



Plano Municipal de Turismo

Taquaruçu do Sul



Ficha Técnica

COORDENAÇÃO GERAL E REALIZAÇÃO

Sebrae-RS | Sicredi Conexão

Prefeitura de Taquaruçu do Sul

Prefeito – Luiz Blanco Alves

Consultoria Técnica

Maja Consultoria

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

Agradecimento

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

Foto de capa: Acervo/Prefeitura

Sumário

Mensagens do município	5
Mensagem do Sebrae-RS e do Sicredi	7
Apresentação e metodologia	9
Análise Macroambiental – Turismo	13
Tendências pós-pandemia	16
Apresentação do Território	20
Histórico de Taquaruçu do Sul	20
Taquaruçu do Sul no Mapa do Turismo Brasileiro e o Médio Alto Uruguai	21
A região Águas e Pedras	23
Dados do Município	25
Governança Municipal do Turismo	26
Secretaria responsável	26
Conselho Municipal de Turismo e Fundo Municipal de Turismo	26
Oferta Turística	27
Atrativos históricos e culturais	27
Atrativos naturais	31
Atrativos econômicos	34
Eventos	38
Rotas e Roteiros Turísticos	40
Infraestrutura	41
Acesso e transporte	41
Apoio ao Turista e Conveniências	45
Hospedagem	46
Gastronomia	47
Aspectos Impulsionadores e Limitadores	50
Marketing	57
Presença e informações disponíveis na Internet	57
Posicionamento, identidade e visão	58
Síntese – IPM Unisinos	62
Plano de Ações	64
Avaliação e Encaminhamentos	75
Monitoramento – Conclusão	78

Referências	80
Anexo I – Lista de Presença	82
Anexo II – Foto das atividades	85
Anexo III – Convite para a comunidade	88
Anexo IV – Avaliação de Turismo - IPM Unisinos	89

Mensagens do município

O turismo em Taquaruçu do Sul deve se desenvolver tendo como base uma gestão descentralizada e participativa, contemplando e abrangendo as esferas públicas e privadas, que propicie o desenvolvimento de diferentes áreas da sociedade. Estamos dando os primeiros passos para o turismo local, mas almejamos que, com o desenvolvimento deste, possamos, futuramente, superar a expectativa dos turistas, beneficiar a economia e desenvolver o município, tendo sempre como princípio básico o respeito pelo meio ambiente.

Luiz Blanco Alves

Prefeito

Estamos vivenciando um momento ímpar, no município, no que se refere ao turismo local e regional. Com a realização do Radar Turístico e das Estratégias Turísticas para o Desenvolvimento Regional, realizados pelo Sicredi, Sebrae e Unisinos, foi possível conhecer mais as potencialidades do nosso município e região. Penso que a gestão estratégica do turismo deva partir de uma concepção de turismo sustentável e o seu desenvolvimento deve estabelecer um compromisso que esteja em consonância com a geração de emprego e renda e, conseqüentemente, com a melhoria da qualidade de vida das pessoas. Para que isso aconteça, é necessário desencadear um processo de sensibilização da comunidade para que percebam a importância e a necessidade de desenvolver o turismo no município.

Diana Chiele dos Santos

Secretária Municipal de Educação e Cultura e presidente do COMTUR

O turismo é um setor de grande importância econômica e social. Está sofrendo uma significativa transformação e tendo um olhar especial dos setores públicos e privados em seus diversos segmentos: ambiental, sociocultural e econômico. É necessário que se crie possibilidades para desenvolver o turismo municipal, partindo do pressuposto que, para que isto aconteça, é necessário pensar no turismo enquanto desenvolvimento regional. Temos uma grande expectativa de desenvolvimento do turismo em médio e longo prazos, principalmente no que se refere ao turismo rural, tendo em vista que nosso município é essencialmente agrícola e possui belas paisagens naturais.

Rafael Pessotto

Secretário Municipal da Administração

Mensagem do Sebrae-RS e do Sicredi

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

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

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

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

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

SEBRAE RS
SICREDI CONEXÃO
SICREDI REGIÃO DA PRODUÇÃO RS/SC/MG

Apresentação e metodologia

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Figura 1: Os 5 P's da Sustentabilidade



Fonte: ONU

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

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

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

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

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

Figura 2: Radar Turístico e as 8 categorias avaliadas



Fonte: IPM Unisinos

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

Análise Macroambiental – Turismo

O Turismo antes da Covid- 19

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

A pandemia e a crise no turismo

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

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

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

Tendências pós-pandemia

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

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

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

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

1. MUDANÇA NA ESCOLHA DE DESTINOS

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

2. FLEXIBILIDADE É MAIS IMPORTANTE DO QUE NUNCA

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

3. NÔMADES DIGITAIS

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

4. MENOS INTERAÇÃO FÍSICA

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

5. SUSTENTABILIDADE

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

6. VIAGENS MULTIGERACIONAIS

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

7. VIAGENS MULTIPROPOSITAIS

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

8. MULTICANALIDADE

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

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

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

Turismo doméstico

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

Apresentação do Território

Histórico de Taquaruçu do Sul

Foi em 1919 que os descendentes de **imigrantes italianos**, originários da região colonial da Serra Gaúcha (Guaporé) e da “Quarta Colônia” (Júlio de Castilhos e Cachoeira do Sul, hoje Nova Palma, Ivorá e Faxinal do Soturno) fixaram-se nas terras do interior de Frederico Westphalen. Ao se estabelecerem neste espaço, se defrontaram com uma fonte de água encoberta por taquaruçus (planta da família das gramíneas, nativa do Brasil). Foi desta forma, que a localidade passou a chamar-se **Taquaruçu do Sul**.

Nesta época, as primeiras atividades eram o **cultivo da terra** e a **criação de gado**, organizando-se o primeiro núcleo de moradores. Com o passar do tempo, os moradores foram criando condições de infraestrutura para que a efetivação do município viesse a se tornar autônoma e independente. A primeira capela construída é de 1924, sendo dedicada a São Roque, em 1926. Mas é no ano de 1961 que a capela de São Roque, pertencente à paróquia de Frederico Westphalen, é oficialmente elevada à categoria de paróquia, abrangendo também grande parte da atual paróquia de Vista Alegre.

Em 15 de julho de 1985, ocorreu a eleição da Comissão Emancipacionista, cuja meta busca conquistar a autonomia política e administrativa do distrito de Taquaruçu do Sul, separando-o do Município de Frederico Westphalen. A conquista veio após dois anos, no dia 20 de dezembro de 1987, quando foi realizado o plebiscito e 91,55% dos eleitores que compareceram às urnas aprovaram a **emancipação**. O Município de Taquaruçu do Sul foi criado pela Lei nº 8.599, em 1988, assinada pelo Governador do Estado no dia 09 de maio de 1988, sendo instalado no dia 01 de janeiro de 1989. Esta lei foi alterada pela Lei nº 8.972, de 08 de janeiro de 1990, que retificou os limites com os municípios vizinhos e corrigiu sua área.

Taquaruçu do Sul no Mapa do Turismo Brasileiro e o Médio Alto Uruguai

O **Mapa do Turismo Brasileiro**, elaborado no âmbito do Programa Nacional de Regionalização do Turismo¹, do Ministério do Turismo, classifica Taquaruçu do Sul na região turística denominada **Rota Águas e Pedras**, junto de outros 17 municípios. As regiões turísticas são territórios que possuem características similares e/ou complementares e aspectos em comum (identidade histórica, cultural, econômica e/ou geográfica) podendo existir, numa região, **municípios que não recebem turistas, mas que se beneficiam da atividade pelo fornecimento de produtos e serviços.**

O Mapa categoriza os municípios que compõem estas regiões de acordo com o fluxo turístico. As categorias vão de “A” a “E”, sendo que **“A” representa as capitais e os municípios com maior fluxo turístico**, maior número de estabelecimentos, empregos e arrecadação de impostos federais no setor de hospedagem, enquanto **“E” representa os municípios que zeraram as cinco variáveis:** quantidade de empregos e estabelecimentos formais em hospedagem, estimativa de turistas internacionais e domésticos e arrecadação nos estabelecimentos de hospedagem. **Taquaruçu do Sul** está classificado na **categoria D** do Mapa.

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

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

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

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

A região Águas e Pedras

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

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

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



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

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

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

Para cada eixo norteador, foram trabalhadas dimensões e os pilares das ações que sustentarão o novo posicionamento. Taquaruçu do Sul 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 3.081 habitantes (IBGE – 2021)

Previsão de orçamento do município para 2023: R\$ 28.500.000,00

IDMH: 0,739 (2010)

Pelo Censo de 2010 conta, ao todo, com 913 domicílios. Destes, 383 compõem o núcleo urbano.

