



Estado do Rio Grande do Sul

## Município de Poço das Antas

CNPJ: 91.693.333/0001-07 Av. São Pedro, 1213 Fone: (51)3773-1122

Site: www.pocodasantas.rs.gov.br E-mail: prefeitura@pocodasantas.rs.gov.br

**LEI Nº 2.357, DE 04 DE OUTUBRO DE 2023.**

### ***Institui o Plano Municipal de Turismo de Poço das Antas.***

A PREFEITA MUNICIPAL DE POÇO DAS ANTAS, Estado do Rio Grande do Sul, no uso de suas atribuições legais, que lhe são conferidas pelo art. 53, inciso IV, da Lei Orgânica do Município.

Faço saber que a Câmara Municipal de Vereadores aprovou e eu sanciono a seguinte:

#### **LEI**

Art. 1º É instituído o Plano Municipal de Turismo constante no anexo, parte integrante desta lei, o qual contém a proposta para o turismo do município de Poço das Antas, definindo as diretrizes, os objetivos e as estratégias, em conformidade com o Plano Nacional de Turismo.

Art. 2º É de competência do Conselho Municipal de Turismo (COMTUR) proceder ao acompanhamento e às avaliações periódicas do Plano Municipal de Turismo para sua implantação e operacionalização.

Parágrafo único. O Plano Municipal de Turismo terá validade de 5 (cinco) anos, a contar da data de promulgação da presente Lei. Em futuras revisões, esse prazo poderá ser modificado, se assim for o entendimento do colegiado responsável.

Art. 3º O município divulgará o Plano Municipal de Turismo para a população, por intermédio dos canais competentes, visando a participação no acompanhamento de sua execução.

Art. 4º Esta Lei poderá ser regulamentada por decreto, no que couber.

Art. 5º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Gabinete da Prefeita – Poço das Antas, 04 de outubro de 2023.

**VÂNIA BRACKMANN**  
Prefeita Municipal

*Registre-se e publique-se:*

**JAIR ANTÔNIO SCHNEIDER**  
Secretário Municipal da Adm., Ind. e Com.

# Plano Municipal de Turismo de Poço das Antas/RS



SETEMBRO, 2023





## **FICHA TÉCNICA**

### **SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO RIO GRANDE DO SUL – SEBRAE/RS**

#### **Diretoria Executiva**

Diretor Superintendente – André Vanoni de Godoy

Diretor de Administração e Finanças – Marco Aurélio Paradedda

Diretor Técnico – Ayrton Pinto Ramos

#### **SEBRAE REGIONAL VALES DO TAQUARI E RIO PARDO**

Gerente – Liane Beatriz Portantiolo

Gestor – Diego Zenkner

#### **PREFEITURA MUNICIPAL DE POÇO DAS ANTAS**

Prefeita – Vânia Brackmann

Vice-Prefeito – Laurentino Flach

Secretária da Educação, Cultura, Desporto e Turismo – Jaqueline Klein

#### **ENTRE RIOS CONSULTORIA E EVENTOS LTDA.**

##### **Consultoras responsáveis pela elaboração:**

Roséli Azi Nascimento – Bióloga Turismóloga

Rita de Cássia Michelin – Turismóloga



## MENSAGEM PREFEITA MUNICIPAL



O Plano Municipal do Turismo é uma ferramenta que ampara, dá base e norteia o processo de pensar o setor enquanto uma construção conjunta entre o poder público, privado e suas organizações: uma união de esforços alinhada a um ideal.

Fortalecer o turismo em Poço das Antas é olhar para os potenciais oferecidos pelo Município, especialmente no que diz respeito à abundância de sua beleza natural, seus espaços de lazer, desporto e de convívio, sua arquitetura, suas manifestações religiosas, culturais, entre tantas outras possibilidades. O Plano, nesse sentido, fortifica a importância de se olhar para esses espaços,

eventos e iniciativas com sensibilidade, vislumbrando a capacidade de atrair visitantes e, através disso, fomentar a economia e as ações sociais.

Em paralelo a esse olhar para médio e longo prazo, pensar o turismo também é olhar para o passado e fazer desse resgate a preservação da história, dos costumes e tradições, de forma com que permaneça viva a riqueza de seus valores, virtudes e tudo aquilo que caminha junto disso, sendo esse um diferencial de nosso povo e do Município de Poço das Antas.

**Vânia Brackmann**  
**Prefeita de Poço das Antas**



## MENSAGEM GESTOR SEBRAE



O município de Poço das Antas está dando os primeiros passos no desenvolvimento turístico e está fazendo da maneira correta, envolvendo a comunidade, setor público e privado. Para auxiliar nesse processo foram realizados o Diagnóstico do Ambiente Turístico e o Plano Municipal de Turismo, estas ferramentas possuem papel importante, pois direcionam as ações futuras do turismo do município.

O COMTUR possui papel importante na execução das ações criadas no plano municipal, é ele que deve orquestrar esse processo envolvendo todo o trade turístico do município.

O Sebrae agradece a confiança e parceria da prefeitura municipal em desenvolver este trabalho e se coloca como parceiro para auxiliar no processo de amadurecimento do turismo de Poço das Antas. Sucesso a todos!

**Diego Zenkner**  
**Analista de Articulação de Projetos**  
**SEBRAE**

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Metodologia aplicada.....	11
Figura 2 – Oito Eixos do PRT.....	12
Figura 3 – 17 ODS.....	16
Figura 4 – Mapa do fluxo turístico no Brasil por continentes.....	21
Figura 5 – Selo Turismo Responsável.....	23
Figura 6 – Tendências transformadoras do Turismo.....	30
Figura 7 – Localização da Região Turística Vale do Taquari / MTur.....	35
Figura 8 – Localização de Poço das Antas/RS no Mapa do Turismo / MTur.....	35
Figura 9 – Coral Municipal.....	39
Figura 10 – Grupo de Danças <i>Musikfreunde</i> .....	40
Figura 11 – Grupo de Danças Gaúchas.....	40
Figura 12 – Praça Municipal de Poço das Antas/RS.....	41
Figura 13 – Igreja Evangélica Esperança.....	42
Figura 14 – Igreja Matriz São Pedro Apóstolo.....	43
Figura 15 – Cascata da Santa Inês.....	44
Figura 16 – Casarão do Sítio da Rosa do Vale.....	45
Figura 17 – Produtos da Cachaçaria Wille.....	46
Figura 18 – Produtos da Cachaçaria Schneider Schnapps.....	47
Figura 19 – Floricultura Jardinéia.....	47
Figura 20 – Mandolates Konrad.....	48
Figura 21 – Transcitrus Fest.....	49
Figura 22 - Cavalgadas.....	50
Figura 23 - Baile de Chopp.....	50
Figura 24 – <i>Ein Deutsches Tanzfest</i> .....	51
Figura 25 – Rústica.....	52
Figura 26 – Feira do Produtor Rural e Artesanato.....	53
Figura 27 – Diagrama Segmento Turismo Cultural.....	54
Figura 28 – Diagrama Segmento Ecoturismo.....	55
Figura 29 – Diagrama Segmento Turismo Rural.....	56
Figura 30 – Diagrama Segmento Turismo de Negócios e Eventos.....	56
Figura 31 – Mapa do Comportamento do Turista RS.....	58
Figura 32 - AntBau Chopp Restaurante Ltda.....	60
Figura 33 – Território GastroBar.....	60
Figura 34 – Ludwig's Place.....	61
Figura 35 – Restaurante e Lancheria da Lisa.....	61
Figura 36 – Mapa Valores do Turismo.....	64

**LISTA DE QUADROS**

<b>Quadro 1</b> - Turistas internacionais no RS.....	25
<b>Quadro 2</b> – Dados do município de Poço das Antas.....	33
<b>Quadro 3</b> – Número de empresas com CADASTUR.....	37
<b>Quadro 4</b> - Análise <i>SWOT</i> .....	62
<b>Quadro 5</b> - Semelhanças e diferenças entre Turismo Responsável e Sustentável.....	65
<b>Quadro 6</b> - EIXO 1 – Gestão Descentralizada do Turismo.....	66
<b>Quadro 7</b> – EIXO 2 – Planejamento e Posicionamento de Mercado.....	67
<b>Quadro 8</b> – EIXO 3 – Qualificação Profissional, dos Serviços e da Produção Associada .....	68
<b>Quadro 9</b> – EIXO 4 - Empreendedorismo, Captação e Promoção de Investimentos.....	69
<b>Quadro 10</b> – EIXO 5 – Infraestrutura Turística.....	69
<b>Quadro 11</b> – EIXO 6 – Informações Turísticas.....	70
<b>Quadro 12</b> – EIXO 7 – Promoção e Apoio à Comercialização.....	71
<b>Quadro 13</b> – EIXO 8 – Monitoramento.....	71

## LISTA DE SIGLAS

APDs	Ações Promotoras do Desenvolvimento
CAGED	Cadastro Geral de Empregados e Desempregados
CAT	Centro de Atendimento ao Turista
CADASTUR	Cadastro dos Prestadores de Turismo (Mtur)
COMTUR	Conselho Municipal de Turismo
CNAEs	Classificação Nacional de Atividades Econômicas
CNC	Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo
COVID-19	Coronavírus SARS-CoV-2
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDHM	Índice de Desenvolvimento Humano Municipal
IES	Instituições de Ensino Superior
LIC	Lei de Incentivo a Cultura
MP	Medida Provisória
MTUR	Ministério do Turismo
ODS	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
OMS	Organização Mundial da Saúde
OMT	Organização Mundial do Turismo (Mtur)
ONU	Organização das Nações Unidas
PCR	<i>Polymerase Chain Reaction</i> (Reação em Cadeia da Polimerase)
PERSE	Programa Emergencial do Setor de Eventos e Turismo Lei 14.148/2021
PL	Projeto de Lei
PNT	Plano Nacional de Turismo (Mtur)
PRT	Programa de Regionalização do Turismo (Mtur)
SEBRAE	Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SETUR	Secretaria Estadual de Turismo
SMECDT	Secretaria Municipal de Educação, Cultura, Desporto e Turismo
SWOT	<b>Strenghts, Weaknesses, Opportunities e Threats</b>
TTCR	Relatório de Competitividade em Viagens e Turismo
WEF	<i>World Economic Forum</i> (Fórum Econômico Mundial)
WTTC	<i>World Travel &amp; Tourism Council</i> (Conselho Mundial de Viagens e Turismo)



## SUMÁRIO

<b>1 – INTRODUÇÃO .....</b>	<b>9</b>
2 – METODOLOGIA.....	11
3 – CENÁRIOS DO TURISMO.....	18
3.1 TURISMO NO MUNDO.....	18
3.2 TURISMO NO BRASIL .....	20
3.3 TURISMO NO RS .....	25
4 – TENDÊNCIAS PÓS-PANDEMIA.....	27
5 – APRESENTAÇÃO DO MUNICÍPIO .....	30
5.1 – DADOS HISTÓRICOS.....	31
5.1.1 Criação do Município de Poço das Antas .....	31
5.1.2 Origem do nome de Poço das Antas .....	32
5.2 – DADOS DEMOGRÁFICOS E ECONÔMICOS.....	32
5.3 LOCALIZAÇÃO .....	33
5.4 PROGRAMA DE REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO.....	33
5.5.Gestão Municipal do Turismo.....	35
5.6 CADASTUR.....	36
6 – OFERTA TURÍSTICA.....	38
6.1 ATRATIVOS TURÍSTICOS .....	38
6.1.1 Atrativos Culturais .....	38
6.1.2 Atrativos Naturais.....	43
6.1.3 Atrativos Econômicos.....	45
6.1.4 Eventos.....	48
6.2 SEGMENTOS ÂNCORA E SECUNDÁRIOS.....	53
6.2.1 Segmento Âncora.....	53
6.2.2 Segmentos Secundários .....	55
7 – DEMANDA TURÍSTICA .....	57
8 – INFRAESTRUTURA.....	59
8.1 ACESSO .....	59
8.2 CENTRO DE ATENDIMENTO AO TURISTA (CAT).....	59
8.3 MEIOS DE HOSPEDAGEM.....	60
8.4 RESTAURANTES, BARES E SIMILARES.....	60
9 - ANÁLISE SWOT .....	62
10 – MISSÃO, VISÃO E VALORES .....	63
11 - DESCRIÇÃO DAS APDs APROVADAS POR EIXO DE ATUAÇÃO DO PRT ....	66
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	72
REFERÊNCIAS.....	74
<b>ANEXO 1 - Fotos da Palestra Inicial.....</b>	<b>76</b>
<b>ANEXO 2 - Fotos das Oficinas.....</b>	<b>77</b>

## 1 – INTRODUÇÃO

O Turismo é entendido como uma atividade essencial na vida das nações, por suas consequências diretas para os setores social, cultural, educacional e econômico das sociedades. O desenvolvimento socioeconômico reside no acesso do homem ao descanso e às férias, assim como a sua liberdade de viajar no âmbito do tempo livre e lazer. Nos últimos anos, houve um significativo aumento da necessidade de um gerenciamento adequado e planejado de destinos turísticos. O setor enfrenta diferentes desafios e mudanças de paradigma - transformação digital, elementos emergentes que alteram o setor, como novas plataformas de serviços turísticos e o aumento do fluxo de visitantes. Assim, com a crescente conscientização da necessidade de melhorar a competitividade e a sustentabilidade dos destinos, o planejamento tornou-se ferramenta essencial para a eficiente gestão de um destino turístico (OMT, 2019).

O ano de 2020 promoveu uma ruptura em todas as previsões e planos estratégicos bem elaborados em todo o mundo devido à crise do Coronavírus – COVID-19. O vírus causador da doença espalhou-se rapidamente ao redor do mundo, afetando (e sobrecarregando) não apenas sistemas de saúde, mas a economia, modelos de organização de trabalho e interação social como um todo, além de evidenciar as principais desigualdades existentes<sup>1</sup>.

Foi preciso adaptar-se para lidar com os impactos sociais e econômicos gerados pela crise e alguns destinos turísticos destacaram-se nessa árdua tarefa. Diante da crise contemporânea, expressa em todas as suas nuances no contexto da pandemia da COVID-19, o debate sobre sustentabilidade no Turismo adquire uma importância basilar. Uma nova concepção de desenvolvimento turístico em bases sustentáveis e segundo uma perspectiva ética e cidadã, baseada em uma visão estratégica de futuro. A pandemia trouxe com ela muitas incertezas e, se até 2019, as estratégias de políticas públicas dirigidas ao planejamento do setor baseavam-se prioritariamente nas estimativas otimistas que previam aumentos crescentes de fluxos, deixando para o segundo plano questões centrais como os impactos decorrentes do processo, o

---

<sup>1</sup> [www.estrategiaods.org.br/article/como-os-ods-podem-guiar-acoes-de-combate-a-covid-19/](http://www.estrategiaods.org.br/article/como-os-ods-podem-guiar-acoes-de-combate-a-covid-19/)

contexto da situação parece ter desmistificado essa tendência. Desse modo, o foco da reflexão passou subitamente a ser como lidar com os riscos e as incertezas em âmbito econômico, mas também social, ambiental, político e geopolítico, e quais as estratégias e salvaguardas necessárias para o planejamento turístico diante dos efeitos inegáveis da crise civilizatória<sup>2</sup>.

O planejamento turístico assume um sentido de urgência baseado na questão sustentável em um contexto posterior à pandemia da COVID-19, que obriga a integração entre os eixos econômico, social e ambiental. Desta forma, a metodologia orientadora dos 17 ODS, na Agenda 2030, tornou-se mais imprescindível no momento de planejamento das ações estratégicas, pois essa Agenda proporciona uma série de oportunidades para estados e municípios, relacionadas a materiais, ferramentas, parcerias e recursos que possibilitam o aprimoramento da gestão e de políticas públicas, além da promoção do desenvolvimento sustentável local<sup>3</sup>.

