



DECRETO Nº 32, DE 28 DE FEVEREIRO DE 2023

“Ratifica a Resolução nº 03 de 07 de Dezembro de 2023 do Conselho Municipal de Turismo de Campo Florido/MG”.

O **PREFEITO DO MUNICÍPIO DE CAMPO FLORIDO**, no uso de suas atribuições que lhe são previstas no art. 66, inciso VI da Lei Orgânica, e

CONSIDERANDO que o Plano Municipal de Turismo e Marketing 2024- 2028 de Campo Florido MG foi aprovado por unanimidade, na terceira reunião ordinária, realizada aos 6 (seis) dias do mês de dezembro de 2023

CONSIDERANDO que Conselho Municipal de Turismo de Campo Florido/MG após a aprovação unânime expediu a Resolução nº 03 de 07 de dezembro de 2023, em que “Ratifica a aprovação do Plano Municipal de Turismo E Marketing 2024-2028 de Campo Florido MG”.

CONSIDERANDO o disposto no artigo 2º da Resolução nº 03 de 07 de dezembro de 2023.

DECRETA:

Art. 1.º Fica ratificada a Resolução nº 03 de 07 de dezembro de 2023, do Conselho Municipal de Turismo, que ratificou a aprovação do Plano Municipal de Turismo E Marketing-2024-2028 de Campo Florido MG, conforme Anexo Único.

Art. 2.º Os efeitos do presente decreto entram em vigor na data da sua publicação, para todos os fins legais.

Campo Florido, 28 de fevereiro de 2024; 85º Ano de Emancipação e 28º Gestão

RENATO SOARES DE FREITAS

RESOLUÇÃO Nº 03 DE 07 DE DEZEMBRO DE 2023

“Aprova o Plano Municipal de Turismo e Marketing – 2024-2028 do Município de Campo Florido MG.”

O CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO DE CAMPO FLORIDO –COMTUR, representado pelo seu Presidente Senhor Bruno Braga Fontes no uso de suas atribuições,

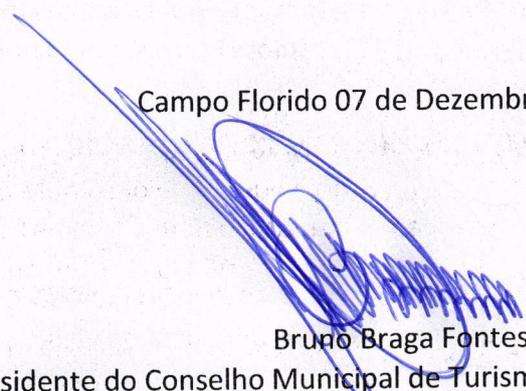
RESOLVE:

Art. 1º Fica aprovado o Plano Municipal de Turismo e Marketing relativo ao período de 2024-2028 do Município de Campo Florido/ MG, aprovado pela maioria do conselheiros presentes na terceira reunião ordinária realizada no dia 06 de dezembro de 2023, conforme plano anexo a esta resolução.

Art. 2º Esta resolução deverá ser encaminhada ao poder executivo para ratificação mediante decreto Municipal.

Art. 3º Os efeitos da presente resolução entram em vigor na data da sua publicação para todos os fins legais.

Campo Florido 07 de Dezembro de 2023

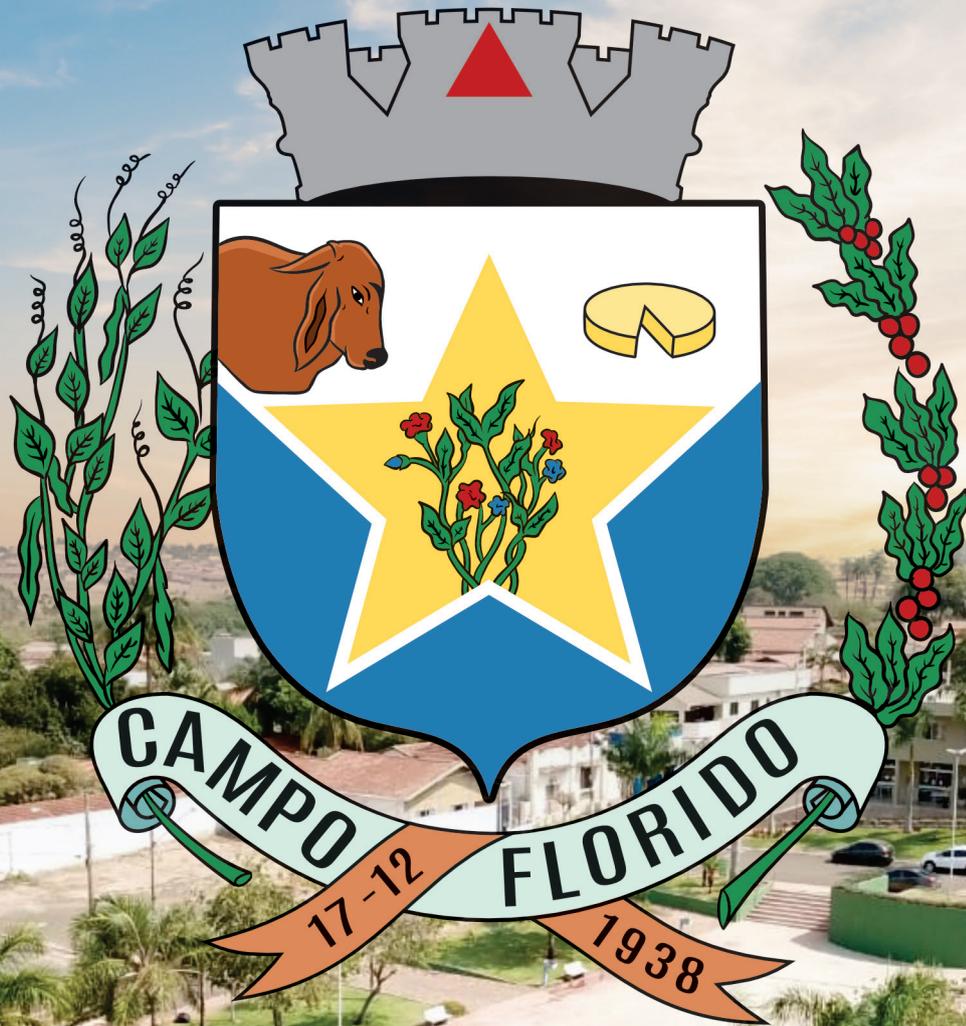

Bruno Braga Fontes
Presidente do Conselho Municipal de Turismo de Campo Florido MG
COMTUR

Anexo único



Rota do Triângulo
circuito turístico

PLANO MUNICIPAL DE TURISMO E MARKETING 2024 • 2028







PLANO MUNICIPAL DE
**TURISMO E
MARKETING**
2024 • 2028



SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	06
2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	07
3. FORMAÇÃO ADMINISTRATIVA	08
3.1 ADMINISTRAÇÃO MUNICIPAL	08
3.2 COMPOSIÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL	08
4. COMPOSIÇÃO DO COMTUR	09
5. BRASÃO	09
6. BANDEIRA	10
7. HINO	10
7.1 LETRA	11
8. HISTÓRIA	11
9. DIAGNÓSTICO DO MUNICÍPIO	12
9.1 INFORMAÇÕES SOBRE O MUNICÍPIO	12
9.2 LOCALIZAÇÃO GEOGRÁFICA	13
9.3 ASPECTOS FÍSICOS	13
9.4 TEMPERATURAS	13
9.5 CLIMA	13
9.5.1.1 RELEVO	13
9.5.1.2 ECONOMIA	14
9.5.1.3 COMPOSIÇÃO DO PIB	14
9.5.1.4 PIB PERCAPITA	14
9.5.1.5 ÍNDICE DE DESENVOLVIMENTO HUMANO (IDHM)	14
9.5.2.1 RECEITAS	14-15
10. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICOS	16
10.1 MISSÃO	16
10.2 VISÃO	16
10.3 PRIMÍCIAS BÁSICAS	16
10.4 PRINCÍPIOS NORTEADORES	16
10.5 PRINCIPAIS ATRIBUIÇÕES	16
11. CULTURA	16
11.1 RECURSO ATRATIVOS HISTÓRICOS CULTURAIS	17
11.2 PATRIMÔNIO HISTÓRICO CULTURAL	17-18
12. TURISMO	18
12.1.1 ATRATIVOS/RECURSOS TURÍSTICOS	18
12.1.2 NATURAIS	18
12.1.3 ESPORTIVO E NATURAL	19
12.1.4 RELIGIOSOS	20
12.1.5 RURAL NATUREZA E NEGÓCIOS	20
12.2.1 EVENTOS TURÍSTICOS	21-22
12.2.2 PRODUTOS ASSOCIADOS AO TURISMO	23

