



Plano Municipal de Turismo

Vicente Dutra



Ficha Técnica

COORDENAÇÃO GERAL E REALIZAÇÃO

Sebrae-RS | Sicredi Conexão

Prefeitura de Vicente Dutra

Prefeito – Tomaz de Aquino Rossato

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: Acervo/Prefeitura

Sumário

Mensagem do Sebrae-RS e do Sicredi	5
Apresentação e Metodologia	7
Análise Macroambiental – Turismo	11
Tendências pós-pandemia	14
Apresentação do Território	18
Histórico de Vicente Dutra	18
Vicente Dutra no Mapa do Turismo Brasileiro e o Médio Alto Uruguai	19
A região Águas e Pedras	21
Dados do Município	23
Governança Municipal do Turismo	24
Secretaria responsável	24
Conselho Municipal de Turismo e Fundo Municipal de Turismo	24
Oferta Turística	25
Atrativos históricos e culturais	25
Atrativos naturais	28
Atrativos econômicos	31
Eventos	34
Rotas e Roteiros Turísticos	35
Infraestrutura	37
Acesso e transporte	37
Apoio ao Turista e Conveniências	40
Hospedagem	41
Gastronomia	43
Aspectos Impulsionadores e Limitadores	45
Marketing	51
Presença e informações disponíveis na Internet	51
Posicionamento, identidade e visão	52
Síntese – IPM Unisinos	56
Plano de Ações	58
Avaliação e encaminhamentos	67
Monitoramento – Conclusão	70
Referências	72

Anexo I – Lista de Presença	74
Anexo II – Foto das atividades	76
Anexo III – Convite para a comunidade	79
Anexo IV – Avaliação de Turismo - IPM Unisinos	80

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 Vicente Dutra, 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.

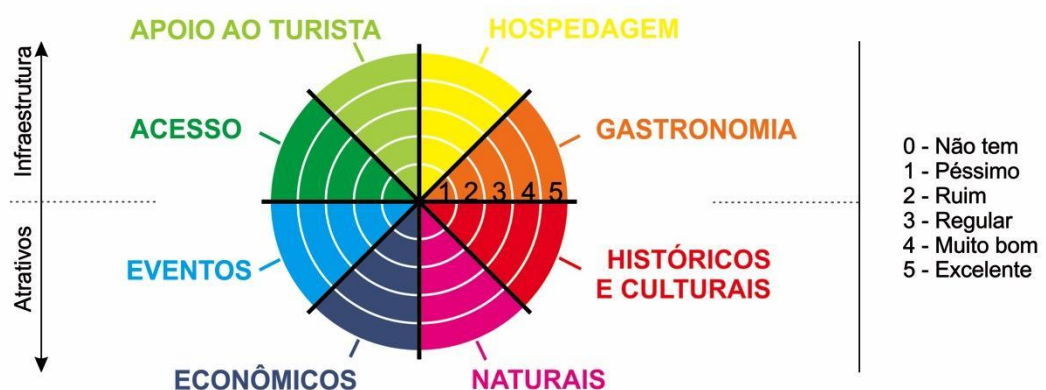
O radar foi elaborado dentro do projeto de Desenvolvimento do Turismo Regional, uma parceria entre Sicredi Conexão e Sebrae-RS, com o objetivo de identificar as oportunidades e os desafios do turismo regional do Alto Uruguai, região turística Águas e Pedras, contribuindo assim para o seu desenvolvimento.

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
Ecossistemas 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 Vicente Dutra

O ano de 1912 é marcado pela chegada do político argentino, André Maldani, na região que desconhecia a existência da água, e do político e revolucionário maragato perseguido pelos inimigos na região de Palmeira das Missões, João do Prado, que acaba se refugiando nas sertanias em direção ao Rio Uruguai. Ambos acabam descobrindo a **fonte das águas minerais**, algumas quentes e outras frias.

Ao montar acampamento nas proximidades das fontes de águas, João do Prado passa a observar e a compreender a sua relevância. Por serem águas quentes e salgadas, formavam uma extensão banhada com um lodo preto, com odor de enxofre, e havia a presença de animais selvagens e de bandos de milhares de aves, originárias da floresta, que abasteciam-se nas águas e degustavam o lodo preto. Desta forma, João do Prado entendeu que se tratava de **águas termo-minerais**, e passou a divulgar a descoberta.

Em 1916, na capital gaúcha, a água e o barro da região são examinados e valida-se a existência de **propriedades curativas** dos mesmos. É a partir desta comprovação que o processo de colonização e povoação da região tem início, em 1917, onde os primeiros moradores foram atraídos pelas fontes de águas termais. Tanto as fontes quanto o povoado receberam o nome do descobridor: Fontes do Prado, Águas do Prado, Vila Prado e Novo Prado.

Na história do município, um dos fatos relevantes é a passagem da Coluna Prestes, em 1924, quando vários moradores apavorados fogem para Santa Catarina e para a Argentina. Pode-se dizer que Vicente Dutra tem origem na descoberta de uma fonte de água com poder laxativo e medicinal no território. A cidade recebe o nome de Vicente Dutra, em homenagem ao médico pioneiro na região, que foi o primeiro prefeito de Iraí, município ao qual a cidade pertencia antes da emancipação.

Em 1933, a região é elevada à categoria de 2º distrito de Iraí com nome de Vila do Prado, por ato do então prefeito de Iraí, o médico Vicente Dutra. No ano de 1948, o distrito passa a ser chamado de Novo Prado. Já em 1950, é denominado Vila

de Vicente Dutra, em homenagem ao administrador de Iraí e, no ano de 1954, foi transferido do município de Iraí para Frederico Westphalen. Em divisão territorial datada do ano de 1955, o distrito de Vicente Dutra pertencia ao município Frederico Westphalen. Em 1964 inicia-se o processo de **emancipação**, e ocorre em 1965 o plebiscito que decide pela emancipação, sendo instalado em 14 de maio de 1966. Assim permanecendo em divisão territorial datada de 2009.

Vicente Dutra 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 Vicente Dutra 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. **Vicente Dutra** está classificado na **categoria D** do Mapa. No **Cadastur**², cadastro dos prestadores de serviços turísticos do Ministério do Turismo, atualmente existem 1 estabelecimento cadastrado na categoria “restaurante, cafeteria, bar e similares”, 1 agência de turismo

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/>

e 1 meio de hospedagem. **No total, são 3 prestadores de serviços turísticos registrados no Cadastur.**

O **Médio Alto Uruguai** é outra regionalização importante da qual Vicente Dutra 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, Seberi, Taquaruçu do Sul, Trindade do Sul 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**.

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.

A região Águas e Pedras

Ao analisar o turismo na região Noroeste do Estado 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. Vicente Dutra 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 4.530 habitantes (IBGE – 2021)

Orçamento do Município para 2022: R\$ 23.800,000,00

PIB per capita R\$ 21.695,46 (2020)

IDHM: 0,638 (IBGE -2010)

Gentílico: dutrense

ÁREA DO MUNICÍPIO

Área do município: 193 km²

Acessos: Caiçara e Mondaí (SC)

Bairros: 06

Distância da Capital (POA): 486 Km

LOCALIZAÇÃO E CARACTERÍSTICAS FÍSICAS

Unidade federativa: Rio Grande do Sul – RS

Mesorregião: Noroeste Rio-grandense

Microrregião: Frederico Westphalen

Latitude: Sul – 27°8'59" Sul

Longitude: West Greenwich – 53°23'26" oeste

Altitude: 214m

Temperatura: média de 15.5°C - no verão chega a 45°C; no inverno pode chegar a 0°C

Governança Municipal do Turismo

Secretaria responsável

Vicente Dutra conta com uma **Secretaria de Turismo** em funcionamento. No entanto, no momento, os assuntos tratados pela secretaria são voltados apenas a questões de arborização, infraestrutura e limpeza urbana, não havendo nenhum tipo de pauta voltada especificamente para o turismo. Foi possível perceber que a prefeitura tem o interesse em fazer constantes melhoramentos na cidade e em seus atrativos, o que tem impacto direto no turismo, porém não há, no momento, a perspectiva de tratar o turismo de maneira específica no município.

Conselho Municipal de Turismo e Fundo Municipal de Turismo

Não há Conselho Municipal de Turismo (Comtur) e nem Fundo Municipal de Turismo implantados por Lei em Vicente Dutra.

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, é fundamental que se comunique a agenda atualizada dos eventos. 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

Foi possível identificar em Vicente Dutra apenas três atrativos nessa dimensão: a **Praça Municipal Ítalo Dal Paz**, o **Santuário Nossa Senhora Aparecida**, que fica junto à praça, e a **Paróquia Nossa Senhora dos Navegantes**. O município não possui outros atrativos, como museus, galerias de arte, teatros e parques, além de haver poucos prédios históricos e igrejas. Vale ressaltar que há em Vicente Dutra uma **reserva indígena** da etnia Kaingang Rio dos Índios, que ocupa parte das terras próximas ao perímetro urbano. Embora os índios estejam, de certa forma, integrados à zona urbana, não foi possível identificar a manifestação de sua cultura, artesanato, ou outro tipo de expressão em nenhum ponto do município, algo que poderia ser repensado em termos de propostas culturais.

A **Praça Municipal Ítalo Dal Paz** é o coração da cidade e concentra, em seu entorno, os pontos mais importantes do município, como a rodoviária, prefeitura,

padaria, restaurante, hotéis, além do Balneário Municipal do Prado. A praça conta com amplo gramado e área verde, com diversas árvores, coqueiros, bancos, caminhos com calçamento, além de um açude que possui uma pequena “ilha” ao centro, com acesso por meio de uma ponte de madeira ornamental. Ao centro da ilha, há uma placa antiga e deteriorada que fala sobre as propriedades do barro medicinal da cidade. No entanto, não há na praça nenhum local que possibilite acesso à lama medicinal.