As ações estratégicas aqui apresentadas visam ao desenvolvimento do Turismo Sustentável no município de Poço das Antas e requer a participação de todas as partes relevantes interessadas, bem como uma liderança política forte para garantir uma ampla participação e construção de consenso. Alcançar o Turismo Sustentável é um processo contínuo e demanda um monitoramento constante dos impactos, introduzindo as medidas preventivas e/ou corretivas sempre que necessário<sup>4</sup>.

---

<sup>2</sup> <http://publicacoes.unigranrio.edu.br/index.php/raoit/article/view/6661>

<sup>3</sup> [www.estrategiaods.org.br/como-os-ods-podem-orientar-os-municipios-para-uma-recuperacao-economica-inclusiva/](http://www.estrategiaods.org.br/como-os-ods-podem-orientar-os-municipios-para-uma-recuperacao-economica-inclusiva/)

<sup>4</sup> [www.unwto.org/es](http://www.unwto.org/es)

## 2 – METODOLOGIA

Este Plano Municipal de Turismo foi elaborado com base em três pilares: **pesquisa de gabinete**, onde se analisa documentos entregues pela Secretaria Municipal de Turismo, resultados do Diagnóstico do Ambiente Turístico (DAT) e pesquisa na internet, bem como **pesquisa de campo** onde foram realizadas visitas aos principais atrativos turísticos do município, bem como entrevistas com atores sociais diretamente envolvidos com o Turismo; realização de três **oficinas de trabalho** oportunizando a participação dos atores envolvidos e posterior **compilação, análise e interpretação** dos dados. Abaixo na figura 1 identifica-se todas as etapas aplicadas na construção deste documento, sendo todas de fundamental importância para a elaboração de um documento coeso que retratou as necessidades da comunidade receptora, bem como encontra-se fundamentalmente exequível.

Figura 1 - Metodologia aplicada



Fonte: Entre Rios Consultoria e Eventos, 2021.

A metodologia de trabalho para a realização das Ações e Estratégias deste documento foram de **Pesquisa Participante**, cujo objetivo é buscar o envolvimento da comunidade na análise de sua própria realidade de forma **participativa transacional**, isto é, os atores envolvidos decidiram **como** e **em que** condições queriam desenvolver o Turismo Sustentável no município, a equipe técnica não planejou **para**, mas o fez **com** a comunidade, oportunizando o diálogo e a aprendizagem mútua. Todos os envolvidos no processo de construção coletiva deste

Plano Municipal de Turismo continuaram envolvidos na seleção das ações previamente descritas na etapa anterior. Pode-se afirmar que os melhores exemplos de aplicação da Pesquisa Participante são o estabelecimento de programas públicos ou plataformas políticas e a determinação de ações básicas de grupos de trabalho (Gil, 2007). A técnica da abordagem Participativa Transacional enfatiza a comunicação entre os técnicos e o grupo de indivíduos envolvidos com o processo de planejamento (MOLINA e RODRIGUEZ ABITIA, 1987 *apud* BARRETTO, 2009).

Conforme citado anteriormente, a elaboração deste Plano Municipal de Turismo tem como principal objetivo a construção do Plano de Ação, com elaboração e seleção das APDs que seguiram os 08 (oito) eixos previstos no Programa de Regionalização do Turismo (PRT). Este programa foi lançado em abril de 2004, como estratégia para o desenvolvimento da atividade turística no território brasileiro e tem como objetivo a estruturação, ampliação, diversificação e qualificação da oferta turística, sendo considerada uma das principais estratégias para execução da Política Nacional de Turismo (PNT), devido sua proposta de desenvolvimento de forma descentralizada e regionalizada, com foco no planejamento coordenado e participativo. Dessa forma, as ações de apoio à gestão, estruturação e promoção do Turismo, são traduzidas em oito eixos de atuação e respectivas ações estratégicas conforme ilustrado na figura 2:

Figura 2 - Oito Eixos do PRT



Fonte: BRASIL, 2013

Os eixos de atuação do Programa de Regionalização do Turismo representam, de forma prática e aplicável, o próprio ciclo de desenvolvimento e produção de atividades, bens e serviços turísticos nas regiões e municípios. Estes eixos orientam as ações estratégicas que se constituem nas áreas de resultados a serem alcançadas. A seguir, breve descrição de cada eixo do PRT:

**Eixo 1 - Gestão Descentralizada do Turismo:** Tem como objetivo efetivar a gestão descentralizada do Turismo, de forma a articular e responder às demandas do setor, fortalecer a participação social, integrando as políticas públicas, compreendendo e atuando para, dentre outros:

- Sistema Nacional de Turismo
- Gestão Descentralizada
- Órgão Oficial de Turismo
- Políticas Públicas de Turismo
- Sensibilização e Mobilização
- Formação de Capital Social e Empoderamento
- Formação de Redes

**Eixo 2 - Planejamento e posicionamento de mercado:** Tem o objetivo de subsidiar o planejamento e desenvolvimento de produtos turísticos (destinos, roteiros, serviços) a partir de dados e informações coletadas, bem como de elementos de identidade da oferta turística, observadas, também as características da demanda (público-alvo). O que se prevê é a utilização da segmentação turística desde o planejamento estratégico do território ao posicionamento dos produtos turísticos. Com isso, agrega-se atratividade à oferta turística, consolidam-se os produtos existentes e incentiva-se a inserção de novos produtos turísticos de qualidade nos mercados nacional e internacional. Consiste principalmente em:

- Diagnóstico Estratégico Situacional
- Pesquisa de Oferta Turística
- Pesquisa de Demanda Turística
- Análise Estratégica Situacional
- Planejamento Estratégico
- Plano de Inteligência de Mercado
- Segmentação do Turismo

- Roteirização
- Planejamento Operacional

**Eixo 3 - A Qualificação profissional, dos serviços e da produção associada:** Busca inovação e competitividade de produtos e serviços advêm com o setor formalizado, regulado, qualificado e diversificado, integrando a diversidade das expressões culturais, agregando valor em todas as etapas dos seus processos de produção e operação, possibilitando a dinamização econômica das atividades nos territórios. Para tanto, torna-se necessário, dentre outros:

- Formalização dos Serviços Turísticos
- Cadastramento, Classificação, Certificação e Fiscalização
- Capacitação e Certificação Profissional
- Integração da Produção Associada ao Turismo
- Empreendedorismo e Atração de Investimentos
- Mapeamento de Oportunidade de Investimentos

**Eixo 4 - Empreendedorismo, captação e promoção de investimento:** As dimensões econômicas, tecnológicas, empresariais, políticas e sociais podem se consubstanciar em oportunidades a serem potencializadas ou em riscos a serem minimizados, dependendo da capacidade de negociações de políticas que ampliem os meios técnicos, jurídicos e financeiros para a dinamização econômica dos negócios do turismo nos territórios. Demandam, principalmente:

- Parcerias Público/Privada
- Modalidades de Financiamento
- Incentivos Fiscais e Tributários

**Eixo 5 - Infraestrutura turística:** A dinamização da atividade, a vocação e o protagonismo econômico no território possibilitam, por meio de iniciativas variadas de cooperação, tecnologias e fomento, incorporar valor agregado e ambiente favorável para o desenvolvimento do Turismo. As estratégias de infraestrutura turística, conjunto formado por obras e instalações de estrutura física e de serviços indispensáveis ao desenvolvimento do Turismo e existentes em função dele, necessitam, dentre outros:

- Elaboração de Projetos de Infraestrutura Turística

- Sinalização Turística
- Centro de Atendimento ao Turismo
- Acessibilidade

**Eixo 6 - Informação ao turista:** Oferecer ao turista, informações seguras, atualizadas e completas sobre atrativos turísticos, eventos, infraestrutura, serviços, acessos e história da região ou município, com a recomendação de programas e atividades adequados ao perfil do turista. Para tanto, torna-se necessário, dentre outros:

- Guias e Mapas Turísticos
- Banco de Imagens e Vídeos
- Portais (site) de Destinos e Regiões Turísticas
- Uso de Novas Tecnologias

**Eixo 7 - Promoção e apoio à comercialização:** Este eixo exige profissionais e serviços qualificados, infraestrutura, informações seguras e precisas, articulação da cadeia produtiva do Turismo em Redes de Cooperação, de forma a se obter produtos estruturados e segmentados, adequados à promoção e comercialização. Requer, principalmente:

- Plano de Marketing
- Material Promocional
- *Famtrip* e *Presstrip*
- Rodadas de Negócios
- Participação em Feiras e Eventos

**Eixo 8 – Monitoramento:** Ações e projetos conduzidos a partir de uma visão geral do processo de mudança exige a aplicação de critérios cuidadosos de seleção de prioridades, análises das demandas e ofertas associadas às capacidades institucionais, de recursos técnicos, financeiros e de pessoas para produzir dados e informações precisas e confiáveis que possibilitem retroalimentar o ciclo de monitoramento da atividade turística no território. É imperioso e exige, dentre outros:

- Observatório do Turismo
- Impactos da Atividade Turística
- Satisfação do Turista



Também fizeram parte da metodologia o alinhamento das ações com os 17 ODS da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável da ONU na construção das ações e estratégias deste plano. Esses ODS são um apelo global à ação para acabar com a pobreza, proteger o meio ambiente e o clima, assim como garantir que as pessoas, em todos os lugares, possam desfrutar de paz e de prosperidade. Os 17 ODS estão representados na figura 3 a seguir:

Figura 3 - 17 ODS



Fonte - <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>

Para esta construção coletiva e participativa foram realizadas quatro oficinas onde os participantes receberam materiais informativos sobre todos os ODS e essas informações foram individualmente repassadas para melhor entendimento sobre como associar o propósito de cada um dos 17 Objetivos com a proposta de cada ação do Plano. Esta construção foi realizada **de forma inédita em construção de Planos Municipais de Turismo**, tendo em vista que os participantes de todo o *trade*, juntamente com equipe técnica, durante as Oficinas é que estabeleceram a relação entre os 17 ODS da Agenda 2030 e as proposições que fizeram parte do Plano. Esta forma de construção permitiu um fortalecimento no que foi proposto, criando vínculos entre “**ODS / Ação**”, que permitem acreditar num maior percentual de execução de todas as ações que serão apresentadas nos próximos itens deste Plano, bem como no alcance dos propósitos destes ODS.

A logística desenvolvida nas oficinas foi composta de:

- Apresentação do diagnóstico da área turística;
- Alinhamento de conceitos;
- Identificação inicial de cada Eixo de Atuação, acompanhado de relação com as Macro Estratégias do referido Eixo;
- Apresentação dos 17 ODS e sua relação com o Turismo; ODS possível de ser atingido com a Ação; Objetivo a ser alcançado;
- Análise SWOT;
- Elaboração da Missão, Visão e Valores para a execução do Plano de Turismo;
- Elaboração das ações com objetivos, resultados esperados; definição do prazo de execução, bem como dos responsáveis pela ação descrita.

### 3 – CENÁRIOS DO TURISMO

#### 3.1 Turismo no Mundo

O mundo enfrentou uma emergência global de saúde, social e econômica sem precedentes com a pandemia da COVID-19. Viagens e Turismo foram os setores mais afetados com aviões no solo, hotéis fechados, agências de viagens sem clientes, restaurantes funcionando com capacidade reduzida ou *delivery* e restrições de viagens colocadas em praticamente todos os países ao redor do mundo, provocando uma queda abrupta e repentina nos fluxos turísticos e, automaticamente, na saúde financeira das empresas.

O ano de 2020 ficará marcado como o pior ano do século para o Turismo. O impacto devastador da pandemia Covid-19 no Turismo global continuou em 2021, com dados mostrando uma queda de 87% no número de chegadas de turistas internacionais em janeiro em comparação com 2020. A OMT fez um apelo a uma maior coordenação entre os países no que diz respeito a protocolos de viagens que permitam a reativação segura do Turismo e evitem mais um ano de grandes prejuízos para o setor<sup>5</sup>.

O Turismo Internacional deu sinais de recuperação em junho e julho de 2021, quando alguns destinos abrandaram as restrições às viagens e a vacinação avançou em muitas partes do mundo. A maioria dos países passou a exigir que turistas internacionais apresentem teste de Reação de Transcriptase Reversa (PCR) ou antígeno negativo na entrada, apresentem Certificado de Vacinação e forneçam seus dados de contato. A OMT espera que a implantação de passaportes de vacinação possa facilitar a reabertura das fronteiras para o Turismo. O documento poderá conter comprovante de vacinação, resultado de teste contra a COVID-19 ou um atestado de recuperação da doença. Muitos países já adotaram essa estratégia e a população já utiliza para ir a shows, teatros, festas, academias e demais locais que reúnam pessoas. Esse documento poderá auxiliar os locais a receberem turistas “sadios”. Espera-se que a vacinação das populações contra a COVID-19 ajude a restaurar a

---

<sup>5</sup> [www.unwto.org/es/covid-19-y-sector-turistico-2020](http://www.unwto.org/es/covid-19-y-sector-turistico-2020)

confiança do viajante, contribua para aliviar as restrições de viagens e normalize lentamente as viagens aos níveis de 2019, retomando o tão esperado crescimento.

De acordo com a edição de setembro de 2021 do Barômetro Mundial do Turismo da OMT, estima-se que 54 milhões de turistas cruzaram as fronteiras internacionais em 2021, o que representa 67% a menos que no mesmo mês de 2019, mas são os melhores resultados desde abril de 2020. Este número é comparável aos 34 milhões de chegadas internacionais registradas, de acordo com estimativas, em julho de 2020, embora ainda esteja bem abaixo dos 164 milhões registrados em 2019<sup>6</sup>.

A maioria dos destinos turísticos que relataram seus dados a OMT de junho e julho de 2021 teve uma recuperação moderada nas chegadas internacionais em comparação com 2020. No entanto, 2021 continuou sendo um ano muito difícil para o turismo global, com as chegadas diminuindo em 80% em comparação com 2019. A região Ásia-Pacífico continuou a ter o pior desempenho no período de janeiro a julho, com uma queda de 95% nas chegadas internacionais em comparação com 2019. O Oriente Médio (-82%) registrou a segunda maior queda, seguido pela Europa e África (ambos -77%). A região das Américas (-68%) experimentou um declínio comparativamente menor, com o Caribe sendo a sub-região com melhor desempenho no mundo. Enquanto isso, algumas pequenas ilhas no Caribe, África, Ásia e Pacífico, junto com alguns pequenos destinos europeus, se saíram melhor em junho e julho, com chegadas próximas ou até mais altas do que antes da pandemia<sup>7</sup>.

Esse desempenho foi sustentado pela reabertura de vários destinos para viagens internacionais, especialmente na Europa e nas Américas. O relaxamento das restrições para viajantes vacinados, junto com o progresso na administração das vacinas COVID-19, contribuíram para aumentar a confiança do consumidor e restabelecer gradualmente a mobilidade segura na Europa e em outras partes do mundo. Em vez disso, a maioria dos destinos asiáticos permaneceu fechada para viagens não essenciais. Segundo o atual Secretário-Geral da OMT, Zurab Pololikashvili, há claramente uma forte demanda por turismo internacional e muitos destinos começaram a receber visitantes com segurança e responsabilidade. No entanto, o verdadeiro reinício do setor, com os benefícios que isso acarreta, continua

---

<sup>6</sup> <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347>

<sup>7</sup> [www.unwto.org/es/taxonomy/term/347](http://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347)

a ser adiado, enquanto a existência de regras e regulamentos díspares e taxas de vacinação desiguais continuam a afetar a confiança do viajante<sup>8</sup>.