13. EDUCAÇÃO	24
14. ESPORTE	24
14.1 ESTRUTURA	24
14.2 MODALIDADES	25
14.3 CORRIDA DO “TIO RATO”	26
14.4 CAMPEONATO DE TRUCO	26
14.5 ESPORTE PRIVADO	27
15. SAÚDE	27
15.1 PRONTO ATENDIMENTO MUNICIPAL	27
15.2 UBS OTALIBA SIGNATO DE MELO	27
15.3 UBS ADELINO ALCEBÍADES FERREIRA	28
15.4 CENTRO DE ESPECIALIDADE	28
15.5 FARMÁCIA MUNICIPAL “OLGA MARIA MALUF MIZIARA”	28
16. MATRIZ FOFA	29
16.1 ANÁLISE INTERNA	29
16.2 ANALISE EXTERNA	30
17. LEVANTAMENTO DE DADOS	30
17.1 FLUXOS TURÍSTICOS ATUAIS PARA A ECONOMIA DO TURISMO DO MUNICIPIO	30
17.2 PRINCIPAIS PROBLEMAS DO TURISMO LOCAL E REGIONAL ...	31
18. DIRECIONAMENTO ESTRATÉGICOS	31
18.1 OBJETIVO GERAL	31
18.2 OBJETIVO ESPECÍFICOS	31
19. PROGRAMAS ESTRATÉGICOS	31
19.1 CAPACITAÇÃO TURÍSTICA	31
19.2 EDUCAÇÃO TURÍSTICA	32
19.3 CALENDÁRIO DE EVENTOS LOCAL E REGIONAL	32
19.4 PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS REGIONAL E NACIONAL	32
20. METAS	33
20.1 MONITORAMENTO	33
21. ANEXO I - CRONOGRAMA DE AÇÕES	32-38
22. INDICADORES DE IMPACTOS	34
23. ESTIMATIVA ORÇAMENTÁRIA	34
24. CONSIDERAÇÕES FINAIS	34
25. FICHA TÉCNICA	35
26. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	35
27. ANEXO II - PLANO DE MARKETING 2024-2028	39-41





1. INTRODUÇÃO

O turismo reflete o momento em que o cidadão reserva entre a sua jornada de trabalho para aproveitar seu tempo livre, embora seja de fundamental importância para a saúde mental e engajamento social, o tema trabalho sempre teve maior enfoque e estudos do que o tema descanso ou não trabalho na História em especial no Brasil.

O turismo vem se consolidando e se tornando de grande relevância tanto no aspecto cultural quanto econômico, pois, engloba diversas pessoas sedentas por viagens e ansiosas por descobertas e conhecer o novo, com diversos motivos e desejos seja para descanso, para retiro espiritual, negócios, networking, pesquisas, ou seja, independente da motivação o turismo move diversos setores.

Quando se aborda o tema, em níveis diferentes do país abre um leque de necessidades para que o destino se torne atrativo, a que se pensar em adaptação e reestruturação da infraestrutura, como mobilidade urbana, ampliação de redes hoteleiras, adaptação de bares, restaurantes, e estudos de impactos sociais e ambientais da atividade.

A História e o contexto do turismo no Brasil, é peculiar e muito diversificado devido a grande extensão territorial e o despertar para as potencialidades turísticas foram recentes, quando comparado por exemplo com o turismo Europeu.

O turismo emerge na Europa do século XIX caracterizando uma viagem oportunizada inicialmente aos mais abastados, os quais buscavam prazer, descanso, diversão, consumo e distinção, ou o que Eugen Weber coloca como “o prazer de dizer que tinham viajado” (1988: 216).

No Brasil, foi apenas nas primeiras décadas do século XX que o turismo organizado começou a funcionar, tendo como principal centro a cidade do Rio de Janeiro. Surgiram os primeiros guias, hotéis turísticos, órgãos oficiais e agências de viagem destinados prioritariamente a atrair e a receber turistas (2006: 80).

O turismo em Minas Gerais foi se intensificou diante do Programa de Regionalização do Turismo, idealizado e orientado pelo Ministério do Turismo (MTur), que trabalha a convergência e a interação de todas as ações desempenhadas pelo MTur com estados e municípios brasileiros. Seu objetivo principal é o de apoiar a estruturação dos destinos, a gestão descentralizada e a promoção do turismo no país, a partir de oito eixos estruturantes com vistas ao desenvolvimento regional.

Em Minas Gerais, a política pública de Regionalização do Turismo está em desenvolvimento desde o ano de 2001, e é referência para os demais estados brasileiros no que tange à gestão da atividade turística, seguindo as diretrizes do Programa de Regionalização do Turismo, estabelecido pelo MTur para as regiões turísticas. Os papéis e objetivos da Regionalização em Minas Gerais são focados na democratização da Política do Turismo, integração e participação social, no desenvolvimento sustentável, na descentralização do Turismo, inovação e articulação.

Em 2003, os Circuitos Turísticos foram institucionalizados por meio do Decreto 43.321, que considera o conjunto de municípios de uma mesma região, com afinidades culturais, sociais e econômicas que se unem para organizar e desenvolver a atividade turística regional de forma sustentável, através da integração contínua dos municípios, consolidando uma atividade regional. Em dezembro de 2006, após a institucionalização e mobilização dos Circuitos Turísticos, foi fundada a Federação dos Circuitos Turísticos de Minas Gerais (Fecitur), uma entidade de direito privado sem fins lucrativos, que tem como objetivo promover ações que consolidam o Programa de Regionalização do Turismo em Minas Gerais,



representando os interesses das Associações de Municípios de Circuitos Turísticos do Estado e estimulando a integração entre elas.

Além da articulação regional, a Política de Regionalização em Minas Gerais busca estar em contínuo alinhamento em âmbito federal, tendo em uma de suas principais ações o Mapa do Turismo Brasileiro, instrumento criado pelo Ministério do Turismo, que orienta a atuação no desenvolvimento das políticas públicas e define a área – o recorte territorial – que deve ser trabalhada prioritariamente pelo Ministério. Na sua última atualização (2022), o estado de Minas Gerais contou com 853 municípios e 48 regiões turísticas integrantes do Mapa.

Atualmente, por meio do Decreto nº 47.687 publicado em 2019, e da Resolução Secult nº16/2020, os Circuitos Turísticos são reconhecidos como Instâncias de Governança Regionais (IGRs), e, dessa forma, se tornam oficialmente executores, interlocutores e articuladores da descentralização e da regionalização do Turismo em Minas Gerais. No Caso de Campo Florido esta Instância de Governança é o Rota do Triângulo desde 2022

Outro fator importante foi o sancionamento da LEI Nº 22.765, DE 20 DE DEZEMBRO DE 2017 que institui a política estadual de turismo, com o objetivo de implementar mecanismos destinados ao planejamento, desenvolvimento e estímulo do setor turístico, bem como dispor sobre os prestadores de serviços turísticos no Estado.

Diante dessa abordagem entendemos que o turismo está em constante evolução no país e todos os municípios devem entender seu potencial turístico, para que se insira nas rotas e destinos vislumbrados pelo turistas dos diversos segmentos e origens.

No caso de Campo Florido, existe política pública com base na Lei 1533/2021 e 1443/2019 que criou o Conselho e o Fundo Municipal do Turismo, a elaboração do plano municipal de turismo norteará as ações da gestão municipal de forma participativa, respeitando os princípios da sustentabilidade econômica, ambiental, sociocultural e político institucional, prevendo a estruturação e qualificação dos envolvidos no processo para garantir o desenvolvimento e consolidação de um novo roteiro turístico que consequentemente trará desenvolvimento econômico, com geração de renda e inclusão social.