Gentílico: taquaruçusense

ÁREA DO MUNICÍPIO

Área do município: 76,917 KM² (2021)

Acessos: Seberi, Vista Alegre, Caiçara, Frederico Westphalen, Erval Seco, Palmitinho e Pinheirinho do Vale

Bairros: Centro, Operário, Popular, Distrito Industrial e 19 comunidades do interior

Distância da Capital (POA): 420 Km

LOCALIZAÇÃO E CARACTERÍSTICAS FÍSICAS

Unidade federativa: Rio Grande do Sul – RS

Mesorregião: Noroeste Rio Grandense

Microrregião: Frederico Westphalen

Latitude: 27°25'00" Sul

Longitude: 53°28'02" Oeste

Altitude: 545 m

Clima: Subtropical

Temperatura média de 19°C - no verão chega a 30°C; no inverno pode chegar a 10°C

“Artes e sabores que encantam”

Governança Municipal do Turismo

Secretaria responsável

O Turismo é um departamento da Secretaria da Administração de Taquaruçu do Sul. Respondem pelas ações e atividades do setor as Secretarias da Administração e da Educação e Cultura (está junto à Educação, mas na legislação está como Departamento da Secretaria de Administração). Não há funcionários específicos para a função.

Conselho Municipal de Turismo e Fundo Municipal de Turismo

O **Conselho Municipal de Turismo** de Taquaruçu do Sul foi criado pela Lei Municipal nº 1.570, de 26 de abril de 2017, e recentemente foi reestruturado, elegendo novos representantes do setor público e outras entidades, como Emater e Associação Comercial e Industrial de Taquaruçu do Sul - ACITS. A lei também cria o **Fundo Municipal de Turismo** – com orçamento atual estimado pela prefeitura em R\$ 47 mil.

Oferta Turística

É necessário 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. 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

Grande parte dos atrativos históricos e culturais de Taquaruçu do Sul concentram-se na região central da cidade, sendo os principais a **Praça da Matriz Monsenhor Albino Ângelo Busato**, a **Paróquia São Roque** e a **Praça dos Pioneiros**. Além dos atrativos citados, há também o **Museu da Geração**, localizado no complexo da **Usina Granja Velha** (Usina Creluz), que fica no interior do município, a aproximadamente 20 minutos da área central.

A **Praça da Matriz Monsenhor Albino Ângelo Busato** possui esse nome em homenagem ao Padre Albino Ângelo Busato, figura que teve grande representatividade para a história da cidade, fazendo parte da Comissão Emancipacionista, que emancipou Taquaruçu do Sul de Frederico Westphalen, também recebendo o título de Pároco Emérito no ano de 1995. A praça possui a extensão de uma quadra inteira no centro da cidade, e está equipada com bancos, pracinha infantil, jardins, ponte decorativa, árvores diversas, aparelhos de academia ao

ar livre, banheiros públicos, assim como uma imagem do Monsenhor Albino Ângelo Busato.

Foto 1: Praça da Matriz Monsenhor Albino Ângelo Busato



Fonte: IPM Unisinos

A **Paróquia São Roque**, que fica em frente à Praça da Matriz, foi construída em 1924 e recebeu oficialmente o título de Paróquia no ano de 1961, por meio de um Decreto de Dom Luís Victor Sartori, bispo de Santa Maria. Atualmente, o local é espaço de celebrações de missas e festejos, sendo que o salão paroquial, que fica ao lado da paróquia, também é palco de eventos importantes para o município. Na rua que fica entre a paróquia e a Praça da Matriz, há o **Centro de Eventos Sady Zanatta**, estrutura coberta utilizada para feiras e eventos diversos. Por conta da estrutura do Centro, não é possível visualizar a fachada da paróquia em sua totalidade.

Foto 2: Paróquia São Roque



Fonte: IPM Unisinos

O último atrativo na área central, que se encontra ao lado da prefeitura, é a **Praça dos Pioneiros**. A Praça dos Pioneiros é o marco zero de Taquaruçu do Sul, onde estava localizada a fonte de água coberta por taquaruçus, encontrada pelos primeiros imigrantes italianos que se fixaram no município e que inspirou o nome da cidade. Atualmente, a fonte não está visível, sendo revestida por uma estrutura de madeira com cobertura de vidro. Segundo entrevistas, essa estrutura foi feita para proteger e preservar a fonte. No entanto, a estrutura atual não é atrativa, e não é possível enxergar nada quando se olha através do vidro de cobertura. Além da fonte, a praça conta com um pergolado, alguns bancos e vegetação.

Foto 3: Praça dos Pioneiros



Fonte: IPM Unisinos

Já o **Museu da Geração**, localizado a 10,5km da área central no complexo da Usina Granja Velha (Usina Creluz), é um museu pequeno a céu aberto que apresenta um pouco do maquinário utilizado em hidrelétricas. Há alguns exemplares de turbinas, painel de controle, aparato auxiliar, oriundos de países como Estados Unidos, Reino Unido e Suíça, com fabricação entre os anos de 1910 a 1939. Por se encontrar em uma área externa, sem proteção, os exemplares estão sujos e em um estado de conservação ruim, apresentando diversos pontos deteriorados, com ferrugens, além de placas informativas esbranquiçadas, quebradas e rachadas. O museu fica na parte externa da Usina Granja Velha, estando sempre aberto ao público. Como as placas informativas estão deterioradas e são escassas, não há muitas informações sobre o material exposto, o que contribui para que o Museu não seja tão atrativo.

Foto 4: Museu da Geração



Fonte: IPM Unisinos

Analisando os principais elementos e informações levantadas na categoria Históricas e Culturais, constata-se que os atrativos existentes nessa dimensão são mais voltados ao lazer e beneficiamento da população local, não tendo foco turístico. Ainda, observa-se que **Taquaruçu do Sul possui poucos atrativos que tornam tangível a história e a cultura do município.** Deve-se levar em conta que o município é novo, tendo sido emancipado em 1987, o que faz com que não haja, de fato, um grande volume de elementos históricos na cidade. Por outro lado, esse mesmo ponto pode ser visto como algo positivo, já que há um bom volume de documentos, relatos, fotos e outras evidências físicas da história do município, o que facilita a criação de acervos voltados a esse fim.

Portanto, como principais **oportunidades** identificadas nesta dimensão, destaca-se a possibilidade de **aprimorar** os atrativos existentes, como a manutenção e incremento do Museu da Geração, assim como a apresentação, valorização e melhor aproveitamento da fonte de água que apoiou o início da cidade, localizada na Praça dos Pioneiros. Outra oportunidade identificada nessa linha foi a **criação de um museu destinado a contar, não só a história da cidade, mas da região como um todo**, visto que o município conta com um grande acervo documental, guardado e preservado por um historiador taquaruçusense, além de artigos históricos remanescentes de um antigo museu da cidade, que estão guardados, no momento, em uma escola do município. A expertise e os estudos do historiador local, somados aos documentos e materiais já existentes, podem dar início a este museu, que também poderia fazer uso

de tecnologia, sons, imagens, animações, entre outras possibilidades, como forma de incremento da experiência.

Atrativos naturais

Os principais atrativos naturais de Taquaruçu do Sul estão ligados ao **Rio Fortaleza**, sua exploração por meio da **Usina Granja Velha** (Usina Creluz), ao **Rio Guarita**, bem como por uma área de mata nativa, protegida pela **Reserva Particular do Patrimônio Natural Posse dos Franciosi**.

A **Usina Granja Velha** é uma usina hidrelétrica que foi instalada no município em janeiro de 2002 pelo Grupo Creluz, e é responsável pelo abastecimento de diversas famílias e pela geração de ao menos 10 milhões de quilowatts de energia por ano. No momento, só é possível acessar e conhecer as dependências da usina a partir de um **tour** oferecido pelo Grupo Creluz, de segunda a sexta-feira, que dura aproximadamente uma hora e que deve ser agendado com ao menos cinco dias de antecedência. Nesse *tour*, o visitante é acompanhado por um dos engenheiros responsáveis pela usina, que explica tecnicamente todo o **processo de geração de energia**. No momento, o passeio é gratuito e não há um número mínimo de pessoas para garantir o agendamento. Segundo o Grupo Creluz, o público que costuma agendar a visita é composto, principalmente, por escolas e universidades da região, além de algumas famílias que também residem em cidades próximas.

