



# ***Plano Municipal de Turismo***

## ***Nonoai***



## **Ficha Técnica**

### **COORDENAÇÃO GERAL E REALIZAÇÃO**

**Sebrae-RS | Sicredi Conexão**

**Prefeitura de Nonoai**

Prefeita – Adriane Perin de Oliveira

**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: Acervo/Prefeitura



## Sumário

|   |    |
|---|----|
| Mensagem do Sebrae-RS e do Sicredi                          | 5  |
| Apresentação e Metodologia                                  | 7  |
| Análise Macroambiental – Turismo                            | 11 |
| Tendências pós-pandemia                                     | 14 |
| Apresentação do Território                                  | 18 |
| Histórico de Nonoai   | 18 |
| Nonoai no Mapa do Turismo Brasileiro e o Médio Alto Uruguai | 19 |
| A região Águas e Pedras                                     | 22 |
| Dados do Município  | 24 |
| Governança Municipal do Turismo                             | 25 |
| Secretaria responsável                                      | 25 |
| Conselho Municipal de Turismo e Fundo Municipal de Turismo  | 25 |
| Oferta Turística  | 26 |
| Atrativos históricos e culturais                            | 26 |
| Atrativos naturais  | 30 |
| Atrativos econômicos  | 33 |
| Eventos   | 35 |
| Apoio ao Turista e Conveniências                            | 36 |
| Rotas e Roteiros Turísticos                                 | 37 |
| Infraestrutura  | 39 |
| Acesso e transporte   | 39 |
| Hospedagem  | 43 |
| Gastronomia   | 45 |
| Aspectos Impulsionadores e Limitadores                      | 47 |
| Marketing   | 53 |
| Presença e informações disponíveis na Internet              | 53 |
| Posicionamento, identidade e visão                          | 54 |
| Síntese – IPM Unisinos                                      | 57 |
| Plano de Ações  | 58 |
| Avaliação e Encaminhamentos                                 | 68 |
| Monitoramento – Conclusão                                   | 70 |
| Referências   | 72 |

|   |    |
|---|----|
| Anexo I – Lista de Presença                     | 74 |
| Anexo II – Foto das atividades                  | 76 |
| Anexo III – Avaliação de Turismo - IPM Unisinos | 78 |

## Mensagem do Sebrae-RS e do Sicedi

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 Sicedi Alto Uruguai RS/SC/MG, que neste período evoluiu sua denominação para Sicedi Conexão, em conjunto com a Sicedi 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 Nonoai, no Rio Grande do Sul, focando em ações a serem desenvolvidas nos próximos anos.

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

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

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

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

1. Acabar com a pobreza em todas as suas formas, em todos os lugares;
2. Acabar com a fome, alcançar a segurança alimentar e melhoria da nutrição e promover a agricultura sustentável;



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

Os 17 Objetivos são integrados e indivisíveis, e mesclam, de forma equilibrada, as três dimensões do desenvolvimento sustentável: a econômica, a social e a ambiental. São como uma lista de tarefas a serem cumpridas pelos governos, a

sociedade civil, o setor privado e todos cidadãos na jornada coletiva para um 2030 sustentável. Nos próximos anos de implementação da Agenda 2030, os ODS e suas metas irão estimular e apoiar ações em áreas de importância crucial para a humanidade: Pessoas, Planeta, Prosperidade, Paz e Parcerias.

Figura 1: Os 5 P's da Sustentabilidade



Fonte: ONU

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

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

A ferramenta tem o objetivo de, a partir da combinação de diferentes abordagens de pesquisa, analisar o atual posicionamento turístico e identificar oportunidades para o respectivo desenvolvimento desse setor no município. Mais

especificamente, a metodologia do radar envolve (a) *desk research* / pesquisa documental, (b) entrevistas qualitativas com representantes do poder público e da iniciativa privada, e (c) observações *in loco* nos atrativos e nos serviços de infraestrutura relacionados ao turismo no município.

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

Figura 2: Radar Turístico e as 8 categorias avaliadas



Fonte: IPM Unisinos

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

## Análise Macroambiental – Turismo

### O Turismo antes da Covid- 19

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

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

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

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

O sistema turístico é transversal e formado por diferentes empresas que produzem bens e serviços importantes para a economia, proporcionando, desde que planejado e visando a sustentabilidade, bem-estar tanto para os visitantes como para os residentes de uma determinada destinação.

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

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

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

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

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

## A pandemia e a crise no turismo

O impacto da pandemia da Covid-19 no turismo é inegável. **O registro é de um bilhão de chegadas internacionais a menos em 2020, uma queda de 74% em relação a 2019**, devido a uma perda de demanda sem precedentes e restrições de viagens na maioria dos países. De acordo com a OMT, **o colapso representou uma perda estimada de US\$ 1,3 trilhão em receita com exportações**, um rombo 11 vezes maior do que o registrado em 2009 no mesmo índice. **A crise colocou de 100 a 120 milhões de empregos diretos no turismo em risco**, a maioria deles em empreendimentos de pequeno e médio portes (Panrotas, 2020).

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

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

## Tendências pós-pandemia

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

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

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

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

### **1. MUDANÇA NA ESCOLHA DE DESTINOS**

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

### **2. FLEXIBILIDADE É MAIS IMPORTANTE DO QUE NUNCA**

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



### **3. NÔMADES DIGITAIS**

Nômades digitais, que podem estar em qualquer lugar, trabalhando, curtindo, morando, continuam cada vez mais impactantes na indústria. A pandemia ampliou o perfil dos nômades digitais, que agora têm faixa etária mais ampla e trabalham em tempo integral, têm alto nível educacional, ganham bem, podem ser sêniores, casados e com filhos os acompanhando.

### **4. MENOS INTERAÇÃO FÍSICA**

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

### **5. SUSTENTABILIDADE**

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

### **6. VIAGENS MULTIGERACIONAIS**

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

### **7. VIAGENS MULTIPROPOSITAIS**

Empresas, hotéis e destinos têm de se adaptar e serem mais flexíveis para alcançar um cliente que viaja a trabalho, a lazer, para se aventurar, sair à noite e curtir

a família, tudo em uma só viagem. Os roteiros são cada vez mais cheios de propósitos e a linha entre corporativo e lazer se torna ainda mais tênue.

## **8. MULTICANALIDADE**

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

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

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

## **Turismo doméstico**

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

## Apresentação do Território

### Histórico de Nonoai

A constituição do Município de **Nonoai**, de acordo com o relato do ancião João Batista Lajus Filho, aconteceu no ano de 1838. A origem da povoação está intimamente ligada à necessidade de se descobrir um novo caminho que levasse os tropeiros do Norte (São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Pernambuco) que vinham ao Rio Grande do Sul em busca de gado muar. O objetivo era diminuir o percurso dos tropeiros e compradores de mulas que chegavam ao Rio Grande do Sul pelo campo de Vacaria, atravessando o Rio Pelotas em determinados pontos.

O encarregado da civilização e do contato com várias tribos indígenas do Sul do país, o comendador João Cipriano da Rocha Loires, estava alocado em Xanxerê, no Estado de Santa Catarina, e foi quem recebeu a solicitação de comerciantes de mulas dos Estados de São Paulo e do Rio de Janeiro para que descobrisse uma estrada que encurtasse o trajeto das tropas e que também facilitasse a travessia do Estado do Paraná para o mercado muar nordes-tino mais ao Norte.

Instantaneamente, o comendador Rocha Loires agiu com o propósito de explorar o lugar mais propício para a futura estrada. Assim, partiu de Xanxerê (SC) acompanhado por um grupo, passando por Chapecó (SC) e chegando a um lugar denominado Porto Goio-En. Deste ponto, Rocha Loires com seu grupo subiu em direção ao atual Município de Erechim e desceu para Passo Fundo. Costeando o Rio Passo Fundo, pela estrada já existente, que conduzia à zona das Missões, rumaram à Serrinha. De Serrinha, seguiram costeando o Rio Passo Fundo pelo campo, até chegarem ao **Toldo Indígena dos Kaingangues** ou coroados. Nesta tribo, cujo **cacique** era um índio que levava o nome de **Nonoai**, os membros da caravana do comendador Rocha Loires foram recebidos sem nenhum tipo de hostilidade.

Rocha Loires expôs, então, ao cacique Nonoai a intenção de abrir uma estrada que viria de Passo Fundo, passaria pelo Toldo e chegaria a Goio-En, no Rio Uruguai. Após tratativas, o acordo foi firmado com o compromisso dos índios se retirarem em direção ao interior, rumo ao Oeste, liberando a zona para a futura estrada e dando

início a fundação **da vila que teria o nome de Nonoai**, em homenagem ao velho e bondoso cacique. Além disso, a condição estabelecida era a de que os brancos que ali aportassem fossem respeitosos e não os importunassem. Com a abertura da nova estrada, tanto tropeiros quanto comerciantes de mulas deram início à utilização da rota. Estabeleceu-se um fluxo intenso e a necessidade de se criar instalações que disponibilizassem pasto, água e estadia para os tropeiros.

Desta forma, nasce ali um povoado, cuja vila foi denominada Nonoai, em homenagem ao cacique. A vila se desenvolveu rapidamente e se tornou uma das principais povoações do Norte do Rio Grande do Sul. Em 1847, o governo estadual criou uma coletoria a fim de cobrar impostos sobre a exportação de mulas, e nesse mesmo período, Nonoai começou a receber os primeiros imigrantes vindos da Europa. A evolução de Nonoai foi expressiva e rápida que, em 1865, em função da guerra do Brasil com o Paraguai, a vila contribuiu na defesa do país com um contingente de voluntários, sob o comando do major João Cipriano da Rocha Loires.

Nonoai pertenceu aos municípios de Passo Fundo, Palmeira das Missões e Sarandi, antes de se emancipar. Criado oficialmente pela Lei nº 3.695, de 30 de janeiro de 1959, o município foi instalado em 31 de maio desse mesmo ano e é nesta data que se comemora o seu aniversário.

## **Nonoai 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 Nonoai na região turística denominada **Rota Águas e Pedras**, junto de outros 17 municípios. As regiões turísticas são territórios que possuem características similares e/ou complementares e aspectos em comum (identidade histórica, cultural, econômica e/ou geográfica) podendo existir, numa região, **municípios que não recebem turistas, mas que se beneficiam da atividade pelo fornecimento de produtos e serviços.**

---

<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.

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. Nonoai está classificado na **categoria D** do Mapa.

No **Cadastur**<sup>2</sup>, cadastro dos prestadores de serviços turísticos do Ministério do Turismo, atualmente existem **1 agência de turismo** cadastrada em Nonoai; **1 guia de turismo** e **1 transportadora turística**. No total, **são 3 prestadores** de serviços turísticos registrados no Cadastur.

O **Médio Alto Uruguai** é outra regionalização importante da qual Nonoai faz parte, ao lado de outros 21 municípios: Alpestre, Ametista do Sul, Caiçara, Cristal do Sul, Dois Irmãos das Missões, Erval Seco, Frederico Westphalen, Gramado dos Loureiros, Iraí, Novo 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 principal **centro urbano** do **Médio Alto Uruguai** é Frederico Westphalen, com uma população de 31.675 habitantes. Em segundo plano aparecem Nonoai, Planalto e Seberi, com populações entre 10 e 15 mil habitantes. O restante dos municípios do Médio Alto Uruguai é de **pequeno porte**, com populações **abaixo de 10 mil habitantes**.