2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para elaboração do Plano Municipal de Turismo de Campo Florido, de início, foi realizado um curso de capacitação administrativa pelo IGR Rota do Triângulo com o objetivo de nivelar o conhecimento para todos os gestores municipais, com uma metodologia participativa, estratégias e ações comuns para os associados e outras áreas específicas para cada município de acordo com a identidade turística

O planejamento foi elaborado de forma participativa, com o envolvimento do poder público, da iniciativa privada e entidades ligadas ao setor de turismo e através do COMTUR (Conselho Municipal de Turismo), grupo de governança de turismo, além do mapeamento turístico realizado sob a coordenação SEBRAE- Microrregião de Uberaba/ Empresa Picada de Goiás e Cia Ltda



3. FORMAÇÃO ADMINISTRATIVA

3.1 ADMINISTRAÇÃO MUNICIPAL

O município de Campo Florido, tem formação administrativa formada por:

Prefeito: Sr. Renato Soares de Freitas

Vice-prefeito: Sr. Anizio Cairo de Sousa e

Departamentos composto por :

Gabinete do Prefeito: Guilherme Tomáz de Freitas

Administração: Adriano dos Anjos da Silva

Saúde: Alysson Eduardo da Silva

Assistência Social: Juliana Cançado Moraes

Educação e Cultura: Regina Márcia Castanheira Borges

Compras e Licitação: Alex Felix Amad

Recursos Humanos: Zuclei Vanilda de Carvalho

Contabilidade e Orçamento: Devanir Ribeiro Ferreira

Finanças: Maristela Vilela Ribeiro

Esporte, Lazer e Turismo: Douglas Sousa da Costa

Agricultura, Pecuária, Urbanismo e Meio Ambiente: Alex Eduardo Oliveira de Queiroz

Obras, Infraestrutura, Transporte e Serviços Públicos: Sérgio José Thomaz da Silva

3.2 COMPOSIÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO FLORIDO

Antônio Cesar Machado da Costa

Ariane Luiza da Silva

Gilson Cesar Povia

Marcelo Ribeiro Gonçalves

Moacir Quintilhano Oliveira

Paulo Antônio da Silva

Paulo Humberto Martins da Silva

Vanessa Zago Melo

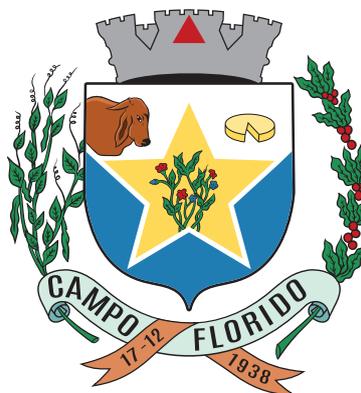
Pedro Alcântara Martins Fontes



4. COMPOSIÇÃO DO COMTUR

Adriana Bueno Coutinho: **Membro Suplente**
Ana Lúcia Rodrigues Silva: **Membro Titular**
Angélica Cândida de Jesus: **Membro Suplente**
Allan Souza Campos: **Membro Suplente**
Bruno Braga Fontes: **Membro Suplente**
Carlos Alberto de Sousa Lima: **Membro Titular**
Carlos Márcio Guapo: **Membro Titular**
Cicero Antônio Magalhães de Moraes: **Membro Titular**
Danilo Santos Cardoso: **Membro Titular**
Davi Henrique de Moraes: **Membro Titular**
Douglas Sousa da Costa: **Membro Suplente**
Elza Maria Policarpo de Sousa: **Membro Suplente**
Gabriele Karem da Silva Pereria: **Membro Titular**
Guilherme Tomáz de Freitas Junior: **Membro Suplente**
Isabela Cristina Silva Braga: **Membro Suplente**
João Paulo dos Santos: **Membro Titular**
Joyce Oliveira Nogueira: **Membro Titular**
Nayara Christina Soares da Silva: **Membro Titular**
Omír Batista Cardoso: **Membro Suplente**
Sérgio Margulhano: **Membro Suplente**
Silvana Maria Gomes Cardoso: **Membro Titular**
Taisa Nara de Queiróz: **Membro Titular**
Yasmim Oliveira Silva: **Membro Suplente**
José Maria Teodoro: **Membro Suplente**

5. BRASÃO

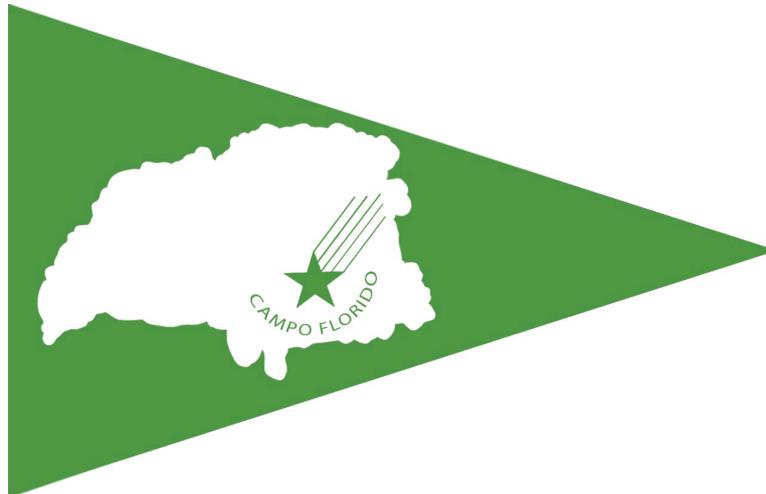


O Brasão municipal retrata a agricultura e pecuária como a principal atividade do município e o simbolismo da flores e o triângulo de Minas Gerais. O significado do triângulo é uma referência à Sagrada Trindade, sendo a ideia da sua incorporação na bandeira de Joaquim da Silva Xavier, o Tiradentes, conhecido por ser um dos membros mais significativos do movimento da Inconfidência.

A Sagrada Trindade, de acordo com a Maçonaria (Tiradentes e outros inconfidentes participavam deste grupo), representa a junção dos ideais de liberdade, fraternidade e igualdade, sendo estes também elementos básicos da Revolução Francesa.



6. BANDEIRA



A Bandeira traz o Triângulo invertido no verde representando os campos e também é representado o Triângulo Mineiro.

7. HINO

A história do Hino de Campo Florido é rica em fatos interessantes, mas infelizmente sem referencial bibliográfico registrado.

Escrito por Maria Aparecida Mesquita, relato em entrevistas com os professores aposentados, Neuza Castanheira Rocha e Eterno Simeão Borges.

A melodia da música é uma versão em marcha da canção folclórica “Adeus Sarita” – domínio público.

Atualmente nas atividades festivas e em momentos solenes do município o Hino de Campo Florido é sempre honrado em companhia do Hino Nacional Brasileiro. Sua execução é sempre realizada em abertura de sessões cívicas e ou eventos públicos diversos para a comunidade em geral.

Em diálogos e pesquisas realizadas nos anos de 2020/2021 com moradores antigos e alguns atuais da cidade; a seção de cultura registrou que o Hino de Campo Florido aproximadamente em 1965, era tocado toda sexta-feira nas escolas. Na década de 1970 tocou todos os dias na semana da pátria; início do mês de setembro que era também conhecida como semana da comunidade. O hino era escutado antes de iniciar as apresentações e palestras para a população, em conjunto com o Hino da Bandeira e o Hino Nacional Brasileiro. Conforme previsto no parágrafo único do art. 2º da Lei Orgânica do município de Campo Florido/MG: “São Poderes do Município, independentes e harmônicos entre si, o Legislativo e o Executivo. Parágrafo único. São símbolos do Município a bandeira, as armas e o hino, representativos de sua Cultura histórica.

Atualmente, o prefeito Renato Soares de Freitas, publicou a Lei nº 1.538 de 25 de maio de 2021, que “Dispõe sobre a oficialização do Hino Municipal de Campo Florido...”. Sendo assim, conforme artigo 4º, “Fica obrigatório à execução do Hino Nacional Brasileiro e do Hino Oficial do Município nas escolas públicas da rede municipal e solenidades oficiais do município, em eventos cívicos e culturais.



7.1 LETRA

Campo Florido!
Oh! Terra bem brasileira
Ouvi o canto
De tua família inteira
Comunidade,
Os teus filhos dão as mãos.
Pra fazer te grande e bela.
Oh! Terra do coração!
Tens no campo o lavrador,
Tocando verde canção.
Na cidade o estudante, o ancião.
Sê grande Campo Florido.
O Brasil por ti bendiz.
Seu povo hoje unido.
Feliz, feliz!
Tens no campo o lavrador,
Tocando verde canção.
Na cidade o estudante, o ancião.
Sê grande Campo Florido.
O Brasil por ti bem diz.
Seu povo hoje unido;
Feliz, feliz!

8. HISTÓRIA

O Município de Campo Florido iniciou-se com o povoado ora chamado de Nossa Senhora das Dores de Campo Formoso, é uma cidade cujos primórdios remontam o ano de 1811.

De uma meia dúzia de bandeiras saídas do desemboque em rumo à região ocidental do Triângulo Mineiro, a de 1811, que tinha João Batista de Siqueira, Inácio Ferreira de Meireles, Joaquim de Moraes Bueno e outros, foi a que tocou as terras que constituem o patrimônio da atual cidade de Campo Florido.

Os bandeirantes, na sua rota começada em desemboque, atingiram aquelas imediações pelo norte. Aí, encaminhando para o sul, transpuseram a elevação, hoje conhecida como Serra dos Piticós, deparando com uma extensa campina de belíssimo aspecto. Era dia de Nossa Senhora das Dores. Resolveram, então, aposearem-se daqueles campos formosos e floridos, para o patrimônio da Excelsa Senhora, cuja festa, em outros lugares, celebrava-se no mesmo dia.