Quase metade dos especialistas da OMT ainda afirmam que o Turismo internacional não retornará aos níveis de 2019 até 2024 ou mais tarde, enquanto 43% prevêem que a recuperação virá em 2023. Por região, a maioria dos especialistas espera um retorno aos níveis de 2019 somente em 2024 ou mais tarde, como o caso da Ásia e Pacífico. Na Europa, metade dos pesquisados indicou que isso acontecerá em 2023. O Oriente Médio é a região mais otimista, com projeções de recuperação total em 2022.

Para o Turismo interno essas previsões trazem certo otimismo, pois muitas pessoas não viajarão para exterior, cabe aos destinos turísticos brasileiros se posicionarem para conquistarem essa importante fatia do mercado.

### **3.2 Turismo no Brasil**

Os resultados alcançados com a atividade turística doméstica no Brasil em 2019 cresceram em contrapartida com o receptivo internacional que registrou 6,3 milhões turistas, uma queda de 4% em relação a 2018. A Argentina liderou a emissão com 1,95 milhões de turistas, seguida dos Estados Unidos com 590,5 mil e do Paraguai com 406,5 mil. Apesar da liderança, houve uma diminuição significativa de visitantes Argentinos no país, o que pode explicar a redução, pois em 2018 nossos vizinhos representaram 2,5 milhões de visitantes<sup>9</sup>.

O ano de 2020, por sua vez, iniciou com boas perspectivas, tendo crescimento de demanda por viagens nacionais e no receptivo internacional. No primeiro trimestre de 2020 com a crise da COVID-19 o setor sofreu com a paralização praticamente total de suas atividades. As recomendações em nível mundial de isolamento social tornaram o mercado de viagens inoperantes no mundo inteiro e não foi diferente no Brasil. Iniciou-se uma busca por remarcações incentivados por uma campanha pelas redes sociais intitulada: “Não Cancele, Remarque!”.

A pandemia do novo coronavírus veio interromper o ciclo de crescimento do

---

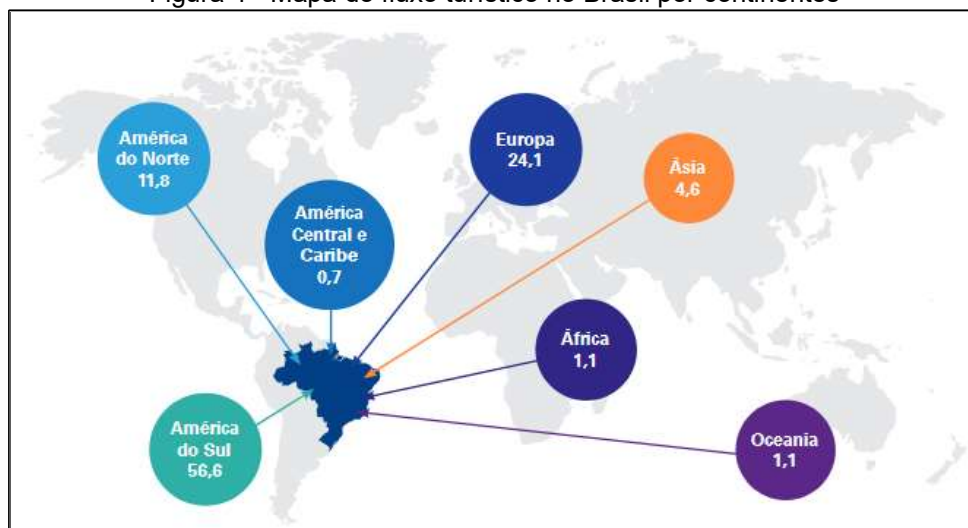
<sup>8</sup> [www.unwto.org/es/taxonomy/term/347](http://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347)

<sup>9</sup> [www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2021/03/brasil-registra-63-milhoes-de-estrangeiros-em-2019\\_180422.html](http://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2021/03/brasil-registra-63-milhoes-de-estrangeiros-em-2019_180422.html)

Turismo também no Brasil, onde o setor foi imediatamente afetado. As perspectivas de retomada, contudo, indicam que o turismo doméstico tem sido um dos primeiros a estabelecer uma recuperação gradual, devido à preferência por roteiros mais curtos e de menor distância em relação à origem. Mais do que isso, no período pós-pandemia, o Turismo poderá vir a dar grande contribuição à retomada econômica e geração de empregos. Isso porque, pela natureza dos serviços envolvidos em sua cadeia produtiva, o setor é mão-de-obra intensivo, diferentemente de outras atividades, onde novas tecnologias estão substituindo muitos postos de trabalho<sup>10</sup>.

O Brasil não faz parte das rotas do Turismo Global. Grande parte dos visitantes são da América do Sul e o maior foco turístico são praias, Rio de Janeiro e Cataratas do Iguaçu. Os gastos do Turismo Internacional no Brasil antes da pandemia eram de USD 6 bilhões, muito incentivados pelo Turismo de Negócios, pelo Turismo de Sol e Praia para turistas da América do Sul e pela venda de pacotes aos visitantes internacionais (BRASIL, 2021). Na figura 4 observa-se a representatividade dos turistas estrangeiros no Brasil por continente.

Figura 4 - Mapa do fluxo turístico no Brasil por continentes



Fonte: BRASIL, 2021

Com as restrições da pandemia e o câmbio alto, o Brasil torna-se mais atrativo para o brasileiro, com potencial de reversão do consumo do Turismo no exterior para o país. O Turismo de Natureza vem sendo o principal atrativo para os turistas

---

<sup>10</sup> Revista\_Dados\_e\_Informacoes\_A1\_2ed\_jun2021\_\_.pdf

brasileiros, com alto potencial de desenvolvimento (BRASIL, 2021).

O Fórum Econômico Mundial (*World Economic Forum*) informou no seu Relatório de Competitividade em Viagens e Turismo (TTCR), publicado em setembro de 2019, em que faz referência à competitividade em Viagens & Turismo (T&T) de 140 economias e mede o conjunto de fatores e políticas que permitem o desenvolvimento sustentável do setor, que o Brasil ocupou o 32º lugar no *ranking* de 140 países, cinco posições abaixo em comparação ao último estudo. No entanto, ainda é o país com maior pontuação na América do Sul, destacando-se em recursos naturais e culturais<sup>11</sup>. Sendo assim, o Brasil tem um comprovado potencial para desenvolver o Turismo em espaços naturais.

Para amenizar os efeitos da pandemia e ajudar na retomada do fluxo turístico, várias medidas foram tomadas pelo governo federal para amenizar os efeitos da pandemia. Publicou a Medida Provisória (MP) **948** em 08 de abril de **2020** que regulava o cancelamento de reservas e de eventos do setor de Turismo em razão do estado de calamidade pública reconhecido pelo Decreto Legislativo nº 6, de 20 de março de 2020 e da emergência de saúde pública de importância internacional decorrente do COVID-19. A MP foi convertida na Lei **14.046/20** que regulamentou o adiamento e o cancelamento de serviços de reservas e de eventos dos setores de Turismo. Mas foi necessária ainda a publicação da **MP 1.036, em 17 de março de 2021**, que prorrogou por mais um ano as normas emergenciais contidas na lei 14.046.

O governo também sanciou a **Lei 14.034**, em 05 de agosto de 2020, a qual previa medidas emergenciais para atenuar os efeitos da crise na aviação civil brasileira, mas foi obrigado a editar a MP 1.024/2020 que prorrogou, até outubro de 2021, as regras de reembolso de passagens aéreas estabelecidas durante a pandemia, previstas na Lei 14.034, de 2020. De acordo com o Poder Executivo, essa prorrogação foi necessária diante das incertezas do cenário epidemiológico, que continuou a afetar as finanças das empresas aéreas. Com o aumento dos casos de COVID-19, a possibilidade de cancelamento de voos também cresceu.<sup>12</sup>

Ainda no âmbito da legislação, foi aprovada, em 04 de maio de 2021, a **Lei nº 14.148/2021**, também conhecida como PERSE (Programa Emergencial do Setor de

---

<sup>11</sup> [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2019.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf)

<sup>12</sup> <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2021/01/05/mp-prorroga-regras-para-reembolso-de-passagens-aereas-durante-a-pandemia>

Eventos e Turismo), que teve como finalidade trazer alívio financeiro a mais de seis milhões de famílias que trabalham no setor de eventos em todo o país e que tiveram que suspender as atividades devido à pandemia do novo coronavírus.

Em junho de 2020, o Mtur lançou o **Selo Turismo Responsável** que consiste num programa que estabelece boas práticas de higienização para cada segmento do setor. É um incentivo para que os consumidores sintam-se seguros ao viajar e frequentar locais que cumpram protocolos específicos para a prevenção da COVID-19, posicionando o Brasil como um destino protegido e responsável. Para ter acesso ao selo, as empresas e guias de turismo precisam estar devidamente inscritos no Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos (CADASTUR). Essa foi a primeira etapa do Plano de Retomada do Turismo Brasileiro, coordenado pelo MTur, com o objetivo de diminuir os impactos da pandemia e preparar o setor para um retorno gradual às atividades.

Figura 5 - Selo Turismo Responsável



Fonte: Site do Ministério do Turismo

Mas foi somente em 10 de novembro de 2020 que o Ministério do Turismo (Mtur) lançou um programa cujo objetivo é alavancar a retomada do Turismo brasileiro com segurança e responsabilidade e recuperar o setor do impacto socioeconômico causado pela Covid-19, com a paralisação das atividades. O programa envolve uma aliança nacional que reúne poder público, iniciativa privada, terceiro setor e Sistema S, coordenada pelo MTur.

O programa está organizado em quatro eixos: 1 - preservação de empresas e empregos no setor de Turismo; 2 - melhoria da estrutura e da qualificação de destinos; 3 - implantação de protocolos de biossegurança e 4 - promoção e incentivo às viagens. As ações vão desde o reforço na concessão de linhas de crédito para capitalizar empresas do setor e preservar empregos até obras de melhoria da infraestrutura dos destinos turísticos. Também estão previstos o incentivo ao Turismo natural e cursos



sobre protocolos sanitários, além da melhoria da qualificação profissional. Destaca-se ainda a criação de um site ([www.retomada.turismo.gov.br](http://www.retomada.turismo.gov.br)), a elaboração de uma cartilha com orientações e a campanha “Viaje com Responsabilidade” e “Redescubra o Brasil”, com uma série de vídeos voltados à promoção dos destinos turísticos brasileiros e postagens nas redes sociais com materiais específicos de cada estado do país, além do Distrito Federal, e uma cartilha que visa orientar o turista para viajar com a sua família.

Todas as ações para a retomada segura do Turismo são válidas, pois segundo a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), a crise causada pela pandemia de COVID-19 fez o setor de Turismo deixar de faturar R\$ 261 bilhões em 2020 e, incluindo-se janeiro de 2021 na conta, as perdas somam R\$ 274 bilhões em 11 meses, contabilizando o período de março de 2020 em diante. Ainda segundo a CNC, os dados de emprego do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED) mostram que, em 2020, 397 mil postos formais de trabalho foram eliminados no setor, o que representa uma queda de 12,8% na força de trabalho dessas atividades<sup>13</sup>.

O Turismo no Brasil vem apresentando sinais claros de retomada a cada dia, um estudo divulgado pela *Conversion*, empresa especializada em marketing digital, ratifica essa franca recuperação. Segundo o levantamento, houve um crescimento de 18,61% no *e-commerce* do setor em julho na comparação com junho, o maior entre todos os segmentos analisados. Já em relação a 2020, o comércio eletrônico no Turismo registrou uma alta de 150%. Os números refletem o otimismo da população com o aumento gradual da vacinação contra a COVID-19 e as medidas de biossegurança adotadas na área<sup>14</sup>.

Com o avanço da vacinação e os protocolos sanitários existentes e implantados, o Turismo retoma aos poucos. A pesquisa mostrou também que as viagens domésticas são prioridades para os brasileiros. Nesse sentido, o Nordeste lidera entre os destinos preferidos (59,84%), seguido das regiões Sul (28,92%) e Sudeste do país (25,30%). Além disso, a análise da *Conversion* revelou uma nova tendência do viajante, de buscar lugares que adotem protocolos de biossegurança. Segundo a pesquisa, 60,15% dos entrevistados afirmaram que, mesmo após o fim da

---

<sup>13</sup> [www.cnc.gov.br](http://www.cnc.gov.br)

<sup>14</sup> [www.conversion.com.br/ecommerce-no-brasil/](http://www.conversion.com.br/ecommerce-no-brasil/)

COVID-19, deixarão de usar serviços de empresas que não adotem medidas sanitárias de prevenção ao coronavírus<sup>15</sup>.

### 3.3 Turismo no RS

Para que se possa planejar a atividade turística, dados são fundamentais, infelizmente, atualmente o Observatório de Turismo do Estado do Rio Grande do Sul (RS) encontra-se extinto, apesar dos inúmeros apelos do *trade* e da academia para a retomada desse importante órgão de coleta e interpretação de dados turísticos do RS. Hoje, os destinos dispõem dos dados do MTur, da FIPE, das pesquisas das Instituições de Ensino Superior (IES) de Turismo e Hotelaria e daqueles municípios que conseguem aplicar pesquisas e controle de fluxos de turistas.

De acordo com o Anuário Estatístico de Turismo 2020 do MTur, com base nos dados de 2019, chegou ao Brasil pelo estado do RS, um total de 772.686 turistas internacionais conforme observa-se no quadro 1 a seguir:

Quadro 1 - Turistas internacionais no RS

Turistas Internacionais no RS – Ano Base 2019 – Anuário 2020					
Deslocamento para chegada no RS		De onde vieram - Continentes		De onde vieram – Países da América do Sul	
Via Terrestre	84,9%	América do Sul	96,2%	Argentina	500.066
Via Aérea	7,8%	Europeus	2,5%	Uruguai	214.025
Via Fluvial	7,3%	Norte americanos	1,2%	Paraguai	9.791
				Outros países	48.804
TOTAL	100%		100%	TOTAL	772.686 turistas

Fonte: Adaptado de Anuário Estatístico de Turismo 2020 - Ano Base 2019

Este cenário torna-se importante para o monitoramento do fluxo da retomada, pois são dados anteriores a pandemia. Dentro desse cenário, observou-se que muitas das chegadas de turistas internacionais ao Brasil pelo RS destinam-se ao litoral deste estado e de Santa Catarina (SC), mas uma parte dirige-se à Serra Gaúcha.

<sup>15</sup> [www.conversion.com.br/ecommerce-no-brasil/](http://www.conversion.com.br/ecommerce-no-brasil/)

Mas apesar dos escassos dados, os destinos organizam-se para planejar o Turismo através das orientações do PRT que desempenha um importante papel no desenvolvimento do Turismo. É através dos interlocutores estaduais e municipais que o PRT consegue desenvolver suas ações. O RS tem apresentado uma atuação com muito profissionalismo e dedicação através de seus interlocutores, mas ainda existem regiões turísticas que necessitam um apoio mais efetivo do programa.

Apesar das várias trocas de gestão ocorridas na atual Secretaria de Turismo do Rio Grande do Sul (SETUR), a pasta vem desempenhando um importante papel através das interlocutoras estaduais. Em 2020, foram realizadas Jornadas de Turismo em formato virtual e no ano de 2021 ocorreram uma série de oficinas de Sensibilização sobre Regionalização do Turismo nas 27 regiões turísticas e sobre a Segmentação do Turismo. As reuniões, em plataforma virtual, possuíam o objetivo de promover o fortalecimento das regiões turísticas através da participação dos gestores, empreendedores do setor e dos Conselhos Municipais de Turismo, além de servir como alerta para os novos critérios da atualização do Mapa do Turismo Brasileiro.

