



Plano Municipal de Turismo

Seberí



Ficha Técnica

COORDENAÇÃO GERAL E REALIZAÇÃO

Sebrae-RS | Sicredi Conexão

Prefeitura de Seberi

Prefeito – Adilson Adam Balestrin

Consultoria Técnica

Maja Consultoria

Consultora responsável: Tur^a Ms. Ivane Maria Remus Fávero

Agradecimento

A todos que participaram da oficina de construção do Plano de Ações para o Desenvolvimento do Turismo e colaboraram para a elaboração deste trabalho

Foto de capa: Prefeitura

Sumário

Mensagens do município	5
Mensagem do Sebrae-RS e do Sicredi	6
Apresentação e Metodologia	8
Análise Macroambiental – Turismo	12
Tendências pós-pandemia	15
Apresentação do território	19
Histórico de Seberi	19
Seberi no Mapa do Turismo Brasileiro e o Médio Alto Uruguai	20
A região Águas e Pedras	22
Dados do Município	24
Governança Municipal do Turismo	25
Secretaria responsável	25
Conselho Municipal de Turismo e Fundo Municipal de Turismo	25
Oferta Turística	26
Atrativos históricos e culturais	26
Atrativos naturais	32
Atrativos econômicos	33
Eventos	40
Rotas e Roteiros Turísticos	41
Infraestrutura	43
Acesso e transporte	43
Apoio ao Turista e Conveniências	45
Hospedagem	46
Gastronomia	48
Aspectos Impulsionadores e Limitadores	51
Marketing	57
Presença e informações disponíveis na Internet	57
Posicionamento, identidade e visão	58
Síntese – IPM Unisinos	61
Plano de Ações	63
Avaliação e Encaminhamentos	73
Monitoramento – Conclusão	75

Referências	77
Anexo I – Lista de Presença	79
Anexo II – Foto das atividades	82
Anexo III – Convite para a comunidade	84
Anexo IV – Avaliação de Turismo - IPM Unisinos	85

Mensagens do município

Os setores do Turismo e da Cultura têm papel fundamental na retomada econômica dos municípios e do Estado como um todo, sobretudo por movimentar a economia criativa e pela capacidade de gerar emprego e renda em seus mais variados segmentos. A continuação das políticas públicas para o turismo e a cultura, assim como o fortalecimento das secretarias e órgãos públicos ligados a esses setores são de suma importância, pois permitem dar sequência aos projetos, fomentar as atividades e, dessa forma, incentivar e valorizar toda a cadeia produtiva. Acreditamos que a organização, através da elaboração do Plano Municipal de Turismo, seja caminho para o desenvolvimento estratégico da cadeia produtiva do Turismo e da Cultura em nosso município.

Com o Plano Municipal de Turismo poderemos definir as ações para o turismo local, através de metas a curto, médio e longo prazos, além de fomentar o desenvolvimento da atividade turística, de modo a superar as expectativas dos visitantes e beneficiar a economia, a cultura e a sociedade como um todo.

Adilson Adam Balestrin
Prefeito de Seberi

Mensagem do Sebrae-RS e do Sicredi

O turismo tem se demonstrado um setor da economia com grande potencial de desenvolvimento, tendo em vista a relevante quantidade de recursos naturais, culturais e histórico que a região do Médio Alto Uruguai/RS possui. Atualmente, turistas buscam vivenciar experiências diferenciadas, diversificadas e intensas, características marcantes que são encontradas em nossa região.

A “indústria” do turismo é completa quando falamos em sustentabilidade, pois contribui com o desenvolvimento econômico pela receita agregada, impacta no social pela geração de postos de trabalho, além da valorização da cultura e promoção do desenvolvimento humano; assim como contribui com o desenvolvimento do pilar ambiental, por aliar renda e preservação, um exemplo disso é o ecoturismo, que só existe com a preservação do meio ambiente.

E para que pessoas dos quatro cantos do planeta possam encontrar, na região, o seu destino turístico, os municípios têm se unido em prol da evolução deste setor. O primeiro passo já foi dado. A ideia foi lançada pela então Sicredi Alto Uruguai RS/SC/MG, que neste período evoluiu sua denominação para Sicredi Conexão, em conjunto com a Sicredi Região da Produção RS/SC/MG e Sebrae/RS, proporcionando que toda a comunidade tenha disponível uma análise minuciosa do turismo, com as edições do Radar Turístico Regional e o livro “Águas e Pedras — Posicionamento e estratégias turísticas para o desenvolvimento regional” e, conseqüentemente, o Plano Municipal de Turismo.

Através deste trabalho foi possível entender melhor a região e então estruturar um projeto estratégico, os Planos Municipais de Turismo. Os materiais são o desdobramento deste projeto nos municípios e eles vão dar um suporte para que cada município tenha um plano para desenvolver o turismo que irá priorizar ações e visando o trabalho em conjunto com a iniciativa privada, para prospecção e captação de recursos para projetos, entre tantas outras ações.

Entretanto, este trabalho criado por centenas de voluntários dedicados, deve permanecer sendo construído de modo contínuo e cocriado em conjunto com a comunidade, a fim de orientar o planejamento de iniciativas de turismo nos municípios, sempre em alinhamento com o posicionamento regional. Este é um conteúdo que irá ultrapassar gerações e irá conectar os eixos norteadores a projetos estratégicos visando a consolidar a identidade municipal e

regional, potencializando as nossas atrações e agregando ainda mais valor à cadeia econômica e social que o turismo oferece.

SEBRAE RS

SICREDI CONEXÃO

SICREDI REGIÃO DA PRODUÇÃO RS/SC/MG

Apresentação e Metodologia

O objetivo do presente estudo é construir o Plano Municipal de Desenvolvimento do Turismo de Seberi, no Rio Grande do Sul, focando em ações a serem desenvolvidas nos próximos anos.

Quando um determinado destino decide priorizar seus investimentos no desenvolvimento turístico, seu objetivo principal é o estímulo ao desenvolvimento econômico e social da comunidade. Este processo só será efetivo se for planejado e orientado para ações coordenadas a longo, médio e curto prazos – pois, dessa maneira, teremos consolidadas as bases estratégicas que guiarão de forma harmônica e coesa o processo futuro de implementação das ações.

A metodologia que se apresenta privilegia o planejamento participativo e integrado, viabilizado por meio de diversos encontros presenciais. Os trabalhos foram coordenados pela consultora e mestre em Turismo, Ivane Fávero. No âmbito do município, a mobilização dos grupos, bem como o fornecimento de informações relevantes para o trabalho, ficou a cargo da Secretaria/Departamento de Turismo.

Durante o trabalho de consultoria, foi realizada a construção da análise de pontos fortes, fracos, ameaças e oportunidades (SWOT) do município; houve a construção do Plano de Ações; da Identidade e Posicionamento Turístico do Município; e, por fim, a Priorização das Ações, além da conclusão e encaminhamentos, o que está sendo apresentado e avaliado neste documento.

Norteiam este estudo os **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), propostos em 2015** pela Organização das Nações Unidas (ONU). Os 193 países membros assinaram a Agenda 2030, um plano global composto por 17 **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável** e 169 metas para que esses países alcancem o desenvolvimento sustentável - aquele que consegue atender às necessidades da geração atual sem comprometer a existência das gerações futuras – em todos os âmbitos até 2030. Os ODS elencados pela ONU são:

1. Acabar com a pobreza em todas as suas formas, em todos os lugares;
2. Acabar com a fome, alcançar a segurança alimentar e melhoria da nutrição e promover a agricultura sustentável;
3. Assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todos, em todas as idades;
4. Assegurar a educação inclusiva e equitativa de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos;

5. Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas;
6. Assegurar a disponibilidade e gestão sustentável da água e saneamento para todos;
7. Assegurar o acesso confiável, sustentável, moderno e a preço acessível à energia, para todos;
8. Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo, e trabalho decente para todos;
9. Construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação;
10. Reduzir a desigualdade dentro dos países e entre eles;
11. Tornar as cidades e os assentamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis;
12. Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis;
13. Tomar medidas urgentes para combater a mudança do clima e seus impactos;
14. Conservar e usar sustentavelmente os oceanos, os mares e os recursos marinhos para o desenvolvimento sustentável;
15. Proteger, recuperar e promover o uso sustentável dos ecossistemas terrestres, gerir de forma sustentável as florestas, combater a desertificação, deter e reverter a degradação da terra, e deter a perda de biodiversidade;
16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, proporcionar o acesso à justiça para todos e construir instituições eficazes, responsáveis e inclusivas em todos os níveis;
17. Fortalecer os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável.

Os 17 Objetivos são integrados e indivisíveis, e mesclam, de forma equilibrada, as três dimensões do desenvolvimento sustentável: a econômica, a social e a ambiental. São como uma lista de tarefas a serem cumpridas pelos governos, a sociedade civil, o setor privado e todos cidadãos na jornada coletiva para um 2030 sustentável. Nos próximos anos de implementação da Agenda 2030, os ODS e suas metas irão estimular e apoiar ações em áreas de importância crucial para a humanidade: Pessoas, Planeta, Prosperidade, Paz e Parcerias.

Figura 1: Os 5 P's da Sustentabilidade



Fonte: ONU

Este documento utilizou-se, também, da metodologia do Radar Turístico, desenvolvida conjuntamente entre o Instituto de Pesquisa de Mercado (IPM) da Unisinos e o Sebrae-RS. A pesquisa foi coordenada pelo professor, Marcelo Jacques Fonseca, e pelo professor, Guilherme Trez, e cedida para a construção deste plano.

O radar foi elaborado dentro do projeto de Desenvolvimento do Turismo Regional, uma parceria entre Sicredi Conexão e Sebrae-RS, com o objetivo de identificar as oportunidades e os desafios do turismo regional do Alto Uruguai, região turística Águas e Pedras, contribuindo assim para o seu desenvolvimento.

A ferramenta tem o objetivo de, a partir da combinação de diferentes abordagens de pesquisa, analisar o atual posicionamento turístico e identificar oportunidades para o respectivo desenvolvimento desse setor no município. Mais especificamente, a metodologia do radar envolve (a) *desk research* / pesquisa documental, (b) entrevistas qualitativas com representantes do poder público e da iniciativa privada, e (c) observações *in loco* nos atrativos e nos serviços de infraestrutura relacionados ao turismo no município.

Ao todo, são analisadas 8 categorias (divididas entre atrativos e infraestrutura), conforme demonstra a figura a seguir:

Figura 2: Radar Turístico e as 8 categorias avaliadas



Fonte: IPM Unisinos

A figura do radar é uma representação gráfica criada para melhor ilustrar o desempenho de cada cidade, bem como para facilitar comparações e complementaridades entre as cidades de uma determinada região. As evidências coletadas durante a pesquisa e posterior análise são avaliadas a partir de uma escala de zero (não tem) a cinco (excelente). Cada uma dessas categorias tem seu desempenho caracterizado e justificado, o que permite, ao final, a síntese das oportunidades e dos principais desafios para o desenvolvimento turístico de cada município.

Análise Macroambiental – Turismo

O turismo antes da Covid- 19

O estudo *Benchmarking* (da *World Travel & Tourism Council – WTTC*, em parceria com a *American Express*, e divulgado na revista *Panrotas* em 2019), apresentou dados importantes para entender a importância do crescimento do turismo antes da pandemia da Covid-19. A contribuição direta do setor turístico ao PIB global atingiu US\$ 2,8 trilhões em 2018. Incluindo os impactos indiretos e induzidos, o turismo gerou US\$ 8,8 trilhões em PIB globalmente (10,4%), excedendo o dos setores agrícola, bancário, automotivo e de mineração.

O levantamento, que abrangeu 26 países e 10 regiões do mundo, apontou o Turismo como o setor de mais rápido crescimento no mundo em 2018, expandindo 3,9%, à frente da manufatura automotiva (3,7%) e da saúde (3,3%), e a uma taxa superior à da economia global pelo oitavo ano consecutivo. Foram considerados impactos econômicos que viagens e turismo tiveram em 2018 em oito indústrias: agricultura, mineração, saúde, automotiva, varejo, serviços financeiros, bancos e construção.

Em 2018, o setor de turismo foi responsável por 292 milhões de empregos, o equivalente a 1 em cada 10 na economia global (Plano Nacional de Turismo, MTur, 2018). De acordo com o documento do Governo Federal, o turismo impacta a economia em três modos distintos:

- **Direto:** por meio da utilização de meios de hospedagem (resorts, hotéis, pousadas, casas de temporadas, campings), transporte (terrestre, marítimo, aéreo), entretenimento e atrações;
- **Indireto:** com investimentos públicos e privados em projetos para a construção de novas estruturas turísticas e manutenção das já existentes, gerando maior demanda aos fornecedores que alimentam toda a cadeia produtiva;
- **Induzido:** por meio do consumo de alimentos e bebidas, roupas, habitação, bens duráveis e recreação.

O sistema turístico é transversal e formado por diferentes empresas que produzem bens e serviços importantes para a economia, proporcionando, desde que planejado e visando a

sustentabilidade, bem-estar tanto para os visitantes como para os residentes de uma determinada destinação.

Como produto, o turismo depende da ação de diversos agentes para chegar até o seu consumidor final. Constituem o Sistema Turístico (Beni, 1990):

- Produtores: turistas, transportadoras, agentes receptivos (hotéis, albergues, campings), fornecedores de serviços locais;
- Distribuidores: operadoras e agências de viagens;
- Facilitadores: fornecedores de financiamentos;
- Consumidores: passageiros/turistas.

Com relação ao comportamento do consumidor e as novas organizações e formas de venda, o turismo foi, nos últimos anos, fortemente influenciado pelo surgimento de novos formatos de negócios. Da agência de viagens convencional, com atendimento de balcão, o mercado migrou para os *startups* do segmento de *e-commerce* de viagens. Há, assim, uma mudança de comportamento e processos, passando da intermediação para a desintermediação, quando o consumidor acessa diretamente a empresa e realiza a reserva e compra.

O surgimento das redes sociais influenciou muito o setor, onde os destinos turísticos, seus atrativos e empresas, passaram a ser divulgados pelos usuários, instantaneamente, para o mundo todo. A importância dos dados deixados on-line pelos consumidores é outro ponto fundamental para customizar serviços e aproveitar oportunidades.

Em 2019, o turismo gerou 16,9 milhões de empregos, ou 7,9% da força de trabalho total na América Latina. Além disso, contribuiu com US\$ 298,9 bilhões para o PIB da região, o que representou 8,1% da economia latino-americana, um crescimento de 1,6% em relação a 2018. Segundo dados da Revista Panrotas (2020), as despesas de visitantes internacionais totalizaram US\$ 47,4 bilhões, ou seja, 6,7% do total das exportações da América Latina.

A pandemia e a crise no turismo

O impacto da pandemia da Covid-19 no turismo é inegável. **O registro é de um bilhão de chegadas internacionais a menos em 2020, uma queda de 74% em relação a 2019**, devido a uma perda de demanda sem precedentes e restrições de viagens na maioria dos países. De acordo com a OMT, **o colapso representou uma perda estimada de US\$ 1,3 trilhão em receita**

com exportações, um rombo 11 vezes maior do que o registrado em 2009 no mesmo índice. **A crise colocou de 100 a 120 milhões de empregos diretos no turismo em risco**, a maioria deles em empreendimentos de pequeno e médio portes (Panrotas, 2020).

No geral, o turismo brasileiro perdeu R\$ 55,6 bilhões em faturamento e 110 mil postos de trabalho em 2020, em comparação ao ano anterior. A retração mais expressiva aconteceu na aviação civil que, sozinha, já perdeu R\$ 2,5 bilhões em meio à pandemia (Estadão Viagem, 2021).