O lugar apertado entre dois arroios fora o começo do Arraial de Nossa Senhora das Dores do Campo Formoso, cujo patrimônio então, aposeado pelos sertanistas, constituía-se de uma légua em quadra. Nesse patrimônio, logo depois de aposeado pelos desbravadores, estabeleceram-se alguns moradores que, segundo a tradição que ainda hoje corre, teriam construído, em 1812, o primeiro templo católico coberto de folhas de coqueiro.

Os primeiros habitantes da região, atraídos pelo clima suave, pela bela paisagem e



pela riqueza florestal, situaram-se às margens dos ribeiros: São Francisco e Piracanjuba, onde iniciaram os roçados e o plantio de milho.

Com o correr dos dias, a fama dos campos formosos foi atraindo homens abastados, como João José da Silva, procedente de Tamanduá, atual Itapeçerica, que ali se afazendeu em 1818. A prerrogativa de distrito alcançada por Nossa Senhora das Dores do Campo Formoso foi devido ao grande impulso que o arraial veio receber desse cidadão.

A beleza da vegetação dos campos sugeriu a criação de um patrimônio para a construção de uma capela dedicada a Nossa Senhora das Dores do Campo Formos, que teve como primeira atividade, o cultivo da terra.

O povoado foi elevado à categoria de distrito, pela Lei nº 125, de 13 de março de 1839, integrado ao município de Uberaba, permanecendo com a mesma denominação até 07 de setembro de 1923, quando seu nome foi simplificado para Campo Formoso (Lei Estadual nº 843).

A criação do Município efetivou-se em 17 de dezembro de 1938, Decreto-Lei nº 148, ato que também elevou à categoria de cidade. O Município foi instalado no dia 1º de janeiro de 1939.

O Decreto-Lei Estadual nº 1058, de 31 de dezembro de 1943, alterou a denominação da distribuição do distrito e do município para Campo Florido.

Está localizado na Mesorregião do Triângulo Mineiro/Alto Paranaíba e na Microrregião de Uberaba, está distante cerca de 538 quilômetros da capital e extensão territorial de 1.264,20 km.

9. DIAGNÓSTICO DO MUNICÍPIO

9.1 INFORMAÇÕES SOBRE O MUNICÍPIO

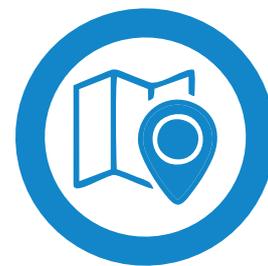
Em 2022, a população era de 8.466 habitantes e a densidade demográfica era de 6,7 habitantes por quilômetro quadrado. Na comparação com outros municípios do estado, ficava nas posições 410 e 763 de 853. Já na comparação com municípios de todo o país, ficava nas posições 3313 e 4720 de 5570.



População total:
8.466 (IBGE 2022)



Área Total do Município:
1.265.40 Km²



Municípios Limítrofes:
Conceição das Alagoas, Veríssimo,
Prata, Comendador Gomes,
Pirajuba e Frutal



9.2 LOCALIZAÇÃO GEOGRÁFICA



Latitude: **19° 45' 58" S**

Longitude: **48° 34' 20" W**

O município situa-se na zona do Triângulo do Estado de Minas Gerais - Alto do Paranaíba.

O aspecto geral do seu território é de planura, apresentando vales e planaltos.

Altitude Mínima: **475 metros**

Altitude Máxima: **861 metros**

9.3 ASPECTOS FÍSICOS

9.4 TEMPERATURAS:

Média Anual 23,8°C, Mínima 18,4°C, Máxima 31,3°C

9.5 CLIMA:

Período de Seca- Inverno: junho, julho, agosto

Período de Chuva- Verão: Dezembro, janeiro, fevereiro

9.5.1.1 RELEVO

Maioria Plano



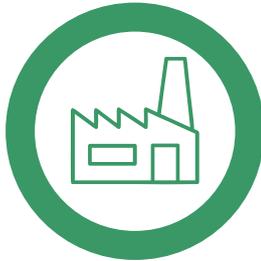
9.5.1.2 ECONOMIA

A Composição do PIB de Campo Florido baseia-se na agropecuária, seguida pela Indústria, Serviços e Serviços Público

9.5.1.3 COMPOSIÇÃO DO PIB



Agropecuária
37%



Indústria:
27%



Serviços:
26,8%



Serv. Público:
9,4%

9.5.1.4 PIB PERCAPITA

Em 2020, o PIB per capita era de R\$ 79.067,52. Na comparação com outros municípios do estado, ficava nas posições 19 de 853 entre os municípios do estado e na 186 de 5570 entre todos os municípios. Já o percentual de receitas externas em 2015 era de 83,8%, o que o colocava na posição 522 de 853 entre os municípios do estado e na 3309 de 5570. Em 2017, o total de receitas realizadas foi de R\$ 38.168,13 (x1000) e o total de despesas empenhadas foi de R\$ 32.279,93 (x1000). Isso deixa o município nas posições 250 e 261 de 853 entre os municípios do estado e na 2472 e 2581 de 5570 entre todos os municípios.

[2020] 79.067,52 R\$

9.5.1.5 ÍNDICE DE DESENVOLVIMENTO HUMANO MUNICIPAL (IDHM)

[2010] 0,706

9.5.2.1 RECEITAS

Percentual de Receitas oriundas de outras fontes
83,8%

Percentual das receitas oriundas de fontes externas [2015]
83,8 %

Comparando a outros municípios

No país

1º

3309º

5570º



No Estado

1º

522º

853º

Na região geográfica imediata

1º

4º

10º

Total de receitas realizadas [2017]

38.168,13 R\$ (x1000)

Comparando a outros municípios

No país

1º

2472º

5570º

No Estado

1º

250º

853º

Na região geográfica imediata

1º

10º

Total de despesas empenhadas [2017]

32.279,93 R\$ (x1000)

Comparando a outros municípios

No país

1º

2581º

5570º

No Estado

1º

261º

853º

Na região geográfica imediata

1º

10º



10. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO LOCAL

10.1 MISSÃO

Promover o desenvolvimento turístico, econômico e tecnológico do Município através da execução de políticas públicas estratégicas e planejadas, visando a atração de novos investimentos e fomentando a cadeia produtiva da indústria, comércio, serviços e turismo de maneira sustentável. Transformar os Recursos turísticos em atrativos estruturados.

10.2 VISÃO

Ser referência regional em eventos culturais tradicionais, gastronomia mineira e artesanato, de forma sustentável regionalizada.

Fomentar o turismo como geração de emprego e renda para a população.

10.3 PRIMICIAS BÁSICAS

Criar políticas públicas de turismo nos segmentos turísticos de maior relevância com relação a oferta e à demanda turística local, aos interesses institucionais e à viabilidade de desenvolvimento econômico e social do município.

10.4 PRINCÍPIOS NORTEADORES

- Gestão Integrada
- Fortalecimento da regionalização
- Ética na relação público-privado
- Parcerias institucionais e privados
- Geração de emprego e renda

10.5 PRINCIPAIS ATRIBUIÇÕES

- I. Oferecer serviços de capacitação e treinamento para a trade turística local;
- II. Promover a identidade turística do Município;
- III. Fomentar a atividade turística no Município, através de propostas; inovadoras e a busca de recurso para implementação das mesmas;
- IV. Propiciar recursos humanos e financeiros para cumprimento das metas;
- V. Estimular a iniciativa privada;
- VI. Articular com outros gestores propostas conjuntas de ofertas turísticas
- VII. Incentivar o trade turístico a se capacitar e ampliar oferta

11. CULTURA

Campo Florido apresenta uma cultura muito rica e diversificada; preserva suas tradições religiosas, folclóricas e culinárias. Seus casarões, fazendas e muros de pedras centenárias são destaque. Uma curiosidade: A tradicional Folias dos Reis juntamente com a alvorada tem uma tradição de 125 anos.



Possui vários bens tombados, inventariados registrados e em processo de registros: livros históricos de escrituras públicas, livros de tombo, livros de tombos da igreja católica, primeiros tambores de precursão da folia de reis, casa do folião, Folia de Reis, Viola de Minas, capoeira, Festa Nossa Senhora das Dores, Arraia Social, Fanfarra Municipal José Eurípedes Tormin, Festa dos Santos Reis e premiação Mestre do Saber Itamar José de Oliveira, além de outros como a cavalgada.

O artesanato de Campo Florido conta com arte de várias seguiuimentos, que tem sido um sucesso nas exposições.

