



# ***Plano Municipal de Turismo***

## ***Planalto***



## **Ficha Técnica**

### **COORDENAÇÃO GERAL E REALIZAÇÃO**

**Sebrae-RS | Sicredi Conexão**

**Prefeitura de Planalto**

Prefeito - Cristiano Gnoatto

**Consultoria Técnica**

**Maja Consultoria**

Consultora Responsável: Tur<sup>a</sup> Ms. Ivane Maria Remus Fávero

### **Agradecimento**

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

Foto de capa: Prefeitura



## Sumário

Mensagens do Município	5
Mensagem do Sebrae-RS e do Sicredi	7
Apresentação e Metodologia	9
Análise Macroambiental – Turismo	13
Tendências pós-pandemia	16
Apresentação do Território	20
Histórico de Planalto	20
Planalto no Mapa do Turismo Brasileiro e o Médio Alto Uruguaí	21
A região Águas e Pedras	23
Dados do Município	25
Governança Municipal do Turismo	26
Secretaria responsável	26
Conselho Municipal de Turismo e Fundo Municipal de Turismo	26
Oferta Turística	28
Atrativos históricos e culturais	28
Atrativos naturais	31
Atrativos econômicos	33
Eventos	34
Rotas e Roteiros Turísticos	35
Infraestrutura	37
Acesso e transporte	37
Apoio ao Turista e Conveniências	40
Gastronomia	41
Hospedagem	42
Aspectos Impulsionadores e Limitadores	44
Marketing	51
Presença e informações disponíveis na Internet	51
Posicionamento, identidade e visão	52
Síntese – IPM Unisinos	56
Plano de Ações	57
Avaliação e Encaminhamentos	65
Monitoramento – Conclusão	67



Referências	69
Anexo I – Lista de Presença	71
Anexo II – Foto das atividades	75
Anexo III – Convite para a comunidade	78
Anexo IV – Avaliação de Turismo - IPM Unisinos	79

## Mensagens do Município

Em razão do potencial turístico, diversidade cultural, recursos naturais e posicionamento geográfico, visando o turismo como uma oportunidade de desenvolvimento do município na economia e na geração de empregos, buscamos desmembrar a Secretaria de Turismo, criar o Comtur e todos os requisitos necessários para o reconhecimento perante ao Ministério do Turismo para assim estarmos aptos a buscar recursos, investidores e incentivos para o setor.

A expectativa com o desenvolvimento do Plano Municipal de Turismo é a construção de estratégias, orientação para a utilização dos recursos disponíveis de forma sustentável e elaboração de ações que fortaleçam o turismo em Planalto.

**Prefeito de Planalto**

**Cristiano Gnoatto**

Em virtude do desenvolvimento da região no setor do turismo e sendo Planalto uma das principais rotas de chegada ao município de Ametista do Sul, onde o turismo já vem há alguns anos aumentando consideravelmente, não poderíamos ficar de fora desta oportunidade de desenvolver o nosso município. Desejamos atrair empreendedores e, principalmente, turistas para conhecer nossas riquezas, melhorando e aumentando o número de empregos, o que é o maior objetivo de nossa administração.

**Secretário de Turismo**

**Luiz Renato da Luz Dallosto**

O turismo é uma atividade que se destaca na economia por gerar emprego e renda nos locais em que ocorre. Tendo em vista as potencialidades do nosso município de Planalto e por integrar a região Águas e Pedras, que vem se destacando e movimentando o setor turístico, enxergamos nesse projeto a oportunidade de desenvolver um trabalho estruturado, com informações e estratégias que nos impulsionem a desenvolver um turismo sustentável, que atenda às necessidades atuais de forma a garantir o uso dos recursos para as gerações futuras, gerando lazer, qualidade de vida e renda.

**Secretária Adjunta de Turismo de Turismo**

**Keli Chiarentin**

O turismo é um importante transformador de economias e sociedades, promove inclusão social, gera oportunidades de emprego e renda. O nosso município tem um grande potencial, mas é preciso criar oportunidades de negócios para atrair os turistas, seja com eventos ou projetos ligados à gastronomia, à cultura, turismo rural, entre tantas outras ofertas.

A máquina do turismo é muito forte, movimenta a economia, gera receita, trabalho e renda. A expectativa com a elaboração do Plano Municipal do Turismo é que apresente as orientações estratégicas para o desenvolvimento das atividades no município, as diretrizes que devem nortear o desenvolvimento do turismo planaltense, como a participação e diálogo com a sociedade; e a geração de oportunidades de emprego e empreendedorismo.

**Presidente do COMTUR**

**Liamar G.F. Rossatto**

## 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 Planalto, 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.

<b>As tendências de Consumo 2022 (Euromonitor)</b>
<b>1 – SEMPRE COM UM PLANO B</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.
<b>2 – AGENTES DO CLIMA</b>
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.
<b>3 – IDOSOS DIGITAIS</b>
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.
<b>4 – AFICIONADOS FINANCEIROS</b>
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.
<b>5 – A GRANDE RENOVAÇÃO DA VIDA</b>
Os consumidores se concentram em desenvolvimento pessoal e bem-estar, e estão fazendo drásticas mudanças de vida que refletem seus valores, paixões e propósitos.
<b>6 – O MOVIMENTO METAVERSO</b>
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.

<b>7 – ANTIGOS PRODUTOS, NOVOS DONOS</b>
Mercados de compras peer-to-peer e de segunda mão crescem à medida que os consumidores buscam itens únicos, acessíveis e sustentáveis.
<b>8 – URBANOS RURAIS</b>
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.
<b>9 – EM BUSCA DO AMOR-PRÓPRIO</b>
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.
<b>10 – O PARADOXO DA SOCIALIZAÇÃO</b>
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).

### **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 Planalto

A região que hoje compreende o município de **Planalto** foi inicialmente habitada pelos **índios caingangues e guaranis**. No início do século XX, os primeiros aventureiros vinham de Nonoai à procura de uma suposta igreja de Jesuítas, onde estariam enterrados tesouros. Por volta de 1911, os primeiros moradores fixaram residência num local que passou a chamar-se de Vila Pinhalzinho.

Os primeiros colonizadores foram os de **origem portuguesa** e depois os de **origem polonesa**. Os **italianos e alemães** chegaram na década de 1950, após o período da demarcação das terras. Em 1948, por determinação estadual, teve início o levantamento topográfico para o plano de urbanização e de demarcação de lotes rurais. Em março deste mesmo ano, Planalto foi fundado oficialmente como **distrito**, subordinado ao município de Iraí. Sua emancipação ocorreu no ano de 1963, sendo, Planalto, elevado à categoria de **município** e composto de quatro distritos: Planalto, Santa Cruz, São José e São Luiz mais parte da Reserva Indígena.

## Planalto no Mapa do Turismo Brasileiro e o Médio Alto Uruguai

O **Mapa do Turismo Brasileiro**, elaborado no âmbito do Programa Nacional de Regionalização do Turismo<sup>1</sup>, do Ministério do Turismo, classifica Planalto 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. **Planalto** está classificados na **categoria D** do Mapa. No **Cadastur**<sup>2</sup>, cadastro dos prestadores de serviços turísticos do Ministério do Turismo, atualmente existem **2 agências de turismo** cadastrada em Planalto; **3 restaurantes, cafeterias, bares e similares e 3 transportadoras turísticas**. No total, **são 8 prestadores** de serviços turísticos registrados no Cadastur.

O **Médio Alto Uruguai** é outra regionalização importante da qual Planalto 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, Rio dos Índios, Rodeio Bonito, Seberi, Taquaruçu do Sul, Trindade do Sul, Vicente Dutra e Vista Alegre. O principal **centro urbano** do **Médio Alto Uruguai** é Frederico Westphalen, com uma população de 31.675 habitantes. Em segundo plano aparecem Nonoai, Planalto e Seberi, com populações entre 10 e 15 mil habitantes. O restante

---

<sup>1</sup> O Programa de Regionalização do Turismo classifica os municípios brasileiros em regiões turísticas. Os

<sup>2</sup> <https://cadastur.turismo.gov.br/>

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**.<sup>3</sup>

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.<sup>4</sup>

---

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

<sup>4</sup> Fonte: Perfil Socioeconômico COREDE Médio Alto Uruguai (2015) Disponível em: <https://planejamento.rs.gov.br/upload/arquivos/201512/15134133-20151117102639perfis-regionais-2015-medio-alto-uruguai.pdf>

## 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. Planalto 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 9.957 habitantes (IBGE – 2021)

PIB per capita: R\$ 20.998,63 (IBGE -2019)

IDHM: 0,687 (IBGE -2010)

Gentílico: planaltense

### ÁREA DO MUNICÍPIO

Área do município: 228,552 km<sup>2</sup> (BGE - 2021)

Distância da capital (POA): 422 km

Limite com os municípios de: Alpestre, Nonoai, Iraí e Rodeio Bonito, Ametista do Sul

Acesso: ERS-324/ERS-504/ERS-591/ Iraí, Frederico Westphalen, Alpestre e Rodeio Bonito

### LOCALIZAÇÃO E CARACTERÍSTICAS FÍSICAS

Unidade federativa: Rio Grande do Sul – RS

Mesorregião: Noroeste Rio-grandense

Microrregião: Frederico Westphalen

Latitude: 27° 19' 44" S

Longitude: 53° 03' 32" O

Altitude: 568m

Clima: subtropical

## Governança Municipal do Turismo

### Secretaria responsável

Os assuntos relacionados ao turismo em Planalto estão vinculados à **Secretaria de Esporte e Turismo**. Integram a equipe o secretário municipal de Turismo e a secretária adjunta de Turismo. A Secretaria está localizada no prédio da prefeitura e o orçamento da pasta é de R\$ 132 mil.

**Responsável:** Secretário Luiz Renato da Luz Dallosto

**Endereço:** Rua Humberto de Campos, 732 - Centro

**E-mail:** secturismoplanaltors@gmail.com

**Telefone:** (55) 3794 1122

**Horário de Atendimento:** das 7h40min às 11h40min e das 13 horas às 17 horas

### Conselho Municipal de Turismo e Fundo Municipal de Turismo

Há Comtur implantado em Planalto pela Lei nº 4.125/2021. Não há Fundo Municipal de Turismo implantado. A nominata do Conselho de Turismo de Planalto em setembro de 2022 é assim constituída:

Representantes da Secretaria Municipal de Turismo:

Titular: Luiz Renato Da Luz Dallosto

Suplente: Keli Chiarentin

Representante da Secretaria Municipal da Administração:

Titular: Protazio Malacarne

Suplente: Airton Luis Pavan

Representante da Secretaria Municipal da Fazenda:

Titular: Gustavo Zilio Potrich

Suplente: Eduarda de Oliveira Severo

Representantes da Sociedade Civil Organizada

Representante do Escritório Municipal da Ascar/Emater:

Titular: Angela Maria Bernardi Teixeira

Suplente: Doraci Bedin

Representante da Associação Comercial, Cultural, Industrial

Serviços e Agropecuária de Planalto/Rs (Acisap):

Titular: Liamar Gnoatto Figlerski Rossatto

Suplente: Marcia Cerbaro

Representante do Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Planalto:

Titular: Valdecir Berlatto

Suplente: Sirlei da Luz Granoski

Representantes da Sociedade de Iniciativa Privada

Gestores do Segmento de Hospedagem, Hotelaria, Restaurante e Bar:

Titular: Angela Zatta

Suplente: Alan Link

De Instituições Financeiras no Município, incluindo Bancos e Cooperativas de

Créditos:

Titular: Vanderlei Argenta

Suplente: Douglas Andre Perin

Gestores de Transporte Turístico:

Titular: Cleber Jose Ribacki

Suplente: Cleomar Luiz Ribacki

## 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

No centro de Planalto estão situados dois dos seus principais atrativos históricos e culturais, a **Paróquia Nossa Senhora das Graças** e a **Praça da Matriz**. A Paróquia Nossa Senhora das Graças foi fundada em de 1953 e possui a mesma estrutura até hoje, porém encontra-se em bom estado de conservação. Em frente à paróquia, existe um busto em homenagem ao primeiro pároco do município, Vitório Serraglio, que inclusive participou da inauguração da igreja. Atualmente, a paróquia fica aberta das 7h30min às 11h30min e das 13 horas às 18 horas, mas não costuma receber turistas e, sim, público da própria comunidade.