O acesso até a usina é feito por meio de um trecho asfaltado e por estrada de chão, sendo que esta predomina na maior parte do trajeto. As placas indicativas são praticamente inexistentes, porém é possível localizar e chegar até a usina com o auxílio de GPS. Não foi possível localizar nenhum atendente no local que pudesse dar maiores informações de forma presencial, apenas um telefone disponível para o agendamento das visitas. No entanto, não há sinal telefônico e nem de internet naquela região, o que dificulta não só obter mais informações por telefone, mas também o retorno até a cidade, já que o uso do GPS se torna inacessível pela falta de internet e não há placas suficientes que indiquem esse trajeto.

Foto 5: Usina Granja Velha (Usina Creluz)



Fonte: Prefeitura

Foto 6: Acessos à Usina Granja Velha

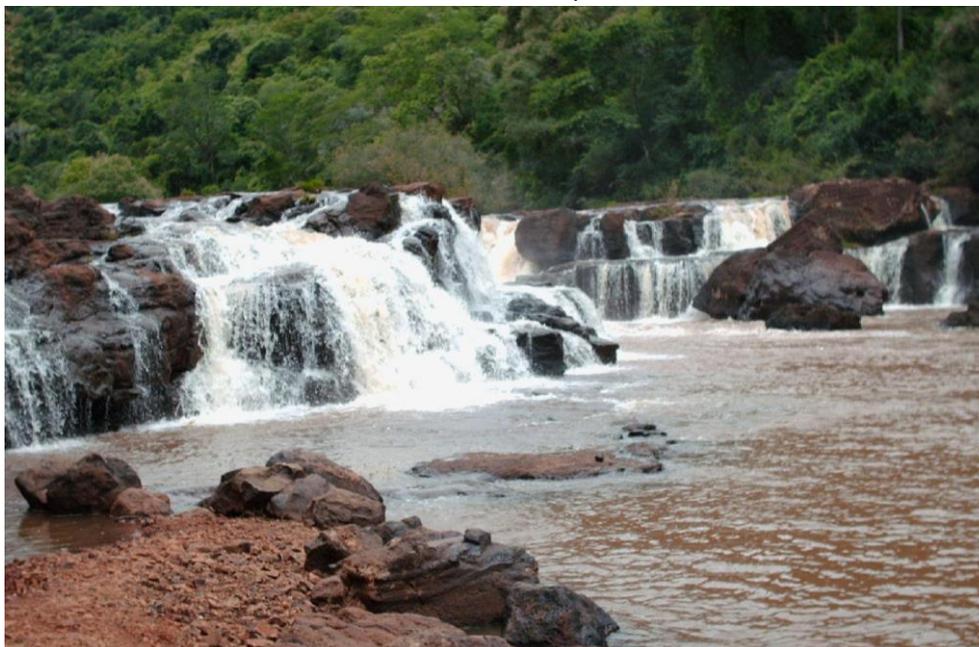


Fonte: IPM Unisinos

Com relação aos **Rios Fortaleza e Guarita** que banham o município, ainda não há nenhum tipo de exploração turística dos rios para qualquer tipo de atividade. Eventualmente esses espaços são aproveitados pela população local, especialmente para a pesca, mas não existe nenhuma infraestrutura apropriada para este fim ou para outros fins de lazer. Conforme citado pela prefeitura, há um local chamado **Salto Ari Queirós** que apresenta grande potencial de exploração, por conta da beleza apresentada pelas quedas d'água. No entanto, para acessar esse local é necessário

passar por uma propriedade particular. Portanto, sua exploração turística depende do interesse e da permissão dos proprietários.

Foto 7: Salto Ari Queirós



Fonte: Prefeitura

A **Reserva Particular do Patrimônio Natural Posse dos Franciosi** é um local de mata nativa na cidade, criada com o objetivo de conservar a diversidade biológica do local. A reserva está localizada na propriedade particular da Família Franciosi e, atualmente, não há nenhum tipo de exploração turística, recebendo, eventualmente, visitas de escolas para o estudo da natureza. De acordo com o Ministério do Meio Ambiente², atividades de pesquisas científicas e visitação com objetivos turísticos, recreativos e educacionais, são permitidos nesse tipo de reserva. Portanto, são pontos que apresentam oportunidade de exploração.

Analisando as informações levantadas na categoria Atrativos Naturais, é possível observar que a cidade apresenta boas oportunidades nessa dimensão, mas que **ainda não são exploradas**. Embora a Usina Granja Velha já ofereça a possibilidade de visitação a partir de um *tour* guiado, fatores como a necessidade de agendamento com cinco dias de antecedência e a falta de disponibilidade do *tour* aos finais de

² <https://www.icmbio.gov.br/portal/criesuare Reserva/perguntas-e-respostas-sobre-rppn>

semana dificultam sua exploração com foco turístico. Com relação aos Rios Fortaleza e Guarita, não há nenhuma infraestrutura física adequada que possibilite a atração e a recepção de turistas e visitantes. O mesmo se aplica à Reserva Particular do Patrimônio Natural Posse dos Franciosi que, mesmo que já receba algumas escolas para visitação, ainda não possui nenhum tipo de exploração com finalidade turística.

Deste modo, como oportunidades nesta categoria, destaca-se a possibilidade da Usina Granja Velha ofertar algum tipo de **roteiro com foco turístico**, aos finais de semana, de forma que não são o turista pudesse aprender mais sobre a Usina, mas também que a usina pudesse ter algum tipo de retorno a partir dessa a o. O Rio Fortaleza e o Rio Guarita também possuem potencial de exploração, com destaque para o Salto Ari Queirós. Para isso, é necessário que se crie uma **infraestrutura** nesses locais, como acesso adequado, serviços de apoio e lazer, além da possibilidade de se ter uma infraestrutura para a prática de esportes náuticos e aquáticos, pesca, realiza o de passeios de barco, áreas de camping, trilhas ecológicas no entorno do Rio, restaurantes e equipamentos hoteleiros, entre outros. Já a Reserva Particular do Patrim nio Natural Posse dos Franciosi poderia ser explorada por meio do **ecoturismo**, com a oferta de trilhas, caminhadas, espaços de lazer, roteiros guiados para a tomada de conhecimento do bioma local, entre outras possibilidades.

Destaca-se que, para que se tenha o efetivo desenvolvimento turístico desses locais,   necessário que haja interesse por parte dos proprietários e responsáveis por esses espaços, algo que pode ser estimulado a partir da defini o dos interesses e do posicionamento turístico do município. Ainda, ressalta-se que pontos como qualidade do acesso, infraestrutura e sinaliza o adequada são fundamentais para o bom desenvolvimento das propostas.

Atrativos econ micos

A economia de Taquaruçu do Sul está baseada, sobretudo, na **agropecuária**, com destaque para a **suinocultura**, que conta com 60 produtores de suínos, a bovinocultura de leite e o cultivo de grãos. Outra atividade que vem crescendo no município é a **piscicultura**, em especial a produ o de filés de tilápia. Desta forma, a maior parte das atividades econ micas da cidade são realizadas no campo, sendo que

55,7% dos domicílios estão localizados na zona rural. Nessa linha, há duas **agroindústrias familiares** que se destacam no município por conta da produção e venda dos seus produtos na região: a **Agroindústria Volpatto** e a **Agroindústria Bom Gosto**.

A **Agroindústria Volpatto** é uma agroindústria familiar de produção de embutidos e de cortes suínos. Alguns produtos produzidos são copa, torresmo, salame, linguiça, além da venda de cortes de carne suína. É possível comprar os produtos diretamente no local, que fica a aproximadamente 3,5km do centro da cidade – também é possível adquirir produtos na ERS-472. O atendimento na propriedade é de segunda a sexta-feira, das 7h30min às 12 horas, e das 13 horas às 18h30min. Aos sábados, o horário é das 7h30min às 11h30min, e das 13 horas às 16 horas, não abrindo aos domingos. Atualmente, a maior parte dos produtos é vendida para a população local, com uma pequena porcentagem comercializada em cidades vizinhas, como Frederico Westphalen e Seberi. A agroindústria ainda não tem liberação para vender em outras cidades do Estado e, no momento, não tem a intenção de investir nos alvarás necessários para expandir sua produção.

A **Agroindústria Bom Gosto** é uma agroindústria familiar de produção de filés de tilápia. No local, há açudes para a criação das tilápias, porém, por conta do alto número de pedidos, o local também compra tilápias de outros fornecedores e as prepara para a venda. É possível adquirir o produto na casa dos proprietários da agroindústria, que fica ao lado do prédio destinado à sua produção, porém não há placas ou outras informações que indiquem essa possibilidade. Por conta disso, atualmente não há um horário específico de atendimento, mas os horários sugeridos são de segunda a sábado, das 8 horas às 20 horas.