O Carnaval de Campo Florido tradição desde o século XIX, é um destaque, sendo que no Carnaval de 2022 segundo a rede integração de televisão ficou em primeiro lugar da região.

A feira semanal que expõem alguns produtos rurais e artesanais do município localizada na Feira do produtor sendo, doces, cachaças, hortaliças, mel artesanatos etc. legumes, vem somar.



Fanfarra Municipal - Arquivo: Comunicação Prefeitura de Campo Florido



Festa da Folia dos Reis - Arquivo: Comunicação Prefeitura de Campo Florido

11.1 RECURSOS ATRATIVOS HISTÓRICOS CULTURAIS

- Matriz Nossa Senhora das Dores
- Casarão Ranchinho
- Casarão Piracanjuba
- Fazenda do Pinto
- Casa do Folião
- Casa da Cultura
- Praça Central
- Praça “José Alexandre Miziara” (Praça do Coreto)

11.2 PATRIMÔNIO HISTÓRICO CULTURAL

- Nascente Água Baixa
- Conjunto de Paisagismo da Fazenda Santo Inácio Ranchinho
- Conjunto Paisagístico da Fazenda Francisca Vera
- Sede da Fazenda Piracanjuba
- Sede da Fazenda Santo Inácio Ranchinho
- Tambores de Percussão da Folia de Reis
- Folia de Reis
- Ponte Felício Nassif
- Ponte Joaquim A. Azevedo (Caboclo)
- Ponte Abdão Daher
- Fachada Prefeitura Municipal
- Muro de Pedra



- Residência Rua Constant n° 37 (Proprietária: Maura Rodrigues)
- Residência R. Dez de Novembro n°07
- Residência R. Pe Júlio de Ras com Praça Eteocles Vilela Silva (Proprietária Darquinha)
- Pintura da Santa Ceia (Jesus e 12 apóstolos)
- Praça Central Eteocles Vilela da Silva
- Fazenda do Pinto (Proprietário: Duarte Cunha)
- Fazenda Vista Alegre (Proprietário: José Carlos de Castro)
- Fazenda São Gregório (Proprietário: Valter da Silva Pereira)
- Estádio Timosão
- Biblioteca Municipal
- Obelisco

12. TURISMO

O Turismo no Município de Campo Florido é basicamente de eventos, de negócios, religioso e esportivo: O Carnaval (que está entre os melhores da região), a Mega Cana Tech Show (uma das maiores feiras de eventos sucroenergético do país) e a realização dos campeonatos regionais são os principais atrativos, seguido pela festa da padroeira e folia dos santos reis.

Com a tendência para o turismo rural e de aventura, novas modalidades veem surgindo e ganhando forças: o pedal, as rotas de caminhadas, o trekking e trilhas. Sua culinária de doces, queijos, farinhas, cachaças e artesanatos chama atenção dos visitantes.

A culinária mineira também faz parte do Município: A galinhada, doces de leite e vegetal, queijo, farinha, mandioca, mel, cachaça e etc. que também ajudam na movimentação econômica da cidade.

12.1.1 ATRATIVOS RECURSOS TURÍSTICOS

12.1.2 NATURAIS:

- Sítio Buriti
- Planalto do Piticó
- Morro do Pião
- Ponte Molhada (Afluente Rio Grande)
- Fazenda Aroeira
- Nascente Água Baixa



Sítio Buriti - Arquivo: Turismo



Morro do Pião - Arquivo: Turismo



12.1.3 ESPORTIVO E NATURAL

- Parque do Piticó
- Praça Orozimbo Marcos dos Santos
- Praça Onilson Matheus Morais
- Praça Abel Barbosa Costa
- Praça Vasco Botelho de Castro
- Praça Olímpio Fernandes Braga
- Praça Pedro Fabiano Filho
- Praça Eteocles Vilela
- Praça João Dias Barbosa
- Praça Lucas Joaquim Costa
- Praça José Alexandre Miziara (Praça do Coreto)



Praça João Dias Barbosa - Arquivo: Comunicação Pref. de Campo Florido



Praça Lucas J. Costa (Câmara Mun.) - Arquivo: Com. Pref. de Campo Florido



Praça Central - Foto: www.campoflorido.mg.gov.br



12.1.4 RELIGIOSOS

- Fraternidade Espirita
- Capela Zeferino
- Igreja Nossa Senhora das Dores
- Templos Evangélicos
- Casa do Folião



Capela Zé Ferino - Arquivo: Turismo



Igreja N. Sra. das Dores - Foto: www.campoflorido.mg.gov.br

12.1.5 TURISMO RURAL NATURAL E NEGÓCIOS

- CANACAMPO - Associação dos Fornecedoros de Cana da Região de Campo Florido
- Fazenda São Sebastião
- Fazenda Boa Esperança
- Fazenda do Pinto
- Fazenda Aroeira
- Sindicato Rural



CANACAMPO - Foto: www.canacampo.com.br



Fazenda São Sebastião - Foto: www.google.com



Fazenda do Pinto - Arquivo: Turismo



Fazenda Aroeira - Arquivo: Comunicação Prefeitura de Campo Florido



Fazenda Aroeira - Arquivo: Turismo



Turismo de Natureza Faz. Aroeira - Arquivo: Comunicação Pref. de Campo Florido



12.2.1 EVENTOS TURÍSTICOS

- Festa da Tradições
- Arraiá Social
- Rodeio Solidário
- Carnaval de Rua
- Festa dos Santos Reis
- MegaCana Tech Show
- Circuito Regional de Turismo Rural
- Festa Nossa Senhora das Dores e Comemoração do dia das Crianças (Capela Zé Ferino)
- Festa em Comemoração a Padroeira “Nossa Senhora das Dores”
- Natal Encantado



Festa das Tradições - Arquivo: Turismo



Arraiá Social - Foto: Comunicação Prefeitura de Campo Florido



Rodeio Solidário - Foto: Comunicação Prefeitura de Campo Florido



Cavalgada - Foto: Comunicação Prefeitura de Campo Florido



Vista Aérea Megacana - Foto: www.megacana.com.br



Vista Aérea Megacana - Foto: www.megacana.com.br



Carnaval de Rua - Foto: Comunicação Prefeitura de Campo Florido



Circuito Regional de Turismo Rural - Foto: Turismo



Praça Eteocles Vilela - Foto: Comunicação Prefeitura de Campo Florido



Praça Lucas Joaquim Costa - Foto: Turismo

12.2.2 PRODUTOS ASSOCIADOS AO TURISMO

- Cachaça Artesanal
- Artesanatos
- Queijo Artesanal
- Doces de leite e Vegetal Artesanal
- Mel
- Gastronomia Mineira
- Quitandas Artesanais



Artesanato - Foto: Arquivo próprio



Cachaça Artesanal Santa Rita - Foto: Arquivo próprio



Doces Artesanal da Dona Neusa - Foto: Arquivo próprio



Queijo Artesanal - Foto: Arquivo próprio



Mel do Adão - Foto: Arquivo próprio



Gastronomia Mineira - Foto: Arquivo próprio



13. EDUCAÇÃO

Em 2010, a taxa de escolarização de 6 a 14 anos de idade era de 98,8%. Na comparação com outros municípios do estado, ficava na posição 136 de 853. Já na comparação com municípios de todo o país, ficava na posição 834 de 5570. Em relação ao IDEB, no ano de 2021, o IDEB para os anos iniciais do ensino fundamental na rede pública era 5 e para os anos finais, de (não há dados). Na comparação com outros municípios do estado, ficava nas posições 698 e (não há dados) de 853. Já na comparação com municípios de todo o país, ficava nas posições 3649 e (não há dados) de 5570.

Taxa de escolarização de 06 a 14 anos de idade [2010] 98,8%
IDEB- Anos iniciais do ensino fundamental (Rede Pública) 5,0%
IDEB- Anos finais do ensino fundamental (Rede Pública) [2021] -
Matriculas no ensino fundamental [2021] 1.077
Matriculas no ensino médio [2021] 248
Docente no ensino fundamental [2021] 48
Docentes no ensino médio [2021] 23

A Rede de Ensino de Campo Florido possui 4 escolas de ensino fundamental, 01 de ensino médio e 01 polo de Ensino 01 Superior EAD.

Em parcerias com Universidade, empresas, autarquias e outros órgãos são oferecidos Cursos Técnicos através do Centro Profissionalizante e Cultural “Vereador Dormelino de Souza”

14. ESPORTE

O Esporte sempre foi uma paixão Campo Floridense e por causa disto os investimentos estruturais e técnico é grande. Durante o ano inteiro há vários campeonatos em várias modalidades. O Departamento esporte leva isto tão à sério que faz questão de dar suporte a atletas de auto rendimento, formando até mesmo atletas para times profissionais.