Mas para enfrentar a crise da COVID-19 foram necessárias ações em todos os sentidos e não apenas no planejamento, sendo que, na falta de um órgão estadual que orientasse o Turismo no RS para o enfrentamento da crise e diante dos diversos desafios a serem superados, foi criado no RS, assim como em outros estados da federação um “Comitê de Retomada do Turismo”, composto por representantes dos poderes públicos municipais, instituições de ensino, entidades do Terceiro Setor, Sistema S, consultores e empreendedores do Turismo, onde importantes discussões e estratégias foram e estão sendo construídas. Alguns exemplos das ações desse Comitê são: as revisões e aperfeiçoamento do Modelo de Distanciamento Controlado do RS e Protocolos de Turismo Seguro; acompanhamento de diferentes Projetos de Lei (PL), entre eles, o PL nº 1378/2019 que cria a Zona Franca da Uva e do Vinho, muito importante para o Enoturismo do RS; encaminhamentos de importantes demandas a Deputados Estaduais e Federais, Senadores e Ministro do Turismo; realização de pesquisas sobre o fluxo turístico, retomadas do Turismo, perfil de clientes, entre outras; revisão da Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAEs) para o registro no CADASTUR, e um importante manifesto de ações Pró-gestão e flexibilização do Modelo de Distanciamento Controlado (MDC) do RS, assinado por mais de 60 entidades envolvidas no Turismo do estado e encaminhado ao governador .

Importantes ações para a retomada do Turismo foram e continuam sendo executadas, pois a sua dimensão econômica é de grande significado. Sabe-se que é uma atividade de demanda, associado ao consumo, sendo seu desempenho fortemente influenciado pelo crescimento no nível de renda dos consumidores efetivos e dos demandantes potenciais. O RS recebe visitantes de diversos outros estados brasileiros, dessa forma, quanto melhor a economia do país, melhor seu desempenho nas atividades turísticas.

A partir de julho de 2021 observou-se um movimento de turistas principalmente na Serra Gaúcha, mais precisamente na Região das Hortênsias e Uva e Vinho com um perfil de turista que priorizava roteiros internacionais, mas que com as restrições da pandemia ainda vigentes para sair do país passou a comprar pacotes de viagens nacionais. E a tendência é aumentar, pois com a alta do dólar norte americano, as viagens internacionais tornaram-se mais caras.

Muitas agências emissivas encontram-se, neste momento, retomando suas vendas com produtos turísticos nacionais e o RS tem muitos produtos de qualidade para atrair essa demanda reprimida. A tendência de viagens curtas, para locais com contato maior com a natureza está sendo fortalecida nas diversas regiões no RS, principalmente as que já estiverem com suas estruturas e atrativos preparados para este momento.

Fortalecer a Competitividade do Turismo nas diferentes regiões turísticas do RS é extremamente importante para consolidar as iniciativas já desenvolvidas nas 27 regiões turísticas do RS.

#### **4 – TENDÊNCIAS PÓS-PANDEMIA**

Os últimos anos apresentaram expectativas interessantes de um aumento do Turismo, principalmente em destinos que possuem uma vocação turística para explorar atrativos naturais, através da prática de Ecoturismo e Turismo de Aventura e/ou atrativos culturais que permitam os resgates dos conhecimentos históricos dos antepassados aliado a experiências memoráveis. Além disso, a estrutura, o atendimento e os valores praticados contabilizam uma boa parcela das escolhas dos visitantes pelos diferentes destinos turísticos. Porém, a partir de 2020, a situação do Turismo no mundo alterou-se com a pandemia, de forma radical.

A epidemia de coronavírus transformou a rotina, hábitos de consumo e atitudes das pessoas no mundo todo. Essas mudanças impactaram milhares de negócios, que tiveram que se adaptar ao novo cenário para continuar operando. No setor de turismo não foi diferente e todas as empresas e os destinos turísticos foram obrigados a se adaptarem para atender ao novo viajante 4.0, que é mais exigente, mais responsável e muito mais digitalizado.

Os turistas iniciaram a viajar a partir do momento em que se sentiram seguros em relação ao controle da pandemia e procuraram por destinos com menos aglomeração, com atividades ao ar livre. O convívio com a família foi valorizado em destinos que ofereciam experiências com famílias. O consumo digital aumentou em 80% e os destinos precisaram passar por uma transformação digital, mas ainda precisam aperfeiçoar o uso dos inúmeros recursos e ferramentas que a tecnologia oferece. Consumidores estão atentos às atitudes das marcas, cerca de 76% tem propensão a comprar de marcas que possuem empatia com o momento e praticam boas práticas de respeito e responsabilidade social. Mais do que nunca os turistas querem ser surpreendidos com experiências comprometidas em proporcionar momentos de felicidade em uma viagem. O que era uma tendência passa a ser uma demanda mais intensa dos viajantes. E, cada vez mais os turistas estão atentos com a possibilidade de contribuir com o destino que visita deixando uma marca positiva, respeitando seu ambiente e sua sociedade.<sup>16</sup> Muitos estudos foram sendo realizados e todos apontam para as mesmas tendências:

---

<sup>16</sup> <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/comportamentos-dos-viajantes-importante-para-a-retomada-do-turismo,877fac0d29cc1710VgnVCM1000004c00210aRCRD>

**Quanto ao turista:**

- ✓ Mais digitalizado
- ✓ Mais exigente
- ✓ Mais sustentável
- ✓ Evita aglomerações
- ✓ Mais inseguro para viagens longas
- ✓ Busca um destino seguro
- ✓ Viaja com a família ou pequenos grupos de amigos
- ✓ Os viajantes optarão por viagens mais curtas e próximas.

**Quanto ao destino:**

- ✓ Forte presença digital
- ✓ Boa reputação quanto as questões de segurança
- ✓ Aplicar todos os protocolos de segurança e fiscalizar
- ✓ Uso da biometria para identificação dos viajantes
- ✓ Observância da Lei Geral da Proteção de Dados (LGPD) (Lei 13.853/19)
- ✓ Agilidade e inovação para enfrentamento da crise
- ✓ Incentivos fiscais



Várias entidades têm realizado pesquisas para adiantar as tendências no pós-Covid, a empresa *AMADEUS IT Group* também fez uma previsão para o comportamento do viajante que hoje já são realidade, conforme o infográfico que segue na figura 6:

Figura 6 - Tendências Transformadoras do Turismo



Fonte: [www.amadeus.com](http://www.amadeus.com)

## 5 – APRESENTAÇÃO DO MUNICÍPIO

O município de POÇO DAS ANTAS está situado no Vale do Taquari, localizado na região central do estado e próximo a Região Metropolitana. Integra a região turística Vale do Taquari composta por outros 32 municípios. Pertence a Mesorregião denominada Metropolitana de Porto Alegre e Microrregião de Montenegro.

## 5.1 – Dados Históricos

### 5.1.1 Criação do Município de Poço das Antas

Os primeiros imigrantes de origem alemã, provenientes do Vale do Caí se estabeleceram no território e deixaram suas marcas culturais que prevalecem até hoje no Município. Inicialmente pertencia ao município de Porto Alegre, Triunfo e Montenegro, quando Salvador do Sul se emancipou de Montenegro, em 1962, Poço das Antas foi incluído na área emancipada. Mas em 12 de maio de 1988, foi emancipado de Salvador do Sul. O Município vive o progresso e o desenvolvimento a cada dia. Houve avanços consideráveis em benefício de seu povo: destaca-se a saúde com ênfase na medicina preventiva; o saneamento básico, praticamente toda a população está abastecida com água de poços artesianos e instalações sanitárias; pavimentações, arborizações e embelezamento de ruas<sup>17</sup>.

Construções históricas, do século passado, destacam-se pela beleza de sua arquitetura. As Igrejas e grutas registram a religiosidade do povo da época e são preservados até hoje. Pontes pênseis e pinguelas construídas sobre os arroios, pelos antepassados, também são conservadas pela comunidade. Diversas casas antigas, em estilo enxaimel, marcam a origem da imigração alemã e seus proprietários fazem questão de mantê-las com a estrutura original. O Município destaca-se pelas constantes festas comunitárias, que são outra característica do povo poçoantense. E, entre elas, novamente evidencia-se a origem do povo alemão, que é manifestada através da realização de eventos, como o *Ein Deutsches Thanzfest*, festivais de danças alemãs, que são realizados de dois em dois anos e os bailes de *Kerb* e *Chopp* realizados anualmente em todas as comunidades, em diferentes épocas do ano<sup>18</sup>.

São produzidas flores e plantas ornamentais para comercialização; produtos como: rapaduras, *schimier*, mel, biscoitos caseiros; conservas de doces e salgados são produtos que se pode encontrar no Município; a Pinga Morena, a Cachaça Wille e os famosos Mandolates Konrad, que são comercializados em todo sul do país, com mais de 60 anos de história, podem ser adquiridos diretamente na fábrica de seus

---

<sup>17</sup> <http://www.pocodasantas-rs.com.br/institucional/historico>

<sup>18</sup> <http://pocodasantas.rs.gov.br/pagina/1138-turismo>



produtores. Também está instalado no território do Município o gigantesco e moderníssimo frigorífico de suínos, da Cooperativa Languirú, que tem vasta comercialização de produtos no mercado interno e exportação para mais de 20 países<sup>19</sup>.

### 5.1.2 Origem do nome de Poço das Antas

A respeito da origem do nome, contam os moradores que, antigamente, antas viviam nos morros e, habitualmente, satisfaziam a sede nos poços dos arroios; daí a denominação de Poço das Antas<sup>20</sup>. Devido ao formato cubiforme da cidade, terreno acidentado, cercado e recortado de montanhas, em forma de vales, em cujo leito correm arroios para onde, na época, eram atraídas grande quantidade de antas, a fim de beberem água e se protegerem.

### 5.2 – Dados Demográficos e Econômicos

A estimativa populacional do IBGE (2022) é de 2.171 habitantes.

A população, quanto à origem étnica, é predominantemente composta de imigrantes europeus, sendo em sua maioria, de descendência alemã.

A seguir apresenta-se o quadro 2 com as principais informações sobre o município no campo demográfico e econômico.

Quadro 2 – Dados do Município de Poço das Antas

<b>Localização:</b>	Mesorregião Metropolitana de Porto Alegre e Microrregião de Montenegro
<b>Area de unidade Territorial:</b>	67,618 Km <sup>2</sup> (2023)
<b>População:</b>	2.171 pessoas (IBGE - 2023)
<b>Escolarização (6 a 14 anos)</b>	99,1% (IBGE, 2010)
<b>Densidade Demografica</b>	32,2 hab/Km <sup>2</sup> (IBGE,2023)
<b>IDHM - Índice de Desenvolvimento Humano Municipal:</b>	0,744 (IBGE, 2010)
<b>PIB per capita:</b>	50.506,40 (IBGE 2020)
<b>Economia Local:</b>	O produto Interno Bruto - PIB - Poço das Antas é o 580º de todo o Brasil (IBGE,2020).

<sup>19</sup> <http://pocodasantas.rs.gov.br/pagina/1138-turismo>

<sup>20</sup> [https://pt.wikipedia.org/wiki/Poço\\_das\\_Antas](https://pt.wikipedia.org/wiki/Poço_das_Antas)

Região Turística no Programa de Regionalização do Turismo	Vale do Taquari
Gentílico: Poçoantense	

Fonte: IBGE (<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/poçodasantas/panorama>)

### 5.3 Localização

O município de Poço das Antas localiza-se na microrregião de Montenegro, no Vale do Rio Taquari, lado Leste. Possui fácil acesso através da RS-419, que se encontra em bom estado de conservação, conectando o município com outras regiões. Fica distante a 97 Km de Porto Alegre pela RS 411 (via Brochier) e 120 km (via Teutônia); possui como vizinhos o município de Westfália (12,2 Km); Teutônia (15 Km), Paverama (19 Km), Brochier (16,5 Km), Maratá (18,3 Km), Salvador do Sul (19 Km), Boa Vista do Sul (14,9 Km). Está distante a 33 Km de Lajeado; 32 Km de Carlos Barbosa e 73 Km de Novo Hamburgo.

Altitude 120m.

### 5.4 Programa de Regionalização do Turismo

O município integra **Região Turística Vale do Taquari**. O novo Mapa do Turismo foi atualizado através da **portaria 41 de 21 de janeiro de 2022** do Ministério do Turismo e publicado em 28 de março de 2022. A configuração atual do Mapa é composta por **2.542 municípios** em **322 regiões turísticas** em todo o Brasil e 390 municípios no RS em 27 regiões turísticas, de acordo com informações atualizadas em **01 de agosto de 2022**<sup>21</sup>.

As regiões turísticas são territórios que possuem características similares e/ou complementares e aspectos em comum (identidade histórica, cultural, econômica e/ou geográfica) podendo existir, numa região, municípios que não recebem turistas, mas que se beneficiam da atividade pelo fornecimento de produtos e serviços<sup>22</sup>.

O MTur categoriza todos os municípios do Mapa com letras do alfabeto, onde a letra “A” é a mais desenvolvida turisticamente e a letra “E” é a menos desenvolvida. A Categorização dos Municípios das Regiões Turísticas é um instrumento elaborado

<sup>21</sup> [www.mapa.turismo.gov.br](http://www.mapa.turismo.gov.br)

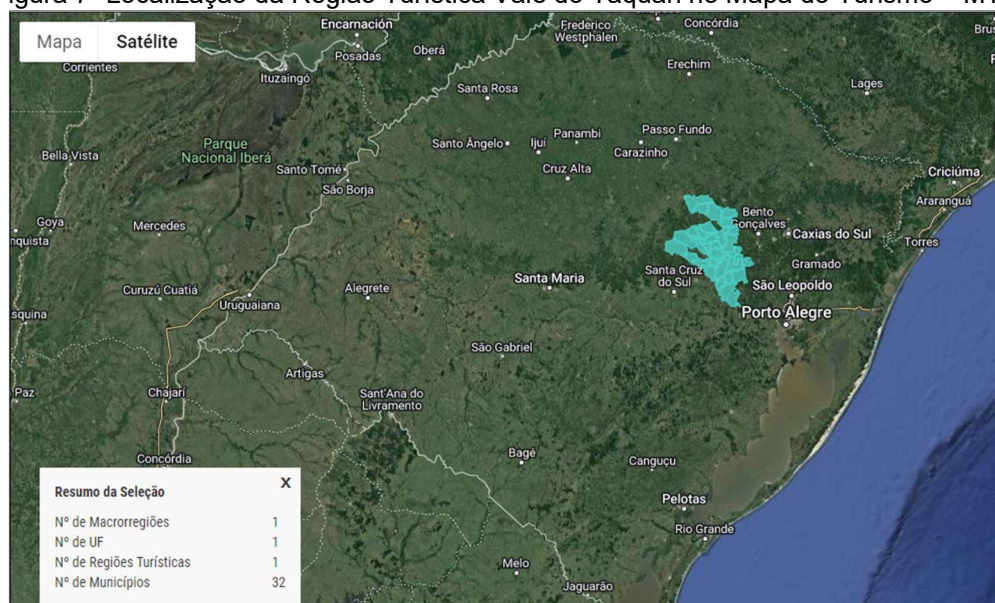
<sup>22</sup> [www.regionalizacao.turismo.gov.br](http://www.regionalizacao.turismo.gov.br)

pelo MTur para identificar o **desempenho da economia** do setor nos municípios que constam no Mapa. Esse instrumento, previsto como uma estratégia de implementação do PRT, permite tomar decisões mais acertadas e implementar políticas que respeitem as peculiaridades dos municípios brasileiros permitindo enxergar cada município constante no Mapa de forma diferenciada<sup>23</sup>. Poço das Antas foi classificada na Categoria “E”, que representa uma posição que permite melhorar e alterar de categoria.

Para tanto deve trabalhar para formalizar seus meios de hospedagem e incrementar o fluxo de turistas, para que seus dados cresçam nas pesquisas utilizadas pela Categorização e tenha sua categoria atualizada.

A seguir, na figura 7, a localização da Região Vale do Taquari e na figura oito o município de POÇO DAS ANTAS, no mapa do Rio Grande do Sul.

