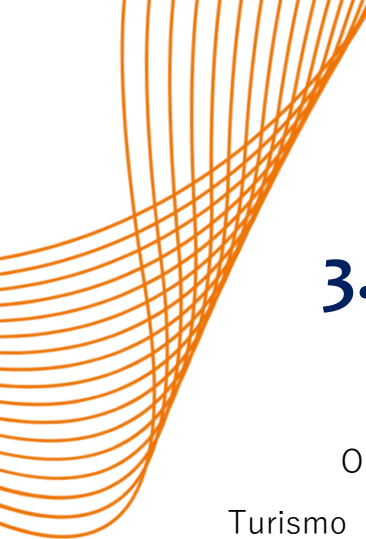
- Não houve ameaça identificada

PARTE 3



MISSÃO VISÃO VALORES





3. MISSÃO, VISÃO E VALORES

O trio missão-visão-valores, serve para definir a direção estratégica para o Turismo de Trindade-GO, auxiliando na motivação dos atores chave que são responsáveis pelo desenvolvimento do município. É de muita utilidade, porque permite que os envolvidos na consolidação do Turismo local reflitam sobre o seu papel e sobre o futuro do território.

O trio missão-visão-valores de Trindade deverá servir como uma luz indicadora de todas as ações a serem seguidas por todos a sociedade trindadense, e quanto mais conhecidos e difundidos melhor será o resultado.

É indicado que todas as empresas e repartições públicas deem publicidade a esse trio, por meio de seus sites oficiais, difusão entre os colaboradores, impresso em materiais oficiais e de divulgação e outras maneiras que o destino escolher, pois é importante que também a população e turistas conheçam a missão, a visão e os valores que orientam o desenvolvimento do Turismo em Trindade.

3.1 Missão

A missão expressa o propósito da existência do destino Trindade, ou seja, a sua razão de ser. Se os agentes que compõem o território turístico não souberem para que ele existe, não poderá definir suas estratégias de crescimento, porque seus objetivos não estarão claros.

A definição da missão serve como base para a construção da estratégia que é composta basicamente de objetivos, indicadores e metas. Assim, a missão do

Turismo de Trindade indica de forma clara quais os benefícios que o município irá gerar para o seu público-alvo: os turistas/visitantes. A missão definida para Trindade é inspiradora e desafiadora ao mesmo tempo que busca o engajamento dos agentes e parceiros que atuam no município.

Para a definição da Missão do Plano Municipal de Turismo de Trindade – PMTT levou-se em consideração os seguintes fatores:

- Destacar Trindade como um importante destino turístico nacional de fé e devoção organizado principalmente por meio do segmento de Turismo Religioso – seu principal diferencial competitivo.
- O município tem a segunda maior romaria da América do Sul e o Divino Pai Eterno tem que estar destacado na MISSÃO, já que é o motivo de existência da cidade e de seu contexto turístico principal e diferencial dos demais destinos de Turismo Religioso.
- O Turismo deve ser fator de desenvolvimento para a comunidade, associando-se outras possibilidades turísticas agregadas ao Turismo Religioso e para tal há que considerar a amplitude de seus recursos culturais e naturais.

Desse modo, **a missão** da política municipal de Turismo de Trindade, ou seja, a declaração clara do motivo da organização da sua governança e do seu Plano Municipal de Turismo é:



MISSÃO

Oferecer experiências marcantes baseadas no Turismo Religioso e suas vertentes, de maneira colaborativa, sustentável e autêntica valorizando a fé e devoção do romeiro no Divino Pai Eterno associada à cultura, ao meio ambiente e o ao empreendedorismo local.



3.2 Visão

O conceito de visão expressa onde o município de Trindade pretende chegar, configurando-se em uma projeção sobre a forma como a atividade turística precisa estar no futuro.

Em essência, a visão é o objetivo final do processo de desenvolvimento do Turismo. A Visão é a que mais pode mudar com o tempo porque, assim que o município alcance o que se pretende, reordena-se a visão para um alvo que está logo à frente, sem nunca parar de avançar.

Há riscos do planejamento para prazos muito longos, visto que as mudanças mercadológicas, políticas e econômicas são cada vez mais rápidas e implicam diretamente no processo de planejamento do Turismo. Estabeleceu-se que a visão para o desenvolvimento do Turismo local tem uma projeção de 9 anos, ou seja, de 2023 a 2032.



VISÃO

Tornar Trindade o melhor destino de Turismo Religioso do Brasil, até 2032.

3.3 Valores

São os princípios que regem as ações e comportamentos de todos os envolvidos na elaboração e execução do plano e consequentemente do destino Trindade. Não foram pensados e definidos para o mercado, mas sim feitos para a

própria governança. Os valores são tudo o que é inegociável a respeito do processo turístico de Trindade. Trindade tem uma missão que expressa o porquê da existência do destino e uma visão que apresenta onde o município quer chegar, mas isso nunca pode ser às custas de seus valores estruturantes.

Para a definição dos **valores** reconheceu-se Trindade como um destino em que seus moradores são detentores de educação e hospitalidade, com características que mesclam a tradição e a modernidade, a urbanidade e a ruralidade, expressões em fé, religiosidade e respeito.



VALORES

- Fé
- Ética
- Inclusão
- Cultura
- Tradição
- Hospitalidade
- Autenticidade
- Sustentabilidade
- Empreendedorismo

SANTUÁRIO BASÍLICA
DO DIVINO PAI
ETERNO

FOTO: ICTHUS, 2023.

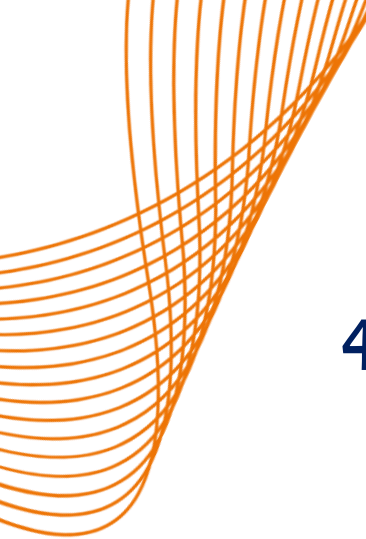


PARTE 4



MAPA ESTRATÉGICO





4. MAPA ESTRATÉGICO PARA O TURISMO DE TRINDADE

O Mapa Estratégico para o Desenvolvimento do Turismo de Trindade é uma ferramenta que compõe o Plano Municipal de Turismo que tem o objetivo de estruturar de maneira simplificada e clara o planejamento estratégico do destino indicando para a governança local qual trajeto devem seguir, para que o planejamento do Turismo de Trindade efetivamente se constitua em ações exequíveis.

Não existe planejamento sem ação!

Segundo Drucker (1998), Planejamento Estratégico é o processo contínuo de, metodicamente e com o maior conhecimento possível do futuro contido, **tomar decisões atuais que envolvam riscos; organizar sistematicamente as atividades necessárias** à execução dessas decisões e, por meio de uma **retroalimentação organizada e sistemática, medir o resultado** dessas decisões em confronto com as expectativas alimentadas.

Neste caso, do Plano de Turismo de Trindade a intenção é **iniciar uma cultura de planejamento do Turismo** no município dando origem a políticas públicas que visem o desenvolvimento dos cidadãos, por meio do Turismo. A partir do diagnóstico estabelecido é possível conhecer o atual estágio de organização da atividade turística, envolvendo uma análise mercadológica e da governança, compreendendo também como se estrutura a cadeia produtiva do Turismo e as atividades associadas.

A partir do Diagnóstico, foi possível definir qual o futuro que se pretende para o Turismo de Trindade, ressaltado principalmente pelo tripé Missão-Visão-

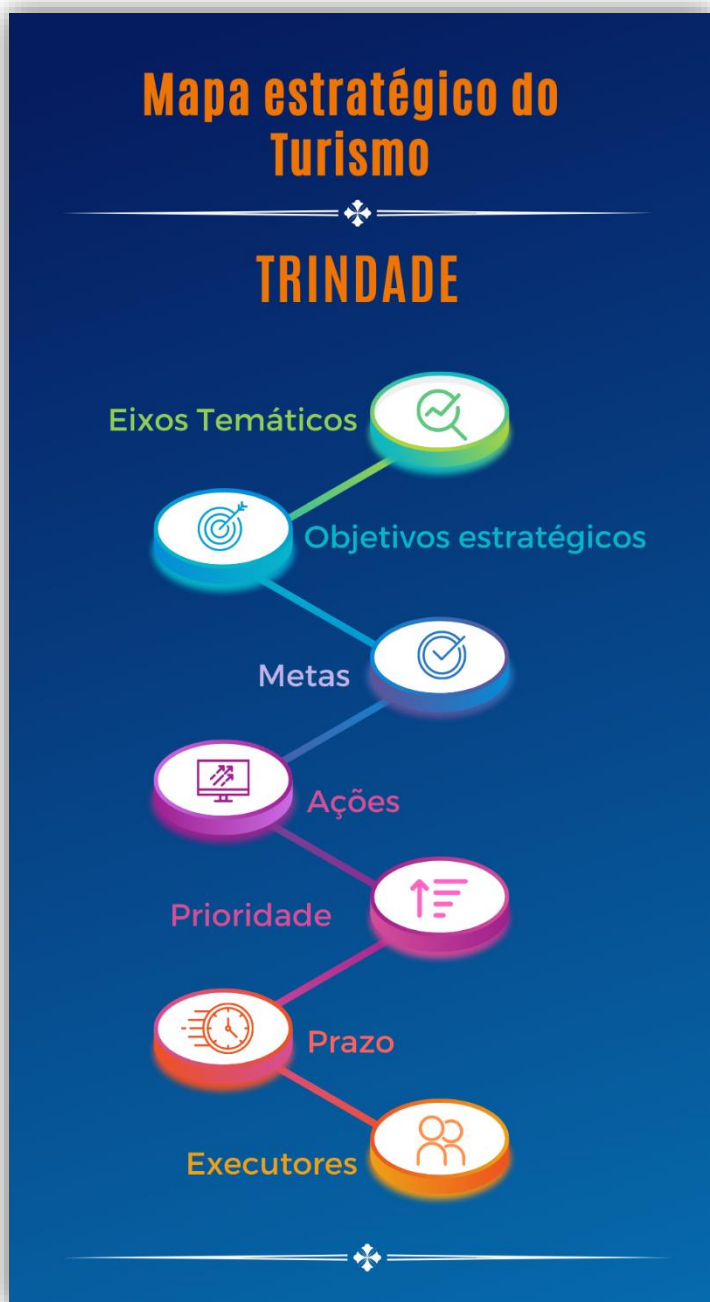
Valores. Consequentemente, é necessário organizar quais decisões precisam ser tomadas, a curto, médio e longo prazo, processo este, organizado por meio de Eixos Temáticos, Objetivos Estratégicos e Ações que contém possíveis parceiros executores e indicadores de monitoramento.

Outro **objetivo do Mapa Estratégico para o Turismo de Trindade é indicar os caminhos a serem seguidos de forma mais simplificada e compreensível aos envolvidos**: gestores públicos, empresas privadas, terceiro setor e, principalmente para a comunidade; elementos estes articulados por meio de uma Governança do Turismo, organizada de maneira especial por meio do COMTUR.

A construção do Mapa Estratégico se deu a partir do diagnóstico do destino que teve como base todos os documentos estruturantes do Turismo municipal, adicionado a isso foram realizadas oficinas e reuniões com o trade e comunidade local para discutir e decidir quais as necessidades do município para o desenvolvimento do Turismo.

O Mapa Estratégico se estrutura a partir da análise SWOT do município, ou seja, considerando os pontos fortes e fracos e as oportunidades e ameaças foi possível definir 5 eixos estruturantes para o Desenvolvimento do Turismo no município:





Estes eixos temáticos foram concebidos considerando a realidade do município, seu atual estágio de cooperação e engajamento e as possibilidades futuras para o Desenvolvimento do Turismo Local.