14.1 ESTRUTURA

Estádio Benício Fernandes de Oliveira (Timosão), neste complexo conta-se com 1 Campo de Futebol, quadra de areia, quadra de esportes, quadra de peteca e 1 pista de skate, capacidade aproximadamente 700 pessoas sentadas (área aberta).

Ginásio Poliesportivo Adelvandro Ribeiro de Carvalho com capacidade de aproximadamente 600 pessoas sentadas (área fechada).

Quadra Poliesportiva Orlando Bento de Moreira, capacidade de 150 pessoas sentadas (Área aberta).

14.2 MODALIDADES

Esporte de Campo Florido está presente em campeonatos de futebol, futsal, voleibol, Beach Tennis e handebol seja ele municipal, regional ou estadual, masculino ou feminino, nas categorias sub 09 ao adulto, além de ser organizador do campeonato regional de Muay Thai.

O Ciclismo também não deixar de estar presente no Esporte de Campo Florido. Uma vez por ano existe o passeio “Nossa Senhora Aparecida” com medalhas para os participantes, além de troféus para as categorias: bicicleta em destaque, e manobras radicais, participam moradores local e das cidades circunvinhas.



Campeonato de Muay Thai - Foto: Departamento de Esportes



Futsal Feminino - Foto: Departamento de Esportes



Futsal Masculino - Foto: Departamento de Esportes



Handebol - Foto: Departamento de Esportes



Vôlei Masculino - Foto: Departamento de Esportes



Futebol de Campo - Foto: Departamento de Esportes



14.3 CORRIDA DO “TIO RATO”

A corrida do Tio Rato, começou na Cidade de Campo Florido por volta do ano de 1995 com o nome do corrida de São Silvestre, organizada pelo o comerciante descrito. Com o passar do tempo o Departamento de Esporte Lazer e Turismo foi participando como patrocinador. Em 2019 o Departamento de Esporte Lazer e Turismo assumiu o evento definitivamente, ficando à partir de então como corrida do “Tio Rato” nas modalidades.



Corrida do “Tio Rato” - Foto: Departamento de Esportes

14.4 CAMPEONATO DE TRUCO

O Campeonato de truco “Dirceu Alves Soares (Muleta)” teve a sua normatização em janeiro de 2023, sendo realizado sempre no mês de novembro com premiação para o primeiro e segundo colocado.



Campeonato de Truco - Foto: Comunicação Prefeitura de Campo Florido

14.5 ESPORTE - PRIVADO

No setor privado encontramos quadras de futsal campos de futebol e quadras de beach tennis. Exemplo disto é o Clube CRT que possui no seu complexo piscina olímpica, campo de futebol, quadra coberta e salão de festas. Na Associação do Fornecedor de Cana de Campo Florido e região encontramos também um campo society, aonde acontece campeonatos de futebol entre os funcionários do setor agropecuário.

15. SAÚDE

A taxa de mortalidade infantil média na cidade é de (não há dados) para 1.000 nascidos vivos. As internações devido a diarreias são de 0,3 para cada 1.000 habitantes. Comparado com todos os municípios do estado, fica nas posições (não há dados) de 853 e 491 de 853, respectivamente. Quando comparado a cidades do Brasil todo, essas posições são de (não há dados) de 5570 e 3907 de 5570, respectivamente.

15.1 PRONTO ATENDIMENTO MUNICIPAL

- 1500 atendimentos mês.
- Serviço de Urgência e Emergência.



Pronto Atendimento Municipal - Foto: www.campoflorido.mg.gov.br

15.2 UBS OTALIBA SIGNATO DE MELO

Serviços:

- Prevenção e Promoção da Saúde
- Saúde da Mulher
- Saúde do Homem
- Pré-natal
- Puerpério
- Vacinação
- Atendimento anual: Mais de 3000 atendimentos médicos.



15.3 UBS ADELINO ALCEBÍADES FERREIRA

Unidades de Atenção Primária a Saúde.

Serviços:

- Prevenção e Promoção da Saúde
- Saúde da Mulher
- Saúde do Homem
- Pré-natal
- Puerpério
- Vacinação
- Atendimento anual: Mais de 5000 atendimentos médicos.

15.4 CENTRO DE ESPECIALIDADES MARQUES ANTÔNIO DA SILVA

Especialidades:

- Psicologia
- Fonoaudiologia
- Fisioterapia
- Serviço Social
- Terapia Ocupacional
- Cardiologia
- Ginecologia
- Pediatria
- Urologia
- Oftalmologia
- Ortopedia
- Psiquiatria

Serviços:

- Vigilância Sanitária
- Vigilância Epidemiológica
- Regulação
- Laboratório de Análises Clínicas
- Ultrassonografia
- Atendimento anual: Mais de 16000 atendimentos.

15.5 FARMÁCIA MUNICIPAL OLGA MARIA MALUF MIZIARA

Assistência Farmacêutica Básica, Componente Estratégico e Alto Custo

Serviços:

- Dispensação medicamentosa
- Programa Medicamento em Casa
- Atenção/Orientação Farmacêutica

Atendimento Anual:

- Mais de 30.000 receitas
- Cobertura da Atenção Primária à Saúde



16. MATRIZ FOFA

16.1 ANÁLISE INTERNA

ANÁLISE INTERNA	
FORÇAS	FRAQUEZAS
Forte Religiosidade	Falta de investimento na estrutura turística
Tradições culturais	Falta de sinalização turística
Divisa com 06 Municípios	Falta de maior investimento da iniciativa privada
Forte elo de Ligação entre 2 grandes Cidades- Uberaba e Uberlândia.	Baixa qualificação na prestação de serviços
BR 262, BR 050 Principais Rodovias do País que facilitam o acesso ao Município	Baixa oferta de meios de hospedagem com qualidade
Cultura Tradicional	Ausência de logo do Turismo
Culinária Tradicional	Carência de uma marca promocional
Grandes eventos culturais	Ausência de investimento em Marketing
Feira de Negócios	Ausência de uma cooperativa de Artesãos
Investimentos em infraestrutura turísticas: Construção de Novas Praças jardins e parque, conservação das estradas municipais, ampliação e melhorias no sistema de saúde	Falta de manutenção nos casarões tombados
Investimentos em Segurança -Câmeras espalhadas por todo o município	Produtos artesanais sem certificação oficial -SIM (Serviços Inspeção Municipal) e/ou SIE (Serviço de Inspeção Estadual)
Existência de significativa rede de alimentação	
Grupos Culturais- Capoeira, Santos Reis, escola de samba, fanfarra, cavalgada e violeiros.	Deficiência em transporte rodoviário
Boa Educação: maternal, infantil, básica, médio e superior	Trade Turístico insuficiente e desintegrado
Belas fazendas centenárias com seus casarões.	Falta de investimento em Marketing
Turismo Rural	Carência de Material Gráfico
Turismo de Natureza	
Boa Assistência Social	
Existência do COMTUR	
Existência de 4 operadores de celular	
Fazer parte de um Circuito Turístico (IGR)	
Aeroporto a 70 Km de Campo Florido	



16.1 ANÁLISE EXTERNA

ANÁLISE EXTERNA	
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
Captação de Recursos do Governo Federal e Estadual	Desinteresse dos investidores locais
Qualificação do Trade Turístico, SEBRAE/SESI/UAITEC/SENAR/PRONATEC e parcerias com a comunidade local	Aumento na migração de delinquentes.
Chances de investimento em Turismo Rural	Degradação ambiental
Tendências para o turismo de natureza, gastronômico, produção associada	Escassez de recursos hídricos

17. LEVANTAMENTOS DE DADOS

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

17.1 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.	Crianças, jovens, adultos e idosos	Em busca de diversão (eventos e festas tradicionais)
Grandes centros urbanos nacional ou internacional	Adultos	Diretores ou presidentes de empresas Nacional ou Multinacional, Representantes de vendas, Representantes de empresas instaladas no município, representantes de vendas de empresas multinacional, visitas técnicas, palestras e treinamentos (Turismo de Negócio)
Regional e outros estados	Crianças, adultos e idosos	Visitações, curas espirituais e outros eventos religiosos (Turismo Religioso)
Regional	Crianças, jovens e Adultos	Práticas esportivas
Regional e outros Estados	Crianças, jovens, adultos e idosos	Visitações em fazendas centenárias- Turismo Rural



17.2 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 opções para entretenimento	Estrutura básica ineficiente	Convencer os prestadores de Serviço a se capacitarem
Sinalização Turística insuficiente	Falta de planejamento Municipal	Falta de recursos financeiros
Trato turístico insuficiente	Falta de integração do setor e despreparo para acompanhar a demanda	Falta de recursos financeiros
Carência de material Gráfico	Ausência de material de apoio para melhor atender os turistas	Falta de Planos

18. DIRECIONAMENTO ESTRATÉGICO

18.1 OBJETIVO GERAL

Desenvolver o turismo articulado com a cultura, serviços e qualificação de oferta, buscando a inovação

18.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Fortalecer os atrativos e os serviços turísticos;
- Ampliar a oferta
- Melhorar a estrutura turística
- Comunicar o potencial turístico do município de forma mais ampla e adequada.
- Sensibilizar a comunidade para melhor explorar o potencial local
- Valorizar a Cultura local
- Fortalecer a economia local

19. PROGRAMAS ESTRATÉGICOS

19.1 CAPACITAÇÃO TURÍSTICA

- Capacitação da equipe de Gestão 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.