No Brasil, as atividades turísticas somaram um prejuízo de R\$ 453 bilhões desde março de 2020 até outubro de 2021, segundo dados da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC).

Tendências pós-pandemia

A pandemia mudou os hábitos de viagens do consumidor, desde a maneira de fazer reserva até a procura por destinos e hospedagens. A empresa de pesquisa de mercado global *Euromonitor International* apresenta em seu relatório “10 Principais Tendências Globais de Consumo 2022” apontamentos que devem motivar o comportamento dos consumidores e desafiar estratégias de negócios neste ano.

As tendências de Consumo 2022 (Euromonitor)	
1 – SEMPRE COM UM PLANO B	
	Os consumidores encontram soluções criativas para comprar seus produtos desejados ou pesquisar as próximas melhores opções diante da grande escassez causada por interrupções das cadeias de abastecimento.
2 – AGENTES DO CLIMA	
	A eco ansiedade e a emergência climática promovem o ativismo ambiental para uma economia “net zero”. Em 2021, 35% dos consumidores no mundo reduziram ativamente suas emissões de carbono.
3 – IDOSOS DIGITAIS	
	Os consumidores mais velhos se tornam usuários mais aptos da tecnologia. Soluções virtuais devem ser personalizadas segundo as necessidades desse público on-line mais amplo.
4 – AFICIONADOS FINANCEIROS	
	A gestão democratizada do dinheiro possibilita que os consumidores ampliem seus conhecimentos e segurança em matéria financeira. Mais da metade dos consumidores no mundo acredita que estará melhor financeiramente nos próximos cinco anos.
5 – A GRANDE RENOVAÇÃO DA VIDA	
	Os consumidores se concentram em desenvolvimento pessoal e bem-estar, e estão fazendo drásticas mudanças de vida que refletem seus valores, paixões e propósitos.
6 – O MOVIMENTO METAVERSO	
	Ecosistemas digitais imersivos e tridimensionais começam a transformar as conexões sociais. As vendas globais de headsets de realidade aumentada e realidade virtual cresceram 56% de 2017 a 2021, atingindo a cifra de US\$ 2,6 bilhões no último ano.

7 – ANTIGOS PRODUTOS, NOVOS DONOS
Mercados de compras peer-to-peer e de segunda mão crescem à medida que os consumidores buscam itens únicos, acessíveis e sustentáveis.
8 – URBANOS RURAIS
Os consumidores estão se mudando para áreas mais seguras, limpas e verdes. Os moradores da cidade também querem que esses benefícios sejam trazidos para seus bairros.
9 – EM BUSCA DO AMOR-PRÓPRIO
Autenticidade, aceitação e inclusão são as prioridades de escolhas de estilo de vida e hábitos de gastos à medida que os consumidores adotam sua verdadeira essência.
10 – O PARADOXO DA SOCIALIZAÇÃO
Níveis de conforto variáveis criam um retorno conflituoso para a vida pré-pandemia. Em 2021, 76% dos consumidores do mundo adotaram precauções de saúde e segurança ao saírem de casa.

A consultoria *Phocuswright*, durante o LatAm/Talk 2021, também abordou oito tendências do turismo pós-vacinação (Panrotas, 2022).

1. MUDANÇA NA ESCOLHA DE DESTINOS

Destinos lotados e aglomerados, palcos de overtourism no passado, estão sendo evitados de maneira geral pelos consumidores de viagens. Em vez disso, está havendo uma preferência por locais a céu aberto e contato com a natureza. Cidades litorâneas ganham ainda mais relevância neste contexto. A procura por praia/oceano lidera nas tendências apontadas pela *Phocuswright*.

2. FLEXIBILIDADE É MAIS IMPORTANTE DO QUE NUNCA

Companhias aéreas, hotéis, operadoras e agências têm de se preocupar cada vez mais em oferecer flexibilidade de compra para os clientes. O consumidor dará preferência a compras que não tenham o estresse de perder dinheiro em virtude de imprevistos. Cancelamento flexível, remarcação e reembolsos estão muito mais importantes hoje do que no pré-pandemia.

3. NÔMADES DIGITAIS

Nômades digitais, que podem estar em qualquer lugar, trabalhando, curtindo, morando, continuam cada vez mais impactantes na indústria. A pandemia ampliou o perfil dos nômades

digitais, que agora têm faixa etária mais ampla e trabalham em tempo integral, têm alto nível educacional, ganham bem, podem ser sêniores, casados e com filhos os acompanhando.

4. MENOS INTERAÇÃO FÍSICA

Quanto mais ferramentas sem toque físico as empresas e fornecedores apresentarem a seus clientes, melhor. Pagamento, abertura de quarto, autenticação, assinatura... O viajante se acostumou a ter uma experiência mais digital e sem toques, e continuará demandando isso. Máscaras, distanciamento, álcool gel e outros protocolos são bem-vindos, mas governos e empresas precisam tomar cuidado, pois há algumas resistências a formulários médicos e aplicativos que requerem informações sensíveis.

5. SUSTENTABILIDADE

Pensar no impacto ambiental é essencial para as empresas conquistarem os clientes. Medidas que se comprovem realmente efetivas para a proteção do meio ambiente e de um positivo impacto na comunidade são cada vez mais requeridas pelos viajantes.

6. VIAGENS MULTIGERACIONAIS

Na América Latina, esta é uma tendência ainda mais relevante em comparação com o resto do mundo. O latino é culturalmente apegado às pessoas amadas e tem o hábito de estar com elas para construir experiências memoráveis de férias.

7. VIAGENS MULTIPROPOSITAIS

Empresas, hotéis e destinos têm de se adaptar e serem mais flexíveis para alcançar um cliente que viaja a trabalho, a lazer, para se aventurar, sair à noite e curtir a família, tudo em uma só viagem. Os roteiros são cada vez mais cheios de propósitos e a linha entre corporativo e lazer se torna ainda mais tênue.

8. MULTICANALIDADE

Quase 100% dos viajantes fazem pelo menos uma ação on-line em suas viagens, seja com reservas, pesquisas, seja um post nas redes sociais ou a procura pelo mapa. As empresas precisam se comunicar em todos os canais de maneira fluida.

Outros estudos e análises recentes do setor também acreditam que as mudanças de vida geradas pela pandemia criaram maior consciência sobre turismo sustentável e mais responsabilidade por parte dos viajantes. A ausência das viagens por tanto tempo também sinaliza a volta dos projetos adiados e o maior envolvimento com os destinos, questionando mais posturas e linhas de conduta de hotéis e prestadores, com foco na gastronomia local e, sobretudo, na manutenção de seu bem-estar (Estadão Viagem, 2022).

Seja pelo trabalho remoto ou por sistemas híbridos de ensino, as estadias devem ser mais longas, hóspedes passando mais tempo nas acomodações, consumindo mais produtos e serviços na hospedagem escolhida e, conseqüentemente, novas modificações estruturais em hotéis que ainda não se adaptaram e esse novo perfil de viajante (Estadão Viagem, 2022). As hospedagens hoje estão acontecendo por períodos mais longos, com mais serviços agregados, contribuindo para a subida dos gastos gerais com férias e escapadas (Uol, 2022).

Turismo doméstico

As limitações das viagens internacionais e a desvalorização da moeda brasileira favoreceram um movimento intenso do turismo doméstico no Brasil, o que, sem dúvida, ajudou a consolidar diferentes destinos no imaginário de um grande número de brasileiros. Além disso, as redes sociais, especialmente o Instagram, ajudaram na criação de desejos de viagens nacionais nos últimos tempos (Uol, 2022). A pandemia reforçou a constatação de que o desenvolvimento do turismo se dá em espiral, indo do local, ao regional, estadual, até o nacional.

Apresentação do território

Histórico de Seberi

A origem de Seberi está ligada à chegada dos descendentes de imigrantes portugueses, italianos e alemães ao seu território. Inicialmente, a área correspondente ao município era ocupada por índios Caingangues. Mais tarde, luso-brasileiros, vindos de São Paulo, ocuparam o local e plantaram as primeiras roças nos campos. A ocupação dos luso-brasileiros perdeu força quando passou a ser necessário abrir clareiras e picadas na *mata densa*.

Os descendentes de imigrantes italianos e alemães, vindos das antigas colônias do Rio Grande do Sul, também buscavam novas terras para morar e praticar a agricultura. Ao mesmo tempo, o governo do Estado oferecia lotes a interessados em adquirir essas terras, no intuito de ocupar as áreas de mata nativa, até então inabitadas. As “antigas colônias” foram as primeiras áreas destinadas a imigrantes estrangeiros que chegaram ao Rio Grande do Sul para colonizar regiões como Taquara, São Leopoldo, Caxias, Guaporé e Antônio Prado.

Os colonos sofreram impacto direto dos conflitos políticos e bélicos (Revolução Federalista e Revolução de 23) que ocorreram no Estado. A mata fechada da região do Médio Alto Uruguai servia de abrigo para combatentes e fugitivos políticos, mas também havia saqueadores e ladrões que escondiam-se na mata e atacavam pequenas propriedades locais para conseguir seus suprimentos. Quando havia a necessidade de se deslocar a fim de vender sua produção ou comprar produtos, os colonos eram atacados e suas mercadorias tomadas à força, caso não fossem cedidas. Deste modo, a insegurança acabava inibindo qualquer iniciativa empreendedora dos colonos na área da floresta.

Uma das primeiras denominações de Seberi foi Boca da Picada, pois quem vinha de Palmeira das Missões em direção a Barril, hoje Frederico Westphalen, ou para o povoado de Água do Mel, atualmente Iraí, tinha que passar pelas picadas abertas em meio à mata nativa. Em 1918, o nome foi substituído por Fortaleza (em função do rio) quando criado oficialmente como distrito, subordinado ao então município de Palmeira, hoje Palmeira das Missões. Anos mais tarde, em 1944, o distrito de Fortaleza passou a chamar-se Seberi, que era o antigo nome do Rio Guarita ou “rio das pedras preciosas” em tupi-guarani.

Em 1959, Seberi foi elevado à categoria de município, dois anos após iniciar o movimento pró-emancipação, desmembrando-se de Palmeira das Missões. Em divisão

territorial datada de 2001, Seberi era constituído de 3 distritos: Seberi, Barrinha e Lajeado Bonito, assim permanecendo em divisão territorial datada de 2007, a mais atual de acordo com o IBGE.

Seberi no Mapa do Turismo Brasileiro e o Médio Alto Uruguai

O **Mapa do Turismo Brasileiro**, elaborado no âmbito do Programa Nacional de Regionalização do Turismo¹, do Ministério do Turismo, classifica Seberi na região turística denominada **Rota Águas e Pedras**, junto de outros 17 municípios. 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.**

O mapa categoriza os municípios que compõem estas regiões de acordo com o fluxo turístico. As categorias vão de “A” a “E”, sendo que **“A” representa as capitais e os municípios com maior fluxo turístico**, maior número de estabelecimentos, empregos e arrecadação de impostos federais no setor de hospedagem, enquanto **“E” representa os municípios que zeraram as cinco variáveis:** quantidade de empregos e estabelecimentos formais em hospedagem, estimativa de turistas internacionais e domésticos e arrecadação nos estabelecimentos de hospedagem. **Seberi** está classificado na **categoria D** do Mapa. No **Cadastur**², cadastro dos prestadores de serviços turísticos do Ministério do Turismo, atualmente existe 1 guia de turismo cadastrado em Seberi; 1 meio de hospedagem; 2 organizadoras de eventos; 1 prestador especializado em segmentos turísticos; 4 restaurantes, cafeteria, bares e similares e 5 transportadoras turísticas. **No total, são 14 prestadores de serviços turísticos registrados no Cadastur.**

O **Médio Alto Uruguai** é outra regionalização importante da qual Seberi faz parte, ao lado de outros 21 municípios: Alpestre, Ametista do Sul, Caiçara, Cristal do Sul, Dois Irmãos das Missões, Erval Seco, Frederico Westphalen, Gramado dos Loureiros, Iraí, Nonoai, Novo Tiradentes, Palmitinho, Pinhal, Pinheirinho do Vale, Planalto, Rio dos Índios, Rodeio Bonito,

¹ O Programa de Regionalização do Turismo classifica os municípios brasileiros em regiões turísticas. Os municípios se articulam para desenvolver o turismo de forma conjunta. A lógica do Programa pressupõe que trabalhar o turismo de forma integrada, regionalizada e cooperada é mais vantajoso para a região.

² <https://cadastur.turismo.gov.br/>

Taquaruçu do Sul, Trindade do Sul, Vicente Dutra e Vista Alegre. O principal **centro urbano** do **Médio Alto Uruguai** é Frederico Westphalen, com uma população de 31.675 habitantes. Em segundo plano aparecem Nonoai, Planalto e Seberi, com populações entre 10 e 15 mil habitantes. O restante dos municípios do Médio Alto Uruguai é de **pequeno porte**, com populações **abaixo de 10 mil habitantes**.

O perfil econômico do Médio Alto Uruguai **possui características rurais**, com participação da **agropecuária na economia superior à média estadual**, assim como **o maior contingente da população reside na área rural**. A agropecuária é diversificada, exercida predominantemente nas pequenas propriedades. A indústria tem pouca participação na economia regional, restringindo-se ao beneficiamento de produtos primários. A região também possui grandes áreas de **terras indígenas** e de **unidades de conservação ambiental**.³

O **turismo** se configura como uma **atividade econômica** em potencial a ser desenvolvida regionalmente, porém, o desenvolvimento de atividades turísticas demanda boa acessibilidade. Atualmente, o acesso entre os municípios do Médio Alto Uruguai é dificultado em função das **condições viárias**. O acesso asfáltico de boa qualidade não é uma realidade entre vários municípios. Além disso, a região apresenta **grandes distâncias** da capital e dos principais centros consumidores do Estado do Rio Grande do Sul.⁴

³ Fonte: Perfil Socioeconômico COREDE Médio Alto Uruguai (2015) Disponível em: <https://planejamento.rs.gov.br/upload/arquivos/201512/15134133-20151117102639perfis-regionais-2015-medio-alto-uruguai.pdf>

⁴ Idem 2

A região Águas e Pedras

Ao analisar o turismo na Região Noroeste do Rio Grande do Sul, o Instituto de Pesquisa de Mercado (IPM) da Unisinos e o Sebrae-RS apresentaram um projeto estratégico para o desenvolvimento da região. A partir das pesquisas de campo e dos workshops desenvolvidos com a comunidade local, foram estruturados quatro eixos norteadores que representam e caracterizam a diversidade da região.

Estes eixos são conceituais e funcionam como camadas que, sobrepostas, estruturam e sustentam o novo posicionamento da Região Águas e Pedras. Para atender às diferentes nuances de possibilidades contidas nestes conceitos, cada um destes eixos se desdobra em quatro dimensões que ajudam a moldar e reforçar seu significado.

Figura 3: “Águas e Pedras - Terra de boas energias” e os eixos conceituais



Fonte: Águas & Pedras: posicionamento e estratégias turísticas para o desenvolvimento regional

A região Águas e Pedras se estabelecerá e será comunicada como a “terra de boas energias”. Este posicionamento está fortemente articulado com os elementos identitários que compõem e caracterizam a região, tendo a missão de conquistar um lugar especial na mente dos seus visitantes.

Para cada eixo norteador, foram trabalhadas dimensões e os pilares das ações que sustentarão o novo posicionamento. Seberi possui condições de desenvolver o turismo nos quatro eixos apontados.