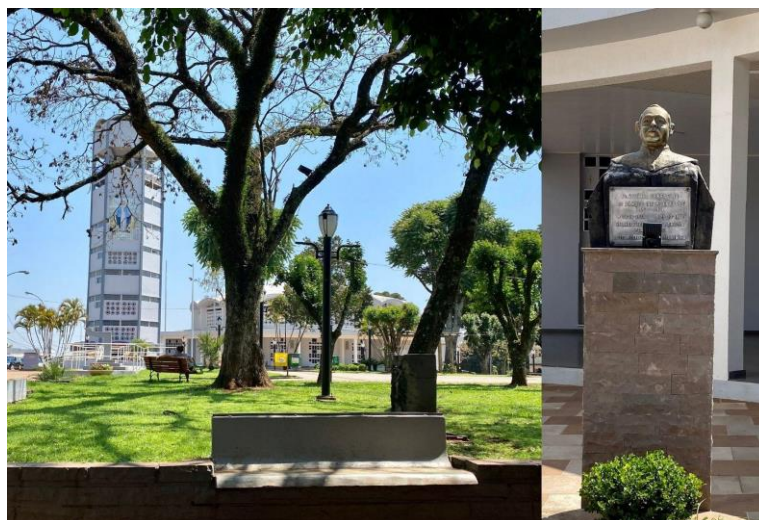
Foto 1: Interior da Paróquia Nossa Senhora das Graças



Fonte: Instituto de Pesquisas (IPM) da Unisinos

A **Praça da Matriz** é o local que abriga a paróquia, sendo este outro ponto turístico histórico e cultural de Planalto. A praça é ampla, gramada e arborizada, possui bancos de madeira e concreto e uma estrutura recentemente construída para fornecer água quente para o chimarrão. No entorno da praça existe amplo comércio local, como lojas, farmácias e restaurantes, além do posto da Secretaria de Esporte e Turismo, que também serve como Centro de Informações Turísticas. A praça é frequentada, principalmente, pela comunidade local aos finais de semana para momentos de lazer.

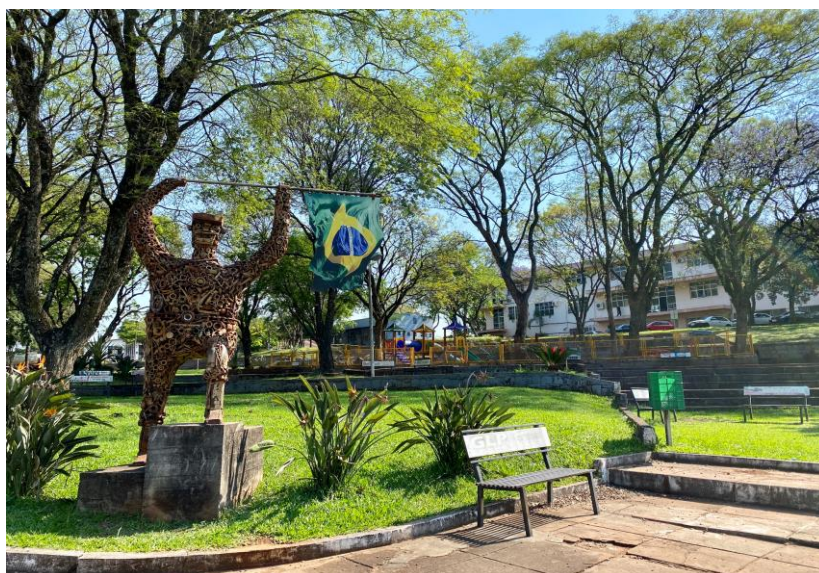
Foto 2: Praça da Matriz e o busto em homenagem a Vitório Serraglio



Fonte: Instituto de Pesquisas (IPM) da Unisinos

O município de Planalto possui ainda outras duas praças como atrativos históricos e culturais, a **Praça da Rodoviária** e a **Praça da Prefeitura**. A Praça da Rodoviária fica em frente à estação rodoviária do município, sendo um espaço pequeno, porém muito bem conservado. É possível encontrar algumas árvores, bancos de madeiras e alguns brinquedos infantis, além de sanitários. Da mesma forma, a **Praça da Prefeitura** consiste no local que abriga o edifício do Poder Executivo de Planalto. O local é amplo, possui muitas árvores, bancos de madeira e brinquedos infantis, todos em bom estado de conservação.

Foto 3: Praça da Prefeitura



Fonte: Instituto de Pesquisas (IPM) da Unisinos

As **Ocas Indígenas** também recebem destaque como atrativo histórico e cultural. Estas construções se situam nas margens da ERS-504, entre Planalto e Nonoai, porém, estão abandonadas e em péssimo estado de conservação, não sendo visitadas sequer pela comunidade local. Por outro lado, a **história e a cultura indígena** estão intimamente conectadas ao município, inclusive mais de mil hectares da Terra Indígena Nonoai/Rio da Várzea ficam no território de Planalto.



Foto 4: Ocas Indígenas na beira da estrada entre Planalto e Nonoai



Fonte: Instituto de Pesquisas (IPM) da Unisinos

Analisando os principais elementos e informações levantadas na categoria Históricas e Culturais, verifica-se que Planalto possui alguns atrativos que tornam tangível a história e a cultura do município mas que, atualmente, não são atrativos consolidados nem explorados do ponto de vista turístico, sendo voltados especialmente à comunidade local.

### **Atrativos naturais**

Os principais atrativos naturais de Planalto consistem em paisagens naturais e em espaços para a contemplação, lazer, descanso e experiências junto à natureza. Um empreendimento construído com o intuito de explorar turisticamente os atrativos naturais do município é o mirante da região do **Vale das Uvas**. No alto do vale foi construído um mirante, por meio de uma parceria entre Emater, prefeitura e Sicredi. No entanto, como atualmente o roteiro ligado do Vale das Uvas não está operando, o mirante não recebe muitos visitantes.



Foto 5: Vista do mirante do Vale das Uvas e placa de sinalização



Fonte: Instituto de Pesquisas (IPM) da Unisinos

Além do Vale das Uvas, existem outras regiões mais afastadas do centro do município que possuem áreas arborizadas, onde há plantação de árvores frutíferas, mas não foi identificada a exploração turística destes locais. Deste modo, uma das oportunidades identificadas nesta categoria é o **turismo de contemplação**, que poderia ser complementado pelo **turismo rural**, já que no Vale das Uvas são cultivadas e comercializadas uvas e outras frutas além dos produtos oriundos dessa e de outras atividades. Seria possível, ainda, nessa mesma região **criar atrativos gastronômicos e de hospedagem**.

Com relação aos atrativos naturais que envolvem as **águas**, situam-se próximos de Planalto o **Rio do Mel** e o **Rio Uruguai**, na divisa com Santa Catarina. Estes oferecem a possibilidade de trabalho com o **ecoturismo**, o **turismo de aventura**, entre outros, no âmbito regional, uma vez que os mesmos não situam-se especificamente em Planalto, mas fazem parte de municípios limítrofes, como Iraí e Alpestre. Assim, há potencial de **exploração conjunta** das águas dos rios e dos balneários existentes na região da Rota Águas e Pedras e também a possibilidade de **integrá-los com outros atrativos naturais** já existentes, como o Salto Yucumã, na região turística vizinha, integração da qual Planalto e os demais municípios podem se beneficiar.

A implantação de infraestrutura de serviços de apoio e lazer; estrutura para a prática de esportes náuticos e aquáticos; a realização de passeios de barco;

delimitação de áreas de camping e pesca; criação trilhas ecológicas no entorno do Rio do Mel e do Rio Uruguai, restaurantes e equipamentos hoteleiros, entre outros, são caminhos possíveis para que estes atrativos naturais possam ser explorados turisticamente. O município apresenta grande potencial de exploração destes atributos mas, no momento, as ações realizadas nesse sentido são escassas.

### **Atrativos econômicos**

Planalto tem a economia baseada em empresas de **serviços** e de **comércio**, que representam cerca de **83% dos empreendimentos formais** do município. Juntas, as duas atividades corresponderam a 58% do valor adicionado ao PIB municipal no ano de 2018, segundo a publicação do Sebrae, Perfil das Cidades Gaúchas (2020). De acordo com a mesma publicação, os empreendimentos **industriais** representam 16% dos empreendimentos formais de Planalto e apenas 9% do valor adicionado ao PIB. A **atividade agropecuária** contribui com aproximadamente 13% do valor adicionado e, em 2018, havia cerca de **1.080 propriedades rurais** existentes no município de Planalto. As **principais culturas agrícolas** são a soja, o milho, a laranja, a uva e o fumo, havendo também bacia leiteira e o gado de corte.

Apesar da ampla produção agrícola, o município não possui um espaço destinado à exposição, valorização e venda de produtos oriundos da agricultura familiar local, como uma feira de produtores, organizada pelo poder público. A comercialização dos produtos é feita diretamente junto aos produtores. Os produtos também podem ser adquiridos na região do Vale das Uvas, que oferece uvas, vinhos e sucos, além de geleias e pães.

A criação do Vale das Uvas é uma iniciativa que busca formar um **roteiro de turismo rural** em Planalto, possibilitando a visita de turistas às propriedades rurais de maneira estruturada. O roteiro inaugural chegou a ser testado em 2019 mas, por conta da pandemia, as famílias ficaram com receio de receber turistas em suas propriedades. Além disso, outras dificuldades à implementação do roteiro se referem à **necessidade de investimentos**, por parte das propriedades, para a construção de infraestrutura necessária para bem receber os visitantes, além de **tempo e de recursos**

**humanos**, uma vez que as famílias têm todo o seu tempo dedicado à atividade fim da propriedade e não ao turismo.

Além do Vale das Uvas, outro local onde é possível comprar produtos locais é a **Said Beer**, uma cervejaria artesanal do município. A cervejaria fica localizada no bairro São Cristóvão, na estrada ERS-324, no caminho entre Planalto e Nonoai. No espaço, são produzidos diferentes estilos de cervejas e a intenção do proprietário é apresentar aos clientes e visitantes o processo produtivo da cerveja. Em frente à fábrica há um espaço onde as pessoas podem consumir as cervejas fabricadas. A ideia do proprietário é abrir diariamente, já que a cervejaria fica localizada na estrada e, por isso, há um grande fluxo de veículos e pessoas. No entanto, durante a realização da pesquisa, o empreendimento encontrava-se fechado por conta da pandemia.

Analisando as informações levantadas na categoria Atrativos Econômicos, verifica-se que as atividades econômicas desenvolvidas em Planalto, atualmente, não geram fluxo turístico para o município. Embora exista a possibilidade de exploração das propriedades rurais e de seus produtos para o **turismo rural**, assim como outras atividades interessantes, como a **produção de cerveja artesanal**, não há, no momento, formas estruturadas de se ter contato com estas atividades.

## Eventos

No site da Prefeitura de Planalto existe uma página<sup>5</sup> destinada aos eventos do município, destacada no menu principal da página inicial do site. No entanto, ao entrar na página, não há nenhuma informação cadastrada. Em outros espaços dentro do site, também não é possível encontrar informações substanciais sobre os eventos de Planalto.