Os cinco eixos temáticos apresentados resumem as grandes áreas estruturantes do Turismo em Trindade e, cada um dos eixos dá origem aos objetivos estratégicos de Trindade para o desenvolvimento turístico. A partir de cada um dos objetivos estruturam-se metas compostas de ações com seu grau de urgência, prazos e os possíveis responsáveis pela execução.

4.1 Objetivos estratégicos

Os objetivos estratégicos resumem os principais desafios a serem superados para o Desenvolvimento do Turismo de Trindade. Foram formulados **12 objetivos** com base no diagnóstico do Turismo trindadense, resumido na Análise

SWOT, de acordo com os eixos temáticos definidos. Os objetivos estratégicos para o Desenvolvimento do Turismo em Trindade são:

1. Ampliar e aprimorar a **infraestrutura** de acesso, mobilidade, saneamento, segurança e turística, considerando o aumento do número de moradores e visitantes.
2. Fortalecer a **governança turística** com o **aprimoramento da capacidade técnica-operacional e gestora**, por meio da estruturação de uma Política Municipal de Desenvolvimento do Turismo baseada na autonomia, participação e inovação.
3. Estabelecer a **cooperação regional por meio do Turismo**, valendo-se das vantagens competitivas de proximidade com Goiânia.
4. Fomentar a **estruturação de novos negócios turísticos**, baseados no uso da cultura, gastronomia, artesanato e atrativos naturais associados ao Turismo Religioso.
5. **Fortalecer a competitividade Turística de Trindade** no cenário Nacional projetando o município como o melhor destino de Turismo Religioso do país.
6. Promover o **reconhecimento do trindadense sobre os benefícios da atividade turística** e seu comprometimento com a qualidade da hospitalidade pública e comercial para o Turismo.
7. Apoiar o processo de **operação e comercialização** do Turismo, em suas diversas possibilidades, de maneira justa e sustentável.
8. Incentivar a **criatividade, inovação** e uso de recursos inteligentes para a estruturação de experiências turísticas positivas e marcantes aos visitantes.
9. Estimular a **integração entre o campo e a cidade**, traduzidos nos valores histórico-culturais para exaltação da identidade turística de Trindade, associada à fé e devoção.

10. Estreitar as **relações dos setores produtivos locais**, sobretudo o agronegócio, a indústria e o comércio com o Turismo.
11. Melhorar a **qualidade e estimular a ampliação dos produtos e serviços turísticos**, por meio do fortalecimento da cadeia produtiva local e participação das entidades de ensino e de formação de trabalhadores do turismo.
12. Ampliar a número e gastos de visitantes por meio do **fortalecimento do calendário de eventos** melhorando a ocupação dos equipamentos turísticos e do comércio local, sobretudo nos meios de semana.

Os 12 objetivos estratégicos estão integrados com os eixos temáticos relacionados ao Desenvolvimento do Turismo de Trindade.



Dessa forma, é possível perceber que **o Eixo temático mais importante do mapa estratégico do Turismo de Trindade é o de Atrativos, Serviços e Equipamentos Turísticos** visto que todos os objetivos estratégicos estão relacionados a este eixo.

4.2 Metas para o desenvolvimento do Turismo de Trindade

As metas são os desdobramentos dos objetivos estratégicos estabelecidos. A partir da análise SWOT foi possível levantar os pontos positivos e negativos sobre o Turismo de Trindade, então considerando tais pontos em conjunto como tripé Missão-Visão-Valores, associados aos Eixos Temáticos estruturaram-se as metas para o Desenvolvimento do Turismo de Trindade. Ao todo foram estabelecidas 116 metas e estas são decompostas em: a) Ações, b) Prioridade, c) Prazo e, d) Possíveis executores.



METAS PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO DE TRINDADE

Eixo 1: INFRAESTRUTURA				
Objetivos estratégicos: 1, 4, 6, 7, 9 e 12.				
Ações	Prioridade	Prazo	Executores possíveis	
1. Ampliar, conservar e dinamizar o uso da rodovia dos romeiros (além dos períodos da Festa de Trindade).	Baixa	9 anos	Governo de Goiás, Prefeitura de Trindade, Movimentos e Grupos Culturais e Igreja Católica (CSSR).	
2. Construção de um pórtico, portal ou marco na entrada de Trindade (direção Santa Bárbara para Trindade), no trecho entre a subestação de Trindade e o início da zona urbana.	Média	6 anos	Prefeitura de Trindade, Governo do estado de Goiás e Ministério do Turismo.	
3. Estruturação de viaduto na entrada principal da cidade, na BR 060 no trecho de saída para Goianira e do Portal principal da cidade.	Média	6 anos	Prefeitura de Trindade, Governo de Goiás e Governo Federal.	
4. Melhorar a qualidade e ampliar os horários do transporte público entre Goiânia e Trindade.	Alta	3 anos	Prefeitura de Goiânia e Prefeitura de Trindade.	
5. Ampliar e melhorar a rede de transporte público dentro de Trindade.	Média	6 anos	Prefeitura de Trindade.	
6. Qualificar os operadores de transporte público e de aplicativos para o atendimento ao Turismo.	Alta	3 anos	Instituto Federal Goiano (IFGoiano), Universidade Estadual de Goiás (UEG) e Instituto Federal de Goiás (IFG).	
7. Estabelecer diretrizes para a expansão e ordenamento urbano considerando a vocação turística e as zonas de pressão turística.	Alta	3 anos	Prefeitura de Trindade, Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade e IFGoiano.	
8. Estabelecer um comitê de estudos e acompanhamento dos impactos urbanos causados pela construção da nova Basílica.	Alta	3 anos	Prefeitura de Trindade, Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade, (Câmara de dirigentes Lojistas (CDL), COMTUR e Igreja católica (CSSR).	
9. Ampliar a rede de saneamento básico completo para todas as áreas do município, sobretudo as localidades mais carentes.	Alta	3 anos	Prefeitura de Trindade e Governo de Goiás.	
10. Ordenar a despoluição do Córrego Barro Preto, realizando seu ordenamento paisagístico.	Alta	3 anos	Prefeitura de Trindade e comércio local.	
11. Constituir um plano de ordenamento das nascentes, córregos e riachos do município a fim de proteger o manancial de recursos hídricos.	Alta	3 anos	Prefeitura de Trindade, Governo de Goiás, Agência Nacional de Água (ANA), entidades ligadas ao meio ambiente e recursos hídricos.	

12. Promover o reflorestamento da mata ciliar do Rio Santa Maria em toda a sua extensão, no município.	Média	6 anos	Prefeitura de Trindade, EMATER, Sindicato Rural, Secretaria estadual de meio ambiente.
13. Intensificar a fiscalização do uso dos recursos hídricos, desmatamento e outras agressões ambientais	Alta	3 anos	Prefeitura de Trindade e Secretaria Estadual de Meio Ambiente
14. Aumentar a rede de energia, telefonia, Internet e de comunicação da zona urbana e rural proporcionalmente ao aumento da população moradora e de visitantes, garantindo a estabilidade dos serviços em períodos maior uso (Festa de Trindade) e em áreas mais pobres.	Alta	3 anos	Prefeitura de Trindade, empresas de telefonia, Internet e de comunicação.
15. Implantar um sistema de iluminação pública eficiente e inteligente para todas as áreas da cidade, principalmente em bairros mais carentes, preferencialmente por fontes renováveis como a solar.	Média	6 anos	Prefeitura de Trindade, Equatorial Goiás (empresa de energia).
16. Ampliar e melhorar o sistema de sinalização e fiscalização de trânsito nas áreas e grande circulação.	Alta	3 anos	Prefeitura de Trindade.
17. Intensificar a orientação e fiscalização de trânsito, especialmente nas áreas centrais e turísticas.	Alta	3 anos	Prefeitura de Trindade.
18. Criar e implantar um programa de sensibilização dos moradores locais para a educação no trânsito.	Alta	3 anos	Prefeitura de Trindade e DETRAN GO.
19. Transformar a atual rodoviária municipal em um terminal de embarque e desembarque exclusivo para o transporte público.	Alta	3 anos	Prefeitura de Trindade e entidades ligadas ao transporte.
20. Construir uma estação rodoviária em local estratégico que atenda a demanda local, interligando Trindade aos principais destinos do estado.	Baixa	9 anos	Prefeitura de Trindade, Governo de Goiás, Ministério do Turismo.
21. Aumentar a eficiência da coleta de lixo urbana e considerar também as áreas rurais (estruturas e orientações).	Alta	3 anos	Prefeitura de Trindade, associações de moradores e de produtores rurais.
22. Ampliar o policiamento nas áreas urbanas e rurais, sobretudo nos períodos de maior visitação da cidade.	Alta	3 anos	Prefeitura de Trindade e polícia militar
23. Melhorar a manutenção das estradas vicinais.	Alta	3 anos	Prefeitura de Trindade.
24. Manter o embelezamento paisagístico urbano existente e ampliá-lo para outras zonas como bairros carentes e todas as entradas/saídas da cidade.	Média	6 anos	Prefeitura de Trindade, associação de moradores e CDL.
25. Implantar gradativamente a coleta seletiva do lixo, de forma concomitante com a conscientização e orientação dos moradores, priorizando-se as crianças nas escolas.	Média	6 anos	Prefeitura de Trindade, Secretaria de meio ambiente, infraestrutura, educação e s instituições de ensino.

26. Criar lixeiras temáticas e sua ampla instalação nas principais vias públicas e de maior circulação de moradores e visitantes.	Média	6 anos	Prefeitura de Trindade e CDL.
27. Promover curso de atendimento e orientação ao visitante para os organismos públicos, maiormente: polícia militar, corpo de bombeiros, sistemas de saúde e agentes de trânsito.	Alta	3 anos	IFG e IFGoiano.
28. Ampliar a rede bancária, nomeadamente da Caixa Econômica Federal e Banco do Brasil.	Alta	3 anos	Prefeitura de Trindade, Poder Público Federal, Caixa Econômica e Banco do Brasil.
29. Ampliar a rede de caixas eletrônicos sobretudo na zona turística.	Alta	3 anos	CDL e Banco 24 horas.
30. Reordenar o uso de logradouros públicos, especialmente ruas e calçadas obstruídas pelo comércio local.	Alta	3 anos	Prefeitura de Trindade, CDL e comércio local.
31. Melhorar a acessibilidade em vias e locais públicos, com vistas a mobilidade de pessoas com deficiência, idosos e outras necessidades específicas.	Média	6 anos	Prefeitura de Trindade.
32. Implantar sistemas de banheiros públicos gratuitos ou pagos.	Média	6 anos	Prefeitura de Trindade.

Eixo 2: GOVERNANÇA

Objetivos estratégicos: 2, 3, 5, 6, 7, 9, 10, 12.

Ações	Prioridade	Prazo	Executores possíveis
33. Ampliar a participação do município nos programas de fomento ao Turismo do MTur, Goiás Turismo, SEBRAE e outras instituições.	Alta	3 anos	Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade, SEBRAE e Goiás Turismo.
34. Estruturação de Políticas Públicas e fortalecimento institucional, modelo para os demais municípios da região, com a liderança de Trindade juntamente com Goiânia induzindo os demais municípios da Região Metropolitana.	Média	6 anos	Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade e COMTUR.
35. Instituir legalmente o Plano Municipal de Turismo de Trindade por meio de lei municipal.	Alta	3 anos	Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade e COMTUR.
36. Dinamizar a operação do COMTUR com maior autonomia e menos dependência da Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade.	Alta	3 anos	COMTUR, SEBRAE e Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade.
37. Atualização do Plano Diretor de Trindade, nos itens referentes ao Turismo, considerando o Plano Municipal de Turismo de Trindade (PMTT).	Alta	3 anos	COMTUR e Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade.
38. Observar o cumprimento das ações do plano de governo em vigor, propondo a sua atualização e acompanhamento sistemático, de acordo com as premissas do PMTT.	Alta	3 anos	Prefeitura de Trindade e COMTUR.