Foto 1: Praça Municipal Ítalo Dal Paz



Fonte: IPM Unisinos

Além da área verde e de lazer, a praça também conta com um palco para shows, banheiros públicos, bem como um espaço que concentra alguns estabelecimentos comerciais, como barbearia e salão de beleza. É possível encontrar também o **Santuário Nossa Senhora Aparecida**, local coberto e calçado, com bancos em seu entorno, que resguarda, ao centro, uma pequena gruta com a Nossa Senhora Aparecida e uma torneira de água, onde é possível ter acesso gratuito à água mineral de Vicente Dutra.

Por fim, a **Paróquia Nossa Senhora dos Navegantes** teve sua primeira expressão no município no ano de 1929, quando um padre jesuíta que estava de passagem por Vicente Dutra, vindo de Palmeira das Missões, rezou uma missa às famílias que ali estavam, utilizando a sombra de uma árvore. Neste local, foi construída a primeira capela da cidade, com madeiras rústicas e tábuas serradas, inaugurada em fevereiro de 1932. Nossa Senhora dos Navegantes foi escolhida como padroeira por conta do alto número de balseiros que tinha na cidade, que corriam muito perigo ao

transportar madeira pelo Rio Uruguai apenas durante enchentes (por conta da navegabilidade), e que a tinham como protetora. Atualmente, a paróquia está sendo reformada e revitalizada.

Foto 2: Santuário Nossa Senhora Aparecida



Fonte: IPM Unisinos

Foto 3: Paróquia Nossa Senhora dos Navegantes



Fonte: IPM Unisinos

Analisando os principais elementos e informações levantadas na categoria Históricas e Culturais, constata-se que os atrativos existentes nessa dimensão são mais **voltados ao lazer e beneficiamento da população local, não tendo foco turístico**. Embora a Praça Municipal Ítalo Dal Paz apresente ampla área de lazer, além da fonte de água mineral disponibilizada no Santuário Nossa Senhora Aparecida, que pode atrair, eventualmente, pessoas em busca da água mineral da cidade, esses atrativos não demonstram elementos suficientemente capazes de atrair turistas no momento. No entanto, são espaços que podem ser **complementares na oferta turística geral**, servindo de apoio para outros atrativos com maior vocação turística.

Já a Paróquia Nossa Senhora dos Navegantes, que atualmente é mais voltada a receber os fiéis do município, pode ser um espaço de **realização de eventos** religiosos e em prol da **cura** de enfermos, já que muitos buscam o município com o intuito de se curar de eventuais problemas de saúde utilizando a água mineral e a lama medicinal. O espaço físico da Praça Municipal Ítalo Dal Paz também possibilita a realização de diferentes tipos de eventos, shows, feiras, manifestações culturais, entre outros. Um ponto positivo é que, tanto a praça, quanto a paróquia, estão em processo de manutenção e melhoramento, o que contribui diretamente para ações na linha do turismo.

Atrativos naturais

Os principais atrativos naturais de Vicente Dutra são o **Balneário Municipal do Prado**, a **lama medicinal**, a **água mineral e termal**, bem como o **Rio Uruguai**, sendo esta uma das dimensões de maior potencialidade no município. Além dos atrativos citados, a cidade também conta com belas paisagens proporcionadas pelo seu relevo irregular, tanto no centro urbano, quanto no interior, que contribuem com uma vista privilegiada.

O **Balneário Municipal do Prado** costumava ser o principal atrativo da cidade há aproximadamente 15 anos. O local chegava a receber até 900 pessoas em um único dia aos finais de semana, que buscavam no balneário o acesso a 3 piscinas externas, piscina interna aquecida, hidromassagem, sauna, todos com água mineral, além dos tratamentos de saúde oferecidos no local, especialmente com a lama medicinal. Havia,

na época, enfermeiras e auxiliares de enfermagem que cuidavam da saúde e da pressão das pessoas mais idosas nas piscinas, por conta da água quente, além de profissionais responsáveis pelos demais tratamentos. O acesso ao balneário era gratuito, sendo que apenas os tratamentos medicinais eram cobrados à parte. Atualmente, o balneário encontra-se desativado, sendo que uma das propostas da administração pública atual é justamente a revitalização e retomada das atividades do local.

Foto 4: Piscina térmica no Balneário Municipal do Prado



Fonte: IPM Unisinos

Foto 5: Área Externa do Balneário Municipal do Prado



Fonte: IPM Unisinos

A **água mineral e termal** de Vicente Dutra possui propriedades laxativas e medicinais. Segundo consta na história da cidade, as águas, desde os primórdios, chamaram a atenção por conta de suas características, havendo fontes de águas quentes e salgadas no município, que seriam as águas minerais termais. A **lama medicinal** também é formada por conta da quantidade de minérios da água e do solo, sendo benéfica para diversos tipos de patologias, como doenças reumáticas, doenças de pele, dores musculares, gota e tratamentos estéticos. Atualmente, é possível ter acesso gratuito à água mineral de Vicente Dutra por meio da fonte presente no Santuário Nossa Senhora Aparecida, na praça do município. Já a lama medicinal está presente em uma região específica da cidade, e a única forma de se ter acesso a ela, atualmente, é por meio do empreendimento Águas do Prado, onde a lama é vendida em potes a partir de um quilo e já está peneirada e pronta para uso.

Já o **Rio Uruguai**, que faz parte da divisa do município com o Estado de Santa Catarina, possui indiscutível beleza e relevância para Vicente Dutra. Sua silhueta sinuosa proporciona vistas incríveis aliadas ao relevo da cidade. Atualmente, não há nenhum tipo de exploração turística do rio, sendo um espaço que eventualmente é aproveitado pela população local para atividades como a pesca esportiva ou para consumo. Uma vantagem é o fato do rio ser de fácil acesso e estar muito próximo da área urbana, o que facilita a criação de produtos turísticos que aproveitem sua estrutura.

Foto 6: Rio Uruguai



Imagem cedida por Diego Perdoncini

Analisando as informações levantadas na categoria Atrativos Naturais, é possível observar que uma das grandes **potencialidades** da cidade se encontra nessa dimensão. Em geral, mesmo após anos de fechamento do Balneário Municipal do Prado, Vicente Dutra ainda é amplamente lembrado por sua lama medicinal e tratamentos que eram feitos no Balneário, **sendo a lama medicinal um dos maiores diferenciais da cidade**. No entanto, vale ressaltar que, no momento, embora todos os pontos abordados tenham grande potencial, não há nenhuma oferta de atrativos em pleno funcionamento nesta dimensão, sendo que a **avaliação final** de Atrativo Naturais levou em conta, especialmente, a representatividade da lama medicinal, que além de diferenciar Vicente Dutra das demais cidades da Rota Águas e Pedras, é também o que dá o tom do posicionamento turístico do município, mesmo que indiretamente.

Portanto, a reativação do Balneário Municipal do Prado pode ser um importante passo para a retomada do turismo no município, assim como a criação de outros produtos e experiências que envolvam a água mineral e termal e a lama medicinal, como a venda desses produtos com marca própria do município, ofertas de hotelaria que alie esses tratamentos em uma perspectiva mais refinada e exclusiva, espaços terapêuticos especializados, entre outros. A exploração do Rio Uruguai também possui grande apelo. No entanto, é necessária a criação de **infraestrutura** no local, como acesso adequado, serviços de apoio e lazer, além da possibilidade de se ter uma infraestrutura para a prática de esportes náuticos e aquáticos, pesca, realização de passeios de barco, áreas de camping, trilhas ecológicas no entorno do rio, restaurantes e equipamentos hoteleiros, entre outros.

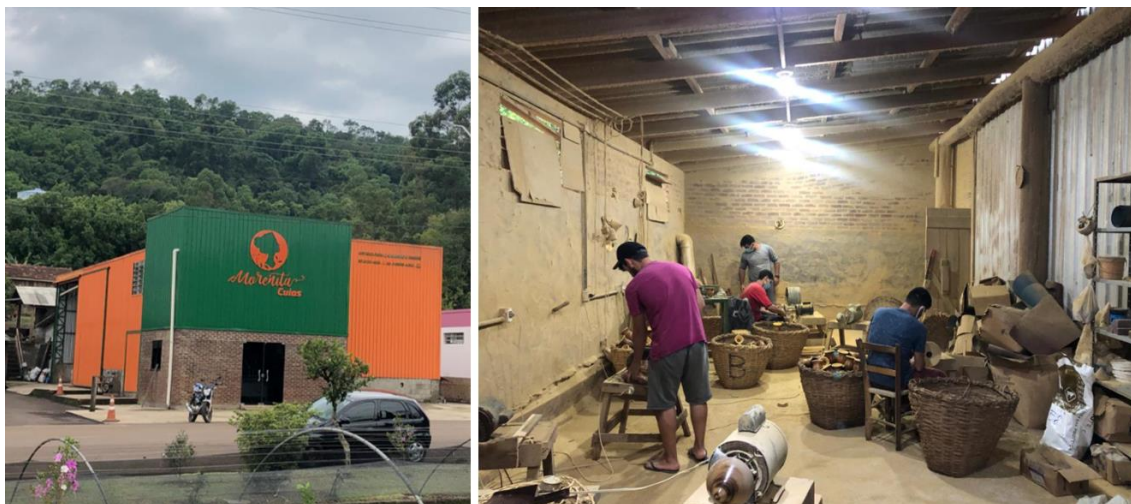
Atrativos econômicos

A economia de Vicente Dutra está baseada, sobretudo, na **agricultura**, com destaque para a **produção de porongos**, sendo um dos maiores produtores de porongo do Brasil, além da produção de soja, milho, fumo e trigo. Segundo a equipe da prefeitura, Vicente Dutra é a **Capital Nacional do Porongo**, e é a produção, tratamento e venda deste produto que apoia fortemente a economia do município. Os produtos

que geralmente são feitos a partir do porongo são voltados ao artesanato, como casas de passarinho e cuias para chimarrão. Ao andar na cidade, é possível ver diversas lojas de cuias, de vários tipos, bem como fábricas especializadas não só na produção de cuias, mas também na sua personalização.