Atualmente, não há placas indicativas até os locais, sendo que apenas a Agroindústria Volpatto possui localização identificável via GPS. Além da venda de produtos, não há no momento nenhum tipo de visitação ou *tour* guiado pelo processo produtivo das agroindústrias, embora ambas tenham demonstrado interesse e abertura para essa possibilidade.

Foto 8: À esquerda, produtos da Agroindústria Volpatto. À direita, Agroindústria Bom Gosto



Fonte: Prefeitura

Tanto os produtos das agroindústrias citadas, quanto outros produtos produzidos no município, como verduras, frutas, hortaliças, além do artesanato local, são comercializados na **Feira da Agricultura Familiar**, que ocorre uma vez por mês, nas sextas-feiras, no Centro de Eventos da cidade. A Feira da Agricultura Familiar era uma feira tradicional do município, que ficou alguns anos sem acontecer. Recentemente, a prefeitura decidiu retornar às atividades com a intenção de torná-la recorrente. Além da venda de produtos locais, também ocorre a comercialização de bebidas alcoólicas e não-alcoólicas, lanches, porções de peixe, picolés, entre outros.

Com relação ao **artesanato** local, há um grupo de 11 artesãs, organizado pela Emater e pelo CRAS, que produzem suas peças e comercializam, tanto na Feira da Agricultura Familiar, quanto na Feira do Peixe, evento de maior representatividade para o município. Além desses espaços, a Emater também costuma organizar a exposição dos trabalhos das artesãs em feiras de outras cidades. Não foi possível identificar nenhum local em Taquaruçu do Sul destinado à venda do artesanato local, sendo necessário entrar em contato direto com as artesãs para adquirir os produtos.

Um ponto importante a ser mencionado nessa dimensão é a **Associação Italiana Cantare e Ridere**, grupo formado por aproximadamente 80 pessoas no município e que foi criado com o objetivo de manter as tradições italianas vivas entre os moradores. A associação, atualmente, é mais voltada ao entretenimento e

confraternização entre o público local a partir da promoção de **filós italianos**, festejos tradicionais entre os imigrantes italianos e que costumam envolver cantorias, danças, comidas típicas, mesa farta e, no caso de Taquaruçu do Sul, diálogos no dialeto “Talian”. Os filós italianos costumam ser feitos mensalmente nas casas dos participantes do grupo, sendo que o anfitrião é também responsável pelas comidas servidas. No momento, o único evento aberto ao público promovido pela Associação Italiana é o **Jantar Italiano**, que ocorre uma vez por ano no município. A intenção do coordenador do grupo é ampliar o campo de atuação da associação, com a possibilidade de promover os tradicionais filós italianos para o público externo que queira ter essa experiência. Porém, no momento, não há nada implementado nesse sentido, além do já citado Jantar Italiano.

Ainda não há no município um **produto local marcante** em evidência. No entanto, foi possível visualizar algumas possibilidades nesse sentido, como a exploração do peixe, por conta da representatividade da Feira do Peixe para a cidade, seja a partir da venda do produto ou por meio do artesanato local, que poderia produzir elementos com essa temática. A colonização italiana no município e os produtos típicos dessa cultura, bem como as mercadorias produzidas a partir dos suínos, também são possibilidades nesse sentido. Ressalta-se que a definição de um produto local marcante deve ser feita a partir das **potencialidades** existentes na cidade, aliadas ao **posicionamento turístico** definido pelo município, de forma que o produto local escolhido ajude a comunicar este posicionamento.

Analisando as informações levantadas na categoria Atrativos Econômicos, conclui-se que as atividades econômicas desenvolvidas em Taquaruçu do Sul **ainda não são exploradas turisticamente**, sendo mais voltadas ao beneficiamento da população local. As agroindústrias familiares apresentaram um bom potencial nessa dimensão, já que seus processos produtivos podem ser explorados por meio de visitas guiadas, voltadas tanto ao turista que está na cidade a passeio, quanto a visitas técnicas feitas por escolas e universidades. A degustação dos produtos no local, a oferta de áreas de lazer, oficinas de aprendizado sobre a fabricação dos produtos e outras atividades correlacionadas também podem ser avaliadas, conforme o caso.

Eventos

No site da prefeitura, há uma seção específica³ e voltada à divulgação do **calendário de eventos** do município. De acordo com a prefeitura, o calendário é elaborado no mês de dezembro (referente ao ano que está por vir), com o apoio da Igreja e da comunidade, por conta das festas que ocorrem nesses locais. Após a definição das datas, o calendário é formalizado e divulgado no site da prefeitura.

O principal evento do município é a **Feira do Peixe**, que acontece sempre em abril, na semana que antecede a Páscoa, com estrutura que ocupa o Centro de Eventos da cidade, a Praça da Matriz Monsenhor Albino Ângelo Busato e seus arredores. Ela acontece desde o ano de 2005, e surgiu com o intuito de disponibilizar peixes de qualidade para a Semana Santa da população local, além de incentivar e apoiar os piscicultores. No período que antecede a feira, há a escolha das soberanas, que contribuem com a divulgação do evento na região.

A Feira do Peixe tem a duração de 3 a 4 dias, e possui a comercialização de peixes (vivos, congelados ou fritos) de pequenos produtores do município, além da participação de outros setores, como o comércio, feira de artesanato, agroindústrias, agricultores, exposição de máquinas e shows musicais de bandas locais e nacionais. Junto à Feira do Peixe, há também a **Mostra da Terneira**, que é o desfile e julgamento das terneiras, a partir da sua aparência e qualidade genética. Durante a feira, também costumam ter palestras e programações relacionadas à bovinocultura de leite, uma das frentes econômicas do município. A Feira do Peixe já é um evento consolidado em Taquaruçu do Sul, e costuma atrair um público que abrange toda a região. A próxima edição já está confirmada para o ano de 2023.

³ <https://www.taquarucudosulrs.com.br/calendarioeventos>

Foto 9: Mostra da Terneira durante a Feira do Peixe



Fonte: Imagem cedida por Juciani Albarello

Outro evento importante para o município é o **Jantar Italiano**, organizado pela Associação Italiana Cantare e Ridere. O evento reúne comidas, danças e músicas típicas italianas e é realizado no Salão Paroquial da Paróquia São Roque. Costuma ser muito esperado pelos munícipes, sendo que só é possível a participação de até 500 pessoas por conta da estrutura do local. O jantar ocorre anualmente, no primeiro sábado do mês de junho, e costuma atrair não só pessoas da cidade, mas também da região.

Além dos eventos citados, há no calendário do município outras comemorações, como bailes, almoços, reuniões e festejos específicos das comunidades, que ocorrem no interior, além de eventos escolares, religiosos e voltados à cultura gaúcha. No entanto, estes são eventos menores e costumam ser organizados com foco no entretenimento e confraternização da população local.

Rotas e Roteiros Turísticos

Segundo o Mapa do Turismo Brasileiro, do Ministério do Turismo, o município de Taquaruçu do Sul faz parte da **região turística** denominada **Rota Águas e Pedras**. Na esfera estadual, Taquaruçu do Sul 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 Taquaruçu do Sul, o site não retorna nenhum resultado.

As principais rotas e roteiros turísticos já existentes e operacionalizados na região geográfica envolvem os municípios de **Ametista do Sul, Iraí, Frederico Westphalen e Derrubadas**. Este último não faz parte da região turística Rota Águas e Pedras do Ministério do Turismo e sim da região turística **Rota do Yucumã**. Derrubadas recebe destaque pois possui um importante atrativo natural, o **Salto do Yucumã**, a mais extensa queda d'água longitudinal do mundo, localizada no Parque Estadual do Turvo, na divisa com a Argentina. Taquaruçu do Sul situa-se a cerca de 54,4 quilômetros de distância de Derrubadas, se utilizado o trajeto mais rápido entre os dois municípios, via ERS-472. Deste modo, é bastante comum a comercialização de pacotes turísticos que envolvem, além dos municípios da Rota Águas e Pedras, o município de Derrubadas.

Especificamente dentro do município de Taquaruçu do Sul, **não há roteiros turísticos elaborados** e em pleno funcionamento. A visitação ao município, especificamente para fins de turismo, é escassa, pois os atrativos existentes ainda não possuem foco turístico, sendo mais voltados para o beneficiamento da população local. O público externo que se dirige ao município se restringe a pessoas a trabalho, pessoas que vão visitar seus familiares que residem na cidade e moradores de municípios vizinhos ou próximos.