19.2 EDUCAÇÃO TURÍSTICA

• Projeto de educação turística, patrimonial e ambiental com alunos, professores nas redes escolares, empresas e com toda população Campo Flordense.

19.3 CALENDÁRIO DE EVENTOS LOCAL E REGIONAL

- Janeiro - Festas dos Santos Reis
- Fevereiro - Carnaval de Rua
- Maio - Encontro dos Violeiros
- Junho - Marcha para Jesus
- Junho - Festa das Tradições
- Julho - Campeonato Municipal de Futsal “Elisalda Garcia”
- Julho - Passeio Ciclístico “Nossa Senhoras Aparecida”
- Julho - Arraia Social
- Agosto - Rodeio Solidário
- Agosto - Mega Cana Tech Show – Setor Sucro Energético
- Setembro - Prêmio Mestre do Saber
- Setembro - Comemoração da Independência do Brasil –
- Setembro - Campeonato Municipal de Futebol Society
- Setembro - Festa em Comemoração à Padroeira de Campo Florido
- Outubro - Circuito Regional de Turismo
- Novembro - Torneio Municipal de Vôlei de Campo Florido
- Novembro - Forró Regional da 3ª Idade
- Novembro - Campeonato Regional de Futsal
- Dezembro - Exposição do Presépio: Nascimento do Menino Jesus na Praça Central
- Dezembro - Torneio Municipal de Truco
- Dezembro - Aniversário de Campo Florido
- Dezembro - Tradicional Corrida do Tio Rato
- Dezembro - Réveillon Celebração na Praça Central

19.4 PARTICIPAÇÃO DE EVENTOS REGIONAL E NACIONAL

- Circuito de Turismo Regional
- Cavalgadas
- JEMG - Jogos Escolares Minas Gerais
- Campeonato Regional de Futsal
- Campeonato de Futebol, categorias: sub 15,17 e20 – Liga Uberabense de Futebol
- Campeonato Mineiro de Futebol de Futsal sub 17 - Federação Mineira de Futsal
- Copa 3 Rios de Futsal - Adulto Masculino
- Copa 3 Rios de Futsal - Sub 09-11-13-15
- Super Copa Paulista e Sul Minas de Futsal - Sub 18
- Copa dos Campeões Pró-Voleibol Masculino Sub 16-19-21
- Campeonato Mineiro de Voleibol Masculino Sub 21 – Liga Mineira de Voleibol



Cavalgada - Foto: Comunicação Prefeitura de Campo Florido

20. METAS

- I. Fortalecimento do Turismo
- II. Promoção do Turismo Cultural e Lazer, Rural, Natureza, Religioso e de Negócios
- III. Fortalecer a Estrutura Urbana e Turística
- IV. Estimular a geração de emprego e renda associada a indústria do Turismo
- V. Capacitação e qualificação profissional
- VI. Atrair a participação das comunidades locais para o desenvolvimento das atividades turísticas
- VII. Desenvolver estratégias de estímulo e apoio a Promoção e Comercialização
- VIII. Diminuir a informalidade do setor e prestadores de serviços turísticos
- IX. Criar e qualificar produtos turísticos
- X. Aumentar o período de permanência do turista

20.1 MONITORAMENTO DAS METAS

O monitoramento das metas relacionadas no Plano Municipal de Turismo será realizado pelo Conselho Municipal de Turismo, juntamente com Departamento de Esporte, Lazer e Turismo.

Ao final de cada trimestre, as datas e prazos do Plano Municipal de Turismo serão revisados pelo COMTUR e, no início de cada ano, o mesmo conselho revisa os projetos e decide prorrogar um projeto ou modificar o escopo de outro se couber. O Departamento de Esporte, Lazer e Turismo é o responsável pelos encontros, e manterá um controle permanente sobre o Planejamento do Turismo no Município, juntamente com o Conselho Municipal de Turismo.



21. CRONOGRAMA DE AÇÕES 2024-2028

ANEXO 01

22. INDICADORES DE IMPACTOS

A atividade turística traz impactos positivos e negativos. Como positivo gera trabalho e renda e melhorias de infraestrutura turística. Como impacto negativo pode ampliar a degradação ambiental, ocorrer aumento de prostituição, marginalização e drogas, além de ocasionar mudanças de costumes da população.

23. 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\$ 30.000,00 (2024 a 2028)
DESPESAS DE CAPITAL	Instalações Equipamentos Material permanente	R\$ 10.000,00 (2024 a 2028)

24. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As propostas inseridas no PLANO MUNICIPAL DE TURISMO E MARKETING 2024/2028 DE CAMPO FLORIDO se firmam nas diretrizes políticas da Administração Municipal e no Programa de Regionalização do turismo do Governo Federal.

O Plano viabiliza e fortalece uma gestão integrada e a regionalização com as parcerias privadas e institucionais que consolida uma proposta de fortalecimento turístico cultural que aponta para novas oportunidades de crescimento do nosso município.

O Plano Municipal de Turismo foi construído de forma colaborativa, capitaneado pelo Departamento Municipal de Esporte, Lazer e Turismo com a participação dos representantes das Secretarias do Poder Executivo, do COMTUR - Conselho Municipal de Turismo, Governança de Turismo, Associação do Circuito Turístico Rota do Triângulo (IGR) 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 Campo Florido.

Campo Florido, 27 de Novembro de 2023



25. FICHA TÉCNICA

Responsáveis pela elaboração do Plano:

- Secretaria Municipal de Esporte, Lazer e Turismo
- Conselho Municipal de Turismo
- IGR Rota do Triângulo
- Grupo de Governança de Turismo

26. REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

- Associação do Circuito Turístico Rota do Triângulo. Plano Estratégico de Turismo.
- 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. Experiência do Brasil 2014.
- IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/campo-florido/panorama>
- Hino de Campo Florido, disponível em <https://campoflorido.mg.gov.br/a-cidade>
- Dossiê de Reis de Campo Florido - Departamento de Educação e Cultura
- Inventário de Proteção de Patrimônio Cultural de Campo Florido
Departamento de Educação e Cultura - Dezembro 2022
- www.minasgerais.com.br
- www.campoflorido.mg.gov.br

Renato Soares de Freitas
Prefeito Municipal

Carlos Alberto de Sousa Lima
Vice-Presidente do Conselho Municipal de Turismo



21. ANEXO I - CRONOGRAMA DE AÇÕES

AÇÃO	Responsável	Como será Feito	Parceiro	Metas	Resultado Esperado	2024	2025	2026	2027	2028
Com a Associação do Circuito Turístico Rota do Triângulo-IGR	Turismo	Contrato	IGR	Assessorar o Município	Bons resultados de parcerias com governos estadual, federal e suporte regional.	8.000,00	8.800,00	9.500,00	10.000,00	10.800,00
Capacitação do Gestor	Turismo	Participação em treinamentos, oficinas, encontros regionais ou nacional.	IGR, SECULT, CNM, MINISTÉRIO DO TURISMO, SEBRAE	Participar em 100% do que for oferecido	Qualificação profissional	5.000,00	6.000,00	8.000,00	9.000,00	10.000,00
Equipamentos e ferramentas de Trabalho para o setor de Turismo	Turismo	Conforme previsto em lei	Departamento de Compras e licitação	100%	Eficiência na prestação de serviços.	5.000,00	6.000,00	8.000,00	9.000,00	10.000,00
Sinalização Turística	Turismo e Cultura	Elaboração de projeto e contrato de empresa para este fim.	Departamentos de Obras e Educação e Cultura e iniciativa privada	Conclusão em 48 meses	Facilitar acesso ao destino escolhido	18.000,00	19.500,00	20.000,00	22.000,00	23.000,00
Festa das Tradições	Turismo e Cultura	Em local específico com a montagem de estrutura	Comerciantes, artesãos, artistas, Departamento de Educação e Cultura e agricultura	Fortalecer o turismo e a cultural regional e criar alternativas de renda	Fomentação da Cultura regional e economia local	25.000,00	27.000,00	29.000,00	31.000,00	32.000,00
Circuito Regional de Turismo Rural	Turismo	Será escolhido uma fazenda e montada a estrutura	IGR, Departamento de Agricultura, Prefeitura de Uberaba, Emater, Sindicato Rural	Fortalecer o Turismo Rural e de natureza	Promover o Município na região e diversificar a oferta turística	19.000,00	19.500,00	21.000,00	22.000,00	23.000,00
Educação Turística, patrimonial e ambiental	Turismo	Realizar palestras, oficina e material de apoio para alunos e professores	Turismo, Meio Ambiente e Cultura	Attingir o público alvo a cada ano	Informar, divulgar, conscientizar e conquistar parceiros	4.000,00	5.000,00	6.000,00	8.000,00	9.000,00
Apoiar iniciativas: Pedal, Cavalgadas, Marcha para Jesus, Festa da Padroeira, Festa dos Santos Reis	Turismo	Acolher propostas, participar da execução, dar apoio financeiro e logístico	Grupos organizados da comunidade e Departamento de Educação e Cultura	Executar 100% das propostas aprovadas ano a ano	Apoiar as iniciativas dos grupos organizados e promover o turismo regionalizado	20.000,00	21.000,00	22.000,00	25.000,00	24.000,00