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

---

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

primários. A região também possui grandes áreas de **terras indígenas** e de **unidades de conservação ambiental**.<sup>3</sup>

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

---

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

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

## A região Águas e Pedras

Ao analisar o turismo na Região Noroeste do 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. Nonoai 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 11.574 habitantes (IBGE – 2021)

PIB per capita: R\$ 34.166,32 (IBGE -2019)

IDHM: 0,702 (IBGE -2010)

Gentílico: nonoaiense

### ÁREA DO MUNICÍPIO

Área do município: 468,962 km<sup>2</sup> (BGE - 2021)

Distância da capital (POA): 411 km

Limite com os municípios de: Faxinalzinho, Erval Grande, Rio dos Índios, Planalto, Trindade do Sul, Gramado dos Loureiros e Chapecó (SC)

### LOCALIZAÇÃO E CARACTERÍSTICAS FÍSICAS

Unidade federativa: Rio Grande do Sul – RS

Mesorregião: Noroeste Rio-grandense

Microrregião: Frederico Westphalen

Latitude: 27° 21' 43" S

Longitude: 52° 46' 15" O

Altitude: 584m

## Governança Municipal do Turismo

### **Secretaria responsável**

Os assuntos relacionados ao turismo em Nonoai estão vinculados à Secretaria de Indústria e Comércio, a qual possui um Departamento de Turismo. O chefe do Departamento assumiu a função em setembro de 2021. Conforme informações coletadas em entrevistas, não há profissional com formação na área de turismo compondo a atual equipe do Departamento.

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

Há Conselho Municipal de Turismo criado pela lei nº 2.939, de 30 de julho de 2013, que o institui como “órgão deliberativo e de assessoramento, elegendo a promoção e o incentivo turístico como fator de desenvolvimento sustentável, social, econômico e ambiental, os termos do artigo 180 da Constituição Federal”, mas atualmente, o Conselho está inativo. Não há Fundo Municipal de Turismo em Nonoai.

## Oferta Turística

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

Com relação aos eventos, é fundamental que se comunique a agenda atualizada dos eventos. Para estabelecer um diferencial para o destino, é importante evidenciar os pontos relativos à produção associada no município, já que muitos poderão vir em busca destes produtos, comprando-os diretamente do produtor.

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

### Atrativos históricos e culturais

No entorno da **Praça Getúlio Vargas**, no centro de Nonoai, localizam-se os principais atrativos históricos e culturais do município: a **Paróquia Nossa Senhora da Luz** e o **Santuário dos Beatos Manuel e Adílio**. A paróquia existe no município desde 1876 e foi construída em homenagem à padroeira da cidade, Nossa Senhora da Luz. O prédio original da paróquia era de madeira e foi substituído por uma edificação maior e mais moderna, que hoje também homenageia os Beatos Manuel e Adílio.

Foto 1: Paróquia Nossa Senhora da Luz (esq.) e Santuário dos Beatos Manuel e Adílio (dir.)



Créditos: IPM Unisinos

A história dos Beatos Manuel e Adílio está intimamente ligada ao município de Nonoai. O padre Manuel chegou da Espanha em Nonoai em 1916, uma época de muitos conflitos e violência entre Chimangos e Maragatos na região. Inclusive, em 1924 o padre Manuel e o coroinha Adílio foram vítimas da violência da época quando, em uma viagem para abençoar um novo cemitério cristão na região de Três Passos, foram assassinados.

O padre Manuel e o coroinha Adílio sempre foram muito queridos pela comunidade de Nonoai e, por isso, sempre foram vistos como mártires. Isso se acentuou quando, em 1964, o padre Miguel trouxe os restos mortais do padre e do coroinha para Nonoai, onde eles se encontram até hoje. Essa viagem deu origem à **romaria penitencial em honra aos beatos**, que acontece até hoje todos os anos, sempre no terceiro domingo de maio.

Em 2007, o padre Manuel e o coroinha Adílio foram **beatificados** e sua história obteve maior projeção. Por isso, atualmente, a romaria atrai mais de 70 mil pessoas de todas localidades do Brasil para homenageá-los e exercer sua fé. Durante a

pandemia de Covid-19, inclusive, as romarias foram feitas por meio das redes sociais, ação que a paróquia pretende manter, para ampliar o público do evento religioso.

Atualmente, no santuário que fica junto à paróquia, existe um espaço reservado aos pertences do padre Manuel e do coroinha Adílio, assim como homenagens de fiéis aos beatos. Existe um **projeto para construção de um monumento** em homenagem a eles em outro local, na entrada de Nonoai. Este monumento terá 12 metros de altura. Na base, de 4 metros de altura, **existirá um Centro de Informações** para os turistas e peregrinos e, sobre ela, uma estátua de 8 metros de altura com a imagem dos beatos. Esse projeto está em fase de arrecadação de fundos e o objetivo é que a obra esteja pronta em 2024, quando acontecerá o centenário do martírio.

A **Praça Getúlio Vargas**, em frente à paróquia e ao santuário, também é um importante atrativo histórico e cultural de Nonoai, pois recebe projeção justamente por estar situada em frente aos principais atrativos turísticos reconhecidos de Nonoai. A praça tem um busto em homenagem a Getúlio Vargas, além de um letreiro com a frase "Eu amo Nonoai". No entorno da praça também se situam outros pontos importantes da cidade, como a prefeitura, agências bancárias, restaurantes e, futuramente, a mesma abrigará o Centro de Atenção ao Turista (CAT) que está em construção.

Foto 2: Letreiro na Praça Getúlio Vargas



Créditos: IPM Unisinos

Situada também no Centro, a 300 metros da Praça Getúlio Vargas, encontra-se a **Praça Linhares**. Atualmente, sua estrutura carece de cuidados e manutenção. Nela existem diversas árvores e ipês - árvore símbolo do Rio Grande do Sul -, uma pista de skate e também é onde está situada a **Casa da Memória de Nonoai**.

A **Casa da Memória de Nonoai** foi construída pela Usina Foz do Chapecó, sendo um espaço destinado à **preservação da história e cultura do povo e das origens da cidade**. Por esse motivo, abriga diversos utensílios, documentos, fotos e mapas que pertenciam às **tribos indígenas da região** e, também, aos **primeiros colonos** que chegaram a Nonoai. A casa tem um estilo arquitetônico interessante, pois mistura o moderno de sua forma com materiais rústicos, como a madeira. A Casa fica aberta para visitação de segunda a sexta-feira, das 8h30min às 17 horas, fechando ao meio-dia. Não há atendimento aos sábados e domingos, justamente nos dias em que há maior fluxo turístico.

Foto 3: Casa da Memória - exemplo de exposi o e fachada



Créditos: IPM Unisinos

Analisando os principais elementos e informações levantadas na categoria Históricos e Culturais, observa-se que **Nonoai possui atrativos que tornam tangível a história e a cultura do município**, sendo a Paróquia Nossa Senhora da Luz e o Santuário dos Beatos Manuel e Adílio os mais importantes e reconhecidos atrativos turísticos do município, que atraem público significativo no segmento do **turismo religioso**. Além disso, o município possui espaços como o da **Casa da Memória de Nonoai** que possibilita o contato e apreciação da história e da cultura local.

Deste modo, a principal oportunidade identificada nesta dimensão se refere à maior **exploração conjunta dos atrativos existentes** atualmente no Centro da cidade, incluindo a paróquia, o santuário, as Praças Getúlio Vargas e Linhares e a Casa da Memória. No entanto, com exceção da paróquia e do santuário, que estão em excelente estado de conservação, os demais atrativos citados necessitam de obras de manutenção, restauração e/ou revitalização. A partir disso, poderia ser possível ampliar o fluxo turístico no município, exercido tanto pela comunidade local quanto por visitantes externos, fomentando o **turismo cultural e de lazer**.

Deve-se destacar, também, o projeto para a construção de um monumento em homenagem aos Beatos Manuel e Adílio que, se concretizado, pode ser mais um atrativo de **cenho religioso** que colocará Nonoai em evidência e possibilitará que este seja um ponto de interesse de **rotas turísticas regionais**.

## **Atrativos naturais**

O Município de Nonoai é cercado por uma grande área natural, com florestas, cascatas, cachoeiras e o Rio Uruguai. No total, **o município possui 8 cascatas**, sendo que as duas de maior destaque serão descritas abaixo. É importante mencionar, no entanto, que nenhuma das 8 cascatas possui efetiva exploração turística, sendo desfrutadas principalmente pela comunidade local.

A primeira cascata destacada é a **Cascata das Andorinhas**, principalmente pela sua beleza, tamanho e proximidade com o Centro de Nonoai. Essa cascata tem cerca de 70 metros de queda e situa-se apenas a 1 quilômetro da Praça Getúlio Vargas. Apesar de ser situada no Centro, atualmente, a mesma é de difícil acesso, pois parte da sua área foi cercada pela empresa que administra a Usina Hidrelétrica Monjolinho, a

Statkraft, por segurança e questões ambientais. No entanto, próximo à queda da cascata, existem algumas passarelas de ferro que possibilitam a sua apreciação, ainda que a estrutura seja antiga e esteja necessitando de alguns reparos. Para aqueles que desejam um banho nas águas da cascata, é possível descer por algumas trilhas em meio a mata para mergulhar.

Foto 4: Cascata das Andorinhas vista de cima e a estrutura em ferro



Créditos: IPM Unisinos

Outra cascata relevante no município é a **Cascata dos Favero**, essa com cerca de 90 metros de queda e localizada a cerca de 7 quilômetros do Centro de Nonoai, numa propriedade particular. A cascata não possui exploração turística, pois a casa que fica na mesma propriedade particular está cedida para um centro de apoio a jovens e adolescentes. Contudo, a comunidade local costuma visitar a cascata aos finais de semana. Chegando no local, o visitante se depara com o seu topo, sendo mais fácil a contemplação da natureza à sua volta do que da própria cascata. Para vislumbrar a cascata por completo, é preciso fazer trilhas na mata, porém nenhuma delas encontra-se sinalizada ou possui estrutura adequada.

Saindo do Centro e ingressando na ERS-406 em direção à divisa com Santa Catarina, chega-se às margens do **Rio Uruguai** e à ponte que liga Nonoai a Chapecó. No



lado catarinense, existe um empreendimento chamado Porto Goio-Ên, que explora turisticamente a área natural do entorno e o Rio Uruguai, por meio de áreas de lazer, bares e restaurantes e também de uma **tirollesa interestadual**. Em Nonoai, não existe nenhuma estrutura voltada à exploração do rio. Por esse motivo, a comunidade local costuma utilizar a infraestrutura de lazer que fica do lado catarinense.

No território de Nonoai também está situada a maior parte da **Terra Indígena Nonoai Rio da Várzea**, uma área que tem, no total, 16 mil hectares, sendo que 9 mil hectares estão em Nonoai. Apesar de ter sido demarcada em fevereiro de 2003, a área ainda é alvo de disputa judicial, pois justamente ali ficava o **Parque Florestal de Nonoai**, com quase 20 mil hectares. Há registros de que na área habitam 548 índios Kaingang. Atualmente, não há exploração turística na reserva florestal, havendo somente a possibilidade de contemplação da natureza **a partir de mirantes ou de pontos mais elevados**.

Foto 5: Mirante Mattes e vista do Rio Uruguai



Créditos: IPM Unisinos

Um destes locais é o **Mirante Mattes**, situado na rodovia ERS-406. O mirante possui vista para o Rio Uruguai e para a mata nativa, além de servir petiscos e pratos feitos. Em sua loja, é possível comprar produtos fabricados pelas agroindústrias locais.