Infraestrutura

Acesso e transporte

Taquaruçu do Sul localiza-se a cerca de 426 quilômetros de distância de Porto Alegre. O **trajeto mais curto é via a BR-386**, passando por Nova Santa Rita, Estrela e Lajeado, subindo o Estado em direção à divisa com Santa Catarina. Este percurso tem duração estimada em 5 horas e 50 minutos quando percorrido de carro. Há também a opção de utilizar a **BR-386 e depois a BR-287**, passando por Santa Cruz em direção à Soledade (6h42min de viagem) ou a **BR-386 e depois a RS-240/ERS-122** tem acesso em Portão, alcançando Bento Gonçalves e seguindo em direção à BR-285 rumo à Passo Fundo e, posteriormente, Taquaruçu do Sul (7h42min de viagem).

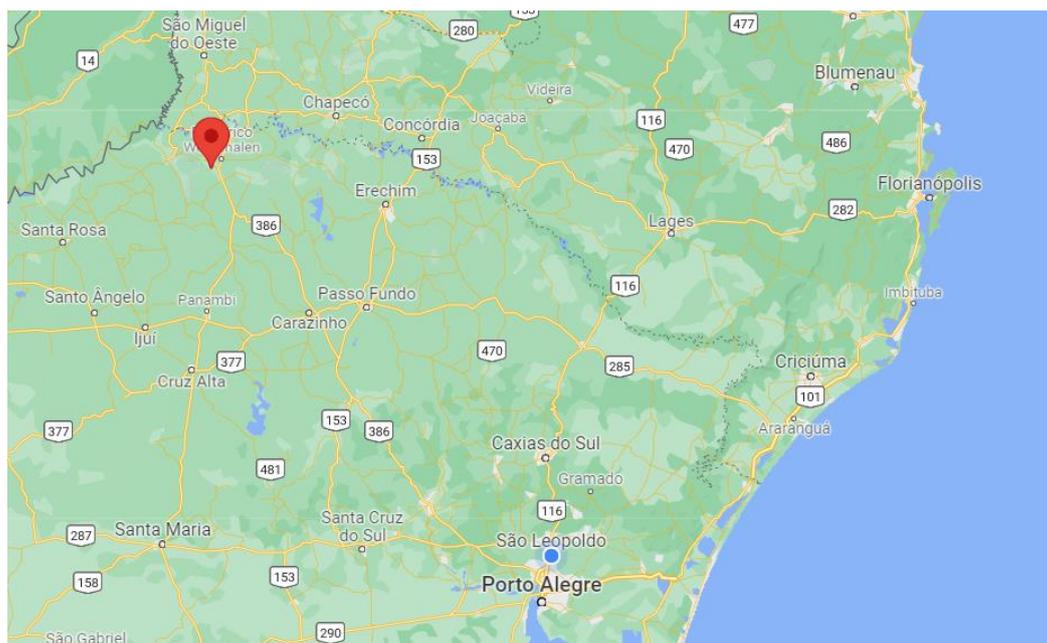
Para quem viaja de **ônibus** de Porto Alegre, não há opção de transporte direto para Taquaruçu do Sul. A viagem necessita ser feita em dois trechos: **de Porto Alegre para Frederico Westphalen** e **de Frederico Westphalen para Taquaruçu do Sul**. A empresa **Ouro e Prata** disponibiliza a viagem de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

Em relação a **Frederico Westphalen**, principal centro de influência de Taquaruçu do Sul, o município localiza-se a 14,4 quilômetros de distância. Algumas empresas de ônibus como Sul Serra e São Cristóvão realizam **transporte intermunicipal** entre Taquaruçu do Sul e Frederico Westphalen, havendo diversos horários de partida em diferentes dias da semana, sendo que, aos finais de semana, há apenas um horário no sábado de manhã. As passagens custam em média R\$ 6,25 e as viagens levam de 20 a 30 minutos. Em comparação à **Passo Fundo**, região de influência intermediária de Taquaruçu do Sul, o município está localizado a 183 quilômetros de distância, quando utilizado o percurso rodoviário mais curto, via a BR-285 e BR-386.

Ao situar Taquaruçu do Sul em relação a **outros municípios da Rota Águas e Pedras**, o município faz divisa com **Vista Alegre**, localizando-se a 4,2 quilômetros de

distância, e com **Seberi**, a 13,7 quilômetros de distância. Em relação aos municípios que **não integram formalmente a região Rota Águas e Pedras**, mas que fazem divisa com Taquaruçu do Sul e estão incluídos nesta edição do Radar de Turismo, Taquaruçu do Sul localiza-se a 30,6 quilômetros de **Erval Seco** e a 32,7 quilômetros de **Cristal do Sul**. Com relação a **Ametista do Sul** e **Iraí**, importantes destinos da região turística, Taquaruçu do Sul localiza-se a cerca de 38,8 e 43,8 quilômetros de distância desses municípios, respectivamente, e a 54,4 quilômetros de **Derrubadas**, outro importante destino da região turística **Rota do Yucumã**. Apesar de haver transporte intermunicipal de ônibus ligando os municípios, principalmente, a Frederico Westphalen, os **traslados turísticos** geralmente são realizados por **transportadoras turísticas** contratadas com esta finalidade.

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



Fonte: Google Maps

Em relação a outras cidades e regiões do Estado do Rio Grande do Sul, verifica-se que Taquaruçu do Sul está localizada a no mínimo 412 quilômetros de distância de Caxias do Sul, na **Serra gaúcha**; a pelo menos 560 quilômetros de distância de Uruguaiana, na **Fronteira Oeste**; e a 514 quilômetros de distância de Osório, no **Litoral Norte**. Na região **Sul**, a 581 quilômetros de distância de Pelotas e a 638 quilômetros de distância de Rio Grande.

Por estar situado no **extremo Norte** do Rio Grande do Sul, Taquaruçu do Sul é próximo de municípios catarinenses que se localizam perto da divisa entre os dois Estados, entre eles **Chapecó**, que tem mais de 227.500 habitantes, a 127 quilômetros de distância, e da **região Oeste** de Santa Catarina como um todo, o que representa um potencial de fluxo turístico originado no Estado vizinho. Além disso, Taquaruçu do Sul está localizado próximo da sua principal região de influência, que é Frederico Westphalen, assim como de destinos turísticos importantes da região da Rota Águas e Pedras, como o município de Iraí.

Para acessar a cidade de Taquaruçu do Sul, é necessário trafegar pela BR-158 e, posteriormente, entrar na **ERS-472**. Na BR-158 há apenas **uma placa** que indica a direção da cidade, no sentido Seberi/Taquaruçu do Sul. Para quem está trafegando no sentido Frederico Westphalen/Taquaruçu do Sul, as placas de entrada para a ERS-472 informam apenas as cidades de Tenente Portela, Três Passos e a Rota do Yucumã. A ERS-472 é de fácil acesso no sentido Frederico Westphalen/Taquaruçu do Sul, no entanto, no sentido contrário, é necessário aguardar no acostamento e atravessar a BR-158, sendo que não há estrutura na estrada adequada para isso, somado ao trânsito intenso, especialmente nos horários de pico, o que torna esse acesso perigoso.

A **entrada** de Taquaruçu do Sul fica às margens da ERS-472, sendo necessário sair da rodovia e entrar diretamente na cidade, sem o auxílio de rótulas ou outros recursos, o que torna a entrada um pouco abrupta. A chegada na cidade é sinalizada por meio de um **pórtico** com os dizeres: “Taquaruçu do Sul - Mais belo por mim e por você!”, bem como um letreiro de concreto escrito “Eu amo Taquaruçu do Sul”. Próximo ao letreiro de concreto, há também dois elementos dispostos no gramado: uma carroça sendo puxada por animais e uma escultura de um peixe, sendo que não há nenhuma placa explicativa sobre esses elementos.

Foto 10: Pórtico e sinalização da entrada de Taquaruçu do Sul



Fonte: IPM Unisinos

Foto 11: Elementos próximos ao pórtico de entrada



Fonte: IPM Unisinos

Taquaruçu do Sul **não possui uma estação rodoviária**. O embarque e desembarque de passageiros costuma ser feito em uma **parada de ônibus** junto à Praça da Matriz, não havendo nenhuma estrutura além de um toldo de proteção e bancos de concreto no local. Por ser em uma área central da cidade, é possível comprar alimentos ou ter acesso a agências bancárias com facilidade no entorno da parada, além da possibilidade de utilizar os banheiros públicos disponíveis na Praça da Matriz. Não há nenhum local formal e específico voltado a ceder **informações** sobre horários de ônibus, além de um bar que fica em frente à praça.