Figura 7- Localização da Região Turística Vale do Taquari no Mapa do Turismo – MTur



Fonte: [www.mapa.turismo.gov.br](http://www.mapa.turismo.gov.br)

<sup>23</sup> [www.regionalizacao.turismo.gov.br](http://www.regionalizacao.turismo.gov.br)

Figura 8 - Localização do município de Poço das Antas/RS no Mapa do Turismo – MTur



Fonte: [www.mapa.turismo.gov.br](http://www.mapa.turismo.gov.br)

## 5.5 Gestão Municipal de Turismo

A **Secretaria Municipal de Educação, Cultura, Desporto e Turismo (SMECDT)**, vinculada à Prefeitura Municipal, é responsável pelas atividades administrativas, de desenvolvimento educacional, cultural, esportiva e do turismo.

Em 20 de dezembro de 2010, a Lei Municipal Nº 1.439/2010 cria o **Conselho Municipal de Turismo (COMTUR)**, órgão colegiado, consultivo, deliberativo, e de assessoramento governamental, com a finalidade de auxiliar a Administração Pública Municipal na orientação, planejamento, interpretação e julgamento de matéria de sua competência, ficando vinculado ao Gabinete do Prefeito. De acordo com a lei, o COMTUR é constituído de 10 (dez) membros: quatro representantes do município e seis representantes da sociedade civil organizada. Sendo composta da seguinte forma:

### I - Representantes do Município:

- a) Secretário Municipal do Turismo;
- b) representante da Secretaria Municipal da Agricultura e Meio Ambiente;
- c) representante da Secretaria Municipal da Administração;
- d) representante das demais Secretarias Municipais.

### II - Representantes da Sociedade Civil organizada:

- a) do Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Poço das Antas;
- b) do escritório local da EMATER;
- c) dos restaurantes, bares e similares do município;
- d) das empresas/agências de viagens do município;
- e) dos professores;
- f) das demais entidades do município.

O COMTUR de Poço das Antas tem por objetivo principal formular e implementar a Política Municipal de Turismo, visando criar condições para o aperfeiçoamento e o desenvolvimento, em bases sustentáveis, da atividade turística no município de forma a garantir o bem-estar de seus habitantes, dos turistas e do patrimônio natural e cultural da região, bem como estimular os investimentos estaduais, nacionais e internacionais.

O COMTUR é uma importante ferramenta para pensar no desenvolvimento integrado das ações que visam consolidar a atividade turística como importante motor do desenvolvimento econômico, cultural, social e ambiental. Recomenda-se que este órgão faça a gestão do atual **Plano Municipal de Turismo**.

## 5.6 CADASTUR

O Cadastro de Prestadores de Turismo (CADASTUR) do MTur é o cadastro de pessoas físicas (apenas os Guias de Turismo) e jurídicas que atuam no setor turístico. É obrigatório para **Meios de Hospedagem, Agências de Turismo, Transportadoras Turísticas, Organizadoras de Eventos, Parques Temáticos, Acampamentos Turísticos e Guias de Turismo**, conforme Lei 11.771/2008, conhecida como a Lei Geral do Turismo. Outras atividades podem ser cadastradas em caráter opcional. O cadastro permite ao prestador atuar legalmente, de acordo com a Lei do Turismo, por meio da emissão do Certificado CADASTUR, assim como oferece benefícios aos cadastrados, bem como solicitar o Selo Turismo Responsável. Atualmente, no município de POÇO DAS ANTAS existem 04 empreendimentos cadastrados, de acordo com o apresentado no Quadro abaixo:

Quadro 3 – Número de empresas com CADASTUR

<b>Tipo de Cadastro</b>	<b>Número de empresas</b>
<b>Acampamento Turístico</b>	00
<b>Agências de Viagens</b>	00
<b>Meios de Hospedagens</b>	01
<b>Organizadoras de Eventos</b>	00
<b>Transportadoras Turísticas</b>	02
<b>Parque Temático</b>	00
<b>Guia de Turismo</b>	00
<b>Empresas de Apoio ao Turismo Náutico ou à Pesca Desportiva</b>	00
<b>Casa de Espetáculos e Equipamentos de Animação Turística</b>	00
<b>Centro de Convenção</b>	00
<b>Prestador Especializado em Segmentos Turísticos</b>	00
<b>Prestador de Infraestrutura de Apoio a Eventos</b>	00
<b>Locadora de Veículos para Turistas</b>	00
<b>Parque Aquático e Equipamentos de Lazer</b>	00
<b>Restaurante, Cafeteria, Bar e Similares</b>	01
<b>TOTAL DE EMPRESAS CADASTRADAS</b>	<b>04</b>

Fonte: [www.cadastur.turismo.gov.br](http://www.cadastur.turismo.gov.br)

O CADASTUR é um cadastro que vem sendo exigido em muitos programas e projetos do MTur e de entidades comprometidas com o PRT, alerta-se para a importância de todos os prestadores do Turismo estarem com seu cadastro em dia.

## 6 – OFERTA TURÍSTICA

Oferta turística é a imensa variedade de produtos e serviços turísticos que estão disponíveis no mercado. As empresas responsáveis pela oferta devem sempre ter em mente a necessidade de satisfação que os consumidores buscam e fazer, sempre que necessário, as alterações possíveis. Os turistas estão à procura de espaços de acolhimento e locais de encantamento. Cada região oferece seu próprio produto, mas aquela que puder oferecer a maior variedade de produtos, com melhores preços e serviços, entendendo que, ao vender serviços, não se está apenas oferecendo atrativos, hospedagem, alimentação, mas que se está vendendo

benefícios aos clientes, benefícios que deverão satisfazer suas necessidades ou desejos para, assim, ganhar-se a concorrência (BRASIL, 2009).

A oferta turística é um fator de extrema importância para definir o posicionamento que uma localidade ou região terá para o perfil de turista que deseja atrair. A disponibilidade e a variedade de produtos turísticos também são fatores de atratividade de turistas para a localidade (BRASIL, 2009). Mas para que isso ocorra é necessário um trabalho conjunto e estruturado na região. Portanto, é preciso a compreensão do processo de desenvolvimento territorial regionalizado e cooperado. Este processo de estruturação deve iniciar no município, considerando sua dimensão, onde o poder público se responsabiliza pela ordenação das atividades e de forma cooperada ao setor privado organizam a prestação de serviços ao turista de forma estruturada conforme os segmentos, utilizando, posteriormente, a promoção e a comercialização para atingir os mercados emissores.

A seguir serão listados produtos ou atrativos turísticos de POÇO DAS ANTAS que compõem a oferta turística do município:

## 6.1 Atrativos Turísticos

Os recursos naturais e culturais, partes integrantes de um produto, são representados pelos **atrativos turísticos** que segundo o MTur é composto por “locais, objetos, equipamentos, pessoas, fenômenos, eventos ou manifestações capazes de motivar o deslocamento de pessoas para conhecê-los” (BRASIL, 2007), ou seja, são a matéria-prima do Turismo sem a qual um país ou uma região não poderiam empreender o desenvolvimento turístico. Para Veloso (2003 *apud* BRASIL, 2009) os atrativos turísticos constituem o **componente principal e mais importante do produto turístico**, pois determinam a seleção, por parte do turista, do local de destino de uma viagem, ou seja, geram uma corrente turística até a localidade.

A seguir serão listados os principais atrativos turísticos já identificados neste município. Eles foram identificados durante as Oficinas, em instrumentos aplicados em junho de 2022, realizadas para a construção deste Plano Municipal de Turismo.

**6.1.1 Atrativos Culturais** – São elementos da cultura que, ao serem utilizados para fins turísticos, passam a atrair fluxo turístico. São os bens e valores culturais de natureza material e imaterial produzidos pelo homem e apropriados pelo turismo, da

pré-história à época atual, como testemunhos de uma cultura (BRASIL, 2010). Os atrativos culturais integram os elementos da religiosidade, da gastronomia, da etnicidade, entre outros. Em POÇO DAS ANTAS encontramos vários atrativos culturais listados abaixo:

- ✓ **Coral Municipal** – O Coral Municipal foi fundado em 28/05/2013 e conta com a participação de adultos das diversas comunidades do Município, que se reúnem semanalmente para ensaios no auditório da Prefeitura Municipal. O coral é composto por quatro naipes: soprano, contralto, tenor e baixo e promoveu o seu primeiro encontro de Corais Municipais em Poço das Antas no dia 9 de julho de 2022.

Figura 9 – Coral Municipal



Fonte: Acervo Prefeitura Municipal de Poço das Antas/RS

- ✓ **Grupo de Danças Folclóricas Alemãs *Musikfreunde*** - Resgatam a cultura alemã através da dança e de apresentações no Município de Poço das Antas e também participa de eventos em outros municípios. Promove, de forma bianual, o *Ein Deutsches Tanzfest*, onde recebe grupos de outros municípios e realiza apresentação especial como anfitrião.

Figura 10 – Grupo de Danças *Musikfreunde*





Fonte: Acervo Prefeitura Municipal de Poço das Antas/RS

- ✓ **Grupo de Danças Gaúchas** - É formado por adultos que se reúnem para ensaios desde 2021. O grupo participa de eventos a convite, em outros municípios, e também em programações de Poço das Antas, tanto aquelas com viés tradicionalista, quanto outras. Seus ensaios são semanais e possuem abordagem da parte da dança, mas também das características, valores, vestimentas, história, símbolos e demais manifestações do tradicionalismo gaúcho.

Figura 11 – Grupo de Danças Gaúchas

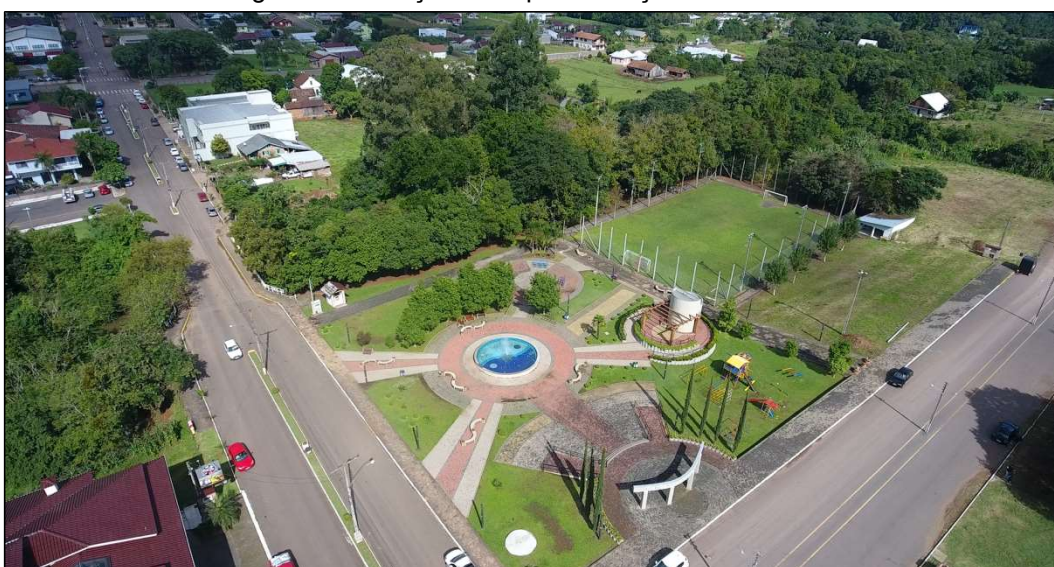


Fonte: Acervo Prefeitura Municipal de Poço das Antas/RS

- ✓ **Praça Municipal** – A Praça Municipal de Poço das Antas fica localizada na sede do Município, próxima da Prefeitura Municipal e ao lado do arroio, sendo rodeada por natureza abundante e ar fresco. O espaço possui banheiros, campo de Futebol 7, brinquedos, academia ao ar livre e um imponente chafariz com jatos d'água em pleno funcionamento. A estrutura abriga bancos e ampla área de lazer, além de espaços com sombra. Também há um chimarródromo com oferta de água quente, natural e gelada à disposição de quem desejar, de forma gratuita. A Praça

Municipal é palco para encontro de famílias, amigos e também um ambiente utilizado para eventos e festividades da Administração Municipal em datas comemorativas.

Figura 12 – Praça Municipal de Poço das Antas/RS



Fonte: Acervo Prefeitura Municipal de Poço das Anta

- ✓ **Igreja Evangélica Esperança** - Datada de 1909, a Igreja Evangélica da Comunidade Esperança, pertencente Paróquia Boa Nova (com sede em Westfália), e a representação da Igreja Evangélica de Confissão Luterana (IECLB) no Município. A Igreja recebe fiéis em suas celebrações tradicionais que movimentam Poço das Antas. A estrutura entre morros e natureza abundante chama atenção pela imponência de seu corredor e torre, aliada ao paisagismo que concede delicadeza e cor ao prédio.

Figura 13 – Igreja Evangélica Esperança



Fonte: Acervo Prefeitura Municipal de Poço das Antas

- ✓ **Igreja Matriz São Pedro Apóstolo (Igreja Católica)** – Fundada no dia 21 de janeiro de 1900, a Igreja Matriz São Pedro Apóstolo pertence à Diocese de Montenegro e realiza celebrações e missas numa estrutura imponente, com torre alta e escadaria que já foi cenário de inúmeras comemorações no Município. Promove tradicionalmente sua festa e carreata em honra ao padroeiro, que movimentam grande quantidade de fiéis. As demais Igrejas pertencentes à Paróquia São Pedro Apóstolo, no território que compreende a Poço das Antas, ficam localizadas: na localidade de Boa Vista, as Igrejas Cristo Rei e Igreja Mãe de Deus; a Igreja Santa Inês em Linha Santa Inês e a Igreja Nossa Senhora da Conceição no Morro Paris. Além dessas, outras capelas são atendidas pelo pároco, em outros municípios. A Paróquia realiza missas regularmente com divulgação nas Redes Sociais. A Igreja possui arquitetura que se destaca na cidade, um templo com bancos e gramado em frente. Está situada numa parte alta do terreno, sendo facilmente avistada por toda a cidade.

✓

Figura 14 – Igreja Matriz São Pedro Apóstolo



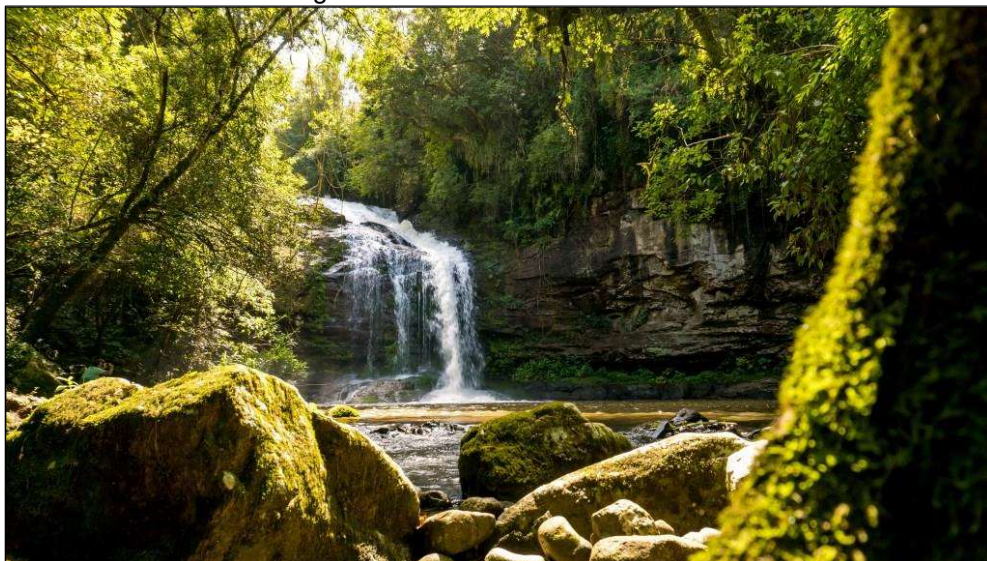
Fonte: Acervo Prefeitura Municipal de Poço das Antas

Obs.: Estes Atrativos Culturais citados acima são de significativa importância para traduzir e valorizar o Patrimônio Cultural do município e podem, na formatação dos produtos turísticos da cidade, serem aproveitados para ampliar as possibilidades de encantamento aos visitantes e permitirem a conexão com os 17 ODS da Agenda 2030 da ONU.