Ação	Responsável	Como será feito	Parceiro	Metas	Resultado Esperado	2024	2025	2026	2027	2028
Manter atualizado o INVTUR e calendários de eventos	Turismo e Cultura	Atualizar dados sobre os atrativos, trade local e informar o portal SECULT	Manter 100% atualizadas as informações	Cadastrar todas as redes de prestação de serviços	Oferecer informações corretas e atualizadas	1.000,00	2.000,00	3.000,00	4.000,00	5.000,00
Criação de Slogan/ Logomarca	Turismo e Cultura	Através do Departamento de Comunicação	Departamento de Comunicação e Cultura	Executar 100% da proposta em 2024	Fortalecer o turismo e promover o município na região, no estado/nacional	5.000,00	6.000,00	7.000,00	8.000,00	9.000,00
Construir a identidade Visual do Município	Turismo e Cultura	Confecção de material gráfico, mapa dos atrativos.	Departamento de Comunicação e Cultura	Executar 100% da proposta em 2024	Tornar Campo Florido mais conhecido, conquistar turista e valorizar o potencial do Município	5.000,00	6.000,00	6.000,00	8.000,00	9.000,00
Promoção turística	Turismo e Cultura	Divulgar através do Instagram, face book e outros canais de comunicação o que Campo Florido tem a oferecer	Setor de Comunicação e Cultura	Executar 100% da proposta de 2024/2028	Fortalecer o turismo e promover o município na região, no estado ou nacional	3.000,00	4.000,00	5.000,00	6.000,00	7.000,00
Construção de identificação de Campo Florido na entrada da cidade	Turismo e Cultura	Através de Projetos	Turismo, Cultura e Departamentos de Obras	Executar 100% do projeto em 2025	Melhor apresentação na Entrada de Cidade de modo que atraia o Turista.	6.000,00	6.000,00	8.000,00	9.000,00	10.000,00
Prepara Gastronomia	Turismo	Com a participação de todos comerciantes da área de gastronomia e	Sebrae	Executar 100%	Melhor atendimento e apresentação para o turista.	18.000,00	19.000,00	20.000,00	21.000,00	22.000,00
Criação de um canal de relacionamento com a Trade Turístico	Turismo, Cultura e agricultura	Ampliar a divulgação de Ações-COMTUR criando eventos que aproximam o trade Turismo com o COMTUR, consultoria	Turismo, Cultura, Agricultura, Sebrae, Enater	Executar 100%	Melhor entrosamento dos canais principais do desenvolvimento turístico frente ao desenvolvimento econômico. Resultado	3.000,00	4.000,00	5.000,00	6.000,00	7.000,00



Ação	Responsável	Como Será Feito	Parceiro	Metas	Resultados Esperado	2024	2025	2026	2027	2028
Criação e promoção do Calendário de Eventos Local	Turismo, Cultura	Elaboração da agenda com ambos os departamentos e divulgação	Turismo, Cultura e comissão de eventos	Executar 100%	Conhecimento antecipado dos eventos para melhor programação e informação	500,00	600,00	700,00	800,00	900,00
Promover e estimular a capacitação constante dos diversos setores da Cadeia produtiva do Turismo	Turismo, Cultura e Agricultura	Através de chamamento da cadeia produtiva.	Turismo, Cultura, SEBRAE/SENAR/EMATER	EXECUTAR 100%	Novos produtos turísticos e capacitação na cadeia produtiva	3.000,00	4.000,00	5.000,00	6.000,00	7.000,00
Desenvolver linhas de créditos para o Turismo através de parcerias com a iniciativa privada/pública	Turismo, Cultura, agricultura e Desenvolvidor Econômico	Criar uma comissão no COMTUR para levantamento, divulgação e apoio para empresários acompanharem e se submeterem projetos aos editais do fomento turístico	Turismo, Cultura, Agricultura e Sebrae	EXECUTAR 100%	Crescimento da linha produtiva, novos produtos, certificações e melhorias as prestações de serviços para o turistas	500,00	600,00	700,00	800,00	900,00
Fomentação à criação e fortalecimento de negócios nas comunidades locais e incentivo ao empreendedorismo feminino	Turismo e Cultura	Promover ações de fomento para a produção associada (artesanato, agricultura familiar, culinária e itens afins), com vistas à geração de novas frentes de trabalho e renda)	Turismo, Cultura e agricultura e	EXECUTAR 100%	Abrir mais oportunidades para o empreendedor feminino e aumentar oferta e demanda.	1.000,00	1.000,00	2.000,00	4.000,00	5.000,00
TOTAL						150.000,00	166.000,00	185.900,00	207.600,00	224.600,00



27. ANEXO II - PLANO DE MARKETING

Documento elaborado a partir da oficina de Marketing oferecida pela IGR Rota do Triângulo a fim de nortear as ações de promoção da Secretaria ao qual o turismo está inserido, para obtenção de resultados assertivos no desenvolvimento do turismo local e regional.

A oficina ofertada para os gestores municipais foi baseada 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” com a equipe técnica da IGR Rota do Triângulo e os gestores municipais. 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 gestor + Reunião coletiva para esclarecimento das dúvidas

Duração: 01 mês (30 dias) - Atendimento diário, 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 start 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 gestor

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

Atuação:

- ➔ Elaboração colaborativa de um calendário editorial de conteúdo 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 2023
- ➔ 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 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, frequência, melhores conteúdos, nº de acessos, nº de pessoas interessadas, etc)
- ➔ Orçamentos e futuros investimentos

Entregas:

- ➔ Relatório completo dos meses de trabalho
- ➔ Lista de sugestões e ideias de conteúdos e ações personalizadas



CRONOGRAMAS DE AÇÕES POR 03 MESES/2023:

- ➔ 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 2023
- ➔ 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 ideias de conteúdos e ações personalizadas
- ➔ Reunião coletiva por território para apresentação das ideias e percepções sobre a consultoria (1 hora)

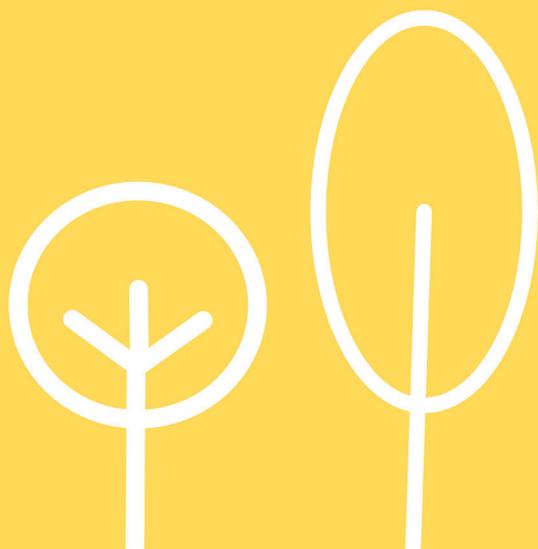
AÇÕES DE MARKETING A SEREM TRABALHADAS DURANTE OS ANOS DE 2024 A 2028:

- ➔ 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 Das Maravilhas, onde a população vai escolher os 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.

PLANO MUNICIPAL DE
**TURISMO E
MARKETING**
2024 • 2028





MAIS INFORMAÇÕES DISPONÍVEIS EM:
www.campoflorido.mg.gov.br



PREFEITURA MUNICIPAL DE
CAMPO FLORIDO
Estado de Minas Gerais

COMTUR
CONSELHO MUNICIPAL
DE TURISMO