DECRETO Nº3.261, DE 19 DE MARÇO DE 2025

Torna público e aprova o Plano Municipal de Turismo e o planod e marketing do Município de Carneirinho/MG e dá outras providências.

Willian Martins Maia, Prefeito do Município de Carneirinho, Estado de Minas Gerais, no uso de suas atribuições legais...

CONSIDERANDO as legislações vigentes do turismo sobe a Lei nº1.796, de 12 de dezembro de 2023;

CONSIDERANDO a reunião do Conselho Municipal de Turismo - COMTUR realizada no dia 19 de março de 2025, às 8:00hrs na Rua Antonio das Graças Oliveira, 400 – Secretaria Municipal de Cultura e Turismo, que aprovou o Plano Municipal de Turismo e o Plano de Marketing do Município de Carneirinho/MG;

D E C R E T A:

Art. 1º - Fica publicado e aprovado o Plano Municipal de Turismo do Município de Carneirinh/MG, e, o Plano de Marketing anexo I parte integrante deste Decreto.

Art. 2º - Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação, revogando-se as disposições em contrário.

Prefeitura Municipal de Carneirinho, 19 de março de 2025.

Publique-se, registre-se e arquive-se.

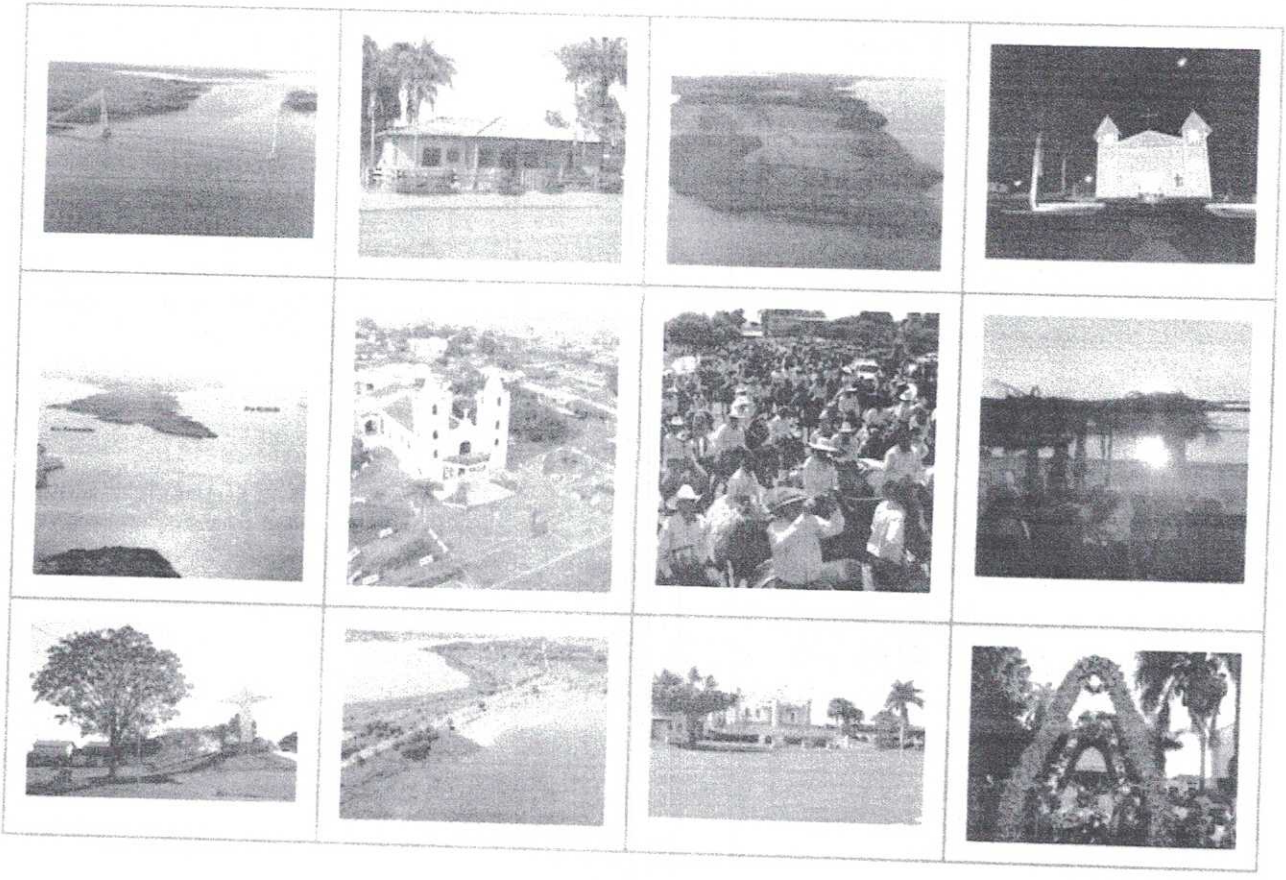
Willian Martins Maia
Prefeito Municipal

Registrado no livro próprio, publicado por afixação no local de costume nesta Prefeitura, na data supra.

Neide Ferreira de Souza
Assessora de Gabinete I

Plano Municipal de Turismo

Carneirinho



2025 **2029**

Prefeitura de Carneirinho

Sumário

1. Introdução
2. Procedimentos metodológicos
3. Matriz fofa
4. Diagnostico do município
4.1-Informações sobre o Município
4.2- Localização Geográfica
4.3-História
4.4-Cultura
4.5-Turismo
4.6-Aspectos Físicos
4.7-Economia
4.8-Educação
4.9-Esporte
4.10-Saúde
5. Planejamento estratégico local
5.1-Missão
5.2-Visão
5.3-Princípios Norteadores
5.4-Principais atribuições
6. Levantamento de dados
6.1- Fluxos Turísticos atuais para a economia do turismo do Município
6.2-Principais problemas do Turismo local e regional
7. Direcionamento estratégico
7.1-Objetivos Gerais
7.2-Objetivos Específicos
8. Programas estratégicos
8.1-Capacidade Turística
8.2-Educação Turística
8.3-Eventos Turísticos
8.3.1-Calendário de eventos local e regional
9. Cronogramas de ações 2025 – 2029
10. Estimativa orçamentária

11. Considerações finais
12. Ficha técnica
13. Referência bibliográfica
14. Anexo: plano de marketing

1. Introdução

Estamos apresentando o Plano de Inventário de Turismo de Carneirinho, com levantamento dos bens culturais e turísticoimportantes para a região.

São bens que certamente tem valor histórico, cultural, religioso e artístico para nossa gente, com potencial para o turismo.

Representam a identidade da região, e estão presentes em todo o território, e por isso a necessidade de levantamento para a proteção dos mesmosesua preparação para atender a demanda turística. O potencial turístico da nossa região ainda não foi despertado completamente, por isso ao fazer esse rastreamento esperamos descobrir e divulgar o melhor que o Município que tem, especialmente por ser o marco inicial de Estado de Minas Gerais.

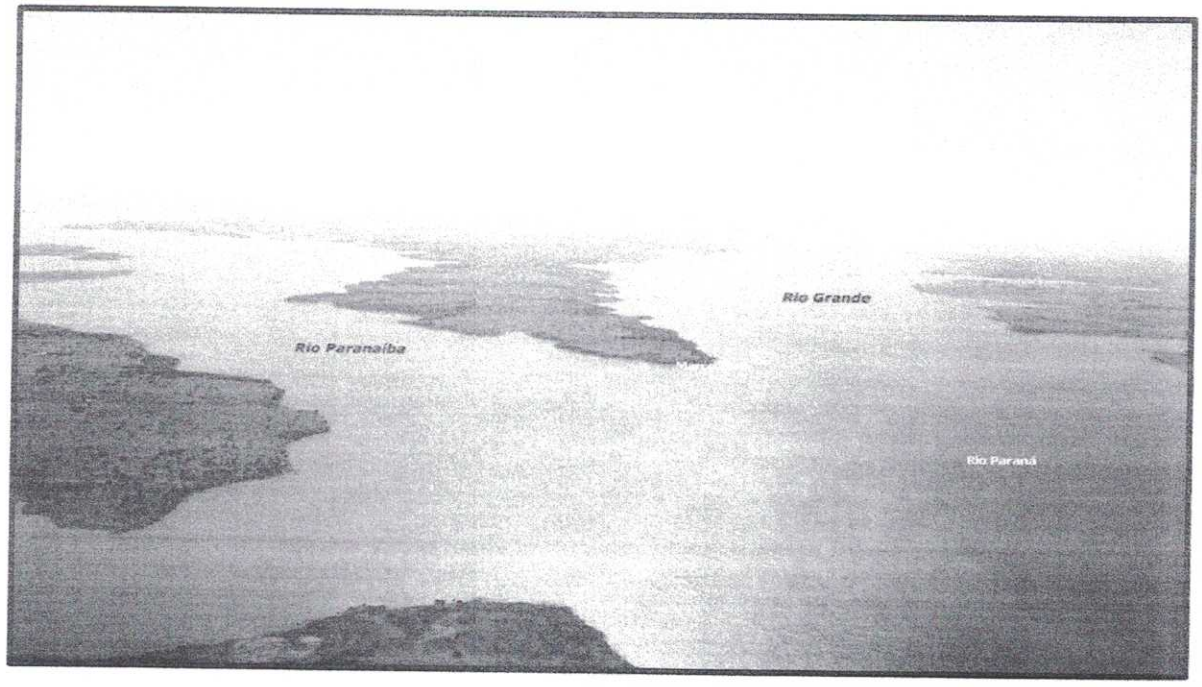
O Marco Zero de Minas é o principal atrativo do município, localizado no distrito de Fátima do Pontal, ser mais preciso, este marco está localizado no Pontal do Triângulo Mineiro, mais precisamente na Fazenda Pontal VR no distrito de Fátima do Pontal do Município de Carneirinho -MG

