

Estratégias de Fomento ao Turismo na região metropolitana do Vale do Rio Cuiabá (RMVRC) para o Desenvolvimento Local

Yuri de Souza Lopes

Mestrando do PPgau do UNIVAG, Brasil
yuri.s.lopes@gmail.com

Sandra Medina Benini

Docente do PPgau do UNIVAG, Brasil
arquiteta.benini@gmail.com

Jeane Aparecida Rombi de Godoy

Coordenadora e Docente do PPgau do UNIVAG, Brasil
urbanista.jeane@gmail.com

Rosana Lia Ravache

Docente do PPgau do UNIVAG, Brasil
rosana@univag.edu.br

Recebido: 7 de maio de 2024

Aceito: 5 de agosto de 2024

Publicado online: 18 de setembro de 2024

RESUMO

O objetivo deste estudo é analisar o impacto econômico e sociocultural do turismo na Região Metropolitana do Vale do Rio Cuiabá (RMVRC), destacando como práticas sustentáveis podem potencializar esses benefícios. A relevância do tema está relacionada à importância crescente do turismo como catalisador do desenvolvimento local, especialmente em regiões ricas em patrimônio cultural e natural, como exemplo de Cuiabá. A metodologia adotada inclui revisão bibliográfica e análise de casos da RMVRC, complementada por dados econômicos, sociais e ambientais, possibilitando uma compreensão ampla das dinâmicas turísticas regionais. Os resultados indicam que, apesar do vasto potencial turístico, a região enfrenta desafios significativos em infraestrutura e gestão ambiental, especialmente no que tange à sustentabilidade. Contudo, a pesquisa identificou oportunidades promissoras, como a promoção de ecoturismo e o desenvolvimento de roteiros culturais e gastronômicos, que podem fortalecer a atratividade turística. A conclusão destaca a necessidade de uma abordagem integrada, que envolva parcerias público-privadas, capacitação profissional, promoção do turismo sustentável e melhoria da infraestrutura, visando transformar a RMVRC em um destino turístico competitivo e sustentável.

Palavras-chave: Turismo sustentável. Desenvolvimento regional. Ecoturismo.

1 INTRODUÇÃO

O turismo tem se consolidado como uma ferramenta estratégica essencial para o desenvolvimento local, atuando tanto como motor econômico quanto como um agente transformador social e cultural das comunidades anfitriãs. Este estudo propõe-se a analisar o papel do turismo no desenvolvimento da região metropolitana do Vale do Rio Cuiabá (RMVRC), que, apesar de seu vasto potencial turístico, enfrenta desafios significativos para se estabelecer como um destino turístico de destaque no contexto nacional.

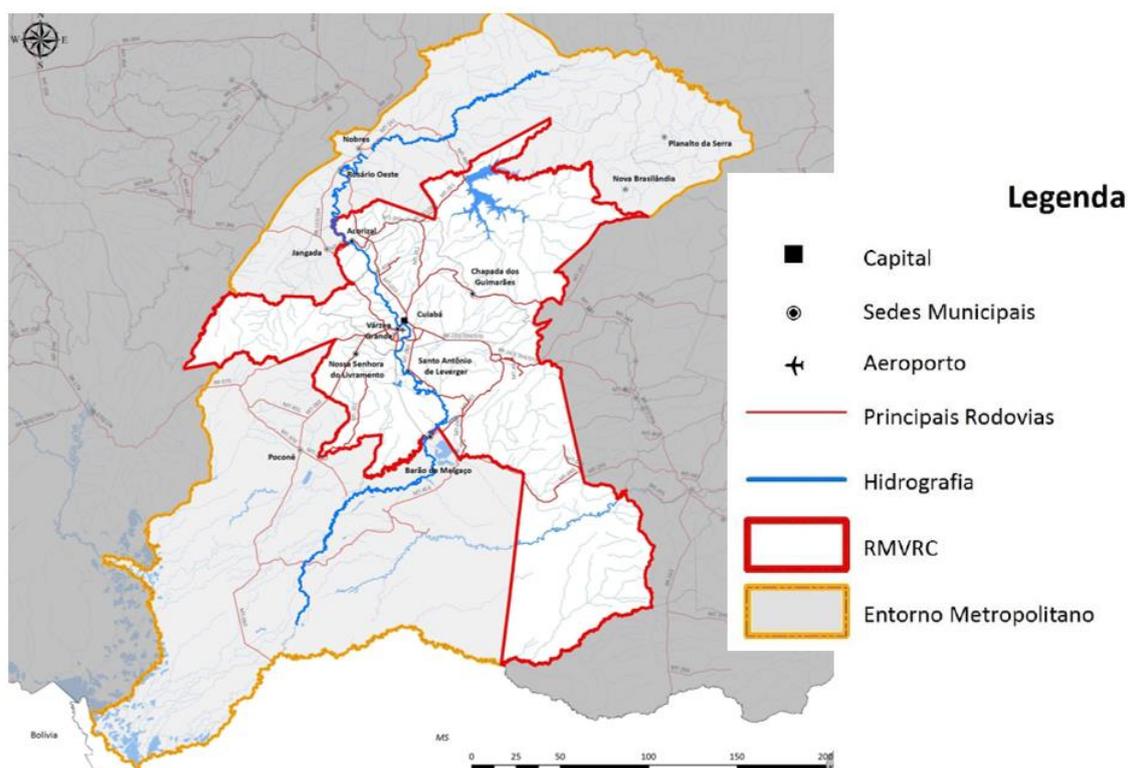
O objetivo deste artigo é investigar especificamente o impacto econômico e sociocultural do turismo em Cuiabá e sua região, especificamente, com foco em como a cidade pode integrar estratégias sustentáveis para maximizar esses benefícios. A análise se orienta pela necessidade de compreender de que maneira práticas sustentáveis podem ser implementadas para criar um ambiente que favoreça tanto os visitantes quanto os moradores locais e regionais.

