



# ***Plano Municipal de Turismo***

## ***Pinhal***



## **Ficha Técnica**

### **COORDENAÇÃO GERAL E REALIZAÇÃO**

**Sebrae-RS | Sicredi Conexão**

**Prefeitura de Pinhal**

Prefeito – Luiz Carlos Pinto Ribeiro

**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	6
Apresentação e Metodologia	8
Análise Macroambiental – Turismo	12
Tendências pós-pandemia	15
Apresentação do Território	19
Histórico de Pinhal	19
Pinhal no Mapa do Turismo Brasileiro e o Médio Alto Uruguai	20
A região Águas e Pedras	22
Dados do Município	24
Governança Municipal do Turismo	25
Secretaria responsável	25
Conselho Municipal de Turismo e Fundo Municipal de Turismo	25
Oferta Turística	27
Atrativos históricos e culturais	27
Atrativos naturais	30
Atrativos econômicos	32
Eventos	33
Rotas e Roteiros Turísticos	35
Infraestrutura	36
Acesso e transporte	36
Apoio ao Turista e Conveniências	39
Gastronomia	39
Hospedagem	40
Aspectos Impulsionadores e Limitadores	42
Marketing	48
Presença e informações disponíveis na Internet	48
Posicionamento, identidade e visão	49
Síntese – IPM Unisinos	52
Plano de Ações	54
Avaliação e encaminhamentos	63
Monitoramento – Conclusão	65

Referências	67
Anexo I – Lista de Presença	69
Anexo II – Foto das atividades	71
Anexo III – Convite para a comunidade	73
Anexo IV – Avaliação de Turismo - IPM Unisinos	74

## Mensagens do Município

O turismo interessa muito ao setor público - ele gera emprego e renda, dinamiza a economia, gera impostos, que são revertidos para saúde, educação, agricultura e obras. Acreditamos no turismo como uma poderosa alavanca para o desenvolvimento das regiões, desde que planejado e que a gente diga que turismo queremos.

Um impacto social positivo que o turismo normalmente traz à região é a melhoria em infraestrutura, como comunicação, instalações sanitárias, entre outras, já que a qualidade da experiência turística depende não só das atrações principais, como também da infraestrutura e facilidades oferecidas pelos nossos municípios.

**Claudiomiro Antonio Pelisari**  
**Vice-prefeito de Pinhal**

O turismo é um importante fator de desenvolvimento para as cidades por conta da qualidade de vida que proporciona à comunidade local. O Plano Municipal do Turismo vem para alavancar as atividades do município, podendo ser uma excelente fonte de renda e de melhoria para a infraestrutura da comunidade pinhalense.

**Andriéli Vani de Arruda**  
**Secretaria Municipal de Educação, Cultura, Desporto e Turismo**

Ao analisar o turismo sob os aspectos econômico e social, é possível avaliar a sua capacidade de gerar empregos, distribuir renda, captar divisas e proporcionar a melhoria da qualidade de vida das comunidades. Assim, o turismo é visto como parte constitutiva de um processo de desenvolvimento sustentável. O turismo é um importante transformador de economias e sociedades.

**Daniela Lorenzi**  
**Presidente do COMTUR**

## 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 Pinhal, 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.

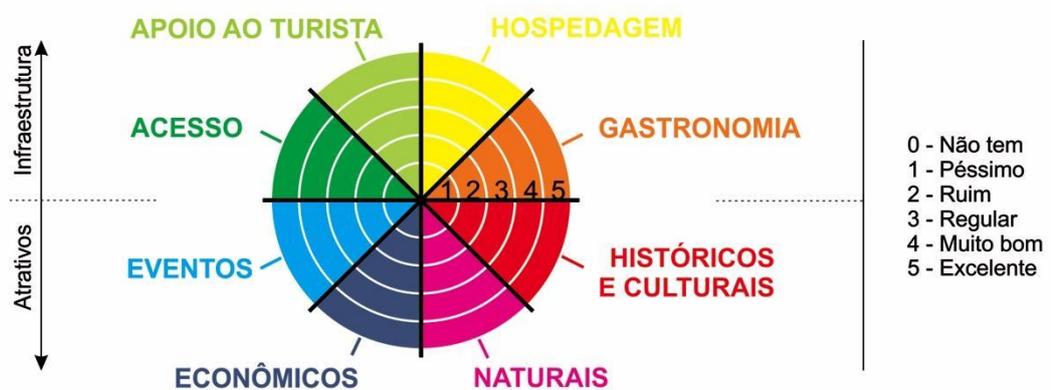
O radar foi elaborado dentro do projeto de Desenvolvimento do Turismo Regional, uma parceria entre Sicredi Conexão e Sebrae-RS, com o objetivo de identificar as oportunidades e os desafios do turismo regional do Alto Uruguai, região turística Águas e Pedras, contribuindo assim para o seu desenvolvimento.

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).

O melhor equilíbrio entre vida pessoal e profissional no novo ano também balizará 2022. Seja pelo trabalho remoto ou por sistemas híbridos de ensino, as estadias devem ser mais longas, hóspedes passando mais tempo nas acomodações, consumindo mais produtos e serviços na hospedagem escolhida e, conseqüentemente, novas modificações estruturais em hotéis que ainda não se adaptaram e esse novo perfil de viajante (Estadão Viagem, 2022).

As hospedagens hoje estão acontecendo por períodos mais longos, com mais serviços agregados, contribuindo para a subida dos gastos gerais com férias e escapadas (Uol, 2022).

### **Turismo doméstico**

As limitações das viagens internacionais, com a insegurança trazidas pelas ondas de contaminação e as novas variantes do vírus, e a desvalorização da moeda brasileira favoreceram esse movimento intenso do turismo doméstico no Brasil. Ainda que não se saiba se o turismo doméstico continuará em alta, 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 Pinhal

O território que hoje corresponde ao Município de **Pinhal** era ponto de passagem dos **tropeiros**, que iam em direção à Nonoai e Chapecó, tendo como origem a região de Palmeira das Missões ou “Campos da Palmeira”. Por volta do ano de 1900, foi estabelecido o primeiro armazém na região, por Antônio de Gasperin, que fornecia aos tropeiros e aos poucos moradores que ali se encontravam, mantimentos, ferramentas e outros produtos que sobravam da sua produção agrícola de subsistência.

A colonização do Município de Pinhal teve início com a chegada das famílias, **principalmente descendentes de italianos**, vindas das antigas colônias que haviam se formado no Rio Grande do Sul. Os descendentes de imigrantes buscavam novas terras para morar e praticar a agricultura. Ao estabelecerem-se em Pinhal, plantaram as primeiras lavouras diversificadas, dedicaram-se à criação de suínos e introduziram o cultivo do trigo.

A denominação do município remonta à época da colonização. Os imigrantes encontraram o nome “Lajeado Pinhal” nos registros da Inspetoria de Terras e utilizaram o mesmo para nomear a localidade. Uma das versões contadas é a de que a nascente do lajeado estava junto a um grupo de árvores araucárias, perto da localidade de Alto Paraíso. Outra versão fala sobre um bosque de pinheiros na mata junto ao Rio Várzea, fazendo, então, com que o local fosse chamado de “Vila do Pinhal”.

Em 1960, Pinhal foi oficialmente criado como **distrito**, subordinado ao então município de Palmeira, hoje Palmeira das Missões. Em 1988, após movimentos emancipacionistas e a realização de um plebiscito, Pinhal foi elevado à categoria de **município**, desmembrando-se de Palmeira das Missões.

## Pinhal 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 Pinhal na região turística denominada **Rota Águas e Pedras**, junto de outros 15 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.

Frederico Westphalen e **Pinhal** estão classificados na categoria C do Mapa. Alpestre, Ametista do Sul, Caiçara, Iraí, Nonoai, Palmitinho, Planalto, Rodeio Bonito, Seberi, Taquaruçu do Sul e Vicente Dutra estão classificados na **categoria D** enquanto Pinheirinho do Vale, Rio dos Índios e Vista Alegre estão classificados na categoria E. No **Cadastur**<sup>2</sup>, cadastro dos prestadores de serviços turísticos do Ministério do Turismo de Pinhal, atualmente existe apenas o cadastro de **1 transportadora turística**.

O Médio Alto Uruguai é outra regionalização importante que abrange 21 municípios: Alpestre, Ametista do Sul, Caiçara, Cristal do Sul, Dois Irmãos das Missões, Erval Seco, Frederico Westphalen, Gramado dos Loureiros, Iraí, Nonoai, Novo

---

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

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

Tiradentes, Palmitinho, Pinhal, Pinheirinho do Vale, Planalto, Rio dos Índios, Rodeio Bonito, Seberi, Taquaruçu do Sul, Trindade do Sul, Vicente Dutra e Vista Alegre.

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

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

## A região Águas e Pedras

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

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

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



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

A região Águas e Pedras se estabelecerá e será comunicada como a “terra de boas energias”. Este posicionamento está fortemente articulado com os elementos

identitários que compõem e caracterizam a região, tendo a missão de conquistar um lugar especial na mente dos seus visitantes.

Para cada eixo norteador, foram trabalhadas dimensões e os pilares das ações que sustentarão o novo posicionamento. Pinhal 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 2.581 habitantes pessoas (IBGE – 2021)

PIB per capita: R\$ 33.082,96 (IBGE -2019)

IDHM: 0,720 (IBGE -2010)

Pelo Censo de 2010 conta, ao todo, com 1.094 domicílios. Destes, 579 compõem o núcleo urbano

Gentílico: pinhalense

### ÁREA DO MUNICÍPIO

Área do município: 68,222 km<sup>2</sup> (BGE - 2021)

Distância da capital (POA): 412 km

Limite com os municípios de: Rodeio Bonito, Seberi, Jaboticaba, Novo Tiradentes e Cristal do Sul

### LOCALIZAÇÃO E CARACTERÍSTICAS FÍSICAS

Unidade federativa: Rio Grande do Sul – RS

Mesorregião: Noroeste Rio-grandense

Microrregião: Carazinho

Latitude: 27°30'39" S

Longitude: 53°12'54" O

Altitude: 368m

Clima: Subtropical – temperatura média de 20°C e pluviosidade média anual de 600 mm (2020)

Temperatura: no verão chega a 38°C; no inverno pode chegar a 0°C

## Governança Municipal do Turismo

### Secretaria responsável

A Secretaria de Educação, Cultura, Desporto e Turismo (SMECDT) vinculada à prefeitura é o órgão responsável pela agenda turística de Pinhal. Não foram identificadas associações ou outras organizações formadas em prol do desenvolvimento do turismo municipal.