Foto 12: Parada de ônibus de Taquaruçu do Sul



Fonte: IPM Unisinos

Taquaruçu do Sul também não conta com **site próprio na internet** para consultas de horários de viagens ou compra de passagens. Ao pesquisar no Google por “rodoviária de Taquaruçu do Sul” ou “terminal de ônibus de Taquaruçu do Sul”, **não há resultados** associados com essas buscas, como endereço ou telefone disponível para este fim. Portanto, só é possível obter informações sobre horários de ônibus para a cidade a partir de sites de empresas específicas, que operam trechos no município, bem como por meio do site da rodoviária de Frederico Westphalen em relação aos ônibus que têm como origem essa cidade. Com relação a outros meios de transporte, não há **táxis** disponíveis e também não há transporte por aplicativo em funcionamento, como Uber e Garupa.

Apoio ao Turista e Conveniências

Taquaruçu do Sul não possui **agências de turismo registradas no Cadastur**, contando apenas com **1 cadastro de transportadora turística**. O **turismo receptivo** é desenvolvido na região da Rota Águas e Pedras por agentes e agências de turismo, que **não necessariamente incluem Taquaruçu do Sul em suas rotas e roteiros**. Os destinos

mais visitados, atualmente, são Ametista do Sul, Iraí e Frederico Westphalen, além de Derrubadas, integrante da Rota do Yucumã.

Taquaruçu do Sul **não possui** um Centro de Atenção ao Turista (CAT) em funcionamento ou estrutura similar para a concessão de orientações e informações turísticas. Também não foi identificada a existência de **material informativo impresso** como mapas, folders, *flyers*, elaborado e disponibilizado pelo poder público. Com relação à sinalização, somente as ruas que ficam no perímetro urbano são identificadas por placas, sendo que algumas placas se encontram deterioradas. No interior e nas “Linhas” do município, mais afastados do perímetro urbano, há pouca ou nenhuma sinalização, além de não ter **sinal telefônico** ou de **internet**, o que prejudica a localização do turista, especialmente ao tentar encontrar os **atrativos turísticos** presentes nessas zonas. Sobre a **estrutura bancária**, o município possui agências das cooperativas Sicredi e Cresol, além de uma lotérica da Caixa. Sobre a **estrutura de saúde**, a cidade conta com ao menos uma farmácia e um posto de saúde, recorrendo à estrutura de saúde de Frederico Westphalen e de Tenente Portela em casos mais complexos ou de internação.

Hospedagem

Como meios de hospedagem, consideram-se **hotéis** e **pousadas**. No **Cadastur**, não há nenhum meio de hospedagem registrado em Taquaruçu do Sul e, durante a pesquisa, também não foi identificada a existência de meios de hospedagem deste tipo no município. Ao procurar no Airbnb por acomodações em Taquaruçu do Sul, a maioria dos resultados gerados se refere a opções de hospedagem em Ametista do Sul, não tendo sido identificadas alternativas especificamente no município. No momento, os visitantes que estão na cidade devem procurar opções de hospedagem em cidades vizinhas, como Palmitinho e Frederico Westphalen, com alternativas a 12,5km e 15km de distância de Taquaruçu do Sul, respectivamente.

Assim sendo, conclui-se que a oferta de hospedagem de Taquaruçu do Sul é **inexistente**. No momento, não há um fluxo significativo de visitantes na cidade que justifique a criação de opções de hospedagem. No entanto, foram visualizadas algumas oportunidades relacionadas a meios de hospedagem com foco no **turismo rural**,

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

Gastronomia

Como estabelecimentos gastronômicos, consideraram-se **restaurantes, lancherias, padarias, sorveterias, cafeterias**, entre outros. No **Cadastur**, existem **2 estabelecimentos** registrados na categoria de “restaurante, cafeteria, bar e similares” em Taquaruçu do Sul: **Bar e Restaurante Blanco** e **Mercado do Jefe**. Durante a pesquisa, foi possível identificar ao menos mais um restaurante na cidade, o **Restaurante Dal Piva**.

Todas as opções de alimentação de Taquaruçu do Sul estão localizadas na área central da cidade ou em sua proximidade. O Bar e Restaurante Blanco é o único estabelecimento que não está especificamente no centro, já que está às margens da ERS-472, estrada com bom fluxo de viajantes e que também conecta Taquaruçu do Sul a municípios próximos/vizinhos, como Vista Alegre e Palmitinho. O **Studio Gastrô**, é o estabelecimento de alimentação com maior relevância no município, atendendo não só pessoas da cidade, como também de cidades próximas e de quem está trafegando pela ERS-472. O local fica anexo a um posto de gasolina, e oferece almoço no estilo buffet livre ou a quilo, de segunda a sexta-feira, com comidas variadas e grelhados. Na parte da noite, são servidos lanches e porções, de quarta a domingo, sendo que nas sextas e sábados há também rodízio de pizza.

O **Restaurante Dal Piva** fica em frente à Praça da Matriz e possui cardápio semelhante ao Studio Gastrô. Ao meio-dia, é servido buffet, e na parte da noite há lanches, porções, pizza, pastel, entre outros. O local é simples, e aspectos como a aparência do ambiente e limpeza deixam a desejar. O restaurante fica aberto de segunda a sexta-feira, das 8 horas às 22 horas, e aos sábados das 18 horas às 23 horas.

Além das opções citadas, que são ofertas mais voltadas ao almoço e jantar, não foi possível encontrar alternativas para cafés e lanches, além da possibilidade de comprar alimentos em mercados locais. Ressalta-se que nenhum dos restaurantes ou mercados disponíveis na cidade abrem aos domingos, dia de potencial fluxo turístico, o que pode deixar o visitante sem opções de alimentação, tendo que buscar alternativas em cidades próximas.

De maneira geral, o **atendimento** prestado nos estabelecimentos gastronômicos de Taquaruçu do Sul é informal e familiar. Devido à **pandemia da Covid-19**, os estabelecimentos de alimentação tiveram de seguir medidas para evitar a disseminação da doença, descritas em protocolos oficiais e decretos. Foi possível observar, como principal medida adotada pelos locais, a disponibilização de álcool gel. O uso de EPI's, como luvas descartáveis, o uso obrigatório de máscaras para colaboradores e clientes, bem como o distanciamento entre as mesas foi possível observar apenas no Studio Gastrô. Nesse contexto, o **selo Turismo Responsável** também é aplicável a restaurantes, cafeterias, bares, entre outros, mas no caso dos estabelecimentos de alimentação de Taquaruçu do Sul, **nenhum deles possui o selo**.

Considerando todos estes aspectos, avalia-se a oferta gastronômica em Taquaruçu do Sul como **insuficiente**. Embora os estabelecimentos existentes atendam parcialmente a demanda da cidade e de quem está a trabalho no município, não há variedade nos cardápios oferecidos e não há opções para cafés, lanches e vida noturna. Além disso, não há nenhum estabelecimento que opere aos sábados ao meio-dia e aos domingos, dias de maior potencial turístico, o que não favorece o desenvolvimento do turismo na cidade.

Como principais **oportunidades** nessa dimensão, cita-se a possibilidade de qualificação dos estabelecimentos existentes, como forma de oferecer um melhor serviço e atendimento ao cliente, além da criação de novos estabelecimentos gastronômicos, com foco turístico e cardápios diversificados, seja para almoço, lanche, café ou jantar. A criação de novos estabelecimentos também pode ser favorecida por conta da localização de Taquaruçu do Sul, que está às margens da ERS-472, estrada que faz parte do trajeto até o Salto do Yucumã, atrativo natural consolidado do município de Derrubadas e que já recebe um bom fluxo turístico. Por conta da colonização italiana no município, cujas tradições estão fortemente presentes nas

celebrações da população local, a exploração da cultura e da **culinária italiana** por meio de estabelecimentos gastronômicos também é uma possibilidade nessa dimensão. Por fim, sugere-se a adequação da infraestrutura física dos locais que ainda não possuem **acessibilidade**.