A justificativa para este estudo baseia-se na crescente importância do turismo como catalisador para o desenvolvimento da economia local e regional. Assim como em outras localidades, em Cuiabá, o turismo pode desempenhar um papel importante na diversificação da economia, na preservação do patrimônio cultural e natural, e na melhoria da qualidade de vida da população. A posição estratégica da cidade, localizada no centro geodésico da América do Sul e a proximidade com destinos turísticos importantes, como o Pantanal, que concentra maior planície alagada contínua do mundo, com 140 000 km² em território brasileiro, Nobres (Bom Jardim), onde está o aquário encantado e vários rios cristalinos estruturados para o exercício do boia cross e Chapada dos Guimarães, cujas cachoeiras e cavernas atraem muitos turistas e reforçam

a necessidade de uma abordagem integrada que valorize o potencial turístico da região. A posição geográfica privilegiada de Cuiabá pode e deve ser explorada de forma estratégica para impulsionar o desenvolvimento e posicionar Cuiabá como um centro de turismo sustentável e competitivo.

A partir dessa abordagem, a metodologia adotada nesse estudo inclui uma revisão da literatura existente sobre turismo e desenvolvimento local e regional, complementada por uma análise crítica de estudos de caso da região metropolitana do Vale do Rio Cuiabá (RMVRC), delimitada espacialmente pela figura 1.

Figura 1 - Região Metropolitana do Vale do Rio Cuiabá (RMVRC)



Fonte: Agência de Desenvolvimento da Região Metropolitana do Vale do Rio Cuiabá, 2017.

A pesquisa documental abrange a análise de dados econômicos, sociais e ambientais, além de estudos prévios que exploram o impacto do turismo em regiões semelhantes, por meio da qual se adquire uma compreensão abrangente das dinâmicas do turismo disponíveis na região, permitindo a identificação de práticas e políticas que possam ser aplicadas para o desenvolvimento sustentável do setor.

A relevância deste estudo é ampliada pela demanda crescente por estratégias de desenvolvimento que alinhem crescimento econômico com sustentabilidade. Em um cenário global onde o turismo está cada vez mais associado à preservação ambiental e

ao respeito pelas culturas locais, urge analisar as melhores estratégias para que esta região se integre nas políticas de desenvolvimento turístico e de novos destinos, visando explorar as potencialidades e os desafios específicos desta localidade, e debater sobre o papel do turismo como um agente de desenvolvimento local e regional no Brasil.

Em suma, este estudo busca oferecer uma visão integrada do turismo na região de Cuiabá, destacando práticas que possam transformar desafios em oportunidades e promover o desenvolvimento local de maneira sustentável e inclusiva. Ao final, espera-se que as conclusões apresentadas sirvam de base para a formulação de políticas públicas e estratégias de gestão que reforcem o papel do turismo como um dos pilares do desenvolvimento desta região.

2 TURISMO E DESENVOLVIMENTO LOCAL E REGIONAL

O turismo é amplamente reconhecido como uma ferramenta poderosa para o desenvolvimento local e regional, contribuindo significativamente para a dinamização econômica, social e cultural das comunidades anfitriãs. Conforme abordado por diversos estudiosos, o turismo é um fenômeno complexo que transcende o simples ato de viajar, por englobar uma série de interações e impactos que podem modificar profundamente as localidades receptoras.

Do ponto de vista econômico, o turismo é capaz de gerar emprego e renda, promovendo o crescimento de diversos setores da economia local e regional, como a hotelaria, a gastronomia, o comércio e os serviços, além de estimular novos negócios e a diversificação da economia local, reduzindo a dependência de setores tradicionais (Osmainschi, 2017). Ao atrair investimentos para a infraestrutura e serviços, o turismo também pode produzir ambientes mais atrativos ao estabelecer novas empresas criando novos postos de trabalho.

Na dimensão sociocultural, o turismo desempenha um papel crucial na valorização e preservação do patrimônio cultural e natural. Ao estimular o reconhecimento da identidade local e regional, o turismo pode fortalecer o sentimento de pertencimento entre os moradores, incentivando a preservação de tradições, costumes e monumentos históricos. Segundo Ashworth e Page (2011) as cidades turísticas frequentemente utilizam seus ativos culturais como forma de diferenciação e atração de visitantes, o que pode levar à revitalização de áreas urbanas e à criação de novos espaços culturais e de lazer. Esta valorização cultural não só beneficia os turistas, mas também enriquece a experiência dos moradores, que passam a vivenciar de forma mais intensa e consciente os elementos culturais de sua comunidade.