**Responsável:** Andriéli Vanni De Arruda

**Endereço:** Av. Treze de Maio, 1922 - Centro, Pinhal/RS - 98.345-000

**E-mail:** smeacd@pinhal.rs.gov.br

**Telefone:** +555537541105 | Ramal: 203

**Horário de atendimento:** 7h30min às 11h30min | 13h30min às 17h30min

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

Há Conselho Municipal de Turismo (Comtur) e Fundo Municipal de Turismo implantados pela Lei 2.668/2017. O Fundo está ativo e conta, em setembro de 2022, com o orçamento de R\$ 2 mil. A nominata do Comtur vigente no corrente período é a seguinte:

**I - Representante da Secretaria Municipal de Administração:**

Titular – Elton Luis da Silva;

Suplente – Micheli Forcelini.

**II – Representante da ACIASP – Associação Comercial, Industrial, Agropecuária e de Serviços de Pinhal:**

Titular – Tania Tres;

Suplente – Francini Barcarolo da Silva.

**III – Representante do Sindicato dos Trabalhadores Rurais:**

Titular – Rosane Lisboa Bagatini;

Suplente – Gilnei Remonti.

**IV – Representante CTG Chaleira Preta:**

Titular – Eva Lorette Pelisari;

Suplente – Adriana Zanon Ribeiro.

**V – Representante da Secretaria Municipal de Educação, Cultura e Desporto e**

**Turismo:**

Titular – Daniela Lorenzi;

Suplente – Alcindo Frighetto.

**VI – Associação Pró-desenvolvimento Cultural de Pinhal Rádio Comunitária**

**Alegria FM:**

Titular – Rafael Sartoretto;

Suplente – Daiane Vanessa Maciskoski.

**VII – Associação dos Universitários de Pinhal:**

Titular – Gabriel Menegazzo;

Suplente – Andre Taffarel Copini.

## 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

Os atrativos históricos e culturais de Pinhal concentram-se na região central da cidade, sendo os principais a **Praça Luiz Antonio Casanova** e a **Igreja Imaculada Conceição**. O município não possui muitos atrativos nesta categoria, não havendo museus, parques, entre outros tipos de atrativos, além de haver poucos prédios históricos e igrejas.

A **Praça Luiz Antonio Casanova** está localizada ao lado da prefeitura. O local tem estrutura renovada e boa manutenção, tendo como equipamentos uma concha acústica, quadra de vôlei de praia, mesas e sanitários, além de uma **trilha ao longo do riacho que corta a cidade**. A infraestrutura da praça, da concha acústica e da trilha não conta com recursos de **acessibilidade**.

Foto 1: Praça Luiz Antonio Casanova e concha acústica



Fonte: IPM Unisinos

Foto 2: Trilha no riacho na Praça Luiz Antonio Casanova



Fonte: IPM Unisinos

A **Igreja Imaculada Conceição** é uma edificação moderna, situada na rua Salgado Filho. No seu entorno, há uma grande área verde com bancos e um letreiro "Eu amo Pinhal", oferecendo à área central do município um espaço agradável para o descanso, além de ser esteticamente interessante.

Foto 3: Igreja Imaculada Conceição



Fonte: IPM Unisinos

Analisando os principais elementos e informações levantadas na categoria Históricos e Culturais, observa-se que **Pinhal possui poucos atrativos que tornam tangível a história e a cultura do município**. Deve-se levar em conta que o município é novo, emancipado em 1988, tendo apenas 33 anos. Deste modo, não há um número considerável de atrativos históricos e culturais, sendo que a maioria das edificações existentes é de construção recente e moderna. Além disso, não foi constatada **característica** ou **produto típico local** que identifique a cidade culturalmente.

Não há, na cidade, um local destinado à valorização, apreciação e consumo da história e da cultura local. A **colonização italiana e a produção e a moagem de grãos**, relevantes para a história e o desenvolvimento do município, não se fazem presentes. Atualmente, há somente o **Moinho Tres**, instalado na rua Salgado Filho, de importância econômica para o município, porém que não explora cultural e historicamente sua fábrica e sua produção. O espaço da fábrica não permite a visita atualmente, pela sua estrutura apertada, de modo a respeitar as normas de segurança.

Deste modo, as principais oportunidades identificadas nesta categoria relacionam-se à **criação de algum espaço para a valorização dos aspectos históricos**,

**culturais e econômicos locais** bem como o maior aproveitamento da infraestrutura da **Praça Luiz Antonio Casanova**, para a geração de fluxo turístico.

## **Atrativos naturais**

Pinhal é rico em mata nativa e conta com relevo privilegiado, proporcionando diferentes pontos para a contemplação da paisagem. O município conta com um **Horto Florestal**, constituído pelo **Grupo Creluz**, cooperativa de distribuição de energia que tem sua sede em Pinhal. O Grupo realiza a geração de energia hidrelétrica e, nos últimos anos, vem investindo em energia solar, com usinas em diferentes cidades da região. A criação do horto se deu a partir da identificação da força da temática do meio ambiente na região.

O **Horto Florestal Creluz** localiza-se a aproximadamente 2 quilômetros do Centro de Pinhal, sendo de fácil acesso e localização, contando com vias asfaltadas desde o Centro. O trajeto se dá pela **Linha Tres**, considerada pela prefeitura uma região que reúne em si as principais características do município, como o horto e as atividades agrícolas, sobretudo o gado de corte, de leite e a suinocultura. Há planos, ainda sem formalização, de desenvolvimento da comunidade da linha por meio da valorização desses atributos.

O Horto Florestal se dedica à **produção de sementes e mudas de mais de 40 espécies nativas**, que são doadas aos associados, entidades, empresas, associações, escolas e universidades para ações de sustentabilidade e para a compensação e a recuperação de áreas degradadas, atendendo a demanda por reflorestamento de entidades dos 36 municípios da região em que o grupo atua. O espaço do horto conta com os **viveiros, trilha ecológica, meliponário** e um espaço fechado para cursos e apresentações.

A visitação é gratuita e pode ser guiada ou realizada de forma autônoma. Para a **visitação guiada** e a retirada de sementes e mudas, é necessário realizar **agendamento** prévio diretamente com a empresa. As visitas guiadas são conduzidas por um engenheiro e um gestor ambiental, que recebem visitantes de todo o Estado e de outras regiões do país, **sobretudo profissionais e estudantes da área ambiental, além de escolas**. Atualmente, o horto tem parceria com a Universidade de Berlim, para

o desenvolvimento de pesquisa, e também com a Cooperativa Gein, de Seberi, num projeto de produção artesanal de erva-mate. O horto permanece aberto nos turnos da manhã e da tarde, sendo também frequentado pela comunidade local para fazer caminhadas e andar de bicicleta.

Foto 4: Horto Florestal do Grupo Creluz



Fonte: IPM Unisinos

Além deste, o município conta com atrativos naturais em potencial, como as **cascatas localizadas dentro de pequenas propriedades**, cujo acesso se restringe, atualmente, a moradores do município a partir de contato e autorização diretamente com os proprietários. Assim sendo, não há exploração turística formal e estruturada destes locais, apesar de haver potencial.

Analisando as informações levantadas na categoria Atrativos Naturais, é possível observar que o Horto Florestal é o principal atrativo de Pinhal nesta dimensão. O empreendimento do Grupo Creluz evidencia o potencial de desenvolvimento do **ecoturismo** no município, sendo que algumas ações já são realizadas nesse sentido, mas ainda há espaço para maior divulgação, exploração e consolidação do atrativo como um **produto turístico**, também considerando que o horto possui infraestrutura física adequada para a atração e a recepção de turistas e visitantes.

A oferta turística do segmento do **ecoturismo** inclui atividades na natureza que permitem a integração do turista com o ambiente natural. Algumas das atividades que podem ser realizadas são: a observação de flora e fauna, caminhadas, trilhas, entre outras, desde que estejam baseadas na relação sustentável com a natureza e

comprometidas com a conservação/educação ambiental. Para além deste, também pode ser desenvolvido o **turismo de contemplação** e o **turismo de lazer**, este último a partir dos atrativos naturais existentes nas propriedades locais, para os quais seria necessário criar a infraestrutura adequada a esta finalidade.

### **Atrativos econômicos**

A economia de Pinhal tem como atividade representativa a **agropecuária**, com destaque para a bacia leiteira, o gado de corte e, mais recentemente, a suinocultura. O município busca implementar uma cultura focada no empreendedorismo e na tecnologia, tendo conquistado, dessa forma, a **sucessão rural nas propriedades**, com jovens voltando ao município para trabalhar após o término dos estudos. Os empreendimentos de agropecuária representam 4% dos empreendimentos formais do município e a atividade contribui consideravelmente para seu PIB, com um valor adicionado de 30% (dados de 2019 do Perfil das Cidades Gaúchas do Sebrae), sendo que, juntos, os setores do comércio e de serviços totalizam 38% do valor adicionado ao PIB. Segundo a mesma publicação do Sebrae, em 2018, havia **440 propriedades rurais** em Pinhal, sendo que **49% da população residiam na zona rural**, segundo o censo do IBGE (2010).

Apesar do desenvolvimento das propriedades rurais ao longo dos anos, com o investimento inclusive de jovens no setor, estimulados pelo incentivo da prefeitura ao empreendedorismo, ainda **não há atividade turística** desenvolvida nessas propriedades. A prefeitura cita a vontade de criar uma “casa do produtor” para a comercialização dos produtos das agroindústrias locais, porém ainda não há projeto nem prazo para execução. Nesse cenário, verifica-se que as agroindústrias locais e os seus produtos se configuram como **potenciais de exploração turística**, especialmente no segmento do **turismo rural** e, até mesmo, possibilitam a definição e a exploração de algum **produto local**.