Por estar situado na rodovia que conecta Nonoai a Chapecó, o Mirante Mattes mantém um intenso fluxo de pessoas e, por isso, abre diariamente das 8h às 20h.

Analisando as informações levantadas na categoria Atrativos Naturais, é possível concluir que, apesar do número abundante de cascatas existentes em Nonoai, nenhuma delas possui exploração turística, a exemplo das cascatas das Andorinhas e dos Favero, visto que os locais não possuem infraestrutura física adequada que possibilite a atração e a recepção de turistas e visitantes. Deste modo, estes atrativos são desfrutados principalmente pela comunidade local.

Outra potencialidade existente, mas pouco explorada, se refere ao Rio Uruguai que, diferentemente do lado catarinense, não possui empreendimentos que tenham como finalidade a exploração turística do rio. Atualmente, a exploração do mesmo acontece de forma limitada, por meio da contemplação espontânea da vista, sendo escassos os empreendimentos como mirantes (a exemplo do Mirante Mattes), restaurantes, lojas, espaços para lazer e entretenimento voltados à exploração do rio.

Deste modo, como principais **oportunidades** identificadas nesta categoria, destacam-se o **turismo de contemplação** tendo como pontos centrais as vistas para as paisagens naturais de Nonoai (uma vez que outro tipo de exploração mais “invasiva” do Parque Florestal do Nonoai/Terra Indígena Nonoai Rio da Várzea é remota) e para o Rio Uruguai, a partir da construção de mirantes ou outros empreendimentos como restaurantes e, até mesmo, algum local de hospedagem, como um pequeno hotel ou pousada. Outras possibilidades nos segmentos do **ecoturismo** e/ou do **turismo de lazer** também são passíveis de desenvolvimento para maior exploração do Rio Uruguai, a partir da disponibilização estrutura para a prática de esportes náuticos e aquáticos, realização de passeios de barco, áreas de camping e pesca, trilhas ecológicas, entre outros tipos de infraestrutura e de serviços de apoio.

## **Atrativos econômicos**

Nonoai tem a economia baseada em empresas de **serviços** e de **comércio** que, juntas, representam cerca de 83% dos empreendimentos formais do município. As duas atividades somadas corresponderam a 62,8% do valor adicionado ao PIB

municipal no ano de 2018 e são as maiores geradoras de vínculos empregatícios no município, segundo a publicação do Sebrae, Perfil das Cidades Gaúchas (2020).

A **atividade agropecuária** figura depois das empresas de serviços e de comércios, com 18,3% do valor adicionado ao PIB, 5% dos empreendimentos formais e cerca de **437 propriedades rurais** existentes em 2018, segundo a publicação do SEBRAE, Perfil das Cidades Gaúchas (2020). As **principais culturas agrícolas** são a soja, o trigo e o milho, havendo também bacia leiteira e o gado de corte.

Os produtos fabricados localmente pelas **agroindústrias familiares** têm espaço de exposição, valorização e venda junto à **Feira do Produtor**, que acontece nas quartas-feiras e domingos, das 7h30min às 10 horas, próximo à Secretaria de Agricultura de Nonoai. Nesta feira, é possível comprar frutas, hortaliças, queijos, embutidos, geléias, mel, entre outros produtos produzidos localmente. Além deste espaço, diversos produtos deste tipo também podem ser encontrados junto ao **Mirante Mattes**, com destaque para o **mel** feito pela Associação de Apicultores de Nonoai (AAPINO) e, também, o melado, açúcar mascavo e cachaça, fabricados pela família Mattes (família que gerencia o Mirante).

Os empreendimentos **industriais** representavam, em 2018, apenas 9% dos empreendimentos formais de Nonoai e 5% do valor adicionado ao PIB, segundo a mesma publicação. Nesse contexto, muitos moradores de Nonoai migram a Chapecó para trabalhar nas grandes empresas e indústrias de lá. Em Nonoai encontra-se uma filial da empresa de Chapecó **Tozzo Alimentos**, que atua no ramo do atacado e distribuição de produtos alimentícios, bebidas, limpeza, pet, higiene, congelados e resfriados, sendo a unidade de Nonoai a responsável pelo escoamento dos produtos. Esta empresa é bastante representativa para a comunidade de Nonoai, uma vez que gera inúmeros empregos diretos e indiretos, além de um fluxo diário de pessoas entre Nonoai e Chapecó.

Analisando as informações levantadas na categoria Atrativos Econômicos, conclui-se que **as atividades econômicas desenvolvidas em Nonoai, atualmente, não geram fluxo turístico para o município**. Apesar do número representativo de propriedades rurais que se dedicam à fabricação de produtos diversificados, não foi identificada a exploração turística tanto das propriedades quanto dos produtos, restringindo-se apenas à comercialização dos mesmos na Feira do Produtor, que tem

como público-alvo a comunidade local, e no Mirante Mattes, que possui um fluxo turístico mais relevante.

Nesse sentido, o **turismo rural** se mostra como uma alternativa interessante para o desenvolvimento do turismo em Nonoai, assim como a **exploração de produtos típicos locais**, a exemplo do **mel** e dos demais produtos fabricados localmente. Contudo, diversas ações de estruturação seriam necessárias para a efetivação de um roteiro turístico neste segmento, desde o mapeamento das propriedades, a identificação da vocação de cada uma delas, o investimento (público e privado) em infraestrutura de apoio e atendimento ao turista, a elaboração de roteiros de visitação e das atividades que poderiam ser realizadas, a capacitação dos empreendedores, entre outras. A partir disso, poderiam ser viabilizadas programações como a visitação 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.

## Eventos

O site da Prefeitura de Nonoai possui, em seu menu principal, um link para “Calendário de Eventos”, porém, ao clicar sobre o link<sup>5</sup>, as páginas abrem em branco, sem eventos cadastrados. Durante a pesquisa de campo, foi identificado como principal evento do município a **Romaria Penitencial em homenagem aos Beatos Manuel e Adílio**.

A romaria é um evento tradicional, que acontece anualmente, sempre no **segundo domingo de maio**, mês em que foram assassinados o padre Manuel e o coroinha Adílio. A maioria dos peregrinos, vindos de diversas localidades, faz esse caminho a pé e outros fiéis percorrem a cavalo. Anualmente, a romaria atrai aproximadamente 70 mil pessoas nos quatro dias em que acontece. Durante a romaria são realizadas missas em homenagem aos Beatos, portanto todas as atividades desse evento acontecem no entorno da Paróquia Nossa Senhora da Luz e do Santuário e poucos acontecimentos se espalham por outros locais do município.

---

<sup>5</sup> [https://www.nonoai.rs.gov.br/o-municipio/eventos/month.calendar/2021/11/24/-](https://www.nonoai.rs.gov.br/o-municipio/eventos/month.calendar/2021/11/24/)

Muitos dos fiéis se hospedam nos dois únicos hotéis da cidade, outros na própria paróquia, onde é feita uma acolhida para todas as pessoas que participam da romaria (com comida e abrigo) e outros ficam hospedados em casas de familiares e conhecidos. Embora a romaria atraia pessoas de todo país, que vêm de longe demonstrar sua devoção e fé aos Beatos, a maioria dos visitantes é de cidades próximas, como Chapecó, Faxinalzinho e Trindade do Sul.

Ao analisar as informações levantadas na categoria Eventos, verifica-se que Nonoai possui apenas um evento significativo, a romaria em honra aos Beatos Manuel e Adílio. A disponibilização de informações sobre ele é um ponto crítico, pois nem o site da prefeitura apresenta informações detalhadas a este respeito. Ademais, verificou-se que o município não possui um calendário de eventos anual definido e formalizado.

Assim, como principais oportunidades de melhoria identificadas nesta categoria, recomenda-se a **articulação dos atores e das organizações locais**, públicas e privadas, para pensar em propostas de eventos para compor um calendário de eventos de Nonoai, unificando eventos religiosos, culturais, de entretenimento, entre outros, atentando, também, para a equilibrada distribuição destes ao longo do ano ou o agrupamento de eventos em determinadas datas. Também é recomendada a divulgação deste calendário em canais oficiais na internet, como o site da prefeitura, apresentando informações como datas, programação e os locais onde ocorrem, além da divulgação em outros meios de comunicação, como as redes sociais. Por fim, destaca-se que a elaboração do calendário de eventos deve **levar em conta o posicionamento turístico** do município.

## **Apoio ao Turista e Conveniências**

Nonoai possui **1 agência de turismo, 1 guia de turismo e 2 transportadoras turísticas** registradas no Cadastur. A agência de turismo cadastrada trata-se da Viággili Turismo<sup>6</sup> que opera somente com a oferta de **pacotes emissivos**. Segundo informações

---

<sup>6</sup> <https://viaggiliturismo.wixsite.com/nonoai>

fornecidas pela própria agência, a maioria dos visitantes, vai a Nonoai a trabalho, para visitar familiares ou para participar de eventos, como a Romaria dos Beatos Manuel e Adílio, sendo este o período em que a cidade recebe maior fluxo de visitantes.

O **turismo receptivo** é desenvolvido na região da Rota Águas e Pedras por agentes e agências de turismo que **não necessariamente incluem Nonoai 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.

**Nonoai não possui Centro de Atenção ao Turista (CAT)** em funcionamento. O prédio que abrigará o CAT do município está em construção na Praça Getúlio Vargas, desde o início de 2021 e existe a previsão de que o CAT fique pronto até o final deste mesmo ano. Com relação a **folheteria turística**, não foi identificado nenhum local no município que disponibilize material impresso (informativo/orientativo) sobre a cidade em si e/ou seus atrativos turísticos. Somente junto ao Santuário dos Beatos Manuel e Adílio, foi identificada a existência de um material próprio sobre os beatos, a igreja e o santuário.

Com relação à **sinalização**, somente as principais ruas, no Centro, são identificadas com placas, o que faz com que os locais mais afastados careçam deste tipo de sinalização. A cidade possui sinalização direcionando a pontos importantes como a prefeitura, a rodoviária e o hospital. Porém, há pouca sinalização turística, especificamente, havendo oportunidade de melhoria nesse aspecto. Com relação à **estrutura bancária**, o município possui agências de alguns bancos como Banco do Brasil, Bradesco, Banrisul, e cooperativas como Sicredi e Sicoob. Sobre a **estrutura de saúde**, o município possui um hospital (Hospital Comunitário de Nonoai) e três postos de saúde, todos esses com atendimento 24 horas de urgência e emergência, estando bem atendida neste quesito.

## **Rotas e Roteiros Turísticos**

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

As principais rotas e roteiros turísticos já existentes e operacionalizados na região geográfica envolvem os municípios de Ametista do Sul, Iraí, Frederico Westphalen e Derrubadas. Este último não faz parte da região turística Rota Águas e Pedras do Ministério do Turismo e sim da região turística **Rota do Yucumã**. Derrubadas recebe destaque, pois possui um importante atrativo natural, o **Salto Yucumã**, a mais extensa queda d'água longitudinal do mundo, localizada no Parque Estadual do Turvo, na divisa com o Uruguai. Nonoai situa-se a cerca de 143 quilômetros de distância de Derrubadas, via a ERS-472. Deste modo, é bastante comum a comercialização de pacotes turísticos que envolvem, além dos municípios da Rota Águas e Pedras, o município de Derrubadas. Por situar-se próximo à fronteira entre o Rio Grande do Sul e Santa Catarina, mais especificamente o Município de Chapecó, muitos visitantes com destino a Ametista do Sul, Iraí e Frederico Westphalen, acabam passando por Nonoai.