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. Infraestrutura: Infraestrutura Geral (trânsito, saneamento, energia, comunicações, etc.) e Acesso</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ● Usina hidrelétrica em funcionamento; ● Embelezamento e paisagismo da cidade; ● Localização estratégica (Salto do Yucumã), facilidade de acesso pelas rodovias. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Deficitária sinalização de acesso; ● Não há sinalização turística; ● Falta sinalização urbana e rural; ● Deficitário sinal de internet e telefonia; ● Deficitária iluminação no meio rural (pública); ● Precário fornecimento de água potável no interior; ● Deficitário fornecimento de água (Corsan) na cidade; ● Não há um mapeamento (inventário) da oferta turística local; ● Falta investir em mobiliário urbano; ● Não há paisagismo e mobiliário no interior; ● Estradas de chão com necessidade de manutenção; ● Falta de acesso aos atrativos turísticos; ● Trevo de acesso é perigoso e mal-estruturado e sinalizado; ● Não há rodoviária.
<p>2. Políticas Públicas: Política Pública, Cooperação Regional; Monitoramento: Pesquisa, dados; e Economia: Economia Local e Capacidade Empresarial</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ● Existência do Comtur – Conselho Municipal de Turismo; ● Há o Fundo Municipal de Turismo – Fumtur; 	<ul style="list-style-type: none"> ● Não há uma política pública voltada ao turismo; ● Não há investimentos na área turística;

<ul style="list-style-type: none"> ● Fazem parte da Região Águas e Pedras; ● Há capacidade de investimento no setor do turismo – há empreendedorismo; ● Integram o mapa do turismo brasileiro; ● Fazem projetos para captar recursos; ● Elaboração (em curso) do Plano Municipal de Turismo; ● Parcerias com Sicredi, Sebrae, Sindicato, Emater, IFFAR, Universidade Federal de Santa Maria, URI, etc; ● Entidades e instituições locais unidas e parceiras. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Não há uma Secretaria de Turismo (está junto à Educação, mas na legislação está como Departamento da Secretaria de Administração); ● Não há uma Diretoria de Turismo; ● Faltam recursos para investir no turismo; ● Falta integração entre os municípios da região (ainda há bairrismo municipal).
<p>3. Capacitação – Cursos, formação, qualificação, capacitação, visitas técnicas, famtours, benchmarking, turismo seguro</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ● Proximidade com as universidades. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Falta conhecimento por parte dos investidores/empreendedores, de como desenvolver o turismo; ● A própria comunidade desconhece seus atrativos; ● Não realizam visitas técnicas internas; ● Não realizam visitas técnicas externas - benchmarking.
<p>4. Turismo: Serviços e Equipamentos Turísticos, Atrativos Turísticos. Sustentabilidade: Aspectos Ambientais, Aspectos Sociais e Aspectos Culturais</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ● Gastronomia diversificada; ● Produção de artesanato local qualificado; ● Piscicultura; ● Cultura italiana e gaúcha; 	<ul style="list-style-type: none"> ● Não há meios de hospedagem; ● Não há um Centro de Atendimento ao Turista; ● Marcos do município sem explicação (Peixe no Pórtico); ● Há a necessidade de qualificar a

<ul style="list-style-type: none"> ● Existência de CTG; ● Associação Cantare e Ridere; ● Existência de dois restaurantes: Estúdio Gastro e Restaurante Dal Piva; ● Praça da Matriz; ● Igrejas; ● Feira do Peixe; ● Belezas naturais - Natureza exuberante; ● Agroindústrias diversas (filés de peixe, derivados de suínos e ovos); ● Banda Marcial; ● Usina Granja Velha; ● Cascatas e cachoeiras; ● Pocilgas, aviários, criação de gado leiteiro; ● Família Garcia (Figueira), Izidoro Casaril (produção de aguardente), Edi Bottezini (ervateira), Família Amália Gambin (artesanato em madeira, passeio a trator, antiguidades, degustação de cachaça e lanche colonial), Plácida Albarello (casa original antiga e galpão com antiguidades), Franciosi, (Reserva Particular Natural na Linha Pesseguero), Ari Queirós (cascatas naturais). 	<p>oferta gastronômica voltada ao turista;</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Faltam locais para as pessoas se reunirem; ● Não há oferta de experiências aos finais de semana; ● Maior parte dos estabelecimentos fecha aos finais de semana; ● Não há rotas ou roteiros turísticos definidos; ● Não exploram o turismo rural; ● Não há oferta de transporte turístico; ● Não há um receptivo (agência) turístico; ● Não há um espaço para comercialização do artesanato local; ● Não há uma associação de artesãos; ● Existência de 100 pocilgas – com cheiro forte; ● O museu estruturado foi desfeito e boa parte das peças se perdeu; ● Não há uma biblioteca pública do município; ● Não há guias ou condutores locais de turismo; ● Não aproveitam o potencial do rio e quedas d'água.
---	--

5. Promoção - Marketing e Comunicação – promoção do destino

<ul style="list-style-type: none"> ● Há uma Rádio Comunitária; ● Há o site da prefeitura; ● Há as mídias sociais da prefeitura. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Não há mídias sociais (Facebook e Instagram) do Turismo local @visitetaquaruçodosul ● Não há um Plano ou Estratégia de Marketing;
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> ● Não há um site específico do turismo; ● Não trabalham o posicionamento digital e a promoção dos atrativos nos grandes portais (TripAdvisor, Booking, Airbnb, etc); ● Não há um mapa do município; ● Não há um padrão de sinalização e identificação dos empreendimentos turísticos – placas interpretativas; ● Não há uma marca do turismo do município; ● Não há folheteria para promoção do turismo; ● Não há um banco de imagens e vídeos do município; ● Sinal da rádio comunitária é deficitário (restrição legal). Não há uma rádio comercial; ● Não participam em feiras e eventos do setor turístico; ● Não há um profissional para trabalhar no marketing do município; ● Faltam informações do município no site da Sedetur (Secretaria de Estado do Turismo).
<p>6. Eventos: Estabelecer um calendário de eventos (foco no turismo) – existentes e novos</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ● Eventos qualificados: Feira do Peixe, Jantar Italiano, Festa do Leitão, Novena e Festa de São Roque; ● Eventos de Motocross; ● Grupo de Trilheiros; ● Existência de uma Casa da Cultura; ● Salão Paroquial, estruturado para 	<ul style="list-style-type: none"> ● Não há um calendário de eventos turísticos; ● Faltam eventos privados para atrair turistas.

<p>eventos;</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Lona para realização de eventos de rua; ● Realização de shows na 'rua coberta' ou Centro de Eventos; ● Existência de calendário de eventos do município. 	
<p>7. Monitoramento – pesquisa, perfil e fluxo, Observatório do Turismo, impacto do turismo</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ● Construção do RADAR – diagnóstico do turismo local. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Não há um inventário da oferta turística; ● Não há estudos sobre impacto do turismo; ● Não há pesquisa sobre fluxo de turistas.
<p>AMEAÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Condições climáticas extremas/sazonalidade; ● Possíveis novas pandemias; ● Queda da renda em função do desemprego/inflação; ● Estruturas de acesso com necessidade de melhorias (rodovias estaduais e federais); ● Crise econômica – mundial e nacional; ● Descontinuidade de projetos e gestores; ● Posicionamento on-line qualificado de outros destinos; ● Burocracia governamental; ● Falta de criação de marcos legais para a política do turismo; ● Ambiente político nacional instável. 	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Localização estratégica regional/estadual: Região Águas e Pedras; ● Proximidade de Frederico Westphalen e de Palmitinho (cidades com estrutura turística); ● Proximidade da Rota do Yucumã e de Ametista do Sul; ● Concessão do Parque de Derrubadas (Salto do Yucumã); ● Interesse por lugares em meio a natureza, experiências ao ar livre; ● Interesse do turista por empresas que adotam protocolos que passam a segurança e tranquilidade para o visitante; ● Interesse por meios de hospedagem alternativos; ● Interesse do turista por mais atividades voltadas à família (jovens e crianças);

- Aumento da população 50+ e 60+;
- 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 Taquaruçu do Sul **não possui uma página dedicada a ceder informações turísticas** ou informações que possam ser úteis para alguém que esteja de viagem ao município, como por exemplo, meios de transporte, serviços de alimentação e de hospedagem. No **Facebook**⁴, a prefeitura possui uma página oficial, assim como um perfil oficial no **Instagram**⁵. Ambas as mídias são atualizadas regularmente, apresentando notícias sobre diversas áreas, como a realização de serviços, calendário de vacinação, eventos e demais ações realizadas pela prefeitura. Não há nesses canais, no entanto, foco em divulgar atrativos ou atividades turísticas do município ou da região.

Ao buscar sobre “turismo em Taquaruçu do Sul” no Google, o primeiro resultado gerado é o do site **Brasil Turismo**, que traz dados sobre Taquaruçu, município do Estado do Tocantins. O próximo resultado da busca lista a página de turismo⁶ da **Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Rio Grande do Sul (Sedetur)** que apresenta as seguintes seções: Como chegar, Onde ficar, Onde comer e O que fazer em Taquaruçu do Sul. A seção “Onde ficar” está em branco, o que é coerente, já que a cidade, de fato, não possui hotéis ou pousadas. Na seção “O que fazer” são apresentados 6 lugares: Agroindústria Bom Gosto (dedicada à comercialização de tilápia) e Volpato (dedicada à comercialização de embutidos e cortes suíno); Centro de Eventos Sady Zanatta, Paróquia São Roque; Praça da Matriz Monsenhor Albino Ângelo Busato e a Usina da Creluz. Já na seção “Onde comer”, são contemplados os dois restaurantes existentes no município: Dal Piva e Bar e Studio Gastrô.