Outro aspecto relevante é o potencial do turismo para promover a sustentabilidade ambiental. Quando bem planejado e gerido, o turismo pode atuar

como um meio de conservação do meio ambiente, incentivando práticas sustentáveis. A criação de parques e reservas, o desenvolvimento de ecoturismo e a educação ambiental dos visitantes, são algumas das estratégias que podem ser empregadas para assegurar que o turismo contribua com a conservação ambiental, ao invés de ser uma ameaça a ela. Essa abordagem sustentável é fundamental para garantir que o desenvolvimento turístico seja benéfico a longo prazo, evitando a degradação dos recursos naturais que são, muitas vezes, a principal atração para os visitantes.

Para maximizar os benefícios do turismo no desenvolvimento local, é essencial que haja um planejamento integrado que envolva todos os agentes imbricados na proposta, incluindo governos locais, empresários, comunidades e turistas. A integração entre o turismo e outras políticas públicas, como planejamento urbano, transporte, saúde e educação, é fundamental para criar sinergias que potencializem os impactos positivos do turismo (Judd, 2003). Além disso, o planejamento deve ser orientado pela sustentabilidade, garantindo que o crescimento do turismo não comprometa os recursos naturais e culturais que são essenciais para a atratividade dos destinos.

3 PAPEL DAS CIDADES NO TURISMO

As cidades, quando devidamente preparadas, ocupam um papel central no turismo, atuando tanto como destinos principais quanto como pontos de conexão que ligam turistas a outras regiões. Com a urbanização e a concentração de infraestruturas turísticas, como hotéis, restaurantes, centros de convenções e atrações culturais, as cidades se tornam os epicentros do turismo moderno, além de funcionarem como microcosmos de diversidade cultural, oferecendo uma gama de experiências que atendem a diferentes segmentos de mercado, que abrangem desde o turismo de negócios até o as modalidades de turismo de entretenimento e cultural.

Neste contexto, as melhores práticas mostram que as atrações turísticas são planejadas conforme a capacidade de absorção de cada estrutura urbana com pretensões de captação, de modo a atender os visitantes satisfatoriamente não só com os serviços necessários, mas também com a ampliação das atividades de lazer e eventos. A diversificação de opções é um dos meios de prolongar a estadia do turista em determinado perímetro municipal ou regional, visando aumentar a captação de renda para o erário e reter bons resultados financeiros para o *trade* turístico¹.

¹ Trade turístico é o conjunto de organizações e equipamentos que fazem parte da superestrutura do produto turístico. Inclui: hotéis, agências de viagens, empresas de transporte, centros de convenções, promotores de feiras e montadoras, serviços auxiliares, bares e restaurantes, lojas de souvenir's e atrativos turísticos. Além destes, inclui todas as atividades comerciais que estão diretamente ou indiretamente relacionadas à atividade turística.

Conforme Glaeser (2011), as cidades, como centros de inovação e produção cultural, tornam-se particularmente atraentes para turistas que buscam experiências únicas e diversificadas. Essa infraestrutura, que inclui desde transportes até acomodações e instalações de lazer, não só facilita a estadia dos turistas, mas também impulsiona o desenvolvimento econômico regional, criando empregos e estimulando outros setores econômicos relacionados.

Além disso, as cidades com potencial podem se transformar em destinos turísticos culturais ao aproveitarem seus ativos históricos, arquitetônicos e culturais. Edwards et al. (2008) afirmam que a riqueza cultural das cidades, incluindo museus, galerias, teatros e eventos culturais, é um dos principais atrativos para turistas. Cidades como Paris, Roma e Nova York exemplificam como o patrimônio cultural pode posicionar um destino no cenário global. A preservação e promoção desses recursos culturais não apenas atraem turistas, mas também desempenham um papel vital na preservação da identidade cultural e na educação de residentes e visitantes sobre o valor desse patrimônio.

A diversidade de experiências oferecidas pelas cidades, é outro fator crucial para o turismo. Hayllar et al. (2008) discutem como a multiplicidade de opções disponíveis, que vai desde o turismo de compras e gastronômico até o de eventos e negócios, transforma as cidades em destinos ideais para turistas com interesses variados. Essa diversidade não só identifica a cidade como destino turístico, mas também tende a prolongar a estadia dos visitantes, gerando maior receita e contribuindo para o desenvolvimento da economia local e regional.

O planejamento urbano, por sua vez, é fundamental para a competitividade das cidades como destinos turísticos. Um planejamento eficaz, que integra o turismo ao desenvolvimento urbano, pode criar um ambiente mais acolhedor e acessível para os turistas, e também a qualidade de vida dos residentes. Sassen (2001) destaca que cidades globais atraem turistas devido a sua infraestrutura de classe mundial e a sua reputação internacional. A integração de áreas turísticas com o restante da cidade e a criação de novos espaços públicos e culturais, são estratégias que podem aumentar significativamente a competitividade de uma cidade no mercado global de turismo.