O desejo da equipe da prefeitura de criação de um espaço como a “casa do produtor” demonstra que o poder público municipal reconhece este potencial, porém ainda é necessário maior planejamento e investimentos em diversas áreas, vindos do poder público e da iniciativa privada. Atualmente, as propriedades rurais não possuem

a infraestrutura adequada para a execução da atividade turística, sendo que, a partir disto, poderiam desenvolver experiências relacionadas aos produtos locais, como a visita à produção, a degustação de produtos, a criação de empreendimentos de gastronomia (como cafés coloniais) e de hospedagem, além de lojas diretas ao consumidor junto às propriedades. Além disso, as propriedades poderiam fazer parte de rotas e/ou roteiros turísticos que vierem a ser desenvolvidos.

Pinhal também é sede da **Cooperativa de Distribuição de Energia Creluz**, sendo a geração de **energia limpa e renovável** um aspecto relevante, que coloca o município em evidência na região. A Cooperativa atua desde 1966 com a geração de energia por meio de usinas hidrelétricas e, desde 2016, vem desenvolvendo usinas solares em diferentes municípios. A geração de energia renovável, portanto, pode ser explorada como diferencial em visitas relacionadas a negócios e de estudos, além de poder ser articulada ao ecoturismo, por meio de roteiros integrados à visita do horto e de outros locais da região, como as reservas ambientais.

Em Pinhal, a Creluz constituiu seu Horto Florestal, já descrito na seção de Atrativos Naturais, sendo este, atualmente, o principal atrativo explorado no âmbito da Creluz. Durante a pesquisa, verificou-se que o Horto Florestal atrai visitantes para pesquisa e estudos do país e de fora, como da Europa. É possível aproveitar-se desse fluxo para estender a estadia dos turistas, fornecendo serviços de hospedagem e gastronomia, além de outros atrativos para visita.

Pinhal conta, ainda, com as fábricas **Moinho Tres**, de moagem de trigo, e a **Calçados Sepé**, de produtos gaúchos. Nenhuma delas explora sua atividade turisticamente, porém a Calçados Sepé conta com uma loja na entrada da cidade, frequentada por moradores de toda a região para a compra de produtos gaúchos, o que futuramente poderia compor algum roteiro que vier a ser elaborado ou tornar-se um ponto de interesse de alguma rota turística regional.

## Eventos

No site da Prefeitura de Pinhal não foram encontradas páginas destinadas a apresentar informações sobre o calendário de eventos municipal. Para obter informações sobre os mesmos, é necessário recorrer ao buscador no site da prefeitura

e a portais de notícias da internet mas, mesmo assim, as buscas não geram muitos resultados e as informações disponíveis são incompletas e difusas. Desta forma, observa-se que não há, propriamente, um calendário de eventos anual definido, oficializado e divulgado pela prefeitura.

Durante a pesquisa, foi identificada a **Festa do Leitão no Rolete** como o principal evento do município. A Festa do Leitão no Rolete é promovida pela Associação Comercial, Industrial Agropecuária e Serviços de Pinhal (ACIASPI), com o apoio da prefeitura, e faz parte da programação do aniversário do município em abril, ocorrendo como encerramento deste, no primeiro final de semana de maio. A festa celebra, além do aniversário, a suinocultura, atividade em ascensão no município, e a técnica tradicional de assado, além de oferecer baile e jantar.

O **Festival do Chopp** é realizado no último sábado de novembro, sendo, de acordo com a prefeitura, o maior do gênero na região. Desse modo, atrai público local e de cidades vizinhas. Além deste, o município realiza eventos que tem como público-alvo os moradores locais, como a **Semana Farroupilha**, em setembro, o **Natal**, em dezembro, que atrai escolas de toda a região para assistir a peças de teatro, e a **Festa da Padroeira Nossa Senhora Imaculada Conceição**, também em dezembro. Todos os festejos mapeados ocorrem no Ginásio Municipal 29 de Abril.

Ao analisar as informações levantadas na categoria Eventos, verifica-se que o principal evento de Pinhal é a Festa do Leitão no Rolete, que ocorre anualmente no mês de maio. Este tem relação com a economia do município, tendo abrangência local a regional. De maneira geral, observa-se que os demais eventos realizados em Pinhal e supracitados, tem abrangência local. Observou-se, também, que não há um calendário de eventos municipal definido e formalizado, assim como há dificuldade para se obter informações a respeito dos eventos atualmente realizados.

Recomenda-se, assim, a **articulação dos atores e das organizações locais**, públicas e privadas, para a definição de um calendário de eventos anual e unificado. Também é recomendada a divulgação deste calendário em canais oficiais na internet, como o site da prefeitura, apresentando informações detalhadas, datas, programação e os locais onde ocorrem. 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, o município de Pinhal 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, Pinhal também consta 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 Pinhal, 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. Pinhal situa-se a cerca de 98 quilômetros de distância de Derrubadas se utilizado o trajeto mais rápido entre os dois municípios, via ERS-472. Deste modo, é bastante comum a comercialização de pacotes turísticos que envolvem, além dos municípios da Rota Águas e Pedras, o município de Derrubadas.

Especificamente dentro do município de Pinhal, **não há roteiros turísticos elaborados** e em pleno funcionamento. A visitação ao município, especificamente para fins de turismo, é escassa, pois há poucos atrativos turísticos. O público externo que se dirige ao município se restringe a pessoas a trabalho e moradores das cidades do entorno, que se deslocam para realizar refeições nos restaurantes da cidade e eventualmente participar de eventos.

## Infraestrutura

### Acesso e transporte

Pinhal localiza-se a cerca de 412 quilômetros de distância de Porto Alegre. O **trajeto mais curto é via BR-386**, passando por Nova Santa Rita, Estrela e Lajeado, subindo o Estado em direção à divisa com Santa Catarina. Este percurso tem duração estimada em 5h35min quando percorrido de carro. Há também a opção de utilizar a **BR-386 e depois a BR-158**, passando por Panambi (6h40min de viagem) ou a BR-470 passando pela Serra Gaúcha até alcançar Passo Fundo e, posteriormente, Pinhal numa viagem estimada em 8 horas de duração.

Não há ônibus operando no trajeto entre Porto Alegre e Pinhal, nem entre Frederico Westphalen e Pinhal, tampouco Chapecó/SC e Pinhal. Deste modo, o trajeto recomendado é ir até Frederico Westphalen e então a Rodeio Bonito; de lá, deslocar-se a Pinhal, que fica situado a 8 quilômetros de distância. Como ambos os municípios não possuem estação rodoviária, a obtenção de informações sobre a disponibilidade de transporte intermunicipal de ônibus é dificultada. Durante a pesquisa, a partir de contato direto com a Prefeitura de Pinhal, apurou-se que há linhas de ônibus com origem em Boa Vista das Missões e em Ametista do Sul que fazem parada em Pinhal.

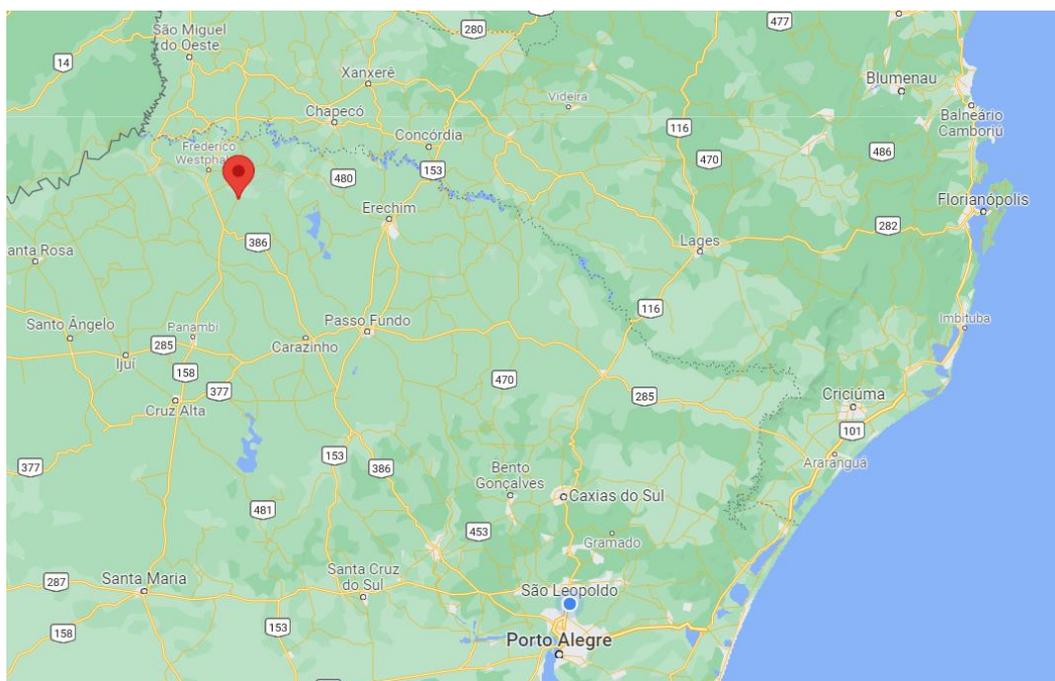
Em relação a **Frederico Westphalen**, região imediata de influência de Pinhal, o município localiza-se a 47 quilômetros de distância e, em relação à Passo Fundo, região intermediária de influência, Pinhal localiza-se a 170 quilômetros de distância.

Ao situar Pinhal em relação a **outros municípios da Rota Águas e Pedras**, o município faz divisa com **Rodeio Bonito** e **Seberi** localizando-se a 34 quilômetros de distância de Seberi e a 8 quilômetros de distância de Rodeio Bonito. Em relação aos municípios que **não integram formalmente a região Rota Águas e Pedras**, mas que fazem divisa com Pinhal e estão incluídos nesta edição do Radar de Turismo, Pinhal localiza-se a 12 quilômetros de **Cristal do Sul** e a 9 quilômetros de **Novo Tiradentes**.

Com relação a **Ametista do Sul** e **Iraí**, importantes destinos da região turística, Pinhal localiza-se a 22 e a 76 quilômetros de distância desses municípios, respectivamente, e a 99 quilômetros de **Derrubadas**, outro importante destino da

região turística **Rota do Yucumã**. Frente à escassez de transporte de ônibus intermunicipal, os translados em geral entre Pinhal e os municípios vizinhos devem ser feitos por transporte particular, táxi ou transportadoras turísticas contratadas com esta finalidade.