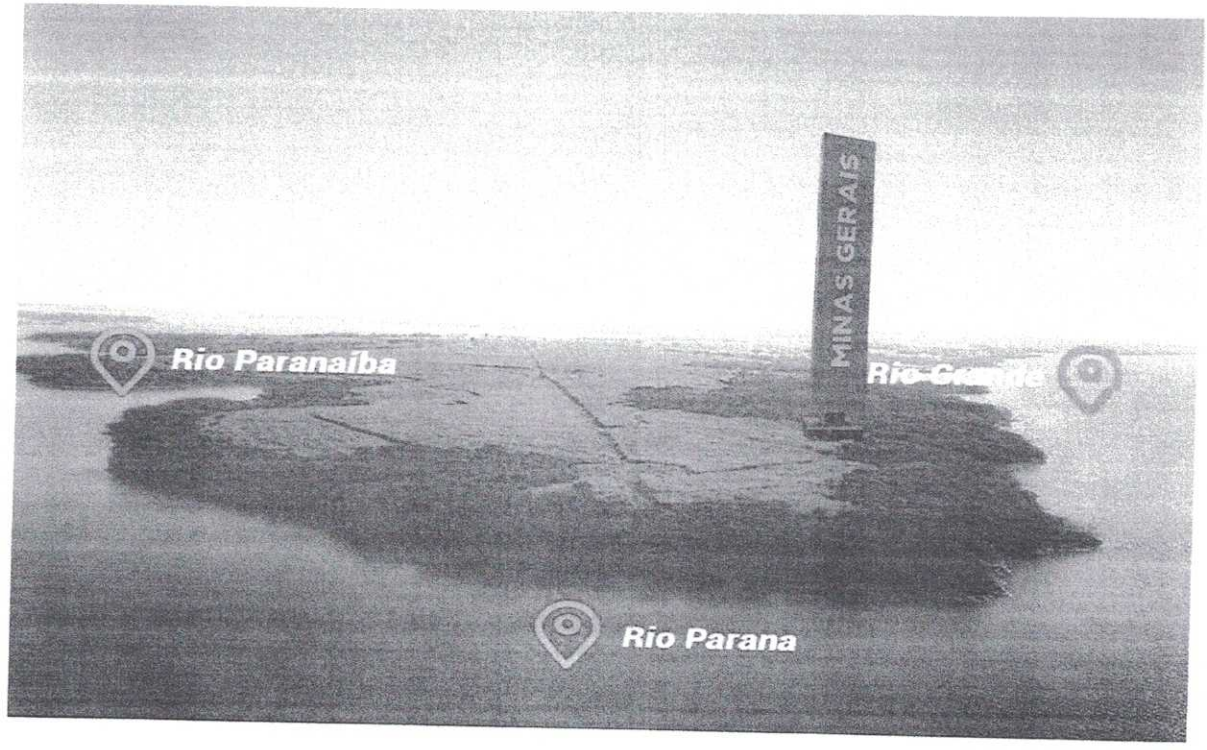
É no Marco Zero que podemos presenciar o encontro do Rio Grande, Rio Paranaíba e a formação do RioParaná. Construído de forma triangular com o nome dos 3 estados de divisa, foi posto no exato ponto da divisa de Minas Gerais com os estados de São Paulo e Mato Grosso do Sul.

Carneirinho está situado na confluência dos rios Grande e Paranaíba, no extremo oeste do estado, o município tem limites com Itajá (GO) a norte, Limeira do Oeste (MG) a nordeste, Iturama (MG) a leste, Populina, Mesópolis e Santa Albertina a sudeste, Santa Rita d'Oeste e Santa Clara d'Oeste (estas cinco em São Paulo) a sul e Aparecida do Taboado e Paranaíba (no Mato Grosso do Sul) a oeste.Composto por Carneirinho (sede) e pelos distritos de Fátima do Pontal, Estrela da Barra, São Sebastião do Pontal, o município ainda conta com as vilas Gracilândia e Aparecida do Paranaíba.

Localização geográfica - Área do Município: 2.068,46 km2.

Pertence à Instância de Governança Regional Associação do Circuito Turístico Rota do Triângulo desde de 2025integrando juntamente com outros municípios associados, com o objetivo de trabalhar de forma regionalizada na Política de Regionalização instituída pelo Governo Federal por meio do Ministério do Turismo, e, pelo Governo do Estado de Minas Gerais através da Secretaria do Estado de Cultura e Turismo.



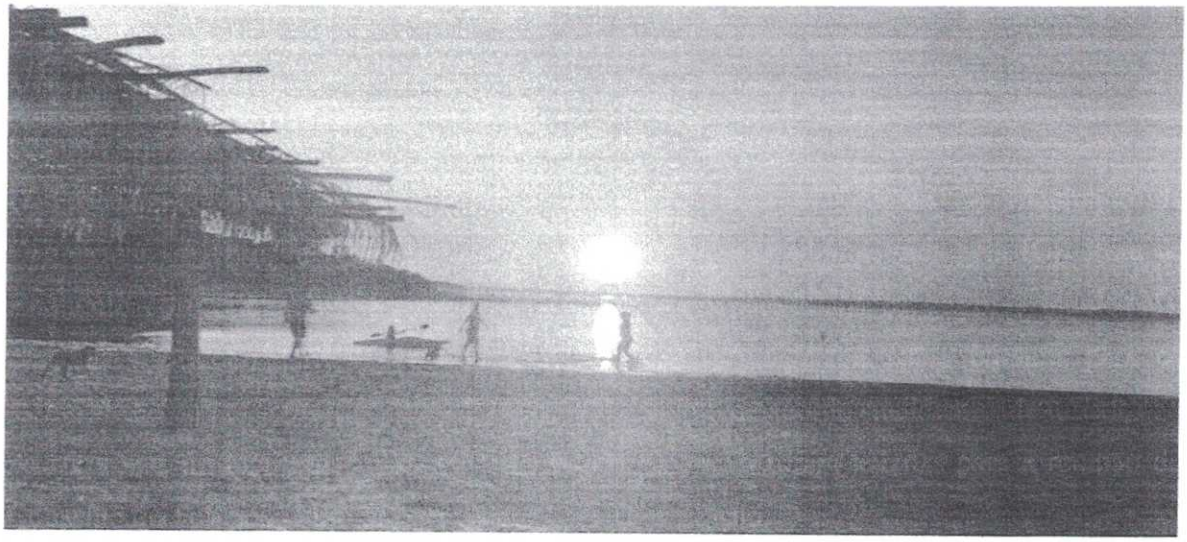


Marco zero de Minas Gerais

Minas começa aqui!

2. Procedimentos Metodológicos

O Procedimento para a elaboração/construção do Plano Estratégico do Município de Carneirinho –MGfoi, inicialmente, um curso de capacitação administrada pela IGR Rota do Triângulo com o objetivo de nivelar o conhecimento para todos os gestores municipais, comuma metodologia de organização participativa, estratégias e ações comuns para os associados e outras áreas especificas para cada município de acordo sua identidade turística.
As diretrizes do Plano discutidas no curso de capacitação foram levadas para a reunião do Conselho de Turismo- Comtur para construção e formatação.



Prainha do Distrito de Estrela da Barra

4. **Matriz FOFA**

ANÁLISE INTERNA	
FORÇAS	**FRAQUEZAS**
. O Marco Zero de Minas é o principal atrativo do município- ponto da divisa de Minas Gerais com os estados de São Paulo e Mato Grosso do Sul. Uma potencialidade do turismo no município . Encontro entre os Rios Grande e Rio Paranaiba, formando o Rio Paraná, sendo local de grande potencial turístico para eventos aquáticos, pesca esportiva e outros. .Possui uma variedade de festas, que consegue atrai durante o ano todo visitantes para o município; • Possui variedades de atrativos naturais; • Possui uma pousada, casas de campos e restaurantes que atende à demanda dos munícipes, dos viajantes e turistas; • Município fica perto do centro de cidades turísticas.	Possui dificuldade de orientação para chegar nos pontos turísticos, como ex. os cemitérios rurais, rios, Marco Zero de Minas Gerais e outros locais. . Preparação dos espaços para receber os turistas • Falta de capacitação por parte dos comerciantes locais; • Apesar de haver vários tipos de festas, estas são especificas e tem o seu tempo de acontecer, deixando a cidade nos dias "normais" sem fluxo de visitantes; • Desconhecimento sobre turismo local; • Falta estruturação dos potenciais atrativos; • Falta envolvimento da comunidade; • A funcionalidade restrita dos bancos, pois não se consegue tirar dinheiro aos feriados e finais de semana.
ANÁLISE EXTERNA	
OPORTUNIDADES	**AMEAÇAS**
• Possui lugares com pontos turísticos; • Há uma ação de implantação de uma trilha ecológica localizado no patrimônio inventariado na comunidade vizinha • Implantação de um Centro Cultural com oficinas musicais, literárias e artísticas; • Possui um calendário de eventos • Produção de produtos artesanais; • Possui convênio com o Circuito Turístico	Pouca movimentação no final de semana, ou seja, há pouco o que se fazer na cidade, preferindo assim os visitantes se deslocar a outra cidade; • Capacitação profissional limitada; • Falta de manutenção e limpeza dos bens e atrativos culturais; • Ausência de zoneamento turístico.

do Triangulo • Apoio da SETUR-MG via ICMS Turístico	

5. Diagnóstico do Município

5.1 Informações sobre o Município

Altitude Carneirinho- 422 m

Clima Carneirinho-Clima tropical com estação seca (Classificação climática de Köppen-Geiger: Aw)

População no último censo [2022] 9.422 pessoas

População estimada [2024] 9.630 pessoas

Densidade demográfica [2022]