- EIXO NATURAL

Dimensões: Águas, Aventura, Rural e Contemplação;

- EIXO BEM-ESTAR

Dimensões: Termas, Terapias, Produtos e Experiências;

- EIXO ESPIRITUAL

Dimensões: Holística, Mística, Religiosa e Celebrações;

- EIXO SLOW LIFESTYLE

Dimensões: Slow tourism, Slow food, Slow living e Slow mobility.

Dados do Município

DADOS DEMOGRÁFICOS

População estimada de 10.678 habitantes (IBGE- 2021)

Orçamento do Município para 2022: R\$ 44.290.000,00

PIB per capita: R\$ 35.655,50 (2019) (Site IBGE)

IDMH: 0,723 (2010)

Pelo Censo de 2010 conta, ao todo, com 3.686 domicílios. Destes, 1.900 compõem o núcleo urbano.

Gentílico: Seberense

ÁREA DO MUNICÍPIO

Área do município: 301,420 KM²;

Acessos: BR-386

Bairros: Centro, Aparecida, Boca da Picada, São José, São Luiz, Santo Antônio e Independente.

Distância da Capital (POA): 415 Km

LOCALIZAÇÃO E CARACTERÍSTICAS FÍSICAS

Unidade federativa: Rio Grande do Sul – RS

Mesorregião: Noroeste Rio-grandense

Microrregião: Frederico Westphalen

Latitude: 27° 28' 26" Sul

Longitude: 53° 24' 20" Oeste

Altitude: 526 m

Clima: Temperado

“Seberi, fortaleza do Alto Uruguai”

Governança Municipal do Turismo

Secretaria responsável

O Departamento de Turismo, vinculado à Secretaria Municipal de Desenvolvimento, é o órgão responsável pela agenda turística de Seberi. Não há orçamento próprio para o turismo. Além da secretária municipal, há uma funcionária responsável pelo Departamento.

Conselho Municipal de Turismo e Fundo Municipal de Turismo

Há Conselho Municipal de Turismo em Seberi implantado pela Lei Municipal nº 1.946, de 12 de dezembro de 2001. No entanto, o Conselho ainda não realiza reuniões regulares, sendo consultado somente para a aprovação de investimentos - a última reunião foi realizada em 31 de janeiro de 2022. Também não há associações ou outras organizações criadas em prol do desenvolvimento do turismo municipal.

O Comturis é composto de sete membros titulares e respectivos suplentes, designados pelo prefeito, com renovação bienal.

- 03 (três) representantes do município:
 - a) Secretaria Municipal da Agricultura, Indústria e Comércio;
 - b) Secretaria Municipal de Obras;
 - c) Departamento Cultural e Desportivo.
- 01 (um) representante do Poder Legislativo Municipal.
- 03 (três) representantes da comunidade:
 - a) Associação Comercial e Industrial;
 - b) Empreendedores relacionados a atividades turísticas urbanas;
 - c) Empreendedores relacionados a atividades turísticas rurais.

O município possui Fundo Municipal do Turismo (FUNDETURIS), vinculado à Secretaria de Desenvolvimento. O Fundo está ativo, com vínculo sob nº 13040000 e orçamento de R\$ 68.411,35.

Oferta Turística

Na retomada do turismo, há que se reforçar a oferta turística de forma integrada. Mais do que falar de empresas ou atrativos, é necessário falar da identidade e da segurança do destino e da qualidade das experiências que o visitante poderá vivenciar. Por parte do setor privado, é fundamental criar estratégias que envolvam hospedagem, atrativos, refeições e guiamento turístico, criando experiências distintas e únicas.

Com relação aos eventos, o município possui calendário oficial. Para estabelecer um diferencial para o destino, é importante evidenciar os pontos relativos à produção associada no município, já que muitos poderão vir em busca destes produtos, comprando-os diretamente do produtor.

É necessário que tanto o poder público como os estabelecimentos privados atualizem constantemente os horários, recomendações e qualquer informação relevante a um potencial visitante. A comunicação de tudo que envolve o turismo do município deve ser realizada de forma conjunta e clara.

Atrativos históricos e culturais

Os atrativos históricos e culturais de Seberi concentram-se na região central, sendo os principais a **Praça Nossa Senhora da Paz, concha acústica e rua coberta, onde acontecem feiras, shows e desfiles**. De acordo com a equipe da prefeitura, está sendo revitalizado um casarão antigo onde funcionará a **Casa da Cultura**, abrigando a biblioteca e o museu municipal em um amplo espaço externo e arborizado.

A **Praça Nossa Senhora da Paz** é ampla e conta com área recreativa, de esporte, lazer e banheiros. A praça abriga uma **concha acústica**, que pode receber público também numa área coberta sobre a rua em frente (Avenida Flores da Cunha). No local, são realizados os principais eventos e shows da cidade. A infraestrutura da praça e da concha acústica conta com recursos de **acessibilidade**, como rampas e piso tátil.

Foto 1: Concha acústica



Fonte: Prefeitura

Foto 2: Rua coberta em Seberi



Fonte: Prefeitura

No ano de 1924, os primeiros moradores da antiga Vila Fortaleza, hoje Seberi, iniciaram a construção da primeira capela em madeira bruta. Na época, foi sugerida e aprovada pela comunidade como padroeira a Nossa Senhora da Paz (o período era marcado pelos conflitos decorrentes da Revolução de 1923). A **Paróquia Nossa Senhora da Paz** fica localizada na praça central e possui oratório público. A atual construção da igreja é datada de 1977, a qual substituiu a construção de 1924.

Foto 3: Praça da Paz



Fonte: Prefeitura

Foto 4: Igreja Matriz Nossa Senhora da Paz



Fonte: Prefeitura

Foto 5: Oratório da Igreja Matriz Nossa Senhora da Paz



Fonte: Prefeitura

O município, antes de sua emancipação, era um dos distritos de Palmeira das Missões, sendo mencionado na história local como uma das portas de entrada de colonos na Colônia Guarita. O local era chamado inicialmente de “Boca da Picada”, denominação logo substituída pelo topônimo "Fortaleza" e, finalmente, Seberi. Na chamada Praça “Boca da Picada” estão à disposição do público quadras esportivas, brinquedos infantis, banheiros e ampla área de lazer.

Foto 6: Praça Boca da Pica



Fonte: Prefeitura

De acordo com a prefeitura, está sendo revitalizado na cidade um antigo moinho, que abrigará a **Casa de Cultura** e será destinado à valorização, apreciação e consumo da história e da cultura local. A produção e a moagem de grãos são características importantes da história do município, que foi povoado por luso-brasileiros vindos de São Paulo para a exploração do solo por meio da produção de grãos. A atividade foi expandida em 1946 pelas famílias Gemelli e Zanchet, tendo como resultado a produção de grande quantidade de sacas de trigo e o legado de uma edificação em estilo colonial na área central do município. Este se apresenta, no entanto, como um atributo ainda não explorado turisticamente.

Foto 7: Interior do moinho das famílias Gemelli e Zanchet



Fonte: Prefeitura

Foto 8: Casa da Cultura



Fonte: Prefeitura

Atrativos naturais

As águas, a mata nativa e um relevo que permite a contemplação da natureza são os principais atrativos naturais de Seberi, embora ainda não sejam explorados turisticamente. O **Rio Fortaleza**, que demarca o limite do município com Erval Seco, tem relevância histórica para a região; “Fortaleza” foi um dos primeiros nomes de Seberi, quando criado como Distrito de Palmeira das Missões. Em 1944, o rio passou a chamar-se **Ogaratim**, entretanto, o rio é, até hoje, conhecido como Fortaleza, sendo que até mesmo alguns mapas hidrográficos do Rio Grande do Sul o identificam pela nomenclatura antiga, desconsiderando o nome Ogaratim.

As cascatas do Rio Fortaleza localizam-se no limite com o Município de Erval Seco, sendo atribuídas a este município, como é o caso da Cachoeira do Theófilo.

Foto 9: Cachoeira do Theófilo



Fonte: Prefeitura

Também foi possível identificar alguns lagos e espaços de mata nativa no entorno do perímetro urbano, porém esses locais já estão sendo explorados por meio de empreendimentos privados, que oferecem atividades como pesca, camping e hospedagem. É possível concluir que, embora o Rio Fortaleza apresente oportunidades de exploração turística, não há, no momento, qualquer tipo de exploração do atrativo neste sentido.

Como oportunidades, destacam-se as vistas para as paisagens naturais de Seberi e a consequente oportunidade de construção de mirantes para contemplação dessas paisagens. Algumas possibilidades, como a criação de infraestrutura de lazer e de serviços de apoio,

estrutura para a prática de esportes náuticos e aquáticos, realização de passeios de barco, áreas de camping e pesca, trilhas ecológicas no entorno do rio, restaurantes e equipamentos hoteleiros, entre outros, são caminhos possíveis para que estes atrativos naturais possam ser explorados com foco turístico.

Atrativos econômicos

A economia de Seberi tem como atividade representativa a agropecuária, com destaque para o cultivo do milho, do trigo, da soja e do fumo, além da bacia leiteira e do gado de corte. Mais recentemente, o município vem expandindo a exploração da suinocultura. Seberi abriga uma das unidades produtivas da JBS, considerada o maior complexo da empresa no que se refere a suínos e alimentos preparados. As atividades relacionadas à JBS geram algum fluxo turístico para o município, relacionado ao turismo de negócios. O município também conta com importante produção de erva-mate, sendo este usualmente associado como principal produto típico local.

É possível ter acesso à erva-mate nas ervateiras à beira da BR-386, as quais disponibilizam espaço de varejo. Três exemplos desses negócios são a Ervateira Província, Ervateira Realeza e a Ervateira Alto Uruguai. Os espaços contam com a venda de produtos relacionados ao chimarrão, além da erva-mate das próprias marcas. As ervateiras atraem pessoas de outras regiões que têm o objetivo de comprar produtos (erva-mate e acessórios) reconhecidamente de qualidade e por bons preços.

Foto 10: Ervateiras de Seberi





Fonte: Prefeitura

Outra produtora da erva-mate é a Ervateira Ghem, uma ervateira familiar de produção agroecológica que realiza o processo de fabricação nos moldes da cultura Guarani, feita em carijo (nome do processo de moagem e fabricação indígena artesanal do produto). Produz erva-mate tipo exportação, sendo a primeira no Estado do Rio Grande do Sul a possuir certificação da Secretaria Estadual de Saúde para produção de erva pelo sistema barbaquá. Além disso, é a única na região e uma das poucas do Estado que planta a própria erva. Devido a esses diferenciais, a Ervateira Ghem recebe turistas, sobretudo dos Estados Unidos e Europa, para vivenciar a plantação, a colheita e a produção da erva e se hospedar na casa da família, porém o atrativo não tem divulgação e infraestrutura profissional de hospedagem. A ervateira é a única a explorar turisticamente o seu processo produtivo. As demais ervateiras apresentam *potencial* para realizar visitas ao processo de produção, realizado no mesmo local da comercialização dos produtos.

Foto 11: Ervateira Ghem



Fonte: Prefeitura

O turismo de lazer é desenvolvido junto a duas propriedades identificadas durante a pesquisa. O Vale das Águas, localizado na Linha Santo Antônio, a cerca de 8 quilômetros do Centro, é um empreendimento privado, sendo um espaço de lazer para passar o dia (mediante o pagamento de ingressos ou diárias, com valor em torno de R\$ 10 por pessoa), acampar (R\$ 25 por pessoa) ou hospedar-se (R\$ 70 por pessoa) que funciona somente durante a temporada de verão. Para passar o dia, não há necessidade de agendamento prévio, porém é possível fazer reservas de quiosques ou de churrasqueiras. Estão à disposição do visitante atividades como pesque e pague, pesca esportiva, piscinas e prática de esportes nas quadras.

O Vale das Águas também conta com cinco pequenas casas de alvenaria com cozinha, quarto e área de churrasqueira, que acomodam de 2 a 4 pessoas, e são alugadas diretamente com o proprietário. Não há serviço de alimentação incluído, sendo que o visitante é responsável por levar sua comida e roupa de cama, bem como tirar seu lixo e manter o local limpo. É possível combinar com o proprietário a oferta de refeições, não havendo número mínimo de pessoas.

Foto 12: Vale das Águas



Fonte: IPM Unisinos

Na linha Pessegueiro, o Camping e Pesqueiro Lambari, situado a 15 quilômetros do Centro de Seberi, oferece atividades para passar o dia, além de espaço para eventos. Antes da pandemia, costumava realizar bailes, recebendo público de toda a região. Não há necessidade de agendamento prévio, nem número mínimo de pessoas para usufruir do local. A opção de passar o dia tem o valor de R\$ 5, sendo possível realizar atividades como pesque e pague e pesca esportiva, aproveitar as piscinas e o tobogã, jogar jogos tradicionais (como bocha 48) e utilizar as churrasqueiras. O uso da piscina tem um valor extra de R\$ 15. O Camping e Pesqueiro Lambari também conta com uma área para festas, atualmente em ampliação, e cinco cabanas simples para locação, que acomodam até duas pessoas, sem serviços de alimentação, limpeza e roupas de cama. O pernoite tem valor de R\$ 120 por cabana e, para acampar, o valor é de R\$ 15 por pessoa.

Foto 13: Pesqueiro Lambari



Fonte: Prefeitura

Ambos os locais são frequentados por moradores de Seberi ou de municípios vizinhos que procuram um espaço para lazer, possuem potencial para se desenvolverem e ampliarem os serviços disponibilizados, mas carecem de melhorias nas suas ofertas para que haja condições de se tornarem, efetivamente, alternativas turísticas.

Conclui-se que as atividades econômicas desenvolvidas em Seberi geram algum fluxo turístico para o município, relacionado ao turismo de negócios. Foi identificado pelo menos um produto típico local marcante – a erva-mate –, sendo possível acessá-lo com facilidade em lojas e ter contato com o seu processo produtivo numa das ervateiras, porém ainda é pouco divulgado e o seu potencial é pouco reconhecido pelo poder público e pelos demais atores do município.

A Microcervejaria Rural Siberian Beer, construída na Linha Caracol, interior do município, produz diversos tipos de cervejas com lúpulo e malte selecionados. Em 2015, iniciou a fabricação caseira, voltada para amigos. O hobby, que até então era voltado apenas para confraternização, tornou-se a Cervejaria Rural Siberian Beer e conta, atualmente, com uma área de 14 mil metros quadrados com espaço fabril, plantação de lúpulos e ambiente ecológico de preservação.

Foto 14: Cervejaria Rural Siberian Beer



Fonte: Prefeitura

A agrofloresta do sítio da família Prado, localizada na Linha Noro, interior do município, teve início em 2019, quando a família começou as plantações com foco em frutas, como uva, pêssego, nectarina, morango, maçã e ameixa, e hortaliças. Em dois anos, o objetivo é expandir a produção e disponibilizar alimento de qualidade para mais pessoas.

Foto 15: Agrofloresta do sítio da família Prado



Fonte: Prefeitura

A Agroindústria Cheiro da Mata, localizada na Linha Tesoura, interior do município, oferece café colonial a grupos organizados e eventos. Produz pães,ucas, biscoitos, bolachas, massas, além de chás de ervas naturais. Também possui sala de *reiki*, massagens relaxantes e outras terapias.

Foto 16: Agroindústria Cheiro da Mata



Fonte: Prefeitura

A Cooperbio é uma cooperativa que foi fundada em 2005 por pequenos agricultores do município. O Centro Territorial de Cooperação abriga centro de capacitação, alojamento, refeitório, salas de aula, biblioteca, bem como unidades agroindústrias, áreas demonstrativas de produção e sistemas agroflorestais, hortaliças, produção animal orgânica e indústria de bioinsumos. Um dos principais focos da cooperativa é a organização da cadeia produtiva dos alimentos agroecológicos, desde os insumos até a mesa. Anualmente, a cooperativa realiza a Festa das Sementes Crioulas, evento que recebe participantes de todas as regiões do Estado e de outras unidades da federação e até de países vizinhos.