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



Fonte: IPM Unisinos

Em relação a outras cidades e regiões do Estado do Rio Grande do Sul, verifica-se que Pinhal está localizado a 400 quilômetros de distância de Caxias do Sul, na **Serra gaúcha**; a pelo menos 546 quilômetros de distância de Uruguaiana, na **Fronteira Oeste**; e a 500 quilômetros de distância de Osório, no **Litoral Norte**. Na região **Sul**, a 567 quilômetros de distância de Pelotas e a 624 quilômetros de distância de Rio Grande.

Situada no **extremo Norte** do Rio Grande do Sul, Pinhal é próximo de municípios catarinenses que localizam-se perto da divisa entre os dois Estados, entre eles, **Chapecó**, que tem mais de 227.500 habitantes, localizado a 115 quilômetros de distância, **Palmitos**, de 16.000 habitantes, situado a 96 quilômetros de distância e da **região Oeste** de Santa Catarina como um todo, o que representa um potencial de fluxo turístico originado no Estado vizinho. Além disso, Pinhal está localizado próximo da sua

principal região imediata de influência, que é Frederico Westphalen, assim como de destinos turísticos importantes da região da Rota Águas e Pedras, como o município de Ametista do Sul.

O acesso a Pinhal ocorre pela **ERS-323**, rodovia que “corta” o município, no sentido de quem vem de Boa Vista das Missões ou de Rodeio Bonito. Em ambos os sentidos, há pórticos que anunciam a chegada ao município, com os dizeres “Bem-vindo a Pinhal”. O acesso pela ERS-323 (Boa Vista das Missões/Rodeio Bonito) é **asfaltado**, assim como pela ERS-587 (origem em Seberi e Cristal do Sul). A ligação a outros municípios como Novo Tiradentes e Liberato Salzano é feita por meio de **estrada de chão**, sendo que há um projeto de asfaltamento do trecho de ligação com Novo Tiradentes, com previsão de início para março de 2022.

Foto 5: Pórtico no acesso a Pinhal



Fonte: IPM Unisinos

Pinhal **não possui estação rodoviária**. O desembarque de passageiros dos ônibus intermunicipais é feito na Rua Salgado Filho, numa das rótulas próximas à Igreja Imaculada Conceição e ao Moinho Tres, sendo que não há infraestrutura disponível para que os passageiros fiquem no aguardo, como bancos ou área coberta. Com relação a outros meios de transporte, **não foram identificados pontos de táxi** nem serviços de **transporte por aplicativo** em funcionamento.

## Apoio ao Turista e Conveniências

Pinhal não possui **agências de turismo registradas no Cadastur**, contando com apenas 1 cadastro relativo à **transportadora turística**. O **turismo receptivo** é desenvolvido na região da Rota Águas e Pedras por agentes e agências de turismo, que **não necessariamente incluem Pinhal 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.

Pinhal **não possui CAT** - Centro de Atenção ao Turista em funcionamento ou estrutura similar para a concessão de orientações e informações turísticas. Também não foi identificada a existência de **material informativo impresso** como mapas, folders, *flyers*, elaborado e disponibilizado pelo poder público. Com relação à **sinalização**, somente as ruas próximas à avenida principal são identificadas com placas. O **trânsito** tem boa sinalização, porém os **atrativos turísticos** e outros locais importantes não são sinalizados. Sobre a **estrutura bancária**, o município possui agências e caixas eletrônicos de diversos bancos e cooperativas e, com relação à **estrutura de saúde**, possui uma unidade básica de saúde, SAMU e farmácias, mas não há consultórios e clínicas médicas particulares.

## Gastronomia

Como estabelecimentos gastronômicos, consideraram-se **restaurantes, cafeterias, lancherias, padarias, sorveterias, docerias**. No Cadastur, **não há estabelecimentos cadastrados** no município de Pinhal e, durante a pesquisa, identificou-se que o município possui um **número pequeno e pouco variado de estabelecimentos de alimentação**. Os **preços** são similares (a maioria na mesma faixa de valores), não havendo opções mais qualificadas disponíveis (nem em termos de qualidade, nem de preços mais elevados).

Foi mapeado um restaurante, no **Hotel Restaurante Pinhal**, que oferta **buffet livre no horário de almoço**, nos dias de semana e sábados, e jantar a la carte todas as noites, com opção de pizzas. No turno da noite e aos finais de semana, há somente

bares e lancherias disponíveis. O **Snack House 86** é um espaço de lanches e bebidas que também realiza eventos e shows, estando localizado de forma contígua à principal área de lazer do município, a Praça Luiz Antonio Casanova. Há poucos mercados e, os que existem, funcionam durante a semana, sábado e, no domingo, até o meio dia. Não foram identificados estabelecimentos que oferecem cafés ou doces, como padarias e cafeterias.

De maneira geral, o **atendimento** prestado nos estabelecimentos gastronômicos de Pinhal é **informal e familiar**. Considera-se que Pinhal possui uma oferta gastronômica que atende à demanda da **comunidade local** e de quem está no município **a trabalho**. Por outro lado, se analisadas as propostas dos locais sob o ponto de vista turístico, **a oferta gastronômica é insatisfatória**, pois funciona somente em dias de semana, não há diversificação dos cardápios ou propostas diferenciadas, tampouco foi identificada uma **identidade gastronômica** no município.

Futuramente pode-se pensar na criação de novas propostas de estabelecimentos gastronômicos para Pinhal, criando ofertas diferentes das existentes atualmente, com maior foco turístico e relacionadas à história e à cultura local. Ressalta-se, no entanto, que estas ações devem ser planejadas e coerentes com os planos de turismo que vierem a ser desenvolvidos para o município e que a melhoria dos critérios desta dimensão é essencial para o desenvolvimento de uma oferta turística de qualidade no município.

## **Hospedagem**

Como meios de hospedagem, buscaram-se **hotéis** e **pousadas**. No Cadastur, não existem **meios de hospedagem cadastrados** em Pinhal. Durante a pesquisa, verificou-se a existência de dois hotéis no município, o **Hotel Restaurante Pinhal** e o **Hotel Aparecida**. Ambos são de fácil acesso e boa localização, situados no entorno da Rua Salgado Filho, principal via da cidade. **Os hotéis não possuem foco turístico**, recebendo, em grande parte, pessoas que estão na cidade a trabalho ou a negócios e que dirigem-se ao hotel **somente para pernoitar**. No **Airbnb**, ao buscar por Pinhal, a maioria dos resultados gerados se referem a opções de hospedagem em Ametista do Sul, não tendo sido identificadas alternativas especificamente no município.

O atendimento prestado nos estabelecimentos de hospedagem de Pinhal é informal e familiar. Verificou-se que os hotéis não possuem site próprio na internet, não sendo possível fazer reservas on-line nem via sites de terceiros, como Booking. As reservas são realizadas diretamente por telefone ou e-mail. O valor da diária para casal cotado na versão mais econômica fica entre R\$ 120 e R\$ 170.

Quanto aos **serviços e conveniências** ofertados nos estabelecimentos, há café da manhã incluso na diária e estacionamento gratuito para os hóspedes. O Hotel Restaurante Pinhal tem restaurante próprio, onde é possível fazer outras refeições ao longo do dia. Não há **acessibilidade** nos estabelecimentos, não tendo sido identificadas rampas de acesso, elevadores e quartos adaptados.

Considerando todos estes aspectos, avalia-se a oferta de hospedagem em Pinhal como **regular**, com um nível adequado de qualidade e conforto da sua infraestrutura, se levada em consideração a demanda atual por este serviço no município, voltada principalmente a quem encontra-se a trabalho ou em trânsito e precisa apenas pernoitar. Por outro lado, se analisada a oferta atual de Pinhal sob o **ponto de vista turístico**, considerando o nível de diferenciação das propostas existentes, a infraestrutura de lazer e a profissionalização do atendimento, avalia-se que a mesma, atualmente, não é **suficiente para atrair/reter turistas ou visitantes de modo que estes escolham hospedar-se em Pinhal** em função das propostas de hospedagem.

Por fim, futuramente, pode-se pensar na criação de novas propostas de hospedagem em Pinhal, com foco no **turismo rural, turismo de lazer, turismo de natureza e ecoturismo**, por meio de chalés, pousadas, hotéis-fazenda ou outros tipos de empreendimentos, especialmente em propriedades rurais existentes e/ou próximo dos atrativos naturais do município. Ressalta-se, no entanto, que estas ações devem ser planejadas e ser coerentes com planos de turismo que vierem a ser desenvolvidos e que a melhoria dos critérios desta dimensão é essencial para o desenvolvimento de uma oferta de turismo qualificada no município.

## Aspectos Impulsionadores e Limitadores

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



FORÇAS	FRAQUEZAS
<p>1) INFRAESTRUTURA E ORGANIZAÇÃO DO SETOR - Organização do setor (Comtur, governança, parcerias) – Macroestrutura e infraestrutura</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Acessos pavimentados (entrada da cidade);</li> <li>● Fibra ótica em todo município – internet;</li> <li>● Economia local forte e diversificada – presença de indústrias e comércio;</li> <li>● Parceria com Sebrae e Sicredi na realização do Radar e do Plano Municipal de Turismo;</li> <li>● Educação sobre a separação do lixo – destinação dos resíduos;</li> <li>● Limpeza e ajardinamento – cidade bem cuidada;</li> <li>● Iluminação pública qualificada;</li> <li>● Ruas sinalizadas;</li> <li>● Existência do Comtur – Lei de 2017;</li> <li>● Cidade com 50% de esgoto tratado;</li> <li>● Água qualificada;</li> <li>● Distribuição de mudas nativas para a população e práticas sustentáveis;</li> <li>● Existência de hidrante na cidade, com plantão aos finais de semana;</li> <li>● Presença de postos de saúde (hospital em Rodeio Bonito);</li> <li>● Existência de farmácias;</li> <li>● Presença de instituições bancárias - algumas com atendimento aos finais de semana;</li> <li>● Pórticos de acesso ao município;</li> <li>● Estrutura da prefeitura e da Câmara de Vereadores;</li> <li>● Força das entidades e capacidade de atuarem em cooperação.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Não há sinalização turística, nem do destino;</li> <li>● Sinal de telefonia deficitário – nem todas operadoras funcionam e em muitos locais não há sinal;</li> <li>● Sinal de internet oscilante – empresa que oferta apresenta problemas em alguns locais;</li> <li>● Não há um profissional, no setor público, atuando especificamente com o turismo;</li> <li>● Algumas agências bancárias fecham aos finais de semana;</li> <li>● Nem todos estabelecimentos aceitam cartão de crédito;</li> <li>● Dificuldade de acesso às propriedades rurais.</li> </ul>
<p>2) CAPACITAR – Cursos, formação, qualificação, capacitação, visitas técnicas, famtours, benchmarking, turismo seguro.</p>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>● Realizam visitas técnicas com os estudantes;</li> <li>● Realização de oficinas e palestras em parceria com Sebrae e Sicredi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Não há oferta de cursos de capacitação para atuar no turismo;</li> <li>● Não há educação do turismo nas escolas – tema a ser trabalhado com transversalidade;</li> <li>● Não realizam visitas técnicas para destinos e empreendimentos turísticos;</li> <li>● Não pensam no turismo como uma possibilidade de empreendedorismo, trabalho e renda;</li> <li>● Não há uma compreensão sobre o valor das práticas e costumes locais, nem da paisagem, como possibilidade de oferta turística;</li> <li>● Moradores locais desconhecem o valor da agricultura e outras possibilidades de investir no turismo.</li> </ul>
--	---