4,57 habitantes por quilômetro quadrado

5.2 Localização Geográfica

Coordenadas geográficas Carneirinho

Latitude: -19.6885, Longitude: -50.6957

19° 41′ 19″ Sul, 50° 41′ 45″ Oeste

Superfície Carneirinho 206.332 hectares

2.063,32 km²

Altitude Carneirinho- 422 m

Clima Carneirinho -Clima tropical com estação seca (Classificação climática de Köppen-Geiger: Aw)

5.3 História

O Senhor Francisco Carneiro Leão, sua esposa Senhora Maria Ferreira e seu filho Juvenal Carneiro Leão, chegaram ao Brasil, fugindo da perseguição que sofriam no exterior, por ocasião das guerras. Eles eram de origem alemã e sangue judeu. Aqui chegando, fixaram na região do Córrego da Moeda, perto do Lajeado, hoje Itapagipe, naquela época, município de Frutal. Ali, o senhor Francisco adquiriu grandes glebas e criou muito gado. A região ficou conhecida como Fazenda Moeda. Juvenal Carneiro Leão, desde jovem ajudou seu pai na fazenda e nas viagens que fazia de carro de boi, comercializando produtos que buscava em Uberaba para vender na região. Cresceu, e casou-se em 1854 com sua prima Rita Carneiro

Leão e teve cinco filhos. Uma de suas filhas, Rita Maria de Jesus, casou-se com José Rodrigues de Queiroz e nasceu Juvenal José de Queiroz em 02/10/1882. Em 1908, Juvenal casou-se com Ana Maria de Lima. Após alguns anos de casados, vieram a residir na Fazenda Bom Sucesso, de sede muito grande, com rego d'água, monjolo, engenho de madeira para moer cana, e muita fartura. Ali nasceram seus filhos, e foi onde tudo começou para a formação da pequena cidade de Carnerinho.

Em 1930 foi aberta na região uma estrada de terra, estrada boiadeira, para transportar o gado que vinha de Mato Grosso, passava pelo Porto Alencastro e ia para Barretos no Estado de São Paulo. Nessa mesma estrada, a região recebia mercadorias básicas para fornecer aos moradores das fazendas, como: sal, arame farpado, bebidas, etc. que vinham em carro de boi e tropas de cavalos.

As pessoas que viajavam nessa estrada pernoitavam no Córrego do Frango, na Fazenda de Manoel Alvarenga, no Córrego da Mutuca, na Fazenda de Manoel Francisco Vilela, noCórrego da Ruivinha, na Fazenda de Antonio Severino Vilela, no Córrego Fundo, na Fazenda de João Cândido Rodrigues e também na pequena Santa Rosa, hoje Iturama. Uma vez por ano era feita uma viagem de carro de boi para Uberaba e Frutal, que duravam um mês de ida e volta. Essas comitivas que iam e vinham pelas estradas, levando gado para vender em Barretos e trazendo suplemento para as grades fazendas, durou por muitos anos, até que em 1958, começou a circular na região, os caminhões, sendo o Senhor Clarindo Alves de Queiroz o pioneiro nesse tipo de transporte na região.

Até 1935 a região não dispunha de comércio, cartório, médicos, tudo era muito distante. Os moradores desse pontal, tinham que viajar até São Francisco de Sales para registrar os filhos, batizar e casar no civil. Os casamentos religiosos aconteciam na visita que os padres faziam na região uma vez por ano.

Com a revolução de 1930, surgiu a primeira estrada de automóvel, eram cheias de curvas, pois evitavam arrancar as grandes árvores. O trajeto ia das margens do Rio Paranaíba, onde existia o Porto Alencastro, que atravessava na balsa quem vinha do Mato Grosso para Minas Gerais, até Frutal. Nessa época o comercio melhorou muito,pois os caminhões transportavam o gado para Barretos, mas também levavam produtos como porco, banha, queijo,ovos, milho e feijão para vender nos centros maiores.

Como o Pontal do Triângulo Mineiro faz divisa com outros estados, além de Mato Grosso, que foi o primeiro a adquirir a balsa para a travessia, nos outros estados de Goiás e São Paulo a travessia era feita por canoas e só depois foram construídas as Pontes do Rio Grande que liga o município de Iturama ao Estado de São Paulo e a Ponte Alencastro que liga Carneirinho ao Estado de Mato Grosso.

Por Volta de 1940, o senhor Marcondes Alves de Queiroz, filho de Juvenal José de Queiroz, proprietário da Fazenda Bom Sucesso, fundou a Casa Carneiro, que foi o primeiro ponto comercial da região, funcionava num cômodo da sede da fazenda. Esse local ficou sendo ponto de dos vizinhos das fazendas, que vinham de longe para fazer compras e também ouvir um rádio de três faixas à pilha que fora instalado na fazenda. Os programas que ouviam na época era o de Raul Torre, Florêncio e Mariano às 19 horas e às 20 horas o Repórter Esso.

Em 16/05/42 o estabelecimento foi ampliado com o estoque de tecidos, armarinhos, ferragens, que o Sr. Marcondes adquiriu da Casa Santa Rosa do Sr. Laudemiro Silva Rosa, do Distrito de Santa Rosa.

Em 1944, foi construído um cômodo especial para o comércio, a Casa Carneiro, tendo como sócio o Sr. Clarindo, que adquiriu um caminhão Chevrollet para trazer mercadorias de São Paulo. Com o comércio só crescendo, foi necessário a compra de mais um caminhão e em 1948 a Casa Carneiro foi transferida para uma nova sede, mais espaçosa para atender melhor os fregueses. O sucesso comercial desse estabelecimento era muito grande, e seus proprietários diversificavam suas atividades, em 1947, fundou o Bom Sucesso Futebol Clube, e em 1950 adquiriu instrumentos para formar uma Orquestra, que era composta de violino, bateria, cavaquinho, pandeiro, violão e acordeom. Os músicos eram: José Caetano Rolindo, Joaquim Anacreto Filho, Albertino Caetano Rolindo, Alberto Elias Gonçalves, Jaime Ferreira, Augusto Ferreira e Pedro Gaspar (dentista).

A capelinha foi inaugurada em 27/12/1951, na fazenda Bom Sucesso, foi com o trabalho e a ajuda dos moradores da região, hoje na sede da fazenda só resta uma cruz, q fica no pátio frontal da fazenda, que faz divisa com o bairro centro. . A venda denominada "Os Carneiros"era ponto de encontro das famílias que além de fazer compras, ouvir rádio, ver e ouvir a orquestra, jogar e assistir os jogos de futebol, na visita periódica que o padre fazia, acontecia os batizados, casamentos e assistiam as missas.

Os fazendeiros se reuniam e mantinham um professor que nem sempre era formado, bastava saber ler, escrever e fazer contas, para dar aulas em espaços adaptados nas casas para essa função.

Em 04/12/1951 o Sr. Marcondes conseguiu em uma audiência com o Dr. Jucelino Kutitschek, governador do Estado de Minas Gerais, a doação de uma escola Pública Rural para a Fazenda Bom Sucesso, que só foi inaugurada em 18/09/1954 com a ajuda da comunidade local, pois a verba liberada pelo governo não deu. A escola recebeu o nome de Escola Estadual Rodrigues Alves e posteriormente, Escola Estadual Bom Sucesso em homenagem aos Senhores José Rodrigues de Queiroz e José de Lima. O prédio era constituído de uma sala de 4x6,5 m, uma área coberta de 5x6,5 m e uma residência para o responsável pelo estabelecimento, nessa época o primeiro professor, Sr. Benevenuto Martins Maia.O Sr. Marcondes Alves de Queiroz e sua esposa Ana Urzedo de Queiroz, vendo a necessidade daquele povo em residir perto da escola e do comércio, decidiram em 15/11/1954 a fundar o povoado de Carnerinho, e já em 10/12/1954, foram iniciados os trabalhos de demarcação do loteamento feito por José Gomes Cabral. Esse trabalho durou de 1955 até 1958.

O nome que recebeu "Carneirinho", foi pelo fato da família ter nos seus antepassados o nome de Carneiro e também pelo fato do Sr. Juvenal e Dona Ana Maria de Lima terem 10 filhos, os quais eram chamados de "os carneirinhos".

Para se formar o povoado, houve incentivo às primeiras famílias que construíssem suas casas ali, ganhavam o lote. E a região foi crescendo e se desenvolvendo. O primeiro telefone veio em 1963 e funcionava na pensão do Sr. Zequinha, a energia elétrica em 1971.

O Sr. Marcondes Alves de Queiroz presidiu também a comissão pró criação do Distrito de Carneirinho. Foi promulgada pelo prefeito Alcides Roberto Barbosa, a Lei nº 546 de 30/03/1966 após ser aprovada pela Câmara de Vereadores.

A primeira Igreja Católica do Município foi construída em 1960 com donativos conseguidos por uma comissão que se organizou em prol da construção, e em 03/09/1962 foi celebrada a primeira missa pelo Padre João Maria Valim com o prédio ainda inacabado.

O primeiro registro de nascimento foi realizado em 16/06/1966 e o primeiro casamento em 06/08/1966.

A região continuou a se desenvolver e a lutar por uma emancipação política. Passou a dispor de Bancos, destacamento policial, laticínio, retransmissor de televisão e vários comércios que faziam a região crescer. Durante todos esses anos participou ativamente da política da sede, Iturama, elegendo vários filhos da terra como vereadores, presidentes de partidos e vice-prefeito.

O município de Carneirinho, foi criado pela Lei Estadual de nº 10.704 de 27 de abril de 1992, no mandato do Governador Helio Garcia.

Carneirinho é um municipio brasileiro do estado de Minas Gerais, na microrregião de Frutal. Sua população estimada em 2016 era de 10.030 habitantes segundo o IBGE. A área é de 2063,315 km² e a densidade demográfica, de 4,59 hab./km².