Foto 17: Cooperbio



Fonte: Prefeitura

O Centro de Equoterapia e Equitação, localizado na linha Bonita, interior do município, disponibiliza um método terapêutico que envolve o cavalo como instrumento transformador. Utiliza-se uma abordagem interdisciplinar envolvendo as áreas da saúde, da educação e da equitação e busca-se o desenvolvimento biopsicossocial de pessoas com deficiência ou com necessidades especiais. A equitação é uma atividade que trabalha o corpo todo e que equilibra a mente. Neste serviço, se disponibiliza uma abordagem da psicoterapia. Também estão disponíveis atividades recreativas para crianças e grupos organizados, como por exemplo “A Fazendinha”, que recebe grupos de crianças para realizar diversas atividades educativas, em contato com a natureza, trilhas, histórias, passeio a cavalo, brincadeiras ao ar livre e lanches saudáveis.

Eventos

No site da prefeitura não foram encontradas páginas destinadas a apresentar informações sobre o calendário de eventos de Seberi. Para obter informações, é necessário recorrer ao buscador no site da prefeitura e a portais de notícias da internet, mas, mesmo assim, as buscas não geram muitos resultados e as informações disponíveis são incompletas e difusas. De acordo com a equipe da prefeitura, o calendário de eventos anual foi definido e oficializado, mas é pouco divulgado.

Durante a pesquisa, a prefeitura indicou como principal evento do município a Colônia em Festa, organizada pelo poder público em parceria com a Emater e com o CTG. O evento é de cunho cultural, de entretenimento e de lazer, que ocorre anualmente no mês de junho, mês de aniversário da cidade, na praça Nossa Senhora da Paz. A última edição ocorreu em 2019, tendo sido paralisada em função da pandemia. A festa foi pensada para reunir todas as etnias da cidade, com desfiles temáticos de alas das comunidades, jantares e almoços das etnias e shows. Além disso, é comercializado artesanato e produtos locais do interior, e escolhida a rainha e soberanas da Colônia em Festa.

O município também conta ocasionalmente com eventos de cunho comercial, realizados pela Associação Comercial e Industrial de Seberi (ACISEB). A associação costumava realizar a ExpoSeb, uma feira multissetorial, e uma grande festa de Carnaval, que atraía visitantes de outras cidades. No entanto, a última edição do Carnaval ocorreu em 2010 e, após, perdeu força, devido à falta de recursos financeiros.

O principal evento de Seberi é a Colônia em Festa, que ocorre anualmente no mês de junho - tem relação com a cultura, história e economia local – a abrangência é local e regional. A disponibilização de informações sobre este e outros eventos é um ponto que deve ser melhorado.

Assim, recomenda-se a articulação dos atores e das organizações locais, públicas e privadas, para a divulgação do calendário de eventos anual e unificado, atentando-se, também, para a equilibrada distribuição ao longo do ano ou o agrupamento de eventos em determinadas datas. Também deverá ser feita a divulgação nos canais oficiais na internet, como o site da prefeitura, apresentando informações detalhadas, datas, programação e os locais onde ocorrem, além da ampla divulgação em outros meios de comunicação como as redes sociais.

Rotas e Roteiros Turísticos

Segundo o Mapa do Turismo Brasileiro, do Ministério do Turismo, o Município de Seberi faz parte da região turística denominada Rota Águas e Pedras. Esta é uma regionalização do órgão federal que tem como finalidade articular os municípios para o desenvolvimento integrado do turismo e destinar recursos federais. A região das Águas e Pedras tem como principais atributos as jazidas de pedras, as atividades de extração, beneficiamento e produção

de joias, o uso das pedras na arquitetura e para a fabricação de outros produtos e utensílios, bem como os rios, balneários, quedas d'água e hidrelétricas dos municípios integrantes.

Na esfera estadual, Seberi também aparece no site da Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo do Rio Grande do Sul (Sedetur), classificado como integrante da região Rota Águas e Pedras. Porém, ao buscar por rotas e roteiros turísticos envolvendo Seberi, o site não retorna nenhum resultado.

As principais rotas e roteiros turísticos já existentes e operacionalizados na região geográfica envolvem os municípios de Ametista do Sul, Iraí, Frederico Westphalen e Derrubadas. Este último não faz parte da região turística Rota Águas e Pedras do Ministério do Turismo e sim da região turística Rota do Yucumã. Derrubadas recebe destaque, pois possui um importante atrativo natural, o Salto Yucumã, a mais extensa queda d'água longitudinal do mundo, localizada no Parque Estadual do Turvo, na divisa com o Uruguai. Seberi situa-se a cerca de 67 quilômetros de distância de Derrubadas, se utilizado o trajeto mais rápido entre os dois municípios, via ERS-472. Deste modo, é bastante comum a comercialização de pacotes turísticos que envolvem, além dos municípios da Rota Águas e Pedras, o município de Derrubadas.

Especificamente dentro de Seberi, no momento não há roteiros turísticos elaborados e em pleno funcionamento. A visita ao município, especificamente para fins de turismo, ainda é escassa, pois os atrativos turísticos existentes não são conhecidos. O público externo que se dirige ao município se restringe a pessoas a trabalho e moradores das cidades da região, que se deslocam para realizar refeições nos restaurantes da cidade e para participar de eventos.

Infraestrutura

Acesso e transporte

Seberi localiza-se a cerca de 415 quilômetros de distância de Porto Alegre. O trajeto mais curto é via a BR-386, passando por Nova Santa Rita, Estrela e Lajeado, subindo o Estado em direção à divisa com Santa Catarina. Este percurso tem duração estimada em 5h30min quando percorrido de carro. Há também a opção de utilizar a BR-386 e depois a BR-158, passando por Panambi (6h30min de viagem) ou a BR-386 e depois as ERS-130/ERS-129 que tem acesso em Lajeado, alcançando Passo Fundo e, posteriormente, Seberi (6h35min de viagem).

Para quem viaja de ônibus de Porto Alegre a Seberi, a empresa Ouro e Prata disponibiliza pelo menos quatro horários de partida diários de segunda a sexta-feira, dois no sábado e três no domingo, nas modalidades comum e semi-direto, cujas passagens custam entre R\$ 125 e R\$ 159 (com ou sem seguro) dependendo da modalidade escolhida. A viagem pode durar até 7h30min na modalidade comum, sendo um pouco mais rápida na semidireta, levando 5h40min para fazer o percurso.

Em relação a Frederico Westphalen, principal centro de influência de Seberi, o município localiza-se a 15,5 quilômetros de distância. Algumas empresas de ônibus como Planalto, Sul Serra, Hélios e São Cristóvão realizam transporte intermunicipal entre Seberi e Frederico Westphalen, havendo diversos horários de partida em diferentes dias da semana, inclusive aos finais de semana. As passagens custam entre R\$ 6,25 e R\$ 9,65 e as viagens levam em torno de 20 a 30 minutos. Em comparação à Passo Fundo, região de influência intermediária de Seberi, o município está localizado a 162 quilômetros de distância, quando utilizado o percurso rodoviário mais curto, via a BR-386 e a ERS-324.

Ao situar Seberi em relação a outros municípios da Rota Águas e Pedras, o município faz divisa com Pinhal e Taquaruçu do Sul, localizando-se a 13 quilômetros de distância de Taquaruçu do Sul e a 31 quilômetros de distância de Pinhal. Em relação aos municípios que não integram formalmente a região Rota Águas e Pedras, mas que fazem divisa com Seberi e estão incluídos nesta edição do Radar de Turismo, Seberi localiza-se a 17 quilômetros de Erval Seco e a 19 quilômetros de Cristal do Sul. Com relação a Ametista do Sul e Iraí, importantes destinos da região turística, Seberi localiza-se a cerca de 40 e 45 quilômetros de distância desses municípios, respectivamente, e a 67 quilômetros de Derrubadas, outro importante destino da região turística Rota do Yucumã. Apesar de haver transporte intermunicipal de ônibus, ligando

A principal oportunidade identificada relaciona-se à proximidade de Seberi e da região Rota Águas e Pedras, como um todo, da divisa com Santa Catarina, mais especificamente da região Oeste desse Estado. Além disso favorecer, de maneira geral, o fluxo turístico interestadual, ressalta-se também o fato da região Oeste estar distante geograficamente do litoral catarinense (557 quilômetros é o menor trajeto entre Chapecó e Florianópolis, por exemplo).

Nesse sentido, a exploração da vocação da Rota Águas e Pedras, principalmente no que diz respeito às águas (quedas d'água, cachoeiras, hidrelétricas, rios, entre outros) se mostra como uma oportunidade para o desenvolvimento do turismo na região como um todo, que pode apresentar propostas voltadas à exploração dos atrativos naturais existentes, bem como por meio de outros empreendimentos, como parques aquáticos, temáticos e estruturas de lazer e entretenimento.

Por fim, visando o desenvolvimento da oferta e da infraestrutura de turismo de Seberi, fica clara a necessidade de melhorar a sinalização e as condições de acesso ao município, como forma de torná-lo mais seguro, vistoso e atrativo. Ainda, recomenda-se analisar a possibilidade de melhorar a infraestrutura da estação rodoviária, além de melhorar a qualidade e a visibilidade das informações sobre as viagens.

Apoio ao Turista e Conveniências

Seberi não possui agências de turismo registradas no Cadastur, contando apenas com 1 cadastro de guia de turismo e 5 cadastros de transportadoras turísticas. Durante a pesquisa, identificou-se a existência de uma agência de turismo do Município de Seberi, que possui uma filial em Erval Seco, chamada Gaúcho Tur. No entanto, verificou-se que a referida agência não atua com turismo receptivo nos municípios ou na região e sim somente com turismo emissor. O turismo receptivo é desenvolvido na região da Rota Águas e Pedras por agentes e agências de turismo, que não necessariamente incluem Seberi em suas rotas e roteiros. Os destinos mais visitados, atualmente, são Ametista do Sul, Iraí e Frederico Westphalen, além de Derrubadas, integrante da Rota Yucumã.

Seberi não possui CAT - Centro de Atenção ao Turista em funcionamento ou estrutura similar para a concessão de orientações e informações turísticas. Com relação à sinalização, somente as principais ruas, próximas à avenida principal, são identificadas com placas. O trânsito tem boa sinalização, porém os atrativos turísticos e outros locais importantes não são

sinalizados. Sobre a estrutura bancária, o município possui agências e caixas eletrônicos de diversos bancos e cooperativas e, com relação à estrutura de saúde, o município possui um hospital, posto e unidades básicas de saúde, SAMU, consultórios, clínicas particulares e farmácias, estando bem atendida neste quesito.

Hospedagem

Como meios de hospedagem, buscaram-se hotéis e pousadas. No Cadastur, existe 1 meio de hospedagem cadastrado em Seberi, o Hotel Pazuch. Durante a pesquisa, verificou-se a existência de mais dois meios de hospedagem além deste, o Hotel Dalla Valle e o Hotel Posto Seberi. No Airbnb, ao buscar por acomodações em Seberi, a maioria dos resultados gerados se refere a opções de hospedagem em Ametista do Sul, não tendo sido identificadas alternativas especificamente no município.

Os três hotéis de Seberi são de fácil acesso e boa localização, sendo que o Hotel Dalla Valle se localiza na entrada da cidade, às margens da BR-386 e o Hotel Posto Seberi também se situa às margens da BR-386, a aproximadamente 1 quilômetro da entrada da cidade. O Hotel Pazuch fica na área central, mais próximo a facilidades. Nenhuma dessas alternativas possui foco turístico, recebendo, em grande parte, pessoas que estão no município a trabalho ou a negócios e que se dirigem ao hotel somente para pernoitar.

Além dos hotéis citados, também foi possível identificar ao menos dois empreendimentos no município (Vale das Águas e Camping Pesqueiro Lambari) que oferecem cabanas para aluguel, especialmente na temporada de verão. São locais mais afastados do perímetro urbano e que apresentam, além das cabanas, outros tipos de infraestrutura em meio a natureza, como pesque e pague, churrasqueiras e piscinas.

De maneira geral, o atendimento prestado nos estabelecimentos de hospedagem em Seberi é predominantemente informal e familiar. Diferentemente dos demais, o Hotel Posto Seberi apresenta um serviço mais qualificado e formal, obedecendo padrões de atendimento ao cliente e uso de uniformes. Verificou-se que os estabelecimentos não possuem site próprio na internet, não sendo possível fazer reservas on-line nem via sites de terceiros, como Booking. As reservas são realizadas diretamente por telefone ou e-mail. Os valores da diária para casal cotados na versão mais econômica variam entre R\$ 70 e R\$ 150.

Quanto aos serviços e conveniências ofertados nos estabelecimentos, o mais comum é o café da manhã incluso na diária e o estacionamento gratuito para os hóspedes. O Hotel Posto

Seberi possui restaurante próprio, onde é possível fazer vários tipos de refeições ao longo do dia. Não há acessibilidade nos estabelecimentos, não tendo sido identificadas rampas de acesso, elevadores e quartos adaptados.

Considerando todos estes aspectos, avalia-se a oferta de hospedagem em Seberi como insuficiente, se analisada sob o ponto de vista turístico, considerando fatores como a qualidade e a profissionalização do atendimento, bem como a infraestrutura e o conforto oferecidos. Avalia-se que a oferta de hospedagem existente atende parcialmente a demanda e é voltada, principalmente, a quem está no município a trabalho ou em trânsito e precisa apenas pernoitar, não sendo suficiente para atrair/reter turistas ou visitantes de modo que estes escolham hospedar-se em Seberi. Assim, há forte tendência de que o público que esteja fazendo turismo na região procure opções de hospedagem mais qualificadas em cidades vizinhas.

Outra oportunidade identificada nesta categoria refere-se à localização geográfica de Seberi, estratégica em relação a outros municípios importantes da região Rota Águas e Pedras. A cidade fica a 15 quilômetros de Frederico Westphalen, a 40 quilômetros de Ametista do Sul e a 45 quilômetros de Iraí, podendo apresentar preços competitivos em comparação a essas cidades. Isto pode se configurar numa boa relação custo X benefício para turistas e visitantes, que podem ficar hospedados em Seberi enquanto fazem turismo pela região.

Além disso, pelas atividades econômicas desenvolvidas na região com participação da agropecuária na economia, superior à média estadual, com foco em frigoríficos e na suinocultura, o município apresenta-se como importante polo na circulação de viajantes a trabalho e, conseqüentemente, de um possível desenvolvimento do segmento de turismo corporativo ou de negócios.

Por fim, ressalta-se que, embora atualmente as opções existentes de aluguel de cabanas não apresentem infraestrutura adequada para receber turistas, são passíveis de desenvolvimento nessa dimensão, especialmente sob as perspectivas do turismo de lazer e do turismo rural. Para tanto, é necessário que ocorram investimentos nesse sentido, bem como a profissionalização do atendimento e aumento da qualidade da oferta do serviço.

Gastronomia

Como estabelecimentos gastronômicos, consideraram-se restaurantes, lancherias, padarias, sorveterias, cafeterias, entre outros. No Cadastur, existem 4 estabelecimentos registrados na categoria de “restaurante, cafeteria, bar e similares” em Seberi. Durante a pesquisa, identificou-se que Seberi conta com um bom número de supermercados e um número razoável de estabelecimentos de alimentação, seja para almoço, jantar, café ou lanche, porém com cardápios pouco diversificados, predominando os buffets por quilo, churrasco, hambúrgueres e pizzas. Os preços são pouco variáveis (a maioria na mesma faixa de valores).