39. Ampliação estrutural, orçamentária e técnica da Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade.	Alta	3 anos	Prefeitura de Trindade.
40. Realização de concurso público municipal para turismólogos atuarem no ordenamento do Turismo de Trindade.	Alta	3 anos	Prefeitura de Trindade.
41. Contratação de turismólogos para atuar no ordenamento do processo turístico nos locais administrados pela Igreja Católica.	Alta	3 anos	Igreja Católica (CSSR).
42. Colocar em funcionamento o Fundo Municipal de Turismo (FUMTUR), reordenamento do processo de cobrança da Taxa de Turismo, responsáveis e aplicação do fundo para as prioridades do Turismo no município.	Alta	3 anos	COMTUR.
43. Articulação com todas as associações representativas presentes no município, relacionadas ou não ao Turismo, para a apresentação do PMTT e participação ativa nas decisões.	Alta	3 anos	COMTUR, Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade e SEBRAE.
44. Fortalecimento das entidades representativas dos segmentos turísticos existentes e criação de novas entidades e associações locais relacionadas ao Turismo (operação, eventos, A e B etc.).	Média	6 anos	Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade e COMTUR
45. Criação de um plano de fomento aos negócios turísticos novos e aos existentes, contendo orientações e incentivos.	Média	6 anos	COMTUR, SEBRAE, MTur e Goiás Turismo
46. Melhorar a comunicação entre a cadeia produtiva do Turismo, por meio da criação de uma rede de cooperação municipal do Turismo (whats app, reuniões, redes sociais e outros canais).	Alta	3 anos	COMTUR e Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade.
47. Estimular a cooperação empresarial entre os setores produtivos do Turismo, com troca de experiências e superação dos nós críticos de forma conjunta (criação de uma cultura de cooperação).	Baixa	9 anos	COMTUR, SEBRAE, Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade e entidades representativas do Turismo.
48. Criar mecanismos de integração e de participação dos produtores rurais na dinâmica turística, por meio do incentivo à estruturação de negócios de ecoturismo e turismo rural ou associando a produção existente ao Turismo – via orientação nos programas de assistência rural.	Alta	3 anos	COMTUR, EMATER, Sindicato Rural e Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade de Trindade.
49. Atualização do Inventário da Oferta Turística e criação de banco de dados do Turismo para os investidores atuais e futuros.	Alta	3 anos	COMTUR, SEBRAE e Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade.
50. Criação de uma agenda de reunião como Governo Federal, via MTur e Embratur a fim de apresentar estratégias de articulação para o desenvolvimento do Turismo Religioso em Trindade.	Alta	3 anos	COMTUR, SEBRAE e Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade.

51. Articulação política com a prefeitura de Goiânia e entidades do turismo da capital para a integração de Trindade nos processos de comercialização e de divulgação do Turismo.	Alta	3 anos	COMTUR, Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade, Goiás Turismo e Agência Municipal de Turismo de Goiânia.
52. Fortalecimento da IGR dos Negócios e Tradições.	Baixa	9 anos	COMTUR, SEBRAE e Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade.
53. Formulação de estratégia para mudança da categoria B para A no mapa do Turismo brasileiro.	Média	6 anos	COMTUR, SEBRAE e Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade.
54. Criação de mecanismos de participação e decisão pública da comunidade sobre os projetos e ações relacionadas ao Turismo, de maneira clara e autônoma.	Média	6 anos	COMTUR, Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade e SEBRAE.
55. Aproximação com o poder judiciário para ações de aplicação das leis relacionadas à garantia dos direitos individuais e coletivos dos trindadenses e dos visitantes, que de alguma maneira estejam relacionados ao Turismo.	Média	6 anos	COMTUR, Comarca de Trindade e Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade.
56. Criação de uma agenda que integre as atividades turísticas, culturais, ambientais, sociais e econômicas comuns à região.	Média	6 anos	COMTUR, Secretaria Turismo e Cultura de Trindade e organismos ligados ao Turismo.
57. Implementar um plano de integração da Região Leste de Trindade à dinâmica turística, por meio da prestação de serviços, qualificação de trabalhadores ou criação de pontos de interesse turístico ou atividades associadas ao Turismo.	Média	6 anos	Grupo de trabalho do Plano diretor de Trindade, COMTUR, Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade e Igreja Católica.

Eixo 3: ATRATIVOS, SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS

Objetivos estratégicos: TODOS

Ações	Prioridade	Prazo	Executores possíveis
58. Negociar a ampliação da cobertura nacional e internacional da festa de Trindade, vinculada aos canais de Turismo Religioso Católico.	Baixa	9 anos	Igreja Católica (CSSR) e COMTUR.
59. Estruturar um <i>show case</i> de Trindade destacando a Romaria e Festa do Divino Pai Eterno como o maior evento religioso do Centro Oeste.	Média	6 anos	Igreja Católica (CSSR) e COMTUR.
60. Implementar um programa de acompanhamento da avaliação dos visitantes e moradores locais sobre a Festa de Trindade.	Alta	3 anos	Igreja Católica (CSSR), COMTUR, Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade, Goiás Turismo e SEBRAE.
61. Manutenção da conservação dos atrativos turísticos.	Alta	3 anos	Igreja Católica (CSSR), Secretaria Turismo e Cultura de Trindade e CDL.

62. Manter e ampliar o ordenamento da visitação nos atrativos públicos, sobretudo igrejas, museus e locais de cultura.	Alta	3 anos	Igreja Católica (CSSR) e Prefeitura de Trindade.
63. Criação da Rua Turística ou Rua cultural-gastronômica em Trindade. Sugere-se o Beco dos Aflitos por meio do impedimento de trânsito e automóveis e transformação dos negócios locais em associados ao lazer, gastronomia, arte e cultura.	Alta	3 anos	Prefeitura de Trindade, COMTUR, CDL e Associação de Moradores.
64. Criação da Rua Turística ou Rua cultural-gastronômica no distrito de Santa Maria. Sugere-se a Rua Domingues no trecho entre as Ruas Jeovan Soares e Francisco Ovídeo, nos arredores da Escola Municipal de Artesanato e Cultura – com programação mensal ou semanal que envolva arte, cultura, gastronomia e produção rural.	Média	6 anos	Prefeitura de Trindade, COMTUR, comunidade de Santa Maria.
65. Estabelecer um estudo sobre o movimento da zona de pressão turística, estabelecendo estratégias para a desconcentração de equipamentos, estruturas e visitantes, considerando as áreas da Igreja Matriz, Basílica atual e Basílica em construção.	Alta	3 anos	Secretaria Turismo, Goiás Turismo, SEBRAE e COMTUR.
66. Criação de uma linha oficial de Turismo entre Goiânia e Trindade com programação nos finais de semana e aumento gradativo nos meios de semana conforme a demanda. Com meio de transporte, guia de turismo e organização específica de visita a diferentes atrativos.	Baixa	9 anos	COMTUR, CDL, Associações ligadas ao Turismo e Igreja Católica (CSSR)
67. Estruturação do plano de visitação em Trindade para baixa temporada, contendo estratégias de preços, comercialização e programação para momentos de baixa taxa de ocupação nos equipamentos e serviços turísticos.	Alta	3 anos	COMTUR, Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade, entidades representativas de Turismo e CDL.
68. Dotar o Centro de atendimento ao Turista de recursos para a orientação e atendimento aos visitantes.	Alta	3 anos	COMTUR, Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade, CDL e Empresas ligadas ao Turismo.
69. Ampliar a programação e divulgação do Festival gastronômico de Trindade. Ampliar a programação do Festival Gastronômico-cultural de Santa Maria.	Alta	3 anos	COMTUR, Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade, CDL e Empresas ligadas ao Turismo.
70. Dinamizar a visitação das feiras livres de Trindade pelos turistas e visitantes, por meio da divulgação nas missas, hotéis e locais turísticos.	Alta	3 anos	Igreja Católica (CSSR), COMTUR e Secretaria Turismo e Secretaria Municipal de Agricultura e Abastecimento.
71. Ampliar a divulgação e estrutura dos desfiles de carros de boi e de cavaleiros/muladeiros, com maior integração e destaque à programação da Festa de Trindade.	Alta	3 anos	COMTUR, Secretaria de Comunicação, Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade e Secretaria de Infraestrutura.

72. Ampliação das estruturas ligadas ao carreiródromo e dinamização de seu uso para eventos e projetos sociais – quando possível.	Média	6 anos	Secretaria de Infraestrutura, Secretaria de Agricultura e Abastecimento, Secretaria de Turismo e Cultura e COMTUR
73. Qualificação empresarial (gestora, contábil, jurídica e turística) dos empresários de Turismo.	Média	6 anos	IFG, IF Goiano, SEBRAE, UEG e CDL.
74. Promover cursos sobre atendimento e orientação ao turista, para o comércio local, principalmente para os equipamentos turísticos do município.	Alta	3 anos	IFG e IF Goiano
75. Criar sistema específico de conduta do transporte de excursões, com orientações para embarque e desembarque de turistas e local próprio para estacionamento de ônibus turísticos.	Média	6 anos	Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade e COMTUR
76. Estabelecer diretrizes para a operação turística, com a formalização de negócios e de prestadores de serviços.	Alta	3 anos	Prefeitura de Trindade, Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade, COMTUR, todas as entidades de Turismo
77. Regulamentar a educação turística e cultural em todas as instituições do município (se não possíveis em todas as escolas e universidades públicas e privadas em todos os níveis, ao menos para as escolas municipais).	Média	6 anos	Prefeitura de Trindade, Secretaria de educação do município e do estado, MEC e instituições de ensino.
78. Diversificação da oferta de souvenirs, artigos religiosos e do comércio local com foco na qualidade dos produtos, identidade de Trindade e respeito ao consumidor.	Média	6 anos	Comércio local, CDL, lojas de artigos religiosos e SEBRAE.
79. Estruturação de cursos de formação inicial e continuada e/ou técnico e/ou superior e/ou de pós-graduação por instituição pública sediada em Trindade.	Média	6 anos	IFGoiano e UEG.
80. Cadastramento do maior número de estabelecimento e profissionais no CADASTUR e sua atualização anual ou bienal.	Média	6 anos	Instituições de Ensino, Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade e SEBRAE.
81. Estabelecer diretrizes para a adequação gradual da acessibilidade nos equipamentos e empresas turísticas – plano de orientação, subsídio e fiscalização.	Média	6 anos	COMTUR, Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade, SEBRAE, Secretaria de Infraestrutura e IFGoiano.
82. Mensurar a capacidade de hospedagem, atendimento de A & B e Eventos no município, mantendo a sua atualização por meio do Inventário da Oferta Turística, preferencialmente bienal.	Alta	3 anos	COMTUR, Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade, IFGoiano e SEBRAE.
83. Redimensionamento dos valores de hospedagem considerando o custo de operação, taxa de ocupação crescente e competitividade turística.	Média	6 anos	COMTUR e Associação Brasileira da Indústria Hoteleira (ABIH).

84. Destaque dos ícones gastronômicos locais nos restaurantes, feiras, empreendimentos e festivais, nomeadamente considerando: a pamonha, a linguiça, a farinha de mandioca e os doces.	Alta	3 anos	Comércio e empreendimentos turísticos locais e Secretaria Turismo e Cultura de Trindade.
85. Inserção dos grupos culturais e artísticos em todas as programações possíveis, estruturas e atividades relacionadas ao Turismo.	Alta	3 anos	Secretaria Turismo e Cultura de Trindade e COMTUR.
86. Integração dos locais de lazer, hospedagem e de interesse turístico fora do centro urbano com a dinâmica turística por meio de criação de roteiros e programas de visitação mistos.	Média	6 anos	Operadores e comércio local.
87. Inserção dos festejos religiosos e profanos do município (área urbana e rural) no calendário de Eventos.	Alta	3 anos	Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade e COMTUR.
88. Estruturação de novos atrativos e locais de interesse turístico associados à cultura, ao artesanato, à gastronomia e aos recursos naturais.	Média	6 anos	Operadores locais, empreendedores do Turismo, Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade e SEBRAE.