Um exemplo nessa linha é a **Morenita Cuias**, que fabrica cuias personalizadas sob encomenda e em grandes lotes, geralmente adquiridas por empresas que desejam presentear clientes, colaboradores, entre outros. A fábrica de cuias fica bem localizada, no centro da cidade, e é para lá que os porongos são levados para serem transformados em cuias. Há, inicialmente, um processo de tratamento, lixação, pintura e acabamento dos porongos, tudo feito de maneira artesanal e manual, sendo que a segunda etapa é a gravação dos elementos personalizáveis nas cuias por uma máquina a laser. No momento, a empresa não faz nenhum tipo de *tour* guiado pelo processo produtivo, porém mostrou-se aberta a pensar em produtos turísticos nesse sentido. No local, há uma pequena loja de fábrica, aberta de segunda a sábado, onde é possível comprar as cuias fabricadas pela marca.

Foto 7: À esquerda, fachada da Morenita Cuias, e à direita, processo produtivo na fábrica



Fonte: IPM Unisinos

Vale ressaltar que diversas famílias da cidade são beneficiadas com a produção e venda de porongos, bem como de produtos fabricados a partir dos porongos. Por conta disso, há uma grande rivalidade entre eles, sendo que nunca foi

possível a formação de uma cooperativa em prol dos produtores, para troca de mudas de qualidade ou mesmo para planejar ações maiores, por exemplo, já que não há esse tipo de cooperação.

Pode-se considerar, dessa forma, que um dos **produtos locais marcantes** do município são os itens fabricados a partir dos porongos, em especial as **cuias**, produzidas de maneira artesanal e vendidas em diversos estabelecimentos da cidade. Além das cuias, cita-se também, como produto local marcante, a **lama medicinal**, sendo o elemento pelo qual a cidade costuma ser lembrada e associada.

No momento, há apenas um lugar onde é possível ter acesso à lama medicinal para compra ou tratamentos, que é o Balneário **Águas do Prado**. O Águas do Prado é um empreendimento gerenciado pela Associação Amigos do Prado, que conta com piscina externa, piscina interna térmica, tratamento de lama medicinal, sauna, massagem, além de uma área externa com natureza, camping, churrasqueiras, áreas de lazer e cabanas. Grande parte das cabanas do local é de propriedade particular dos associados, porém há cabanas disponíveis para aluguel, que variam de R\$ 100 a R\$ 280. Para alugar as cabanas, é necessário entrar em contato com antecedência com o local.

Para quem não é associado, também é possível usufruir da infraestrutura a partir do pagamento das atividades. O acesso às piscinas, por exemplo, tem o valor de R\$ 30 a diária. Para usar as churrasqueiras e a infraestrutura de lazer, é R\$ 50, já os tratamentos com lama medicinal variam de R\$ 40 a R\$ 70. Quando o visitante chega ao local, ele geralmente é encaminhado ao centro de saúde, onde conversa com profissionais especializados e define os tratamentos. O Águas do Prado costuma receber os munícipes, associados, visitantes diversos, além de excursões. Ressalta-se que a proposta geral do empreendimento é boa, porém a **infraestrutura** do local carece de **manutenção e aprimoramento**, não sendo tão atrativa do ponto de vista turístico. Além disso, para quem não é da cidade, o reconhecimento do local é difícil, já que sua fachada apresenta uma placa pequena com os dizeres “Sejam Bem Vindos - Águas Termais/ AAAP”, não ficando claro que se trata do Águas do Prado.

Analisando as informações levantadas na categoria Atrativos Econômicos, conclui-se que as atividades econômicas e os produtos típicos locais de Vicente Dutra já **são explorados turisticamente** de alguma forma, especialmente por meio do

Balneário Águas do Prado. A produção e venda de cuias em diversos lugares da cidade também facilita o acesso a esses produtos, porém ainda há ampla possibilidade de desenvolvimento e aprimoramento nessa questão, como a exploração do processo produtivo das cuias de maneira turística, a realização de feiras para o consumidor final e feiras para geração de negócios diversos.

Por fim, ressalta-se que o Balneário Águas do Prado possui grande potencial de atração de turistas, porém é necessário maiores informações e divulgação do local, que possui pouca presença *on-line*, além do melhoramento da infraestrutura para que, de fato, seja atrativo do ponto de vista turístico. Com relação à **lama medicinal**, sugere-se que mais pontos da cidade possam comercializar e explorar o produto, além de comunicar efetivamente a sua venda por parte das Águas do Prado.

Eventos

No site da Prefeitura de Vicente Dutra existe, junto à aba “imprensa”, uma página destinada aos eventos do município. No entanto, ao entrar na página, ela **encontra-se em branco**, não sendo possível obter nenhuma informação. Em outros espaços dentro do site, também não é possível encontrar dados substanciais sobre os eventos da cidade. Segundo a prefeitura, **não há a ocorrência de eventos** em Vicente Dutra há muitos anos e, por tal motivo, não existe a divulgação de um calendário de eventos oficial.

Durante a pesquisa, identificou-se que a cidade era famosa por fazer um evento voltado a corridas no estilo “quilômetros de arrancada”, popularmente chamado de “**arrancadão**”. O evento costumava atrair até 20 mil pessoas para a cidade, segundo a equipe da prefeitura, e movimentava corredores da região, do Rio Grande do Sul e de outros Estados.

No momento, portanto, **não há eventos sendo realizados na cidade**. A única movimentação nesse sentido é promovida por grupos independentes, como grupos de trilheiros, que eventualmente fazem encontros em Vicente Dutra, especialmente o grupo intitulado “Kavokavala Vicente Dutra”. No entanto, são iniciativas esparsas e que não são apoiadas ou incentivadas pela prefeitura.

Como **oportunidades** nessa linha, ressalta-se a possibilidade de retomar eventos que tenham grande representatividade para a cidade, além de criar e realizar eventos que explorem produtos da cultura e economia local, como a produção de porongos e cuias, eventos esportivos, eventos voltados a exploração da água mineral termal e da lama medicinal, entre outros. A construção de uma proposta para a comemoração do aniversário do município, que ocorre no dia 14 de maio, também é uma possibilidade. Ressalta-se que a criação, divulgação e consequente consolidação de eventos é um ponto importante para o desenvolvimento do turismo em um município, atentando-se também para a definição de um **calendário de eventos oficial**, bem como sua divulgação em diferentes meios de comunicação, físicos e digitais.

Rotas e Roteiros Turísticos

Segundo o Mapa do Turismo Brasileiro, do Ministério do Turismo, o Município de Vicente Dutra 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, Vicente Dutra 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 Vicente Dutra, 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 do Yucumã**, a mais extensa queda d'água longitudinal do mundo, localizada no Parque Estadual do

Turvo, na divisa com o Uruguai. Vicente Dutra situa-se a cerca de 86 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 do Município de Vicente Dutra, **não há roteiros turísticos elaborados** e em pleno funcionamento. Vale ressaltar que, há aproximadamente 15 anos, Vicente Dutra era uma referência em turismo na região, recebendo um grande volume de visitantes que procuravam a cidade para lazer e tratamentos diversos no Balneário Municipal do Prado. Por conta da falta de investimentos e a conseqüente deterioração do balneário, as visitas pararam de acontecer, sendo que hoje não há nenhum movimento turístico expressivo no município.

Infraestrutura

Acesso e transporte

Vicente Dutra localiza-se a cerca de 457 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 6h2min quando percorrido de carro. Há também a opção de utilizar a **BR-386** até Soledade e depois a **BR-158**, seguindo por Espumoso em direção a Panambi e Palmeira das Missões, num trajeto de 533 quilômetros e aproximadamente 7 horas de viagem.

Para quem viaja de **ônibus** de Porto Alegre, não há opção de transporte direto para o Município de Vicente Dutra. A viagem necessita ser feita em dois trechos: **de Porto Alegre para Frederico Westphalen e de Frederico Westphalen para Vicente Dutra**. A empresa **Ouro e Prata** disponibiliza a viagem de **Porto Alegre para Frederico Westphalen** com **dois horários de partida diário** na modalidade **comum ou semi-direto**, cujo valor médio da passagem varia entre R\$ 130,80 a R\$ 156,05 (com ou sem seguro). A viagem pode durar até 7h30min na modalidade comum, sendo um pouco mais rápida na semi-direta, levando 5h40min para fazer o percurso.

Em relação a **Frederico Westphalen**, principal centro de influência de Vicente Dutra, o município localiza-se a 28,6 quilômetros de distância. A empresa de ônibus Arco Íris realiza **transporte intermunicipal** entre Vicente Dutra e Frederico Westphalen, havendo três horários de partida: 5h50min, 11 horas e 16 horas, durante a semana nas segundas, quartas e sextas, sendo que nos finais de semana não há transporte disponível. As passagens custam em média R\$ 13,50 e 14,50 (sem ou com seguro) e as viagens levam em torno de 45 a 50 minutos. Em comparação à **Passo Fundo**, região de influência intermediária de Vicente Dutra, o município está localizado a 214 quilômetros de distância, quando utilizado o percurso rodoviário mais curto, via a BR-285 e BR-386.