Grande parte das opções disponíveis para alimentação em Seberi localiza-se na avenida principal, porém os maiores restaurantes estão localizados nas margens da BR-158, que costumam receber, além de moradores do município, também o público das cidades vizinhas, dada a proximidade entre os municípios e a facilidade de acesso. A Churrascaria Kakareko oferece almoço com opção de buffet e churrasco, mas também lanches, jantar com buffet e à la carte e opções de drinks à noite, além de realizar eventos, como shows. O Restaurante 51 funciona com buffet de almoço, lanches e jantar.

Foto 18: Churrascaria Kakareko



Fonte: Prefeitura

Foto 19: Restaurante 51



Fonte: Prefeitura

Na área central de Seberi situam-se pequenos restaurantes familiares, que atuam com sistema de buffet, e algumas opções noturnas, como lancherias e pizzarias. A Pizzaria Nona Julia oferece pizzas e cerveja artesanal de produção própria, além de buffet ao meio-dia, com preço mais acessível. Assim como a Pizzaria Nona Julia, a pizzaria Halley costumam atrair público local e pessoas que residem em cidades vizinhas - o local funciona somente à noite e oferece pizzas, hambúrgueres e bebidas, além de realizar shows. Já o espaço Hortênsias Gastronomia e Eventos oferece um lugar aconchegante e familiar, com deliciosos lanches e cardápio variado.

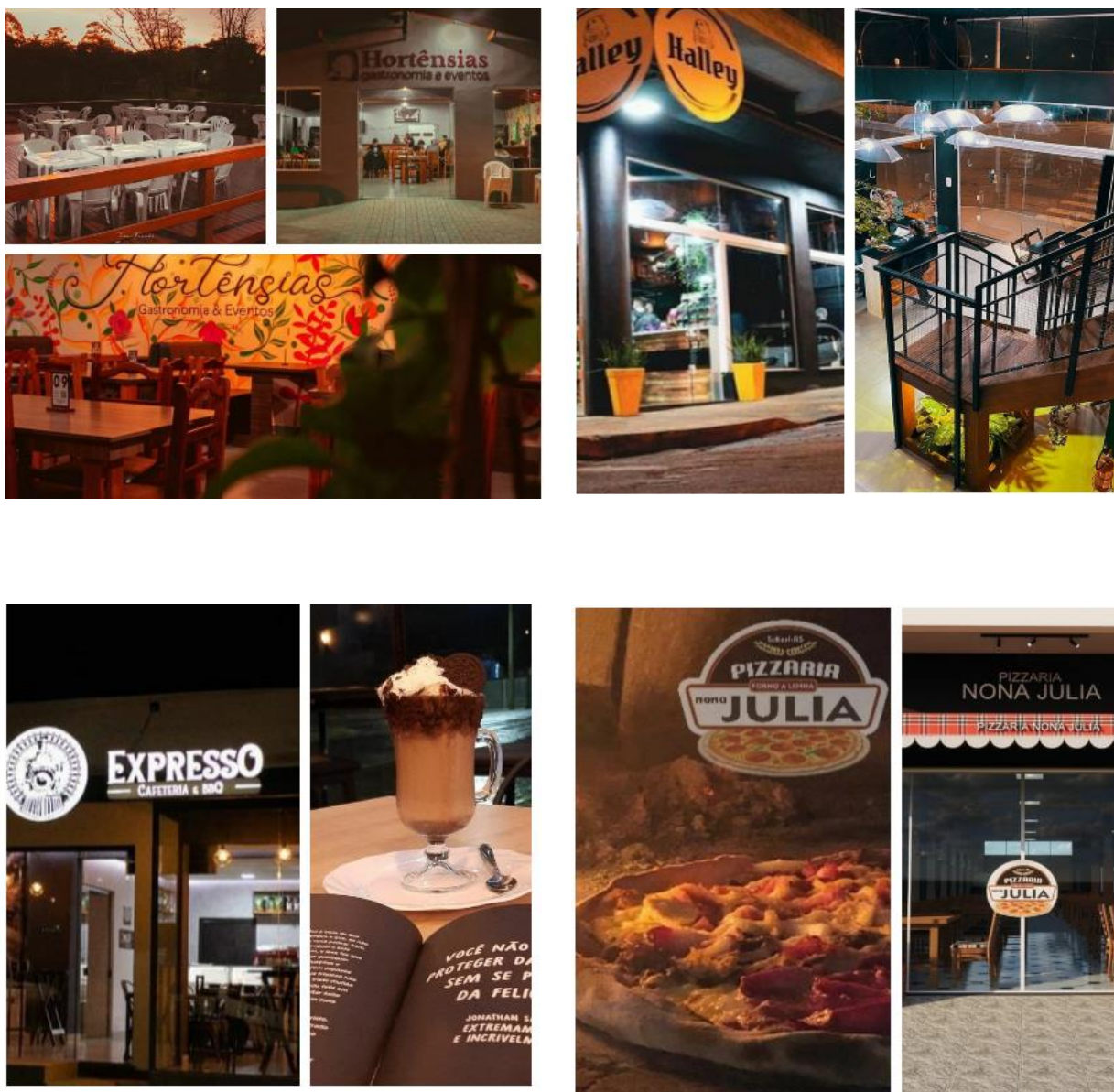
Há poucos estabelecimentos que oferecem cafés ou doces, como padarias e cafeterias. Não há muitas opções de padarias na rua principal, sendo estas de perfil familiar e com pouca variedade de produtos. Há uma cafeteria na praça central, a Expresso Cafeteria e BBQ, que funciona à tarde servindo cafés especiais e à noite com opções de drinks.

De maneira geral, o atendimento prestado nos estabelecimentos gastronômicos de Seberi é qualificado, sendo que alguns são mais formais, enquanto em outros predomina o ambiente e a abordagem informal ou familiar.

Considerando todos estes aspectos, avalia-se a oferta gastronômica em Seberi como regular, pois atende à demanda da comunidade local e de quem está no município a trabalho,

sendo atrativa também para o público que reside nos municípios vizinhos. No entanto, não há variedade nos cardápios oferecidos e há poucas opções de cafés, lanches e vida noturna. Outra lacuna identificada se refere à falta de ao menos uma alternativa de maior qualidade, principalmente à noite, que ofereça outros tipos de culinária e/ou pratos no sistema à la carte. Assim, como principal oportunidade identificada nesta categoria, cita-se o fato de o município já atrair público vindo de cidades vizinhas. Nesse sentido, Seberi poderia se apresentar como um polo de variedades gastronômicas, a partir do incremento das ofertas dos estabelecimentos já existentes ou da criação de novas propostas, aproveitando a proximidade e o fácil acesso entre os municípios da região.

Foto 20: Bares e restaurantes em Seberi



Fonte: Prefeitura

Aspectos Impulsionadores e Limitadores

A construção da matriz SWOT identifica as Ameaças e Oportunidades (ambiente externo), além das Forças e Fraquezas (ambiente interno) da região e do município. A construção foi realizada pelos participantes da oficina, divididos em quatro grupos, e revisada pela consultora.



FORÇAS	FRAQUEZAS
1. Infraestrutura: Infraestrutura Geral (trânsito, saneamento, energia, comunicações, etc.) e Acesso	
<ul style="list-style-type: none"> ● Há coleta seletiva na comunidade; ● Iniciando programas de sensibilização da comunidade para separação dos resíduos; ● Sinal de internet e telefonia na área urbana é boa; ● Revitalização da pavimentação das principais vias de acesso; ● Localização estratégica; ● Há um hospital regional que atende ao município; ● Há postos de saúde com plantão. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Trânsito necessita de sinalização horizontal e vertical; ● Ainda não há adesão da comunidade na coleta seletiva; ● Faltam placas de sinalização turística; ● Faltam placas de identificação dos principais serviços do município; ● Faltam placas de sinalização das ruas e comunidades do interior; ● Não há um mapa do município (mapa urbano e rural); ● Manutenção das estradas do interior exige muita atenção, o que nem sempre é possível, devido à extensão da área rural; ● Estradas do interior muito estreitas; ● Internet rural é deficitária; ● Sinal de telefonia no interior é deficitária; ● Deficitária pavimentação na área urbana e rural; ● Não há saneamento básico com estações de tratamento (adequado ao Marco Regulatório); ● Não há um plano de paisagismo e mobiliário urbano. Há poucas flores e deficitária arborização; ● Falta fiscalização e punição com relação ao comportamento irregular de algumas empresas/residências (entulho, limpeza, etc);

	<ul style="list-style-type: none"> ● Não há marcos que identifiquem a entrada em Seberi, nem o marco de fundação.
<p>2. Políticas Públicas: Política Pública, Cooperação Regional; Monitoramento: Pesquisa, dados; e Economia: Economia Local e Capacidade Empresarial</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ● Desenvolvimento da suinocultura, agronegócio e agricultura familiar; ● Há um Conselho Municipal de Turismo; ● Há uma Secretaria de Desenvolvimento, com Departamento de Turismo; ● Empreendedorismo local; ● Construção do Plano Municipal de Turismo. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Há poucas agroindústrias familiares regulamentadas; ● Não há um Plano Diretor; ● Código de Posturas está defasado; ● Integração regional ainda é deficitária; ● Poucos empreendimentos cadastrados no Cadastur.
<p>3. Turismo: Serviços e Equipamentos Turísticos, Atrativos Turísticos. Sustentabilidade: Aspectos Ambientais, Aspectos Sociais e Aspectos Culturais</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ● Há três hotéis na cidade, voltados aos ‘viajantes’; ● Natureza abundante; ● Existência de agroindústrias: Erva Mate Ghen, Cheiro da Mata, Cervejaria Artesanal, CooperBio, Aromas e Sabores; ● Algumas empresas já possuem visitação turística; ● Cultura gaúcha; ● Oficinas terapêuticas; ● Produtos naturais; ● Vale das Águas; ● Pesqueiro Lambari; ● Centro Equestre – equoterapia; ● Cachoeiras; ● Turismo de natureza; 	<ul style="list-style-type: none"> ● Carência de meios de hospedagens qualificados para atender aos turistas; ● Não se aproveita a visita de profissionais às empresas e agronegócio do município, que são referência mundial; ● Não há oferta de turismo de negócios; ● Não se aproveitam as visitas de negócios para que estes permaneçam no município e aproveitem a oferta turística local; ● Não identificam suas potencialidades para integrar com a oferta turística regional; ● Não há passeios e roteiros aproveitando a existência da agroindústria;

<ul style="list-style-type: none"> ● Praça N. Sra da Paz e Concha Acústica. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Falta conhecimento e investimentos nos produtos orgânicos; ● Não se aproveita a Colônia em Festa para atrair os visitantes nos locais onde acontece a produção; ● Não há um Centro de Atendimento ao Turista; ● Não há registro e tombamento dos patrimônios históricos, como o cemitério antigo.
<p>4. Capacitação – Cursos, formação, qualificação, capacitação, visitas técnicas, famtours, benchmarking, turismo seguro</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ● Existência de uma universidade com parceria IFRS oferta cursos do Programa Emprega Mais, entre eles, alguns com foco no turismo (garçom, camareira, etc). 	<ul style="list-style-type: none"> ● Não há capacitação para atender e empreender no turismo; ● Falta mão de obra para trabalhar no turismo, em vários setores.
<p>5. Promoção - Marketing e Comunicação – promoção do destino</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ● Há folder sobre a oferta turística local; ● Há um livro do município, publicado recentemente. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Não há mídias sociais focadas no turismo (@visiteseberi); ● Não há site do turismo de Seberi; ● Não há um mapa turístico; ● Folheteria turística é deficitária; ● Livro do município é pouco trabalhado nas escolas e pelos meios de comunicação; ● Escassa presença nos portais de promoção/comercialização do turismo (Booking, TripAdvisor, etc); ● Não há uma marca ou slogan do turismo local; ● Não há um símbolo que identifique o município.
<p>6. Eventos: Estabelecer um calendário de eventos (foco no turismo) – existentes e novos</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ● Há um calendário de eventos do município; 	<ul style="list-style-type: none"> ● Não há um calendário de eventos turísticos;

<ul style="list-style-type: none"> ● Há chamamento público dos eventos (para ingressar no calendário); ● Participação na ExpoSeb; ● Jeepeiros; ● Trilheiros; ● Romaria; ● Semana Farroupilha; ● Cavalgadas Campeiras; ● Motociclistas; ● Colônia em Festa. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Eventos privados não constam no calendário turístico; ● Não há espaço físico para grandes eventos; ● Não há parque de eventos; ● Não há auditório de eventos; ● Colônia em Festa não acontece mais; ● Carnaval não acontece mais.
<p>7. Monitoramento – pesquisa, perfil e fluxo, Observatório do Turismo, impacto do turismo</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ● Elaboração do RADAR – diagnóstico do turismo local. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Não há um inventário da oferta turística.
<p>AMEAÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Condições climáticas extremas/sazonalidade; ● Possíveis novas pandemias; ● Queda da renda em função do desemprego/inflação; ● Estruturas de acesso com necessidade de melhorias (rodovias estaduais e federais); ● Crise econômica – mundial e nacional; ● Descontinuidade de projetos e gestores; ● Posicionamento on-line qualificado de outros destinos; ● Burocracia governamental; ● Falta de criação de marcos legais para a política do turismo; ● Ambiente político nacional instável. 	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Localização estratégica regional/estadual: Região Águas e Pedras; ● Interesse por lugares em meio à natureza, experiências ao ar livre; ● Interesse do turista por empresas que adotam protocolos que passam a segurança e tranquilidade para o visitante; ● Interesse por meios de hospedagem alternativos; ● Interesse do turista por mais atividades voltadas à família (jovens e crianças); ● Aumento da população 50+ e 60+; ● Compreensão do turista de que o destino deve ser organizado como uma rede – busca por uma venda conjunta por parte dos municípios;

- Interesse do turista do RS e Sul do Brasil por viagens locais - Turismo doméstico (passeios de carros) reforçado;
- Interesse pela cultura em suas diversas expressões;
- Interesse pela gastronomia com identidade local;
- Valorização do local/compre local;
- Interesse pelo saudável e orgânico;
- Capacitações sendo ofertadas em vários canais;
- Possibilidade de trocas entre missões - benchmarking;
- Busca de informações sobre destinos turísticos em plataformas digitais diversas. Aumento da presença no digital;
- Existência de diversas plataformas digitais, onde o destino e os empreendimentos podem estar presentes;
- Dados secundários, pesquisa e data base para subsídios (pesquisa Sebrae-RS);
- Linha de financiamento novas, como Fungetur – Sicredi e outros.

Marketing

Presença e informações disponíveis na Internet

O site da Prefeitura de Seberi **não possui uma página dedicada a ceder informações turísticas** ou informações que possam ser úteis para alguém que esteja de viagem ao município, como por exemplo, meios de transporte, serviços de alimentação e de hospedagem. No **Facebook**⁵, a prefeitura possui uma página oficial, assim como um perfil oficial no **Instagram**⁶. Ambas as mídias são atualizadas regularmente, apresentando notícias sobre diversas áreas, como a realização de serviços, calendário de vacinação, eventos e demais ações realizadas pela prefeitura. Não há nesses canais, portanto, foco em divulgar atrativos ou atividades turísticas do município ou da região.

Ao buscar sobre “turismo em Seberi” no Google, o primeiro resultado gerado é o do site **TripAdvisor**, portal que fornece informações e opiniões de viajantes sobre serviços e atrativos turísticos do mundo todo. Entretanto, os atrativos e hotéis apresentados na página de Seberi no TripAdvisor são de outras cidades, como Frederico Westphalen e Ametista do Sul, não havendo destaque para pontos ou estabelecimentos turísticos localizados, de fato, no município.