Segundo informações obtidas durante a pesquisa, junto à prefeitura, no momento, não estão sendo realizados quaisquer eventos no município, **não havendo, portanto, um calendário de eventos municipal**. A equipe da prefeitura destacou como eventos relevantes, mas que ocorreram somente até 2019, a **Festa do Figo** e a **Festa do Vinho**, essa última a mais popular, que tinham como público-alvo a comunidade local. A Festa do Vinho era promovida pela Emater e costumava ocorrer, inclusive, um

---

<sup>5</sup> <https://www.planalto.rs.gov.br/Eventos>

concurso do melhor vinho da cidade durante a festa. No entanto, não há previsão de retomada deste evento.

Visando a melhoria e qualificação da categoria de Eventos no Município de Planato, recomenda-se a **articulação dos atores e das organizações locais**, públicas e privadas, para a retomada de eventos como a Festa do Figo e a Festa da Uva e/ou a criação de novos eventos que possam compor um **calendário de eventos anual unificado**, atentando-se, também, para a equilibrada distribuição destes ao longo dos meses do ano ou o agrupamento de eventos em determinadas datas. Também é recomendada a divulgação deste calendário em canais oficiais na internet, como o site da prefeitura, apresentando datas, programação e os locais onde ocorrem, além da divulgação em outros meios de comunicação, como as redes sociais. Por fim, destaca-se que a elaboração do calendário de eventos deve levar em conta o posicionamento turístico do município.

## **Rotas e Roteiros Turísticos**

Segundo o Mapa do Turismo Brasileiro, do Ministério do Turismo, Planalto 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, Planalto 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 Planalto, o site da Sedetur não retorna nenhum resultado.

As principais rotas e roteiros turísticos já existentes e operacionalizados na região geográfica envolvem os municípios de **Ametista do Sul, Iraí, Frederico Westphalen e Derrubadas**. Este último não faz parte da região turística Rota Águas e Pedras do Ministério do Turismo e sim da região turística **Rota do Yucumã**. Derrubadas

recebe destaque pois possui um importante atrativo natural, o **Salto Yucumã**, a mais extensa queda d'água longitudinal do mundo, localizada no Parque Estadual do Turvo, na divisa com o Uruguai. Planalto situa-se a cerca de 109 quilômetros de distância de Derrubadas, via a ERS-591 e a 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 Planalto, **não há roteiros turísticos em pleno funcionamento**, mas está em andamento a construção de um **roteiro de turismo rural** a partir de uma parceria entre Emater, prefeitura e Sicredi. O roteiro chama-se **Vale das Uvas** e trata-se de uma região no caminho entre Planalto e Ametista do Sul que abriga 12 famílias que se dedicam ao cultivo de uvas, principalmente, além de outras árvores frutíferas e à criação de aves, gado leiteiro e à fabricação de diversos outros produtos. O roteiro inaugural chegou a ser testado em 2019 mas, por conta da pandemia, as famílias ficaram com receio de receber turistas em suas propriedades.

## Infraestrutura

### Acesso e transporte

O Município de Planalto localiza-se a 423 quilômetros de distância de Porto Alegre quando utilizado o **trajeto mais curto, via BR-386**, de Nova Santa Rita passando por Lajeado, Carazinho e Sarandi e, depois, a ERS-404 até Ronda Alta, finalizando o percurso pela ERS-324 em Planalto. Este trajeto leva em torno de 5h50min de viagem. Há também a opção de transitar pela ERS-130 em Lajeado em direção a Passo Fundo, numa viagem de 453km e 6h30min de duração ou, ainda, percorrer pela BR-470, passando por Bento Gonçalves, num trajeto de 444km e 6h50min de duração.

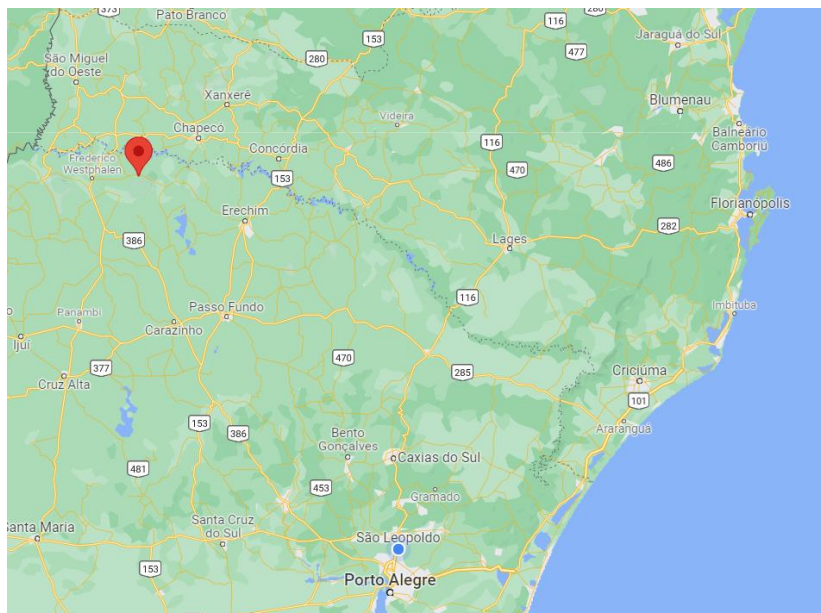
Para quem viaja de **ônibus de Porto Alegre a Planalto**, a empresa Ouro e Prata disponibiliza um horário de partida diário, às 18 horas, de segunda a sexta-feira, na modalidade comum, cuja passagem custa entre R\$ 140 e R\$ 150 (com ou sem seguro). A viagem dura em torno de 7h30min. Partindo de **Chapecó (SC)**, principal região de influência de Planalto, não foram identificadas linhas de ônibus ligando diretamente os dois municípios, somente Chapecó a Nonoai, operada pela empresa Unesul.

Em relação a **Frederico Westphalen**, principal centro urbano da região do Médio Alto Uruguai, Planalto localiza-se a 42 quilômetros de distância, utilizando o trajeto rodoviário mais curto, via ERS-324/ERS-591, passando por **Ametista do Sul**, que situa-se “no meio do caminho” entre os dois municípios e com o qual Planalto faz divisa, a apenas 16 km de distância. Em relação a **Chapecó**, o município está localizado a 77,5 quilômetros de distância. Além de Ametista do Sul, Planalto também faz divisa com outros municípios da Rota Águas e Pedras: Alpestre (12km de distância), Nonoai (34km), Iraí (35km) e Rodeio Bonito (30km de distância).

Em relação ao município de **Derrubadas**, importante destino da região turística **Rota do Yucumã**, Planalto localiza-se a 109 quilômetros de distância. Situada no **extremo Norte** do Rio Grande do Sul, além de ser próximo de municípios catarinenses que localizam-se perto da divisa entre os dois Estados, Planalto também

tem uma boa localização em relação à **região Oeste** de Santa Catarina, o que representa um potencial de fluxo turístico originado no Estado vizinho.

Figura 4: Localização de Planalto (pino vermelho) no RS e em relação a SC



Fonte: Google Maps

Em comparação a outras cidades e regiões importantes do Estado do Rio Grande do Sul, verifica-se que Planalto localiza-se a no mínimo 366 quilômetros de distância de Caxias do Sul, na Serra gaúcha; a pelo menos 584 quilômetros de distância de Uruguaiana, na Fronteira Oeste; e a 511 quilômetros de distância de Osório, no Litoral Norte. Na região Sul, a 628 quilômetros de distância de Pelotas e a 685 quilômetros de distância de Rio Grande.

O acesso a Planalto pode ocorrer pela ERS-324, para quem vem de Nonoai e Ametista do Sul ou pela ERS-504 para quem vem de Alpestre sendo que, para quem vem da região metropolitana de Porto Alegre, o acesso ocorre também pela ERS-324. Todas as estradas que levam a Planalto são pavimentadas, contudo, tanto a ERS-324 quanto a ERS-504 estão em péssimas condições asfálticas, com muitos buracos e pouca sinalização. Especificamente o trecho da ERS-324 que liga Planalto a Ametista do Sul, é repleto de buracos e mal sinalizado e, inclusive, perigoso, já que em muitas partes há declives sem contenção de segurança ou acostamento. A chegada em



Planalto é sinalizada apenas com uma placa de trânsito, não havendo pórtico ou outra estrutura turística que sinalize a chegada ao município.

A **rodoviária** de Planalto localiza-se no centro da cidade, sendo de fácil acesso e boa localização. Contudo, **o local só abre ao público nos horários de saída de ônibus**. Na porta, um informativo em papel avisa sobre os horários de atendimento.

Na área destinada aos boxes, onde os usuários aguardam a chegada dos ônibus, encontram-se alguns bancos de madeira instalados, mas não há lancheria ou loja de conveniências, assim como não foi identificada a existência de sanitários. Não foram identificados outros serviços aos viajantes, como caixas eletrônicos, tampouco estrutura confortável. Foi identificada a existência de **um ponto de táxi próximo à rodoviária**, assim como outros pontos espalhados principalmente pela área central de Planalto. Contudo, **não há serviços de transporte por aplicativo** em funcionamento.

Foto 6: Estação rodoviária de Planalto



Fonte: Instituto de Pesquisas (IPM) da Unisinos

A estação rodoviária de Planalto não possui um domínio próprio na internet, sendo remota a possibilidade de consultar horários de viagens e comprar passagens on-line. É necessário saber qual empresa de ônibus opera o trecho desejado e consultar diretamente no site da empresa, ou entrar no site de outras estações rodoviárias que possuem este canal em funcionamento. O Google apresenta um número de telefone supostamente pertencente à estação rodoviária de Planalto, mas não é possível completar a chamada.



## Apoio ao Turista e Conveniências

Planalto possui **2 agências de turismo** e **3 transportadoras turísticas** registradas no Cadastur, porém as agências de turismo cadastradas operam somente com a oferta de **pacotes emissivos**. O **turismo receptivo** é desenvolvido na região da Rota Águas e Pedras por agentes e agências de turismo que **não necessariamente incluem Planalto em suas rotas e roteiros**. Os destinos mais visitados, atualmente, são Ametista do Sul, Iraí e Frederico Westphalen, além de Derrubadas, integrante da Rota Yucumã.

Segundo informações obtidas junto às próprias agências de turismo, a maioria dos visitantes de Planalto dirige-se ao município por motivos de trabalho ou porque estão fazendo turismo em Ametista do Sul. A proximidade entre os dois municípios, somada a uma oferta de hospedagem que atualmente não atende à demanda existente em Ametista do Sul, faz com que muitos visitantes acabem buscando estadia em Planalto, enquanto visitam os pontos turísticos de Ametista do Sul durante o dia.

Está em fase de implementação um **Centro de Informações Turísticas**. No momento, as informações são repassadas no prédio da prefeitura, por meio da Secretaria de Turismo, com entrega de material informativo impresso como mapas, folders e *flyers* sobre Planalto. Com relação à **sinalização**, somente as ruas que ficam no perímetro urbano são identificadas por placas. No interior do município e nas áreas mais afastadas do perímetro urbano, há pouca ou nenhuma sinalização, o que prejudica a localização do turista, especialmente ao tentar encontrar os atrativos turísticos presentes nessas áreas. Com relação à **estrutura bancária**, o município possui agências das cooperativas Sicredi, Sicoob e Cresol, além dos bancos Banrisul e Banco do Brasil e, também, um caixa eletrônico do Bradesco. Sobre a **estrutura de saúde**, Planalto conta com um hospital municipal, três postos de saúde e algumas farmácias.