Situado na confluência dos rios Grande e Paranaíba, no extremo oeste do estado, o município tem limites com Itajá (GO) a norte, Limeira do Oeste (MG) a nordeste, Iturama (MG) a leste, Populina, Mesópolis e Santa Albertina a sudeste, Santa Rita d'Oeste e Santa Clara d'Oeste (estas cinco em São Paulo) a sul e Aparecida do Taboado e Paranaíba (no Mato Grosso do Sul) a oeste.

Composto por Carneirinho (sede) e pelos distritos de Fátima do Pontal, Estrela da Barra, São Sebastião do Pontal, o município ainda conta com as vilas Gracilândia e Aparecida do Paranaíba.

Em sua malha viária, o município é cortado pela BR 497 a qual liga-o aos municípios de Iturama (MG) e Paranaíba (MS), além de estradas municipais como a liga-o ao Município de Limeira d'Oeste e as ligam a sede aos distritos. Existem também portos hidroviários ativos que ligam o distrito de Estrela da Barra ao Município de Santa Albertina (SP) e o distrito de Fátima do Pontal ao Município de Santa Clara d'Oeste (SP).

O solo do município é predominantemente Latossolo Vermelho Amarelo, com textura média. As vegetações predominantes são, o cerrado de cultivo e mata atlântica de planalto.

O relevo é 30% plano, 69% ondulado e 1% montanhoso. O local de máxima altitude do município localiza-se na Parada do Angico é fica a 507 metros acima do nível do mar. Já o local de mínima altitude localiza-se na Fazenda Barreiro a é fica a 321 metros acima do nível do mar.

Na economia o município se destaca na pecuária de corte e leite, e na produção de açúcar e bioeletricidade. Produção de amendoim, coco da Bahia. Pitaia, abacaxi e outros

5.4 Cultura

O município de Carneirinho foi emancipado em 1992, mais sua gente é pioneira na formação e desbravamento do Pontal do Triangulo Mineiro. Já em 1930 esse sertão começava a ganhar moradores que fizeram história até hoje continua na memória dos descendentes que aqui permanecem. São muitos os bens que devem estar guardados por ai, onde tudo começou. Ao fazer o levantamento dos bens, com as visitas iremos descobrindo e registrando tudo sobre a cultura.

Aspectos positivos:

- Presença de atividade artesanal típica.
- Existência de culinária típica – doces, queijos e receitas tradicionais;
- Manifestações religiosas no destino – Quermesses, Procissões, Semana Santa.
- Presença de grupos artísticos de manifestação popular tradicional, com destaque para a Folia de Reis, Capoeira, Catira e outros
- Existência de bens tombados e registrados como Patrimônio Histórico;
- Presença de órgão da administração local com atribuição de incentivar o desenvolvimento da cultura – Secretaria Municipal de Cultura e Turismo;
- Existência de projeto para implementação de turismo cultural, com destaque para os roteiros que estão sendo desenhados.
- Políticas Municipais de Preservação e Proteção do Patrimônio Cultural;
- Preservação doMeio ambiente.
- Conselho Municipal de Turismo - COMTUR.
- Fundo Municipal de Turismo - FUMTUR.
- Turismo de Eventos
- Turismo Religioso.
- Turismo de Agronegócio.
- Festas tradicionais.
- Existência de entidades e associações relativas ao turismo e cultura.
- Cozinha mineira em seus pratos.
- Potencial para turismo em áreas rurais.
- Existência de uma secretaria específica para a Cultura e Turismo;

5.5 Turismo

O turismo de Carneirinho, busca estabelecer uma infraestrutura de apoio turístico, que entra como facilitador no processo de desenvolvimento da atividade no município.

A elaboração de um Plano Estratégico, voltado para o desenvolvimento turístico e cultural de Carneirinho tem por finalidade fazer com que todas as esferas, pública, privada, sociedade civil, terceiro setor possa interagir com as instituições de ensino em prol de um mesmo objetivo que é fazer com que o município possa ser uma instância que venha cumprir o seu papel como órgão gestor municipal. Diante dos efeitos produzidos pelo turismo, o planejamento da atividade se faz necessário tanto para acelerar e maximizar os efeitos positivos, quanto, e principalmente, para que os efeitosnegativos sejam mitigados.

Torna-se necessário, portanto, que a atividade esteja convenientemente organizada em termos de exploração dos recursos turísticos e de prestação dos serviços necessários ao atendimento dos visitantes, tanto quanto que o governo esteja em permanente articulação com a

comunidade, impulsionando a atividade e reconhecendo sua importância para, assim, elegê-la como prioridade de trabalho.
Após a execução do planejamento a cidade, estará apta a desenvolver roteiros que atendam às necessidades dos turistas, gerando um fluxo interessante e promovendo a sua sustentabilidade, proporcionando melhorias na infraestrutura local e regional.

Atrativos:

- Existência de atrativos naturais para os quais há fluxo turístico, tais como: pequenos córregos para pesca de lazer
- Evidência de conservação ambiental do entorno dos principais atrativos naturais indicado.
- Presença de atrativos culturais com fluxo turístico, dos quais foram indicados como principais:Quermesse de em louvor a Nossa Senhora Aparecida e São Sebastião.
- Evidência de conservação urbanística do entorno dos principais atrativos culturais indicados, com a preservação das ruas com calçamento em espaço paralelepípedo;
- Existência de eventos programados que atraem turistas, entre os quais: Festa de Santos Reis, Semana Santa, Festa de Peão (Expocar), Cavalgadas, Festa Junina da Comunidadeda Ruivinha, Festa em honra a São Sebastião, Peregrinação de Santa Rita de Cássia para o Distrito de Alexandrita, Réveillon no Distrito de Estrela da Barra, Torneio de Pesca esportiva, Motocroos, Festas particulares organizadas.
- O Marco Zero de Minas é o principal atrativo do município- ponto da divisa de Minas Gerais com os estados de São Paulo e Mato Grosso do Sul. Uma potencialidade do turismo no município
- . Encontro entre os Rios Grande e Rio Paranaíba, formando o Rio Paraná, sendo local de grande potencial turístico para eventos aquáticos, pesca esportiva e outros.

5.6 Aspectos Físicos

Carneirinho possui área de 2 061 quilômetros quadrados e densidade demográfica de 4,10 habitantes por quilômetro quadrado. Está situado a 470 metros de altitude em relação ao nível do mar, sendo que o relevo tem topografia caracterizada por superfícies planas ligeiramente onduladas, típicas da região do Planalto Central do Brasil. A temperatura média anual é de trinta graus centígrados. A precipitação pluvial média anual dos últimos dez anos é de 1 450 milímetros, com 120 dias de chuvas concentradas.
Situado na confluência dos rios Grande e Paranaíba, no extremo oeste do estado de Minas Gerais, o município tem limites com Itajá (GO) a norte, Limeira do Oeste a nordeste, Iturama a leste, Populina, Mesópolis e Santa Albertina a sudeste, Santa Rita d'Oeste e Santa Clara

d'Oeste (estas cinco em São Paulo) a sul e Aparecida do Taboado e Paranaíba (as duas últimas no Mato Grosso do Sul) a oeste. É o único município de Minas Gerais que faz divisa com o Mato Grosso do Sul. É o município brasileiro onde nasce o Rio Paraná, do encontro do Rio Paranaíba com o Rio Grande, nas coordenadas geográficas 20° 4'11.02"S e 50°59'57.60"O.
Tem como distritos Aparecida do Paranaíba "Barbosa", Estrela da Barra, Fátima do Pontal, Gracilândia e São Sebastião do Pontal.

5.7 Economia

A maior fonte de geração de emprego e renda na região são as Usinas de Álcool e Açúcar.
Há também a agroindústria artesanal que trabalha com derivados de leite, frutas, doces e etc. e são comercializados na própria comunidade.
A produção Têxtil trabalha com confecção de sacos, tendo três tecelagens sendo uma em Carneirinho, uma em São Sebastião do Pontal e uma em Fátima do Pontal.
O comércio do município é bem variado, supre as necessidades básicas da população, e o que falta é trazido de pólos maiores como Fernandópolis (SP), São Jose do Rio Preto(SP), Uberaba(MG) e Uberlândia(MG).

Aspectos positivos:

- Comércio variado;
- Grandes empresas instaladas no município, como Usina Coruripe de açúcar e álcool, Terral indústria de produção e distribuição comercial da água de coco embalada, Terra Coco.

5.8 Educação

Em 2010, a taxa de escolarização de 6 a 14 anos de idade era de 97,9%. Na comparação com outros municípios do estado, ficava na posição 369 de 853. Já na comparação com municípios de todo o país, ficava na posição 2237 de 5570. Em relação ao IDEB, no ano de 2023, o IDEB para os anos iniciais do ensino fundamental na rede pública era 5,9 e para os anos finais, de 4,6. Na comparação com outros municípios do estado, ficava nas posições 508 e 448 de 853. Já na comparação com municípios de todo o país, ficava nas posições 2578 e 3087 de 5570.

5.9 Esportes

O esporte tem grande importância em Carneirinho- MG, com destaque para o futebol, futebol de salão, bachttênis, vôlei, natação, torneios de pesca e outros, que há muito tempo conquista a comunidade local. Atualmente, diversos times participam dasmodalidades.As competições reúnem atletas de várias regiões, impulsionando o turismo e movimentando o município.

A prefeitura mantém há anos uma Escolinha de Futebol voltada para crianças, incentivando a iniciação esportiva desde cedo. Para atender os moradores, o município conta com quadras cobertas na área central, um ginásio poliesportivo e um campo de futebol e 1 quadra de bachttênis. Nos distritos e vilas também há quadras e campos disponível, garantindo acesso ao esporte para diferentes públicos.

5.10 - Saúde

A saúde no município de Carneirinho conta com Policlinica com atendimento de emergência, Unidades Básica de Saúde na sede e nos distritos. Os usuários contam com atendimento médico com 21 especialidades, possui ambulâncias e ambulâncias UTI para transferência de pacientes para atendimento em cidades vizinhas e centros maiores para especialidade de emergência.