O próximo resultado da busca lista a página de turismo⁷ da **Sedetur - Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Rio Grande do Sul** - que apresenta as seguintes seções: Como chegar, Onde ficar, Onde comer e O que fazer em Seberi, porém a seção “Onde ficar” está em branco e as demais informações prestadas nas seções “O que fazer” e “Onde comer”, são escassas, portanto, insuficientes. O resultado seguinte remete à página do portal **Expedia**, que apresenta alternativas de hospedagem em municípios **dos arredores**. O site **Ferías.Tur**⁸ fornece poucas informações a respeito de Seberi, tais como um breve histórico e fotos. Por fim, aparece a página no Facebook de uma transportadora turística local que, por sua vez, atua com excursões para outros destinos turísticos. Assim sendo, verifica-se que informações relacionadas aos principais pontos e atrativos turísticos em Seberi, na internet, são escassas e difusas, havendo bastante espaço para melhorias neste quesito.

⁵ <https://www.facebook.com/prefseberi/>

⁶ @pmseberi

⁷ <https://www.turismo.rs.gov.br/oquefazer/374/seberi>

⁸ <https://www.ferias.tur.br/cidade/8184/seberi-rs.html>

Posicionamento, identidade e visão

Além da elaboração da matriz SWOT, das considerações acima e do Plano de Ação do destino, os participantes da oficina construíram o posicionamento do destino, base para o Plano de Marketing e Promoção. Os participantes responderam as questões abaixo.

1. Por que um turista escolheria visitar o seu município?

- Acolhedor;
- Bonito;
- Localização na BR-386;
- Local centralizado;
- Abundância de águas, nascentes, lagos e cachoeiras;
- Diversidade das agroindústrias;
- Eventos diversos que realiza;
- Opções de lazer;
- Trilhas;
- Experiências de imersão;
- Cervejarias artesanais;
- Equoterapia;
- Belezas naturais;
- Relevo;
- Nascer e pôr do sol;
- Gastronomia;
- Comidas típicas;
- Erva-mate artesanal;
- Ervateira;
- Terapias alternativas;
- Motociclismo;
- Jeep;
- Gaiolas.

2. Se o seu município fosse uma pessoa, como ela seria?

- Bonita;
- Acolhedora;
- Organizada;
- Segura;
- Com oportunidades;
- Tranquila;
- Prestativa;
- Humilde;
- Otimista;
- Calma;
- Empreendedora;
- Paciente;
- Dinâmica;

- Boa apresentação;
- Organizada;
- Unida;
- Simples;
- Quer crescer;
- Em desenvolvimento;
- Acomodada.

3. Como você apresentaria o município para atrair o perfil ideal de turista?

- Seberi é um município com lindas paisagens, um lindo nascer e pôr do sol, uma agricultura pujante, um comércio e indústria em crescimento, tem tudo para você, turista, sentir-se acolhido entre nós. Uma ótima opção de destino na região.
- Seberi apresenta vários lugares para lazer em família ou particular, podendo participar de eventos tradicionais e culturais, que se realizam durante o ano, desfrutando de alguns pratos típicos da culinária italiana, alemã, polonesa, açoriana e afro, que habitam as localidades do interior e do município.
- Venha visitar Seberi, para ter uma experiência de imersão diferenciada, com comidas típicas da região, lindas paisagens e desfrutar da natureza.
- Venha conhecer Seberi, uma bela e acolhedora cidade que lhe espera com suas belezas naturais, hospitalidade, boa gastronomia, hospedagem e experiências de tirar o fôlego. Seberi te espera!

Com base nos apontamentos dos presentes, a consultora propõe o seguinte **posicionamento** a ser trabalhado:

Seberi, município da Região Águas e Pedras, Norte do RS, é uma ótima opção de destino regional, um lugar de lindas paisagens, onde o mais belo nascer do sol desperta um povo que desenvolveu uma agricultura pujante, com destaque para as agroindústrias e seus sabores. A hospitalidade se reflete, ainda, nos bons restaurantes e em alguns meios de hospedagens, além de empreendimentos diferenciados, como cervejarias, ervateiras, sítios e campings. Em períodos de eventos, a comunidade se une ainda mais para bem-receber os visitantes. Lugar de terapias de imersão, alternativas que buscam o bem viver, valorizando o belo verde e a abundância das águas que correm em seus rios e cascatas.

Seberi, a Fortaleza das Águas, te espera!

4. Qual a Visão que se deseja para o turismo do município (em 4 anos)?

- Ser referência turística, que cada turista que nos visitar leve uma boa impressão, satisfação e encanto, voltando outras vezes com familiares e amigos, disseminando o turismo na região.
- Uma ótima infraestrutura de hotéis, restaurantes e mão de obra qualificada e com muitos pontos turísticos diferenciados.
- Um município conhecido nacionalmente por seus atrativos naturais.
- Que tenha uma rota de turismo rural estabelecida, que tenha produtos turísticos locais desenvolvidos, uma rota de turismo de eventos, turismo religioso na cidade e nas capelas do interior, valorização do turismo gastronômico local e que tenhamos pessoas capacitadas em bem receber os turistas.

Com base nos apontamentos dos grupos, a consultora propõe a seguinte visão:

Ser referência, na Região Águas e Pedras, por seus atrativos naturais, tendo a oferta turística local qualificada e organizada em rotas, com o Plano Municipal de Turismo implementado, trazendo bons resultados para a comunidade e o encantamento dos visitantes.

Síntese – IPM Unisinos

O relatório do Instituto de Pesquisas de Mercado (IPM) da Unisinos entende que as condições do cenário turístico em Seberi podem ser representadas da seguinte forma:



Fonte: IPM Unisinos

A figura evidencia que, de forma geral, há clara necessidade de se pensar o turismo como um ecossistema completo, que combine diferentes recursos a uma estrutura de apoio confortável e eficiente, visando qualificar a oferta turística do município. Conclui-se que o posicionamento turístico de Seberi não é claro. São necessárias diversas ações de articulação e planejamento entre os atores ligados ao ecossistema de turismo para que seu respectivo desenvolvimento seja viabilizado (inclusive colocar o Conselho Municipal de Turismo em efetiva atividade). No momento, Seberi não é um destino turístico consolidado e suas principais potencialidades turísticas, como a localização geográfica, os atrativos econômicos, os espaços de lazer e a infraestrutura de gastronomia, não são ou são pouco explorados turisticamente.

Com base em todos os atrativos levantados, considera-se que nenhum tenha atingido patamar satisfatório de reconhecimento e consolidação do ponto de vista turístico, não por falta de potencial e sim por falta de estruturação. É possível perceber que há algumas categorias com maior potencialidade, como o aproveitamento da sua localização para o desenvolvimento de uma oferta de apoio gastronômico e hoteleiro para a Rota Águas e Pedras, além da exploração de atrativos econômicos, como a erva-mate (produto típico local) e o seu processo de produção. No entanto, ressalta-se que o aprimoramento e a qualificação de atrativos turísticos, passando também pela melhoria da infraestrutura de hospedagem, qualificação e ampliação das alternativas gastronômicas, a inclusão de Seberi em rotas

turísticas regionais e/ou a criação de roteiros turísticos municipais, são pré-requisitos para que o sistema de turismo em Seberi se desenvolva e consolide.

Plano de Ações

O Plano de Ações que compõe o Plano de Desenvolvimento do Turismo de Seberi foi construído em encontro presencial no dia 26 de agosto de 2022, conforme listas de presenças do Anexo I. O plano contou com a contribuição de todos participantes, e, ainda, com a complementação da consultora e revisão da prefeitura, por meio do setor responsável.

O documento está estruturado de acordo com as dimensões trabalhadas. A prioridade vai de 1 a 5, sendo 5 a mais urgente e importante e, em ordem decrescente, a 1 a menos urgente e importante. O presente plano deverá ser avaliado e monitorado pelo Conselho Municipal de Turismo.

Os pressupostos são os alicerces das estratégias e das ações de desenvolvimento, devendo nortear as atividades e as realizações em prol do desenvolvimento do turismo no município. O Plano de Ações a seguir considera o seguinte período: curto prazo – um ano; médio prazo – dois anos; e longo prazo – quatro anos.

Inovação com emoção +

Qualidade com hospitalidade +

Segurança com transparência +

Governança com cooperação

PLANO DE AÇÕES

O que fazer	Quem faz	Quando fazer	Prioridade	Recurso	Situação
INFRAESTRUTURA E ACESSO					
Infraestrutura Geral (trânsito, saneamento, energia, comunicações, etc.) e acessos diversos					
Elaborar o mapa urbano e rural do município;	Prefeitura	Curto prazo	5	Público	
Fazer projeto e implantar as placas informativas (identificar locais de interesse público);	Prefeitura	Curto prazo	5	Público	
Realizar a manutenção e qualificação das estradas urbanas e rurais, com alargamento das vias rurais e pavimentação das ruas urbanas;	Prefeitura	Permanente	4	Público	
Fazer projeto e implantar as placas de sinalização urbana e rural (ruas, linhas, comunidades);	Prefeitura e empreendedores	Curto prazo	3	PPP	
Sensibilizar a comunidade para contribuir com a coleta seletiva do lixo;	Prefeitura e escolas	Médio prazo	3	-	
Fazer projeto e implantar as placas de sinalização turística (indicação e identificação), com um padrão local (onde forem implantadas, criar um ajardinamento);	Prefeitura e empreendedores	Longo prazo	3	PPP	

Articular para qualificar a internet rural, com a implantação de fibra ótica;	Prefeitura, entidades e Amzop	Longo prazo	3	Privado	
Articular para qualificar a telefonia rural;	Prefeitura, entidades e Amzop	Longo prazo	3	Privado	
Articular com a Corsan e com o Governo do Estado para implantar o saneamento (estações de tratamento):	Prefeitura, entidades e Amzop	Longo prazo	3	Público e Corsan	
Fazer projeto e implantar o paisagismo e mobiliário urbano, embelezando a cidade;	Prefeitura e parceiros do setor privado	Longo prazo	3	PPP	
Sensibilizar e fazer valer a lei (fiscalização e punição) com relação à destinação dos entulhos, manutenção das calçadas, limpeza dos terrenos;	Prefeitura	Permanente	3	PPP	
Criar um padrão para as calçadas do município, já adotando a acessibilidade;	Prefeitura	Permanente	3	PPP	
Implantar marcos nos acessos e pontos históricos do município.	Prefeitura	Médio prazo	3	PPP	
POLÍTICAS PÚBLICAS, COOPERAÇÃO REGIONAL E MONITORAMENTO					
Política Pública, Cooperação Regional; Pesquisa, dados;					
Criar lei de incentivo e avaliar formas de desburocratização para a agroindústria e para os empreendedores no turismo;	Prefeitura e empreendedores	Curto prazo	5	PPP	

Transformar o Plano Municipal de Turismo em Lei Municipal;	Prefeitura e Comtur	Curto prazo	5	Público	
Rever a Lei e alterar a nominata do Comtur (1/3 público, 1/3 entidades e 1/3 privado). Elaborar um Plano de Trabalho, com realização de reuniões mensais. Criar as Câmaras Temáticas (Grupos de Trabalho);	Prefeitura	Curto prazo	5	Público	
Ampliar orçamento e equipe do Departamento de Turismo;	Prefeitura	Curto prazo	5	Público	
Finalizar o Plano Diretor do município;	Prefeitura	Médio Prazo	5	Público	
Fortalecer a integração regional com a participação na Rota Águas e Pedras;	Prefeitura e Comtur	Curto prazo	5	Público	
Estimular os empreendimentos turísticos a se cadastrarem no Cadastur;	Prefeitura, Comtur e entidades	Curto prazo	5	-	
Criar a Secretaria do Turismo.	Prefeitura	Longo prazo	1	Público	

PRODUTOS E EXPERIÊNCIAS TURÍSTICAS – TURISMO RESPONSÁVEL E SEGURO

Oferta/Produto turístico – Turismo Seguro – Experiências Turísticas - Economia Local e Capacidade Empresarial

SUSTENTABILIDADE

Aspectos Ambientais, Aspectos Sociais e Aspectos Culturais

Incentivar os empreendimentos com potencial de atração de turistas (ervateira, sítio, camping, agroindústrias,	Prefeitura, Emater, Comtur e	Curto prazo Permanente	5	PPP	
--	------------------------------	---------------------------	---	-----	--

cervejira, etc) a se estruturarem para o atendimento ao turista;	Sistema S				
Qualificar a hospedagem local estimulando o empreendedorismo em hospedagens diferenciadas. Apoiar com infraestrutura e capacitação;	Prefeitura, entidades e Comtur	Médio prazo	5	Privado	
Estimular o empreendedorismo na gastronomia, especialmente nas comunidades do interior, incorporando esta oferta aos atrativos existentes e às práticas esportivas;	Prefeitura, Emater, Comtur e Sistema S	Médio prazo	5	PPP	
Fomentar a produção de alimentos orgânicos e agroecológicos no município;	Cooperbio, Cheiro da Mata, Emater e Agrofloresta	Curto prazo	4	PPP	
Estimular a criação de terapias holísticas e tradicionais e seu uso como produto turístico;	Empreendedores, prefeitura e Sistema S	Curto prazo	4	PPP	
Elaborar o Inventário da Oferta Turística, identificando os atuais e possíveis produtos turísticos;	Prefeitura	Médio prazo	4	Público	
Criar o Museu do Município;	Prefeitura	Médio prazo	4	Público	
Criar produtos turísticos explorando o turismo de natureza, especialmente o Rio Fortaleza, as cachoeiras, o relevo e os fenômenos	Prefeitura, Emater, Comtur e	Médio prazo	3	PPP	

naturais;	Sistema S				
Criar mirantes para contemplar a paisagem do município;	Prefeitura	Longo prazo	3	Público	
Criar a Associação dos Artesãos. Implantar um espaço para comercialização do artesanato local. Criar uma coleção de artesanato com a identidade local;	Prefeitura, Emater, Comtur e Sistema S	Médio prazo	3	PPP	
Criar rotas turísticas, valorizando os empreendimentos que se estruturaram, de acordo com os segmentos da oferta e perfil da demanda;	Prefeitura, Emater, Comtur e Sistema S	Médio prazo	3	PPP	
Criar uma oferta de turismo de negócios e técnico científico, aproveitando a força do agronegócio local;	Prefeitura, Emater, Comtur e Sistema S	Médio prazo	3	PPP	
Articular com comércio local, para criar um mix de produtos e adequar os dias e horários de funcionamento ao fluxo de turistas;	Prefeitura e entidades	Longo prazo	2	Privado	
Estimular a criação de uma agência de turismo receptivo.	Prefeitura, entidades e Comtur	Longo prazo	2	Privado	

EVENTOS

Qualificação dos Eventos – Calendário de eventos turísticos – estruturas e profissionais

Resgatar as festas tradicionais do município, como a Colônia em Festa, a ExpoSeb e o Carnaval;	Prefeitura, comunidade e entidades	Curto prazo	5	PPP	
Criar o Calendário de Eventos Turísticos;	Prefeitura, entidades, Comtur e paróquia	Curto prazo	5	PPP	
Criar eventos de pequeno porte, visando atrair turistas aos empreendimentos e município;	Prefeitura, entidades, Comtur e paróquia	Curto prazo	5	PPP	
Aproveitar mais a estrutura da Praça N. Sra da Paz e da Concha Acústica e realizar eventos;	Prefeitura, entidades, Comtur e paróquia	Curto prazo	5	PPP	
Seguir promovendo e qualificando os eventos já realizados;	Prefeitura, entidades, Comtur e paróquia	Permanente	5	PPP	
Valorizar os grupos folclóricos do município e organizar apresentações voltadas ao turista;	Prefeitura, comunidade e entidades	Médio prazo	4	PPP	
Fazer projeto e captar recursos para construção de Parque de Eventos, com auditório.	Prefeitura	Longo prazo	1	Público Captar recursos	