## Gastronomia

Como estabelecimentos gastronômicos, consideraram-se **restaurantes, cafeterias, lancherias, padarias, sorveterias, docerias**. No Cadastur, **existem 3 estabelecimentos** do tipo “Restaurante, Cafeteria, Bar e Similares” cadastrados em Planalto. Durante a pesquisa, identificou-se que Planalto possui um **número razoável de estabelecimentos de alimentação**, porém sem muita diversificação das respectivas ofertas.

Os restaurantes do Planalto são de fácil localização e acesso, já que a maioria se concentra no centro da cidade. A característica predominante das ofertas gastronômicas é buffet livre, bife na chapa e lanches em geral. A maioria dos restaurantes fica aberto na hora do almoço, funcionando de segunda-feira a sábado, das 11 horas às 15 horas. Os principais restaurantes do município são o **Restaurante do Baixinho** e o **Restaurante Basso**, ambos anexos aos respectivos hotéis. Outro restaurante relevante de Planalto é o **Restaurante Porão**, que fica próximo à estação rodoviária, também no centro, porém um pouco mais afastado dos outros estabelecimentos.

Como a maioria dos restaurantes atende ao público no horário do almoço, à noite é mais difícil de encontrar opções de alimentação. Duas opções que podem ser destacadas são o **Albert’s Grill Lanches** e o **Restaurante Chapão**. O Albert’s Grill Lanches abre todos os dias, das 11 horas às 13 horas e serve almoço, prato feito, lanches e petiscos variados, e de terça a domingo, das 18 horas às 23 horas, servindo lanches e petiscos. Já o Restaurante Chapão funciona todos os dias para o almoço, servindo buffet livre e bife na chapa, das 11h30min às 14 horas e de quarta a domingo para jantar, das 18 horas às 23 horas, servindo lanches, petiscos e pratos à la carte.

Além desses locais, a prefeitura lista o Restaurante Jandir Valentini (com pousada) e o restaurante Moes Bar (que tem o boliche como uma das atrações) como opções em Planalto - além das sorveterias Vanzin, Point Do Açaí, Cantinho do Sorvete; padarias Cantinho do Sabor, Grão do Trigo, Vanni, Bertuol e Doce Sabor; e demais estabelecimentos como o Hot Dog do Lamera, Bar da Rose, Doce Mania, Espetinho do Beijo e Food Truck do Alemão.

De maneira geral, quanto ao **atendimento** prestado nos estabelecimentos, predomina a abordagem informal ou familiar. Embora o atendimento seja cordial, há oportunidade de qualificação neste quesito, visando a padronização, a profissionalização e a consequente qualificação do atendimento ao consumidor. Dos estabelecimentos mapeados, muitos não possuem rampas e/ou instalações acessíveis, dificultando o acesso de pessoas com dificuldade de locomoção.

De maneira geral, avalia-se que Planalto possui uma **oferta gastronômica razoável**, pois a mesma atende à demanda da comunidade local e de quem está no município a trabalho, no horário do almoço e da janta, tendo, inclusive, alternativas em funcionamento aos domingos. Por outro lado, as ofertas não possuem diferenciais nem diversificação nos cardápios.

## **Hospedagem**

Como meios de hospedagem, buscaram-se **hotéis e pousadas**. No **Cadastur**, **não existe hotel ou pousada cadastrados no Município de Planalto**. No **Airbnb**, ao buscar por alternativas de hospedagem em Planalto/RS, a maioria das opções se localiza em Ametista do Sul e outras em Iraí, não havendo nenhuma alternativa disponível no município.

Durante a pesquisa, foi identificada a existência de três hotéis em Planalto: **Hotel Mascarello, Hotel Basso e Hotel do Baixinho**. Todos os hotéis se localizam no centro da cidade, portanto, próximos de conveniências para os hóspedes, como lojas, farmácias, supermercados, bancos e padarias. A prefeitura também sinaliza a existência da **Pousada São Cristovão e da Pousada existente junto ao restaurante Jandir Valentini**.

**Nenhum desses empreendimentos possui foco turístico**, recebendo, em grande parte, **pessoas que estão fazendo turismo em Ametista do Sul** ou, então, estão na cidade a trabalho. No entanto, os hotéis apresentam boa infraestrutura, com qualidade e conforto satisfatórios e boas condições de higiene.

Sobre os serviços e conveniências disponibilizados aos hóspedes nos hotéis, todos possuem restaurante anexo. O Hotel Basso e o Hotel do Baixinho têm os seus restaurantes abertos ao público geral. Além disso, o Hotel Mascarello possui uma

piscina disponível para os hóspedes como opção de infraestrutura de lazer. O Hotel Mascarello possui elevador mas, no geral, a **acessibilidade** é um aspecto passível de melhoria em todos os estabelecimentos, pois nenhum possui instalações efetivamente adaptadas.

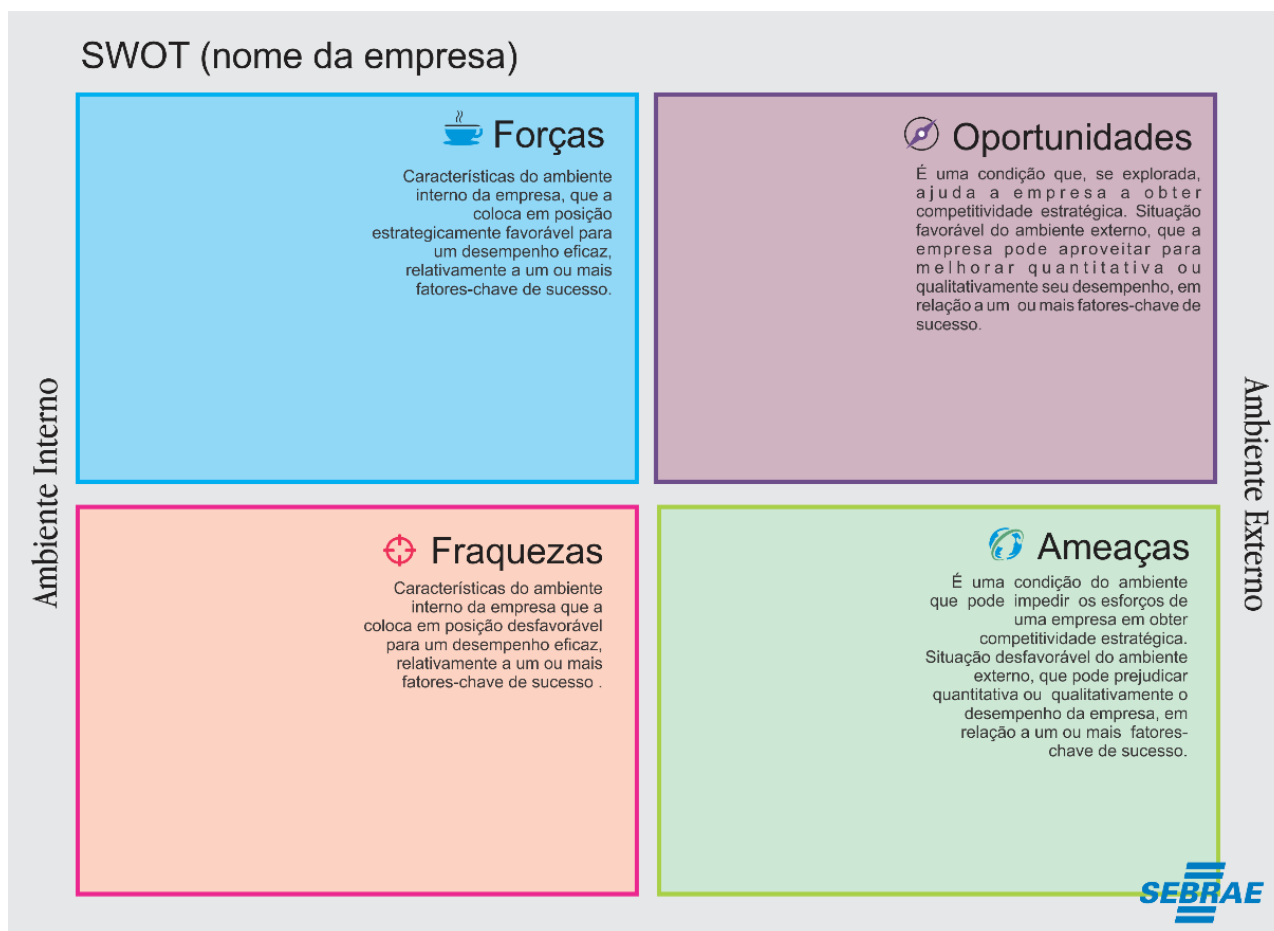
De maneira geral, o **atendimento** prestado nos estabelecimentos é cordial, porém informal e familiar, sem uso de uniformes e crachás. Apenas o **Hotel Mascarello** possui site próprio na internet e possibilita a realização de reservas por meio do portal Hoteis.com. Os valores da diária para casal cotados na versão mais econômica, nos hotéis, variam de R\$ 100 a R\$ 240.

Analisando todos os quesitos que compõem a categoria de Hospedagem e relacionando-os aos dados coletados em Planalto, avalia-se a oferta de hospedagem do município como **satisfatória**, pois há um número razoável de hotéis, com um bom nível de qualidade, infraestrutura e conforto. No entanto, embora os hotéis da cidade recebam um número considerável de turistas, nenhuma das alternativas hoje existentes é capaz de atrair ou reter turistas **exclusivamente** por conta da sua oferta de hospedagem. Sabe-se que a demanda pelos serviços de hospedagem em Planalto se deve à escassez da oferta em Ametista do Sul, principalmente.

Considerando que o fluxo de turistas é frequente em Planalto, mesmo que oriundo de Ametista do Sul, verifica-se que há espaço para a criação de novas propostas de hospedagem: a) para **absorver a demanda não atendida de Ametista do Sul**; b) para que **o município seja seu próprio gerador de fluxo turístico** e c) para que **retenha no município** esse fluxo de visitantes por mais alguns dias, o que pode refletir positivamente na economia local. Deve-se destacar que, embora seja uma oportunidade atualmente aproveitada pelo município, também é arriscado manter-se trabalhando apenas com a absorção da demanda excedente de Ametista do Sul, pois este é um cenário que pode se modificar a qualquer momento, a partir do incremento da infraestrutura de hospedagem no município vizinho.