4 POTENCIALIDADES DA REGIÃO METROPOLITANA DO VALE DO RIO CUIABÁ (RMVRC) PARA O TURISMO

A região metropolitana do Vale do Rio Cuiabá (RMVRC), em específico Cuiabá, possui um vasto potencial para o desenvolvimento do turismo, sustentada por sua rica herança cultural, histórica e natural. Localizada no centro geodésico da América do Sul,

a cidade é estrategicamente posicionada como porta de entrada para importantes destinos turísticos, como o Pantanal, Nobres (Bom Jardim) e Chapada dos Guimarães. O aproveitamento dessas potencialidades pode transformar Cuiabá em um dos principais destinos turísticos do Brasil, impulsionando o desenvolvimento econômico e social da região.

Nos últimos dez anos, o turismo em Cuiabá, capital do estado de Mato Grosso, apresentou um crescimento significativo, impulsionado por uma série de fatores econômicos, sociais e estruturais. O período entre 2013 e 2023 foi marcado por eventos importantes e investimentos que consolidaram a cidade como um centro turístico em ascensão.

Em 2014, Cuiabá foi uma das sedes da Copa do Mundo da FIFA, o que gerou um impacto positivo imediato no turismo local, mesmo considerando diversos problemas relacionados a gestão de recursos e obras. Esse evento levou a grandes investimentos em infraestrutura, como a modernização do Aeroporto Internacional Marechal Rondon, melhorias na rede hoteleira e na mobilidade urbana (SANTOS et. al, 2016). Tais avanços não apenas aumentaram a capacidade de recepção de turistas, mas também deram um perfil de cidade turística, tanto para visitantes domésticos quanto internacionais.

Nos anos seguintes, o fluxo turístico continuou a crescer, especialmente no segmento de turismo de negócios e eventos, impulsionado pela expansão da economia local e regional e pela realização de feiras e congressos de grande porte.

Segundo a Sedec (2024),

O turismo em Mato Grosso arrecadou R\$ 91,7 milhões em Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) e R\$ 41,5 milhões em ISSQN - impostos municipais -, em 2023. O montante revela a evolução do segmento no Estado. Em relação a 2022, o aumento com o ICMS foi 25,1% e do ISSQN, de 39%, segundo dados do Observatório do Turismo da Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico (Sedec), realizado com base nas informações da Secretaria de Estado de Fazenda (Sefaz), Secretarias Municipais de Finanças e de Turismo.

O ecoturismo e o turismo de aventura também ganharam destaque, devido à proximidade de Cuiabá com a Chapada dos Guimarães, cidade que se tornou ponto de partida para turistas interessados em explorar áreas naturais. Essa tendência fomentou o desenvolvimento de roteiros integrados que combinam experiências culturais e gastronômicas na cidade antes de seguir para as atrações naturais (ALCÂNTARA, 2023).

Apesar do crescimento, o turismo nesta região também enfrentou desafios, especialmente relacionados à sustentabilidade e à gestão dos recursos naturais. Segundo Ribeiro et. al. (2023) crescimento do turismo na região pantaneira, associado às mudanças climáticas, trouxe à tona a necessidade de práticas turísticas mais

sustentáveis e de uma maior integração entre as políticas de desenvolvimento urbano e ambiental.

Em 2017, o turismo em Mato Grosso foi fortemente impulsionado pela atividade pesqueira, que contava com a participação de 8.620 pescadores profissionais e artesanais. A pesca artesanal, em particular, desempenha um papel significativo nas esferas social, política, econômica e ambiental das comunidades locais e regionais. Essa atividade é marcada por algumas características peculiares: é predominantemente realizada por homens, muitos dos quais possuem baixa escolaridade, com mais de 50% não tendo completado o ensino fundamental e alguns sem qualquer nível de escolaridade. Em média, esses pescadores ganham cerca de R\$ 1.100,00 por mês, renda que pode ser complementada por outras atividades, como pilotagem de barcos, coleta de iscas, trabalhos como pedreiro ou servente, além de benefícios sociais (Ribeiro et al., 2023).

A partir dessa perspectiva de valorização das atividades tradicionais e locais, o turismo cultural emerge como uma oportunidade complementar de desenvolvimento econômico para a mão de obra pouco qualificada de Mato Grosso. Cuiabá, abriga um patrimônio histórico e cultural significativo que pode ser explorado para atrair turistas interessados por esse segmento do turismo. O centro histórico da cidade, com seus casarões coloniais, igrejas e praças, é testemunha a rica herança dos períodos colonial e imperial brasileiros. A revitalização e a promoção desses espaços podem transformar a cidade em um destino atrativo para turistas que buscam uma imersão na história e na cultura regional.

Segundo Edwards et al. (2008), a valorização do patrimônio cultural urbano é essencial para o desenvolvimento de destinos turísticos que ofereçam experiências autênticas e significativas. O investimento na preservação desses locais, aliado a projetos de turismo cultural, pode não só atrair visitantes, como também fortalece a identidade cultural dos moradores e promove a tradição e o orgulho local e regional.

Os eventos culturais e as festas tradicionais de Cuiabá representam outro importante atrativo turístico. A Festa de São Benedito, por exemplo, celebra as tradições afro-brasileiras e é uma das festas populares mais antigas e tradicionais da cidade. É uma oportunidade única para que os turistas vivenciem uma autêntica expressão religiosa da cultura local. De acordo com Richards e Palmer (2010), eventos culturais são uma ferramenta poderosa para o desenvolvimento do turismo, pois criam uma motivação adicional para visitar o destino e, ao mesmo tempo, contribuem para a sustentabilidade cultural da comunidade receptora.