3) TURISMO – Oferta/Produto turístico – Turismo Seguro – Experiências Turísticas

<ul style="list-style-type: none"> <li>● Estruturação da Rota Águas e Pedras;</li> <li>● Existência de dois hotéis;</li> <li>● Existência de dois restaurantes, três padarias;</li> <li>● Existência de um CTG com programações periódicas (datas comemorativas);</li> <li>● Igreja;</li> <li>● Praça Luiz Antonio Canova;</li> <li>● Praças e quadras esportivas;</li> <li>● Horto Florestal da Creluz – acesso pavimentado, produção de mudas nativas;</li> <li>● Visitas técnicas no Horto Florestal – aberto todo ano – com trilhas, abelhas sem ferrão;</li> <li>● Cachoeira de Alto Paraíso;</li> <li>● Relevo e paisagem natural;</li> <li>● Povo acolhedor e receptivo;</li> <li>● Propriedades rurais trabalhando com tecnologias e práticas modernas na agricultura;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ainda não há cooperação regional com relação a rotas formatadas;</li> <li>● Hotéis não estão estruturados para atender ao turista (decoreção, alimentação, ambientação);</li> <li>● Restaurantes, padarias e bares não atendem todos os dias e possuem limitação no cardápio;</li> <li>● Não há uma gastronomia típica ou a oferta de experiências gastronômicas voltadas ao turista (restaurante rural);</li> <li>● Não há uma agência de turismo receptivo;</li> <li>● Não há guia de turismo ou condutores locais de turismo;</li> <li>● Não há Centro de Atendimento ao Turista – CAT;</li> <li>● Não há experiências turísticas estruturadas;</li> <li>● Horto Florestal ainda pode ser</li> </ul>
---	--

<ul style="list-style-type: none"> <li>● Existência de artesãos no município;</li> <li>● Há uma agência de turismo emissivo.</li> </ul>	<p>melhor aproveitado como produto turístico;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Não é aproveitado a força da agricultura como turismo rural;</li> <li>● Não se aproveita a piscicultura como atrativo turístico;</li> <li>● Não há acesso à Cachoeira Alto Paraíso;</li> <li>● Não há belvederes estruturados para se aproveitar os melhores pontos panorâmicos;</li> <li>● Não há uma coleção de artesanato com identidade local;</li> <li>● Comércio não está estruturado para atender o turista (dias, horários e mix de produtos);</li> <li>● Não possui uma identidade turística;</li> <li>● Não há um café na cidade;</li> <li>● Estabelecimentos não estão abertos nos dias de maior circulação de turistas (finais de semana e feriados);</li> <li>● Não aproveitam a elaboração do açúcar-de-cana, da criação de ovelhas, do leite de ovelha e outros;</li> <li>● Não há empresas cadastradas no Cadastur (somente uma).</li> </ul>
<p>4) EVENTOS - Novo calendário de eventos – estruturas e profissionais</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Boa capacidade de organização com relação às festas comunitárias;</li> <li>● Realização de Dias de Campo;</li> <li>● Existência de um calendário de eventos;</li> <li>● Quatro grandes festas no município, trabalhadas em conjunto, com integração das entidades;</li> <li>● Abril – festa de aniversário do município;</li> <li>● Maio – Festa do Leitão no Rolete;</li> <li>● Junho – Festa Juninas da rede de ensino;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Não há aproveitamento e promoção dos eventos como forma de atrair turistas;</li> <li>● Não há um calendário de eventos turísticos (de menor porte – privados);</li> <li>● Não realizam mais alguns eventos (Mostra da Terneira), paralisados em função da pandemia e não retomados.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>● Setembro – Semana Farroupilha;</li> <li>● Novembro – Festival do Chopp;</li> <li>● Dezembro – Apresentações artísticas com o encerramento das atividades culturais;</li> <li>● Estrutura qualificada para os eventos (ginásio).</li> </ul>	
<b>5) PROMOVER - Marketing e Comunicação – promoção do destino</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Busca no Google leva para o avião da escola;</li> <li>● Promovem os eventos locais na região;</li> <li>● Existência de um vídeo (de 2018).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Não há uma marca de Pinhal como destino turístico;</li> <li>● Não possui um site com informações turísticas;</li> <li>● Não possui mídias sociais do Turismo Pinhal (Facebook e Instagram);</li> <li>● Não há folder e nem mapa turístico;</li> <li>● Não há placas interpretativas;</li> <li>● Não participam em feiras e eventos do setor turístico;</li> <li>● Não há um trabalho com influenciadores e criadores de conteúdo;</li> <li>● Não há presença no TripAdvisor e outros OTAs.</li> </ul>
<b>6) MONITORAR – pesquisa, perfil e fluxo, Observatório do Turismo, impacto do turismo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Radar desenvolvido pelo Sebrae.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Não há pesquisa e monitoramento sobre possibilidades de investir no turismo.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><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>● Monocultura;</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Localização estratégica regional/estadual – Rota das Águas e Pedras;</li> <li>● Proximidade de Ametista do Sul;</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</li> </ul>

- Crise econômica – mundial e nacional;
- Descontinuidade de projetos e gestores;
- Posicionamento on-line qualificado de outros destinos;
- Burocracia governamental;
- Falta de criação de marcos legais para a política do turismo;
- Ambiente político nacional instável.

- tranquilidade para o visitante;
- Interesse por meios de hospedagem alternativos;
- Interesse do turista por mais atividades voltadas à família (jovens e crianças);
- Aumento da população 50+ e 60+;
- Compreensão do turista de que o destino deve ser organizado como uma rede – busca por uma venda conjunta por parte dos municípios;
- Demanda reprimida de um público querendo 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.

## Marketing

### Presença e informações disponíveis na Internet

O site da Prefeitura de Pinhal **não possui uma página dedicada especificamente a ceder informações relacionadas a atrativos turísticos**, mas oferece informações relacionadas à gastronomia e hospedagem. No link de Gastronomia, são informados 4 estabelecimentos, sendo 2 padarias e 2 restaurantes/lancherias, com o nome, endereço e telefone. Na parte de Hospedagem constam os nomes de dois hotéis, também com telefone e endereço.

No **Facebook**<sup>3</sup>, a prefeitura possui uma página oficial, assim como um perfil oficial no **Instagram**<sup>4</sup>. A página no Facebook é atualizada regularmente, apresentando notícias sobre diversas áreas, como a realização de serviços, calendário de vacinação, eventos e demais ações realizadas pela prefeitura. O perfil no Instagram parece ter sido criado recentemente, pois possui poucos seguidores e postagens realizadas somente no mês de novembro/2021. Não há, nesses canais, foco em divulgar atrativos ou atividades turísticas do município ou da região.

Ao buscar sobre “turismo em Pinhal/RS” no Google, o primeiro resultado gerado é o do site da Prefeitura de **Balneário Pinhal**. O **TripAdvisor**, portal que fornece informações e opiniões de viajantes sobre serviços e atrativos turísticos do mundo todo, é o segundo resultado, e também remete ao Município de Balneário Pinhal. Observa-se que, de maneira geral, na primeira e na segunda página do Google, apenas três resultados se referem, de fato, ao Município de Pinhal/RS, sendo que todos os demais se referem a outros municípios que tem “pinhal” no nome<sup>5</sup>.

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

---

<sup>3</sup> <https://www.facebook.com/Munic%C3%ADpio-de-PinhalRS-107670201512174/>

<sup>4</sup> @pinhal\_rs

<sup>5</sup> Somente no Rio Grande do Sul são quatro: Pinhal, Balneário Pinhal, Pinhal da Serra e Pinhal Grande

encantem por Pinhal. 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?**

- Município organizado;
- Limpo;
- Bem estruturado;
- Povo acolhedor e hospitaleiro;
- Agricultura familiar vasta (grãos, suinocultura, bovinocultura e indústrias em geral);
- Acolhimento;
- Pessoas que vem de fora são bem atendidas, especialmente nos eventos e festas;
- Bem apresentado (município limpo);
- Atrativos exclusivos em relação à região;
- A Suíça da região;
- Diversidade de atividades e serviços;
- Receptivo.

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

- Bonita;
- Cheirosa;
- Limpa;
- Acolhedora;
- Amável;
- Alegre;
- Organizada;
- Dedicada;
- Trabalhadora;
- Educada;
- Gentil;
- Honesta;
- Que preza pelo bem-estar de todos;
- Com objetivos;
- Que se desafia constantemente;
- Inteligente;

- Gostosa;
- Que impressiona;
- Considerada referência regional;
- Chama atenção pelos seus atributos.