CAPACITAR

Cursos, formação, qualificação, capacitação, visitas técnicas, famtours, benchmarking, turismo seguro

Ofertar cursos de capacitação para atuar, trabalhar e empreender, no turismo;	Prefeitura e entidades	Curto prazo Permanente	5	PPP	
Ofertar cursos de bioconstrução, visando criar novos meios de hospedagens;	Prefeitura, entidades, Cooperbio e empreendedores	Curto prazo	5	PPP	
Realizar visitas entre os empreendedores do município. Reforçar a rede. Realizar encontros periódicos;	Prefeitura, Comtur, entidades e empreendedores	Curto prazo Permanente	5	PPP	
Realizar visitas técnicas aos municípios da região;	Prefeitura, Comtur, entidades e empreendedores	Curto prazo Permanente	5	PPP	
Realizar consultoria para os empreendimentos turísticos do município, especialmente os meios de hospedagem, Camping Pesqueiro Lambari, Vale das Águas, cervejarias, ervateiras, agroindústrias e outros;	Prefeitura, Comtur, entidades, empreendedores e Sistema S	Curto prazo Permanente	5	PPP	
Ofertar cursos para capacitar condutores locais de turismo.	Prefeitura, Comtur, entidades e empreendedores	Curto prazo Permanente	3	PPP	

MARKETING E POSICIONAMENTO DO MUNICÍPIO

PROMOVER - Marketing e Comunicação – promoção do destino

Criar o marketing digital do município, com o @visiteseberi no Facebook e Instagram;	Prefeitura e Comtur	Curto prazo	5	Público	
Criar uma rede de comunicação entre os empreendedores, fortalecendo o WhatsApp;	Prefeitura e Comtur	Curto prazo	5	Público	
Criar o Site do Turismo Seberi com todos os empreendimentos turísticos, mapas, imagens e vídeos (link para o livro, folder, guia);	Prefeitura e Comtur	Curto prazo	5	Público	
Divulgar Seberi como destino turístico, primeiro internamente (prefeitura, entidades) e depois externamente;	Prefeitura, entidades e Comtur	Curto prazo	5	PPP	
Divulgar o calendário de eventos turísticos (impresso e virtual) e já citar os grupos culturais;	Prefeitura, entidades e Comtur	Curto prazo	5	PPP	
Fazer mapa dos atrativos turísticos e qualificar o folder de divulgação;	Prefeitura, entidades e Comtur	Curto prazo	5	PPP	
Criar a marca e o slogan de Seberi como destino turístico;	Prefeitura, entidades e Comtur	Curto prazo	5	PPP	
Criar uma linha de souvenirs e de artesanato com a identidade local;	Prefeitura, entidades e	Curto prazo	4	PPP	

	Comtur				
Fazer nova edição do Livro do Município;	Escritoras, editora e entidades	Curto prazo	4	PPP	
Fazer um banco de imagens e vídeos, com contratação de profissional e realização de concursos;	Prefeitura, entidades e Comtur	Curto prazo	4	PPP	
Estimular aos empreendimentos e também cadastrar os atrativos públicos nos grandes portais, como Google Meu Negócio, TripAdvisor, Booking, etc;	Prefeitura, entidades e Comtur	Curto prazo	4	PPP	
Fazer exposições das artes elaboradas pelos artistas do município. Estimular que retratem as belezas do município;	Prefeitura e Comcult	Médio prazo Permanente	3	PPP	
Implantar outdoors na entrada da cidade, intensificando a oferta dos atrativos.	Prefeitura	Médio prazo	3	PPP	

Avaliação e Encaminhamentos

Os participantes foram convidados a responder, em grupos, as seguintes questões, visando provocar a reflexão sobre o valor da jornada, e os encaminhamentos decorrentes, na construção deste plano.

1) Uma palavra que resuma essa construção:

- Esperança;
- Organização;
- União;
- Acreditar;
- Cooperação;
- Crescimento;
- Desenvolvimento;
- Divertido;
- Evolução;
- Construção;
- Dinamismo;
- Proveitoso;
- Motivação.

2) Como foi a vivência nesta jornada? O que você leva de aprendizados?

- Trabalho em equipe;
- Planejamento;
- Construção coletiva;
- Oportunidade única de pensar ações a curto, médio, longo prazos para desenvolver o turismo no município;
- Troca de experiências e ideias que juntos construíram metas e ações para o desenvolvimento das potencialidades turísticas do município;
- Experiência enriquecedora, onde vivenciamos muitas oportunidades de trabalho em grupo e pudemos contribuir com o desenvolvimento do nosso município;
- A participação do poder público, juntamente com as entidades e o setor privado, é fundamental para as ações saírem do papel, temos grandes potenciais que nós mesmos não conhecíamos - através da divulgação, acreditamos que será possível.

3) Como você irá disseminar este conhecimento aos demais agentes turísticos/comunidade, envolvendo mais pessoas nesta construção?

- Através da divulgação e redes de apoio;
- Fazendo isso acontecer;
- Mostrando a importância deste projeto, que irá impactar a sociedade em geral, compartilhar com nossa rede de contatos, amigos e familiares;
- Através de outros encontros, com planejamentos concretos e trocas de ideias;
- Através da sensibilização de outras pessoas, para o turismo local, apoiando iniciativas, conversando e motivando para as ações.

4) Como apoiar a efetivação das ações propostas?

- Fomentando e valorizando os empreendimentos locais;
- Ajudando na divulgação;
- Nas mais diversas formas, cada um buscando fazer sua parte, tanto poder público quanto privado;
- Participando de forma efetiva no plano de ação, trazendo sugestões de melhoria, conforme o andamento do projeto;
- Cobrar do poder público as ações propostas no plano;
- Participando e acreditando que vai dar certo!

Monitoramento – Conclusão

Seberi, município da região das Águas e Pedras, possui localização privilegiada, próximo da rodovia, de um município com boa estrutura de meios de hospedagens e alimentação, e do principal destino indutor do turismo da região, Ametista do Sul. Mas precisa desenvolver sua oferta turística, compondo com a oferta regional, destacando suas forças. Deve desenvolver produtos locais, criando novas experiências e fomentando o turismo rural, de natureza, gastronômico e religioso, além dos eventos, com continuidade de ações, e focando na sustentabilidade.

Observa-se que a estrutura de apoio ao turista de Seberi ainda precisa ser desenvolvida, como *consequência* de um trabalho orientado para o turismo no município. Diversos pontos precisam ser trabalhados. Além disso, ao mesmo tempo que a localização da região Rota Águas e Pedras pode ser um empecilho para o desenvolvimento do turismo, por encontrar-se afastada de outras regiões do Estado do Rio Grande do Sul, esse também pode ser um potencial, especialmente para o perfil de turista que procura destinos turísticos menos badalados e mais isolados, com foco em atividades de descanso, lazer, contemplação e conexão com a natureza. Sendo assim, a oferta de propostas nessa linha, aliadas a uma infraestrutura completa e de qualidade de atrativos, hotelaria e gastronomia, podem ter grande apelo.

É fundamental que toda a comunidade entenda a relevância da atividade turística, como forma de diversificar a matriz econômica do município, gerando emprego, renda e empreendedorismo. E que os ganhos advindos desta atividade poderão beneficiar toda a comunidade, com investimentos diretos e indiretos.

Há que se organizar a oferta de experiências e, ainda, estimular o surgimento de eventos, além de qualificar as opções gastronômicas e os meios de hospedagem, compondo o que se entende como destino turístico. O turista quer clareza e precisa confiar no destino para poder optar por ele. Todas as informações devem estar disponíveis “num clique”, serem seguras, completas e responderem às questões básicas do turista: Onde está localizado? Há hospedagem – onde dormir? Qual a gastronomia – onde comer? O que eu posso vivenciar – o que fazer? Estabelecimentos comerciais – o que comprar? E, ainda, quais os diferenciais, a identidade deste destino turístico. Assim, torna-se fundamental deixar mais clara essa comunicação, direta e indiretamente, envolvendo o setor público e privado.

A oficina foi de grande valia, pois permitiu a participação de todos nesta construção. O plano é resultado da visão da comunidade, setor público e privado que, juntos, desejam o

melhor para Seberi. Mas agora será fundamental que estes encontros sigam, sejam sistemáticos, e que se trabalhe, efetivamente, com: UNIÃO, PLANEJAMENTO E AÇÃO.

O Plano de Ações é o “coração” do Plano Municipal de Turismo e deve nortear todas as ações em prol do desenvolvimento do setor. Assim, é extremamente importante que as ações desenvolvidas sejam registradas e que se organize uma forma de coleta de dados com o objetivo de identificar o acerto, ou não, das estratégias adotadas, visando ao desenvolvimento do turismo. O papel do Conselho Municipal de Turismo é fundamental no monitoramento deste Plano de Turismo, que deverá ser atualizado anualmente e, ainda, transformado em Lei Municipal.

Um lembrete:

**As pessoas não decidem vir à sua empresa ou entidade,
decidem vir ao território.**

Vocês devem divulgar o seu território!

Referências

- Águas & Pedras: posicionamento e estratégias turísticas para o desenvolvimento regional. -- 1. ed. -- Porto Alegre, RS: Fabricio Tarouco, Paulo H. R. Bittencourt, Gabriel Gallina Jorge, Marcelo J. Fonseca, Guilherme Trez, 2022 Disponível em: https://www.sicredialtouruguai.com.br/media/documentos/a61f7146-e554-40f5-a7e6-b5a18bf701f9/livro_aguas_e_pedras_2022_digital_compactado.pdf. Acesso em: 30 ago. 2022.
- BENI, M. C. (1990). **Sistema de Turismo - SISTUR**: Estudo do Turismo face à moderna Teoria de Sistemas. Revista Turismo Em Análise, 1(1), 15-34. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v1i1p15-34>.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2018-2022: mais emprego e renda para o Brasil**. Brasília: Ministério do turismo. Brasília, DF: 2015. 162 p.
- ESTADÃO VIAGEM. **Tendências de viagem para 2022: o turismo redefinido**. Por Mari Campos. 19 de dezembro de 2021 | 19h59. Acesso em: Disponível em: <https://viagem.estadao.com.br/blogs/sala-vip/tendencias-de-viagem-para-2022-o-turismo-redefinido/>. Acesso em: 16 mar.2022.
- EUROMONITOR. **10 Principais Tendências Globais de Consumo 2022**. Publicado em 18 de Janeiro de 2022. Disponível em <https://go.euromonitor.com/white-paper-EC-2022-Top-10-Global-Consumer-Trends-PG.html>. Acesso em: 16 mar.2022.
- FERNANDES, VICTOR. **Pandemia afetou 53% dos empregos no setor de Turismo global**. Panrotas. 15/03/21 17:37. Disponível em: https://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2021/03/pandemia-afetou-53-dos-empregos-no-setor-de-turismo-global_180263.html. Acesso em: 26 mar. 2022.
- IBGE. **Panorama cidades – Seberi**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/seberi/panorama>. Acesso em: 29 out.2022.
- INSTITUTO DE PESQUISA DE MERCADO (IPM) - UNISINOS. **Radar Turístico: Seberi**. Coordenação: Prof. Dr. Marcelo Jacques Fonseca e Prof. Dr. Guilherme Trez. Junho/2022. Acesso em: 29 out.2022.
- ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS - ONU BRASIL. **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável**. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>. Acesso em: 20 jun. 2022.
- PANROTAS. **Números da OMT oficializam o rombo da crise no Turismo em 2020**. 28/01/2021 12:33 | Rodrigo Vieira. Disponível em: https://www.panrotas.com.br/mercado/economia-e-politica/2021/01/numeros-da-omt-oficializam-o-rombo-da-crise-no-turismo-em-2020_179334.html. Acesso em: 13 abr. 2022.
- PANROTAS. **Atestado para a força do Turismo**. Disponível em: <https://blog.panrotas.com.br/mktdestinos/2021/03/29/atestado-para-a-forca-do-turismo/>. Acesso em: 13 abr. 2022.

PANROTAS. **Turismo foi o setor de mais rápido crescimento no mundo.** Beatrice Teizen. Disponível em: <https://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2019/09/turismo-foi-o-setor-de-mais-rapido-crescimento-no-mundo>. Acesso em: 05 jan. 2022.

PANROTAS. **8 tendências do Turismo pós-vacinação.** 09/12/2021. 19:13 | *Rodrigo Vieira*. Disponível em: https://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2021/12/8-tendencias-do-turismo-pos-vacinacao_186234.html. Acesso em: 10 mar. 2022.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SEBERI. Site Institucional. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/seberi/panorama>. Acesso em: 20 out.2022.

UOL. **Redescoberta Do Brasil?** Pandemia e alta do dólar levaram o brasileiro a viajar mais pelo país. Será um amor eterno ou fogo de palha? *Mari Campos*. Disponível em: <https://www.uol.com.br/nossa/reportagens-especiais/redescobrir-o-turismo-no-brasil-e-tendencia-real-ou-fogo-de-palha/>. Acesso em: 25 abr.2022.

Anexo I – Lista de Presença

LISTA DE PRESENÇA - SEBERI						
REGIONAL: SEBRAE NOORTE		AGENDA: 166344	OFICINA DE ELABORAÇÃO DE PLANO MUNICIPAL PARA TURISMO - PRODUTO DE TERCEIROS			
INSTRUTORES: IVANE MARIA REMUS FAVERO		PROJETO: 2022-Estruturação do Turismo da Rota Águas e Pedras				
Nº	CNPJ	CPF	PARTICIPANTE	TELEFONE	EMAIL	ASSINATURA
1		77364031049	Salette dos Santos gda			Salette dos Santos
2		0765427010	Alana de Souza Wotkin	55997093878	alanaalana@hotmail.com	Alana
3		9778237068	Martina de Souza	996073333	martina2005@gmail.com	Martina
4		999221791	Paulo de Siqueira	2468094509		Paulo
5		60461381037	Felipe Reis das Neves	981751938		Felipe
6	33.066.7030001	0057897627	Quimara de Almeida	996892002	churrascariobakareke@hotmail.com	Quimara
7		02220121051	Tatiana dos Santos	99336726	tatiana2000@gmail.com	Tatiana
8	9089939400154	81134975015	Emison Luis Pinheiro	998227423	emisonlpinheiro@gmail.com	Emison
9		13808060034	Geody E. Mello	996948251	hemittos@hotmail.com	Geody

		04131747006	Sandrine de Souza	(55)991123809	sandrine1989@gmail.com	Sandrine
		94276196000	ALEXANDRE RITTER	(55)999760724	rittersebrae@emmu.com	Alexandre
		80282922091	Guilherme Luiz de Souza	(55)999157109	glsouza@sebrae.com.br	Guilherme
		8250376034	Francaiane T. Balduino	(55)999920944	advfrancaiane@gmail.com	Francaiane
		00442693057	Daniela de Paiva Ritter	(55)999446400	daniela@sebrae.com.br	Daniela