Especificamente dentro de Nonoai, **não há roteiros turísticos elaborados e em pleno funcionamento**. O fluxo turístico para o município é escasso, pois há pouca divulgação a respeito dos seus atrativos turísticos. O público visitante se restringe a viajantes a trabalho, moradores das cidades da região, visitantes de familiares e devotos a caminho da Romaria dos Beatos Manuel e Adílio.

## Infraestrutura

### Acesso e transporte

O Município de Nonoai localiza-se a aproximadamente 411 quilômetros de distância de Porto Alegre. Ao sair de carro da capital gaúcha em direção à Nova Santa Rita, Estrela e Lajeado rumo à divisa com Santa Catarina, o **trajeto mais curto é via a BR-386**. Este percurso tem duração estimada de 5h23min. Outra opção é percorrer a **BR-386** e depois a **ERS-130**, passando por Ilópolis e Guaporé em direção à Serafina Corrêa, Carazinho e Sarandi pela **ERS-324** (6h03min de viagem e 440,8 km) ou somente a **BR-116**, em direção à Caxias do Sul, seguido da **ERS-240** Farroupilha e Bento Gonçalves, rumo à Serafina Corrêa pela **ERS-130**, seguido da **ERS-324** em direção a Carazinho e Sarandi (6h11min de viagem e 432,6 km).

Para quem viaja de **ônibus** de Porto Alegre a Nonoai, a empresa **Ouro e Prata** disponibiliza **horário de partida diário** na modalidade convencional, cuja passagem custa em média R\$ 133,85 (com ou sem seguro). A viagem dura em torno de 7h05min. Nesta empresa, **não há horários de viagens disponíveis aos sábados e domingos**. Já a empresa Unesul opera **horários de partida diários e variáveis nos turnos manhã, tarde e noite** nas modalidades leito, semi-leito e executivo, cujas passagens variam de R\$ 112,88 a 174,86 (com ou sem seguro). A viagem oscila de 6h45min a 8h25min, conforme modalidade escolhida. A Unesul **disponibiliza horários de viagens todos os dias da semana**. Partindo de Chapecó (SC), a Unesul **disponibiliza horários de viagens**, porém a maioria de madrugada ou à noite, com duração estimada entre 45 minutos e 1h10min de viagem e passagens custando entre R\$ 15,90 a R\$ 21,60 nas modalidades comum, semi-leito, leito e executivo.

O município está ligado à malha rodoviária brasileira, sendo cortado pelas rodovias estaduais, a ERS-406, que faz conexão com a ERS-324, e a ERS-487, que se conecta à ERS-480. Partindo de Nonoai pela ERS-480, permite-se o acesso do município pela rodovia direto para Chapecó. Esta via torna o caminho mais rápido que liga as cidades do Oeste catarinense e Curitiba. Nonoai localiza-se, também, a apenas 44 quilômetros de distância do **Aeroporto de Chapecó**, Serafim Enoss Bertaso ou, a



aproximadamente 50 minutos que separam o município de um terminal aéreo. Se comparada a distância com a capital gaúcha, Porto Alegre, Nonoai dista 407 km, em torno de 5h22min do **Aeroporto Internacional Salgado Filho**.

Nonoai faz **divisa com os municípios gaúchos** de Faxinalzinho, Erval Grande, Rio dos Índios, Planalto, Trindade do Sul e Gramado dos Loureiros, dos quais **Rio dos Índios e Planalto integram a região turística da Rota Águas e Pedras**, a 11,6 quilômetros e a 35 quilômetros de distância, respectivamente. Nonoai também faz **divisa com o Município de Chapecó (SC)**, localizado a 44,5 quilômetros de distância e que possui mais de 227.500 habitantes, e é próximo da **região Oeste** de Santa Catarina como um todo, o que representa um potencial de fluxo turístico originado no Estado vizinho.

Em relação a **Frederico Westphalen**, o principal centro urbano do Médio Alto Uruguai, Nonoai está situado a 77 quilômetros de distância e, em relação com **Ametista do Sul**, o mais conhecido destino turístico da região Rota Águas e Pedras, Nonoai situa-se a 51 quilômetros de distância. Em relação ao Município de **Derrubadas**, importante destino da Rota do Yucumã, Nonoai está distante 143 quilômetros. Apesar de haver transporte intermunicipal de ônibus, ligando os municípios a Frederico Westphalen, principalmente, os **traslados turísticos** geralmente são realizados por **transportadoras turísticas** contratadas com esta finalidade.

Em comparação a outras cidades e regiões importantes do Rio Grande do Sul, verifica-se que o município se localiza a no mínimo 354 quilômetros de distância de Caxias do Sul, na **Serra gaúcha**; a pelo menos 631 quilômetros de distância de Uruguaiana, na **Fronteira Oeste**; e a 499 quilômetros de distância de Osório, no **Litoral Norte**. Na região **Sul**, a 616 quilômetros de distância de Pelotas e a 672 quilômetros de distância de Rio Grande, em média.

Na chegada ao Município de Nonoai, o visitante é recebido por um pórtico de entrada reformado e bem estruturado, que passa por cima da rodovia, com os dizeres "Bem-vindos a Nonoai" de um lado e "Boa viagem" do outro, em português e na língua nativa dos Kaingang. Durante o trajeto a Nonoai, tanto por meio de Chapecó como de Planalto, diversas placas de trânsito auxiliam o viajante na jornada, com informações sobre o trajeto. Inclusive, entre Nonoai e Planalto, há placas turísticas indicando a Rota Águas e Pedras e as distâncias até as cidades de Planalto, Ametista do Sul e Iraí.

Foto 6: Pórtico de entrada de Nonoai



Créditos: IPM Unisinos

A **rodoviária** de Nonoai localiza-se no Centro da cidade, sendo de fácil acesso e boa localização. Sua estrutura é precária, porém atende ao propósito da estação que é intermediar o fluxo intermunicipal, principalmente entre Nonoai e Chapecó. O espaço possui uma área externa de boxes, destinados tanto ao embarque quanto ao desembarque de passageiros, sanitário, lancherias, guichês de informação e de venda de passagens.

A rodoviária possui um grande espaço para atendimento, porém ele encontra-se fechado. Na porta, há um aviso sobre o atendimento acontecer na sala ao lado, sendo que dentro desta sala encontra-se o sanitário e, portanto, os passageiros só têm acesso ao sanitário no horário de funcionamento da sala de atendimento. O horário de funcionamento desta sala, informado por um aviso colado na porta, é de segunda-feira a sábado, das 7h40min às 11h30min e das 13h às 18h45min e aos domingos das 17 horas às 18h45min. Os usuários aguardam a chegada dos ônibus em bancos de concreto e madeira instalados junto aos boxes. Não há outras conveniências disponíveis aos viajantes, como por exemplo, caixas eletrônicos, tampouco estrutura confortável.

Foto 7: Rodoviária de Nonoai



Créditos: IPM Unisinos

Foi identificado um **ponto de táxi**, situado próximo à rodoviária e, além deste, diversos **outros pontos na área central do município**. O serviço de transporte por aplicativo disponível é o Garupa, porém durante a pesquisa de campo, não havia carros disponíveis operando o serviço.

A rodoviária não possui um domínio próprio/site na internet, sendo necessário consultar horários de viagens a partir de direcionamentos feitos a sites de terceiros como DeOnibus.com, QueroPassagem e Buser. Para comprar passagens pela internet, deve-se entrar nos sites das próprias empresas de ônibus que operam nos trechos.

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

Nesse sentido, a exploração da **vocação da Rota Águas e Pedras**, principalmente no que diz respeito às **águas** (quedas d'água, cachoeiras, hidrelétricas, rios, entre outros) se mostra como uma oportunidade para o desenvolvimento do

turismo na região, que pode apresentar propostas voltadas a exploração dos atrativos naturais existentes, bem como por meio de outros empreendimentos, como parques aquáticos, temáticos e estruturas de lazer e entretenimento.

## Hospedagem

Como meios de hospedagem, buscaram-se **hotéis e pousadas**. No **Cadastur**, **não existe hotel ou pousada cadastrados no município de Nonoai**. No **Airbnb**, existem pelo menos três acomodações disponíveis, sendo que duas delas ficam na cidade (1 apartamento e 1 quarto em casa residencial) e outra fica mais afastada, próxima ao Rio Uruguai, **estando mais voltada ao descanso e ao lazer**. Trata-se de uma casa de dois quartos, totalmente equipada, que possui uma bela vista para a natureza e a diária custa em média R\$ 500.

Durante a pesquisa, foram identificados dois hotéis na cidade, o **Hotel Bertuol** e o **Hotel Eldorado**. Juntos, os dois hotéis disponibilizam aproximadamente 65 quartos. Ambos estão localizados no Centro, sendo que o Hotel Bertuol fica próximo ao Supermercado Bertuol e à rodoviária e, o Hotel Eldorado, fica próximo à Paróquia Nossa Senhora da Luz e ao Santuário dos Beatos Manuel e Adílio. Embora só existam dois hotéis disponíveis na cidade, os valores praticados variam bastante: o Hotel Eldorado cobra de R\$ 60 a R\$ 80 pelo quarto duplo, enquanto o Hotel Bertuol cobra de R\$ 100 a R\$ 170.

O público que se hospeda em Nonoai é formado, em grande parte, por profissionais que estão a trabalho na região e por pessoas que visitam familiares que residem no município. Esse cenário se modifica consideravelmente na época da romaria em homenagem aos Beatos Manuel e Adílio. A romaria atrai milhares de peregrinos ao município e, por isso, os hotéis ficam lotados neste período. Assim, muitas pessoas são acolhidas na própria paróquia e outras ficam hospedadas nas casas de familiares e conhecidos.

O Hotel Bertuol é o maior hotel da cidade em infraestrutura, possuindo aproximadamente 40 acomodações, muitas delas com ar-condicionado, porém algumas apenas com ventilador. O hotel não possui elevador, portanto os hóspedes com mobilidade reduzida ficam hospedados no primeiro andar do hotel, que possui

rampa de acesso. Sobre os serviços oferecidos aos hóspedes, o hotel oferece café da manhã incluído na diária, estacionamento coberto e uma sala para palestras e conferências.

O Hotel Eldorado é um pouco menor, possui atualmente 25 quartos, poucos com ar-condicionado. Não possui elevador, o que também dificulta o acesso por parte de pessoas com mobilidade reduzida. Sobre os serviços oferecidos ao hóspede, o hotel oferece somente o café da manhã incluso no valor da diária. Ambos os hotéis aceitam todas as formas de pagamento (PIX, cartão de crédito e transferência) e disponibilizam nota fiscal.

De maneira geral, o **atendimento** prestado nos estabelecimentos é de qualidade, porém informal ou familiar. Nenhum dos dois hotéis possui site próprio na internet e apenas o Hotel Eldorado possui página no Facebook. Desta forma, não é possível fazer reservas on-line nos estabelecimentos, seja através de sites próprios ou de terceiros, como Booking, Hoteis.com e Tri Vago.