Em relação aos **outros municípios da Rota Águas e Pedras**, Vicente Dutra faz divisa com **Caiçara** e **Iraí**, que localizam-se a 18,3 quilômetros e a 26,2 quilômetros de

227.500 habitantes e está a 110 quilômetros de distância, além da **região Oeste** de Santa Catarina como um todo, o que representa um potencial de fluxo turístico originado no Estado vizinho.

Para acessar a cidade de Vicente Dutra, é necessário trafegar pela BR-158, passar pela cidade de Frederico Westphalen e entrar na **ERS-150**. A ERS-150 passa por Caiçara e vai até Vicente Dutra, que é o fim da linha desta via. Ao chegar no município, não foi possível identificar nenhum pórtico de entrada ou sinalização turística que identificasse o nome da cidade. Vicente Dutra conta com uma **estação rodoviária**, em frente à Praça Municipal Ítalo Dal Paz, porém estava fechada no dia da visita, não sendo possível coletar nenhum tipo de informação sobre horários de ônibus. O local possui uma estrutura simples, com um banco de madeira e um toldo de cobertura, e há uma pequena loja de cuias anexa ao espaço.

Foto 8: Rodoviária de Vicente Dutra



Fonte: IPM Unisinos

Vicente Dutra também não conta com **site próprio na internet** para consultas de horários de viagens ou compra de passagens. Ao pesquisar no Google por “rodoviária de Vicente Dutra” ou “terminal de ônibus de Vicente Dutra”, **não há resultados** associados com essas buscas, como endereço ou telefone disponível para este fim. Portanto, só é possível obter informações sobre horários de ônibus para a

cidade a partir de sites de empresas específicas, que operam trechos no município, bem como por meio do site da rodoviária de Frederico Westphalen em relação aos ônibus que têm como origem essa cidade. Com relação a outros meios de transporte, não há **táxis** disponíveis e também não há transporte por aplicativo em funcionamento, como Uber e Garupa.

A principal **oportunidade** identificada relaciona-se à proximidade de Vicente Dutra 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). Assim sendo, 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.

Apoio ao Turista e Conveniências

Vicente Dutra possui **uma agência de turismo** registrada no **Cadastur**, assim como **1 estabelecimento cadastrado na categoria de “restaurante, cafeteria, bar e similares”** e **1 em “meio de hospedagem”**. O **turismo receptivo** é desenvolvido na região da Rota Águas e Pedras por agentes e agências de turismo, que **não necessariamente incluem** Vicente Dutra **em suas rotas e roteiros**. Os destinos mais visitados, atualmente, são Ametista do Sul, Iraí e Frederico Westphalen, além de Derrubadas, integrante da Rota do Yucumã.

Vicente Dutra **não possui CAT** - Centro de Atenção ao Turista em funcionamento ou estrutura similar para a concessão de orientações e informações turísticas. Também não foi identificada a existência de **material informativo impresso** como mapas, folders, *flyers*, elaborado e disponibilizado pelo poder público. Com relação à **sinalização**, somente as ruas que ficam no perímetro urbano são

identificadas por placas, sendo que algumas placas se encontram deterioradas. No entanto, há boa sinalização no que compete à indicação dos principais pontos de interesse do município, como hospital e Brigada Militar. Sobre a **estrutura bancária**, o município possui agências da cooperativa Sicredi e do Banrisul. Sobre a **estrutura de saúde**, a cidade conta com dois postos de saúde e um hospital de atendimento primário, recorrendo à estrutura de saúde de municípios de maior porte em casos mais complexos, graves ou de internação.

Hospedagem

Como meios de hospedagem, buscaram-se **hotéis e pousadas**. No Cadastur, **existe um meio de hospedagem cadastrado**, a **Pousada Maria Franco**. Durante a pesquisa, verificou-se a existência de ao menos mais um meio de hospedagem no município, o **Hotel Termas do Prado**. No Airbnb, ao buscar por acomodações em Vicente Dutra, a maioria dos resultados gerados se referem a opções de hospedagem em Ametista do Sul, não tendo sido identificadas alternativas especificamente no município.

A **Pousada Maria Franco**, segundo o proprietário, é a pousada de madeira mais antiga do Brasil, com 75 anos de história desde sua construção. Foi recentemente reformada seguindo os padrões originais, em uma tentativa de manter a história viva, além do objetivo de retomada mais ativa das atividades do local. A pousada conta com cinco suítes confortáveis, e tem a capacidade de hospedar até 15 pessoas concomitantemente. O público que costuma ficar ali geralmente é composto por famílias, que buscam um espaço calmo e reservado para encontros familiares, além de grupos de casais que estão pela região e pessoas que buscam tratamento de lama medicinal no empreendimento Águas do Prado.

Foto 9: Pousada Maria Franco



Fonte: IPM Unisinos

Já o **Hotel Termas do Prado** possui uma estrutura mais robusta, com maior número de quartos, todos com acomodações novas, limpas e com ar-condicionado split. As diárias dos hotéis da cidade são de R\$ 140 o casal, com café da manhã incluso. Não há estacionamento coberto em nenhuma das opções, e não há outro tipo de estrutura de lazer e entretenimento, exceto uma piscina oferecida no Hotel Termas do Prado. Para reservas na Pousada Maria Franco, é necessário entrar em contato com o estabelecimento com alguns dias de antecedência e checar a disponibilidade. Já no Hotel Termas do Prado, há maior flexibilidade, podendo tanto reservar com antecedência por telefone, e-mail ou pelo Booking, quanto diretamente no local. O **atendimento** prestado nos estabelecimentos é **informal e familiar**, porém cordial e de qualidade. Não há **acessibilidade** nos hotéis, não tendo sido identificadas rampas de acesso, elevadores e quartos adaptados.

Considerando todos estes aspectos, avalia-se a oferta de hospedagem em Vicente Dutra como **regular**, pois tem a capacidade de atender uma eventual demanda de hospedagem no município. Porém, se analisada sob o ponto de vista turístico, **nenhum dos estabelecimentos existentes oferece uma estrutura capaz de atrair ou reter turistas especificamente pela oferta de hospedagem** (mesmo a Pousada Maria Franco, que possui conotação histórica), sendo opções mais voltadas a quem está de passagem e deseja pernoitar na região, ou que deseja ter acesso a outros atrativos, como os tratamentos medicinais nas Águas do Prado.

Como **oportunidades** nesse sentido, visualiza-se a possibilidade dos estabelecimentos existentes melhorarem sua oferta de hospedagem, unindo a ela atividades de lazer, entretenimento, gastronomia, contato com a natureza, e até mesmo tratamentos com lama e água medicinal.

Também foram visualizadas oportunidades relacionadas a meios de hospedagem com foco no **turismo rural, turismo de lazer, turismo de natureza e ecoturismo**, especialmente nos espaços próximos ao rio, à natureza, à mata nativa e no interior do município. Nessa linha, propostas como chalés, pousadas, hotéis-fazenda ou outros tipos de empreendimentos, que aliem uma boa e confortável estrutura de hospedagem, gastronomia, contato com a natureza, com a vida no campo e com a oferta de experiências diferenciadas ao visitante podem ser alternativas para o desenvolvimento dessa dimensão.

Gastronomia

Como estabelecimentos gastronômicos, consideraram-se **restaurantes, cafeterias, lancherias, padarias, sorveterias, docerias**. No **Cadastur**, existe apenas **um estabelecimento cadastrado** na categoria “restaurante, cafeteria, bar e similares”, que é a **Cervejaria Wolff**. Durante a pesquisa, identificou-se que Vicente Dutra tem um **número pequeno e pouco variado de estabelecimentos de alimentação**. Os **preços são pouco variáveis** (a maioria na mesma faixa de valores), não havendo opções mais qualificadas disponíveis (nem em termos de qualidade, nem de preços mais elevados).

Foi mapeado apenas um restaurante na cidade, o **Sabor Central**, que serve almoço de segunda a sexta, com opções de pratos feitos com uma única opção por dia e preço único, além de lanches na parte da noite, de terça a domingo. Há também uma padaria na cidade que serve a la minutas e pratos feitos no almoço, porém só é possível saber essa informação pedindo indicações na cidade aos munícipes. Aos finais de semana, segundo entrevistas, há almoço no **Restaurante da Tere**, que parece ser mais voltado à população local.

Já a **Cervejaria Wolff** é uma cervejaria que fabrica diferentes tipos de chope e de cervejas artesanais. O local funciona diariamente na parte da noite e serve, além das **cervejas** e do **chope de produção própria**, lanches e porções para acompanhar. Há

também a venda das cervejas da marca em garrafas pet, tanto na cervejaria quanto em outras 30 cidades, assim como há a possibilidade de alugar chopeiras e comprar chopes em barris de até 50 litros para eventos, apenas nas cidades de Vicente Dutra e de Frederico Westphalen. Segundo o proprietário, os períodos de maior movimentação são na época de verão, por conta do fluxo de visitantes no empreendimento Águas do Prado e das pessoas que voltam à cidade para visitar seus familiares.