LISTA DE PRESEÇA - SEBERI						
REGIONAL: SEBRAE NORTE		AGENDA: 166343	PALESTRA DE ELABORAÇÃO DE PLANO MUNICIPAL PARA TURISMO - PRODUTO DE TERCEIROS			
INSTRUTORES: IVANE MARIA REMUS FAVERO		PROJETO: 2022-Estruturação do Turismo da Rota Águas e Pedras				
Nº	CNPJ	CPF	PARTICIPANTE	TELEFONE	EMAIL	ASSINATURA
1		138080600-34	HEDY ELSENDACH MIOTTO	(55) 99694825	hemitt@hotmail.com	
2	3306673000171	00571976045	Luciana...	51 996192102	restaurantechurrasca kahareka@hotmail.com	
3		60458313068	Maria Lucia Rodrigues Costa	55 998213885	maguima@gmail.com	
4	9089939400154	81134975013	Erison Pinto	55 99227423	ERISONPINTO@GMAIL.COM	
5	00179826000		ADILSON BALESTRIN	(55) 99654677	adilsonbaestrin@uol.com.br	
6	07700637000130	92805469100	Wanilson Junior	55 999637673	wanilsonjunior@uol.com.br	
7		77364031049	Salate dos Santos			
8		007426930-58	DANIELE BANCON RITTER	(55) 999446400	dambancon@hotmail.com	
9		942761960-00	ALEXANDRE RITTER	(55) 999760732	RITTERSEBERI@HOTMAIL.COM	

ff

CNPJ	CPF	NOME	FONE	E-MAIL	ASSINATURA
46802338000163	00353416052	Esteluz K. da Silva	99613894	esteluzk@hotmail.com	
	6096138187	Luene Reis da Silva	81451938	luene@uol.com.br	
	9281922097	Salate dos Santos	999611501	salate@uol.com.br	
	67836887049	Luis Carlos S. Fortes	996073939	fortes@uol.com.br	
	833523760-34	Francilaine T. Bolchini	99992-0944	francilaine@uol.com.br	
	92616686016	Julio Gonzales	9999641706	julio@uol.com.br	
	34251493020	BILBERTO VIGORIANO	999943523	bilberto@uol.com.br	
	67381472015	Wanderléia Gram	997313041	educacao@pmxiti.com.br	
	01765427010	Blamey Simão	997093878	blamey@uol.com.br	
	97782217068	Marliete da Silva	996073333	marliete@uol.com.br	
	0220121051	Tatiane dos Santos	99336626	tatiandos2@uol.com.br	

ff

Confidencial

	CNPJ	CPF	Nome	Fone	e-mail	Assinatura
21		004.762.130-89	Klayde Lima	9977007555		<i>[Handwritten Signature]</i>
22	976131960001-78	97179720020	Diemei Lenatti Becker	55-996508499	diemei.lenatti@brasil.com	<i>[Handwritten Signature]</i>
23	39.473825000169	041.317.490-06	Sandrucci Pessoa	55-997323809	sandrucci@brasil.com	<i>[Handwritten Signature]</i>
24	89.377.006/0001-90	995767460-68	Giordano Dalballe	996319902	giordano.dalballe@brasil.com	<i>[Handwritten Signature]</i>
25		773640301049	Salati dos Santos Gomes			<i>[Handwritten Signature]</i>
26		673.814.720-15	R. Sanduclia Grani	99731.5042	educacao@mmateri.com.br	<i>[Handwritten Signature]</i>
27		01834391064	Caligandira Galvão	55-999366414		<i>[Handwritten Signature]</i>
28		246.849.450-49	Inulopys da Silva	55999221795	-11-16	<i>[Handwritten Signature]</i>
29						
30						

[Handwritten Signature]

Anexo II – Foto das atividades





Anexo III – Convite para a comunidade



Vamos falar de Turismo?

Iniciamos a segunda fase do Projeto Turismo Regional, e precisamos da sua participação e contribuição para, em conjunto, realizarmos a construção dos planos municipais de turismo. Por isso, convidamos você para estar conosco neste momento.

Data: 26/08/2022

Horário: Das 8h às 12h e das 13h às 18h

Local: Associação dos Funcionários Municipais - AFUMUSE de Seberi/RS

Esperamos você!



Anexo IV – Avaliação de Turismo - IPM Unisinos

Acesso e Transporte (itens que pontuam)	Disponibilidade
Principais rodovias de acesso ao município em boas condições (asfalto em boas condições, sem risco)	.
Oferta de ônibus intermunicipais para acesso ao município	✓
Oferta de horários para viagens nos ônibus intermunicipais	✓
Potencial de fluxo para o município ("caminho" para outros destinos ou isolado)	✓
Proximidade de grandes centros/municípios de maior porte	✓
Oferta de ônibus municipais aos principais atrativos do município (afastados do Centro)	.
O município possui rodoviária	✓
Rodoviária e respectiva estrutura física (mobiliário, limpeza, pintura...) em bom estado de conservação	.
Caixa eletrônico na rodoviária	.
Serviços de alimentação na rodoviária	.
Sinalização interna da rodoviária (placas orientativas, identificação boxes de ônibus, embarque/desembarque...)	.
Rodoviária possui site atualizado (é possível consultar os horários de ônibus)	.
É possível comprar passagens no site da rodoviária	.
O telefone/atendimento telefônico da rodoviária funciona (atende às ligações, presta informações)	.
O município possui serviço/frota/pontos/central de táxi	✓
O município possui serviço de transporte por aplicativo (Uber, 99Taxi, Garupa ou aplicativo local...)	.

Outras perguntas para compor relatório (itens que NÃO pontuam)	Disponibilidade
Há outras formas de acesso disponíveis (avião, barco, trem...) em funcionamento?	.
Faixas de valores das passagens dos diferentes tipos de transporte (existência de opções mais baratas e mais caras)	.
Acesso de possíveis centros emissivos, além de Porto Alegre (outras localidades de maior porte)	✓
Apoio ao Turista e Conveniências (itens que pontuam)	Disponibilidade
O município possui Centro de Atenção ao Turista (CAT), Centro de Informações Turísticas e/ou similares em pleno funcionamento (abertos sistematicamente).	.
Qualidade do atendimento prestado no CAT/hospitalidade	.
Horário de atendimento do CAT atende a necessidade dos turistas (de acordo com a realidade do local)	.
Os CATs/Centros de Informações Turísticas são bem localizados (atende a necessidade dos turistas)	.
Há material informativo impresso (mapas, folders, flyers) elaborado e disponibilizado pelo poder público (nos CATs, hotéis, restaurantes, agências locais...)	.
Qualidade do material informativo impresso	.
Município possui placas com os nomes das ruas	✓
Sinalização turística/indicativa nos principais pontos turísticos do município (distâncias, como chegar)	.
O município possui agência de turismo que oferta pacotes receptivos	.
O município possui agências bancárias e/ou caixas eletrônicos	✓
O site da Prefeitura Municipal possui uma seção específica de informações turísticas	.
As informações turísticas no site da Prefeitura Municipal são robustas (há informações sobre atrativos turísticos, hospedagem, gastronomia, rotas e roteiros turísticos, com site, telefone, e-mail, pessoas de contato)	.
As informações turísticas no site da Prefeitura Municipal estão atualizadas	.

O município possui perfil atualizado no Instagram (oficial, gerenciado pela Prefeitura)	✓
O município possui página no Facebook atualizada (oficial, gerenciada pela Prefeitura)	✓
O município possui (ou faz parte) de rotas ou roteiros turísticos	.
As rotas ou roteiros estão em pleno funcionamento (sistematizados)	.
O município conta com estrutura própria para atendimento de urgência e emergência em saúde?	✓
Outras perguntas para compor o relatório (itens que NÃO pontuam)	Disponibilidade
Município possui aplicativo turístico próprio (Exemplo: Pelotas Tem)	.
Município possui outros recursos com fins de atendimento ao turista (Exemplo: Totem de autoatendimento, sites e perfis não oficiais voltados ao turismo)	.
A busca no Google pelo 'nome do município + palavras-chave relacionadas a turismo remete a sites com informações atualizadas e com credibilidade (o que fazer, onde comer...)	.
As informações constantes no site da Secretaria da Cultura, Turismo, Esporte e Lazer do Rio Grande do Sul (SEDETUR) sobre o município estão atualizadas	.
Hospedagem (itens que pontuam)	Disponibilidade
Quantidade de locais disponíveis para hospedagem	.
Qualidade dos locais disponíveis para hospedagem	.
Localização das opções de hospedagem (centro do município, acessíveis, bem localizadas - observar comodidades do entorno)	✓
Os estabelecimentos possuem protocolos de prevenção ao Covid-19 implementados	.
Atendimento profissional e qualificado (funcionários treinados, uniformizados) assinalar NÃO caso seja feito pela própria família, informal	.
Qualidade do atendimento prestado (profissional ou informal)	.
Imagem, limpeza e conservação dos locais	✓
Acessibilidade na entrada, áreas de uso comum e quartos	.

Outras perguntas para compor relatório (itens que NÃO pontuam)	Disponibilidade
Disponibilidade de meios de pagamento eletrônicos	✓
Disponibilidade de nota fiscal (não apenas recibo)	✓
Valores praticados (há alternativas mais baratas e mais caras?)	✓
Oferta de outros serviços de alimentação além do café da manhã? (jantar, serviço de quarto)	.
Estabelecimentos possuem fachada	✓
Há sinalização indicativa para os estabelecimentos (como chegar)	.
Disponibilidade de estacionamento para os clientes	✓
Gastronomia (itens que pontuam)	Disponibilidade
Quantidade de locais disponíveis para alimentação (café, almoço, lanche, janta)	✓
Qualidade dos locais disponíveis para alimentação	✓
Localização das opções de gastronomia (centro do município, acessíveis, bem localizadas)	✓
Os estabelecimentos possuem protocolos de prevenção ao Covid-19 implementados	.
Existem estabelecimentos que servem a gastronomia típica local?	.
Atendimento profissional e qualificado (funcionários treinados, uniformizados) assinalar NÃO caso seja feito pela própria família, informal	✓
Qualidade do atendimento prestado (profissional ou informal)	✓
Imagem, limpeza e conservação dos locais	✓
Imagem e apresentação dos alimentos	✓
Acessibilidade (entrada, circulação, banheiros)	.

Outras perguntas para compor o relatório (itens que NÃO pontuam)	Disponibilidade
Disponibilidade de meios de pagamento eletrônicos	✓
Disponibilidade de nota fiscal (não apenas recibo)	✓
Valores praticados (há alternativas mais baratas e mais caras?)	✓
Estabelecimentos possuem fachada	✓
Há sinalização indicativa para os estabelecimentos (como chegar)	.

Eventos (itens que pontuam)	Disponibilidade
O município possui calendário de eventos anual definido pela Prefeitura	.
O calendário de eventos do município é oficial e formalizado	.
O calendário de eventos anual está divulgado na internet, em canais oficiais (site da Prefeitura Municipal, página da Prefeitura no Facebook)	.
Abrangência/projeção dos eventos do município local/regional/estadual/nacional	.
Os eventos do município são bem distribuídos ao longo do ano (sazonalidade)	.
Tradição/constância dos eventos do município	✓
O município conta com pelo menos um evento sistemático cujo tema é relacionado a cultura/história/natureza/economia local (público ou privado)	✓

Outras perguntas para compor o relatório (itens que NÃO pontuam)	Disponibilidade
O município realiza eventos com fins econômicos/geração de negócios tais como: feiras, exposições de produtos, remates, shows e festivais... (públicos ou privados)	.
O município realiza ou recebe eventos esportivos (corridas, caminhadas, passeios ciclísticos, mountain bike, surfe...) (públicos ou privados)	.
O município realiza ou recebe eventos acadêmicos (congressos, seminários...) ligados a universidades e/ou instituições de ensino e pesquisa (públicos ou privados)	.

Atrativos Econômicos (itens que pontuam)	Disponibilidade
As atividades econômicas desenvolvidas no município são exploradas turisticamente (é possível fazer visitas guiadas ou técnicas, comprar	.

produtos típicos ou “de fábrica”; qualquer pessoa consegue agendar/fazer, há um roteiro pré-definido e divulgado; não depende de alguém que conheça “o dono” para ter acesso aos locais)	
As atividades econômicas desenvolvidas no município têm potencial de exploração turística	✓
O município explora econômica/turisticamente seus atrativos naturais, culturais ou históricos por meio de empreendimentos de hospedagem e gastronomia	.
O município possui pelo menos um 'produto local' marcante (artesanato, comida, bebida...)	✓
O município explora turisticamente o 'produto local' marcante	.
Disponibilidade de 'produto local' (facilidade de encontrar/comprar)	✓
O município possui produtos de artesanato local	.
O município possui perspectivas de investimentos diretos ou indiretos em turismo	.
Outras perguntas para compor o relatório (itens que NÃO pontuam)	Disponibilidade
O município faz parte de algum cluster ou APL...?	.
O município possui empreendimentos de turismo rural? (campings, piscinas, café colonial, almoços, pousadas...)	.
O município possui locais de valorização e/ou comercialização do artesanato local (existência de cooperativas, associações, Casa do Artesão, feiras de artesanato...?)	.
O município possui feiras de agricultura local ou de produtos caseiros?	.
Atrativos Naturais (itens que pontuam)	Disponibilidade
O município possui atrativos naturais explorados turisticamente? (praias, montanhas, serra, lagos, lagoas, laguna, áreas de proteção ambiental, reservas ecológicas, florestas...?)	.
O município possui atrativos naturais com potencial de exploração turística? (praias, montanhas, serra, lagos, lagoas, laguna, áreas de proteção ambiental, reservas ecológicas, florestas...?)	✓
A visitação aos principais atrativos é sistematizada OU os locais são de fácil acesso? (possui horários específicos de visitação, roteiros definidos e estruturados? Estes roteiros estão divulgados/acessíveis a qualquer pessoa?)	.

É possível fazer por conta própria ou é necessário contratar guia/agência?)	
Há transporte municipal para os principais atrativos?	•
Quanto a qualidade da infraestrutura física disponível nos principais atrativos	•
Quanto a disponibilidade de serviços de alimentação nos atrativos	•
Quanto as condições/qualidade das ruas de acesso aos atrativos	•
Quanto ao estado de conservação/manutenção dos locais	•
Atrativos Históricos e Culturais (itens que pontuam)	Disponibilidade
O município possui elementos que tornam “tangível” a história do local (monumentos, prédios, museus, arquitetura, casas de cultura, igrejas...	•
Estes elementos são explorados turisticamente?	•
Estes elementos possuem potencial de exploração turística?	•
A visitação aos principais atrativos é viável e sistematizada (são locais públicos ou privados? Horários específicos de visitação? Há roteiros definidos e estruturados? Estes roteiros estão divulgados/acessíveis a qualquer pessoa? É possível fazer por conta própria ou é necessário contratar guia/agência?)	✓
Quanto a qualidade da infraestrutura física disponível nos principais atrativos	✓
Quanto a qualidade do atendimento presencial prestado nos principais atrativos	•
Quanto as condições/qualidade das ruas de acesso aos atrativos	✓
Quanto ao estado de conservação/manutenção dos atrativos	✓
Governança e Cooperação (não pontua, apenas descritivo)	Disponibilidade
O município conta com uma Secretaria de Turismo?	•
O município conta com pelo menos um profissional de turismo (turismólogo, guia...) na equipe?	•
O município possui um Plano de Turismo?	•

O Plano de Turismo está em execução?	.
O município possui um Conselho de Turismo?	✓
O Conselho de Turismo está em funcionamento? (reuniões e ações regulares, sistematizada)	.
O Conselho de Turismo é composto por membros de diferentes setores/segmentos importantes para o turismo?	✓
O município possui alguma organização, associação, projeto (não governamental) em prol do turismo?	.
O município realiza monitoramento do seu fluxo turístico? (possui indicadores atualizados)	.
O município possui compreensão sobre o seu perfil de turismo? (quem são os visitantes, o que fazem na cidade...)	.
Os atores tem um bom nível de engajamento na causa do turismo no município	.