Considerando todos estes aspectos, avalia-se que a oferta de hospedagem em Nonoai atende à demanda de quem encontra-se no município a trabalho ou visitando parentes e precisa apenas pernoitar. Por outro lado, se analisada a oferta atual especificamente **dos hotéis sob o ponto de vista turístico**, considerando o nível de diferenciação das suas propostas, a qualidade da infraestrutura, conforto e a profissionalização do atendimento, avalia-se que não tem apelo turístico, não sendo atrativas o suficiente para que o público escolha hospedar-se em Nonoai *exclusivamente* em função dos empreendimentos de hospedagem. No entanto, deve-se levar em conta a existência de uma alternativa no Airbnb que proporciona uma experiência distinta, estando voltada ao descanso e ao lazer.

Por fim, futuramente, pode-se pensar na criação de novas propostas de hospedagem em Nonoai, 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.

## Gastronomia

Como estabelecimentos gastronômicos, consideraram-se **restaurantes, cafeterias, lancherias, padarias, sorveterias, docerias**. No Cadastur, **não existe estabelecimento cadastrado no Município de Nonoai** do tipo “Restaurante, Cafeteria, Bar e Similares”. Durante a pesquisa, identificou-se que Nonoai possui um **número razoável de estabelecimentos de alimentação**, porém sem diversificação das respectivas ofertas.

A maioria dos estabelecimentos concentra-se no Centro da cidade ou nas rodovias de acesso, já que Nonoai fica próximo de Chapecó e acaba sendo passagem por muitos transportadores que trazem mercadorias de Santa Catarina ao Rio Grande do Sul. Os restaurantes do Centro da cidade são de fácil localização e acesso, seja para fazer refeições ou comprar alimentos. A característica predominante das ofertas gastronômicas é buffet livre, bife na chapa e lanches em geral.

A maioria dos restaurantes fica aberto no horário do almoço, funcionando de segunda a sábado das 11 horas às 15 horas. À noite, é mais difícil de encontrar opções de alimentação, porém duas opções que podem ser destacadas são o **Adega's Bar** e o **Restaurante Recreativo**, que fica instalado dentro do clube da cidade. O Adega's Bar abre de segunda a sábado, das 19h30min às 22 horas e serve buffet e à la carte, com opções variadas de pratos e lanches. Já o Restaurante Recreativo funciona de segunda a sábado para o almoço, das 11h30min às 14 horas e de terça a domingo para jantar, das 18 horas às 23 horas.

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

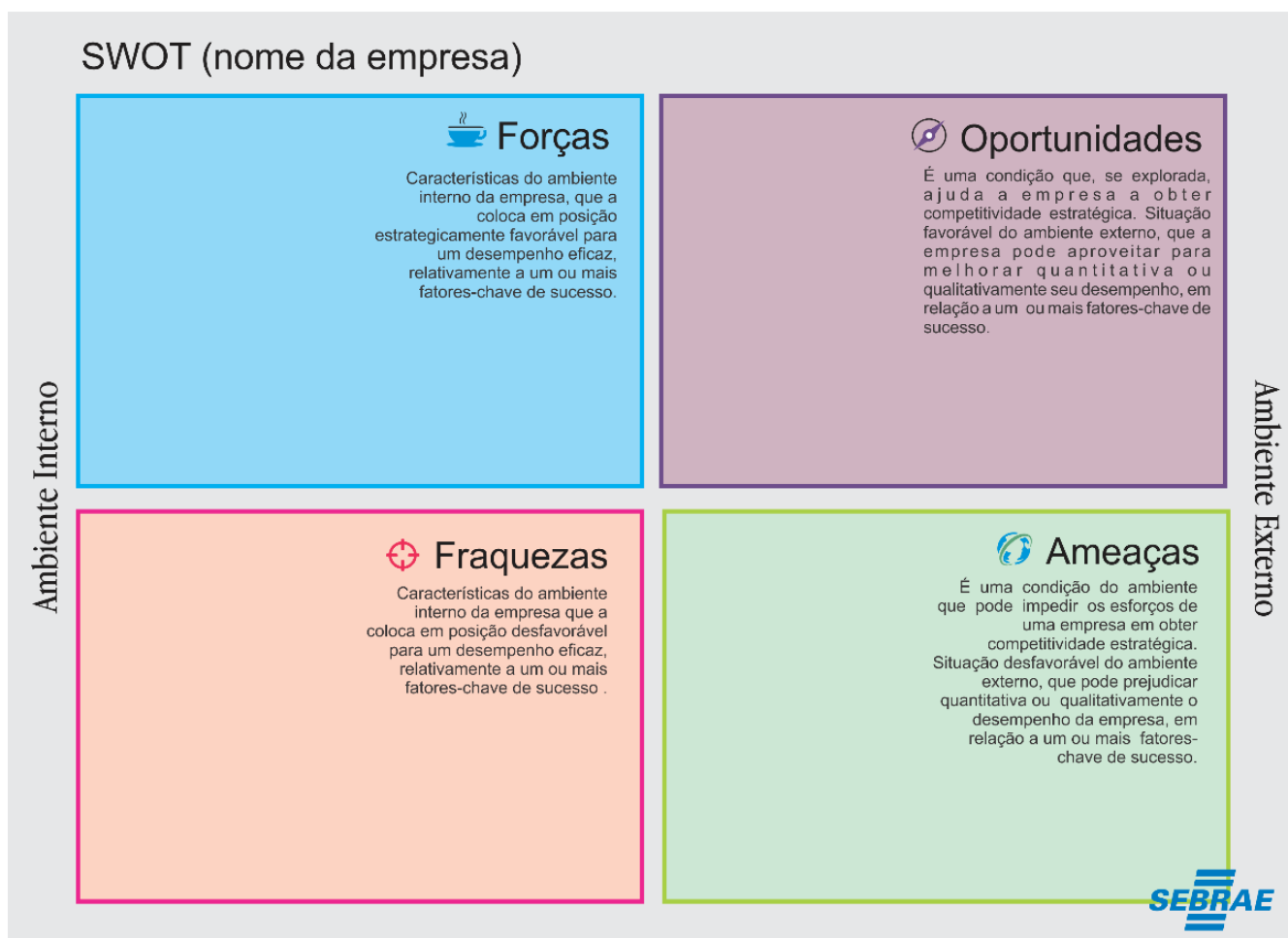
De maneira geral, avalia-se que Nonoai possui uma **oferta gastronômica razoável**, pois a mesma atende à demanda da comunidade local e de quem está no município a trabalho, especialmente em dias de semana, com opções disponíveis ao

meio-dia e à noite, porém sem muita diversificação e diferenciação dos cardápios. Por outro lado, se analisadas as propostas dos locais sob o **ponto de vista turístico**, considera-se que a oferta atual é insuficiente para atrair e reter turistas ou visitantes no município, pois não há **foco turístico** no que é ofertado atualmente.

Por conta da falta de variedade entre os estabelecimentos gastronômicos da cidade, uma **identidade gastronômica** é um ponto passível de desenvolvimento em Nonoai. Mesmo existindo atividade agropecuária no município, como criação de aves, suínos e gado, a cidade não possui restaurantes especializados em carnes ou que ofereçam experiências gastronômicas típicas e/ou diferenciadas. Além disso, a proximidade do município ao Rio Uruguai e a prática da pesca na região possibilitam a maior exploração dos peixes nos cardápios dos estabelecimentos locais.

## Aspectos Impulsionadores e Limitadores

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





| FORÇAS   | FRAQUEZAS  |
|--|--|
| <p>1. <b>Infraestrutura:</b> Infraestrutura Geral (trânsito, saneamento, energia, comunicações, etc.) e <b>Acesso</b></p>  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● Há um pórtico na entrada da cidade;</li> <li>● Projeto de mobilidade urbana em desenvolvimento;</li> <li>● Existência de mirantes;</li> <li>● Projeto de saneamento básico em andamento;</li> <li>● Energia elétrica;</li> <li>● Iluminação em LED na cidade;</li> <li>● Há bom sinal de internet na cidade.</li> </ul>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Falta sinalização urbana e rural;</li> <li>● Não há sinalização turística;</li> <li>● Entrada da cidade e trevos não possuem sinalização;</li> <li>● Acesso à rodovia é perigoso;</li> <li>● Não há acesso seguro aos mirantes para aproveitar a paisagem;</li> <li>● Saneamento da cidade é precário (dependência da Corsan);</li> <li>● Fornecimento de energia elétrica no interior é deficitária (há quedas) – CRERAL ou RGE;</li> <li>● Problemas com a telefonia, especialmente telefone fixo;</li> <li>● Sinal de telefonia e internet no interior é precário;</li> <li>● Estradas do interior com manutenção ou estrutura precárias.</li> </ul> |
| <p>2. <b>Políticas Públicas:</b> Política Pública, Cooperação Regional; <b>Monitoramento:</b> Pesquisa, dados; e <b>Economia:</b> Economia Local e Capacidade Empresarial</p>  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● Há um registro dos visitantes do Santuário;</li> <li>● Elaboração do RADAR (diagnóstico da oferta turística);</li> <li>● Há uma Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo;</li> <li>● Comtur criado por Lei;</li> <li>● Integram a região Águas e Pedras;</li> <li>● Possuem três empreendimentos cadastrados no Cadastur.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Falta resgatar toda a história do turismo local;</li> <li>● O Comtur ainda não está ativo ou atuante;</li> <li>● Falta equipe e ampliar orçamento do Departamento de Turismo da Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo.</li> </ul>   |
| <p>3. <b>Capacitação</b> – Cursos, formação, qualificação, capacitação, visitas técnicas, famtours, benchmarking, turismo seguro.</p>  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● Parceria com Sebrae e Sicredi;</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Faltam cursos e formações para</li> </ul>   |

|  |   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● Parceria com Emater.</li> </ul>   | <p>capacitar profissionais e empreendedores para atuarem no turismo;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Falta capacitação para o marketing digital;</li> <li>● Não há cursos, encontros, para recuperar a história, contos e causos;</li> <li>● População não domina os idiomas locais;</li> <li>● Comunidade não possui uma compreensão sobre as possibilidades de atuar no turismo (empreender ou trabalhar);</li> <li>● Não realizam visitas técnicas para outros destinos turísticos consolidados;</li> <li>● Não há educação do turismo nas escolas, com projetos desenvolvidos por diferentes disciplinas.</li> </ul> |
| <p>4. <b>Turismo:</b> Serviços e Equipamentos Turísticos, Atrativos Turísticos.<br/> <b>Sustentabilidade:</b> Aspectos Ambientais, Aspectos Sociais e Aspectos Culturais</p>   |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● Turismo religioso;</li> <li>● Existência de um Centro de Atendimento ao Turista – CAT;</li> <li>● Há meios de hospedagem (dois hotéis);</li> <li>● Há restaurantes, bares e cafés;</li> <li>● Belezas naturais, muitas cascatas (8);</li> <li>● Paróquia N. Sra da Luz e Santuário dos Beatos Manuel e Adílio;</li> <li>● Turismo cultural: balsas, tropeiros, indígenas, imigrantes;</li> <li>● Várias etnias;</li> <li>● Gastronomia cultural: cana-de-açúcar, cachaça, rapadura;</li> <li>● Associação dos Apicultores e Casa do Mel, com legislação e estrutura;</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● O CAT ainda não possui toda funcionalidade;</li> <li>● Meios de hospedagens existentes são voltados ao atendimento do ‘viajante’, não ao turista;</li> <li>● Restaurantes não estão estruturados para atender ao turista;</li> <li>● Acesso ao Santuário não é sinalizado;</li> <li>● Acesso às belezas naturais é limitado;</li> <li>● Não há estrutura para visitar as cascatas e lagos (acesso, segurança, sanitários, mirantes, etc);</li> <li>● Não possuem estratégia para aproveitar o potencial cultural como produto turístico;</li> </ul>  |