A taxa de mortalidade infantil média na cidade é de 0 para 1.000 nascidos vivos. As internações devido a diarréias são de 0 para cada 1.000 habitantes.

5. Planejamento Estratégicolocal

5.1Missão

Desenvolver atividade turística auto-sustentável, valorizando os atrativos do município e o sentimento de valorização da localidade com grande retorno econômico e social para a comunidade.

A missão expressa a razão da existência deste plano, motivo de sua elaboração e a quem a sua execução pretende beneficiar.

5.2Visão

A melhor maneira de estudar e planejar o mercado turistico é por meio da sua segmentação, que é a técnica estatística que permite decompor a população em grupos homogêneos, e também a política de marketing que divide o mercado em partes homogêneas, cada uma com seus próprios canais de distribuição, motivações diferentes e outros fatores. Essa segmentação possibilita o conhecimento dos principais destinos geográficos e tipos de transporte, da composição demográfica dos turistas, como faixa etária e ciclo de vida, nível econômico ou de renda, incluindo a elasticidade-preço da oferta e da demanda, e da sua situação social,

como escolaridade, ocupação, estado civil e estilo de vida. O motivo da viagem, entretanto, é o principal meio disponível para se segmentar o mercado.

Os maiores segmentos desse mercado, por afluência de turistas, são: turismo de lazer; de negócios ou compras; de eventos (feiras, encontros e similares); terceira idade ou melhor idade; desportivo; ecológico; rural; de aventura; religioso; cultural; gastronômico; estudantil; familiar e de amigos; de saúde ou médico-terapêutico. Com isso, o núcleo receptor pode se preparar adequadamente para receber os diferentes públicos, atendendo os anseios e as necessidades específicas de cada nicho específico de turista. Portanto, não se pode tratar turista simplesmente como turista, pois os objetivos do turista de aventura são normalmente muito diferentes do turista de da terceira idade, assim como as suas necessidades de transporte, hospedagem, alimentação, lazer etc.

A segmentação traz enorme vantagem, como economia de escala para as empresas turísticas, aumento da concorrência no mercado, criação de políticas de preços e de propaganda especializada, e promoção de maior número de pesquisas científicas. O processo através do qual as localidades ou organizações do trade receptivo exploram oportunidades de mercado é muito diferente, para não dizer o inverso, daquele desenvolvido por operadoras, agências de viagens ou qualquer organização do trade emissivo.

No intuito de trabalhar dentro das diretrizes do Ministério do Turismo e da Secretaria de Estado de Cultura e Turismo de Minas Gerais, neste momento, novamente, será readotada a estratégia de segmentação da demanda potencial e da demanda efetiva, ligada a oferta turística existente do destino de Carneirinho.

5.3 Princípios Norteadores

- Criação da Secretaria Municipal de Turismo e Cultura e estruturas afins;
- Fortalecimento do turismo local e contribuição para o regional
- Fomentar o turismo com políticas públicas de cunho desenvolvimentista;
- Atuar na sensibilização, mobilização e na capacitação profissional;
- Desenvolver roteiros e guias locais;
- Ampliar os bancos de dados e implantar o sistema de publicidade e marketing local;
- Implantação de monumentos variados para visitação;
- Criação do calendário municipal de eventos de cunho cultural e de lazer.

5.4 Principais Atribuições

- Valorização do meio ambiente;
- Enriquecimento cultural;
- Incremento de postos emprego e renda;
- Circulação maior dos recursos nos municípios;
- Aumento da percepção de impostos;
- Capacitação profissional;
- Criação de momentos de lazer da população.

6. Levantamentos de Dados

O levantamento de dados do turismo local se faz pelo Inventário Turístico e outras fontes secundáriaspossibilitando obter algumas informações relevantes para a construção do plano

6.1 Fluxos turísticos atuais para a economia do turismo do município

Qual a origem dos turistas?	Qual o perfil deles?	O que fazem na região?
Regional	Jovens, idosos, crianças	Turismo de lazer; de negócios ou compras; de eventos (feiras, encontros e similares); terceira idade ou melhor idade; desportivo; ecológico; rural; de aventura; religioso; cultural; gastronômico Pesca esportiva e por lazer, passeios de lancha. Participar das festas tradicionais.

6.2. Principais problemas do turismo local e regional

Problemas enfrentados pelo turista	Problemas enfrentados pelos prestadores de serviços turísticos	Problemas enfrentados pela gestão pública municipal
Falta de pavimentação e sinalização. Falta de Hotéis, restaurantes, cafés, lanchonetes e etc...	Falta de mão de obra. Falta de barcos para aluguel. Falta de treinamento e guias turísticos.	- Hospitalidade - Compromisso com desenvolvimento econômico - Qualidade ambiental - Qualidade de vida - Segurança- Pouca diversidade de produtos a serem ofertados. - Má Sinalização Turística. - Informalidade de equipamentos comerciais e turísticos. - Pouca divulgação e promoção do destino. - Desconhecimento de dados sobre o turismo no município. - Falta de visão e engajamento para sustentabilidade no turismo pelo empresariado. - Falta de informações turísticas. - Insuficiência no número de leitos para atendimento aos turistas e dificuldade de anuência para a capacitação/formação de funcionários para atuação nos estabelecimentos hoteleiros.

7. Direcionamento Estratégico

7.1. Objetivo Geral

• Capacitação constante dos diversos setores da cadeia produtiva do turismo.

• Conservação, valorização e difusão do patrimônio cultural, histórico e natural.

• Educação Turística.

• Parceria pública/privada entre os diversos setores (segurança, saúde, educação, meio ambiente, cultura e turismo).

• Regulamentação e fiscalização das atividades e empreendimentos turísticos.

• Sustentabilidade.

• Criação do Grupo de Rede.

7.2. Objetivos Específicos

Articulação e integração entre as entidades representativas do setor turístico e poder público.

Arranjo da cadeia produtiva do turismo para comercialização do destino.

Políticas públicas especificas para o setor turístico.

Preservação, valorização e desenvolvimento da cultura local.

Preservação, valorização e desenvolvimento do meio ambiente.

Infra-estruturas básica em todos os aspectos, eficiente, que garanta o atendimento das necessidades da comunidade e dos turistas.

Sensibilização da comunidade sobre a importância da atividade turística para o desenvolvimento e crescimento do município.

Segurança pública eficiente que garanta a tranqüilidade e integridade física do turista e qualidade de vida para os moradores.

Saúde pública eficiente que garanta atendimento das necessidades da comunidade e dos turistas.

Qualidade dos serviços prestados.

8. Programas Estratégicos

8.1. Capacitação Turística

• Capacitação do Gestor Municipal na Política de Regionalização do Turismo

• Capacitação do trade turístico nos meios de hospedagem, setor de alimentos, atendimento ao turista, eventos e outros afins.

• Qualificação profissional.

8.2. Educação Turística

• Projeto de educação turística, patrimonial e ambiental com alunos e professores das escolas municipais.

8.3. Eventos Turísticos

Festa de Santos Reis, Semana Santa, Festa de Peão (Expocar), Cavalgadas, Festa Junina da Comunidade da Ruivinha, Festa em honra a São Sebastião, Peregrinação de Santa Rita de Cássia para o Distrito de Alexandrita, Réveillon no Distrito de Estrela da Barra, Torneio de Pesca esportiva, Motocross, Ciclismo, Festas particulares organizadas.

8.3.1. Calendário de eventos local e regional

Folia de Reis – janeiro

Festa em honra a São Sebastião- Distrito de São Sebastião janeiro

Cavalgada - abril

Semana Santa – abril

Rodeio (Expocar) – abril

Festa Junina da Ruivinha - junho

Tapetes devocional – junho

Dia do Cristão- Festa Gospel– julho

Comemoração ao dia do Patrimônio - agosto

Aniversário da cidade – abril

Quermesse de Nossa Senhora Aparecida e São Sebastião – setembro

Motocross- setembro

A magia do Natal- dezembro

Visitação ao presépio- dezembro

9. Cronograma de Ações 2025-2029

9.1-Cronograma de Ação 2025

AÇÃO	RESPONSÁVEL	COMO SERÀ FEITA	METAS	PRAZO		CUSTO	PARCEIRO	RESULTADO ESPERADO
				INI	TE			
Capacitação dos gestores	Setor de Cultura e Turismo	Participação em cursos, oficinas e reuniões com o TRD e a SECULT	Participar de 100% do que for oferecido	Fev	Dez	12.500,00	TRD SECULT	A realização de um trabalho de qualidade; O atendimento adequado às propostas
Capacitação do trade turístico	Setor de Cultura e Turismo	Confecção e distribuição de apostilas	Atingir 50% do trade até o final do ano de 2025	Jun	Set.	3.600,00	COMTUR	Melhorar o atendimento aos turistas; Dar mais segurança ao setor de turismo;
Educação turística, patrimonial e ambiental	Setor de Cultura e Turismo	Realizar palestras, oficinas e material de apoio para alunos e professores	Atingir 20% do público alvo, a cada ano	Mai	Out	1.600,00	Professores e diretores das escolas públicas	Informar Divulgar Conscientizar Conquistar parceiros
Sinalização turística	Setor de Cultura e Turismo	Levantamento dos locais de instalação Elaboração do projeto conceitual	Concluir 100% da proposta até o final de 2025.	Jun	Ago	3.000,00	COMTUR	Promover o acesso ao destino escolhido
Roteiros Turísticos	Setor de Cultura e Turismo	Apresentação da proposta aos parceiros Levantamento dos roteiros trekking e	Concluir 60% da proposta até dez	Abr	Dez	2.500,00	COMTUR TRD Setor de Esportes Grupo Expediçõ es	Diversificar a oferta turística

		ciclismo					Escolas e comunidades rurais	
Festival Gastronômico música e cultura	Setor de Cultura e Turismo	Elaboração do projeto Elaborar individualmente cada proposta Firmar parcerias	100%	Mar	Nov	15.000,00	TRD COMTUR ACIAPE	Fortalecer o turismo Criar alternativas de renda Promover o município na região e no estado.
Feirinha de artesanato e gastronomia	Setor de Cultura e Turismo	Reunir com os parceiros Elaborar a proposta	Concluir 100% do planejamento até o final de 2025	Mar	Nov	12.000,00	COMTUR Ass. dos Artesãos Ass. Comunitárias Comunidade Músicos apoiados pela LAB	Fortalecer o turismo Criar alternativas de renda Promover o município na região e no estado.
Construção de Salão de Eventos	Setor de Cultura e Turismo	Elaborar o projeto Iniciar a obra	Executar 60% da obra até outubro	Fev	Out	350.000,00	Setor de engenharia	Infraestrutura para eventos, encontros, festivais
Apoiar iniciativas: Pedal Cavalgadas Marcha para Jesus Festa do Padroeiro	Setor de Cultura e Turismo	Acolher as propostas Participar da execução; Conceder apoio financeiro e de logística.	Executar 100% da proposta até dez de 2025	Fev	Dez	200.000,00	TRD Grupos organizados da comunidade	Apoiar a s iniciativas da população Promover o turismo regionalizado.