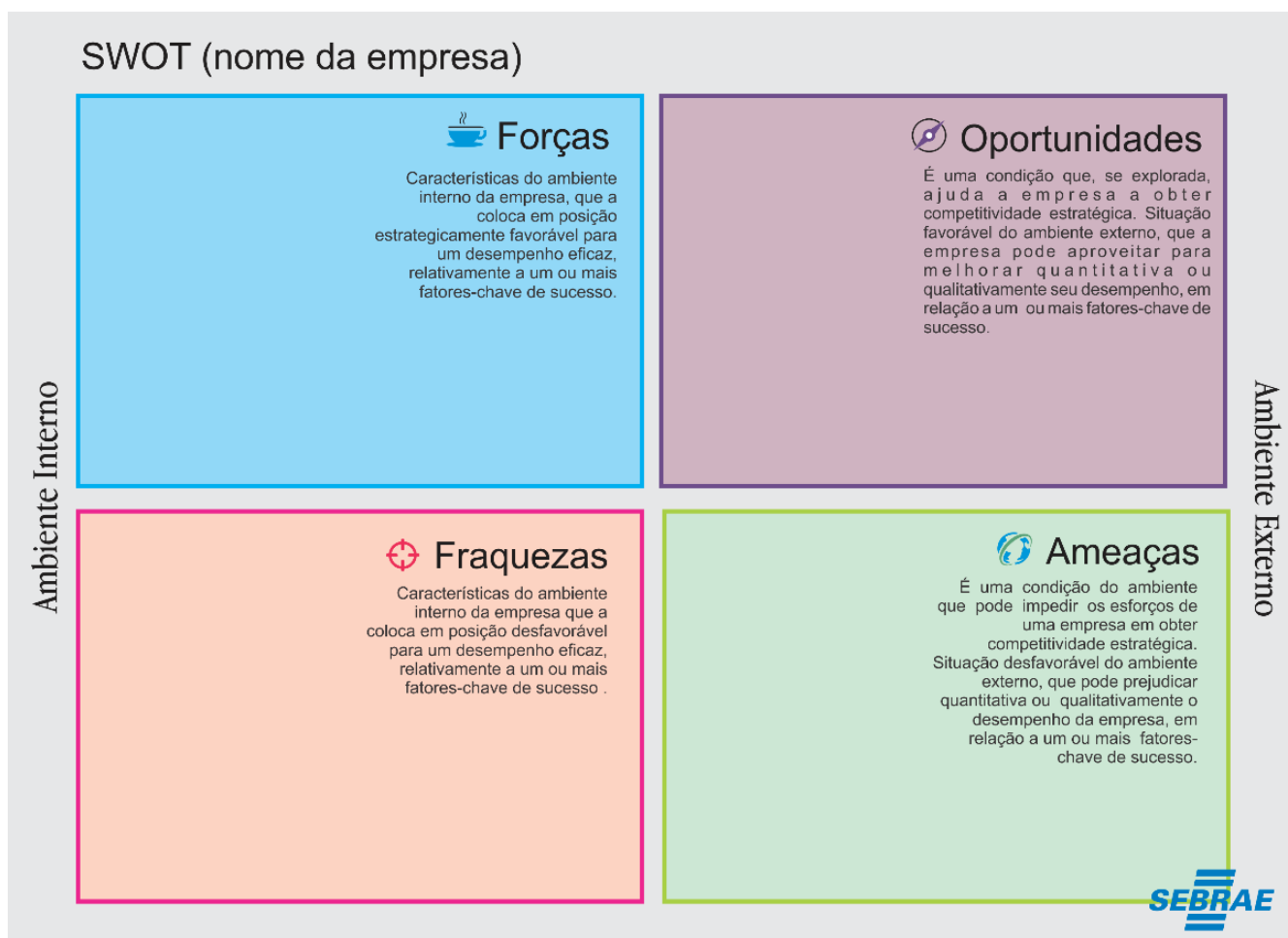
Além das opções citadas, não foi possível identificar nenhuma outra iniciativa gastronômica no município, sendo que o maior estabelecimento nesse sentido, o restaurante que ficava em anexo ao Hotel Termas do Prado, fechou recentemente. De maneira geral, quanto ao **atendimento** prestado nos estabelecimentos, trata-se de uma abordagem informal. Verificou-se que os únicos recursos de **acessibilidade** ofertados pelos estabelecimentos são rampas de acesso até o interior dos espaços, mas não há banheiros adaptados ou outras instalações nesse sentido, o que pode dificultar o acesso de pessoas com dificuldade de locomoção.

Levando em conta todos estes aspectos, considera-se que Vicente Dutra possui uma oferta gastronômica que atende parcialmente a demanda da **comunidade local** e de quem está no município **a trabalho**. No entanto, se analisadas as propostas dos locais sob o ponto de vista turístico, **a oferta gastronômica é insatisfatória**. A única exceção encontrada na cidade, que se opõe a esses parâmetros, é a Cervejaria Wolff. Contudo, o foco da cervejaria é na oferta de bebidas de fabricação própria, e não necessariamente em oferecer cardápios diferenciados na esfera gastronômica.

Por fim, sugere-se analisar a viabilidade de **criação** de novos estabelecimentos gastronômicos, seja para almoço, café, jantar e vida noturna, priorizando a qualidade dos espaços e a diversificação dos cardápios. Propostas com **foco turístico**, que explorem as belas vistas da cidade, e que ofereçam experiências gastronômicas diferenciadas, também são uma forma de atrair turistas para o município.

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"> ● Produção de porongos; ● Produção de grãos; ● Estar no Vale do Rio Uruguai; ● Rio Uruguai; ● Acesso asfáltico; ● Natureza exuberante; ● Bom fornecimento de energia elétrica; ● Bom sinal de telefonia e internet; ● Transporte eficiente na maioria das localidades; ● Organização da praça pública; ● Pavimentação asfáltica em constante manutenção. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Falta sinalização turística e de ruas e vias; ● Infraestrutura depredada; ● Não há saneamento básico; ● Poluição do rio; ● Desrespeito das Leis Ambientais; ● Estradas rurais com deficitária manutenção; ● Banheiros públicos com carência de manutenção e necessitando melhorias; ● Transporte público deficitário (interno e de ligação com outros municípios) e não há nenhum transporte turístico; ● Não há acessibilidade nos estabelecimentos/na cidade; ● Excesso de burocracia para empreender; ● Pouca oferta de empregos no município; ● Falta incentivo para a atividade agrícola; ● Falta infraestrutura para esportes.
2. Políticas Públicas: Política Pública, Cooperação Regional; Monitoramento: Pesquisa, dados; e Economia: Economia Local e Capacidade Empresarial	
<ul style="list-style-type: none"> ● Elaboração do RADAR – Estudo diagnóstico do turismo do município; ● Criação do Comtur em Lei; 	<ul style="list-style-type: none"> ● Rivalidade política interfere na gestão de projetos de longo prazo; ● Descontinuidade das ações para desenvolver o turismo;

<ul style="list-style-type: none"> ● Elaboração do Plano Municipal de Turismo; ● Parceria com Sebrae e Sicredi; ● Estar na Região Águas e Pedras. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Pouca participação da gestão pública e da comunidade nas ações em prol do desenvolvimento do turismo; ● O Comtur não conta com uma agenda de reuniões e necessita rever Lei, nominata e Regimento Interno; ● Os membros do Comtur não entendem seu papel. Não existem Câmaras Temáticas; ● Pouco envolvimento nas ações da região Águas e Pedras.
<p>3. Turismo: Serviços e Equipamentos Turísticos, Atrativos Turísticos. Sustentabilidade: Aspectos Ambientais, Aspectos Sociais e Aspectos Culturais</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ● Águas termais e minerais; ● Lama medicinal; ● Existência de alguns meios de hospedagens; ● Cabanas na margem e também dentro do rio; ● Relevo especial para a prática de esportes radicais; ● Diversidade de artesanatos; ● Balneário Municipal – com águas termais e lama medicinal; ● Águas do Prado; ● Turismo de verão; ● Existência de uma cervejaria; ● Pousada Mais Antiga do RS; ● Praça municipal com boa manutenção e qualificada; ● Capital Estadual do Porongo; ● Aldeia indígena; ● Paróquia N. Sra dos Navegantes; ● Município é lembrado por seu 	<ul style="list-style-type: none"> ● O Hotel Fazenda está desativado; ● Há poucas opções gastronômicas; ● Gastronomia não atende às exigências dos turistas; ● Em alguns dias e horários não há oferta de locais para almoçar e jantar (especialmente nos finais de semana e feriados, quando há mais turistas); ● Precariedade do balneário municipal – estruturas deficitárias e com problemas de conservação – falta atratividade; ● Não há aproveitamento da Lama Medicinal como produto turístico; ● Conflito com a Aldeia Indígena e as Águas do Prado; ● Meios de hospedagem não possuem diferencial para atração de turistas; ● Poucos empreendimentos cadastrados no Cadastur;

<p>passado como destino turístico;</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Rica história; ● Produtos agrícolas coloniais (queijos, ovos, leite, etc); ● Ginásio de Esportes; ● Mercados pela cidade; ● Lugares de lazer diversos, como as praças; ● Bailão da Boate Azul; ● CTG. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Não há rotas ou roteiros estruturados; ● Não há oferta de turismo rural; ● Carência de experiências turísticas; ● O município tem sua imagem como um destino turístico desarticulado e um local com violência (havia altos índices no passado); ● Não possui um Centro de Atendimento ao Turista.
<p>4. Capacitação – Cursos, formação, qualificação, capacitação, visitas técnicas, famtours, benchmarking, turismo seguro</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ● Envolvimento dos estudantes e professores na elaboração do Plano Municipal de Turismo. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Falta de interesse da população; ● Não há uma cultura hospitaleira; ● Não há oferta de cursos voltados ao turismo; ● Não há educação do turismo nas escolas; ● Estudantes desconhecem a oferta de hotéis e de restaurantes do município; ● Não realizam visitas técnicas locais ou para outros municípios com o turismo consolidado.
<p>5. Promoção - Marketing e Comunicação – promoção do destino</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ● Ação de alguns moradores, como o perfil @nossoprado. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Não divulgam o turismo da cidade; ● Não há um Plano de Marketing; ● Não há um site do turismo; ● Não há fôlderes, mapas e impressos para divulgação turística; ● Não há mídias sociais focadas na divulgação do turismo do município;

	<ul style="list-style-type: none"> ● Não trabalham com marketing de influência; ● Não há uma marca do destino turístico.
6. Eventos: Estabelecer um calendário de eventos (foco no turismo) – existentes e novos	
<ul style="list-style-type: none"> ● Realização de festas comunitárias; ● Festa Italiana no Distrito de Laranjeiras. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Não há um calendário de eventos; ● Eventos não são divulgados com o foco na atração de turistas; ● Não há nenhum evento promovido pelo setor público.
7. Monitoramento – pesquisa, perfil e fluxo, Observatório do Turismo, impacto do turismo	
<ul style="list-style-type: none"> ● Elaboração do RADAR – diagnóstico do turismo do município. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Não há pesquisas sobre perfil, fluxo e impacto do turismo; ● Não há dados sobre a oferta turística.
<p style="text-align: center;">AMEAÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Condições climáticas extremas/enchentes; ● 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 	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Localização estratégica regional/estadual: Região Águas e Pedras e proximidade de Frederico Westphalen; ● Interesse por lugares em meio a 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+;

para a política do turismo;

- Ambiente político nacional instável.