|   |  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● Propriedades rurais com potencial para desenvolver o turismo rural;</li> <li>● Serra do Goio-En;</li> <li>● Casa da Memória de Nonoai;</li> <li>● Cultura indígena;</li> <li>● Tradicionalismo;</li> <li>● Há guia de turismo;</li> <li>● Há uma agência de turismo;</li> <li>● Projeto de construção do Monumento dos Beatos;</li> <li>● Revitalização da Praça Getúlio Vargas, inclusive com Letreiro;</li> <li>● Mirante Mattes;</li> <li>● Agroindústrias do município.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Empreendimentos que produzem derivados da cana-de-açúcar não possuem estrutura para atender ao turista;</li> <li>● Não há experiências estruturadas para receber o turista;</li> <li>● Falta um trabalho para estimular o desenvolvimento do turismo rural;</li> <li>● Pouco aproveitamento da história dos balseiros e tropeiros;</li> <li>● Não há uma réplica da balsa;</li> <li>● Dificuldade em trabalhar com os povos indígenas (Funai, isolamento, divisas). Não há projetos para desenvolver o turismo ligado à cultura indígena;</li> <li>● Faltam condutores locais de turismo;</li> <li>● Falta estimular o cadastramento de mais empresas turísticas no CADASTUR;</li> <li>● Comércio local não está estruturado (mix, dias e horários) para atender ao turista;</li> <li>● Não há uma coleção de artesanato voltada ao turista;</li> <li>● Não há um monumento dos Beatos Manuel e Adílio;</li> <li>● Horário de atendimento na Casa da Memória e no CAT de Nonoai é limitado (não abre aos finais de semana e feriados);</li> <li>● Não há uma tirolesa interestadual.</li> </ul> |
| <p style="text-align: center;"><b>5. Promoção - Marketing e Comunicação – promoção do destino</b></p>   |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● Há um site da prefeitura;</li> <li>● Há mídias sociais da prefeitura;</li> <li>● Há diversos vídeos de promoção institucional do município.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Não há um site específico para o turismo;</li> <li>● Não há mídias sociais específicas do turismo;</li> <li>● Não há profissionais para atuar na promoção do turismo local;</li> <li>● Não há folder turístico;</li> <li>● Não há mapa turístico;</li> <li>● Não trabalham com o marketing</li> </ul>   |

|  |   |
|--|---|
|  | <p>de relacionamento (influenciadores);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Não há uma marca de Nonoai como destino turístico;</li> <li>● Não participam em feiras e eventos do setor turístico;</li> <li>● Não há um Plano de Marketing.</li> </ul>   |
| <p><b>6. Eventos:</b> Estabelecer um calendário de eventos (foco no turismo) – existentes e novos</p>  |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● Calendário de eventos oficiais;</li> <li>● Romaria dos Beatos – bem organizada e divulgada;</li> <li>● Arrancadão;</li> <li>● Moto Clube;</li> <li>● Trilheiros;</li> <li>● Carros Antigos;</li> <li>● Semana Farroupilha;</li> <li>● Natal;</li> <li>● Rodeio;</li> <li>● Projeto da Rua Coberta.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Eventos ‘não se conversam’;</li> <li>● Romaria não possui a estrutura necessária para atender ao grande número de romeiros (aproximadamente 70 mil): alimentação, hospedagem, sinalização;</li> <li>● Não se aproveita a romaria para divulgar o município ao longo do ano e integrando a todos os atrativos;</li> <li>● Falta estruturar e capacitar todos os eventos;</li> <li>● Não há uma rua coberta para realização de eventos.</li> </ul> |
| <p><b>7. Monitoramento</b> – pesquisa, perfil e fluxo, Observatório do Turismo, impacto do turismo</p>   |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● Elaboração do RADAR – diagnóstico do município.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Não há um mapeamento dos pontos turísticos da cidade;</li> <li>● Não se sistematizam os dados dos visitantes do santuário e de outros atrativos, serviços e eventos;</li> <li>● Não identificam o perfil e a satisfação do visitante, nem o fluxo.</li> </ul>  |
| <p><b>AMEAÇAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Condições climáticas extremas/sazonalidade;</li> <li>● Possíveis novas pandemias;</li> <li>● Queda da renda em função do desemprego/inflação;</li> </ul>  | <p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Localização estratégica regional/estadual: Região Águas e Pedras;</li> <li>● Interesse por lugares em meio a natureza, experiências ao ar livre;</li> </ul>  |

- Estruturas de acesso com necessidade de melhorias (rodovias estaduais e federais);
- Crise econômica – mundial e nacional;
- Descontinuidade de projetos e gestores;
- Posicionamento on-line qualificado de outros destinos;
- Burocracia governamental;
- Falta de criação de marcos legais para a política do turismo;
- Ambiente político nacional instável.

- Interesse do turista por empresas que adotam protocolos que passam a segurança e tranquilidade para o visitante;
- Interesse por meios de hospedagem alternativos;
- Interesse do turista por mais atividades voltadas à família (jovens e crianças);
- Aumento da população 50+ e 60+;
- Compreensão do turista de que o destino deve ser organizado como uma rede – busca por uma venda conjunta por parte dos municípios;
- Interesse do turista do RS e Sul do Brasil por viagens locais - Turismo doméstico (passeios de carros) reforçado;
- Interesse pela cultura em suas diversas expressões;
- Interesse pela gastronomia com identidade local;
- Valorização do local/compre local;
- Interesse pelo saudável e orgânico;
- Capacitações sendo ofertadas em vários canais;
- Possibilidade de trocas entre missões - benchmarking;
- Busca de informações sobre destinos turísticos em plataformas digitais diversas
- Aumento da presença no digital;
- Existência de diversas plataformas digitais, onde o destino e os empreendimentos podem estar presentes;
- Dados secundários, pesquisa e data-base para subsídios (pesquisa Sebrae-RS);
- Linha de financiamento novas, como Fungetur – Sicredi e outros.

## Marketing

### Presença e informações disponíveis na Internet

O site da Prefeitura de Nonoai<sup>7</sup> possui uma página dedicada exclusivamente ao turismo, contudo, a mesma apresenta somente fotos de atrativos sem a respectiva identificação, não sendo fornecidas maiores informações sobre eles. No **Facebook**<sup>8</sup> a prefeitura possui uma página oficial, assim como um perfil oficial no **Instagram**<sup>9</sup>. Ambas as mídias são atualizadas regularmente, apresentando notícias sobre diversas áreas, como a realização de serviços, calendário de vacinação, eventos e demais ações realizadas pelo Poder Executivo Municipal. Não há nesses canais foco em divulgar atrativos ou atividades turísticas do município ou da região.

No Instagram, além do perfil oficial da prefeitura, há outro perfil chamado @nonoai.rs, dedicado à divulgação de fotos do município, principalmente atrativos naturais e paisagens, que conta com atualizações regulares. No **YouTube**, há diversos vídeos disponíveis, que variam desde o canal da prefeitura, a canais não oficiais - como blogs e canais de viagens - que apresentam Nonoai com uma região conhecida por **cascatas e romarias**. O canal que merece atenção é o Instituto Eco Sustentável<sup>10</sup>, por apresentar um conteúdo específico da Terra Indígena Nonoai-Kaingang que discorre sobre as comunidades e modo de vida dos índios da região.

Ao utilizar o termo “Nonoai” para uma busca no Google, os resultados exibidos na primeira página e nesta ordem são: o site da prefeitura; o site Wikipédia; o site Cidade Brasil e a página da prefeitura no Facebook. Na segunda página, aparece o site da Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo do Rio Grande do Sul (SEDETUR). Para que se obtenha informações turísticas, é necessário pesquisar o termo “Nonoai turismo”. Desta forma, aparecem os sites Tripadvisor<sup>11</sup>, da SEDETUR-RS e o blog “Pesquisando Cidades”.

---

<sup>7</sup> <https://www.nonoai.rs.gov.br/o-municipio/turismo>

<sup>8</sup> <https://www.facebook.com/prefeituranonoi>

<sup>9</sup> <https://www.instagram.com/prefeituranonoi/>

<sup>10</sup> Terra Indígena Nonoai- Kaingang

<sup>11</sup> O TripAdvisor reúne avaliações e opiniões de usuários a respeito de pontos turísticos, hospedagem e gastronomia em milhares de destinos mundiais.

A página de Turismo da Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo do Rio Grande do Sul (Sedetur), especificamente a página dedicada à Nonoai<sup>12</sup> apresenta uma breve descrição/histórico do município e as seções: Como chegar, Onde ficar, Onde comer e O que fazer. Todas estas seções apresentam poucos resultados e informações incompletas. Alguns atrativos/locais possuem descrição breve, localização e horário de funcionamento, enquanto outros não possuem qualquer informação além do título.

## **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?**

- Santuário dos Beatos;
- Logística de fácil acesso (rodovias e aeroporto);
- Espiritualidade;
- Belezas naturais;
- Diversidade cultural;
- Gastronomia;
- Artesanato.

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

- Uma senhora de 63 anos;
- Acolhedora;
- Contadora histórias;
- Trabalhadora;
- Às vezes, desmotivada;
- Muitas vezes não acredita no seu potencial;
- Ou não recebe incentivo;
- Simpática;
- Comunicativa;
- De fé;
- Comprometida;
- De sucesso;
- Esperançosa;
- Engessada.

---

<sup>12</sup> <https://www.turismo.rs.gov.br/cidade/498/nonoai>

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

- Religião, fé, único santuário do RS com beatos, visitação durante o ano todo, além das mais belas paisagens na Serra do Goio-En e para quem gosta de aventura, trilhas nas cascatas (aventura);
- Se você é como nós, simples e receptivo, e que busca uma oportunidade de resgatar, conhecer e viver novas experiências, venha conhecer Nonoai. Aqui você encontra um estilo de vida interiorano, que promove a espiritualidade, o bem-estar e tudo isso rodeado de muitas belezas naturais. Venha para Nonoai, Terra dos Beatos Manuel e Adílio;
- Encontre sua calma nas mais lindas paisagens, buscando seus momentos de fé, indo visitar as nossas igrejas, ou desfrutando das lindas cascatas de nosso município. Também experienciando nossas delícias caseiras ou experimentando uma cachaça colonial e a rapadura. Um município com grande potencial que está em desenvolvimento, com forte turismo religioso.

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

**Nonoai, município da Região Águas e Pedras, é destino de quem busca viver momentos de fé no único santuário de beatos existente no RS. Lugar de simplicidade e de um povo receptivo, com estilo de vida interiorano, que promove a espiritualidade e o bem-estar em um cenário de muitas belezas naturais, com cascatas e com a encantadora Serra do Goio-En. Terra de delícias caseiras, como a rapadura e a cachaça artesanal. Participe da romaria e dos diversos eventos festivos e culturais.**

**Venha para Nonoai, Terra dos Beatos Manuel e Adílio!**



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

- Plano de ações realizado com sucesso. Que o turista encontre a estrutura necessária para sair satisfeito e querendo retornar. Que a canonização dos beatos seja uma realidade, tornando Nonoai um município consolidado em turismo religioso nacionalmente;
- Ser um dos principais destinos turísticos regionais;
- Que tenha reconhecimento, estrutura e efetividade.