A proximidade de Cuiabá com o Pantanal, Nobres (Bom Jardim) e Chapada dos Guimarães coloca a cidade em uma posição privilegiada para o desenvolvimento do turismo de natureza e ecoturismo. O ecoturismo, conforme delineado por Weaver

(2001), é uma modalidade que promove a conservação do meio ambiente e o bem-estar das populações locais, sendo particularmente relevante em regiões como Mato Grosso, onde a riqueza natural é um dos principais atrativos. Ao desenvolver programas de ecoturismo e rotas turísticas que conectem Cuiabá a essas áreas naturais, a cidade pode se posicionar como um *hub* de ecoturismo no Brasil, atraindo turistas interessados em experiências sustentáveis e na observação da fauna e flora locais.

A culinária cuiabana, rica em sabores e influências indígenas, africanas e portuguesas, é outro ponto de destaque que pode ser explorado para atrair turistas. Pratos típicos como a mojica de pintado², o pacu assado e o furrundu³ são iguarias tradicionais que permitem aos visitantes uma experiência gastronômica única. Segundo Hjalager e Richards (2002), a gastronomia é um importante elemento da oferta turística local, capaz de criar uma conexão emocional entre o turista e os anfitriões. Investir na promoção da gastronomia de Cuiabá, criando eventos gastronômicos e parcerias com restaurantes locais ou apresentando a cozinha típica cuiabana em eventos fora do estado ou no exterior, pode ajudar a consolidar a imagem da cidade como um destino de turismo gastronômico diferenciado.

A partir do potencial turístico existente em Cuiabá, fortalecido por sua rica herança cultural, histórica e natural, qualquer fomento a eventos ou criação de roteiros específicos para a região, dará impulso a este turismo regional e pode alinhá-lo ao *trade* turístico nacional que está em plena expansão e sempre carente de novos roteiros para novos destinos. Para maximizar esse potencial, é essencial o apoio do poder público na captação de eventos e regionais e nacionais que contemplem a sustentabilidade, a valorização do patrimônio cultural e o fortalecimento das tradições locais.

4.1 Desafios e Oportunidades na Região Metropolitana do Vale do Rio Cuiabá (RMVRC)

Embora seja portadora de um vasto potencial turístico, Cuiabá enfrenta desafios significativos que precisam ser superados para que a cidade possa se consolidar como um destino de destaque. Esses desafios, no entanto, também abrem caminho para diversas oportunidades de desenvolvimento, que, se bem aproveitadas, podem transformar a cidade em um polo turístico sustentável e economicamente viável.

Um dos principais desafios está relacionado à infraestrutura turística e urbana. Apesar de avanços recentes, a cidade ainda necessita de melhorias significativas na modernização e

² Caldo de pintado (peixe) engrossado com substância alimentar como milho, arroz ou castanha dentre outros.

³ O furrundu ou furrundum é um doce cuiabano feito com mamão verde ralado e misturado com melado de cana e o pixé outra iguaria cuiabana semelhante a farinha feita com milho torrado moído, amendoim, açúcar e canela.

ampliação de sua infraestrutura básica, como transportes, serviços de saúde, segurança e sobretudo, qualidade dos espaços públicos, independente da oferta acanhada da oferta de leitos e bons serviços em hotéis de classe média (com três estrelas). Se as deficiências no transporte público urbano são obstáculos e dificultam o acesso dos turistas aos principais pontos turísticos, os serviços de hotelaria são precários por falta de treinamento básico, falta de conhecimento de idiomas e pouca valorização dos profissionais de turismo receptivo tanto na cidade quanto nas regiões vizinhas, como o Pantanal, Nobres (Bom Jardim) e Chapada dos Guimarães. A infraestrutura de transporte emparelhada com a melhor forma de abordar o turista, tanto com conhecimento do ofício quanto com o conhecimento do idioma, é fundamental para a competitividade na escolha dos destinos turísticos feita pelos agentes de viagem.

Além da infraestrutura básica, a sustentabilidade e a gestão ambiental surgem como importantes desafios. A proximidade de Cuiabá com ecossistemas frágeis, como o Pantanal, exige uma abordagem cuidadosa e um conhecimento profundo do ecossistema para evitar a degradação ambiental. Além da necessidade de viabilizar melhorias no sistema de gestão urbana, o turismo mal gerido pode comprometer os recursos naturais que são a base da potencialidade e atratividade turística da região. Portanto, encontrar um equilíbrio entre a qualidade da infraestrutura urbana, desenvolvimento econômico e a preservação ambiental é vital. Esta questão envolve necessariamente, a adoção estratégica de um plano de requalificação da infraestrutura local e regional integrado a políticas de turismo sustentável, que sejam capazes de promover a conservação dos recursos naturais e o envolvimento das comunidades locais e regionais. Em seu conjunto, reunirão esforços para acionar o poder público e motivar as comunidades a exigirem ações essenciais para garantir que o turismo contribua positivamente para a economia local sem comprometer o meio ambiente (Butler, 1980).