Eixo 4: OPERAÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO

Objetivos estratégicos: 1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11 e 12.

Ações	Prioridade	Prazo	Executores possíveis
89. Criação da marca turística de Trindade que represente o posicionamento do município no Turismo Religioso e em atividades associadas, de modo que possa ser utilizada por todos os envolvidos com a operação e comercialização do Turismo.	Alta	3 anos	COMTUR, SEBRAE, Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade e Secretaria de Comunicação e Igreja Católica (CSSR).
90. Destacar nas mídias sociais, material publicitário e estratégias de promoção e comercialização que Trindade é o maior e melhor destino de Turismo Religioso do Centro Oeste e o segundo maior do Brasil.	Alta	3 anos	COMTUR, Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade, Operadores e empresas de turismo locais.
91. Apoio à abertura de agências de receptivo e operadoras do Turismo de Trindade.	Alta	3 anos	Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade, COMTUR e SEBRAE.
92. Estruturação de estratégia para a captação de eventos, e de turistas em todos os períodos do ano a fim de diminuir a sazonalidade e ampliar o mercado turístico local – ex. Criação de um <i>Conventions Bureau</i> .	Média	6 anos	COMTUR, Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade e Goiás Turismo.
93. Inserção dos festejos religiosos e profanos do município (área urbana e rural) na comercialização de programas e roteiros turísticos.	Média	6 anos	Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade e COMTUR.

94. Estruturação de novos produtos turísticos que integrem a fé, a devoção, a peregrinação com a gastronomia, o artesanato, a cultura e os atrativos naturais de modo a ampliar a estadia dos visitantes e apresentar novas possibilidades de experiências.	Alta	3 anos	SEBRAE e Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade.
95. Estímulo à visitação em empreendimentos rurais para vivências no campo por meio do turismo rural, da gastronomia e do contato com a natureza.	Média	6 anos	SEBRAE, Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade, Operadores Locais e Emater.
96. Melhorar a competitividade do preço dos produtos turísticos frente aos praticados e oferecidos por Goiânia, por meio da melhoria da oferta e/ou diminuição dos custos aos visitantes.	Alta	3 anos	Empreendimentos ligados ao Turismo
97. Estudo sobre a possibilidade de formatação de produto turístico baseado na peregrinação e experiências por meio de caminhadas e romarias (a pé, a cavalo ou em carros de boi), aproveitando a dinâmica devocional existente.	Baixa	9 anos	Operadores locais, Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade e SEBRAE.
98. Realização de FAMTUR e outras estratégias para conhecimento da dinâmica turística e ampliação do processo de operação de Trindade nos principais centros emissores de turistas do Brasil.	Média	6 anos	Operadores locais, empresas de turismo, COMTUR, Goiás Turismo e SEBRAE.
99. Participação nas principais Feiras de Turismo, mormente de Turismo Religioso, objetivando a divulgação e do fechamento de acordos e negócios entre empresários para a operação em Trindade.	Alta	3 anos	Operadores locais, empresas de Turismo, COMTUR, Goiás Turismo e SEBRAE.
100. Criação e divulgação do Calendário de Eventos de Trindade.	Alta	3 anos	Prefeitura de Trindade, COMTUR e representatividades públicas, privadas e da Igreja Católica.
101. Ampliação da oferta gastronômica, especialmente a noturna, condizente com o perfil e necessidades dos turistas de Trindade.	Alta	3 anos	Empreendedores locais.
102. Criação de cursos específicos para a qualificação operacional em Turismo: Guia de Turismo, Condutor de Turismo, Camareira, Garçom, Recepcionista de meios de hospedagem, Organizador de Eventos, Turismo Rural etc., preferencialmente por instituição pública gratuita.	Alta	3 anos	IFG e IFGoiano.
103. Divulgação de Trindade nos principais centros de recepção, estadia e passagem de pessoas de Goiânia e Brasília, como aeroportos, rodoviárias, hotéis e eventos.	Media	6 anos	COMTUR, Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade e Goiás Turismo.
104. Integração de Trindade a outros destinos turísticos goianos como Pirenópolis, Goiás, Goiânia e Caldas Novas.	Média	6 anos	Operadores locais, Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade, SEBRAE e COMTUR.
105. Integração dos turistas de saúde às dinâmicas de lazer, cultura e religiosidade.	Baixa	9 anos	Operadores locais, Vila São Cotelengo.

106. Criação de mecanismos para a recuperação do Turismo no pós-pandemia e pós escândalos da igreja católica, como por exemplo: a) observância do mercado local e regional; b) Retomada dos eventos tradicionais dos municípios, de forma gradativa observando a retração da Pandemia do Covid-19; c) Diferenciação da oferta do Turismo Religioso em relação a outros destinos brasileiros.	Alta	3 anos	COMTUR, SEBRAE e Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade.
107. Definição de uma estratégia diferenciadora na operação e comercialização de Trindade em relação à Aparecida (SP), ex. figura do Pai Eterno associada à cultura, à gastronomia e às experiências marcantes.	Média	6 anos	COMTUR, SEBRAE, Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade e Goiás Turismo.

Eixo 5: CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO

Objetivos estratégicos: 2, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11 e 12.

Ações	Prioridade	Prazo	Executores possíveis
108. Ampliação da presença digital relacionando a marca Trindade às experiências únicas de Turismo Religioso.	Média	6 anos	Secretaria Turismo e Cultura de Trindade, Secretaria de Comunicação, COMTUR e Operadores Locais.
109. Inserção da tecnologia no processo de operação e comercialização do destino e seus atrativos por operadores do Turismo e gestores de equipamentos e serviços turísticos.	Média	6 anos	SEBRAE, Operadores e empreendedores do turismo local.
110. Estímulo ao cicloturismo e às caminhadas de fé.	Alta	3 anos	Operadores locais, Igreja Católica (CSSR), Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade e COMTUR.
111. Ampliação do uso de tecnologias como QR Codes, realidade aumentada e Inteligência Artificial para ajudar na orientação aos visitantes e na operação do Turismo local.	Média	6 anos	Operadores locais, Igreja Católica (CSSR), Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade, Instituições de Ensino.
112. Desenvolvimento de um sistema de controle de visitantes a fim de levantar a quantidade, o perfil e comportamento de consumo gerando dados e informações constantes para o aprimoramento do Turismo.	Média	6 anos	Instituições de Ensino, Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade e SEBRAE.
113. Dimensionamento dos impactos do Turismo na economia, na cultura, no meio ambiente e na organização social de Trindade.	Média	6 anos	Instituições de Ensino, Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade e SEBRAE.
114. Uso de tecnologias acessíveis para a orientação e consumo turístico, considerando as necessidades e habilidades específicas do público da melhor idade.	Baixa	9 anos	Instituições de Ensino, Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade e SEBRAE, Operadores e empreendedores locais.

115. Expansão da cobertura 5 G no município e da internet rural.	Média	6 anos	Prefeitura de Trindade, empresas de telefonia.
116. Criação de campanhas de endomarketing turístico, para promover orgulho e sentimento de pertencimento da população local e suas reponsabilidades com o Turismo e Turista.	Média	6 anos	Secretaria de Turismo e Cultura de Trindade e COMTUR.



4.3 Sistema de Monitoramento do PMTT

Para a estruturação do **Monitoramento do Desenvolvimento do Turismo de Trindade**, considera-se algumas premissas importantes:

- a) Uso de um conceito mais ampliado de desenvolvimento considerando-o muito além do que o puro crescimento econômico;
- b) Desenvolvimento como sinônimo de autonomia econômica, ambiental, cultural e política para a sociedade trindadense;

É preciso superar a concepção enrijecida pelo capital de desenvolvimento como sinônimo de crescimento ou desenvolvimento econômico. Para isso, o conceito de autonomia de Souza (2013), inspirado em Castoriadis (1987), como sinônimo de desenvolvimento e contrário à heteronomia, parece mais oportuno ao se analisar a realidade da Transpantaneira.

- c) Seu foco se baseia na realidade atual e visão futura, por meio do Turismo como instrumento de desenvolvimento local sustentável, participativo, plural e inteligente;
- d) O Turismo não é considerado de forma desassociada de outras atividades econômicas, este depende de estruturas e da complexidade da gestão e organização do município e fortalecimento das instâncias de governança;
- e) Considera-se sempre a evolução histórica e produtiva de Trindade, com suas atuais possibilidades e limitações de gestão, infraestrutura e capacidade produtiva;
- f) Seja um desenvolvimento local endógeno, que possibilite o fortalecimento das capacidades técnicas, financeiras, qualificação do capital social, do potencial empreendedor, da democracia participativa e estruturação de arranjos produtivos locais, possibilitando geração e distribuição de empregos e renda.

Desse modo, **há um ideal a ser atingido, de acordo com as metas propostas para cada um dos cinco eixos temáticos do Turismo de Trindade.** É importante considerar que monitoramento do desenvolvimento do Turismo no município está relacionado a outros setores produtivos, estruturas, arranjos organizativos, integração social, capacidade gestora e interação do município com a realidade regional.

O planejamento participativo registrado no Plano Municipal de Turismo precisa ser compreendido como um instrumento dinâmico de gestão do desenvolvimento da economia turística local.

Nesse sentido, requer manuseio e atualização 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 ao se desenvolver um Plano Municipal de Turismo, com condições para que seja um efetivo instrumento de impacto na economia local. **O monitoramento do desenvolvimento do Turismo de Trindade deve ser de responsabilidade de todos os agentes envolvidos (governança local),** mas para otimizar o acompanhamento das ações sugere-se que o Conselho Municipal de Turismo assuma esse papel, por meio da formação de um Grupo de Trabalho para acompanhamento e monitoramento das ações propostas no Plano de Turismo.

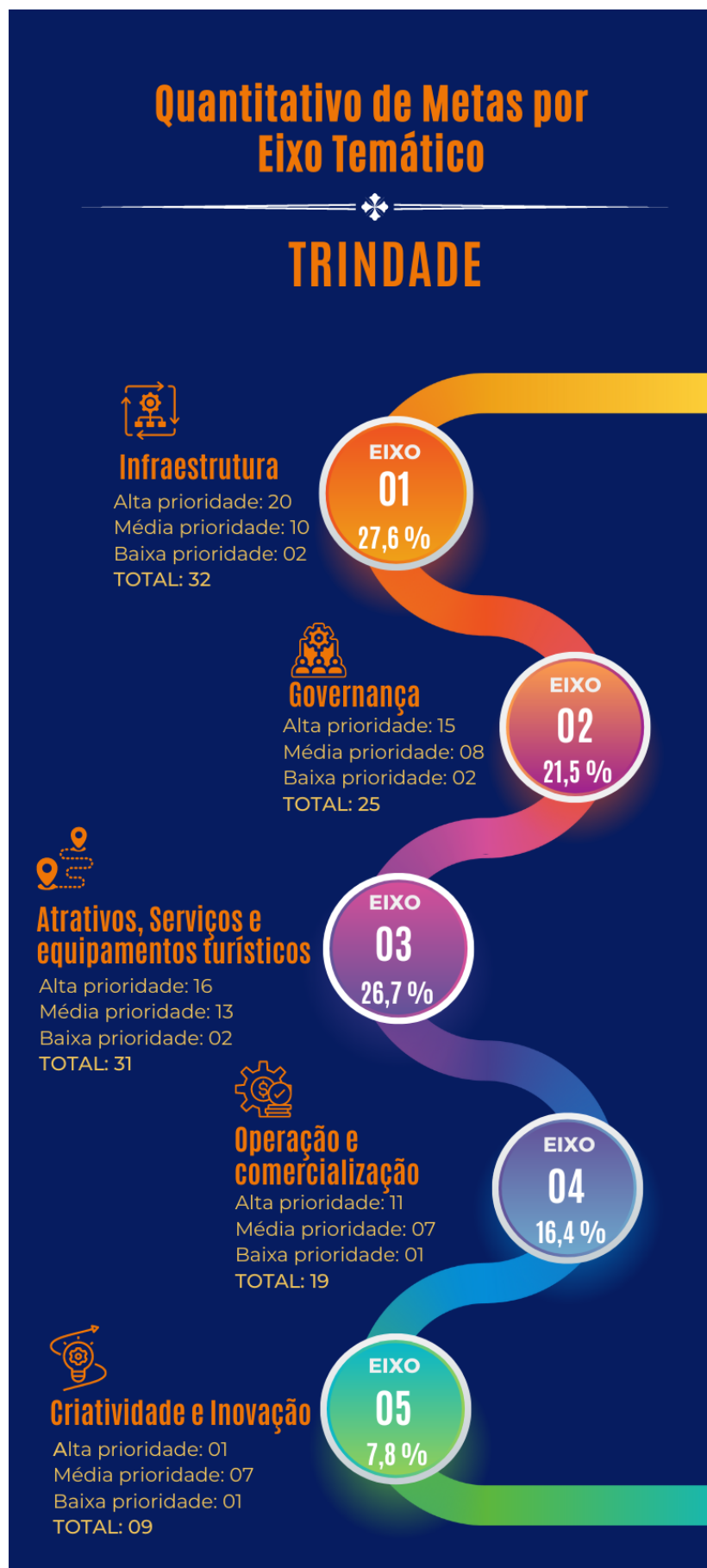
O grupo poderá definir as melhores estratégias para mensuração dos impactos do Turismo e ao mesmo tempo retroalimentar o próprio Plano de Turismo traçando novos desafios ou adequando ações propostas que precisam ser reordenadas.