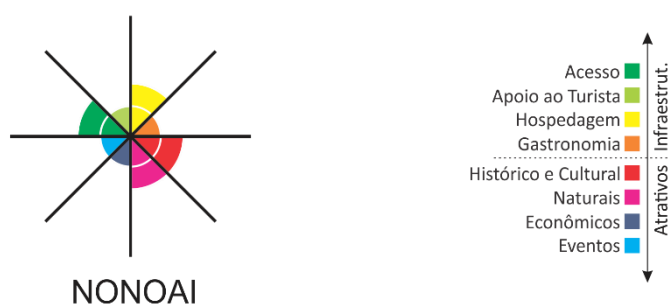
Com base nos apontamentos dos grupos, a consultora propõe a seguinte visão:

**Ser referência em destino turístico religioso na região e no Brasil, com o plano de ações do Plano Municipal de Turismo implementado com sucesso, com os turistas satisfeitos e querendo retornar ao município e com a canonização dos beatos efetivada, promovendo o desenvolvimento sustentável (cultural, ambiental, social e econômico) de Nonoai.**

## Síntese – IPM Unisinos

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

Figura 5: Resultado do Radar de Nonoai



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. No momento, Nonoai não é um destino turístico consolidado e algumas de suas principais potencialidades turísticas, como a localização geográfica e os atrativos naturais, não são explorados turisticamente.

Com base em todos os atrativos levantados, considera-se que nenhum tenha atingido patamar satisfatório de reconhecimento e consolidação do ponto de vista turístico, não por falta de potencial e sim por falta de estruturação.

## Plano de Ações

O Plano de Ações que compõe o Plano de Desenvolvimento do Turismo de Nonoai foi construído em encontro presencial no dia 5 de setembro de 2022, conforme listas de presenças do Anexo I.

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

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

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

**Inovação com emoção +**

**Qualidade com hospitalidade +**

**Segurança com transparência +**

**Governança com cooperação**

## PLANO DE AÇÕES

| O que fazer   | Quem faz             | Quando fazer | Prioridade | Recurso       | Situação |
|---|----------------------|--------------|------------|---------------|----------|
| <b>INFRAESTRUTURA E ACESSO</b>  |                      |              |            |               |          |
| Infraestrutura Geral (trânsito, saneamento, energia, comunicações, etc.) e acessos diversos     |                      |              |            |               |          |
| Fazer projeto e implantar as placas de sinalização turística;                                   | Prefeitura           | Curto prazo  | 5          | Público       |          |
| Implantar o projeto de mobilidade urbana (sinalização urbana e rural);                          | Prefeitura           | Médio prazo  | 5          | Público       |          |
| Construir ou qualificar o acesso aos atrativos turísticos (cascatas, lagos, mirantes e outros); | Prefeitura           | Curto prazo  | 5          | Público       |          |
| Articular com as operadoras de telefonia, para melhorar o sinal no município;                   | Prefeitura<br>Região | Médio prazo  | 3          | Operadoras    |          |
| Articular com a Corsan, para implantar estações de saneamento;                                  | Prefeitura<br>Região | Longo prazo  | 3          | Corsan        |          |
| Articular com a CRERAL e com a RGE para qualificar o fornecimento de energia no interior;       | Prefeitura<br>Região | Longo prazo  | 3          | Creral<br>RGE |          |
| Realizar a manutenção das estradas do interior, bem como para qualificá-las;                    | Prefeitura           | Permanente   | 3          | Público       |          |

## POLÍTICAS PÚBLICAS, COOPERAÇÃO REGIONAL E MONITORAMENTO

Política Pública, Cooperação Regional; Pesquisa, dados

|  |                     |             |   |         |  |
|--|---------------------|-------------|---|---------|--|
| Qualificar a equipe e ampliar o orçamento da Secretaria de Turismo;  | Prefeitura          | Curto prazo | 5 | Público |  |
| Implementar, de fato, o Comtur, criando Câmaras Temáticas e mantendo agenda mensal, para monitorar o Plano Municipal do Turismo; | Prefeitura          | Curto prazo | 5 | Público |  |
| Encaminhar o Plano Municipal de Turismo, depois de revisado, para se tornar Lei Municipal.                                       | Prefeitura e Comtur | Curto prazo | 5 | Público |  |

**CAPACITAR**

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

|  |   |             |   |     |  |
|--|---|-------------|---|-----|--|
| Realizar um Seminário de Capacitação para os diferentes segmentos do turismo (hotelaria, comércio, alimentação); | ACISA, CDL, Sebrae, prefeitura, Comtur e comunidade | Curto prazo | 5 | PPP |  |
| Criar estratégias de endomarketing, desafiando a comunidade a participar, com ideias inovadoras;                 | ACISA, CDL, Sebrae, prefeitura, Comtur e            | Curto prazo | 4 | PPP |  |

|  |   |                |   |     |  |
|--|---|----------------|---|-----|--|
|  | comunidade  |                |   |     |  |
| Promover visitas internas, estimulando a comunidade a conhecer seus atrativos;                           | ACISA,<br>CDL,<br>prefeitura,<br>Comtur e<br>comunidade                   | Curto<br>prazo | 4 | PPP |  |
| Realizar visitas técnicas a outros destinos turísticos consolidados;                                     | ACISA,<br>CDL,<br>prefeitura,<br>Comtur e<br>comunidade                   | Curto<br>prazo | 4 | PPP |  |
| Ofertar capacitação para formar condutores locais de turismo;  | Prefeitura,<br>Comtur,<br>Senac,<br>universidade<br>e entidades<br>locais | Médio<br>prazo | 3 | PPP |  |
| Fazer campanhas de recolhimento do lixo e manutenção do patrimônio, envolvendo escolas, entidades, etc;  | ACISA,<br>CDL,<br>prefeitura,<br>Comtur e<br>comunidade                   | Curto<br>prazo | 3 | PPP |  |
| Implantar a educação do turismo nas escolas do município, incluindo o ensino da história, mas também dos | ACISA,<br>CDL,<br>prefeitura,   | Curto<br>prazo | 3 | PPP |  |

|   |   |             |   |     |  |
|---|---|-------------|---|-----|--|
| contos e causos;  | Comtur e comunidade                         |             |   |     |  |
| Estimular o empreendedorismo no turismo, oportunizando que, desde jovens, conheçam as múltiplas possibilidades. | ACISA, CDL, prefeitura, Comtur e comunidade | Curto prazo | 3 | PPP |  |

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

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

#### SUSTENTABILIDADE

Aspectos Ambientais, Aspectos Sociais e Aspectos Culturais

|  |   |                           |   |                     |  |
|--|---|---------------------------|---|---------------------|--|
| Fazer um mapeamento da oferta turística – inventário turístico, identificando todos os atrativos;  | Prefeitura                              | Curto prazo               | 5 | Público             |  |
| Estruturar uma Praça de Alimentação, visando atender os visitantes da romaria, para funcionar durante todos os anos;                           | Paróquia e comunidade                   | Curto prazo<br>Permanente | 5 | Privado             |  |
| Implantar o Monumento dos Beatos Padre Manuel e coroinha Adílio;   | Paróquia e comunidade                   | Longo prazo               | 5 | PPP<br>(Lei Roanet) |  |
| Estruturar melhor o Centro de Atendimento ao Turista, ampliando equipe e dias/horários de atendimento. Implantar um mapa interativo, com todos | Prefeitura, Comtur, Sebrae e comunidade | Curto prazo               | 5 | Público             |  |

|  |  |             |   |         |  |
|--|--|-------------|---|---------|--|
| pontos turísticos;   |  |             |   |         |  |
| Ampliar o horário de atendimento na Casa da Memória e no CAT de Nonoai, abrindo aos finais de semana e feriados;   | Prefeitura, Comtur e comunidade                              | Curto prazo | 5 | Público |  |
| Oportunizar aos artesãos do município para comercializarem seu artesanato na “Casa do Papai-Noel” existente na praça, criando uma exposição/comercialização permanente;          | Associação dos Artesãos e prefeitura                         | Curto prazo | 4 | PPP     |  |
| Fazer projetos e parcerias para transformar os atrativos em produtos turísticos, com planejamento dos papéis e responsabilidades, bem como das possibilidades de ganhos/retorno; | Prefeitura, proprietários, Comtur, Sebrae e entidades locais | Médio prazo | 5 | PPP     |  |
| Estimular os empreendimentos que produzem derivados da cana-de-açúcar para se estruturarem visando receber turistas, com foco no turismo rural;                                  | Prefeitura, proprietários, Comtur, Sebrae e entidades locais | Médio prazo | 5 | PPP     |  |
| Incentivar e apoiar a criação de experiências turísticas nos mais distintos segmentos;   | Prefeitura, proprietários, Comtur, Sebrae e                  | Médio prazo | 4 | PPP     |  |



|  |  |             |   |         |  |
|--|--|-------------|---|---------|--|
|  | entidades locais   |             |   |         |  |
| Reativar a Associação dos Artesãos;  | Prefeitura   | Curto prazo | 4 | PPP     |  |
| Estimular o cadastramento de mais empresas turísticas no CADASTUR;   | Prefeitura, Comtur e entidades locais                        | Médio prazo | 3 | PPP     |  |
| Sensibilizar o comércio local para se estruturar (mix, dias e horários) para atender ao turista;           | Prefeitura, proprietários, Comtur, Sebrae e entidades locais | Médio prazo | 3 | PPP     |  |
| Criar uma coleção de artesanato voltada ao turista;  | Prefeitura, proprietários, Comtur, Sebrae e entidades locais | Médio prazo | 3 | PPP     |  |
| Registrar e aproveitar a história dos balseiros e tropeiros. Avaliar a construção de uma réplica da balsa; | Prefeitura, proprietários, Comtur e entidades locais         | Médio prazo | 3 | PPP     |  |
| Estudar viabilidade e buscar investidores para implantar uma tirolesa interestadual;                       | Prefeitura, proprietários, Comtur e entidades locais         | Longo prazo | 1 | Privado |  |

|  |   |             |   |     |  |
|--|---|-------------|---|-----|--|
| Articular com os povos indígenas, por meio da Funai, para criar projetos visando o desenvolvimento do turismo ligado à cultura indígena. | Prefeitura, Comtur, entidades locais, aldeias e Funai | Longo prazo | 1 | PPP |  |
|--|---|-------------|---|-----|--|

### EVENTOS

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

|   |                                    |                           |   |         |  |
|---|------------------------------------|---------------------------|---|---------|--|
| Estruturar a romaria, visando qualificar a experiência dos visitantes, envolvendo mais voluntários e profissionais; | Paróquia e comunidade              | Curto prazo<br>Permanente | 5 | Privado |  |
| Retomar as Pequenas Romarias ao longo do ano (mensal). Criar atrativos para apresentar;                             | Paróquia                           | Curto prazo<br>Permanente | 4 | PPP     |  |
| Atualizar e divulgar o calendário de eventos do município;  | Prefeitura, entidades e promotores | Curto prazo<br>Permanente | 4 | PPP     |  |
| Promover a união dos diferentes eventos, visando integrar   | Prefeitura, entidades e promotores | Curto prazo<br>Permanente | 4 | PPP     |  |
| Contratar especialista em marketing para criar estratégia de promoção conjunta;                                     | Prefeitura, entidades e promotores | Curto prazo<br>Permanente | 3 | PPP     |  |
| Incentivar a criação de novos eventos turísticos.   | Prefeitura, entidades e promotores | Curto prazo<br>Permanente | 3 | PPP     |  |