Apesar desses desafios, torna-se oportuno considerar que Cuiabá possui oportunidades significativas para impulsionar seu desenvolvimento econômico por meio do turismo. Uma dessas oportunidades é a expansão do turismo de eventos e negócios, aproveitando a posição estratégica da cidade no Centro-Oeste brasileiro. Investimentos em infraestrutura e captação de eventos aliados à promoção da cidade como um destino de negócios, podem atrair um público diversificado e gerar receitas substanciais. O turismo de negócios, quando combinado com outras formas de turismo, como o cultural e o de lazer, tem o potencial de alavancar a economia local (Judd, 2003).

A participação ativa das comunidades locais no planejamento e gestão do turismo pode assegurar que os benefícios econômicos sejam amplamente distribuídos e que as práticas de turismo sustentável sejam adotadas. A capacitação da população local, o apoio ao empreendedorismo e a criação de mecanismos que permitam a participação direta dos cidadãos nas decisões relacionadas ao turismo são estratégias que podem assegurar o sucesso a longo prazo do setor na região.

Assim, Cuiabá se encontra em um ponto de inflexão onde os desafios, se enfrentados com planejamento e inovação, podem ser transformados em oportunidades para construir um futuro sustentável e próspero no turismo.

4.2 Estratégias para o Desenvolvimento do Turismo em Cuiabá

Para que Cuiabá explore plenamente seu potencial turístico, é essencial adotar uma abordagem estratégica que integre os recursos locais às demandas dos turistas, promovendo sustentabilidade, inovação e inclusão social. Essa abordagem deve envolver tanto o setor público quanto o privado, além de contar com a participação ativa da comunidade local, formando assim a base para o crescimento sustentável do turismo na cidade.

Um dos pilares dessa abordagem é a promoção de parcerias público-privadas (PPPs), que desempenham um papel crucial na mobilização dos recursos financeiros e técnicos necessários para melhorar a infraestrutura turística de Cuiabá. Essas parcerias não só facilitam a revitalização do centro histórico e o desenvolvimento de novos atrativos, como também garantem que o desenvolvimento turístico se alinhe com metas públicas de sustentabilidade e inclusão, conforme destacam Bramwell e Lane (2000).

Completadas as melhorias na infraestrutura, o passo seguinte deverá se concentrar no fortalecimento do marketing turístico para posicionar Cuiabá como um destino diversificado no cenário nacional e internacional. De acordo com Kotler, Haider e Rein (1993), a imagem de um destino é um fator determinante na escolha do turista. Portanto, a criação de uma identidade turística única, que destaque a herança cultural, a gastronomia e as belezas naturais da cidade, torna possível e mais efetiva a atração de visitantes. Entretanto, essa estratégia de marketing, inclui campanhas digitais e participação em feiras regionais, nacionais e internacionais, para aumentar a visibilidade de Cuiabá e atrair um público mais diversificado.

A diversificação dos produtos turísticos, por sua vez, aproveita o potencial já estabelecido pelo marketing e pela infraestrutura melhorada, oferecendo novas experiências que combinem a herança cultural com as belezas naturais da região. Segundo Richards e Wilson (2006), o desenvolvimento de produtos turísticos inovadores e experiências criativas podem gerar valor agregado e aumentar a competitividade dos destinos. Em Cuiabá, a criação de roteiros temáticos pode reforçar a imagem positiva da região, proporcionando aos visitantes uma oferta turística rica e diferenciada, capaz de atrair novos públicos e prolongar a estadia dos turistas.

Conforme Pine e Gilmore (1999), a economia da experiência é uma força poderosa no turismo contemporâneo, onde as experiências personalizadas e memoráveis são altamente valorizadas pelos consumidores. Em Cuiabá, a criação de

experiências imersivas, como workshops de culinária e atividades de ecoturismo, não apenas ampliam a oferta turística, como também fortalecem a identidade cultural e o vínculo dos turistas com a cidade.

No entanto, é crucial que todas essas iniciativas sejam conduzidas de maneira sustentável. A promoção do turismo sustentável assegura que o desenvolvimento sem comprometer os recursos naturais e culturais que fazem da Região Metropolitana do Vale do Rio Cuiabá (RMVRC) um destino atraente.

Weaver (2006) ressalta que o turismo sustentável não apenas protege o meio ambiente, mas também contribui para o desenvolvimento econômico e social das comunidades locais. Assim, práticas ecológicas em hotéis e restaurantes, assim como certificações ambientais para operadores turísticos, integram-se naturalmente às outras estratégias, garantindo que o crescimento do turismo ocorra em harmonia com a preservação ambiental.

Essa harmonia é ampliada com a criação de uma rede integrada de turismo, conectando Cuiabá a outros destinos turísticos da região, como o Pantanal, Nobres (Bom Jardim) e Chapada dos Guimarães. A Organização Mundial do Turismo (OMT, 2007) destaca que a conectividade entre destinos turísticos pode aumentar a atratividade regional e gerar benefícios econômicos para todas as áreas envolvidas. Ao conectar esses pontos turísticos, Cuiabá oferece uma experiência de turismo mais completa, beneficiando tanto os turistas quanto a economia local.

A participação no *trade* turístico nacional e internacional facilita o direcionamento de turistas aos destinos preparados para recebê-los e, ao mesmo tempo, prolonga a estadia dos visitantes na região, fortalecendo os equipamentos que fazem parte da superestrutura do produto turístico e aumentando a movimentação de capital, tanto para os erários municipais como para os participantes do *trade* turístico.