## 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 três grupos, e revisada pela consultora.



FORÇAS	FRAQUEZAS
<b>1) Infraestrutura:</b> Infraestrutura Geral (trânsito, saneamento, energia, comunicações, etc.) e <b>Acesso</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Internet na cidade;</li> <li>● Telefonia – algumas operadoras com bom sinal na cidade;</li> <li>● Iluminação qualificada na cidade – revitalizada;</li> <li>● Praças cuidadas e equipadas;</li> <li>● Paisagismo qualificado em alguns pontos;</li> <li>● Acessos qualificados às comunidades;</li> <li>● Energia elétrica com bom fornecimento na cidade;</li> <li>● Limpeza das ruas na cidade é qualificada;</li> <li>● Placas de sinalização urbana.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Internet no interior ainda é insuficiente;</li> <li>● Telefonia com problemas no interior – não tem sinal;</li> <li>● Sinalização deficitária – travessia de pedestres;</li> <li>● Não há sinalização turística;</li> <li>● Acessos às comunidades e propriedades deficitários;</li> <li>● Energia elétrica com problemas de fornecimento no interior;</li> <li>● Paisagismo ainda é insuficiente;</li> <li>● Sanitários públicos estão deficitários e sem manutenção adequada;</li> <li>● Rodoviária não está qualificada;</li> <li>● Transporte privado não é qualificado (táxi, vans, etc).</li> </ul>
<b>2) Políticas Públicas:</b> Política Pública, Cooperação Regional	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Criação da Secretaria de Turismo;</li> <li>● Certificado de integração ao Programa de Regionalização;</li> <li>● Trabalho multidisciplinar com o apoio de entidades como Sebrae e Sicredi;</li> <li>● Trabalho do Comtur – Existência de um Conselho Municipal de Turismo;</li> <li>● Criação do Fumtur – Fundo Municipal de Turismo, com orçamento;</li> <li>● Vínculo com o Instituto Federal de Ensino para cursos de qualificação profissional, inclusive na área do turismo;</li> <li>● Investimentos em algumas áreas do setor turístico;</li> <li>● Há condutores locais no Roteiro do Vale.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Comtur ainda não possui um plano de trabalho;</li> <li>● Falta de divulgação dos projetos e ações desenvolvidas pelo turismo;</li> <li>● Não há preparação dos empresários e população para o atendimento ao turista;</li> <li>● Ainda não se exploram adequadamente os pontos turísticos com potencial, cascatas, parques;</li> <li>● Não há sensibilização sobre a importância e as possibilidades de renda - empreendedorismo e emprego no setor do turismo;</li> <li>● Não há rotas em parceria com municípios vizinhos;</li> <li>● Não há guias de turismo.</li> </ul>

<b>3) Monitoramento:</b> Pesquisa, dados; e <b>Economia:</b> Economia Local e Capacidade Empresarial	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Elaboração do Radar Turístico do Município;</li> <li>● Construção participativa e integradora do Plano Municipal de Turismo;</li> <li>● Já estão cadastrados no Cadastur (30 empreendimentos).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Não há dados sobre fluxo de turistas, nem sobre o impacto do turismo;</li> <li>● Artesanato indígena não é comercializado no local.</li> </ul>
<b>4) Turismo:</b> Serviços e Equipamentos Turísticos, Atrativos Turísticos	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Hospedagem qualificada – há alguns hotéis;</li> <li>● Há restaurantes qualificados;</li> <li>● Agricultura com qualidade e diversidade;</li> <li>● Existência de garimpos na cidade;</li> <li>● Artesanato indígena existente;</li> <li>● Elaboração de vinhos – existência de algumas vinícolas;</li> <li>● Horticultura e fruticultura;</li> <li>● Existência de Feira do Produtor;</li> <li>● Há fábricas de móveis no município;</li> <li>● Existência de cervejaria no município;</li> <li>● Existência de uma comunidade polonesa e construção do Monumento do Papa – segundo maior do Brasil;</li> <li>● Existência do CTG;</li> <li>● Turismo Rural já vem sendo trabalhado há tempo – Vale das Uvas e outros;</li> <li>● Existência de quedas d’água;</li> <li>● Bambu – rota turística e oficina com artesanato em bambu, além de alimentos com o bambu;</li> <li>● Há comercialização de pedras em Planalto – fornos e produção.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ainda há necessidade de qualificar os hotéis, inserir elementos locais e as refeições;</li> <li>● Ainda há carência de oferta de alimentação – estabelecimentos fecham aos domingos e, ainda, à noite nos dias de semana muitos fecham;</li> <li>● Não há padarias/lancherias com café da manhã aos domingos;</li> <li>● Não se aproveitam e valorizam adequadamente os produtos coloniais-agroindustriais locais nos alimentos ofertados ao turista;</li> <li>● Necessidade de qualificar a ambientação dos restaurantes;</li> <li>● Não há uma gastronomia típica sendo trabalhada nos restaurantes;</li> <li>● Reserva indígena não possui atividades turísticas - ocas indígenas instaladas sem visitaçã atualmente;</li> <li>● Não há incentivo ao turismo relacionado à cultura indígena – algumas reuniões realizadas e incentivo ao artesanato, mas com problemas em função de litígios;</li> <li>● Trilhas de acesso ao garimpo e possibilidade de experiências não explorados;</li> <li>● Produtores de vinhos não estão registrados;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Feira do agricultor não possui um espaço apropriado;</li> <li>● A estátua do Papa João Paulo II é pouco explorada;</li> <li>● CTG não abre para o turista – não há atividades para receber os visitantes;</li> <li>● Cascatas não são exploradas turisticamente, pois não possuem acesso;</li> <li>● Não há oferta de produtos turísticos – artesanato, souvenirs, produtos agroindústrias, em um único local;</li> <li>● Não há um Centro de Atendimento ao Turista – CAT;</li> <li>● Pedras ainda não são devidamente aproveitadas como experiência turística – não se exploram os garimpos;</li> <li>● Não se aproveita a colheita das frutas e verduras como produtos turísticos permanentes.</li> </ul>
<p align="center"><b>5) Sustentabilidade: Aspectos Ambientais, Aspectos Sociais e Aspectos Culturais</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Existência de uma reserva indígena no município (ocas, trilhas);</li> <li>● Incentivo para instalação de novas empresas no município;</li> <li>● Há educação sobre sustentabilidade nas escolas do município.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Problemas com a reserva indígena – conflito dificultando o desenvolvimento de ações – necessidade de articular com Funai e Governo Estadual;</li> <li>● Falta de saneamento básico (esgoto);</li> <li>● Ainda há que se qualificar a coleta seletiva e os depósitos de lixo, bem como lixeiras;</li> <li>● Problemas com armazenagem de água no interior;</li> <li>● Problemas com tratamento de água em algumas localidades do interior;</li> <li>● Falta de informações sobre desmatamento e compensação para instalação de novas empresas;</li> <li>● Falta de recursos e sensibilização das comunidades mais carentes</li> </ul>



	<p>sobre o destino correto do lixo – ainda há lixo nas ruas;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Comunidade ainda desconhece a força do que possui.</li> </ul>
<b>6) Marketing: promoção física e virtual, relacionamento</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Há rádios locais;</li> <li>● Há jornal regional;</li> <li>● Algumas empresas já divulgam nas mídias sociais;</li> <li>● Há outdoor do município;</li> <li>● Elaboração do Radar da Rota das Águas e Pedras;</li> <li>● Letreiro “Eu Amo Planalto”;</li> <li>● Existência de folder turístico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Município não é divulgado adequadamente – não é reconhecido na Rota das Águas e Pedras;</li> <li>● Não há endomarketing – trabalho integrado de comunicação e comunicação interna;</li> <li>● Não há um site do turismo de Planalto;</li> <li>● Não há mídias sociais do turismo de Planalto;</li> <li>● Há carência de informações sobre o que divulgar;</li> <li>● Não há uma rotina adequada às novas formas de divulgação – não se aproveitam adequadamente as novas ferramentas existentes;</li> <li>● Falta de investimento, por falta de conhecimento, no marketing digital;</li> <li>● Não realizam impulsionamento adequado nas mídias sociais;</li> <li>● Faltam placas turísticas e interpretativas;</li> <li>● História do município não é divulgada de forma correta – não se aproveita turisticamente;</li> <li>● Não participam em feiras e eventos do setor;</li> <li>● Pouca presença no TripAdvisor.</li> </ul>
<b>7) Eventos: Estabelecer um calendário de eventos (foco no turismo) – existentes e novos. Estrutura para eventos.</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Festas religiosas coordenadas pela paróquia – colaboração entre as comunidades;</li> <li>● Festa da colheita das uvas no Vale das Uvas;</li> <li>● Rodeio de Planalto – Tiro de laço – promovido pelo CTG local;</li> <li>● Invernadas do CTG local;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Pandemia afetou a realização de eventos;</li> <li>● Perderam o Festival do Chopp – que já não acontece mais;</li> <li>● Festiplam já não acontece;</li> <li>● Concurso do Vinho não ocorre mais;</li> <li>● Não promove mais o Festival de</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>● Gaiolama – evento que tem atraído visitantes;</li> <li>● Ginásio de esportes onde ocorre eventos;</li> <li>● Rústica deverá ser realizada – agendada;</li> <li>● Espaço privado de eventos qualificado;</li> <li>● Noite do Filó.</li> </ul>	<p>Música nas escolas do município;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Não há eventos realizados em locais de beleza cênica e natural;</li> <li>● Não há eventos esportivos – ciclismo, caminhadas, etc;</li> <li>● Problemas do ginásio de esportes para realização de eventos;</li> <li>● Faltam auditórios e pavilhão para realizar eventos;</li> <li>● Não há uma rua coberta para realização de eventos;</li> <li>● Não há eventos com integração regional;</li> <li>● Não há eventos turísticos de pequeno porte para atrair visitantes durante a semana (congressos, fóruns, etc);</li> <li>● Não se aproveita a colheita das frutas como oportunidade de eventos.</li> </ul>
<p><b>AMEAÇAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Condições climáticas extremas/sazonalidade;</li> <li>● Possíveis novas pandemias;</li> <li>● Queda da renda em função do desemprego/inflação;</li> <li>● Estruturas de acesso com necessidade de melhorias (rodovias estaduais e federais);</li> <li>● Medo das aglomerações por parte dos turistas mais cautelosos;</li> <li>● Crise econômica – mundial e nacional;</li> <li>● Descontinuidade de projetos e gestores;</li> <li>● Posicionamento on-line qualificado de outros destinos;</li> <li>● Burocracia governamental;</li> <li>● Falta de criação de marcos legais para a política do turismo;</li> <li>● Ambiente político nacional instável.</li> </ul>	<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Localização estratégica regional/estadual – Rota das Águas e Pedras e proximidade com cidades de maior porte do RS e SC;</li> <li>● Ametista já recebe mais de 8 mil turistas por mês – estão sobrecarregados;</li> <li>● Interesse de empresas e setores em realizar eventos corporativos;</li> <li>● Interesse pelas pedras e todos aspectos ligados;</li> <li>● Interesse por lugares em meio a natureza, experiências ao ar livre;</li> <li>● Interesse do turista por empresas que adotam protocolos que passam a segurança e tranquilidade para o visitante;</li> <li>● Interesse por meios de hospedagem alternativos;</li> <li>● Interesse do turista por mais atividades voltadas à família (jovens e crianças);</li> <li>● Aumento da população 50+ e 60+;</li> </ul>

- Compreensão do turista de que o destino deve ser organizado como uma rede – busca por uma venda conjunta por parte dos municípios;
- Possibilidade de realizar campanhas de venda voltadas aos que permaneceram com salário e com muito desejo de sair e viajar - “poupança da pandemia”;
- 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;
- Há a possibilidade de desenvolver o turismo com baixo investimento.

## Marketing

### Presença e informações disponíveis na Internet

O site da Prefeitura de Planalto<sup>6</sup> não possui uma página dedicada a ceder informações turísticas. Existe, apenas, uma seção destinada a informar o histórico de formação e dados gerais do município. No Facebook,<sup>7</sup> a prefeitura possui uma página oficial, atualizada regularmente, apresentando notícias sobre diversas áreas, como a realização de serviços, calendário de vacinação, eventos e demais ações realizadas pela prefeitura. Não há, nesse canal, foco em divulgar atrativos ou atividades turísticas do município ou da região. No Instagram, a prefeitura criou recentemente o perfil @secretariaturismoplanalto com o intuito de divulgar, conforme a bio pública do perfil, “fotos, notícias, eventos e paisagens” do município.

Ao utilizar o termo “Planalto RS” para uma busca no Google, o primeiro resultado gerado é o site da prefeitura. Depois, aparece a página de Planalto/RS na Wikipédia, a página da prefeitura no Facebook, anteriormente citada, e o da empresa de ônibus Planalto. Ademais, aparecem outros sites genéricos como o portal “Cidade Brasil”, que não trazem informações completas e qualificadas sobre o município. A inclusão da sigla “RS” junto ao nome do município é importante para a obtenção dos resultados, uma vez que outros municípios brasileiros têm a mesma denominação ou levam a palavra “planalto” em seus nomes.