## MARKETING E POSICIONAMENTO DO MUNICÍPIO

### PROMOVER - Marketing e Comunicação – promoção do destino

|  |  |                           |   |         |  |
|--|--|---------------------------|---|---------|--|
| Criar um site específico para promoção do turismo;   | Prefeitura e Comtur                            | Curto prazo               | 5 | Público |  |
| Criar as mídias sociais do @visitenonoai focados na promoção do turismo;   | Prefeitura e Comtur                            | Curto prazo               | 5 | Público |  |
| Criar um Comitê de Marketing, integrando diferentes profissionais e interessados da comunidade, para implantar uma estratégia conjunta de comunicação; | Prefeitura, entidades e promotores             | Curto prazo<br>Permanente | 5 | PPP     |  |
| Criar a marca de Nonoai como destino turístico, com logo e slogan;   | Comtur, entidades e empreendedores             | Curto prazo               | 5 | Privado |  |
| Criar e imprimir folder e mapa turístico, além de ter os mesmos em meio digital;   | Prefeitura e Comtur                            | Curto prazo               | 5 | PPP     |  |
| Criar e implantar placas interpretativas, com QRCode, nos principais atrativos;  | Prefeitura, Comtur, entidades e empreendedores | Médio prazo               | 4 | PPP     |  |
| Organizar a visita de influenciadores, para promoverem Nonoai e seus atrativos;  | Prefeitura, Comtur, entidades e empreendedores | Médio prazo<br>Permanente | 3 | PPP     |  |

|  |  |                           |   |     |  |
|--|--|---------------------------|---|-----|--|
|  | ores   |                           |   |     |  |
| Participar em feiras e eventos do setor turístico (promoção e comercialização do destino);                 | Prefeitura, Comtur, entidades e empreendedores | Médio prazo<br>Permanente | 3 | PPP |  |
| Ampliar a presença nos grandes portais de promoção turística, tais como TripAdvisor, Booking, Airbnb, etc. | Prefeitura, Comtur, entidades e empreendedores | Médio prazo<br>Permanente | 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:

- Motivação;
- Atitude;
- Planejamento;
- Iniciativa;
- União.

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

- Proveitosa;
- Saímos com vontade de fazer acontecer;
- Construtiva;
- Exploratória;
- Muito produtiva;
- Positiva;
- Na construção de ideias, com o único objetivo de ver nosso município acontecer;
- Nada se realiza sozinho, depende da união de todos;
- Que a união faz a força, baseado nas trocas dos saberes e da construção coletiva.

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

- Falar da importância, do que significa o turismo para Nonoai;
- O turismo já é uma realidade em nosso município;
- O caminho do turismo é um só, é olhar para frente e crescer junto com ele;
- Inserindo esse tema na nossa rotina;
- Convidar e motivar outras pessoas a participar das ações que serão desenvolvidas a partir deste encontro;

- Falando sobre a construção do Plano Municipal de Turismo e seus benefícios, motivando outras pessoas a participarem.

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

- Participando das reuniões, palestras, convidando a comunidade para ajudar no desenvolvimento dos projetos, despertando o interesse e cobrando para que as ações sejam efetivadas;
- Participar das próximas ações e ajudando a criar estratégias;
- Auxiliar a desenvolver as ações;
- Não perder o foco principal: desenvolver o turismo;
- Divulgando ao maior número de pessoas o benefício destas ações.

## Monitoramento – Conclusão

Nonoai, município da região das Águas e Pedras, possui no Turismo Religioso sua principal vocação e força. Já conta com bons restaurantes, alguns hotéis e atrativos, mas deve estruturar a oferta turística, desenvolvendo produtos locais, fomentando o turismo cultural, rural, de natureza, gastronômico e religioso, além dos eventos, com continuidade de ações, e focando na sustentabilidade.

Também deve aproveitar sua localização geográfica estratégica e potencial de exploração do fluxo turístico interestadual já existente. 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 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.

Observa-se que, de maneira geral, a estrutura de apoio ao turista de Nonoai ainda precisa ser desenvolvida, como *consequência* de um trabalho orientado para o turismo no município. É fundamental que toda a comunidade entenda a relevância da atividade turística, como forma de diversificar a matriz econômica do município, gerando emprego, renda e empreendedorismo, e que os ganhos advindos desta atividade poderão beneficiar toda a comunidade, com investimentos diretos e indiretos.

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

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

identidade deste destino turístico. Assim, torna-se fundamental deixar mais clara essa comunicação, direta e indiretamente, envolvendo o setor público e privado.

A oficina foi de grande valia, pois permitiu a participação de todos nesta construção. O plano é resultado da visão da comunidade, setor público e privado que, juntos, desejam o melhor para Nonoai. 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: 16 mar.2022.

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

FERNANDES, VICTOR. **Pandemia afetou 53% dos empregos no setor de Turismo global**. *Panrotas. 15/03/21 17:37*. Disponível em: [https://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2021/03/pandemia-afetou-53-dos-empregos-no-setor-de-turismo-global\\_180263.html](https://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2021/03/pandemia-afetou-53-dos-empregos-no-setor-de-turismo-global_180263.html). Acesso em: 26 mar. 2022.

IBGE. **Panorama cidades – Nonoai**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/nonoai/panorama>. Acesso em: 25 out.2022.

INSTITUTO DE PESQUISA DE MERCADO (IPM) - UNISINOS. **Radar Turístico: Nonoai**. *Coordenação: Prof. Dr. Marcelo Jacques Fonseca e Prof. Dr. Guilherme Trez. Junho/2022*. Acesso em: 29 out.2022.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS - ONU BRASIL. **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável**. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>. Acesso em: 20 jun. 2022.

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

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

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

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

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

PREFEITURA MUNICIPAL DE NONOAI. Site Institucional. Disponível em:  
<https://www.nonoai.rs.gov.br/> Acesso em: 29 out.2022.

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

# Anexo I – Lista de Presença

| LISTA DE PRESENÇA - NONOAI            |      |  |   |                |                               |            |
|---------------------------------------|------|--|---|----------------|-------------------------------|------------|
| REGIONAL: SEBRAE NORTE                |      | AGENDA: 166764   | PALESTRA DE ELABORAÇÃO DE PLANO MUNICIPAL PARA TURISMO - PRODUTO DE TERCEIROS |                |                               |            |
| INSTRUTORES: IVANE MARIA REMUS FAVERO |      | PROJETO: 2022-Estruturação do Turismo da Rota Águas e Pedras |   |                |                               |            |
| N°                                    | CNPJ | CPF  | PARTICIPANTE  | TELEFONE       | EMAIL                         | ASSINATURA |
| 1                                     |      | 391198310-72   | sec. ind com. turismo<br>Ivan Barbiero  | 54-99932495    | barbierovan@gmail.com         |            |
| 2                                     |      | 983.133.040-49   | SANDRA S. LADONIA MUIER   | 54 9.8400.9400 | vmuier@sar.com.br             |            |
| 3                                     |      | 002.570.510-58   | JUNIOR O. DE OLIVEIRA   | 54.991589307   | PLANEJAMENTO@NONOAI.TS GOV.BR |            |
| 4                                     |      | 970.093770-49  | P. Cleide Aparecida Monteiro  | (55)99622-8202 | nonoai@nonoai.com.br          |            |
| 5                                     |      | 627.578.730-91   | OLAVO ARSEGO  | 54.98931771    | arsegomarcos@nonoai.com.br    |            |
| 6                                     |      | 750.1374600  | Berni Leticia C. Zanatta  | (54)981056770  | bernilete@nonoai.com.br       |            |
| 7                                     |      | 048286099541   | Andréis Kraemer   | (54)996499155  | andreis.kraemer@nonoai.com.br |            |
| 8                                     |      | 031318670-70   | Patricia Sotis  | (49)99807730   | patricia@nonoai.com.br        |            |
| 9                                     |      | 98531446053  | Marcile Cognalito   | 956221812      | marcile@nonoai.com.br         |            |
| 10                                    |      | 610.686.960-35   | Maria Estine H. da Silva  | 491999650549   | maria@nonoai.com.br           |            |
| 11                                    |      |  |   |                |                               |            |
| 12                                    |      |  |   |                |                               |            |

fe fb

| LISTA DE PRESEÇA - NONOAI             |      |                |  |                |                                  |            |
|---------------------------------------|------|----------------|--|----------------|----------------------------------|------------|
| REGIONAL: SEBRAE NORTE                |      | AGENDA: 166765 | OFICINA DE ELABORAÇÃO DE PLANO MUNICIPAL PARA TURISMO - PRODUTO DE TERCEIROS |                |                                  |            |
| INSTRUTORES: IVANE MARIA REMUS FAVERO |      |                | PROJETO: 2022-Estruturação do Turismo da Rota Águas e Pedras                 |                |                                  |            |
| Nº                                    | CNPJ | CPF            | PARTICIPANTE   | TELEFONE       | EMAIL                            | ASSINATURA |
| 1                                     |      | 04228160954    | Andréis Kraemer  | 54)996490155   | andreis_kraemer@yahoo.com.br     |            |
| 2                                     |      | 985384460-53   | Marcelo Capolto  | 796221872      |                                  |            |
| 3                                     |      | 002.570.530-58 | JUNIOR OLIVEIRA  | 993589307      | planejamento@nonoai.rs.gov.br    |            |
| 4                                     |      | 019.804.49429  | Nei Bonha  | 996360834      | monha@bonha.com.br               |            |
| 5                                     |      | 462.216.380-20 | CARLOS NEI CASAL   | 49991-3200     | carlos_casal@siesta.com.br       |            |
| 6                                     |      | 989.871.600-25 | Vander Rodrigues   | 54)99902-1029  | comercial@vanderrodrigues.com.br |            |
| 7                                     |      | 750.137.460.00 | Bonifácio C. Zanolli   | 54)981056970   | bonifacioz@gmail.com             |            |
| 8                                     |      | 983.133.040.49 | SANDRA A. OLIVEIRA MOURA   | 51 984009400   | UNOTICIA@YAHOO.COM.BR            |            |
| 9                                     |      | 950093770-49   | R. Claudio M. Vieira   | (55)91622-9202 | rodriguez@claudio.com.br         |            |
| 10                                    |      | 391199310-72   | Ivan Barbiero  | 54) 999792495  | barbieroivan@gmail.com           |            |
| 11                                    |      | 03131864038    | Patricio Mattos  | (49)993047301  | patricio.mattos16@gmail.com      |            |
| 12                                    |      | 157598060-68   | Sergio Mantovan  | 54)996346927   |                                  |            |

|    |  |                |                 |              |                            |  |
|----|--|----------------|-----------------|--------------|----------------------------|--|
| 13 |  | 627578730-91   | Olavo Arsego    | 54 999317771 | ommarosa@emiliascheila.com |  |
| 14 |  | 690.646.960-95 | Marcia F. Matti | 49.999650571 | Agua de Mascara            |  |
| 15 |  |                |                 |              |                            |  |
| 16 |  |                |                 |              |                            |  |
| 17 |  |                |                 |              |                            |  |
| 18 |  |                |                 |              |                            |  |
| 19 |  |                |                 |              |                            |  |
| 20 |  |                |                 |              |                            |  |
| 21 |  |                |                 |              |                            |  |
| 22 |  |                |                 |              |                            |  |
| 23 |  |                |                 |              |                            |  |
| 24 |  |                |                 |              |                            |  |
| 25 |  |                |                 |              |                            |  |
| 26 |  |                |                 |              |                            |  |
















## Anexo II – Foto das atividades




















## Anexo III – Avaliação de Turismo - IPM Unisinos

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

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















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

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