Para dar suporte a todas essas iniciativas, o uso da tecnologia e da inovação digital é essencial. Buhalis e Law (2008) argumentam que a tecnologia desempenha um papel crucial na transformação do turismo, desde a fase de planejamento da viagem até as experiências no destino. Em Cuiabá, a implementação de aplicativos móveis, guias digitais interativos e sistemas de reservas online não apenas modernizaram a experiência turística, como também potencializaram outras estratégias, facilitando o acesso dos turistas às ofertas diversificadas e sustentáveis da cidade.

Para que todas essas estratégias alcancem pleno êxito, é vital investir na capacitação de profissionais que operem nas diferentes áreas do serviço receptivo. Baum (2007) enfatiza que a qualificação da força de trabalho no turismo é essencial para garantir a competitividade entre as operadoras e agências de turismo, guias turísticos e outros profissionais que atuem no destino para proporcionar serviços de alta qualidade. A formação e reciclagem contínua dos trabalhadores do setor turístico garantem que os

serviços oferecidos sejam de alta qualidade e elevam o padrão dos serviços turísticos em Cuiabá. Além disso, a integração do turismo com políticas de desenvolvimento urbano, como argumenta Hall (2008), é fundamental para criar sinergias entre o turismo e outros setores, promovendo um crescimento sustentável que beneficia tanto os moradores quanto os visitantes.

As estratégias para o desenvolvimento turístico da Região Metropolitana do Vale do Rio Cuiabá (RMVRC) se entrelaçam e se complementam, criando um ciclo virtuoso onde a infraestrutura, a inovação, a sustentabilidade e a inclusão social se conectam e constroem um futuro promissor e equilibrado para o turismo regional.

5 CONCLUSÃO

A análise do turismo na Região Metropolitana do Vale do Rio Cuiabá (RMVRC) revela que essa atividade tem o potencial para ser um importante componente do motor do desenvolvimento econômico, social e ambiental para a cidade. No entanto, esse potencial só será plenamente realizado, se o município focar em estratégias específicas e práticas que despertem o *trade* turístico para as peculiaridades da Região Metropolitana do Vale do Rio Cuiabá (RMVRC).

Primordial, porém, a modernização da infraestrutura—inclui: a melhoria do transporte público, a conectividade aérea entre Cuiabá e outros pontos do país e do mundo e bons serviços de aeroporto, a revitalização de áreas históricas fundamentais para tornar Cuiabá mais e atraente. A criação de parcerias entre o governo e o setor privado pode facilitar esses avanços e garantir que as melhorias sejam realizadas de forma eficaz e sustentável.

Além disso, é importante promover práticas de turismo sustentável que preservem os recursos naturais e culturais da região. Isso inclui a implementação de políticas que incentivem o uso responsável dos recursos ambientais, a adoção de práticas ecológicas em empresas de turismo e a indução da comunidade local para o importante papel da conservação do meio ambiente, tanto para o equilíbrio entre o desenvolvimento turístico e qualidade de vida, quanto para garantir a longevidade do setor.

A diversificação das ofertas turísticas também deve ser uma prioridade apoiada no investimento em novos roteiros que combinem experiências culturais, gastronômicas e ecológicas dando a Cuiabá um perfil diferenciado no mercado turístico e assim atrair diversos tipos de público. Além disso, a criação de eventos e festivais temáticos pode ajudar a posicionar a cidade como um destino vibrante e dinâmico.

Para garantir que essas estratégias sejam bem-sucedidas, é indispensável capacitar os profissionais do setor turístico, oferecendo frequentemente treinamentos

e workshops voltados para a qualidade do atendimento. O uso de tecnologias e a gestão sustentável pode elevar o padrão dos serviços oferecidos e melhora a experiência dos turistas.

Portanto, é recomendável que os gestores do turismo em Cuiabá adotem uma abordagem integrada, que envolva a participação ativa da comunidade local, o uso de inovações tecnológicas e a criação de políticas públicas alinhadas às necessidades do setor. A colaboração entre todos os atores envolvidos é fundamental para transformar os desafios em oportunidades e construir um futuro próspero e sustentável para o turismo em Cuiabá.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO DA REGIÃO METROPOLITANA DO VALE DO RIO CUIABÁ (AGEM/VRC). **Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado (PDDI) da Região Metropolitana do Vale do Rio Cuiabá: Diagnóstico Consolidado**. Instituto Brasileiro de Administração Municipal (IBAM), 2017.

ALCÂNTARA, Liliane Cristine Schlemmer; GRIMM, Isabel Jurema; BARBOSA, Laudiene de Souza. ECOTURISMO E DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL SUSTENTÁVEL EM CHAPADA DOS GUIMARÃES, MATO GROSSO, BRASIL. **(SYN)THESIS**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 2, p. 97–113, 2023. DOI: 10.12957/synthesis.2023.78928. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/synthesis/article/view/78928>. Acesso em: 1 set. 2024.