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

- “Seja bem-vindo a Pinhal, terra hospitaleira, de pessoas trabalhadoras, cordiais, de economia pujante, agricultura forte e belezas sem igual, pois temos #orgulho de viver aqui.”
- “Olá, meu nome é Pinhal. Local de um povo muito acolhedor e trabalhador. Pessoas simples e que não têm medo de desafios que o nosso dia a dia nos impõem. Aqui você encontra uma diversificada agricultura familiar e produtos coloniais livres de agrotóxicos, natureza desafiadora, comércio e indústrias com renomes nacionais e internacionais.”
- “Conheça Pinhal e seu povo hospitaleiro, venha andar em nossas trilhas ecológicas, se banhar em nossas cachoeiras, admirar o nosso pôr do sol, ter experiências únicas em visitar nossas propriedades rurais. Conheça as maravilhas de nosso município provando da excepcional culinária local.”

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

**Pinhal, município da região Águas e Pedras, Norte do RS, é uma terra hospitaleira, de pessoas que amam seu lugar e que desenvolveram uma economia diversificada. Lugar de empresas de renome internacional, com avançadas práticas ambientais. Aqui é possível conhecer a agricultura familiar e adquirir produtos coloniais e orgânicos, se hospedar em um local calmo e usufruir da gastronomia típica, especialmente nos eventos que envolvem toda a comunidade.**

**Muito prazer, meu nome é Pinhal! Seja bem-vindo!**

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

- “Esperamos que esteja em funcionamento e desenvolvimento progressivo, o turismo, e com novos pontos de entretenimento para moradores locais e visitantes.”
- “O município ser reconhecido também pelo seu potencial turístico. Sendo um importante fator de desenvolvimento, pela qualidade de vida que proporcionará a comunidade local e regional, sendo fonte de renda e melhorando a infraestrutura.”
- “A partir do plano formalizado, com os segmentos definidos e estudados, quantificados, teremos a implantação de modelos de negócio para cada segmento e em funcionamento. Estarmos na rota turística regional. Que o turismo venha a aumentar a arrecadação do município. Que o comércio e serviços sejam intensificados por conta do turismo e, principalmente, sejam gerados empregos diretos na área. Mudança da cultura dos munícipes, para receber o turista, implemento da disciplina do turismo nas escolas municipais, agregar mais renda aos produtos comercializados e pelos produtos transformados no município. Novos investidores deste segmento vindos de outras regiões. E, acima de tudo, levar o nome do município para fora do Estado, pelos seus produtos.”
- “Creluz (ações sócias e prêmios nacionais pela sustentabilidade), Moinho Tres (farinha para o Brasil e fora), Sepé Calçados (projeção nacional).”

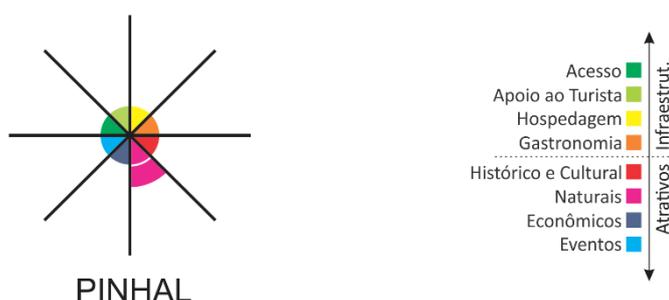
Com base nos apontamentos dos grupos, a consultora propõe a seguinte visão:

**Ser reconhecido como um destino turístico da região Águas e Pedras, com o plano de turismo implantado efetivamente e promovendo a valorização dos potenciais locais, nos diversos segmentos existentes (rural, ambiental, industrial, comercial e de eventos), gerando emprego e empreendedorismo, ampliando a arrecadação do município, bem como a qualidade de vida da população local.**

## Síntese – IPM Unisinos

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

Figura 5: Resultado do Radar de Pinhal



Fonte: IPM Unisinos

A figura evidencia que, de forma geral, há **clara necessidade de se pensar o turismo como um ecossistema completo**, que combine diferentes recursos a uma estrutura de apoio confortável e eficiente, visando qualificar a oferta turística do município.

Conclui-se, assim, que **o posicionamento turístico de Pinhal não é claro**. A inexistência de um órgão responsável pela agenda turística do município, de medidas como a criação de um Conselho Municipal de Turismo e a baixa articulação entre os atores locais, públicos e privados, demonstram que ainda é incipiente o desenvolvimento da atividade turística no município. São necessárias diversas ações de sensibilização, articulação, planejamento e cooperação entre os atores ligados ao ecossistema de turismo para que seu respectivo desenvolvimento seja viabilizado. No momento, Pinhal não é um destino turístico consolidado e suas principais potencialidades não são exploradas turisticamente.

Com base em todos os atrativos levantados, considera-se que nenhum tenha atingido patamar satisfatório de reconhecimento e consolidação do ponto de vista turístico, não por falta de potencial e sim por falta de estruturação. A partir das informações levantadas por meio do Radar de Turismo, percebeu-se que há algumas

categorias com maior potencialidade em Pinhal, como o **ecoturismo** possibilitado pelo Horto Florestal, pelas belezas naturais e pela representatividade das atividades desenvolvidas pelas agroindústrias locais. No entanto, a exploração destas oportunidades passa por diversas ações que resultem na qualificação do ecossistema turístico municipal, combinando diferentes recursos a uma estrutura de apoio confortável e eficiente, sendo este um **pré-requisito** para que o segmento do turismo em Pinhal se desenvolva e consolide.

Por fim, reitera-se que o desenvolvimento e a consequente consolidação de Pinhal como uma cidade turística também requerem um trabalho de **definição e comunicação do seu posicionamento como produto turístico**, integradas a um plano de ação com objetivos claros e à atenção aos diversos pontos levantados no radar. Ainda, é fundamental a sensibilização para o turismo e a articulação entre os atores e entidades representativas locais, poder público e iniciativa privada, para que haja o efetivo aproveitamento das potencialidades identificadas em Pinhal.

## Plano de Ações

O Plano de Ações que compõe o Plano de Desenvolvimento do Turismo de Pinhal foi construído em encontro presencial no dia 3 de agosto de 2022, conforme listas de presenças do Anexo I.

O plano contou com a contribuição de todos participantes, e, ainda, com a complementação da consultora e revisão da prefeitura, por meio do setor responsável.

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

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

**Inovação com emoção +**

**Qualidade com hospitalidade +**

**Segurança com transparência +**

**Governança com cooperação**

**PLANO DE AÇÕES**

O que fazer	Quem faz	Quando fazer	Prioridade	Recurso	Situação
<b>ORGANIZAÇÃO DO SETOR, INFRAESTRUTURA</b>					
<b>Estratégia: ESTRUTURAR - Organização do setor (Comtur, governança, parcerias) – Macro estrutura e infra estrutura</b>					
Articular com as operadoras de telefonia e internet, para qualificar o sinal no município;	Prefeitura e Câmara Vereadores	Longo prazo	3	Das operadoras	
Implantar placas de sinalização turística. Antes fazer mapeamento e projeto de sinalização – solicitar autorização;	Prefeitura	Longo prazo	3	Públicos Captação de recursos Mtur	
Contratar profissional para atuar diretamente com o desenvolvimento do turismo no município, dentro do Departamento da Secretaria de Educação, Cultura e Turismo;	Prefeitura	Curto prazo	5	PPP	
Articular com os empreendimentos locais, para que tenham máquina de cartão de crédito disponível e também abram possibilidade de PIX (com wi-fi disponível);	Comtur e comerciantes	Curto prazo	3	PPP	
Realizar a manutenção das estradas do interior, mantendo as vias qualificadas;	Prefeitura	Permanente	4	Público	

Rever a Lei do Comtur e sua nominata, adequando à nova realidade. Após, criar as comissões temáticas ou grupos de trabalho.	Presidente do Comtur e Prefeitura	Curto prazo	5	-	
<b>PRODUTOS E EXPERIÊNCIAS TURÍSTICAS – TURISMO RESPONSÁVEL E SEGURO</b>					
<b>Estratégia: ESTRUTURAR – Oferta/Produto turístico – Turismo Seguro – Experiências Turísticas</b>					
Identificar os possíveis empreendimentos a serem desenvolvidos para o turismo – Auxiliar na criação de produtos e experiências turísticas;	Prefeitura, Comtur e parceiros	Curto prazo	5	PPP	
Estruturar o Horto Florestal como produto turístico, criando experiências e promovendo-o. Também estruturar o turismo educacional-ambiental;	Creluz, Comtur e prefeitura	Curto prazo	5	PPP	
Articular com os municípios vizinhos, visando estruturar rotas turísticas regionais. Estimular a criação de um Plano de Turismo Região Águas e Pedras;	Comtur	Curto prazo	5	Municípios	
Aprovar o Plano Municipal de Turismo e transformá-lo em Lei Municipal;	Prefeitura e Câmara Vereadores	Curto prazo	5	-	
Avaliar os melhores pontos panorâmicos e implantar belvederes (fazer projeto com identidade local);	Prefeitura e Comtur	Longo prazo	4	Público Projetos de	

				captação	
Desenvolver uma coleção de artesanato com identidade local. Fazer levantamento dos artesãos existentes e qualificar os mesmos, no sentido de produzirem peças de interesse do turista. Buscar espaços para comercialização. Estimular a criação de associação dos artesãos;	Prefeitura, Comtur, Sistema S e Emater	Longo prazo	4	PPP	
Fazer um levantamento dos empreendimentos turísticos existentes e ofertar capacitação (cursos, consultoria e visita técnica) em parceria com Sebrae, Senac, Senar, universidades, outros;	Comtur, ACI e empreendedores	Curto prazo	3	PPP	
Identificar os segmentos turísticos possíveis de serem desenvolvidos e capacitar os envolvidos;	Comtur	Médio prazo	3	PPP	
Identificar a gastronomia típica local e capacitar os profissionais para utilizarem os produtos locais (carne do suínos, farináceos, etc) em suas receitas. Apresentar essas particularidades aos turistas;	Comtur, ACI e empreendedores	Curto prazo	3	PPP	
Estimular a criação de uma agência de turismo receptivo. Apoiar a capacitação de um profissional;	Comtur	Médio prazo	3	PPP	
Capacitar condutores locais de turismo e incentivar a formação como guia de	Comtur	Médio prazo	3	PPP	

turismo;					
Estruturar o Centro de Atendimento ao Turista – CAT – para receber os turistas que visitam o município;	Prefeitura	Longo prazo	3	Público	
Estruturar o acesso à Cachoeira Alto Paraíso, com plano ambiental, trabalhando o turismo com seguro e orientação;	Prefeitura, proprietários e Comtur	Longo prazo	3	PPP	
Articular com o comércio local, visando estimular a abertura em dias e horários de circulação de turistas. Também identificar espaços para feiras e ações conjuntas;	Prefeitura, Comtur e ACI	Médio prazo	3	PPP	
Articular com os restaurantes, bares e padarias, para ampliarem os dias e os horários de atendimento, visando adequar à necessidade do turista. Também estimular a adequação de cardápios e a melhoria na ambientação;	Prefeitura, Comtur e ACI	Médio prazo	3	PPP	
Estimular a qualificação dos meios de hospedagens existentes, bem como a criação de novas ofertas, inclusive de casas e outros;	Prefeitura, Comtur e ACI	Médio prazo	3	PPP	
Fomentar a produção da agroindústria, valorizando os produtos locais. Criar espaços para comercialização;	Prefeitura, Comtur e ACI	Médio prazo	3	PPP	