**6.1.2 Atrativos Naturais** – São elementos da natureza que, ao serem utilizados para fins turísticos, passam a atrair fluxos turísticos (BRASIL, 2010).

- ✓ **Cascatas** – O município possui cascatas que recebem turistas, todas estão em propriedades particulares. A mais visitada é a cascata Santa Inês que em janeiro de 2022 recebeu recursos da Secretaria Estadual de Turismo (SETUR), oriundos do projeto Avançar, destinados a pavimentação de 530 metros lineares da estrada de acesso. Outras cascatas do município: cascata Arroio do Barulho e cascata do Goelzenberg.

Figura 15 – Cascata da Santa Inês



Fonte: Acervo Prefeitura Municipal de Poço das Antas/RS

- ✓ **Ponte Pênsil** - Restaurada no ano de 2015, a ponte pênsil fica localizada junto à comunidade Mãe de Deus, na localidade de Boa Vista, próxima a Igreja Mãe de Deus, pertencente à Paróquia São Pedro Apóstolo. A estrutura está instalada sobre o Arroio Boa Vista e é toda de madeira, com condições de segurança para travessia. Em paralelo, possui uma ponte de concreto que garante bela vista do contexto geral, como a arborização diferenciada que proporciona uma linda paisagem junto das águas e da natureza. A sua instalação nesse ponto se dá por conta da estruturação comunitária da localidade, possibilitando a travessia entre as margens para quem necessitasse de acesso a igreja, a escola e também a casa comercial instaladas nas proximidades.
  
- ✓ **Sítio Rosa do Vale** – uma propriedade rural que surge com a ideia de restaurar uma construção que foi erguida por pessoas da comunidade e já foi lar de muitas famílias da localidade de Boa Vista. O casarão e área de terras em seu entorno pertenceram às famílias Luft, Flach e Dilli e depois voltou a ser da família Luft. A aquisição por parte da família Krindges, que sempre foi vizinha da propriedade, deu-se por meados dos anos 2000. O empreendimento almeja oferecer uma experiência encantadora aos seus visitantes através de experiências no meio rural. Plantação de figos, Videira (uva), produção de Schmier, sucos, pão caseiro, entre outros produtos que o turista degustará no Café Colonial oferecido, além de um passeio de trator pela propriedade.

Figura 16 – Casarão do Sítio Rosa do Vale



Fonte: Acervo Entre Rios Consultoria, 2022.

- ✓ **Ludwig's Place** - Espaço acolhedor e familiar na localidade de Boa Vista, com almoços e jantares temáticos com cardápio variado, ofertando experiências gastronômicas e de vivência para grupos, famílias e colegas que desejam confraternizar de forma especial, com ambiente em área interna e também espaço externo.

Obs.: Estes Atrativos Naturais citados acima também são de significativa importância para traduzir e valorizar o Patrimônio Natural do município e podem, na formatação dos produtos turísticos da cidade, serem aproveitados para ampliar as possibilidades de encatamento aos visitantes e permitirem a conexão com os 17 ODS da Agenda 2030 da ONU.

**6.1.3 Atrativos Econômicos** – são atividades produtivas capazes de motivar a visitação turística e propiciar a utilização de serviços e equipamentos turísticos (BRASIL, 2010). Alguns dos atrativos econômicos do município:

- ✓ **Cachaçaria Wille** – Agroindústria familiar localizada na localidade de Boa Vista que se dedica a produção de cachaça desde a obtenção de matéria prima, manipulação e finalização do produto, resultando em variedades envelhecidas em barris de carvalho, grápia, cabriúva e umburana, e também o tipo prata, armazenada em barris de inox. Comercializa seus produtos em diferentes e variadas embalagens, caracterizando itens presenteáveis e *souvenirs*. Faz visitas guiadas em sua sala de envelhecimento e oferece show room, com loja para venda e degustação dos produtos. Local de fácil acesso, em meio à natureza e canaviais que dão charme e clima a esse local receptivo e acolhedor. Preserva a história e a sucessão familiar, com dedicação integral ao empreendimento.

Figura 17 – Produtos da Cachaçaria Wille



Fonte: Instagram Cacharia Wille

- ✓ **Cachaçaria Schneider Schnapps** - em sistema de agroindústria familiar, a empresa produz cachaças com canas cultivadas em áreas próprias e com todos os cuidados para que a matéria prima resulte em produtos com grande aceitação no mercado. A cachaça envelhecida Pinga Morena, a Viva, engarrafada logo após a destilação para preservar as qualidades originais e a Schneider Schnapps Extra Premium envelhecida cinco anos em barris de cabriúva.

Figura 18 – Produtos da cachaçaria Schneider Schnapps



Fonte: Acervo Entre Rios Consultoria, 2022.

- ✓ **Floricultura Jardinéia** - A Floricultura Jardinéia fica localizada na localidade de Boa Vista. O empreendimento é familiar e oferece grande variedade de flores, plantas, mudas, insumos e acessórios para o jardim e o lar. As estufas junto ao comércio permitem visualização das variedades e opções.

Figura 19 – Floricultura Jardinéia



Fonte: Acervo Entre Rios Consultoria, 2022.

- ✓ **Mandolates Konrad** – Mandolates Konrad, fundada há 60 anos, é uma empresa



familiar do ramo alimentício que vem crescendo a cada ano. Seus produtos são elaborados artesanalmente com ingredientes de alto padrão de qualidade. É uma empresa muito bem estruturada e possui distribuição em vários outros municípios.

Figura 20 – Mandolates Konrad



Fonte: Facebook Mandolates Konrad

**6.1.4 Eventos** – Eventos que reúnem pessoas para tratar ou debater assuntos de interesse comum e negociar ou expor produtos e serviços; podem ser de natureza comercial, profissional, técnica, científica, cultural, política, esportiva, religiosa, turística, entre outras, com datas e locais previamente estabelecidos. Esses eventos propiciam a utilização de serviços e equipamentos turísticos (BRASIL, 2010).

Alguns dos eventos que ocorrem no município:

- ✓ **Bailes de Kerb** - Os Bailes de Kerb possuem origem alemã e celebram a inauguração da igreja ou o dia do santo padroeiro, sendo, portanto, promovidas pelas comunidades. Trata-se de uma festividade que costumeiramente inicia com missa ou culto, e prossegue para o salão comunitário, onde pode haver janta, ou não, e posterior baile com animação de bandas e DJ. Em Poço das Antas é forte a manifestação dos Bailes de Kerb em todas as comunidades, com eventos que reúnem famílias e pessoas vindas de todo o Estado.
- ✓ **Transcitrus Fest** - A Transcitrus Fest é a festividade que comemora o aniversário de Poço das Antas, e por isso é tradicionalmente realizada por três dias, no mês de maio. A sua realização fica a cargo de cada administração municipal tendo até o momento realizado três edições. A programação tradicionalmente conta com shows locais, regionais e também nacionais, como também exposições comerciais, de serviços e de agroindústrias, além de opções gastronômicas. A última edição do evento ocorreu em 2019. Quando não promovida a Transcitrus Fest, a Administração Municipal promove outras atividades relacionadas ao seu

aniversário, com programações especiais que tem como objetivo comemorar o aniversário de Poço das Antas com a comunidade

Figura 21 – Transcitrus Fest



Fonte: Acervo Prefeitura Municipal de Poço das Antas

- ✓ **Cavalgadas** - As cavalgadas são a manifestação do tradicionalismo gaúcho no Município, sendo realizada durante o Mês Farroupilha. Até o momento registrou-se a realização de duas edições do evento, em 2021 e 2022. A cavalgada conta com programação que inicia, costumeiramente, com café da manhã servido aos participantes, e posterior saída em grupo até um ponto de encontro, onde se realiza solenidade e momento cultural, encerrando a programação com almoço. As cavalgadas registram participantes de diversas cidades e entidades da região e também prestígio da comunidade, que acompanha a passagem dos cavalarianos em suas residências ou pontos de encontro.

Figura 22 – Cavalgadas



Fonte: <https://www.google.com/>

- ✓ **Baile de Chopp** - Os Bailes de Chopp são eventos promovidos pelas comunidades locais que contam com a animação de bandas musicais e DJ, além da oferta de chopp vendido em copos e barris. Os eventos movimentam o Município e têm proporções que atraem visitantes regionais, sendo programações firmadas no calendário de Poço das Antas.

Figura 23 – Baile de Chopp



Fonte: <https://www.facebook.com/>

- ✓ **Ein Deutsches Tanzfest** - Evento promovido pelo Grupo de Danças Folclóricas Alemãs (G.D.F.A) Musikfreunde que conta com apoio da Administração Municipal e resgata as tradições alemãs através da dança. É promovido a cada dois anos e reúne grupos folclóricos convidados. A noite conta com apresentações de danças alemãs, danças de integração e a apresentação do grupo anfitrião, que sempre reserva uma surpresa que envolve dança e manifestação teatral, envolvendo a história e a realidade local. O evento também conta com jantar e posterior baile com banda.

Figura 24 - *Ein Deutsches Tanzfest*



Fonte: Acervo Prefeitura Municipal de Poço das Antas/RS

- ✓ **MTB** - Prova de *mountain bike* (ciclismo de montanha) promovida em parceria com associação de ciclismo que promovem a prática em diferentes trajetos que exploram o relevo e a natureza do Município, unindo turismo e aventura.
- ✓ **Rústica de Poço das Antas**- A Rústica de Poço das Antas é uma programação realizada anualmente e que está inserida nos eventos de comemoração ao aniversário de emancipação do Município, sendo, portanto, realizada no mês de maio. Conta com modalidades de corrida e caminhada em trajetos de diferentes quilometragens que contemplam atrativos turísticos do Município e também a sua natureza. Conta com a participação de homens, mulheres, crianças, jovens e adultos, sendo distribuídas premiações conforme as

colocações em naipe masculino e feminino, e também em faixas etárias.

Figura 25 – Rústica



Fonte: <https://folhapopular.info/>

- ✓ **Feira do Produtor Rural e Artesanato** - Feira realizada periodicamente e ocorre, tradicionalmente, junto à Praça Municipal. A programação evidencia os potenciais empreendedores do Município, reconhecendo o trabalho e concedendo espaço para aqueles que se dedicam à produção de bebidas, alimentos, artesanatos e outros itens, viabilizando o comércio e apresentação dos produtos poçoantenses à comunidade e visitantes. A feira acompanha algumas programações pontuais promovidas pela Administração Municipal em datas específicas, ampliando assim o seu viés de possibilidades e clientes potenciais, além de também por vezes, ser incrementada com atrativos para crianças e jovens como brinquedos infláveis.

Figura 26 – Feira do Produtor Rural e Artesanato



Fonte: <https://www.google.com/>

## 6.2 Segmentos Âncora e Secundários

Para o MTur, a **segmentação** é entendida como uma forma de organizar o turismo para fins de planejamento, gestão e mercado. Os segmentos turísticos podem ser estabelecidos a partir dos elementos de identidade da oferta e também das características e variáveis da demanda (BRASIL, 2009). Identificar os segmentos da oferta turística é importante, pois facilita a identificação dos públicos mais rentáveis.

**6.2.1 Segmento Âncora** – É aquele segmento turístico responsável pelo maior fluxo de turistas. É o indutor da atividade turística no município. O segmento âncora em Poço das Antas foi previamente definido durante discussões nas Oficinas de construção deste PMT, entre **Turismo Cultural e Ecoturismo**, ou seja, aquele segmento que atrai (ou irá atrair) o maior número de turistas para o destino.

**Turismo Cultural** compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura (BRASIL, 2010). Dentro desse segmento integram o Arqueológico, Ecoturismo, Étnico, Ferroviário, Gastronômico e Religioso. Os elementos da cultura Alemã como as festas tradicionais, a gastronomia e a religiosidade são os atrativos que definem esse segmento.

Figura 27 – Diagrama Segmento Turismo Cultural



Fonte: Entre Rios Consultoria, 2020

**Ecoturismo** é um segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista por meio da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações. Reconhece-se que o Ecoturismo tem liderado a introdução de práticas sustentáveis no setor turístico, mas é importante ressaltar a diferença e não o confundir como sinônimo de Turismo Sustentável. Sobre isso, a Organização Mundial de Turismo e o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente referem-se ao Ecoturismo como um segmento do turismo, enquanto os princípios que se almejam para o Turismo Sustentável são aplicáveis e devem servir de premissa para todos os tipos de turismo em quaisquer destinos (BRASIL, 2010). Esse segmento é muito representativo nas cascatas que o município oferece aos visitantes e ao Morro Nunemachberg.

Figura 28 – Diagrama Segmento Ecoturismo



Fonte: Entre Rios Consultoria, 2020

**6.2.2 Segmentos Secundários** – Os segmentos secundários são aqueles segmentos turísticos que também geram fluxo de visitantes, porém não é o principal motivo da visita ao destino turístico. Os segmentos secundários identificados em Poço das Antas foram: **Turismo de Negócios & Eventos e Turismo Rural**.

**Turismo Rural** é o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, de minifúndios comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade (BRASIL, 2010). Este segmento é muito representativo com as propriedades rurais que estão se preparando para receber visitantes, a **prefeitura usa o termo Turismo Rural e Colonial mas neste documento foi utilizada a nomenclatura do MTur**.



Figura 29 – Diagrama Segmento Turismo Rural



Fonte: Entre Rios Consultoria, 2020

**Turismo de Negócios & Eventos** compreende o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social (BRASIL, 2010). Este segmento é muito representativo nos eventos realizados e com visitantes que vem a negócios nas empresas do município.

O Município recebe muitos turistas de eventos, principalmente nos bailes de Kerb, no Ein Deutshes Tanzfest, na Trancitrus Fest e nos demais eventos realizados no município.