- 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 Vicente Dutra possui uma seção identificada como “turismo”. No entanto, as únicas informações que constam na página são a indicação de dois pontos turísticos da cidade: o Balneário Municipal do Prado e a Praça Municipal Ítalo Dal Paz, sendo que não há nenhuma informação adicional além do nome dos atrativos. No site da prefeitura, também há ícones de acesso rápido às redes sociais oficiais do município, como Facebook, Instagram, Twitter, Youtube e Google. No entanto, a grande maioria dos ícones não leva a nenhuma página, sendo que o **único perfil oficial da prefeitura** identificado nessas redes foi uma página no **Facebook**³. Nela, há informações sobre atualizações gerais do município, como a realização de serviços e demais ações realizadas pela prefeitura, sendo que não há foco em divulgar atrativos ou atividades turísticas do município ou da região.

Ao buscar sobre “turismo em Vicente Dutra” no Google, o primeiro resultado é o site **TripAdvisor**, portal que fornece informações e opiniões de viajantes sobre serviços e atrativos turísticos do mundo todo. Os atrativos, hotéis e restaurantes apresentados na página de Vicente Dutra no TripAdvisor são de outras cidades, como Iraí e Mondaí, em Santa Catarina. A única indicação em Vicente Dutra refere-se ao Hotel Termas do Prado, não havendo destaque para pontos ou estabelecimentos turísticos localizados, de fato, no município. O próximo resultado da busca lista a página de turismo⁴ 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 Vicente Dutra. Vale ressaltar que as informações de todas as seções estão desatualizadas, sendo que a grande maioria dos estabelecimentos mencionados já não existem mais no município, por exemplo, e outros não estão em pleno funcionamento.

³ <https://www.facebook.com/municipiovicentedutra>

⁴ <https://www.turismo.rs.gov.br/oquefazer/310/vicente-dutra>

Por fim, foi identificado um perfil no Instagram chamado “Nosso Prado”⁵, voltado a divulgação do município em geral, apresentando fotos do Rio Uruguai, da natureza, do campo, dos atrativos e da paisagem. Há também uma página no Facebook⁶ do mesmo administrador, com o nome “Vicente Dutra”. As páginas são privadas, não tendo relação com o poder público. Embora seja perceptível o intuito do perfil em divulgar o município turisticamente, não apresenta informações mais consistentes sobre o turismo na cidade, além de fotos e atrativos do município. Portanto, embora tenham iniciativas positivas por parte da comunidade na divulgação da cidade, conclui-se que grande parte das informações encontradas na internet sobre o município são **esparsas, desatualizadas e inconsistentes**, especialmente as informações cedidas por órgãos oficiais, como a prefeitura e a Sedetur-RS, sendo este um ponto que pode ser amplamente melhorado em Vicente Dutra.

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?

- Cuias;
- Diversidade de lugares;
- Cachoeiras;
- Praça;
- CTG;
- Divisa com SC;
- Pousada mais antiga do RS;
- Costa do Rio Uruguai;
- Ilha;
- Lama medicinal;
- Água termal e mineral;
- Balneário municipal;
- Cabanas;
- Artesanato;

⁵ <https://www.instagram.com/nossoprado/>

⁶ <https://www.facebook.com/minhavicentedutra/>

- Belezas naturais;
- Artesanato em cuias;
- Turismo precioso;
- Pesca esportivo;
- Piscinas;
- Camping;
- Histórias;
- Experiências;
- Cervejaria Wolff.

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

- Inovadora;
- Artística;
- Criativa;
- Apresentaria o município;
- Calma;
- Criativa;
- Bonita;
- Simples;
- Cheia de curvas (Rio Uruguai);
- Pele macia (banho da lama);
- Forte como um gigante;
- Cultural pela diversidade;
- Doente;
- Com possibilidades de tratamento;
- Grandes talentos que não são aproveitados;
- Produtora rural;
- Fofqueira;
- Humilde.

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

- Vicente Dutra seria uma pessoa inovadora, artística e criativa. Onde mostraria tudo o que um turista quer ver e sentir. Você que é turista e quer se sentir leve, inovado e em paz com você mesmo, eu lhe recomendaria visitar e conhecer nosso município e temos certeza de que você voltaria, pois aqui temos muitas coisas inovadoras e que mudariam sua vida;
- É uma cidade de muitos recursos naturais, uma cidade calma, com paisagens, tem o maior neutro de trilha da região;
- Temos barros medicinais, Águas do Prado, cervejaria, podem fazer camping, trilhas no mato;
- Venha ao nosso município conhecer nossas riquezas naturais, como a lama medicinal e as águas termais;
- Vicente Dutra, lindo de se ver, viver e conhecer.

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

Vicente Dutra, município da Região Águas e Pedras, Capital Nacional do Porongo, é o destino para quem objetiva saúde e bem-estar. Aqui você vai encontrar as Águas Termas e a Lama Medicinal, reconhecidas mundialmente, ricas em minérios que contribuem com a cura de vários males e beneficiam a pele dos usuários. Desfrute da cervejaria local e aproveite para adquirir belas cuias e outros adereços artesanais. A simplicidade da hospitalidade, as calmas ruas e as belas paisagens torneadas pelo Rio Uruguai contribuem com a experiência final.

Visite Vicente Dutra, terra das Águas do Prado e da Lama Medicinal.

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

- Com maior número de empresas, gerando mais empregos, assim cessando a vasão de pessoas da nossa comunidade para outros municípios;
- Reativando pontos turísticos desativados e crescendo, evoluindo;
- Buscar fortalecer o turismo rural e explorar a margem do Rio Uruguai, em forma de exploração de passeios;
- Ter o PIB aumentado;
- Criar o ciclo total do chimarrão, fabricando todo o material utilizado aqui, ampliando a renda;
- Com muitas pessoas circulando em Vicente Dutra, comprando artesanato, trazendo lucro para a cidade, apreciando a cultura dutrense;
- Turistas indicando para mais pessoas o nosso município;

- Melhor infraestrutura, mais lugares para o lazer, maior incentivo ao artesanato, cursos interessantes de artesanato;
- Queremos, daqui há quatro anos, ver uma mudança drástica, onde as ruas serão restauradas e ampliadas, onde a cidade será totalmente acessível e muito bem divulgada;
- Daqui a quatro anos não sabemos onde estaremos, porém sabemos que iremos voltar e visitar um município inovado, criativo e cheio de cultura, queremos um município todo mudado e com muitas melhorias;
- A arrecadação do município deve aumentar 10%, também com aumento da população, geração de emprego, população unida por um propósito, confiantes de seu potencial, reconhecido nacionalmente por seu turismo.

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

Ser um município com um fluxo turístico consistente, com as águas termais e a lama medicinal devidamente aproveitadas e reconhecidas, o artesanato em porongo diversificado, valorizando a cultura local e preservando o meio ambiente, tendo o Plano Municipal de Turismo implantado, promovendo um aumento de 10% na arrecadação do município e na população.

Síntese – IPM Unisinos

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

Figura 5: Resultado do Radar de Vicente Dutra



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, assim, que embora Vicente Dutra não esteja atuando ativamente no setor de turismo no momento, costuma ser lembrado e reconhecido, dentro e fora do município, pela **lama medicinal** e suas propriedades curativas. Portanto, embora não haja um posicionamento turístico ativo de Vicente Dutra, pode-se dizer que **o município já é comumente associado à lama mineral e medicinal**, o que torna este o posicionamento turístico mais evidente. Desta forma, para que esse potencial seja plenamente aproveitado, recomenda-se a retomada dos assuntos voltados ao turismo na cidade, a começar pela participação mais ativa por parte do poder público e de entidades locais em prol do turismo local e regional, além dos investimentos gerais em infraestrutura, conforme já ressaltado no presente relatório.

Outro grande potencial apresentado relaciona-se ao fato de Vicente Dutra ser a **Capital Nacional do Porongo**, o que é evidenciado na cidade a partir do alto número de estabelecimentos que vendem produtos produzidos com essa matéria-prima.

Portanto, o aumento da exploração desses produtos por meio de feiras, eventos, roteiros técnicos e produtos turísticos, pode ajudar a impulsionar a economia local, bem como dar mais visibilidade a esse nicho na cidade. O Rio Uruguai, a água mineral e termal, bem como os demais atrativos naturais do município, também demonstraram ser pontos interessantes e com alto potencial de exploração turística.