Promoção turística, como: Marco Zero de Minas é o principal atrativo do município. . Encontro entre os Rios Grande e Rio Paranaíba, formando o Rio Paraná, sendo local de grande potencial turístico para eventos aquáticos, pesca esportiva e outros.	Setor de Cultura e Turismo	Divulgar através do Instagram e face book, o Turismo em Carneirinho	Executar 100% da proposta até dez de 2025	Fev	Dez	3.000,00	Setor de Comunicação; COMTUR	Fortalecer o turismo Promover o município na região e no estado.
Manter atualizado o INVITUR e calendário de eventos	Setor Municipal de Turismo	Atualizar dados sobre os atrativos e trade local e informar no portal da SECULT	Manter 100% atualizadas as informações	Mar	Dez	1.500,00	A comunidade	Oferecer informações corretas e atualizadas
Divulgação do museu	Setor Municipal de Turismo	Fazer vídeos para divulgação nas redes sociais Criar um marketing do museu	Executar 100% da proposta	Fev	Dez	2.000,00	Setor de comunicação da prefeitura COMTUR	Tornar o museu mais conhecido; Incentivar a visitação;
Elaborar o Plano de Marketing para os	Setor Municipal de Turismo	Fazer a análise da situação atual; Planejar	Executar 100% da	Mai	Jul	5.200,00	TRD	Organizar o trabalho do Setor; Dar suporte para as

quatro anos		estratégias e ações para efetivar as propostas; Criar um cronograma de divulgação dos atrativos; Capacitar a equipe do Setor de Turismo	propos ta até o dezem bro de 2025					propostas dos quatro anos
Criação de Slogan e Logomarca	Setor de Cultura e Turismo	Promover concurso, com premiação, para criação de Slogan e Logomarca que identifique Carneirinho como turística, através das redes sociais.	Conclu ir 100% até dez.	Jul	Set	2.000,00	Setor de Comunic ação; Escolas;	Fortalecer o turismo Promover o município na região e no estado.
Construir a identidade visual do município	Setor Municipal de Turismo	Confecção de material gráfico; mapa dos atrativos. Atualizar o Banco de Fotografias	Execut ar 100% da propos ta até dez de 2025	Ago	Dez	5.000,00	Setor Municipal de Comunic ação e TRD	Tornar Peçanha mais conhecida; Conquistar turistas; Valorizar o potencial do município.
Promoção turística	Setor de Cultura e Turismo	Divulgar através do Instagram e facebook,	Execut ar 100% da propos ta até dez de 2025	Fev	Dez	3.200,00	Setor de Comunic ação; COMTUR	Fortalecer o turismo Promover o município na região e no estado.

9.2- Cronograma de Ação 2026

AÇÃO	RESPONSÁVEL	COMO SERÀ FEITA	METAS	PRAZO		CUSTO	PARCEIRO	RESULTADO ESPERADO
				IN	TER			
Capacitação dos gestores	Setor de Cultura e Turismo	Participação em cursos, oficinas e reuniões com o TRD e a SECULT	Participar de 100% do que for oferecido	Fev	Dez	10.000.00	TRD SECULT	A realização de um trabalho de qualidade; O atendimento adequado às propostas
Capacitação do trade turístico	Setor de Cultura e Turismo	Confecção e distribuição de apostilas	Atingir 50% do trade até o final do ano de 2026	Jun	Set.	10.000.00	COMTUR	Melhorar o atendimento aos turistas; Dar mais segurança ao setor de turismo;
Educação turística, patrimonial e ambiental	Setor de Cultura e Turismo	Realizar palestras, oficinas e material de apoio para alunos e professores	Atingir 20% do público alvo, a cada ano.	Maio	Out	3.500,00	Professores e diretores das escolas públicas	Informar Divulgar Conscientizar Conquistar parceiros
Sinalização turística	Setor de Cultura e Turismo	Execução com a instalação das placas	100%	Jun	Ago	4.000.00	SETOR DE OBRAS COMTUR	Promover o acesso ao destino escolhido
Realizar festivais Gastronômico música...	Setor de Cultura e Turismo	Implementar as propostas	Executar o projeto após a pandemia	Mar	Nov	18.000.00	COMTUR Ass. dos Artesãos Ass. Comunitárias Músicos apoiados pela LAB	Fortalecer o turismo; Criar alternativas de renda; Promover o município na região e no estado.

Feirinha Mensal de artesanato e gastronomia	Setor de Cultura e Turismo	Reunir com os parceiros Divulgar Realizar	Concluir 100% da proposta até o final de 2026	Mar	Nov	12.000,00	COMTUR Ass. dos Artesãos Ass. Comunitárias Comunidade Quilombola Músicos apoiados pela LAB	Fortalecer o turismo Criar alternativas de renda Promover o município na região e no estado.
Apoiar iniciativas: Pedal Encontro de motociclistas Motocross Cavalgadas Marcha para Jesus Festa dos Santos tradicionais	Setor de Cultura e Turismo	Acolher as propostas Participar da execução; Conceder apoio financeiro e de logística.	Executar 100% da proposta até o final do ano	Fev	Dez	15.000,00	TRD Grupos organizados da comunidade Setor de Esportes	Apoiar a s iniciativas da população; Promover o turismo regionalizado.
Apoiar a participação de grupos de manifestações Culturais em eventos regionais	Setor de Cultura e Turismo	Conceder apoio financeiro e de logística.	Executar 100% da proposta até o final do ano	Jan	Dez	10.000,00	TRD Grupos organizados da comunidade Secretaria de Administração	Apoiar a s iniciativas da população; fortalecer o turismo; promover o turismo regionalizado.
Realizar e/ou apoiar eventos turísticos	Setor de Cultura e Turismo	Planejar Apoiar/ Executar	Executar 100% da proposta até o final do ano	Jan	Dez	15.000,00	Secretaria de Administração Secretaria de Agricultura	Fortalecer o turismo local Promover o turismo regionalizado.
Construção de auditório	Setor de Cultura e Turismo	Concluir a obra	Executar 40% da obra até setembro	Fev	Set	72.000,00	Setor de engenharia	Infraestrutura para eventos, encontros, festivais...

Qualificar atrativos	Setor de Cultura e Turismo	Mantendo os acessos, o paisagismo e a limpeza.	Executar 100% da proposta ao longo do ano.	Jan	Dez	12.000,00	Setor de obras	A satisfação do turista
Promoção turística	Setor de Cultura e Turismo	Divulgar através do Instagram e facebook, a cidade Filmagem aérea do município e filmagem dos atrativos com o slogan: "o que fazer em Carneirinho"	Executar 100% da proposta até dez de 2026	Fev	Dez	4.000,00	Setor de Comunicação COMTUR	Fortalecer o turismo Promover o município na região e no estado.
Manter atualizado o INVITUR e calendário de eventos	Setor Municipal de Turismo	Atualizar dados sobre os atrativos e trade local e informar no portal da SECULT	Manter 100% atualizadas as informações	Mar	Dez	1.500,00	A comunidade	Oferecer informações corretas e atualizadas

9.3 - Cronograma de Ação 2027

AÇÃO	RESPONSÁVEL	COMO SERÀ FEITA	METAS	PRAZO		CUSTO	PARCEIRO	RESULTADO ESPERADO
				INI	TE			
Capacitação dos	Setor de Cultura e	Participação em cursos,	Participar de 100%	Fev	Dez	10.00,00	TRD SECULT	A realização de um

gestores	Turismo	oficinas e reuniões com o TRD e a SECULT	do que for oferecido					trabalho de qualidade ; O atendimento adequado às propostas
Capacitação do trade turístico	Setor de Cultura e Turismo	Confecção e distribuição de apostilas	Atingir 50% do trade até o final do ano de 2023	Jun	Set.	3.500.00	COMTUR	Melhorar o atendimento aos turistas; Dar mais segurança ao setor de turismo;
Educação turística, patrimonial e ambiental	Setor de Cultura e Turismo	Realizar palestras, oficinas e material de apoio para alunos e professores	Atingir 20% do público alvo, a cada ano	Maio	Out	5.000.00	Professores e diretores das escolas públicas	Informar Divulgar Conscientizar Conquistar parceiros
Qualificar os atrativos	Setor de Cultura e Turismo	Mantendo os acessos, o paisagismo e a limpeza	Executar 100% da proposta ao longo do ano.	Jan	Fev	10.000.00	Setor de obras	A satisfação do turista
Festivais: Gastronômico, música com artistas locais	Setor de Cultura e Turismo	Planejar os eventos Firmar parcerias Divulgar	Executar o projeto 100% da proposta até o final do ano.	Mar	Nov	25.000.00	TRD COMTUR ACIAPE	Fortalecer o turismo; Criar alternativas de renda; Promover o município na região e no