A metodologia de trabalho do Grupo deve considerar os cinco eixos temáticos propostos e as ações que estruturam cada um deles. Todas foram estabelecidas segundo grau de prioridade e tempo para a sua efetivação. Logo **o que orientará o monitoramento é se cada meta foi ou não cumprida segundo**

o prazo estipulado apresentando-se os relatórios de impacto ou de reestruturação de metas – inclusões, exclusões ou reformulações.

No contexto geral dos 5 eixos temáticos que estruturam o Plano de Desenvolvimento do Turismo de Trindade são propostas 116 metas.

A maior parte das metas (27,6%) se concentram no eixo um **Infraestrutura** que é responsável por **constituir um ambiente propício para o desenvolvimento dos negócios e da operação turística**, estando diretamente ligada à qualidade de vida dos moradores locais. Já o segundo eixo com a maior parte das metas é o três (26,7%) pois **entende-se que é o foco principal do PMTT composto por três assuntos complementares: os atrativos, os equipamentos e os serviços turísticos**.



Em terceiro lugar aparece a Governança com 21,5% das metas pois **entende-se que a articulação para que o desenvolvimento territorial passa pela governança local com ampla dependência da condução das estratégias pelo setor público.** Em seguida, o eixo de Operação e Comercialização se destaca com 16,4% das metas, revelando alguns nós críticos para o Turismo de Trindade e, por fim, o eixo de Inovação e Criatividade se estrutura com 7,8% das metas, tendo em vista que os preparos para os desafios atuais e futuros do Turismo de Trindade dependem diretamente de inovação e criatividade pois é um destino em consolidação no Turismo Regional, mas que necessita de novas perspectivas de desenvolvimento para que não corra o risco de entrar em estágio de estagnação.

Considerando todos os eixos temáticos, das 116 metas propostas, 63 ou 54,3% referem-se a ações de curto prazo, ou seja, de **alta prioridade** com possibilidades e necessidades de serem desenvolvidas em um período de até 3 anos. Já as ações de média prioridade ou que podem ser desenvolvidas em um período de até 6 anos somam 38,8% das propostas e, por fim, 6,9% das ações possuem baixa prioridade podendo ser articuladas em um período de longo prazo – 9 anos.

Isso demonstra que a maioria das ações são de alta prioridade, visto que o momento do planejamento turístico de Trindade é estratégico para os próximos 3 anos. Além disso, para os desdobramentos das demais ações de médio e longo prazo há uma certa dependência de que as de maior urgência sejam alcançadas.

Com a finalidade de monitoramento, recomenda-se que ao menos 30% das ações de curto prazo sejam alcançadas no primeiro ano e os outros 70% no segundo e terceiro anos de implantação do plano. A decisão de quais as mais estratégicas para serem iniciadas deve ser discutida com os organismos envolvidos podendo ser lideradas pelo Grupo de Trabalho de Monitoramento organizado pelo COMTUR.

A proporção de desenvolvimento das demais ações de médio e longo prazo pode seguir a questão temporal, mas o importante é que mecanismos de acompanhamento sejam estabelecidos apresentando-se diagnósticos anuais. Além disso, nada impede que ações determinadas para médio e longo prazo também não possam ser iniciadas imediatamente, devendo os grupos de trabalho avaliar suas possibilidades de atuação e cumprimento dos prazos.

CERÂMICA DE SANTA
MARIA

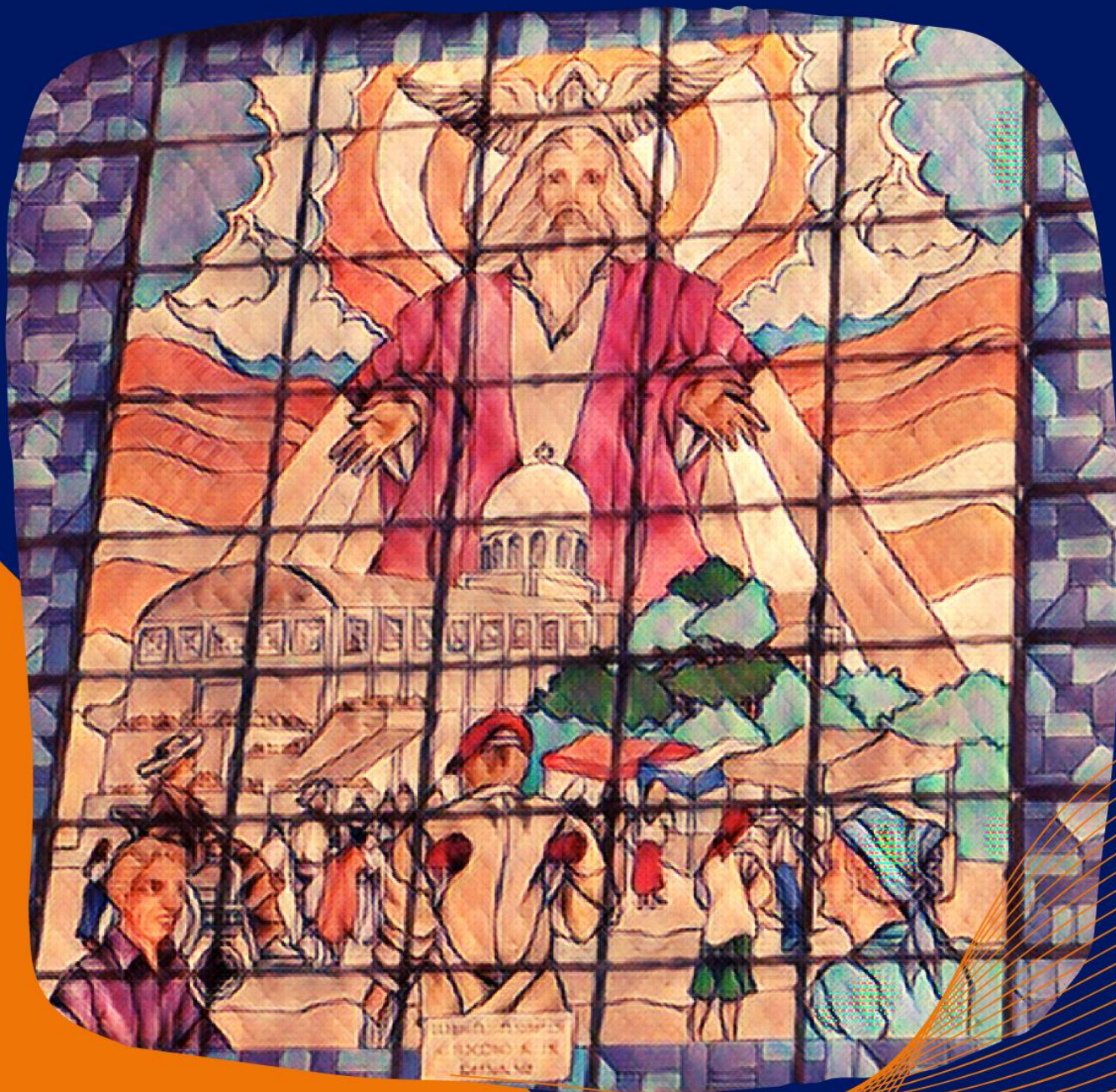
FOTO: ICTHUS, 2022



PARTE 5



ADERÊNCIA DO PLANO ÀS POLÍTICAS DE TURISMO





5. ADERÊNCIA DO PMTT ÀS POLÍTICAS DE TURISMO

O posicionamento mercadológico do Turismo de Trindade se baseia em como o município quer estruturar sua competitividade turística e esse é um dos objetivos do PMMT já que orienta o COMTUR, os gestores públicos e privados na tomada de decisões rumo à organização do Turismo por meio de um processo inteligente, inovador e sustentável.

Assim, para a elaboração do Plano Municipal de Turismo de Trindade resgatou-se bases estabelecidas como políticas públicas relacionadas ou específicas para o Turismo nas seguintes esferas:

- a) **Global (ONU)** – Objetivos para o Desenvolvimento sustentável (ODS).
- b) **Nacional (MTur):**
 - Plano Nacional de Turismo 2018-2022 (PNT).
 - Modelo Destinos Turísticos Inteligentes Brasil, manual metodológico (DTI).
- c) **Estadual (Goiás Turismo):**
 - Planejamento Estratégico da Goiás Turismo (2020-2023) – PEGT.
 - Política estadual de Turismo Comunitário de Goiás – PTCG.
 - Diretrizes para o Turismo Religioso em Goiás – DTRG.
 - Política Estadual do Turismo Rural de Goiás – PTRG.

De maneira clara, os objetivos estratégicos contidos no PMTT estão diretamente relacionados às premissas globais, nacionais e estaduais de Turismo, conforme explicitado:

ADERÊNCIA DO PMTT ÀS POLÍTICAS ÀS ESTRATÉGIAS DO ESTADO DE GOIÁS, DO BRASIL E DO MUNDO

Objetivo 1 do PMTT: Ampliar e aprimorar a infraestrutura de acesso, de mobilidade, de saneamento, de segurança e turística, considerando a ampliação do número de moradores e visitantes

ODS	PNT	DTI	POLÍTICAS ESTADUAIS DE TURISMO
▪ Erradicação da pobreza. ▪ Saúde e bem-estar. ▪ Água potável e saneamento. ▪ Indústria, inovação e infraestrutura. ▪ Redução das desigualdades.	▪ Apoiar o planejamento do turismo, integrado ao setor de segurança pública. ▪ Melhorar a infraestrutura nos destinos e nas regiões turísticas do país.	▪ Eixo de Acessibilidade. ▪ Eixo de Criatividade. ▪ Eixo de Segurança. ▪ Eixo de Mobilidade e Transporte	▪ Aplicação de investimentos na implantação de infraestrutura básica e turística (DTRG). ▪ Orientação das ações da iniciativa privada e promoção de sua integração como agente complementar de financiamento em infraestrutura e serviços necessários ao desenvolvimento turístico religioso (DTRG). ▪ Incentivar a celebração de convênios e/ou parcerias com municípios, que tenham por objetivo a realização de obras de infraestrutura para melhorar o acesso e a segurança dos romeiros e peregrinos aos locais turísticos (DTRG).