Identificar os agricultores interessados em receber turistas e capacitar os mesmos para desenvolver o turismo rural. Também avaliar as possibilidades de piscicultura;	Comtur, Emater, Sebrae e prefeitura	Longo prazo	2	PPP	
Desenvolver o Turismo Industrial com a Creluz (ações sociais e prêmios nacionais pela sustentabilidade), o Moinho Tres (farinha para o Brasil e fora) e a Sepé Calçados (projeção nacional);	Prefeitura, Comtur, ACI, Sistema S e Sicredi	Médio prazo	3	PPP	
Atrair novos investidores deste segmento vindo de outras regiões.	Prefeitura, Comtur e ACI	Médio prazo	3	PPP	

#### EVENTOS

**Estratégia:** Adequação dos Eventos – Novo calendário de eventos – estruturas e profissionais

Divulgar o calendário de eventos para o turista. Avaliar a criação de um calendário de eventos turísticos – público e privado;	Prefeitura, Comtur e ACI	Médio prazo	3	PPP	
Avaliar a retomada dos eventos (pós-pandemia), qualificando os mesmos para receberem o turista.	Prefeitura, Comtur, ACI e promotores de eventos	Curto prazo	3	PPP	

## CAPACITAR

**Estratégia:** Cursos, formação, qualificação, capacitação, visitas técnicas, famtours, benchmarking, turismo seguro

Sensibilizar a comunidade sobre a importância e as possibilidades de atuação no turismo (emprego, renda, empreendedorismo). Promover a mudança da cultura dos munícipes, para receber o turista;	Prefeitura, Comtur e ACI	Curto prazo Permanente	5	PPP	
Implantar um programa de educação do turismo nas escolas, trabalhando a transversalidade do tema;	Prefeitura, Sesc e Educação	Curto prazo Permanente	5	PPP	
Realizar levantamento de necessidades de capacitação. Buscar parcerias (Sebrae, Senac, Senar, universidades) para viabilizar a capacitação dos profissionais do turismo;	ACI	Curto prazo	4	PPP	
Realizar visitas técnicas a outros destinos turísticos consolidados.	Prefeitura, Comtur, Sebrae e Sicredi	Curto prazo Permanente	4	PPP	

## MARKETING E POSICIONAMENTO DO MUNICÍPIO

**Estratégia: PROMOVER - Marketing e Comunicação – promoção do destino**

Criar a marca do destino turístico Pinhal (logotipo), sendo adotada pelo setor público e privado. Contratar profissional para criação;	Prefeitura, Comtur e empresas locais	Curto prazo	5	PPP	
Criar um site do destino turístico Pinhal ou qualificar a presença do turismo no site da prefeitura;	Prefeitura	Curto prazo	5	Público	
Criar o “Visite Pinhal” no Facebook e Instagram. Aproveitar os vídeos e fotos já existentes e produzir novos;	Prefeitura e Comtur	Curto prazo	5	Público	
Criar e imprimir folders e mapa turístico. Identificar os pontos turísticos, primeiramente;	Prefeitura e Comtur	Curto prazo	5	Público	
Criar um calendário de feiras e eventos de promoção turística;	Prefeitura, Comtur e empreendedores	Médio prazo	3	PPP	
Articular com criadores de conteúdo – influenciadores – para visitarem o município e região;	Prefeitura, Comtur e empreendedores	Médio prazo	3	PPP	
Inserir os empreendimentos turísticos nos sites de promoção turística (TripAdvisor e outros).	Prefeitura, Comtur e empreendedores	Médio prazo	3	PPP	

## MONITORAMENTO E PESQUISA

Estratégia: MONITORAR – pesquisa, perfil e fluxo, Observatório do Turismo, impacto do turismo

Criar um padrão de coleta de dados sobre perfil e fluxo de turistas;	Prefeitura, Comtur e empreendedores	Médio prazo	3	PPP	
--	---	----------------	---	-----	--

## Avaliação e encaminhamentos

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

### 1) Uma palavra que resuma essa construção:

- Construção;
- Cooperação;
- Desafio;
- União;
- Compromisso/comprometimento;
- Desacomodar;
- Motivação;
- Desafiador;
- Experiência;
- Aprendizado;
- Expectativa;
- Empreendedorismo.

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

- “Desafios para entender os entes envolvidos, as possibilidades para construção das etapas, para formalizar o plano, mudanças culturais para entender que existem as potencialidades, basta quantificá-las, capacitar as pessoas e motivá-las para empreender.”
- “Conhecer o nosso município, para alavancar o turismo, a comunidade regional, valorização das potencialidades que possuímos, até então não tínhamos nos reunido para debater sobre este assunto e ver o potencial que possuímos e que futuramente podemos ter.”
- “Foi desafiadora e percebemos que temos potencial para levar essa proposta adiante e colocá-la em prática.”

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

- “Divulgando a mudança cultural de entender que é necessário para formalizar as ações, para que o turismo seja colocado em prática.”

- “Através de encontros, formações, valorizando nossa realidade e o processo de construção do turismo para a comunidade, como fonte de renda e melhorias na infraestrutura local.”
- “Conversando com a população e criando nelas a expectativa, desenvolvendo nas pessoas o sonho de desenvolvimento e lucro em suas propriedades e no município.”

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

- “Motivando, tendo a contribuição das pessoas, tendo engajamento dos diferentes entes, valorizando as personas.”
- “Participando de ações, interagindo e construindo através de capacitações com o sistema S, buscando novos conhecimentos em outras rotas turísticas.”
- “Participando de todas as ações e buscando se especializar para isso.”

## Monitoramento – Conclusão

Pinhal, singelo município da região das Águas e Pedras, Norte do RS, desperta para o turismo com a consciência de que ainda precisará de muitos esforços para que a oferta esteja estruturada e o município se torne efetivamente um destino turístico, com uma divulgação adequada.

Sua história e cultura, belezas paisagísticas, bem como a localização estratégica, precisam ser melhor aproveitadas. 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.

Ao mesmo tempo que a localização da região Rota Águas e Pedras pode ser um empecilho para o desenvolvimento do turismo, por encontrar-se afastada de outras regiões do Estado do Rio Grande do Sul, esse também pode ser um potencial, especialmente para o perfil de turista que procura destinos turísticos menos 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, pode ter grande apelo.

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 Pinhal. 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. Disponível em: <https://viagem.estadao.com.br/blogs/sala-vip/tendencias-de-viagem-para-2022-o-turismo-redefinido/>. Acesso em: 20 jul.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 jul. 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 jul. 2022.

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

INSTITUTO DE PESQUISA DE MERCADO (IPM) - UNISINOS. **Radar Turístico: Pinhal**. 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. 2022.

PANROTAS. **Números da OMT oficializam o rombo da crise no Turismo em 2020**. 28/01/2021 12:33 | Rodrigo Vieira. Disponível em: <https://www.panrotas.com.br/mercado/economia-e-politica/2021/01/numeros-da->

omt-oficializam-o-rombo-da-crise-no-turismo-em-2020\_179334.html. Acesso em:  
Acesso em: 13 jun. 2022.

PANROTAS. **Atestado para a força do Turismo.** Disponível em:  
<https://blog.panrotas.com.br/mktdestinos/2021/03/29/atestado-para-a-forca-do-turismo/>. Acesso em: 13 jun. 2022.

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

PANROTAS. **8 tendências do Turismo pós-vacinação.** 09/12/2021. 19:13 | *Rodrigo Vieira*. Disponível em:  
[https://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2021/12/8-tendencias-do-turismo-pos-vacinacao\\_186234.html](https://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2021/12/8-tendencias-do-turismo-pos-vacinacao_186234.html). Acesso em: 10 jun. 2022.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PINHAL. Site Institucional. Disponível em:  
<https://pinhal.atende.net/cidadao> 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: 165913    PALESTRA DE ELABORAÇÃO DE PLANO MUNICIPAL PARA TURISMO - PRODUTO DE TERCEIROS - PINHAL - RS  
 INSTRUTORES: IVANE MARIA REMUS FAVERO    PROJETO: 2022-Estruturação do Turismo da Rota Águas e Pedras

Nº	CNPJ	CPF	PARTICIPANTE	TELEFONE	EMAIL	ASSINATURA
1		013.892.640-92	Salomon Lago	(55) 991013743	salomon.lago@nivalica.br	
2		06401315981	Prata, Dolores	4998426928	prata.dolores@nivalica.br	
3		032.836710-37	Dolores da Cunha	(55) 996675647	dolorescunha92@gmail.com	
4		04.078.200.10	Simone Tschinski	(55) 999611700	simone.tschinski@nivalica.br	
5		032.612.290-71	Eliz Luis de S. Itz	55.999755220	administracao@nivalica.br	
6		001.252.230-99	Veronica S. Amaral	55.999773922	veronica@nivalica.br	
7		034.846.980-90	Giannina Silvestro	(55) 999725998	giannina.silvestro@gmail.com	
8	91.946.657/0001-00	008.855.610-74	Dilce B. Briggella	55 999773448	dilce@maunivturismo.br	
9		009.598.540-96	Jenifer Maria Batista B.	55 996807622		
10		307973988-30	Gilberto Damati	55 9 99685083		
11		002200330-29	Regina S. Flores	1551999280746		
12		038.582.750-61	Adrieli Vassini de Almeida	(55) 9.91123721	adrieli.vassini@gmail.com	
13		028.654.390-70	Mikaela Sampaio	55 996055162	mikaela@nivalica.br	