Figura 30 – Diagrama Segmento Turismo de Negócios e Eventos



Fonte: Entre Rios Consultoria, 2020

## – DEMANDA TURÍSTICA

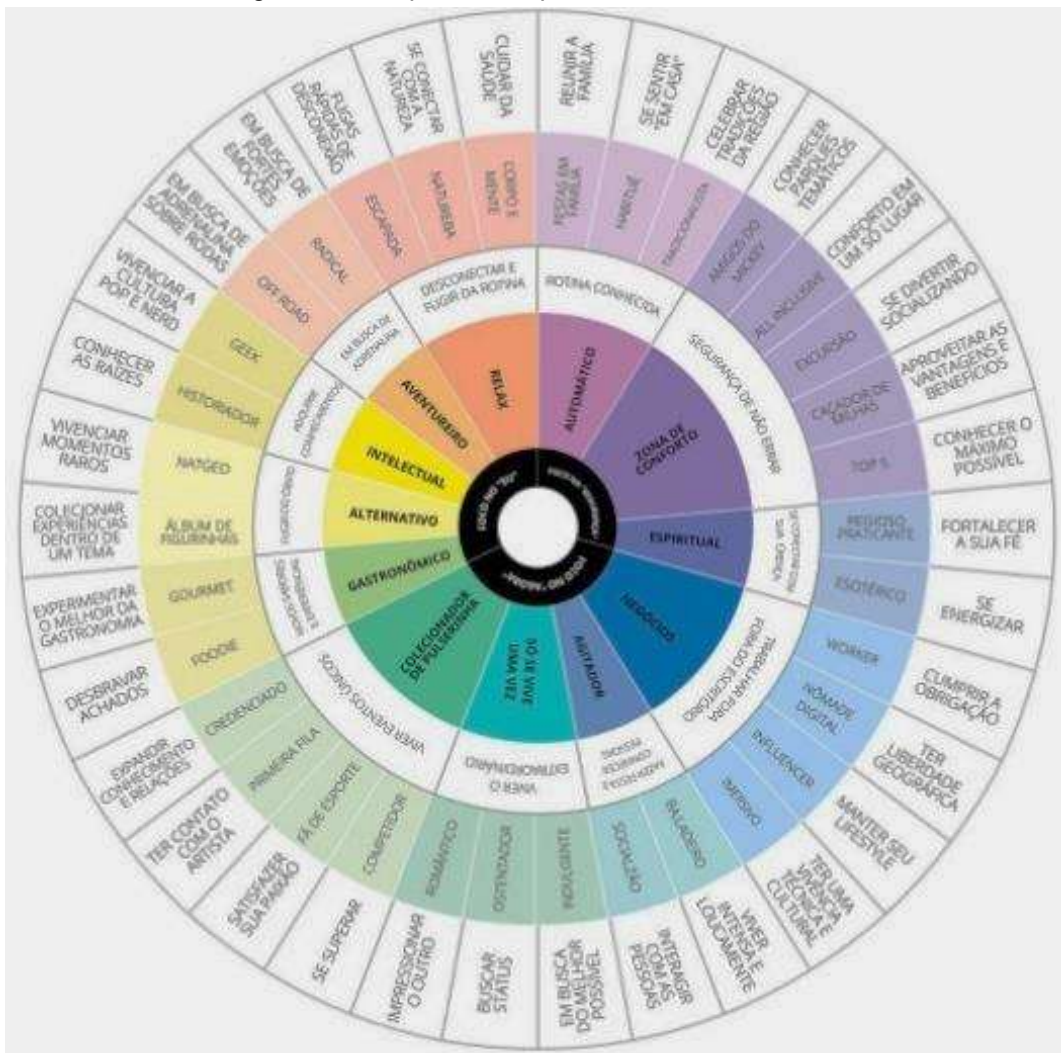
O MTur (2007) define a demanda turística como o grupo de consumidores dos produtos turísticos (pessoas) que se deslocam em busca de locais, produtos e serviços turísticos a serem consumidos. As empresas, ao elaborarem seus produtos turísticos, devem sempre estar atentas ao comportamento do consumidor.

Pode-se afirmar, portanto, que demanda turística é o número total de pessoas que viajam (demanda efetiva) ou desejam viajar (demanda potencial) para um determinado destino com o objetivo de desfrutar das comodidades turísticas e serviços. Nem todos os turistas percebem o mesmo conceito ou benefício para viajar a um determinado destino, significando que a motivação das viagens para um mesmo destino pode ter diferentes valores atribuídos.

Não existe estudo de demanda no Município, mas pelos dados coletados na pesquisa de campo, junto a Secretaria da Educação, Cultura, Desporto e Turismo identificou-se que o perfil do turista que visita a região é de: casais, casais com crianças, grupos de amigos, empresários, estudantes, melhor idade, ciclo turistas, moto Trilheiros da Classe socioeconômica de A a D, com graduação ou pós-graduação, provenientes da própria região e todo o Estado do RS, retorno de imigrantes que retornam para visitar familiares e amigos, visitam o município nos períodos de primavera, verão e outono, principalmente.

Recentemente, em julho de 2022, foi lançado um estudo sobre o “Mapa de Comportamento Turista do Rio Grande do Sul”, destacando 12 perfis de turistas, onde cada perfil primário tem subdivisões de comportamento originando divisões de personas criadas pelas motivações turísticas. Foram totalizadas 34 personas no RS e 46 motivações, uma para cada perfil e persona. Este estudo foi realizado numa parceria entre SEBRAE/RS e Secretaria de Turismo do Estado, com realização do grupo *Wine Locals*. A seguir encontra-se o Mapa Conceitual destas 34 personas com suas 46 motivações:

Figura 31 – Mapa do Comportamento do Turista RS



Fonte: Wine Locals, 2022.

## 8 – INFRAESTRUTURA

É o conjunto de obras e de instalações de estrutura física e de serviços básicos que dão suporte ao desenvolvimento da atividade turística em determinada área. São exemplos de Infraestrutura Turística: sistema de transportes e de comunicações, meios de hospedagens, locadoras, posto de informações, bares e restaurantes, entretenimento, entre outros (BRASIL, 2007).

O município de POÇO DAS ANTAS possui uma infraestrutura básica com muitas oportunidades de negócios e ampliações a serem efetuadas. Abaixo serão listados alguns dos serviços e estruturas que o destino apresenta neste momento ou que são de suma importância no desenvolvimento do Turismo.

**8.1 Acesso** – os acessos ao Município se dão pela Região do Vale do Taquari (BR-386 e pela ERS-419); pela Região Metropolitana (RS-411); pela região do Vale do Caí, (Rodovia Transcitrus); pela Região Serrana (Estrada Branca - Weißestraße). O estado das vias de acesso é bom e sua maioria possui cobertura asfáltica, faltando concluir trechos na rodovia Transcitrus e na Estrada Branca.

**8.2 Centro de Atendimento ao Turista (CAT)** - Os Centros de Atendimento ao Turista (CATs) desempenham papel importante na promoção do destino turístico. Com o crescimento do turismo individualizado, no Brasil e no exterior, torna-se condição relevante a existência de locais que concentrem informações sobre a localidade e os destinos da região, disponibilizando folhetos e mapas, atendimento em idioma estrangeiro e, se possível, a opção de efetuar reservas em atrativos, hotéis e restaurantes. A busca crescente por viagens independentes torna os serviços de informações turísticas importantes elos de segurança do visitante com o destino. Assim, a responsabilidade dos CATs em oferecer informações confiáveis e de forma adequada é reforçada por sua contribuição essencial para a qualidade do produto turístico (BRASIL, 2009).

O município **não possui um CAT**, chama-se atenção para a importância de oferecer um espaço destinado ao atendimento ao turista, principalmente com informações seguras e oportunidade de monitoramento do fluxo e análise do perfil.

**8.3 Meios de Hospedagem** – O Município ainda não conta com meios de hospedagem.

**8.4 Restaurantes, Bares e Similares** – Locais identificados nas Oficinas de construção do Plano Municipal de Turismo são: o **AntBau Chopp Restaurante Ltda**, a **Território GastroBar, Restaurante e Lancheria da Lisa** e o **Ludwig's Place**.

Figura 32 – Restaurante AntBau Chopp



Fonte: Acervo Próprio

Figura 33 – Território GastroBar



Fonte: Acervo próprio

Figura 34 – Ludwig's Place



Fonte: <https://curtaaviagem.com.br/local/ludwig-place/#galeria-1>

Figura 35 – Restaurante e Lancheria da Lisa



Fonte: Acervo Próprio

## 9 - ANÁLISE SWOT

A análise SWOT é uma ferramenta utilizada para fazer análises de ambientes ou cenários. Por sua simplicidade e resultados, pode ser utilizada para diversos fins. O termo SWOT é uma sigla do inglês e seu significado é:

**Strenghts** (forças) - são variáveis internas e controláveis que propiciam uma condição favorável para a empresa.

**Weaknesses** (fraquezas) - são as variáveis internas e controláveis desfavoráveis para a empresa.

**Opportunities** (oportunidades) - são variáveis externas não controláveis pela empresa, mas que podem criar-lhe condições favoráveis.

**Threats** (ameaças) - são variáveis externas e não controláveis pela empresa que podem criar condições desfavoráveis.

Quadro 4 - Análise SWOT

FORÇAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Natureza;</li> <li>• Mobilização nas ações;</li> <li>• Vontade política em investir;</li> <li>• Infraestrutura;</li> <li>• Arquitetura;</li> <li>• Agroindústria;</li> <li>• Agricultura familiar;</li> <li>• Religiosidade;</li> <li>• Cultura/tradição;</li> <li>• Localização geográfica: ser um local onde ocorre o entroncamento rodoviário entre os vales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Parcerias com o SEBRAE;</li> <li>• Grupo G7;</li> <li>• Eventos da região;</li> <li>• Novo perfil do turista;</li> <li>• Cristo Protetor.</li> </ul>
FRAQUEZAS	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gastronomia;</li> <li>• Postos de gasolina;</li> <li>• Falta de interesse dos empreendedores.</li> <li>• Falta de recursos para investimentos;</li> <li>• Acessos (estradas).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crise financeira.</li> </ul>

--	--

Fonte: Oficinas de trabalho

## 10 – MISSÃO, VISÃO E VALORES

**MISSÃO** – A missão é razão de existir, a razão de se desenvolver e tornar possíveis, claros e realistas os objetivos que se deseja atingir, tem a função de **orientar e delimitar sua atuação**, auxiliando todos os envolvidos a focar seu empenho na mesma direção.

### **MISSÃO DO PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE POÇO DAS ANTAS/RS:**

“Proporcionar experiências turísticas e inovadoras, com responsabilidade social e ambiental, desenvolvendo social e economicamente o município de Poço das Antas, integrando a participação da comunidade.”

**VISÃO** – A visão tem papel fundamental na construção do futuro. Se a missão representa a sua essência, a visão simboliza **como ela se vê em um determinado período**. É a imagem de futuro, isto é, onde se espera estar em um determinado tempo.

### **VISÃO DO PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE POÇO DAS ANTAS/RS:**

“Ser reconhecido como um destino turístico, dentro dos atrativos e oportunidades oferecidos pelo município em 5 anos.”

**VALORES** – São **princípios**, ou crenças, que servem de guia, ou critério, para os comportamentos, **atitudes** e decisões de todas e quaisquer pessoas, que no exercício das suas responsabilidades, e na busca dos seus objetivos, estejam executando a missão, na direção da visão.



A partir de uma dinâmica onde os participantes definiram valores de forma individual, foram definidos os 5 principais valores a serem seguidos no desenvolvimento do Plano de Turismo de Poço das Antas/RS pelo grupo:

Figura 36 – Nuvem de Valores do Turismo



Fonte: [www.mentimeter.com](http://www.mentimeter.com)

Os valores selecionados foram:

**1 Receptividade**

**2 Atitude**

**3 Objetivos**

**4 Cooperação**

**5 Disponibilidade**

Diante dos elementos citados na Missão, Visão e Valores do Plano Municipal vale lembrar alguns conceitos importantes para o melhor entendimento do que foi

proposto pelos participantes da elaboração deste documento: Turismo Responsável e Turismo Sustentável.

## Turismo Responsável e Turismo Sustentável

Quadro 5 - Semelhanças e diferenças entre Turismo Responsável e Sustentável

TURISMO RESPONSÁVEL	TURISMO SUSTENTÁVEL
<ul style="list-style-type: none"> <li>✿ definido em 2002 pela Declaração de Cape Town sobre o Turismo Responsável, durante a Cúpula Mundial sobre o Desenvolvimento Sustentável</li> <li>✿ Turismo Responsável é usar o turismo para criar lugares melhores para as pessoas morarem e lugares melhores para as pessoas visitarem, nesta ordem</li> <li>✿ baseado nos 3 pilares da sustentabilidade: econômico, ambiental e sociocultural, mas com atenção especial para o desenvolvimento econômico local em benefício das comunidades</li> <li>✿ preocupado com questões mundiais, mas focando nos seus impactos locais - pensando e criando soluções de curto prazo para os problemas específicos que existem em cada destino e comunidade anfitriã</li> <li>✿ é um caminho para a sustentabilidade</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✿ definido em 1992 durante a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento (Eco-92)</li> <li>✿ "o turismo que leva em consideração seus impactos econômicos, sociais e ambientais atuais e futuros, atendendo às necessidades dos visitantes, da indústria, do meio ambiente e das comunidades anfitriãs" (OMT)</li> <li>✿ baseado nos 3 pilares da sustentabilidade: econômico, ambiental e sociocultural</li> <li>✿ preocupado com questões mundiais, como as mudanças climáticas, esgotamento de recursos naturais, a redução da fome e pobreza, a preservação de culturas, o bem-estar animal</li> <li>✿ é uma meta ou objetivo final que será alcançado se todos os envolvidos se responsabilizarem pela busca desse objetivo nos diferentes âmbitos</li> </ul>

Fonte: <https://viajarverde.com.br/turismo-responsavel-e-sustentavel/> por Ana Duék, 2020

## 11 - DESCRIÇÃO DAS APDs APROVADAS POR EIXO DE ATUAÇÃO DO PRT

Conforme identificado na Metodologia deste documento, **29** ações foram elaboradas e aprovadas nas oficinas e, posteriormente revisadas pela equipe técnica. As mesmas serão agora detalhadas de acordo com a sequência de informações sobre ação proposta, 17 ODS vinculados, identificação inicial de como realização a ação, prazo de execução e responsáveis pela ação. Seguem quadros abaixo:

Quadro 6: EIXO 1: GESTÃO DESCENTRALIZADA DO TURISMO

<b>AÇÃO PROPOSTA</b>	<b>ODS</b>	<b>COMO REALIZAR ESTA AÇÃO?</b>	<b>PRAZO</b>	<b>RESPONSÁVEL</b>
1 - Incentivo ao registro no CADASTUR e uso do Selo Turismo Responsável.	4, 8 e 17	Realizar campanha para estimular os prestadores de serviços a realizarem seu registro no CADASTUR e adesão ao Selo Turismo Responsável.	NOV 2023	SMECDT COMTUR
2 - Criação de uma Rede de Cooperação entre os envolvidos com o desenvolvimento do Turismo no Município.	8, 11, 17	Identificar interesse dos atores que atuam no Turismo e criar uma Rede de Cooperação com reuniões mensais integradas ao COMTUR.	DEZ 2023	SMECDT COMTUR AMTURVALES
3 - Atualização e avaliação periódica das ações procurando consolidar com as ações da IGR.	1, 2, 4, 8, 11, 17	Monitorar as ações do Plano Municipal de Turismo adequando sempre às ações da IGR.	Contínuo	SMECDT COMTUR AMTURVALES
4 - Realização de campanha para sensibilizar os prestadores de serviço à questão da acessibilidade.	9, 10,11, 16	Realizar ações de sensibilização sobre a necessidade de oferecer acessibilidade nos atrativos e empreendimentos turísticos do Município para aumentar os acessos para portadores de deficiência.	Contínuo	SMECDT COMTUR SEC Obras AMTURVALES

Quadro 7: EIXO2: PLANEJAMENTO E POSICIONAMENTO DE MERCADO

<b>AÇÃO PROPOSTA</b>	<b>ODS</b>	<b>COMO REALIZAR ESTA AÇÃO?</b>	<b>PRAZO</b>	<b>RESPONSÁVEL</b>
5 - Elaboração de Calendário Municipal de Eventos.	8, 17	Realizando levantamento de eventos em geral e esportivos para inserir no Calendário Municipal.	Anualmente nos meses de DEZ	SMECDT COMTUR Associações
6 - Identificação de novos locais para visitação dos turistas.	1, 2, 4,8	Identificando novos atrativos com potencial para o Turismo bem como propriedades rurais que desejam atuar no Turismo Rural.	DEZ 2023	SMECDT COMTUR EMATER
7 - Formatar roteiro turístico.	1,4,8,9 e 17	Identificar atrativos e empreendimentos turísticos que já recebem turistas e formatar um roteiro turístico para facilitar a visitação do turista no Município.	MAR 2024	SMECDT COMTUR EMATER Empresários
8 - Realização de viagens de <i>Benchmarking</i> para destinos referência.	8, 17	Organizar viagens de Benchmarking em destinos de referência promovendo a oportunidade dos participantes aprenderem com as melhores práticas. Importante realizar reuniões com lideranças no destino visitado.	DEZ 2024	SMECDT COMTUR AMTURVALES SEBRAE
9 - Organização de visitas técnicas aos atrativos turísticos do município com as empresas locais envolvidas com o Turismo.	4, 8, 10 e 17	Oportunizar às empresas da cadeia produtiva do Turismo, visitas aos atrativos para reconhecimento dos potenciais locais.	JUN 2024	SMECDT COMTUR