Objetivo 2 do PMTT: Fortalecer a governança turística com o aprimoramento da capacidade técnica-operacional e gestora, por meio da estruturação de uma Política Municipal de Desenvolvimento do Turismo baseada na autonomia, participação e inovação

ODS	PNT	DTI	POLÍTICAS ESTADUAIS DE TURISMO
• Trabalho decente e crescimento econômico. • Indústria, inovação e infraestrutura. • Redução das desigualdades. • Paz, justiça e instituições eficazes. • Parcerias e meios de implementação.	• Fortalecer a gestão descentralizada do turismo. • Aperfeiçoar o ambiente legal e normativo do setor turístico. • Ampliar e aprimorar estudos e pesquisas em turismo. • Promover a integração da produção local à cadeia produtiva do turismo e o desenvolvimento do Turismo de Base Local.	• Eixo de Governança. • Eixo de Inovação. • Eixo de Tecnologia. • Eixo de Criatividade.	• Fortalecer a governança das regiões turísticas (PEGT) • Promoção de cursos, seminários e encontros voltados para a discussão e aperfeiçoamento das ações turísticas de interesse do Estado (DTRG). • Incentivar a celebração de convênios e/ou parcerias com entidades governamentais ou não governamentais, que tenham por objetivo a realização de eventos de promoção do turismo religioso e espiritual (DTRG).

Objetivo 3 do PMTT: Estabelecer a cooperação regional por meio do Turismo, valendo-se das vantagens competitivas de proximidade com Goiânia.

ODS	PNT	DTI	POLÍTICAS ESTADUAIS DE TURISMO
• Trabalho decente e crescimento econômico. • Redução das desigualdades. • Paz, justiça e instituições eficazes. • Parcerias e meios de implementação.	• Fortalecer a gestão descentralizada do turismo. • Aprimorar a oferta turística nacional. • Promover a integração da produção local à cadeia produtiva do turismo e o desenvolvimento do Turismo de Base Local.	• Eixo de Governança. • Eixo de Inovação. • Eixo de Criatividade.	• Inovar no fomento e Divulgação do Turismo (PEGT). • Promoção de cursos, seminários e encontros voltados para a discussão e aperfeiçoamento das ações turísticas de interesse do Estado (DTRG). • Incentivar a celebração de convênios e/ou parcerias com entidades governamentais ou não governamentais, que tenham por objetivo a realização de eventos de promoção do turismo religioso e espiritual (DTRG).

Objetivo 4 do PMTT: Fomentar a estruturação de novos negócios turísticos, baseados no uso da cultura, da gastronomia, do artesanato e de atrativos naturais associados ao Turismo Religioso.

ODS	PNT	DTI	POLÍTICAS ESTADUAIS DE TURISMO
▪ Erradicação da pobreza. ▪ Fome zero e agricultura sustentável. ▪ Saúde e bem-estar. ▪ Trabalho decente e crescimento econômico. ▪ Redução das desigualdades. ▪ Consumo e produção sustentáveis. ▪ Parcerias e meios de implementação.	▪ Ampliar e aprimorar estudos e pesquisas em turismo. ▪ Promover e facilitar a atração de investimentos e a oferta de linhas de crédito para o turismo. ▪ Aprimorar a oferta turística nacional. ▪ Ampliar a formalização dos prestadores. ▪ Promover a integração da produção local à cadeia produtiva do turismo e o desenvolvimento do Turismo de Base Local.	▪ Eixo de Inovação. ▪ Eixo de Tecnologia. ▪ Eixo de Criatividade. ▪ Eixo Sustentabilidade.	▪ Incentivar atividades de turismo de base comunitária (PTCG). ▪ Respeitar a autenticidade sociocultural das comunidades anfitriãs (PTCG). ▪ Estimular a criação, a consolidação e a difusão dos produtos e destinos turísticos religiosos (DTRG). ▪ Resgatar e promover o patrimônio cultural, natural e a história goiana (PTRG).

Objetivo 5 do PMTT: Fortalecer a competitividade Turística de Trindade no cenário Nacional projetando o município como o melhor destino de Turismo Religioso do país.

ODS	PNT	DTI	POLÍTICAS ESTADUAIS DE TURISMO
• Paz, justiça e instituições eficazes.	• Fortalecer a gestão descentralizada do turismo. • Ampliar e aprimorar estudos e pesquisas em turismo. • Aprimorar a oferta turística nacional. • Definir o posicionamento estratégico do Brasil como produto turístico.	• Eixo de Governança. • Eixo de Inovação. • Eixo de Tecnologia. • Eixo de Criatividade. • Eixo de Promoção e Marketing.	• Reposicionar os destinos turísticos no mercado turístico nacional e internacional (PEGT). • Inovar no fomento e Divulgação do Turismo (PEGT). • Promoção do turismo religioso em todos os tipos de mídia, visando inserir o Estado de Goiás nos roteiros turísticos nacionais e internacionais (DTRG). • Estimular a criação, a consolidação e a difusão dos produtos e destinos turísticos religiosos (DTRG).

Objetivo 6 do PMTT: Promover o reconhecimento do trindadense sobre os benefícios da atividade turística e seu comprometimento com a qualidade da hospitalidade pública e comercial para o Turismo.

ODS	PNT	DTI	POLÍTICAS ESTADUAIS DE TURISMO
▪ Erradicação da pobreza. ▪ Fome zero e agricultura sustentável. ▪ Saúde e bem-estar. ▪ Trabalho decente e crescimento econômico. ▪ Redução das desigualdades. ▪ Cidades e comunidades sustentáveis. ▪ Paz, justiça e instituições eficazes.	▪ Ampliar e aprimorar estudos e pesquisas em turismo. ▪ Aprimorar a oferta turística nacional. ▪ Promover, em âmbito nacional e internacional, os destinos e produtos turísticos brasileiros.	▪ Eixo de Governança. ▪ Eixo de Inovação. ▪ Eixo de Promoção e Marketing.	▪ Inovar no fomento e Divulgação do Turismo (PEGT). ▪ Incentivar atividades de turismo de base comunitária (PTCG). ▪ Respeitar a autenticidade sociocultural das comunidades anfitriãs (PTCG). ▪ Informação à sociedade e ao cidadão sobre a importância econômica e social do turismo (DTRG).

Objetivo 7 do PMTT: Apoiar o processo de operação e comercialização do Turismo, em suas diversas possibilidades, de maneira justa e sustentável.

ODS	PNT	DTI	POLÍTICAS ESTADUAIS DE TURISMO
▪ Fome zero e agricultura sustentável. ▪ Energia limpa e acessível. ▪ Trabalho decente e crescimento econômico. ▪ Cidades e comunidades sustentáveis. ▪ Consumo e produção sustentáveis. ▪ Paz, justiça e instituições eficazes. ▪ Parcerias e meios de implementação.	▪ Ampliar e aprimorar estudos e pesquisas em turismo. ▪ Promover e facilitar a atração de investimentos e a oferta de linhas de crédito para o turismo. ▪ Aprimorar a oferta turística nacional. ▪ Ampliar a formalização dos prestadores. ▪ Estimular a adoção de práticas sustentáveis no setor turístico. ▪ Promover a integração da produção local à cadeia produtiva do turismo e o desenvolvimento do Turismo de Base Local. ▪ Promover, em âmbito nacional e internacional, os destinos e produtos turísticos brasileiros.	▪ Eixo de Governança. ▪ Eixo de Inovação. ▪ Eixo de Criatividade. ▪ Eixo Sustentabilidade. ▪ Eixo de Promoção e Marketing.	▪ Estimular o desenvolvimento sustentável e responsável dos produtos turísticos (PEGT). ▪ Inovar no fomento e Divulgação do Turismo (PEGT). ▪ Incentivar atividades de turismo de base comunitária, (PTCG). ▪ Promover a comunidade anfitriã para que possibilite um alto nível de satisfação entre os turistas e que represente uma experiência significativa para eles (PTCG). ▪ Respeitar a autenticidade sociocultural das comunidades anfitriãs (PTCG). ▪ Estimular a criação, a consolidação e a difusão dos produtos e destinos turísticos religiosos (DTRG). ▪ Estabelecer padrões e normas de qualidade, eficiência e segurança na prestação de serviços por parte dos operadores, empreendimentos e equipamentos turísticos (DTRG).

Objetivo 8 do PMTT: Incentivar a criatividade, inovação e uso de recursos inteligentes para a estruturação de experiências turísticas positivas e marcantes aos visitantes.

ODS	PNT	DTI	POLÍTICAS ESTADUAIS DE TURISMO
• Educação de qualidade. • Energia limpa e acessível. • Indústria, inovação e infraestrutura.	• Fortalecer a gestão descentralizada do turismo. • Ampliar e aprimorar estudos e pesquisas em turismo.	• Eixo de Inovação. • Eixo de Tecnologia. • Eixo de Criatividade.	• Estimular o desenvolvimento sustentável e responsável dos produtos turísticos (PEGT). • Inovar no fomento e Divulgação do Turismo (PEGT). • Incentivar atividades de turismo de base comunitária (PTCG).

	• Promover e facilitar a atração de investimentos e a oferta de linhas de crédito para o turismo. • Aprimorar a oferta turística nacional. • Definir o posicionamento estratégico do Brasil como produto turístico.		• Respeitar a autenticidade sociocultural das comunidades anfitriãs (PTCG). • Estimular a criação, a consolidação e a difusão dos produtos e destinos turísticos religiosos (DTRG).
Objetivo 9 do PMTT: Estimular a integração entre o campo e a cidade, traduzidos nos valores histórico-culturais para exaltação da identidade turística de Trindade, associada à fé e devoção.			
ODS	PNT	DTI	POLÍTICAS ESTADUAIS DE TURISMO
▪ Erradicação da pobreza. ▪ Fome zero e agricultura sustentável. ▪ Saúde e bem-estar. ▪ Educação de qualidade. ▪ Redução das desigualdades. ▪ Cidades e comunidades sustentáveis. ▪ Parcerias e meios de implementação.	▪ Aprimorar a oferta turística nacional. ▪ Promover a integração da produção local à cadeia produtiva do turismo e o desenvolvimento do Turismo de Base Local.	▪ Eixo de Governança. ▪ Eixo de Inovação. ▪ Eixo de Tecnologia. ▪ Eixo Sustentabilidade.	▪ Inovar no fomento e Divulgação do Turismo (PEGT). ▪ Incentivar atividades de turismo de base comunitária (PTCG). ▪ Respeitar a autenticidade sociocultural das comunidades anfitriãs (PTCG). ▪ Agregar valor à produtos e serviços no meio rural (PTRG). ▪ Interiorizar a atividade turística (PTRG). ▪ Valorizar a ruralidade (PTRG).
Objetivo 10 do PMTT: Estreitar as relações dos setores produtivos locais, sobretudo o agronegócio, a indústria e o comércio com o Turismo.			
ODS	PNT	DTI	POLÍTICAS ESTADUAIS DE TURISMO
▪ Erradicação da pobreza. ▪ Fome zero e agricultura sustentável. ▪ Trabalho decente e crescimento econômico. ▪ Indústria, inovação e infraestrutura. ▪ Redução das desigualdades. ▪ Parcerias e meios de implementação.	▪ Fortalecer a gestão descentralizada do turismo. ▪ Promover e facilitar a atração de investimentos e a oferta de linhas de crédito para o turismo. ▪ Aprimorar a oferta turística nacional.	▪ Eixo de Governança. ▪ Eixo de Inovação. ▪ Eixo de Tecnologia. ▪ Eixo de Criatividade.	▪ Inovar no fomento e Divulgação do Turismo (PEGT). ▪ Valorizar a ruralidade (PTRG).

Objetivo 11 do PMTT: Melhorar a qualidade e estimular a ampliação dos produtos e serviços turísticos, por meio do fortalecimento da cadeia produtiva local e participação das entidades de ensino e de formação de trabalhadores do turismo.