Na segunda página de resultados do Google, aparece o site de Turismo da Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo do Rio Grande do Sul (Sedetur) e a página dedicada especificamente a ceder informações sobre Planalto<sup>8</sup>, onde consta uma breve descrição/histórico do município – já as seções: Como chegar, Onde ficar, Onde comer e O que fazer apresentam poucos resultados e informações bastante incompletas.

É importante que se busque amplificar as informações turísticas de Planalto na internet, de forma que blogs, páginas oficiais e não oficiais e perfis de redes sociais

---

<sup>6</sup> <https://www.planalto.rs.gov.br/>

<sup>7</sup> <https://www.facebook.com/prefeituraplanalto>

<sup>8</sup> <https://www.turismo.rs.gov.br/cidade/496/planalto#sobre>

produzam conteúdo acerca do que os visitantes podem encontrar no município. Bons textos, aliados a fotos atrativas e que apresentem a possibilidades de uma experiência turística diferenciada são importantíssimos para que mais turistas conheçam e se encantem por Planalto. É também imprescindível que as informações básicas de locais e passeios sejam atualizadas constantemente.

## **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?**

- Atrativos;
- Bom atendimento;
- Acolhimento;
- Conhecer a fruticultura local – diversidade;
- Produtos coloniais;
- Rota do Bambu;
- Pedras preciosas;
- Garimpos;
- Paisagens naturais;
- Ter conhecimento da cultura indígena;
- Ocas;
- Praças;
- Turismo rural – atividades rurais;
- Vinhos;
- Vale das Uvas;
- Artesanato;
- Produtos coloniais;
- Cultura polonesa – representada na Praça Braspol – Estátua João Paulo II;
- Turismo florestal;
- Trilhas;
- Gaiolama;
- Festiplan;
- Festas religiosas em comunidades;
- Festa do Padroeiro;
- Jantar do Vinho;
- Turismo religioso;
- Vivenciar momentos e experiências únicas;

- Belezas naturais;
- Descanso;
- Oportunidades de trabalho;
- Tranquilidade da cidade pequena;
- Hospitalidade;
- Proximidade de Ametista do Sul;
- Aprender sobre o Bambu.

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

- Interiorana;
- Agricultora;
- Etnias diversas;
- Garimpeira;
- Indígena;
- Pessoa da natureza;
- Acolhedora;
- Atraente;
- Organizada;
- Simpática;
- Com oportunidades;
- Criativa;
- Receptiva;
- Simples;
- Estatura pequena;
- Hospitaleira;
- Familiar;
- Alegre;
- Prestativa;
- Amiga;
- Festeira;
- Inteligente;
- Trabalhadora;
- Natural;
- Alta;
- Dócil;
- Na primeira impressão não seria tão positiva, mas se redime depois;
- Calma;
- Viçosa;
- Bonita;
- Saudável;
- Alegre;
- Alto astral;
- Feliz;
- Receptiva.

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

- “Planalto tem um povo acolhedor, turismo rural, agricultura, pedras preciosas, café colonial e artesanato indígena, em bambu e com pedras”.
- “Para se encantar com belezas naturais você não pode deixar de conhecer Planalto. Seu ar puro, paisagens lindas, aromas leves da natureza, cultura diversificada, água cristalina, povo acolhedor e diversos lugares para lazer. Este lugar é Planalto!”
- “Vamos falar de turismo. Para você que está em busca de tranquilidade, experiências e aventura, venha conhecer Planalto. Aqui você encontra um povo acolhedor, cheirinho, barulho e a tranquilidade da natureza. Tudo combinado com uma deliciosa experiência gastronômica e colonial. Onde você pode vivenciar tudo com lindas paisagens naturais.”
- “Vida simples de toda população, contato com a natureza, vida de campo, comércio. Variedade de culturas e gastronomia, ligado à natureza para ser desfrutada.”
- “Venha para Planalto e pare! Atrações que fazem você parar, refletir, respirar, escutar... os pássaros, a água, o som do vento.”

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

**Planalto, município integrante da Rota das Águas e Pedras, situado no Norte do Rio Grande do Sul, é destino para quem busca a tranquilidade e o acolhimento do interior. Lugar para vivenciar experiências de turismo rural no Vale das Uvas, conhecer e adquirir pedras brasileiras e o místico bambu, se hospedar com conforto e aproveitar a boa gastronomia resultado da mescla de culturas e etnias que compõem o município.**

**Venha para Planalto e pare! Pare para descansar e para aproveitar as atrações que fazem você refletir, respirar, escutar e sentir a vida, os pássaros, a água, o som do vento.**

**Este lugar é Planalto!**

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

- O turismo gerando emprego, renda, cultura, atrativos, qualidade de vida, embelezamento, povo feliz.
- Que seja um lugar onde seu povo seja feliz e se fixe, evitando as migrações que tanto marcou nossa história.
- Crescimento e desenvolvimento do turismo. Poder público e privado unidos em busca do crescimento e bem-estar de todos.
- Pórticos de entrada e CAT implantados. Boa sinalização, mais locais para exposição das culturas locais, mais pontos turísticos. Boa divulgação do turismo, com ele satisfeito.
- Que se realize o Plano de ações desenvolvido nesse dia.

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

**Ser reconhecido como um destino turístico da região de Águas e Pedras, tendo seu Plano de Turismo implementado efetivamente, gerando o desenvolvimento do turismo com sustentabilidade, envolvendo setor público e privado e tendo uma comunidade feliz em viver aqui.**



## Síntese – IPM Unisinos

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

Figura 5: Resultado do Radar de Planalto



Fonte: IPM Unisinos

A figura evidencia que há **clara necessidade de se pensar o turismo como um ecossistema completo**, que combine diferentes recursos a uma estrutura de apoio confortável e eficiente, visando qualificar a oferta turística do município. Conclui-se que **o posicionamento turístico de Planalto ainda não é claro**. Algumas ações importantes, como a iniciativa para a criação de um roteiro de turismo rural, demonstram que há interesse no desenvolvimento da atividade turística no município. Por outro lado, são necessárias diversas ações de articulação, cooperação e planejamento entre os atores ligados ao ecossistema de turismo para que seu respectivo desenvolvimento seja viabilizado. No momento, Planalto não é um destino turístico consolidado - não por falta de potencial e sim por falta de estruturação - e algumas de suas principais potencialidades turísticas, como a localização geográfica, não são ou são pouco exploradas turisticamente.

## Plano de Ações

O Plano de Ações que compõe o Plano de Desenvolvimento do Turismo de Planalto foi construído em encontro presencial no dia 2 de agosto de 2022, conforme listas de presenças do Anexo I.

O plano contou com a contribuição de todos participantes, e, ainda, com a complementação da consultora e revisão da equipe 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
<b>INFRAESTRUTURA E ACESSO</b>					
Infraestrutura Geral (trânsito, saneamento, energia, comunicações, etc.) e acessos diversos					
Articular com as empresas que fornecem os serviços de internet, para disponibilizar antenas nas comunidades do interior;	PPP	Médio prazo	5	Das operadoras	
Refazer e qualificar as faixas de pedestres e construir acessibilidade nas calçadas (deficientes físicos e idosos);	Setor público	Curto prazo	5	Público	
Fazer projeto e implantar as placas de sinalização turística;	Setor público	Médio prazo	4	Público	
Qualificar o acesso – com manutenção e estruturação das rodovias – possibilitando acesso de ônibus no interior;	Setor público	Médio prazo	4	Público	
Articular com a RGE para melhorias na prestação de serviços e atendimento ao consumidor;	Poder público	Curto prazo	4	RGE	

Qualificar e manter os sanitários públicos. Fazer projeto de sensibilização para conservação dos bens públicos;	Poder público	Curto prazo	4	Público	
Buscar solução junto aos proprietários da rodoviária, visando qualificar o serviço.	Poder público e Comtur	Médio prazo	4	Privado	

### POLÍTICAS PÚBLICAS, COOPERAÇÃO REGIONAL E MONITORAMENTO

Política Pública, Cooperação Regional; Pesquisa, dados

Elaborar o Plano de Trabalho do Comtur;	Comtur e comunidade	Curto prazo	5	-	
Divulgar os projetos e ações desenvolvidas pelo setor turístico. Criar grupo WhatsApp do setor do turismo;	Secretaria de Turismo e Comtur	Permanente	5	-	
Criar uma metodologia para coletar os dados sobre o fluxo/satisfação do turista e o impacto do turismo;	Setor público e Comtur	Permanente	4	PPP	
Preparar os empresários e a população para o atendimento ao turismo.	Setor público e ACIsap	Permanente	3	PPP	

### PRODUTOS E EXPERIÊNCIAS TURÍSTICAS – TURISMO RESPONSÁVEL E SEGURO

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

Promover a criação de experiências turísticas que diferenciem a oferta de Planalto;	Setor público, entidades e empreendedores	Curto prazo	5	PPP	
Estruturar um Centro de Atendimento ao Turista (CAT) e construir um local de acolhimento de ônibus com serviços e comércio (sanitários, cafeteria e casas de artesanato);	Setor público, Comtur e empreendedores	Médio prazo	5	PPP	
Criar coleção de artesanato com identidade local e disponibilizar em espaços apropriados para comercialização;	Setor público, entidades, Sebrae, Senar e empreendedores	Curto prazo	5	PPP	
Promover a qualificação dos meios de hospedagens – ofertar cursos e consultoria;	Setor público, entidades e empreendedores	Curto prazo	5	PPP	
Qualificar a oferta de gastronomia (restaurantes, cafés, etc);	Setor público, entidades e empreendedores	Curto prazo	5	PPP	
Organizar rotas turísticas, unindo e organizando, qualificando a oferta e estruturando o acesso (após, promover);	Setor público, entidades e empreendedores	Curto prazo	5	PPP	
Articular para qualificar o transporte privado (vans, táxis, etc);	Setor público e empreendedores	Médio prazo	4	PPP	

Explorar (estruturar, qualificar, promover, comercializar) adequadamente os atrativos turísticos com potencial (paróquia, ocas, quedas d'água);	Poder público e empreendedores	Curto prazo	4	PPP	
Elaborar rotas em parceria com os municípios vizinhos;	Poder público, Comtur, Emater, Sebrae e Sicredi	Médio prazo	3	PPP	
Criar espaços para comercialização do artesanato indígena.	Setor público	Permanente	2	PPP	

## SUSTENTABILIDADE

Aspectos Ambientais, Aspectos Sociais e Aspectos Culturais;

Buscar solução para o conflito indígena;	Funai governos (municipal, estadual e federal)	Curto prazo	5	-	
Criar um Plano Paisagístico e envolver a comunidade na execução. Reativar o viveiro municipal, revitalizando e criar novos espaços mais floridos no município;	Setor público e privado e população local	Curto prazo	5	PPP	