ALHO, Cleber J. R. O significado socioeconômico do turismo na natureza no Pantanal diante das normas reguladoras do Estado. **Sociedade e Estado**, [S. l.], v. 34, n. 03, p. 769–786, 2019. DOI: 10.1590/s0102-6992-201934030006. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/sociedade/article/view/24162>. Acesso em: 1 set. 2024.

ASHWORTH, G.; PAGE, S. J.. Urban tourism research: recent progress and current paradoxes. **Tourism Management**, vol. 32, no. 1, 2011, p. 1-15. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.02.002>

BAUM, T. Human resources in tourism: Still waiting for change? **Tourism Management**, v. 28, n. 6, p. 1383-1399, 2007. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.04.005>

BRAMWELL, B.; LANE, B. (Eds.). **Tourism Collaboration and Partnerships: Politics, Practice and Sustainability**. Clevedon: Channel View Publications, 2000. p. 1-19.

BUHALIS, D.; LAW, R. Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. **Tourism Management**, v. 29, n. 4, p. 609-623, 2008. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005>

BUTLER, R. W. The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. **Canadian Geographer/Le Géographe Canadien**, v. 24, n. 1, p. 5-12, 1980. <https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x>

EDWARDS, D.; GRIFFIN, T.; HAYLLAR, B. Urban tourism research: Developing an agenda. **Annals of Tourism Research**, v. 35, n. 4, p. 1032-1052, 2008. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2008.09.002>

GLAESER, E. **Triumph of the City: How Our Greatest Invention Makes Us Richer, Smarter, Greener, Healthier, and Happier.** New York: Penguin Press, 2011.

HALL, C. M. **Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships.** 2nd ed. Harlow: Pearson Education, 2008.

HAYLLAR, B.; GRIFFIN, T.; EDWARDS, D. **City Spaces - Tourist Places: Urban Tourism Precincts.** Oxford: Butterworth-Heinemann, 2008. <https://doi.org/10.4324/9780080878270>

HJALAGER, A. M.; RICHARDS, G. (Eds.). **Tourism and Gastronomy.** London: Routledge, 2002.

JUDD, Dennis R. El turismo urbano y la geografía de la ciudad. **Revista EURE**, v. 29, n. 87, p. 51-62, Santiago de Chile, set. 2003. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/196/19608704.pdf> . Acesso 1 set. 2024.

KOTLER, P.; HAIDER, D. H.; REIN, I. **Marketing Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States, and Nations.** New York: Free Press, 1993.

OSMAINSCHI, R. **Cidades pulsantes: dimensões de potencialidade para o turismo urbano.** 2017. Dissertação (Mestrado) – Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, RS, Brasil. Recuperado de Repositório Institucional da UCS.

PAGE, S. J. **Tourism Management.** 6th ed. London: Routledge, 2019. DOI: <https://doi.org/10.4324/9780429422898>

PINE, B. J.; GILMORE, J. H. **The Experience Economy: Work is Theatre and Every Business a Stage.** Boston: Harvard Business School Press, 1999.

RIBEIRO, Magno Alves; ALCÂNTARA, Liliâne Cristine Schlemmer; SAMPAIO, Carlos Alberto Cioce. TURISMO E PANTANAL: As relações com os objetivos do desenvolvimento sustentável. **Geo UERJ**, [S. l.], n. 42, p. e66165, 2023. DOI: 10.12957/geouerj.2023.66165. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/geouerj/article/view/66165> . Acesso em: 1 set. 2024.

RICHARDS, G.; PALMER, R. **Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalisation.** Oxford: Butterworth-Heinemann, 2010. DOI: <https://doi.org/10.4324/9780080940960>

RICHARDS, G.; WILSON, J. Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? **Tourism Management**, v. 27, n. 6, p. 1209-1223, 2006. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.06.002>

SANTOS JÚNIOR, O. A.; GAFFNEY, C.; RIBEIRO, L. C. Q. (org.). **Brasil: os impactos da Copa do Mundo 2014 e das Olimpíadas 2016.** 1. ed. Rio de Janeiro: E-papers, 2015. 542 p. Disponível em: https://www.unirios.edu.br/internas/biblioteca/servicos/arquivos/ebooks/brasil_os_impactos_da_copa_do_mundo_2014_e_das_olimpiadas_2016.pdf . Acesso 1 set. 2024.

SASSEN, S. **The Global City: New York, London, Tokyo.** REV-Revised. Princeton University Press, 2001. <https://doi.org/10.2307/j.ctt2jc93q>

SEDEC – Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico. **Turismo em MT apresenta crescimento econômico e arrecada mais de R\$ 133,2 milhões.** 2024. Disponível em: <https://www.sedec.mt.gov.br/>

[/turismo-em-mt-apresenta-crescimento-econ%C3%B4mico-e-arrecada-mais-de-r-133-2-milh%C3%B5es](#)
. Acesso 1 set. 2024.

WEAVER, D. B. **Sustainable Tourism: Theory and Practice**. London: Routledge, 2006. Disponível em:
<https://perpus.univpancasila.ac.id/repository/EBUPT190735.pdf> . Acesso em 1 set 2024.

WEAVER, D. B. **The Encyclopedia of Ecotourism**. Wallingford: CABI, 2001.

WORLD TOURISM ORGANIZATION (OMT). **A Practical Guide to Tourism Destination Management**.
Madrid: OMT, 2007. DOI: 10.18111/9789284412433.