ODS	PNT	DTI	POLÍTICAS ESTADUAIS DE TURISMO
▪ Erradicação da pobreza. ▪ Educação de qualidade. ▪ Indústria, inovação e infraestrutura. ▪ Redução das desigualdades. ▪ Consumo e produção sustentáveis. ▪ Parcerias e meios de implementação.	▪ Fortalecer a gestão descentralizada do turismo. ▪ Ampliar e aprimorar estudos e pesquisas em turismo. ▪ Promover e facilitar a atração de investimentos e a oferta de linhas de crédito para o turismo. ▪ Aprimorar a oferta turística nacional. ▪ Ampliar a formalização dos prestadores. ▪ Intensificar a qualificação no turismo. ▪ Promover a integração da produção local à cadeia produtiva do turismo e o desenvolvimento do Turismo de Base Local.	▪ Eixo de Governança. ▪ Eixo de Inovação. ▪ Eixo de Tecnologia. ▪ Eixo de Criatividade. ▪	▪ Inovar no fomento e Divulgação do Turismo (PEGT). ▪ Incentivar atividades de turismo de base comunitária (PTCG). ▪ Respeitar a autenticidade sociocultural das comunidades anfitriãs (PTCG). ▪ Estimular a criação, a consolidação e a difusão dos produtos e destinos turísticos religiosos (DTRG). ▪ Consolidar produtos turísticos de qualidade (PTRG).

Objetivo 12 do PMTT: Ampliar a número e gastos de visitantes por meio do fortalecimento do calendário de eventos melhorando a ocupação dos equipamentos turísticos e do comércio local, sobretudo nos meios de semana.

ODS	PNT	DTI	POLÍTICAS ESTADUAIS DE TURISMO
▪ Erradicação da pobreza. ▪ Trabalho decente e crescimento econômico. ▪ Consumo e produção sustentáveis.	▪ Aprimorar a oferta turística nacional. ▪ Promover, em âmbito nacional e internacional, os destinos e produtos turísticos brasileiros.	▪ Eixo de Tecnologia. ▪ Eixo de Criatividade. ▪ Eixo de Promoção e Marketing.	▪ Ampliar os fluxos turísticos, a permanência e o gasto dos turistas, mediante a promoção e o apoio ao desenvolvimento do produto turístico religioso (DTRG).

É sabido que o Turismo é complexo e desafiador por essência, existindo a necessidade de relações plurais e de interdependência, para que seja fortalecida a governança local, em que cada um possa assumir seu papel e responsabilidades, garantindo investimento em infraestrutura pública, melhoria da qualidade dos serviços públicos e privados, articulação para comercialização do destino, melhor posicionamento no mercado nacional e internacional.

Para o almejado sucesso na aplicação do Plano Municipal de Turismo de Trindade, com as devidas articulações de instrumentos de política pública, reforça-se que **é imprescindível o estabelecimento de um processo de cooperação coordenado que reforce as trocas de ideias, informação e engajamento das partes interessadas** – poder público, iniciativa privada, entidades de classes e comunidade em geral, no decorrer do tempo, sendo espaço de diálogo para o alcance do desenvolvimento sustentável.

**FITINHAS DO DIVINO PAI
ETERNO NA SALA DOS
MILAGRES**

FOTO: ICTHUS, 2022



PARTE 6



FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO





6. FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO

Os fatores críticos de sucesso são compreendidos como os pilares que permitirão a expansão do desenvolvimento turístico em Trindade, ou seja, são os postos-chave que, quando bem executados, definem e garantem o desenvolvimento e o crescimento do Turismo de Trindade. Os fatores críticos também orientam a definição dos objetivos estratégicos com a determinação de prazos e de responsáveis para o desenvolvimento das ações direcionadoras do Turismo.

São 4 os fatores críticos estabelecidos para o sucesso do desenvolvimento do turismo em Trindade para o período de 2023 a 2032:

1. Posicionamento de mercado e comercialização do destino:

Refere-se a como Trindade está posicionada mercadologicamente na competitividade turística regional e nacional. É um destino em processo de consolidação, já que é conhecido do público regional e nacional e exerce grande força atrativa de visitantes, tanto que outros destinos como Goiânia e Caldas Novas se beneficiam do fluxo turístico promovido por Trindade.

A consolidação do destino precisa melhorar no que se refere à oferta de produtos turísticos melhor estruturados, distribuídos e com diversificação de meios de operação no território. Logo, a questão do posicionamento de mercado está diretamente ligada ao processo de comercialização, que em grande parte é amador ou está restrito à um único operador.

A Visão estabelecida para o Turismo de Trindade é a sua consolidação como melhor destino de Turismo Religioso do Brasil até 2032, mas para isso

dever superar dificuldades estruturais, de diversificação da oferta, da melhoria dos serviços prestados e principalmente suplantar o competitivo destino de Aparecida, em São Paulo. A estratégia a ser adotada é apostar na integração entre o Turismo Religioso e a cultura rural e hospitaleira de Trindade, na força da Igreja Católica e seus canais de comunicação, na qualificação dos prestadores de serviços e na diferenciação do destino como apelo à Santíssima Trindade, na figura do Pai Eterno – único destino no mundo com tal atratividade.

A operação do destino Trindade deverá se pautar em uma abrangência da diversificação de produtos, compostos por atividades diversas. As atividades ofertadas e estruturadas não precisam se restringir a segmentos específicos, pois estes se complementam e possibilitam a ampliação de experiências para os visitantes, e oportunidades de negócios locais. Um exemplo disso é a gastronomia – que permeia por todos os segmentos, sejam os consolidados ou os potenciais.

Ainda na questão sobre o posicionamento de mercado é preciso considerar as tendências do Turismo, mudanças de perfil dos consumidores e dos hábitos de consumo turístico. **O olhar para o futuro garantirá o desenvolvimento de estratégias no presente.** Ou seja, considerar as demandas locais e regionais que representam um bom fluxo de visitantes ao destino, mas com carências específicas a serem atendidas.

2. Integração Regional:

Tem ampla relação com o posicionamento de mercado, ao se considerar que Trindade é um dos municípios que está na vanguarda do desenvolvimento regional, e que pode contribuir com outros municípios vizinhos na consolidação de estratégias e parcerias seja para o desenvolvimento de novos produtos e serviços ou mesmo ações de marketing e comercialização conjunta. Uma estratégia ainda pouco usada na integração Regional é a posição privilegiada de Trindade em relação à capital Goiânia, ou seja, por fazer parte da Região Metropolitana,

Trindade pode garantir uma série de benefícios ao processo turístico simplesmente pelo fato de ter uma ligação administrativa, comercial, afetiva, religiosa e cultural com Goiânia.

Desse modo, Goiânia já é reconhecida como a Capital da Moda, mas também o destino do Centro Oeste que mais recebe eventos, além de possuir aeroporto e rodoviária que conecta o Centro Oeste a todas as partes do país. Essas questões devem ser consideradas e usadas de forma estratégica com uma maior articulação entre a governança turística de Trindade e de Goiânia.

Mas a regionalização passa pelo ordenamento local e Trindade tem o desafio de estimular a organização do COMTUR (Conselho Municipal de Turismo), bem como articular com os demais municípios, sobretudo Goiânia o diálogo para ações conjuntas em prol do desenvolvimento Turismo, vislumbrando, inclusive a constituição de uma futura Instância de Governança Regional – IGR.

3. Criatividade e Inovação:

Uma das marcas de um destino turístico moderno é a inteligência com que ele é planejado e gerido. A inteligência para o Turismo de Trindade é algo construído e instituído coletivamente e depende da forma com que o território é pensado e como as empresas locais são constituídas e inseridas em processos mais inovadores de operação.

Dessa maneira, essa questão está ligada também com a Gestão Territorial de Trindade para o Turismo que precisa inovar na forma de compreensão da participação dos agentes públicos e privados. **A inovação está em mudar de uma gestão tradicional para uma concepção mais eficiente e integradora.**

A presença digital do destino precisa ser diversificada, ampliada e as indicações de ações já foram apresentadas no capítulo que trata deste assunto.

A criatividade e inovação, então, se baseia em um olhar para o futuro de acordo com as possibilidades do presente, passando pelo fortalecimento da Cadeia Produtiva do Turismo, modernização das estruturas turísticas (públicas e privadas), e na contemplação de novas atividades de vivências e experiências aos visitantes, inclusive com a indicação de segmentos turísticos estratégicos ao município que podem ser associados ao Turismo Religioso.

4. Gestão Territorial para o Turismo:

Tradicionalmente, a maioria dos destinos turísticos brasileiros ainda se estruturam em modelo de organização e gestão tradicionalista, baseado principalmente na lei da oferta e da demanda, não somente pela questão de estabelecimento de preços dos produtos turísticos, mas para a organização dos serviços prestados.

Trindade, até o momento (2023) também se enquadra em um modelo tradicional de organizar o Turismo. O modelo tradicional não é baseado em estratégias de planejamento é caracterizado por ações individualizadas dos envolvidos e não integradas a um objetivo único.

Assim, ao se propor a Missão, a Visão e Valores para o Turismo de Trindade as estratégias passam a ser melhor definidas – este é o objetivo desse Plano de Desenvolvimento do Turismo para o município, que conta também com 116 metas a serem cumpridas, considerando as estratégias do mundo, do Brasil e do estado de Goiás para o Desenvolvimento Sustentável do Turismo.

Outra característica do modelo tradicional de gestão territorial do Turismo, a qual Trindade ainda se enquadra, é a pouca diversificação da oferta, baseada nos recursos religiosos, com atividades ainda restritas, e pouca integração à dinâmica sociocultural e ambiental – o que abre possibilidades ampliadas ao destino, indicando inclusive um passo seguinte à estruturação do PMTT: a estruturação de Produtos Turísticos Inovadores e viáveis ao destino.

Essa pouca diversificação do uso da cultura local para o Turismo implica também em baixa integração das propriedades rurais na dinâmica produtiva turística, que por conseguinte resulta em baixa autonomia das decisões sobre o futuro do Turismo no território.

A proposta do Plano de Desenvolvimento do Turismo de Trindade é usar do conhecimento científico e mercadológico já desenvolvido e fazer as devidas adaptações segundo as possibilidades e limitações locais. Isso implica compreender como está o arranjo organizacional do Turismo a cultura empreendedora e organizativa e o grau de conhecimento, participação e interesse da população local para o Turismo (o que foi apresentado de forma resumida na parte I deste Plano).

A Gestão Territorial proposta e possível para Trindade se baseia em uma melhor organização dos envolvidos em prol de objetivos traçados. Isso implica em uma Gestão Territorial Inteligente, conectada com os avanços tecnológicos, organizativos e acompanhando as atualidades e tendências do Turismo.

A Gestão Territorial do Turismo de Trindade pode se basear em elementos modernos de se pensar e agir no destino tais como:

a) Turismo de base local ou de base comunitária: integração das comunidades, do campo da periferia e dos menos favorecidos na dinâmica turística local. O Turismo de Trindade deve servir para mudar a vida dos trindadenses, para que possam usar a sua hospitalidade, orgulho de pertencimento, saberes e fazeres em pequenos negócios rentáveis – que, inclusive, poderá contribuir com o fortalecimento da identidade do destino.

b) Ampliação das experiências e vivências dos turistas: em geral o visitante de Trindade possui poucas atividades que possam usar de forma criativa e inteligente o seu tempo de estada. É necessário que novos lugares de visitação se estruturem, além de maior uso do apelo gastronômico, seja nas feiras, no

mercado, no comércio local ou mesmo na zona rural. Trindade tem o que interessa ao visitante, é necessário apenas que essas atratividades passam a compor produtos efetivos. A indicação é o maior uso das artes, da cultura, da gastronomia, dos atrativos naturais e rurais, das experiências de fé e do ambiente simples e acolhedor do destino Trindade.

c) Destino turístico inteligente: A inteligência passa pelas questões administrativas, estruturais, de recursos energéticos, de comunicação e operação turística. Tudo em Trindade pode ser mais inteligente para o Turista. A Inteligência significa inovar, mas sem perder a identidade, apenas melhorar o que já é bom e resolver os nós críticos. A inteligência para o turismo de Trindade passa na melhoria das vias públicas, das experiências turísticas, nas facilidades, na acessibilidade e no entendimento e atendimento das necessidades dos visitantes. Contudo a maior inteligência que a governança do destino pode ter é: **Instituir o Plano Municipal de Turismo como a principal política pública orientadora das ações a serem seguidas por todo o trade turístico e comunidade trindadense.**

6.1 Segmentos estratégicos para as experiências turísticas em Trindade

O Turismo Religioso é o segmento estruturado mercadologicamente em Trindade, que gera peregrinação e romaria de pessoas oriundas de diversas partes do estado de Goiás e do Brasil. As atividades mais comuns são a visita às igrejas e aos lugares de importância religiosa, a participação nas celebrações e nos festejos, sobretudo no período da Festa do Divino Pai Eterno. Associado a essa dinâmica, Trindade tem outras possibilidades de expandir as experiências aos visitantes e, por conseguinte, fortalecendo a cadeia produtiva com outros segmentos que podem ser associados ao Turismo, além de outros produtos e serviços característicos da atividade turística.