Instituir a coleta seletiva do lixo;	Setor público e comunidade	Médio prazo	4	PPP	
Elaborar um Plano de Normatização e Orientação para minimizar os impactos ambientais na implantação de novas empresas no município.	Setor público, Legislativo e empreendedores	Médio prazo	4	Público	
<b>EVENTOS</b>					
Qualificação dos Eventos – Calendário de eventos turísticos – estruturas e profissionais					
Criar um calendário de eventos turísticos do município;	Setor público e empreendedores	Curto prazo	5	PPP	
Retomar a realização dos eventos paralisados em função da pandemia;	Setor público, entidades e privado	Curto prazo	5	PPP	
Estruturar – qualificar o ginásio de esportes;	Setor público	Curto prazo	5	Público	
Qualificar a divulgação dos eventos do município;	Setor público, paróquia e setor privado	Curto prazo Permanente	5	PPP	
Retomar a feira – Festiplan – com uma data definida e contínua – a cada dois anos;	Setor público e privado	Médio prazo	4	PPP	
Fazer projeto e captar recursos para a Rua Coberta;	Setor público	Longo prazo	4	Captar recursos federais	
Ofertar transporte para os empreendedores participarem de feiras e eventos do setor	Setor público, entidades	Médio prazo	4	PPP	

turístico;	e privado				
Realizar o Festival do Chopp;	Iniciativa privada	Curto prazo (outubro)	3	Privados	
Realizar o Concurso do Vinho;	Setor público e privado	Curto prazo (julho)	3	PPP	
Retomar o Festival da Canção.	Sec Educação	Médio prazo	2	Público	
<b>CAPACITAR</b>					
Cursos, formação, qualificação, capacitação, visitas técnicas, famtours, benchmarking, turismo seguro					
Capacitar condutores locais de turismo;	Poder público, Comtur e IE	Curto prazo	5	PPP	
Ofertar cursos de idiomas;	Poder público, Comtur e IE	Curto prazo	4	PPP	
Sensibilizar sobre a importância e as possibilidades de empreendedorismo no turismo;	Poder público, instituições financeiras e entidades	Permanente	4	PPP	
<b>MARKETING E POSICIONAMENTO DO MUNICÍPIO</b>					
PROMOVER - Marketing e Comunicação – promoção do destino					
Elaborar levantamento sobre os recursos para aplicar nas estratégias de marketing – Articular para ampliar a verba;	Poder público e Comtur	Curto prazo	5	PPP	



Elaborar um site próprio para o turismo de Planalto;	Poder público e Comtur	Curto prazo	5	PPP	
Elaborar e divulgar calendário de eventos;	Poder público e Comtur	Curto prazo	5	PPP	
Elaborar placas, banners e outdoors;	Poder público e Comtur	Curto prazo	5	PPP	
Estruturar as mídias sociais (Turismo Planalto);	Poder público e Comtur	Curto prazo	5	PPP	
Ter um cadastro dos guias e condutores locais de turismo, divulgar os profissionais no site da Setur. Contratar quando necessário;	Poder público e Comtur	Curto prazo	4	Público	
Contratar profissional do setor de comunicação para atuar na Secretaria de Turismo;	Poder público e Comtur	Curto prazo	4	Público	
Fazer parceria com criadores de conteúdo (influenciadores), para visitarem o município e a região e divulgarem;	Poder público, Comtur e empreendedores	Médio prazo	3	Público	

## 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:

- Futuro;
- União;
- Comprometimento;
- Persistência;
- Realização;
- Início;
- Construção;
- Perseverança;
- Responsabilidade;
- Conhecimento;
- Experiência;
- Organização;
- Empreendimento;
- Ação;
- Histórico;
- Motivador;
- Produtivo;
- Esclarecedor;
- Conhecimento;
- Coragem.

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

- Produtiva;
- Podemos perceber os potenciais que Planalto tem;
- Construtiva;
- A importância da organização da iniciativa em buscar o conhecimento resultando na construção, no futuro no desenvolvimento do turismo em nosso município;
- Produtiva, levamos conosco aprendizado, a importância do trabalho cooperativo onde todos estão dispostos a colaborar, a necessidade de estar envolvido como setor público, para um crescimento saudável e assim promover o desenvolvimento do município;
- O dia de hoje nos trouxe, além de muito conhecimento, uma visão ampla de como temos potenciais a serem explorados;

- Possibilidade de adquirir experiência e uma nova visão do turismo de Planalto, como algo promissor;
- Além da experiência pode-se sair com uma carga de conhecimento e o desejo de fazer dar certo o turismo na cidade, com a união de todos;
- Leva-se uma excelente e promissora vivência desta jornada, mas uma visão mais ampla do que é turismo. Que não é só viagem, mas empreendimento, trabalho, estudos, busca de resultados e prazer de viver.

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

- Pela divulgação e chamamento para novas etapas e oportunidades;
- Compartilhando o aprendizado adquirido no dia de hoje, acompanhando os projetos e ações da Setur e ajudando na divulgação;
- Divulgar as ideias, de forma confiante, pois através de hoje, a visão de turismo se amplia para o todo. Explicando que somente com a união será possível alcançar nossos objetivos;
- Relatar o que aconteceu, objetivos traçados, roteiros, ação, motivando mais pessoas a participar, construindo o nosso município;
- Passando adiante os conhecimentos de hoje e divulgando os projetos conforme ele for acontecendo.

### **4) Como apoiar a efetivação das ações propostas?**

- Sendo participativo e trabalhando junto;
- Divulgando e fomentando as ideias e propostas;
- Com comprometimento, ideias, incentivo e fiscalização;
- Frequentando os locais já existentes e novos locais, divulgando ações e projetos do turismo, consumindo no comércio local, estando a par dos novos projetos e fiscalizando a elaboração destes na prática;
- Pelo comprometimento da população em geral, e principalmente do poder público de todas as esferas;
- Cadastramento no Cadastur;
- Financiamento das ações propostas pelas esferas competentes.

## Monitoramento – Conclusão

Planalto, município da região das Águas e Pedras, possui todas as condições para se desenvolver no turismo e, ainda, a oportunidade de estar a somente 16 quilômetros de Ametista do Sul, destino turístico âncora da região. Tal fato faz com que o planejamento seja fundamental para garantir a sustentabilidade do turismo e a qualidade de vida da população local.

Observa-se que a estrutura de apoio ao turista de Planalto ainda precisa ser desenvolvida, como *consequência* de um trabalho orientado para o turismo no município. Nesse contexto, o desenvolvimento e a consolidação de Planalto como uma cidade turística é fundamental, passando por um trabalho de definição e comunicação do seu posicionamento como produto turístico.

Ao mesmo tempo em que a localização do Médio Alto Uruguai 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 movimentados e mais isolados, com foco em atividades de descanso, lazer, contemplação, conexão com a natureza, entre outros. Portanto, a oferta de propostas nessa linha, aliadas a uma infraestrutura completa e de qualidade de atrativos, hotelaria e gastronomia, podem ter grande apelo.

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

Há que se organizar a oferta de experiências e, ainda, estimular o surgimento de eventos, além de qualificar as opções gastronômicas e os meios de hospedagem, compondo o que se entende como destino turístico.

O turista quer clareza e precisa confiar no destino para poder optar por ele. Todas as informações devem estar disponíveis “num clique”, serem seguras, completas e responderem às questões básicas do turista: Onde está localizado? Há hospedagem – onde dormir? Qual a gastronomia – onde comer? O que eu posso vivenciar – o que

fazer? Estabelecimentos comerciais – o que comprar? E, ainda, quais os diferenciais, a identidade deste destino turístico. Assim, torna-se fundamental deixar mais clara essa comunicação, direta e indiretamente, envolvendo o setor público e privado.

A oficina foi de grande valia, pois permitiu a participação de todos nesta construção. O plano é resultado da visão da comunidade, setor público e privado que, juntos, desejam o melhor para Planalto. 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](https://www.sicredialtouruguai.com.br/media/documentos/a61f7146-e554-40f5-a7e6-b5a18bf701f9/livro_aguas_e_pedras_2022_digital_compactado.pdf). Acesso em: 30 ago. 2022.

BENI, M. C. (1990). **Sistema de Turismo - SISTUR**: Estudo do Turismo face à moderna Teoria de Sistemas. *Revista Turismo Em Análise*, 1(1), 15-34. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v1i1p15-34>.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2018-2022: mais emprego e renda para o Brasil**. Brasília: Ministério do turismo. Brasília, DF: 2015. 162 p.

ESTADÃO VIAGEM. **Tendências de viagem para 2022: o turismo redefinido**. *Por Mari Campos. 19 de dezembro de 2021 | 19h59*. Acesso em: Disponível em: <https://viagem.estadao.com.br/blogs/sala-vip/tendencias-de-viagem-para-2022-o-turismo-redefinido/>. Acesso em: 16 mar.2022.

EUROMONITOR. **10 Principais Tendências Globais de Consumo 2022**. *Publicado em 18 de Janeiro de 2022*. Disponível em <https://go.euromonitor.com/white-paper-EC-2022-Top-10-Global-Consumer-Trends-PG.html>. Acesso em: 16 mar.2022.

FERNANDES, VICTOR. **Pandemia afetou 53% dos empregos no setor de Turismo global**. *Panrotas. 15/03/21 17:37*. Disponível em: [https://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2021/03/pandemia-afetou-53-dos-empregos-no-setor-de-turismo-global\\_180263.html](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. 2021.

IBGE. **Panorama cidades – Planalto**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/planalto>. Acesso em: 20 ago.2022.

INSTITUTO DE PESQUISA DE MERCADO (IPM) - UNISINOS. **Radar Turístico: Planalto**. *Coordenação: Prof. Dr. Marcelo Jacques Fonseca e Prof. Dr. Guilherme Trez. Junho/2022*. Acesso em: 20 ago.2022.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS - ONU BRASIL. **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável**. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>. Acesso em: 20 jun. 2021.

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. 2021.

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. 2021.

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. 2020.

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](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 PLANATO. **Site Institucional.** Disponível em:  
<https://www.planalto.rs.gov.br/>. Acesso em: 20 ago.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

Confidencial

**LISTA DE PRESENÇA**

REGIONAL: SEBRAE NORTE    AGENDA: 165908    PALESTRA DE ELABORAÇÃO DE PLANO MUNICIPAL PARA TURISMO - PRODUTO DE TERCEIROS - PLANALTO RS  
INSTRUTORES: IVANE MARIA REMUS FAVERO    PROJETO: 2022-Estruturação do Turismo da Rota Águas e Pedras

N°	CNPJ	CPF	PARTICIPANTE	TELEFONE	EMAIL	ASSINATURA
1		16.385.860-90	Sirlei da Luz Grancki	(55) 997.09.8484		Sirlei Grancki
2		720.621.770-20	Vanilda Savinski	(55) 9992.4599		Vanilda Savinski
3		888.216.9890-15	Geni Maria Paulatti	(55) 996.8295-11		Geni
4		920.094.330-68	Lucia N. Zoratto	(55) 996.510655		Lucia
5		926.906.610-04	Fulgênia Ferri	55.999.19.4801		Fulgênia
6		912.849.70078	Nei Dalberto Zuchi	55.996.337054		Nei
7		588.461.66000	Zilda H. Hartmann	55.999.45.7604		Zilda Hartmann
8		330.678.520-72	Laura G. Janoff	55.99.69.65.55	SUAS PLANTAS @ OUTLOOK.COM	Laura
9		411.504.570-15	CRISTOS CIPRIANO	55.999.16.2199	BRUNO KAHAR@GMAIL.COM	CRISTOS
10		705.374.560/68	Jane Martins	55 99349294	jane.martins@net.com	Jane
11		214.689.68004	Luiz Roberto	996.42.8636		Luiz Roberto
12		567039610-34	Marilete Marques	99969913	mariletemarques@net.com	Marilete
13		987.306.490-72	Adriane Bianchi	(55) 999933302	adrianebianchi@gmail.com	Adriane