		Executar						estado.
Realizar mensalmente a feirinhas de artesanato e gastronomia	Setor de cultura e turismo	Reunir com os parceiros Planejar a proposta Divulgar Executar	Executar o projeto em 100%	Mar	Nov	36.000,00.	COMTUR Ass. dos Artesãos Ass. Comunitárias Músicos do município	Fortalecer o turismo Criar alternativas de renda promover o turismo regionalizado.
Apoiar iniciativas: Pedal Encontro de motociclistas Motocross Cavalgadas Marcha para Jesus Festa tradicionais	Setor de cultura e turismo	Acolher as propostas Participar da execução Conceder apoio financeiro e de logística	Executar 100% da proposta até o final do ano	Fev	Dez	20.000,00	TRD Grupos organizados da comunidade Setor de esportes	Apoiar a s iniciativas da população ; Promover o turismo regionalizado.
Apoiar a participação de grupos da comunidade em eventos regionais	Setor de Cultura e Turismo	Conceder apoio financeiro e de logística.	Executar 100% da proposta até o final do ano	Jan	Dez	14.000,00	TRD Grupos organizados da comunidade Secretaria de Administração	Apoiar as iniciativas da população Promover o turismo regionalizado.
Realizar e/ou apoiar eventos turisticos	Setor de Cultura e Turismo	Planejar Apoiar/ Executar	Executar 100% da proposta até o final do ano	Jan	Dez	100.000,00	Secretaria de Administração Secretaria de Agricultura	Fortalecer o turismo; Promover o turismo regionalizado.
Criação de novos produtos turisticos	Setor de cultura e turismo	Incentivar a população rural a ofertar seus produtos	Executar 70% da proposta até o final do ano.	Jan	Dez	30.000,00	TRD COMTUR Ass. comunitárias e agricultura familiar Proprietários	Fortalecer o turismo; Ciar alternativas de renda; Promover

		aos turistas					rurais	o turismo regionaliz ado.
Promoção turística	Setor de Cultura e Turismo	Divulgar através do Instagram e facebook, a cidade e distritos	Executar 100% da proposta até dez de 2027	Fev	Dez	5.000.00	Setor de Comunicaçã o; COMTUR	Fortalecer o turismo Promover o município na região e no estado.
Manter atualizado o INVITUR e calendário de eventos	Setor Municipal de Turismo	Atualizar dados sobre os atrativos e trade local e informar no portal da SECULT	Manter 100% atualizada s as informaçõ es	Mar	Dez	5.000,00	A comunidade	Oferecer informaçõ es corretas e atualizadas
Perfil dos visitantes	Setor Municipal de Turismo	Elaborar questioná rio; Realizar pesquisas durantes eventos mais significati vos para conhecer melhor os visitantes	Realizar 100% da proposta	Jan	Dez	5.000.00	Setor de Comunicaçã o COMTUR	Conhecer melhor o visitante, sua expectativ a sobre o município e traçar seu perfil.

9.4 -Cronograma de Ação 2028

AÇÃO	RESPONSÁV EL	QUANDO SERÀ FEITA	METAS	PRAZO		CUSTO	PARCEIRO	RESULT ADO ESPERA DO
				INI	TER			
Capacitaçã o dos gestores	Setor de Cultura e Turismo	Participaç ão em cursos, oficinas e	Participar de 100% do que for	Fev	Dez	12.000,00	TRD SECULT	A realização de um trabalho de

		reuniões com o TRD e a SECULT	oferecido					qualidade: O atendimento adequado às propostas
Capacitação do trade turístico	Setor de Cultura e Turismo	Confecção e distribuição de apostilas	Atingir 50% do trade até o final do ano de 2028	Jun	Set.	10.000,00	COMTUR	Melhorar o atendimento aos turistas; Dar mais segurança ao setor de turismo;
Educação turística, patrimonial e ambiental	Setor de Cultura e Turismo	Realizar palestras, oficinas e material de apoio para alunos e professores	Atingir 20% do público alvo, a cada ano	Mai	Out	5.000,00	Professores e diretores das escolas públicas	Informar Divulgar Conscientizar Conquistar parceiros
Festivais: gastronomia música regional	Setor de Cultura e Turismo	Elaboração do projeto Elaborar individualmente cada proposta Firmar parcerias	Executar o projeto 100% da proposta até o final do ano.	Mar	Nov	35.000,00	TRD COMTUR ACIAPE	Fortalecer o turismo; criar alternativas de renda; promover o município na região e no estado.
Realizar mensalmente a feirinhas de artesanato e gastronomia	Setor de Cultura e Turismo	Reunir com os parceiros Planejar a proposta	Executar o projeto em 100%	Mar	Nov	36.000,00	COMTUR Ass. dos Artesãos Ass. Comunitárias Músicos do município	Fortalecer o turismo; criar alternativas de renda; promover o turismo regionalizado.
Apoiar iniciativas: pedal	Setor de Cultura e	Acolher as propostas	Executar 100% da	Fev	Dez	500.000,00	TRD	Apoiar as comunidades rurais

encontro de motociclistas Motocross cavalgadas Marcha para Jesus Festa de Santo padroeiros	Turismo	; Participar da execução; Conceder apoio financeiro e de logística.	proposta até o final do ano				Grupos organizados da comunidade Setor de Esportes	fortalecer o turismo criar alternativas de renda promover o turismo regionalizado.
Apoiar a participação de grupos de Carneirinho em eventos regionais	Setor de Cultura e Turismo	Conceder apoio financeiro e de logística.	Executar 100% da proposta até o final do ano	Jan	Dez	20.000.00	TRD Grupos organizados da comunidade Secretaria de Administração	Apoiar as iniciativas da população ; fortalecer o turismo; promover o turismo regionalizado.
Realizar e/ou apoiar eventos turísticos	Setor de Cultura e Turismo	Planejar Apoiar/ Executar	Executar 100% da proposta até o final do ano	Jan	Dez	100.000.00	Secretaria de Administração Secretaria de Agricultura	Fortalecer o turismo; promover o turismo regionalizado.
Criação de novos produtos turísticos	Setor de Cultura e Turismo	Incentivar a população rural a ofertar seus produtos aos turistas	Executar 70% da proposta até o final do ano.	Jan	Dez	12.000.00	TRD COMTUR Ass. comunitárias e agricultura familiar fazendeiros	Fortalecer o turismo; criar alternativas de renda; promover o turismo regionalizado.
Promoção turística	Setor de Cultura e Turismo	Divulgar através do Instagram e facebook, a cidade de Carneirinho e distritos Alimentar o banco de fotografias	Executar 100% da proposta até dez de 2028	Fev	Dez	5.000.00	Setor de Comunicação COMTUR	Fortalecer o turismo Promover o município na região e no estado.

Manter atualizado o INVITUR e calendário de eventos	Setor Municipal de Turismo	Atualizar dados sobre os atrativos e trade local e informar no portal da SECULT	Manter 100% atualizadas as informações	Mar	Dez	5.000,00	A comunidade	Oferecer informações corretas e atualizadas

9.5 -Cronograma de Ação 2029

AÇÃO	RESPONSÁVEL	COMO SERÀ FEITA	METAS	PRAZO		CUSTO	PARCEIRO	RESULTADO ESPERADO
				IN	TER			
Capacitação dos gestores	Setor de Cultura e Turismo	Participação em cursos, oficinas e reuniões com o TRD e a SECULT	Participar de 100% do que for oferecido	Fev	Dez	12.000,00	TRD SECULT	A realização de um trabalho de qualidade; O atendimento adequado às propostas
Capacitação do trade turístico	Setor de Cultura e Turismo	Confecção e distribuição de apostilas	Atingir 50% do trade até o final do ano de 2029	Jun	Set.	5.000,00	COMTUR	Melhorar o atendimento aos turistas; Dar mais segurança ao setor de turismo;
Educação turística, patrimonial e ambiental	Setor de Cultura e Turismo	Realizar palestras, oficinas e material de apoio para alunos e professores	Atingir 20% do público alvo, a cada ano.	Mai o	Out	4.500,00	Professores e diretores das escolas públicas	Informar Divulgar Conscientizar Conquistar parceiros
Sinalização turística	Setor de Cultura e	Execução com a	100%	Jun	Ago	10.000,00	SETOR DE	Promover o acesso ao