A exemplo da gastronomia, é estratégico o uso dos aspectos culturais para reforçar e valorizar a memória, a tradição e as características locais. Nesse contexto, entram os eventos tradicionais, sobretudo os religiosos, a recuperação e inserção de manifestações das expressões sertanejas tais como: modo de falar, musicalidade e expressões como a catira, a moda de viola, o modo de vestir e a própria ruralidade que é emblemática como marca do ‘ser goiano’ e, por conseguinte do ‘ser trindadense’. Há um sentimento de pertencimento bastante arraigado ao mundo rural/sertanejo – inclusive no dia-dia urbano e isso pode e deve ser evidenciado e valorizado por meio do Turismo.

Considerando o perfil de visitantes de Trindade, pondera-se que são consumidores de elementos religiosos e, nesse contexto, há outros que podem ser mais bem apresentados, seja por meio de programações religiosas adicionais, como terços, novenas, procissões e outras típicas da tradição católica. As festas em honra aos santos também fazem parte da vida religiosa do trindadense e normalmente acontecem nas comunidades e locais menos centralizados, que de alguma maneira também podem estar contidos no calendário dos eventos do município para que facilite a uma ligação com a operação turística.

Além dessas expressões culturais há as artes cênicas, plásticas, literatura, música e outras que são presentes no contexto cultural e que, de forma criativa podem e devem ser melhor associadas ao Turismo.

Não apenas a cultura, mas também a natureza e a paisagem natural são elementos importantes e presentes na cidade. Existem parques urbanos e localidades na zona rural com amplo potencial de melhor aproveitamento de seus apelos naturais. Exemplo disso são os Pesque e Pague e as chácaras de lazer.

A paisagem rural mescla áreas preservadas de remanescentes do cerrado com as lavouras e as pastagens com criação de gado. O ecoturismo não é um segmento competitivo para Trindade – se comparado a outros destinos regionais e nacionais; mas os elementos de natureza do município podem ampliar a estadia

dos visitantes, estimular a melhor integração dos produtores rurais ao Turismo, e por conseguinte, melhorar as opções de operação.

Assim, as atividades ligadas à natureza, como é o caso do **ciclismo** são estratégicas. Estas já acontecem com certa frequência gerando um movimento da população local e de cidades vizinhas, por meio das rotas no município. Uma das mais conhecidas e que tem um bom apelo regional é o Caminho do Pai, que liga Trindade ao Caminho de Cora, na cidade de Goiás. Trata-se de atrair a atenção de um público potencial e crescente, diferente daquele mais tradicional do Turismo Religioso. Incentivar as atividades ligadas à natureza, por meio do cicloturismo é uma estratégia inteligente para dinamizar a oferta usando estruturas e serviços já existentes em Trindade.

Não muito diferente do segmento de natureza, é estratégico também o turismo ligado ao meio rural, usando de elementos, atividades e estruturas típicos da ruralidade para também ampliar as estadias dos turistas religiosos, conquistar novos consumidores, sobretudo das cidades vizinhas da região metropolitana de Goiânia que conta com mais de 2 milhões de pessoas.

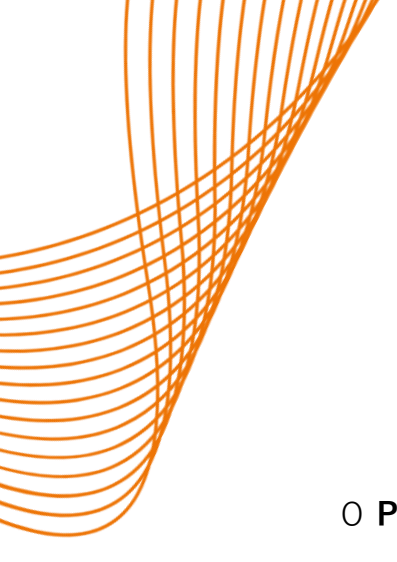
Existem sítios e fazendas muito próximos do núcleo urbano que podem oferecer atividades típicas do mundo rural, como passeios, contato com a gastronomia rural, experiências com animais e com o manejo da terra e outras atividades de lazer que são de interesse de um público crescente que tem buscado os espaços rurais para mais contato com a natureza e para o lazer e descanso.

PARTE 7



CONSIDERAÇÕES FINAIS





7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O **Plano Municipal de Turismo de Trindade**, traçado para o período de 2023-2032 apresenta um direcionamento estratégico para o Turismo do município, sob a gestão da administração pública, com organização, incentivos e parcerias com a iniciativa privada, entidades, instituições e a sociedade civil organizada.

A construção participativa deste Plano demonstrou e confirmou a necessidade de aproximação de todos os elos da cadeia de valor do Turismo e engajamento dos moradores para a discussão e formulação de políticas públicas que propiciem benefícios à população local, e favoreçam o desenvolvimento sustentável do Turismo no município.

O Turismo em Trindade é movido pela fé e devoção no Divino Pai Eterno, mas através deste planejamento concluiu-se que o município apresenta outros elementos importantes e atrativos para o turismo, como a ruralidade, a gastronomia, a cultura, a hospitalidade do Trindadense, o jeito Goiano de ser e os diversos eventos organizados pelo município. Todos esses elementos organizados a partir de estratégias adequadas podem ampliar a atratividade turística do município, propiciando maior fluxo de visitantes, mais desenvolvimento através do Turismo e melhorar a experiência do turista.

Porém, sabe-se que a transformação, reconhecimento e consolidação de um destino turístico demandam tempo, recursos, dedicação e esforços conjuntos. Há grandes desafios a se enfrentar para que ocorra a efetivação de todos os aspectos mencionados em produtos turísticos competitivos. O cenário é positivo, pois há estrutura, atrativos, vontade e força da governança para implementar as ações apresentadas neste Plano, a fim de alcançar os objetivos traçados, e que para isto ocorrer, o presente Plano deverá ser normatizado, de modo a garantir a

perpetuação das atividades propostas, o envolvimento de todo o Trade Turístico e a melhoria da estrutura, equipamentos e serviços do Turismo no município bem como da qualidade de vida da população local.

E na perspectiva do mercado turístico, Trindade urge por se posicionar, se fazer comunicar, através de uma marca turística forte, que deve ter foco no Turismo Religioso, mas que também traduza sua identidade, seus valores e a imagem que quer vender e se fazer perceber, e a partir disso definir suas estratégias de promoção e marketing.

Por fim, espera-se que este Plano e as 116 metas apresentadas no documento, seja de fato o instrumento norteador das ações, tanto na gestão municipal – em suas diversas esferas – quanto do trade turístico, governança local, lideranças, comunidades e parceiros para a busca do objetivo comum que pode ser traduzido nos seus elementos estratégicos – missão, visão e valores – para o Turismo do município de Trindade, que traz como principal objetivo o desafio de oferecer experiências marcantes baseadas no Turismo Religioso e suas vertentes, de maneira colaborativa, sustentável e autêntica valorizando a fé e devoção do romeiro no Divino Pai Eterno associada à cultura, ao meio ambiente e o ao empreendedorismo local. E como visão de futuro, a instigante meta de se tornar o melhor destino de Turismo Religioso do Brasil, até 2032.

Há muito trabalho a ser feito, mas inspirados e movidos pela fé a colheita será certa!

8. REFERÊNCIAS

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Modelo DTI Brasil: Manual metodológico** / Brasil. Ministério do Turismo. Brasília-DF, 2022.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Regionalização**: institucionalização da instância de Governança Regional. Brasília, 2019.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Elaboração do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional**. Brasília – DF, 2007.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Catálogo de Soluções Tecnológicas para DTIs** / Brasil. Ministério do Turismo. Brasília-DF, 2022.

CASTORIADIS, C. Réflexions sur le “debveloppement”et la “rationalité”. In **Domaines de l’home – Les carrefours du labyrinth II**. Paris: Seul (Edição brasileira: contida em As encruzilhadas do Labirinto II – os domínios do homem; Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1987.

DRUCKER, Peter F. **Introdução à Administração**. 3. ed. São Paulo: Pioneira, 1998.

FECOMÉRCIO SP. Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do São Paulo. **Turismo projeta crescimento superior a 50% para 2023**. FECOMERCIO SP, 2022. Disponível em: <https://www.fecomercio.com.br/noticia/turismo-projeta-crescimento-superior-a-50-para-2023#:~:text=Em%202023%2C%20a%20expectativa%20para,cartela%20de%20viagens%20dos%20consumidores>. Acesso em janeiro de 2023.

GOIÁS. Goiás Turismo. **Plano Estratégico Goiás Turismo 2019 – 2022**. Governo de Goiás. Goiânia, 2019. Disponível em: <https://www.turismo.go.gov.br/files/planatualizado.pdf> . Acesso em janeiro de 2023.

GOIÁS (estado). Lei n. 21.052 de 15 de julho de 2021. **Institui a Política Estadual de Turismo de Base Comunitária no Estado de Goiás e dá outras providências**. Goiânia, GO: Leis Estaduais, 2021.

GOIÁS (estado). Lei n. 17.204 de 24 de novembro de 2010. **Dispões sobre a instituição de diretrizes para o turismo religioso no Estado de Goiás**. Goiânia, GO: Diário Oficial, 2010.

GOIÁS (estado). Lei n. 20.449 de 22 de abril de 2019. **Altera a lei. Nº 16.479 de 10 de fevereiro de 2009, que institui da Política Estadual de Desenvolvimento do Turismo Rural**. Goiânia, GO: Diário Oficial, 2019.

GOIÁS. **Planejamento estratégico (2020-2023)**. Goiânia: Goiás Turismo. Disponível em: <https://www.turismo.go.gov.br/files/Plan2022-1.pdf>. Acesso em janeiro de 2023.

IPHAN. INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. **Patrimônio Imaterial – GO**. Brasília, 2014. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/590> . Acesso em janeiro de 2023.

ONU – ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Objetivos para o Desenvolvimento Sustentável**. Brasília – DF, 2023. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs> . Acesso em janeiro de 2023.

PARANÁ. SECRETARIA DE ESTADO DO ESPORTE E DO TURISMO. **Orientações para Gestão Municipal do Turismo. Guia Prático para Dirigentes Públicos Municipais de Turismo**. Curitiba-PR, 2017. O papel da igr

SOUZA, M. L. de. **Os conceitos fundamentais da pesquisa socioespacial**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2013.

WTTC. World Travel & Tourism Council. **Travel & Tourism Economic Impact 2021**. 2021.

WTTC. WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL. **Brazil: 2022 Annual Research: Key Highlights**. 2022.



PREFEITURA
TRINDADE
Para você. Com você.

programa
turismo 4.0
Goiás



GOIÁS
TURISMO



É POR
VOCÊ
QUE A
GENTE
FAZ.