Reitera-se que, para que seja possível o desenvolvimento turístico da cidade, é necessário a oferta de uma **infraestrutura** mínima de qualidade ao turista, como adequadas condições de acesso ao município, qualidade das informações cedidas pelo município nos meios físicos e digitais, qualificação e ampliação das alternativas gastronômicas e de hospedagem, além da criação e consolidação de eventos. Tudo isso, aliado à inclusão de Vicente Dutra em rotas turísticas regionais e/ou a criação de roteiros turísticos municipais, são **imprescindíveis para que o sistema de turismo em Vicente Dutra se desenvolva e consolide.**

Plano de Ações

O Plano de Ações que compõe o Plano de Desenvolvimento do Turismo de Vicente Dutra foi construído em encontro presencial no dia 27 de outubro 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					
Investir em melhorias e ampliação do saneamento básico. Criar plano de saneamento;	Prefeitura, comunidade e Corsan	Curto prazo	5	Público Gov Mun, Est e Fed Corsan	
Preservar os locais públicos, fiscalizando e punindo os que depredam;	Prefeitura e sociedade	Curto prazo	5	Público	
Fazer projeto de sinalização urbana e turística- implantar as placas;	Prefeitura	Curto prazo	5	Público	
Investir em melhorias e manutenção das estradas do interior, facilitando a circulação;	Prefeitura, Gov RS e sociedade	Curto prazo Permanente	5	PPP Verbas federais e estaduais	
Articular para manter as vias e rodovias em bom estado de conservação;	Prefeitura	Permanente	4	Gov RS Prefeitura	
Contratar um veterinário e implantar o SIM no município;	Prefeitura	Curto prazo	3	Público	
Utilizar o prédio da Praça Municipal para Feira de Agricultura;	Prefeitura	Curto prazo	3	Público	
Efetivar a fiscalização ambiental, fazendo cumprir a Lei (avaliar plano municipal);	Prefeitura e Fepam	Permanente	3	Gov RS Prefeitura	

Investir mais recursos na saúde pública, especialmente articulando para ampliar a oferta de medicamentos;	Prefeitura e Gov Federal	Permanente	2	Gov Fed	
Fazer projeto de padronização das lixeiras instaladas nas vias públicas.	Prefeitura	Médio prazo	2	Público Privado	
POLÍTICAS PÚBLICAS, COOPERAÇÃO REGIONAL E MONITORAMENTO					
Política Pública, Cooperação Regional; Pesquisa, dados					
Tornar o Plano Municipal de Turismo Lei Municipal – revisar, monitorar, promover e fortalecer;	Prefeitura e Comtur	Curto prazo	5	-	
Implantar, efetivamente, o Conselho Municipal de Turismo – COMTUR, revisando nominata, Lei, Regimento Interno e criando agenda de reuniões mensais. Fortalecer o Comtur;	Prefeitura e Comtur	Curto prazo	5	-	
Monitorar a implantação do Plano de Ações, apoiando sua execução;	Prefeitura e Comtur	Curto prazo	5	-	
Contratar um secretário de Turismo atuante – que apoie a busca de recursos, parcerias e projetos e contribua, efetivamente, com o desenvolvimento do setor;	Prefeitura e Comtur	Curto prazo	5	Público	
Criar mais oportunidade de empregos, inovando nos negócios: porongos, lama, etc;	Empresas e empreendedores	Curto prazo	4	Público, privado, entidades, Sebrae e Sicredi	

Levantar dados e informações sobre a oferta;	Privado e público	Curto prazo	3	PPP	
Criar o Fundo Municipal de Turismo, com monitoramento do Comtur.	Prefeitura e Comtur	Curto prazo	3	Público	
<p>PRODUTOS E EXPERIÊNCIAS TURÍSTICAS – TURISMO RESPONSÁVEL E SEGURO</p> <p>Oferta/Produto turístico – Turismo Seguro – Experiências Turísticas - Economia Local e Capacidade Empresarial</p> <p>SUSTENTABILIDADE</p> <p>Aspectos Ambientais, Aspectos Sociais e Aspectos Culturais</p>					
Qualificar e manter o Balneário Municipal, estruturando-o para o verão 2022/3;	Prefeitura e iniciativa privada	Curto prazo	5	PPP	
Aproveitar o potencial da lama medicinal para o turismo. Criar legislação para sua comercialização. Estudar e divulgar suas propriedades. Criar experiências com a Lama (terapias) e divulgar os benefícios;	Município, entidades, Sebrae e Sicredi	Curto prazo	5	PPP	
Privatizar o balneário municipal (de Águas Termais), visando qualificar a oferta, diversificando as atividades;	Prefeitura e Comtur	Médio prazo	5	Privado	
Investir no artesanato do município, criando uma coleção que aproveite especialmente o porongo em todas as suas possibilidades;	Município, entidades, artesãos, Sebrae e Sicredi	Médio prazo	5	PPP	

Fazer levantamento de todo o potencial turístico. Elaborar o Inventário da Oferta Turística;	Prefeitura, empreendedores e Comtur	Médio prazo	5	PPP	
Organizar a visitação ao Rio Uruguai – estruturando ponto de acesso para banho, passeios de barco, jet ski, alimentação e bebidas, entre outras ofertas qualificadas;	Prefeitura e Empreendedores	Médio prazo	5	PPP	
Criar experiências aproveitando a cuia, o melado e toda cadeia produtiva ligada a estes setores;	Moradores, prefeitura, Sebrae e Sicredi	Curto prazo	4	PPP	
Qualificar e diversificar a oferta gastronômica local, criando estruturas para atender a necessidade de alimentação todos os dias. Investir em novos negócios;	Empreendedores, Sebrae e Sicredi	Curto prazo	5	Privado	
Criar rota e roteiro turístico, a fim de organizar a oferta turística do município;	Moradores, prefeitura, Sebrae e Sicredi	Curto prazo	4	PPP	
Investir no turismo rural, estimular os agricultores a criarem produtos e experiências turísticas. Ofertar cursos e consultoria para esta criação;	Agricultores, prefeitura, Sebrae e Sicredi	Curto prazo	4	PPP	
Manter a área da Águas do Prado, harmonizando a situação da área indígena;	Proprietários e aldeia	Permanente	4	Privado	

Apoiar os agricultores, incentivando a diversificação de atividades e a inclusão do turismo, como forma de aumentar a renda com a propriedade;	Prefeitura, Gov RS, agricultores, Sebrae e Sicredi	Permanente	4	PPP	
Fazer projetos para futuros microempreendedores;	Prefeitura, Sebrae e Sicredi	Permanente	4	Prefeitura Sebrae Sicredi	
Qualificar o Museu Municipal, ampliando seu horário de atendimento para finais de semana e feriados, diversificando a exposição;	Prefeitura e Gov RS	Longo prazo	4	Prefeitura Gov RS	
Implantar um Centro de Atendimento ao Turista - CAT.	Prefeitura e Gov RS	Longo prazo	3	Prefeitura Gov RS	
EVENTOS					
Qualificação dos Eventos – Calendário de eventos turísticos – estruturas e profissionais					
Criar o calendário de eventos do município – transformar em lei municipal;	Prefeitura e comunidades	Curto Prazo	5	-	
Qualificar e divulgar os eventos comunitários, visando captar turistas;	Prefeitura e comunidades	Permanente	4	PPP	
Criar eventos com o objetivo de atrair turistas e envolver a comunidade;	Prefeitura e Comtur	Médio prazo	4	PPP	

CAPACITAR

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

Fazer palestras de motivação de novas ideias para investir no turismo, voltadas à população local;	Prefeitura, Comtur, Sebrae e Sicredi	Permanente	5	PPP	
Disseminar o radar e o Plano Municipal de Turismo para toda população;	Prefeitura, Comtur, Sebrae e Sicredi	Curto prazo	5	-	
Implantar o turismo como tema transversal na educação do município;	Prefeitura, Comtur e Sicredi	Permanente	4	-	
Realizar capacitação em mídias sociais e marketing digital e amplo;	Prefeitura, Comtur, Sebrae e Sicredi	Curto prazo	4	PPP	
Educar e sensibilizar a população para bem-receber o turista, além de visualizar possibilidades de trabalho e empreendedorismo;	Prefeitura, Comtur, Sebrae e Sicredi	Curto prazo Permanente	4	PPP	
Realizar cursos, capacitações e palestras visando qualificar os profissionais do turismo para o trabalho com o turismo;	Prefeitura, Comtur, Sebrae e Sicredi	Curto prazo Permanente	4	PPP	

Realizar visitas técnicas a municípios com o turismo consolidado e qualificado;	Prefeitura, Sebrae e Sicredi	Permanente	4	PPP	
Capacitar Condutores Locais de Turismo.	Prefeitura, Sebrae e Sicredi	Longo prazo	3	Prefeitura, Sebrae e Sicredi	
MARKETING E POSICIONAMENTO DO MUNICÍPIO					
PROMOVER - Marketing e Comunicação – promoção do destino					
Criar a Marca do Destino Turístico “Visite Vicente Dutra”;	Prefeitura, Comtur e Empreendedores	Curto prazo	5	PPP	
Fazer site de divulgação turística, com meios de hospedagem, alimentação, atrativos e outros – inserir link para locação de casas e cabanas;	Prefeitura, Comtur e empreendedores	Curto prazo	5	PPP	
Fazer fôlderes de promoção turística e mapas;	Prefeitura, Comtur e empreendedores	Curto prazo	5	PPP	
Investir em mídias sociais, marketing digital;	Prefeitura, Comtur e empreendedores	Curto prazo	5	PPP	
Criar um grupo de WhatsApp do trade turístico local;	Prefeitura, Comtur e empreendedores	Curto prazo	5	-	
Divulgar mais as potencialidades da água, em cada experiência ofertada e em todos os	Prefeitura, Comtur e empreendedores	Curto prazo	5	PPP	

meios de comunicação;					
Fazer um vídeo turístico do município e criar um banco de imagens;	Prefeitura, Comtur e empreendedores	Curto prazo	5	PPP	
Estimular os empreendedores a inserirem seus empreendimentos nos grandes portais de promoção/comercialização do turismo. Inserir os atrativos públicos no TripAdvisor;	Prefeitura, Comtur e Sebrae	Curto prazo	5	-	
Contratar assessoria de marketing terceirizada para trabalhar as mídias sociais e site da prefeitura e do balneário.	Prefeitura, Comtur e Empreendedores	Médio prazo	4	PPP	
Investir no marketing de influência.	Prefeitura, Comtur e empreendedores	Longo 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:

- Aprendizado;
- Experiência;
- Conhecimento;
- Inovação;
- Criação;
- Humildade;
- Inovação;
- Criatividade;
- Informação;
- Bom;
- Legal;
- Ótima;
- Maravilhosa;
- Futuro;
- Esperança;
- Capacidade;
- Tecnologia;
- Transformação;
- Oportunidade;
- Acreditar;
- A semente foi plantada;
- Coletividade;
- Força;

- União;
- Responsabilidade;
- Gratidão;
- Amizade.