	Turismo	instalação das placas					OBRAS COMTUR	destino escolhido
Realizar festivais Gastronômico música...	Setor de Cultura e Turismo	Implementar as propostas	Executar o projeto	Mar	Nov	60.000,00	COMTUR Ass. dos Artesãos Ass. Comunitárias Músicos apoiados pela LAB	Fortalecer o turismo; Criar alternativas de renda; Promover o município na região e no estado.
Feirinha Mensal de artesanato e gastronomia	Setor de Cultura e Turismo	Reunir com os parceiros Divulgar Realizar	Concluir 100% da proposta até o final de 2029	Mar	Nov	4.800,00	COMTUR Ass. dos Artesãos Ass. Comunitárias Músicos apoiados pela LAB	Fortalecer o turismo Criar alternativas de renda Promover o município na região e no estado.
Apoiar iniciativas: Pedal Motocross Cavalgadas Marcha para Jesus Festa dos padroeiros de cada comunidade	Setor de Cultura e Turismo	Acolher as propostas; Participar da execução; Conceder apoio financeiro e de logistica.	Executar 100% da proposta até o final do ano	Fev	Dez	500.000,00	TRD Grupos organizados da comunidade Setor de Esportes	Apoiar a s iniciativas da população; Promover o turismo regionalizado.
Apoiar a participaçã o de grupos da região em eventos	Setor de Cultura e Turismo	Conceder apoio financeiro e de logistica.	Executar 100% da proposta até o final do ano	Jan	Dez	25.000,00	TRD Grupos organizados da comunidade Secretaria de Administr	Apoiar a s iniciativas da população; fortalecer o turismo; promover o

regionais							ação	turismo regionalizado.
Realizar e/ou apoiar eventos turísticos	Setor de Cultura e Turismo	Planejar Apoiar/ Executar	Executar 100% da proposta até o final do ano	Jan	Dez	150.000,00	Secretaria de Administração Secretaria de Agricultura	Fortalecer o turismo local Promover o turismo regionalizado.
Construção de auditório	Setor de Cultura e Turismo	Concluir a obra	Executar 40% da obra até setembro	Fev	Set	0,00	Setor de engenharia	Infraestrutura para eventos, encontros, festivais...
Qualificar atrativos	Setor de Cultura e Turismo	Mantendo os acessos, o paisagismo e a limpeza.	Executar 100% da proposta ao longo do ano.	Jan	Dez	15.000,00	Setor de obras	A satisfação do turista
Promoção turistica	Setor de Cultura e Turismo	Divulgar através do Instagram e facebook, a região Filmagem aérea do município e filmagem dos atrativos com o slogan: "o que fazer em Carneirinho"	Executar 100% da proposta até dez de 2029	Fev	Dez	50.000,00	Setor de Comunicação COMTUR	Fortalecer o turismo Promover o município na região e no estado.
Manter atualizado	Setor Municipal de Turismo	Atualizar dados sobre os	Manter 100% atualizada	Mar	Dez	2.500,00	A comunidade	Oferecer informações corretas e

INVITUR e calendário de eventos		atrativos e trade local e informar no portal da SECULT	s as informaç ões					atualizadas

10. Estimativa Orçamentária

TIPO DE DESPESA	ELEMENTO DE DESPESA	ESTIMATIVA R$
DESPESAS DE CUSTEIO	Equipe Operacional Transporte, hospedagem e alimentação de viagem Material de consumo Outros serviços de terceiros	R$4.200.000,00 (2025 a 2029)
DESPESAS DE CAPITAL	Instalações Equipamentos Material permanente	R$ 1.500.000,00 (2025 a 2029)

11. Considerações finais

O Plano Estratégico de Turismo foi construído de forma colaborativa, capitaneado pela Secretaria Municipal de Cultura e Turismo com a participação dos representantes das Secretarias do Poder Executivo e do COMTUR - Conselho Municipal de Turismo, do Circuito Turístico Rota do Triangulo, que através de olhares diferentes, contribuiu de forma positiva e ampla, norteando a elaboração do trabalho, constituindo-se em um importante instrumento para o fomento e o desenvolvimento do turismo de Carneirinho.

Este trabalho pretende desenvolver o Turismo no município.

Diante destas perspectivas, apresentamos o Plano de Turismo a ser desenvolvido e adaptado para melhor execução durante o desenvolvimento.

Carneirinho, 19 demarço de 2025

12. Ficha Técnica

Responsáveis pela elaboração do Plano:

Adenice de Fatima Garcia Silva
RenerConceição de Freitas
Leula Albina de Menezes

Secretaria Municipal de Cultura e Turismo
GeizaBrunca de Lima

Fotógrafo responsável:
Ygor Matheus dos SantosQueiroz

Secretaria Municipal de Cultura e Turismo
Conselho Municipal de Turismo
IGR Rota do Triângulo

13. Referência Bibliográfica

ASSOCIAÇÃO DO CIRCUITO TURÍSTICO ROTA DO TRIÂNGULO. Plano Estratégico de Turismo. 2022-2025

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. Programa de Regionalização do Turismo. Roteiros do Brasil. Elaboração do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional. 2008

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. Plano Estratégico de Marketing Turístico do Brasil. Experiências do Brasil.2014.

CARNEIRINHO. Plano Municipal de Cultura. 2009

14- Plano de Marketing

Documento elaborado a partir da oficina de Marketing oferecida pela IGR Rota do Triangulo a fim de nortear as ações de promoção da Secretaria de cultura e Turismo, para obtenção de resultados assertivos no desenvolvimento do turismo local e regional.

A referida oficina ofertada para os gestores municipais foram baseadas no plano estratégico, inventário turístico, no diagnóstico das potencialidades, análise swot do município no fortalecimento da atividade turística com a construção participativa dos associados.

No primeiro momento, foi oferecida uma oficina com o tema "A transformação digital no turismo e os desafios de criar conteúdo de qualidade". Em um segundo momento, ministrada uma consultoria colaborativa de marketing digital a fim de auxiliar os municípios associados a utilizarem as ferramentas sociais na promoção dos atrativos turísticos da região para que os mesmos se adaptem ao novo comportamento do consumidor, que utiliza a internet como instrumento de informação e tomada de decisões na hora de aquisição do produto ou serviço.

As etapas de trabalho foram divididas:

Etapa 01 | Diagnóstico e levantamento de dados

Formato: Reunião individual de 1 hora com cada gestor + Reunião coletiva por território para esclarecimento das dúvidas

Duração: 01 mês (30 dias) - Atendimento de 04 municípios por dia, de segunda a sexta-feira.

Atuação:

→ Análise da situação atual do município

→ Avaliação das forças e fraquezas internas e externas - Análise SWOT

→ Diagnóstico dos principais problemas do município

→ Levantamento de todos os atrativos do município - *Igrejas, patrimônios, bens naturais, eventos, estabelecimentos, etc.*

→ Levantamento das principais oportunidades de melhoria dos canais sociais para cada etapa melhorar a imagem turística do município

→ Criação dos canais oficiais do município

→ Construção da identidade visual do município (branding)

→ Definição dos canais, metas e estratégias a serem aplicadas

→ Suporte 24h a dúvidas pelo whatsapp

Entregas:

→ Relatório e diagnóstico inicial para stat do projeto

→ Análise SWOT

→ Passo a passo para criação das redes sociais dos municípios

Etapa 02 | Planejamento e elaboração do Calendário Editorial

Formato: Reunião individual de 1 hora com cada gestor

Duração: 01 mês (30 dias) - Atendimento de 4 municípios por dia, de segunda a sexta-feira.

Atuação:

→ Elaboração colaborativa de um calendário editorial de conteúdos para cada município com base nos levantamentos realizados anteriormente

→ Realizar um planejamento alinhado com os objetivos do município, entendendo a realidade dele e propondo ações e conteúdo que aproveitarão os diferentes formatos disponíveis nos canais a serem utilizados, exemplos: Feed, Stories, Reels, etc dando visibilidade.

→ Plano de ação para execução do calendário editorial planejado

→ Definição das ações para atração de visitantes, aumento no número de seguidores, engajamento nas redes sociais e promoção orgânica e/ou paga do município.

Entregas:

→ Calendário editorial de 2025

→ Plano de ação personalizado

Etapa 03 | Acompanhamento de resultados e adequações

Formato: Reunião individual de 1 hora com cada gestor

Duração: 01 mês (30 dias) - Atendimento de 4 municípios por dia, de segunda a sexta-feira.

Atuação:

→ Analisar o desempenho das campanhas propostas

→ Medir e documentar os resultados de seus esforços em marketing digital

→ Avaliar qual estratégia trouxe melhores resultados e adaptar o calendário editorial com base nesta análise

→ Criar relatório de marketing digital que destaque as principais estratégias e sucessos

→ Suporte 24h a dúvidas pelo whatsapp

→ Escopo do relatório

→ Resumo dos objetivos

→ Público alvo

→ Principais canais de marketing

→ Métricas em geral (nº de seguidores, nº de publicações e formatos, freqüência, melhores conteúdos, nº de acessos, nº de pessoas interessadas, etc...)

→ Orçamentos e futuros investimentos

Entregas:

→ Relatório completo dos 03 meses de trabalho

→ Lista de sugestões e idéias de conteúdos e ações personalizadas

Cronogramas de ações por 03 meses/2025:

→ Reunião individual com o gestor para levantamento de dados (1 hora)

→ Relatório e diagnóstico inicial para start do projeto + Análise SWOT

→ Passo a passo para criação das suas redes sociais

→ Reunião coletiva por território para esclarecimento das dúvidas (1 hora)

→ Reunião individual com o gestor para criação do calendário de conteúdo (1 hora)

→ Calendário editorial de 2025

→ Plano de ação personalizado

→ Reunião coletiva por território para esclarecimento das dúvidas (1 hora)

→ Reunião individual com o gestor para análise dos resultados e possíveis melhorias (1 hora)

→ Relatório completo dos 3 meses de trabalho

- → Lista de sugestões e idéias de conteúdos e ações personalizadas
- → Reunião coletiva por território para apresentação das idéias e percepções sobre a consultoria (1 hora)

Ações de Marketing a serem trabalhadas durante os anos de 2025 a 2029:

- → Criar, aprimorar e expandir as mídias sociais;
- → Inserir uma aba de turismo no site da Prefeitura com informações turísticas;
- → Criar materiais gráficos impressos e virtuais voltados para a promoção do destino;
- → Criar uma marca turística;
- → Realizar o concurso Sete Maravilhas, onde a população vai escolher os sete pontos mais significantes do município. E partir daí poderá se desmembrar em outras ações: sinalização, roteiros, souvenir e etc...;
- → Ampliar o banco de fotografias para divulgação;
- → Produzir vídeos curtos voltados para o turismo para divulgação e promoção;
- → Participar de eventos turísticos para promoção do seu destino;
- → Planejar e executar ações de promoção cooperada com outros municípios da IGR Rota do Triangulo.

O Plano de Marketing foi desenvolvido para harmonizar com os Programas propostos no Plano Estratégico; simples e objetivo, pautado em duas finalidades centrais e urgentes – impulsionar a visitação e aumentar a visibilidade do município.

No âmbito deste Plano a estratégia comunicar, interagir e inspirar por meio do marketing integrado é o elemento norteador na operacionalização e implantação das ações.