Quadro 8: EIXO 3: QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL, DOS SERVIÇOS E DA PRODUÇÃO ASSOCIADA

<b>AÇÃO PROPOSTA</b>	<b>ODS</b>	<b>COMO REALIZAR ESTA AÇÃO?</b>	<b>PRAZO</b>	<b>RESPONSÁVEL</b>
10 - Oferecimento de cursos de Atendimento ao Turista.	1, 4, 8, 9	Capacitar os envolvidos com Turismo para melhorar o atendimento nos atrativos e empreendimentos turísticos.	DEZ 2023	SMECDT COMTUR
11 - Oferecimento de cursos de Marketing Digital.	1, 4, 8, 9	Capacitar os envolvidos com Turismo para ações de Marketing Digital e cadastramento em sites e aplicativos de divulgação e comercialização de produtos e serviços turísticos: tais como: Booking; TripAdvisor; AirBnB (acomodação e experiências, entre outros).	JUL 2024	SMECDT COMTUR AMTURVALES
12 - Valorização do Patrimônio cultural e natural do município.	6, 7, 8, 11, 15	Realizar palestras, encontros e/ou seminários para destacar a cultura local, bem como as riquezas naturais.	Contínuo	SMECDT COMTUR
13 - Planejamento de local para a comercialização de Produtos Coloniais e artesanato do Município.	1, 2, 5, 8, 10 e 17	Realizar estudo para a instalação de um local para a comercialização de Produtos Coloniais e artesanato do Município. Verificar possibilidade junto ao CAT. Elencar critérios para a participação dos produtos/produtores/empresas, tais como qualidade e capacidade de produção.	JUL 2024	SMECDT SEC Agricultura COMTUR EMATER

Quadro 9: EIXO 4: EMPREENDEDORISMO, CAPTAÇÃO E PROMOÇÃO DE INVESTIMENTO

<b>AÇÃO PROPOSTA</b>	<b>ODS</b>	<b>COMO REALIZAR ESTA AÇÃO?</b>	<b>PRAZO</b>	<b>RESPONSÁVEL</b>
14 - Articulação com instituições financeiras para divulgação das linhas de crédito que possam ser acessadas pelas empresas.	1, 2, 5, 8, 11 e 16.	Contatar com instituições financeiras para divulgar suas linhas de crédito disponíveis aos empreendedores do Turismo (urbano e rural).	DEZ 2023	SMECDT SEC Fazenda AMTURVALES
15 - Incentivo a formalização de negócios em Turismo.	1, 2, 5, 8, 10	Promover apoio técnico para empresários já estabelecidos e futuros empresários no campo da formalização de suas empresas, oportunizando um espaço para esse fim.	Constante	SEC Fazenda SMECDT

Quadro 10: EIXO 5: INFRAESTRUTURA TURÍSTICA

<b>AÇÃO PROPOSTA</b>	<b>ODS</b>	<b>COMO REALIZAR ESTA AÇÃO?</b>	<b>PRAZO</b>	<b>RESPONSÁVEL</b>
16 - Estudo para implantação de placas de sinalização turística.	8, 9, 11	Realizar estudo para identificar os locais para implantação da sinalização turística no Município (identificar atrativos e empreendimentos turísticos) e elaborar projeto.	NOV 2023	SMECDT COMTUR SEC Obras
17 - Implantar sinalização turística no Município.	8, 9, 11	Buscar recursos e executar projeto de sinalização turística.	MAR 2024	SMECDT COMTUR SEC Obras AMTURVALES
18 - Estudo para implantação do Centro de Atendimento ao Turista (CAT).	1, 2, 8, 9, 11	Realizar estudo para identificar o local mais apropriado e viável para a instalação do CAT e elaborar projeto.	JUL 2023	SMECDT COMTUR SEC Obras
19 - Manutenção da infraestrutura de acesso ao município e a zona rural.	1, 2, 8, 9, 11	Manter em boas condições os acessos aos atrativos e empreendimentos turísticos do município.	Contínuo	SMECDT SEC Obras

Quadro 11: EIXO 6: INFORMAÇÃO AO TURISTA

<b>AÇÃO PROPOSTA</b>	<b>ODS</b>	<b>COMO REALIZAR ESTA AÇÃO?</b>	<b>PRAZO</b>	<b>RESPONSÁVEL</b>
20 - Atualização e manutenção de informações turísticas atualizadas.	8, 17	Atualizar e criar logística de manutenção de informações turísticas no site do município, da AMTURVALES e de parceiros, bem como nas redes sociais da prefeitura, dos atrativos turísticos e prestadores de serviços.	SET 2023	SMECDT COMTUR AMTURVALES
21 - Criação de QR Code para os atrativos e prestadores de serviços.	8, 17	Após atualização das informações em sites dos atrativos e empreendimentos turísticos, criar QR Code referente a cada um e divulgar em postos estratégicos da cidade.	JUL 2024	SMECDT COMTUR
22 - Implantação de um totem com um mapa na Praça principal.	8, 9	Implantação de um totem com um mapa identificando a localização dos atrativos e serviços turísticos do município com QR CODE.	DEZ 2025	SMECDT COMTUR SEC Obras
23 - Atrativos turísticos públicos cadastrados no TripAdvisor e Aibnb Experiências.	8, 17	Auxiliar os empresários a cadastrarem seus negócios e experiências nos sites TripAdvisor e Aibnb Experiência para dar maior visibilidade aos negócios turísticos do Município na internet.	NOV 2023	SMECDT COMTUR Empreendedores

Quadro 12: EIXO 7: PROMOÇÃO E APOIO À COMERCIALIZAÇÃO

<b>AÇÃO PROPOSTA</b>	<b>ODS</b>	<b>COMO REALIZAR ESTA AÇÃO?</b>	<b>PRAZO</b>	<b>RESPONSÁVEL</b>
24 - Elaboração de <i>folder</i> (físico e digital) com atrativos, produtos turísticos e prestadores de serviços.	4, 8, 9 e 17	Criar um <i>folder</i> (físico e digital) do Município onde constem os atrativos, produtos turísticos e prestadores de serviços, utilizando o QR Code.	DEZ 2023	SMECDT COMTUR AMTURVALES
25 - Elaboração de calendário de participação em eventos de divulgação e comercialização do Turismo.	4, 8, 9 e 17	Elaborar em parceria com a AMTURVALES um calendário para o município estar presente nos principais eventos de Turismo do seu público alvo e estimular a participação dos empresários.	Sempre nos meses de DEZ	SMECDT COMTUR AMTURVALES
26 - Realização de ações em parcerias com municípios vizinhos.	1,2,5,8, 16 e 17	Promover ações de divulgação e comercialização com municípios vizinhos, pois assim terão mais força de atração.	Contínuo	SMECDT COMTUR AMTURVALES
27 - Criação de um banco de imagens e vídeos.	8, 17	Contratar profissional ou empresa para a criação de um banco de imagens e vídeos visando o uso para folheteria, sites, aplicativos e redes sociais.	JUL 2023	SMECDT COMTUR

Quadro 13: EIXO 8: MONITORAMENTO

<b>AÇÃO PROPOSTA</b>	<b>ODS</b>	<b>COMO REALIZAR ESTA AÇÃO?</b>	<b>PRAZO</b>	<b>RESPONSÁVEL</b>
28 - Criação de uma metodologia para o monitoramento do fluxo turístico.	8	Elaborar uma metodologia para que o fluxo turístico seja monitorado no Município através da coleta de dados em atrativos e empreendimentos turísticos.	DEZ 2023	SMECDT COMTUR AMTURVALES
29 - Elaboração de ferramentas para a identificação do perfil do turista que visita o município.	8	Elaborar ferramentas (formulários) para serem aplicados nos visitantes visando a identificação do seu perfil. Um local poderá ser o CAT quando instalado.	DEZ 2023	SMECDT COMTUR AMTURVALES



## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O planejamento é uma ferramenta essencial para desenvolver o fenômeno do Turismo e objetiva identificar, ordenar e controlar as ações no território; ocupa-se em direcionar a construção e requer um estudo e reconhecimento de dados sobre a realidade territorial, o qual é chamado de diagnóstico ou inventariação. É através desses dados coletados que se tem uma visão detalhada sobre os problemas sociais, estruturais, os impactos positivos e negativos. Portanto, após as etapas para construção deste Plano Municipal de Turismo, citadas ao longo deste documento, ficam identificadas Ações e Estratégias elaboradas de forma coletiva com a equipe técnica (os especialistas), o *trade* turístico e a comunidade local representada por diversas entidades representativas do setor rural, comercial e de serviços.

Este planejamento também recebeu, além da Secretaria Municipal de Educação, Cultura, Desporto e Turismo, importante contribuição de membros titulares e suplentes do COMTUR, EMATER, bem como demais Associações e empreendedores do município.

Recomenda-se, portanto, que cada uma das 29 APDs elencadas para serem executadas nos próximos anos no município de POÇO DAS ANTAS, sejam desdobradas em Planos de Ações, Projetos e/ou Programas e que sejam monitoradas pelo COMTUR, conforme definido pelos participantes desta construção coletiva. Importante ainda salientar que as APDs aqui descritas foram criadas e aprovadas durante o período de pós pandemia da Covid-19.

Diversos elementos que foram apresentados e debatidos aqui não são possíveis apenas para os próximos quatro anos, mas é de suma importância que neste período, o Turismo seja fortalecido enquanto política pública. A permanente pesquisa de demanda e oferta turística são passos importantes para continuar entendendo o cenário e definir onde este destino quer chegar em 2027, conforme definido na Visão do Plano Municipal de Turismo de POÇO DAS ANTAS. Precisa-se permanentemente de dados para o gerenciamento adequado do processo turístico. Por outro lado, precisa-se ampliar os conhecimentos com relação às tendências de mercado.

Sabe-se que as questões relacionadas ao Meio Ambiente perpassam por diversas ações dos outros eixos e, dessa forma, torna-se ali representado, porém esse tema é cada vez mais significativo e foco não só do interesse dos clientes / turistas, transformando-se em “produto turístico”, mas também é foco das nossas responsabilidades como cidadãos. Além disso, diversas referências para desenvolvimento no âmbito local, regional até mundial, têm sido cada vez mais elaboradas para inserir meio ambiente nas práticas do dia a dia. Por essa razão, considera-se necessário um eixo específico – “Eixo 9 – Meio Ambiente” para tratar sobre possíveis ações de Meio Ambiente relacionadas com desenvolvimento de destinos turísticos.

Hoje em POÇO DAS ANTAS, turistas já realizam atividades dentro de diferentes segmentos como Turismo Cultural, Ecoturismo e Turismo no Meio Rural, porém todos estes segmentos ainda podem ser ampliados e novos segmentos desenvolvidos para que o município possa oferecer produtos turísticos diversificados e coesos e de fácil distribuição nos canais de comercialização e divulgação.

A formatação e estruturação de novos produtos turísticos são ações necessárias para o crescimento do fenômeno turístico no Brasil, porém a grande preocupação é de que estes novos produtos sejam criados de maneira sustentável, organizada e que atinjam seus objetivos de comercialização, para isto, nos alerta Balanzá (2005, p. 171) o seguinte:

*“será muito interessante analisar que tipo de produto pretende-se criar (...) trata-se, principalmente, de verificar a viabilidade do produto que se quer criar ou modificar, e prever a aceitação que terá entre o público alvo, após estudar, com o dito, o que é que este público espera ou deseja”.*

A aplicação do processo de Roteirização servirá como uma ferramenta para a adoção de novas posturas e estratégias na gestão das políticas públicas permitindo uma mudança no relacionamento entre o poder público e os empreendedores envolvidos bem estimulará a negociação, os acordos e o planejamento das ações para o desenvolvimento do Turismo Sustentável no município de POÇO DAS ANTAS, Região Vale do Taquari.

## REFERÊNCIAS

BALANZÁ, Isabel Millio. **Marketing e Comercialização de Produtos Turísticos**. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2003;

BARRETTO, M. **Planejamento responsável do Turismo**. Campinas-SP: Papirus, 2009;

IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). **Cidades**. Disponível em < <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/poçodasantas>>. Acesso em 01 AGO 2022.

BRASIL. Ministério da Economia. Secretaria Especial de Produtividade e Competitividade. **Guia de Retomada Econômica do Turismo no Brasil**. Brasília, 2021a. Disponível em <https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/retomada-do-turismo/GuiaRetomadaEconomicoTurismo.pdf>. Acesso em 24 NOV 2021.

\_\_\_\_\_. Ministério do Turismo. Coordenação Geral de Regionalização. **Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil: Módulo Operacional 7 Roteirização Turística**/ Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização. – Brasília, 2004.

\_\_\_\_\_. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo**. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. Brasília, 2004. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/institucional> . Acesso em: 11 AGO 2022.

\_\_\_\_\_. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil: Módulo Operacional 7 Roteirização Turística**/ Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização. – Brasília, 2007. Disponível em < [http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/roteiros\\_brasil/roteirizacao\\_turistica.pdf](http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/roteiros_brasil/roteirizacao_turistica.pdf)> Acesso em 10 DEZ 2021.

\_\_\_\_\_, Ministério do Turismo. **Segmentação do Turismo e o Mercado**. / Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. – Brasília: Ministério do Turismo, 2009.

\_\_\_\_\_.Ministério do Turismo. **Ecoturismo: orientações básicas**. / Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. 2. ed. – Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

\_\_\_\_\_. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo - Diretrizes**. Coordenação: Ítalo Oliveira Mendes, Jun Alex Yamamoto Philippe e Fauguet Figueiredo, Brasília, 2013.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2007.

IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). **Cidades**. Disponível em <<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/rs/frederico-westphalen.html>>. Acesso em 10 SET 2021.

OMT, (Organização Mundial do Turismo). **UNWTO Tourism Definitions. Madrid, Spain, 2019. Disponível em:** <<https://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>> Acesso em 30 OUT 2021.

POÇO DAS ANTAS. **LEI Nº 1.439, DE 20 DE DEZEMBRO DE 2010**. Cria o Conselho Municipal de Turismo – COMTUR. Disponível em <<https://leismunicipais.com.br/a/rs/p/poco-das-antas/lei-ordinaria/2010/143/1439/lei-ordinaria-n-1439-2010-cria-o-conselho-municipal-de-turismo-comtur>>. Acesso em 30 AGO 2022.

\_\_\_\_\_. **DECRETO Nº 1.240, DE 21 DE AGOSTO DE 2012**. Aprova o Regimento Interno do Conselho Municipal de Turismo - COMTUR. Disponível em <<https://leismunicipais.com.br/a/rs/p/poco-das-antas/decreto/2012/124/1240/decreto-n-1240-2012-aprova-o-regimento-interno-do-conselho-municipal-de-turismo-comtur>> Acesso em 30 AGO 2022.

WORLD ECONOMIC FORUM. **Travel & Tourism Competitiveness Report 2019** - Disponível em <[http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2019.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf)> Acesso em 10 NOV 2021.

## ANEXO 1 – Fotos da Palestra Inicial



Fonte: Acervo Entre Rios Consultoria, 2022.



Fonte: Acervo Entre Rios Consultoria, 2022.

**ANEXO 2 - Fotos das Oficinas**

Fonte: Acervo Entre Rios Consultoria, 2022.



Fonte: Entre Rios Consultoria, 2022.

Material elaborado por:

**Roséli Azi Nascimento**

Bióloga / Turismóloga Provisionada  
Consultora SEBRAE


 @roseli\_azi\_consultora

 51 999640950

**Rita Michelin**

Turismóloga  
Consultora SEBRAE

 @ritamichelon.consultora

 51 9993418797