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

- Foi interessante, aprendi que o turismo é importante para o desenvolvimento local;
- Temos diversas riquezas municipais, porém não as exploramos. Temos sim que termos atitudes para tirarmos nossas ideias do papel e botarmos elas em ação;
- Tranquila, harmônica, pacífica. Temos oportunidades, iniciativas, pontos positivos e negativos, uma mina de ouro a ser explorada;
- Aprendemos muitas coisas. Devemos preservar e respeitar mais o local em que vivemos. Aprendemos bastante sobre coisas que nem sabíamos: como inovar, criar, respeitar e socializar.

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

- Através das redes sociais, divulgação em jornais e rádios;
- Divulgar para pessoas desinformadas a riqueza que Vicente Dutra possui;
- Criando outros mini grupos, com mais segmentos da sociedade, afinando ideias;
- Com estratégias de marketing – as pessoas do município ajudando a divulgar;
- Por meio de vídeos no Tik-Tok, pôsteres, fazendo jornais na cidade.

4) Como apoiar a efetivação das ações propostas?

- Contribuindo com os recursos necessários;
- Sendo voluntário na execução das ações propostas;

- Buscando recursos para pôr em prática as ideias propostas;
- Buscando mobilizar a comunidade, em conjunto, para preservar e progredir no que está ao nosso alcance;
- Participando e divulgando para os demais. Disseminando a ideia que move o município, de que temos potencial turístico;
- Pedindo apoio para a comunidade, fazendo projetos na escola, reunindo o município, unindo ideias e colocando em prática.

Monitoramento – Conclusão

Vicente Dutra, município da região das Águas e Pedras, possui todas as condições para se desenvolver no turismo, considerando o reconhecimento de suas águas termais e minerais, da lama medicinal, de natureza, cultural e, ainda, o fato de estar próximo a dois destinos reconhecidos, como Ametista do Sul e o Salto de Yucumã, ou de um município com estrutura hoteleira e gastronômica, como Frederico Westphalen.

O município, no entanto, deve articular melhor a aproximação dos empreendedores, do setor público e das entidades e acreditar na retomada do turismo, por meio do trabalho organizado. Deve assumir o papel de destino turístico e desenvolver seus produtos locais, com continuidade de ações, fomentando o turismo termal, rural, esportivo, gastronômico e de natureza, com todos os atributos apresentados neste plano. Observa-se que a estrutura de apoio ao turista de Vicente Dutra ainda precisa ser desenvolvida, como *consequência* de um trabalho orientado para o turismo no município – logo, o planejamento é fundamental para garantir a sustentabilidade do turismo e a qualidade de vida da população local.

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.

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 Vicente Dutra. 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. 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 – Vicente Dutra**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/vicente-dutra/panorama>. Acesso em: 02 nov. 2022.

INSTITUTO DE PESQUISA DE MERCADO (IPM) - UNISINOS. **Radar Turístico: Vicente Dutra**. Coordenação: Prof. Dr. Marcelo Jacques Fonseca e Prof. Dr. Guilherme Trez. Junho/2022. Acesso em: 02 nov.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:
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 VICENTE DUTRA. Site Institucional. Disponível em:
<https://www.vicentedutra.rs.gov.br/>. Acesso em: 2 nov.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						
REGIONAL: SEBRAE NORTE		AGENDA:		INSTRUTORES: IVANE MARIA REMUS FAVERO		
PALESTRA DE ELABORAÇÃO DE PLANO MUNICIPAL PARA TURISMO - VICENTE DUTRA						
PROJETO: 2022-Estruturação do Turismo da Rota Águas e Pedras						
NRO	CNPJ	CPF	PARTICIPANTE	TELEFONE	EMAIL	ASSINATURA
1		012.497.450-39	DIEGO FERDOUNI	996157807		
2		0354133504	Marcelo A. Soares	999820816		
3		054.507.910-11	Bruna Emerito Rueda	99914-4311		
4		055.420.290-70	Lucia gomes Fankin	996442519		
5		052.855.840-43	Vitor Gabriel de Saeco Lima	9991883126		
6		052.143.380-25	Michelle Ruano	99933028329		Michelle Ruano da S.
7		038.638.440-17	Sabrina de Souza	9999044698		Sabrina de Souza
8		052225060-29	Miranda Almeida Moura	51980225475		Miranda A Moura
9		65.042.2712056	Eten Bonatti	9.90606043		
10		959527052	Everson Luis Farias	996212558		
11		179848389	Giuliana Celis	996464145		
12		055.839.35006	Amanda Wolman Antunes	40991419335		Amanda W
13		045.240.02050	Fernanda Aparecida Klimack	55996206058		
14		902.771.280.34	Eliandro Ladona	559.9176.2583	liandroladona@hotal.com	

NRO	CNPJ	CPF	PARTICIPANTE	TELEFONE	EMAIL	ASSINATURA
15		021.546.800-26	Monella Magalhães Pereira	999082873		
16		049.457.210-80	Lilian Pádua Vitoriano	(35)996000034		
17		023.771.129-28	Andressa Paula Leal	55997037066		
18		012.546.080-52	Adriano Puentes da Silva	(55)999322440		Adriano P da Silva
19		041.616.850-95	Bianca Telles	(55)996215196		Bianca Telles
20		052.143.630-26	Michel Almeida Mariano	(55)99376938		Michel Almeida
21		051.223390-74	Débora Maria Dutra	(55)99900061		Débora M. Dutra
22		067.627.77058	Sabrina Perote	55.991207008		Sabrina Perote
23		051.298.110.89	Cristiane Ribeiro	55.997962849		Cristiane Ribeiro
24		055.9.991938	Maís Henrique Pereira	044.331.790-90		
25		15.994.57664	Tygo Raulke	55947(546667		Tygo Raulke
26		055.824.650.81	Gabriel Araújo	55996047988		Gabriel Araújo
27		051.299.950.52	Bruna Almeida	55997028978		Bruna Almeida
28		00382.140.86	Oliziane Jorge	(55)996064427	olizianega19@hotmail.com	Oliziane
29		046.431.150-02	Luís Carlos de Azevedo	(55)996129760	luiscarlos100000@nrl.com	
30		45632294072	ARMINDO ANTONIO LARON	993751758		

LISTA DE PRESENÇA						
REGIONAL: SEBRAE NORTE			AGENDA:		INSTRUTORES: IVANE MARIA REMUS FAVERO	
OFICINA DE ELABORAÇÃO DE PLANO MUNICIPAL PARA TURISMO - VICENTE DUTRA						
PROJETO: 2022-Estruturação do Turismo da Rota Águas e Pedras						
NRO	CNPJ	CPF	PARTICIPANTE	TELEFONE	EMAIL	ASSINATURA
1		392642190-68	Amilcar Eosar Tietz	55-997058433	amilcar.tietz@sebrae.com.br	Amilcar Eosar Tietz
2		962771280-34	Eliziane Ladeira	(55) 996194034	elziane.ladeira@sebrae.com.br	Eliziane Ladeira
3		00397264086	Eliziane Freije	(55) 996064427	elziane.freije@sebrae.com.br	Eliziane Freije
4		055584209-60	Franciele Casagrande Metz	(55) 996421585	franciele.casagrande@sebrae.com.br	Franciele Casagrande Metz
5		029536800-26	Monsele Magalhães Pereira	(55) 999082873	monsele.pereira@sebrae.com.br	Monsele Magalhães Pereira
6		015413356-74	Marcelo Antonio Soares	(55) 999820816	marcelo.soares@sebrae.com.br	Marcelo Antonio Soares
7		456322340-72	ARMANDO ANTONIO LASSIN	983751758		Armando Lassin
8		012497450-39	DIEGO FERDINAND	996157807		Diego Ferdinand
9		05383935006	Armando Wellington Antonio	991919335		Armando Wellington Antonio
10		038638440-14	Sabino dos Santos	996441587		Sabino dos Santos
11		052225060-29	Mauro Almeida Moura	9980225475		Mauro Almeida Moura
12		083838650-11	Mauro Eduardo S. de Paula	55996278105	mauroeduardo@gmail.com	Mauro Eduardo S. de Paula
13		050017445	Juliana Mendes Simões dos Santos	55996211164		Juliana Mendes Simões dos Santos
14		054931360-55	Danielle da Silva Pereira	(55) 99709587	danielle.dasilva@sebrae.com.br	Danielle da S

Confidencial

	CPF	NOME	FONE	E-MAIL	ASSINATURA
15	42244603045	ELCI ANTONIO MARACA	999299668		Elci Antonio Maraca
16	(06) 300 230 80	Debora Franco	4993944465	787 799278	Debora Franco
17					
18					
19					
20					
21					
22					
23					
24					
25					
26					
27					
28					
29					
30					

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: 27 de Outubro

Horário: 8:00h às 12:00h
13:00h às 17:00h
















Local: Escola Estadual Básica 14 de Maio - Vicente Dutra/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 às 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	