Confidencial

		701.596.100-97	Alcindo Frighetto	(55) 996660184	alcindo@pinhal-rs.gov.br	
		804.496700-15	Adriana L. Ribeiro	(55) 996446367	adriana.epinhal-rs.gov.br	
		913.036.130-24	Presiane Sperafico	55 996147600		
		002.140.910-23	DANIELA LORENZI	55-999710940	daniela.lorenzi@nivalica.br	
		028.467.620-50	Patim Maria Ribeiro	55.996036764	patim.ribeiro@nivalica.br	
		952.654.140-53	Adriano Bossa	(55) 999279646	adriano_bossa@nivalica.br	

Confidencial

LISTA DE PRESEÇA

REGIONAL: SEBRAE NORTE AGENDA: 165914 OFICINA DE ELABORAÇÃO DE PLANO MUNICIPAL PARA TURISMO - PRODUTO DE TERCEIROS - PINHAL - RS  
INSTRUTORES: IVANE MARIA REMUS FAVERO PROJETO: 2022-Estruturação do Turismo da Rota Águas e Pedras

N°	CNPJ	CPF	PARTICIPANTE	TELEFONE	EMAIL	ASSINATURA
1		948.977.780-34	Anaemeli Granella	9.935.5146	ana.granella@bluemail.com	<i>[Handwritten Signature]</i>
2		028.654.390-30	Edsonete Sompali	55.996.05.5162	mgm@nativa@pinhal.rs.gov.br	<i>[Handwritten Signature]</i>
3		039.580.750-61	Ardueli Vanni de Araujo	(55)9.942.2721	ardueli.vanni@gmail.com	<i>[Handwritten Signature]</i>
4		032.816.710-37	Eduardo de L. Gigena	(55)996675647	eduardo.gigena@gmail.com	<i>[Handwritten Signature]</i>
5		804496700-15	Adriana T. Ribeiro	(55)996446267	adriana@pinhal.rs.gov.br	<i>[Handwritten Signature]</i>
6		003.262.230-99	Vanessa S. Amad	(55)999773928	vanessa@pinhal.rs.gov.br	<i>[Handwritten Signature]</i>
7		952654140-53	Adriano Bossa	(55)99279646	adriano.bossa@pinhal.rs.gov.br	<i>[Handwritten Signature]</i>
8		014.078.200-10	Simone Jochim	55.99458169	simonejochim@pinhal.rs.gov.br	<i>[Handwritten Signature]</i>
9		034.846.920-90	Guiniceo Quinto	(55)997259992	guiniceo@pinhal.rs.gov.br	<i>[Handwritten Signature]</i>
10		032.610.390-71	Elza Leide Silveira	55999855220	admin@pinhal.rs.gov.br	<i>[Handwritten Signature]</i>
11		492.547.150-34	Rizuan Ramon	55.99682.4018	rizuan@pinhal.rs.gov.br	<i>[Handwritten Signature]</i>
12		577.247.330-15	José Carlos Z. Trentin	(55)996610439	josetrentin@pinhal.rs.gov.br	<i>[Handwritten Signature]</i>
13		0214091023	IVANE MARIA REMUS FAVERO	55.999140910		<i>[Handwritten Signature]</i>

#

Confidencial

14		00779073023	DEZALES FIORESI	55.999250746		<i>[Handwritten Signature]</i>
15						
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22						
23						
24						
25						
26						
27						
28						
29						

*[Handwritten Signature]*

## Anexo II – Foto das atividades





## Anexo III – Convite para a comunidade



# Vamos falar de **Turismo?**

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

**Data:** 03/08/2022

**Horário:** 08 horas

**Local:** Câmara Municipal de Vereadores de Pinhal/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, trem...) em funcionamento?	
Faixas de valores das passagens dos diferentes tipos de transporte (existência de opções mais baratas e mais caras)	
Acesso de possíveis centros emissivos, além de Porto Alegre (outras localidades de maior porte)	
<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	
O município possui perfil atualizado no Instagram (oficial, gerenciado pela Prefeitura)	
O município possui página no Facebook atualizada (oficial, gerenciada pela Prefeitura)	
O município possui (ou faz parte) de rotas ou roteiros turísticos	
As rotas ou roteiros estão em pleno funcionamento (sistematizados)	
O município conta com estrutura própria para atendimento de urgência e emergência em saúde?	
<b>Outras perguntas para compor o relatório (itens que NÃO pontuam)</b>	<b>Disponibilidade</b>
Município possui aplicativo turístico próprio (Exemplo: Pelotas Tem)	
Município possui outros recursos com fins de atendimento ao turista (Exemplo: Totem de autoatendimento, sites e perfis não oficiais voltados ao turismo)	
A busca no Google pelo 'nome do município + palavras-chave relacionadas a turismo remete a sites com informações atualizadas e com credibilidade (o que fazer, onde comer...)	
As informações constantes no site da Secretaria da Cultura, Turismo, Esporte e Lazer do Rio Grande do Sul (SEDETUR) sobre o município estão	

atualizadas	
<b>Hospedagem (itens que pontuam)</b>	<b>Disponibilidade</b>
Quantidade de locais disponíveis para hospedagem	?
Qualidade dos locais disponíveis para hospedagem	?
Localização das opções de hospedagem (centro do município, acessíveis, bem localizadas - observar comodidades do entorno)	✓
Os estabelecimentos possuem protocolos de prevenção ao Covid-19 implementados	?
Atendimento profissional e qualificado (funcionários treinados, uniformizados) assinalar NÃO caso seja feito pela própria família, informal	?
Qualidade do atendimento prestado (profissional ou informal)	?
Imagem, limpeza e conservação dos locais	✓
Acessibilidade na entrada, áreas de uso comum e quartos	?
<b>Outras perguntas para compor 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?)	?
Oferta de outros serviços de alimentação além do café da manhã? (jantar, serviço de quarto)	?
Estabelecimentos possuem fachada	✓
Há sinalização indicativa para os estabelecimentos (como chegar)	?

Disponibilidade de estacionamento para os clientes	
<b>Gastronomia (itens que pontuam)</b>	<b>Disponibilidade</b>
Quantidade de locais disponíveis para alimentação (café, almoço, lanche, janta)	
Qualidade dos locais disponíveis para alimentação	
Localização das opções de gastronomia (centro do município, acessíveis, bem localizadas)	
Os estabelecimentos possuem protocolos de prevenção ao Covid-19 implementados	
Existem estabelecimentos que servem a gastronomia típica local?	
Atendimento profissional e qualificado (funcionários treinados, uniformizados) assinalar NÃO caso seja feito pela própria família, informal	
Qualidade do atendimento prestado (profissional ou informal)	
Imagem, limpeza e conservação dos locais	
Imagem e apresentação dos alimentos	
Acessibilidade (entrada, circulação, banheiros)	
<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)	

Atrativos Econômicos (itens que pontuam)	Disponibilidade
As atividades econômicas desenvolvidas no município são exploradas turisticamente (é possível fazer visitas guiadas ou técnicas, comprar produtos típicos ou “de fábrica”; qualquer pessoa consegue agendar/fazer, há um roteiro pré-definido e divulgado; não depende de alguém que conheça “o dono” para ter acesso aos locais)	?
As atividades econômicas desenvolvidas no município têm potencial de exploração turística	✓
O município explora economica/turisticamente seus atrativos naturais, culturais ou históricos por meio de empreendimentos de hospedagem e gastronomia	?
O município possui pelo menos um 'produto local' marcante (artesanato, comida, bebida...)	?
O município explora turisticamente o 'produto local' marcante	?
Disponibilidade de 'produto local' (facilidade de encontrar/comprar)	?
O município possui produtos de artesanato local	?
O município possui perspectivas de investimentos diretos ou indiretos em turismo	?
Outras perguntas para compor o relatório (itens que NÃO pontuam)	Disponibilidade
O município faz parte de algum cluster ou APL...?	?
O município possui empreendimentos de turismo rural? (campings, piscinas, café colonial, almoços, pousadas...)	?
O município possui locais de valorização e/ou comercialização do artesanato local (existência de cooperativas, associações, Casa do Artesão, feiras de artesanato...?)	?
O município possui feiras de agricultura local ou de produtos caseiros?	?

Atrativos Naturais (itens que pontuam)	Disponibilidade
O município possui atrativos naturais explorados turisticamente? (praias, montanhas, serra, lagos, lagoas, laguna, áreas de proteção ambiental, reservas ecológicas, florestas...?)	✓
O município possui atrativos naturais com potencial de exploração turística? (praias, montanhas, serra, lagos, lagoas, laguna, áreas de proteção ambiental, reservas ecológicas, florestas...?)	✓
A visitação aos principais atrativos é sistematizada OU os locais são de fácil acesso? (possui horários específicos de visitação, roteiros definidos e estruturados? Estes roteiros estão divulgados/acessíveis a qualquer pessoa? É possível fazer por conta própria ou é necessário contratar guia/agência?)	?
Há transporte municipal para os principais atrativos?	?
Quanto a qualidade da infraestrutura física disponível nos principais atrativos	✓
Quanto a disponibilidade de serviços de alimentação nos atrativos	?
Quanto as condições/qualidade das ruas de acesso aos atrativos	✓
Quanto ao estado de conservação/manutenção dos locais	✓
Atrativos Históricos e Culturais (itens que pontuam)	Disponibilidade
O município possui elementos que tornam “tangível” a história do local (monumentos, prédios, museus, arquitetura, casas de cultura, igrejas...)	?
Estes elementos são explorados turisticamente?	?
Estes elementos possuem potencial de exploração turística?	✓
A visitação aos principais atrativos é viável e sistematizada (são locais públicos ou privados? Horários específicos de visitação? Há roteiros definidos e estruturados? Estes roteiros estão divulgados/acessíveis a qualquer pessoa? É possível fazer por conta própria ou é necessário contratar guia/agência?)	?

Quanto a qualidade da infraestrutura física disponível nos principais atrativos	
Quanto a qualidade do atendimento presencial prestado nos principais atrativos	
Quanto as condições/qualidade das ruas de acesso aos atrativos	
Quanto ao estado de conservação/manutenção dos atrativos	
<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	