14	58.596.933084	Daeli Rivan Klein	(55) 999204703	newrivan@gmail.com		Daeli R. Klein
15	885.751.520-68	Juliana Lovat	(55) 9.99936111	imanolovato@hotmail.com		Juliana
16	940.988.800-93	Ediene Malagó	(69) 999262731	edienemalagó@yahoo.com.br		Ediene
17	033.788.160-07	Tauana Ballbinot	(55) 99982-5727	tau-ballbinot@hotmail.com		Tauana
18	566.583.460-30	Lucilene P. Basso	55999626566	basso.lucilene@net.com		Lucilene
19	014372358-85	Renata Mourão	55.996426152	renatamourao23@hotmail.com		Renata
20	951105260-87	Luciana Tin	55.996634846	tin.luciana@net.com		Luciana
21		Raquel Reforço	55999205793			Raquel Reforço
22	56658150044	Jaime M. Reforço	55.996126392	jaime.reforco6@gmail.com		Jaime
23	02220723003	Keli Chauvin	999231899	keli.chauvin@net.com		Keli
24		Roseli M.C. Kauschek	996182092	Roseli.Kauschek2015@gmail.com		Roseli
25	11881777904	ADRIANE ZANATI	511984474963	adrianezanati@yahoo.com.br		Adriane
26	204.337.007-68	NEILSON JOSÉ GONCALVES	(55) 996076379	neilson.jos@gmail.com		Neilson
27	560714420-87	DORIVAL VERHASSEL	5499961570	svr.verhasse1@gmail.com		Dorival
28	465557870/87	Luiz Renato Dallo	(55) 999716460	rdallo@net.com		Luiz Renato
29	012.844.890-35	Arizmar Rosatto	(55) 997063966	arizmarosatto@hotmail.com		Arizmar



30	046.595.129-77	Maisom Pizon	551999456717	planalto@cooperas.com.br	
31	9980765091	Ricardo Pedra	51 990257998		
32	690.270.300-06	Adriana da Silva	(55)996228651	adriana@hotmaill.com	
33	654757630-20	Silvia	551999786637		
34	330.678.520-72		55 999676355	SMAS planalto@outlook.com	
35	443.515.420-04	Maxine Roberto	55 996716866	maxine@brasil.com.br	
36					
37					
38					
39					
40					

**LISTA DE PRESEÇA**

REGIONAL: SEBRAE NORTE    AGENDA: 165909    OFICINA DE ELABORAÇÃO DE PLANO MUNICIPAL PARA TURISMO - PRODUTO DE TERCEIROS - PLANALTO - RS  
INSTRUTORES: IVANE MARIA REMUS FAVERO

PROJETO: 2022-Estruturação do Turismo da Rota Águas e Pedras

Nº	CNPJ	CPF	PARTICIPANTE	TELEFONE	EMAIL	ASSINATURA
1		885.751.520-68	Juliana Lovat	(55)9-99936111	jmanalovat@hotmail.com	[Assinatura]
2		987674310-15	Roseli Sobral	(55)986668226	roseli.l.e.a@hotmail.com	[Assinatura]
3		898.548.370-68	Ana Lúcia Setti	(55)999119979	anacintia_78@hotmail.com	[Assinatura]
4		000.032.330-65	Márcia Bertolini Mombak	(55)99901-1206	marciabertolini@zipmail.com.br	Márcia
5		96703961034	Mari Ottoni Marques	(55)999969973	marotite@hotmail.com	Mari
6		987.306.490-78	Adriane Bianchi	(55)999333302	adrianebianchi@gmail.com	[Assinatura]
7		585969330-34	Isabel Rosanna Klein	(55)999404703	isrosmnde@gmail.com	[Assinatura]
8		014.073.820-01	Guacira A.B. Nardi	(55)999443802	guacnardi@hotmail.com	[Assinatura]
9		920.074.330-68	Lucia N. Zanatta	(55)996570655	lucianezanatta@ig.com.br	[Assinatura]
10		56746366000	Zilda V. Hartmann	(55)999458604	zildahelga@gmail.com	[Assinatura]
11		912.844.700-78	Neli Dalbacia Zanatta	(55)996337054		[Assinatura]
12		88846989015	Geni Maria Pouletti	(55)996829511		[Assinatura]
		16479785053	Graciela Durigan	996887676		[Assinatura]
		022.20723003	Keli Chiarum	55 999231999	Helena.chiarum@gmail.com	Keli



14	926906640-04	Tereza de Jesus	(51)999194801		
15	7418968004	Zoia Correnti	55996448696		Turbate
16	40545250-08	Isaíel Pereira Melhim	55996540414		
17	49.277.600-82	Paula Kuzgowski	55996280048	paularkuzgowski@gmail.com	
18	049.920.490-81	Lúcia Rosa	55996346086	rosa.lucia20@gmail.com	
19		P. Nelson Elias	5599673237	nelson@glpnet.com.br	
20	33056752070	Simone Kuler de Saiz	55999236205	simonekulerde@proton.com	
21		Luiz Garcia Gaffi	55999676555	luizgarcia@proton.com	
22	985.801.672-72	Pedro S. Sica	(69)9920-9910	pedrosica@hotmail.com	Pedro Sica
23	021.007.080-16	Angely F R Rosetti	(65)999337061	AngelyFRosetti@gmail.com	Angely
24	032.630.810-30	Esmaele Similki	55193642-5847		Esmaele Similki
25	047.263.490-33	Ana Lygia Girardi	(55)996849923		Ana Lygia
26	045.787.050-80	Eduarda Tomazelli	(55)997318544		Eduarda
27	036.711.540-98	Alice Roberto de Lencastre	(55)997009302	alencastre@gmail.com	
28	058.583.910-43	Jaime da Silva	(55)996362512	jaime0205@gmail.com	
29	047.417.830-80	Kauã Dal Cora Zanatta	(55)999895443	kauda@discovery.com	

30		Rafael M. Schmitt	(55)999131664	rafaelmichiel@proton.com	Rafael
31	636783570-91	CRISTIAN GUARATI	55996511515	cristianp@proton.com	
32	4655718187	Luiz Renato de Azevedo	(55)999776460	rdell@proton.com	
33	566581500-44	Jaime m. Refoso	(55)996126392	jaime.refoso@gmail.com	
34		Raquel Refoso	(55)999205793	raquelrefoso@gmail.com	Raquel Refoso
35	14881923304	Carla F. de Azevedo	(11)984774963	carla@proton.com	
36	BAMBUCATARA@GMAIL.COM	CARLOS A. CIPRANO	55999163199		
37	65475763020	Quano	551999786637		
38	56704305068	Allyne Cruz	5599964992		Allyne Cruz
39	705374960-68	Jane Martins	(55)99349294	janemartins@proton.com	Jane
40	99807165091	Ricardo Patrich	55999257993	ricardopatrich@proton.com	
41	690.270.300-06	Adriana da Silva	(55)996228651	adriana@proton.com	
42	443.915.420-04	Hotel Baximbo	(55)9964768	hotelrestaurantdo.com.br	
43	566583460-20	Luciano P. Bazzo	55993636566	bazzoluciano@proton.com	Luciano
44	014372358-83	Neiva Moraes	55996426152	neivamoraes23@proton.com	
45	951.105.260-87	Luciana Tur	55.996634846	tur.luciana@proton.com	
46	499.107.520-34	Imês J. Tomaz	(55)996690678		
47	031.553.930.50	Catiele da A. P. Kovalski	(55)999177483	catiele@proton.com	

C.P.F.

	Socier MATEO	moreira.mateo@gmail.com (55)99941117	
	Dyanata F. Lameira 02866330830	dyanataf.lameira@hotmail.com (55)996707305	
02096279-03	Neiva Confortin Maciecki	Confortin.neiva@gmail.com (55)996866842	Neiva C. Maciecki
	Sirlei da Luz Granosti	(55)997098484	Sirlei da L. Granosti
	Angela Maria Bernardi Teixeira	ateixeira@emater.tche.br (54)996072855	AB Teixeira
	Maicon Rigoni	pkmalto@casparal.com.br (55)999456717	



## 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:** 02/08/2022

**Horário:** 08 horas

**Local:** Nix Eventos - Av. Presidente Vargas nº536  
Planalto/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...)	?
















<b>Outras perguntas para compor relatório (itens que NÃO pontuam)</b>	<b>Disponibilidade</b>
Há outras formas de acesso disponíveis (avião, barco...) 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)	
<b>Apoio ao Turista e Conveniências (itens que pontuam)</b>	<b>Disponibilidade</b>
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	<input type="checkbox"/>
O município possui perfil atualizado no Instagram (oficial, gerenciado pela Prefeitura)	<input type="checkbox"/>
O município possui página no Facebook atualizada (oficial, gerenciada pela Prefeitura)	<input checked="" type="checkbox"/>
O município possui (ou faz parte) de rotas ou roteiros turísticos	<input checked="" type="checkbox"/>
As rotas ou roteiros estão em pleno funcionamento (sistematizados)	<input type="checkbox"/>
O município conta com estrutura própria para atendimento de urgência e emergência em saúde?	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>Outras perguntas para compor o relatório (itens que NÃO pontuam)</b>	<b>Disponibilidade</b>
Município possui aplicativo turístico próprio (Exemplo: Pelotas Tem)	<input type="checkbox"/>
Município possui outros recursos com fins de atendimento ao turista (Exemplo: Totem de autoatendimento, sites e perfis não oficiais voltados ao turismo)	<input type="checkbox"/>
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...)	<input type="checkbox"/>
As informações constantes no site da Secretaria da Cultura, Turismo, Esporte e Lazer do Rio Grande do Sul (SEDETUR) sobre o município estão atualizadas	<input type="checkbox"/>
<b>Hospedagem (itens que pontuam)</b>	<b>Disponibilidade</b>
Quantidade de locais disponíveis para hospedagem	<input checked="" type="checkbox"/>
Qualidade dos locais disponíveis para hospedagem	<input checked="" type="checkbox"/>
Localização das opções de hospedagem (centro do município, acessíveis, bem localizadas - observar comodidades do entorno)	<input checked="" type="checkbox"/>
Os estabelecimentos possuem protocolos de prevenção ao Covid-19 implementados	<input type="checkbox"/>
Atendimento profissional e qualificado (funcionários treinados, uniformizados) assinalar NÃO caso seja feito pela própria família, informal	<input type="checkbox"/>

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

Imagem, limpeza e conservação dos locais	✓
Imagem e apresentação dos alimentos	✓
Acessibilidade (entrada, circulação, banheiros)	?
<b>Outras perguntas para compor o relatório (itens que NÃO pontuam)</b>	<b>Disponibilidade</b>
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)	?
<b>Eventos (itens que pontuam)</b>	<b>Disponibilidade</b>
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)	?
<b>Outras perguntas para compor o relatório (itens que NÃO pontuam)</b>	<b>Disponibilidade</b>
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)	?
<b>Atrativos Econômicos (itens que pontuam)</b>	<b>Disponibilidade</b>
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	?
<b>Outras perguntas para compor o relatório (itens que NÃO pontuam)</b>	<b>Disponibilidade</b>
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?	?

<b>Atrativos Naturais (itens que pontuam)</b>	<b>Disponibilidade</b>
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	
<b>Atrativos Históricos e Culturais (itens que pontuam)</b>	<b>Disponibilidade</b>
O município possui elementos que tornam “tangível” a história do local (monumentos, prédios, museus, arquitetura, casas de cultura, igrejas...)	
Estes elementos são explorados turisticamente?	
Estes elementos possuem potencial de exploração turística?	
A visitação aos principais atrativos é viável e sistematizada (são locais públicos ou privados? Horários específicos de visitação? Há roteiros definidos e estruturados? Estes roteiros estão divulgados/acessíveis a qualquer pessoa? É possível fazer por conta própria ou é necessário contratar guia/agência?)	
Quanto a qualidade da infraestrutura física disponível nos principais atrativos	

Quanto a qualidade do atendimento presencial prestado nos principais atrativos	
Quanto as condições/qualidade das ruas de acesso aos atrativos	
Quanto ao estado de conservação/manutenção dos atrativos	
<b>Governança e Cooperação (não pontua, apenas descritivo)</b>	<b>Disponibilidade</b>
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	