O terceiro resultado é o site **TripAdvisor**, portal que fornece informações e opiniões de viajantes sobre serviços e atrativos turísticos do mundo todo. Os atrativos, hotéis e restaurantes apresentados na página de Taquaruçu do Sul no TripAdvisor são

⁴ <https://www.facebook.com/prefeituradetaquarucudosul>

⁵ @prefeitura_taquarucudosul

⁶ <https://www.turismo.rs.gov.br/oquefazer/487/taquarucu-do-sul>

de outras cidades, como Vicente Dutra, Frederico Westphalen e Ametista do Sul, não havendo destaque para pontos ou estabelecimentos turísticos localizados, de fato, no município. Portanto, verifica-se que as informações cedidas na internet relacionadas ao município de Taquaruçu do Sul e seus principais pontos de interesse são **escassas, confusas e difusas**, havendo bastante espaço para melhorias neste quesito. Como ponto positivo, ressalta-se a coerência das informações apresentadas no site da Sedetur, que estão atualizadas e representam de fato os principais pontos e atrativos da cidade.

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?

- Usina;
- Agroindústria;
- Eventos;
- Artesanato;
- Belezas naturais;
- Qualidade de vida;
- Hospitalidade;
- Preservação da cultura local;
- Povo acolhedor;
- Preservação da identidade;
- Eventos tradicionais, culturais e religiosos;
- Valorização da cultural local;
- Tranquilidade;
- Comida – gastronomia colonial;
- Serviços essenciais eficientes;
- Propriedades rurais;
- Rios;
- Matas;
- Lagos.

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

- Acolhedora;
- Receptiva;
- Trabalhadora;
- Simpática;
- Caseira;
- Com boa qualidade de vida;
- Pacífica;
- Tranquila;
- Solidária;
- Pequena em extensão, mas grandiosa em qualidades;
- Festiva;
- Religiosa;
- Alegre;
- Cativante;
- Bem cuidada;
- Chamosa;
- Jovem senhora;
- 33 anos;
- Personalidade receptiva;
- Religiosa;
- Segura;
- Simpática;
- Organizada;
- Adora receber visitas;
- Sempre tem um bolinho e um vinho;
- Um bom salame e boa cachaça artesanal;
- Servida com um bom peixe frito;
- Empreendedora.

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

- O Município de Taquaruçu do Sul, situado ao Norte do RS, com aproximadamente 3.200 habitantes, oferece aos seus visitantes diversos pontos turísticos, entre eles: Usina Hidrelétrica, agroindústrias familiares, artesanato, eventos diversos, belezas naturais, gastronomia diversificada, apresenta cultura italiana, gauchesca, conta com a diversificação religiosa e mística e o acolhimento da banda Marcial Municipal. Convidamos você, sua família e amigos, a conhecerem Taquaruçu do Sul, município acolhedor, trabalhador - venha se encantar com a qualidade de vida, variedade demográfica e demais atrativos e belezas que tem a oferecer.
- Venha visitar Taquaruçu do Sul, aqui você encontrará povo acolhedor, carismático e hospitaleiro. Recursos naturais extraordinários, que vão fazer você passar momentos inesquecíveis junto à natureza, além de saborear uma

culinária típica de nosso povo, proporcionando a você uma experiência única. Somos Taquaruçu do Sul, estamos na Rota Turística Regional das Águas e Pedras. Esperamos você!

- Venha para Taquaruçu do Sul, aqui você encontrará belezas naturais inigualáveis, experiências gastronômicas típicas e festividades tradicionais que te proporcionaram momentos para serem eternizados.
- Sabe aquele lugar alegre, pequeno do interior? Taquaruçu do Sul, venha conhecer. Aqui você vai encontrar povo hospitaleiro, comida caseira e saborosa, lugares bonitos junto à natureza, como nossos rios, nossas cachoeiras, além de uma boa roda de conversa com muitas histórias para contar.
- Rota do Yucumã.

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

Taquaruçu do Sul, pequeno município da Região Águas e Pedras, é um lugar alegre, de um povo hospitaleiro, que adora receber visitas e sempre tem um bolinho e um vinho, um bom salame e uma boa cachaça artesanal, servida com um delicioso peixe frito. Lugar para quem gosta do interior e de uma boa roda de conversa, com muitas histórias e causos. A cidade está no caminho para a Rota do Yucumã e nas proximidades de Frederico Westphalen e Ametista do Sul, importantes destinos regionais, e realiza eventos festivos, como o Fratelanza Italiana, a Festa do Leitão e a Feira do Peixe, onde se ouve a Banda Marcial e se escuta este povo, descendente da imigração italiana, mas com um sotaque gauchesco. Lugar de muitas belezas naturais que vão fazer você passar momentos inesquecíveis junto à natureza.

Taquaruçu do Sul, mais belo para te acolher melhor!

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

- Ser referência em turismo rural, e de qualidade de vida, na região Norte do RS, diversificação e ampliação dos atrativos, conexão com os demais municípios da região, com rotas internas e externas, consolidação da cadeia produtiva, com geração de emprego e renda.

- Ser visto como um ótimo lugar para lazer com a família e proporcionar momentos de felicidade.
- Visão de desenvolvimento turístico, com turismo rural, que agregue valor aos produtos da agricultura familiar, base da economia do município, que seja atrativo para que os jovens permaneçam em sua propriedade, vislumbrando no turismo um potencial econômico de renda.
- Pórtico revitalizado, boa sinalização, site e redes sociais ativos, folders, com pontos turísticos catalogados, propriedades em rota para receber o turista.

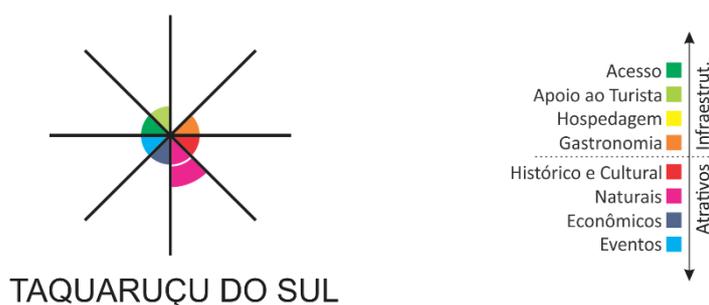
Com base nos apontamentos dos grupos, a consultora propõe a seguinte visão:

Ser referência em Turismo Rural, na Região Águas e Pedras, mantendo a qualidade de vida, diversificando a matriz econômica e gerando emprego, renda e empreendedorismo, estimulando a permanência dos jovens no município, com o Plano Municipal de Turismo implantado e sendo percebido como um ótimo lugar para quem busca momentos felizes de lazer com a família.

Síntese – IPM Unisinos

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

Figura 5: Resultado do Radar de Taquaruçu do Sul



Fonte: IPM Unisinos

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

Conclui-se, assim, que **o posicionamento turístico de Taquaruçu do Sul não é claro**. Algumas iniciativas importantes, como a recente reestruturação do Conselho Municipal de Turismo, bem como a criação do Plano de Trabalho do Turismo, demonstram que há interesse no desenvolvimento da atividade turística no município. Por outro lado, são necessárias diversas ações de articulação e planejamento entre os atores ligados ao ecossistema de turismo para que seu respectivo desenvolvimento seja viabilizado.

A partir das informações levantadas por meio do Radar de Turismo, percebeu-se que a cidade apresenta **potencialidades** em diferentes dimensões. Na dimensão de Atrativos Históricos e Culturais, há a possibilidade de criação de um museu destinado a contar, não só a história da cidade, mas da região como um todo, assim como na dimensão de Atrativos Naturais, em que é possível explorar os atrativos da cidade em propostas voltadas ao **turismo de lazer, ecoturismo, turismo de natureza**, entre

outras possibilidades. Destaca-se, na dimensão de Atrativos Naturais, a presença da **Usina Granja Velha**, que pode ser um ponto importante para o desenvolvimento do turismo no município, por conta da estrutura e representatividade do local, bem como das visitas oferecidas. Já na dimensão de Atrativos Econômicos, foi possível identificar a possibilidade de exploração das agroindústrias da cidade, bem como da Associação Cantare e Ridere, que pode apoiar iniciativas voltadas à disseminação da cultura italiana, como os filós italianos, além de propostas temáticas voltadas ao lazer, entretenimento, gastronomia, cultura, entre outros.

No entanto, ressalta-se que, para que o desenvolvimento turístico da cidade seja possível, é necessário a oferta de uma **infraestrutura** mínima de qualidade ao turista, como adequadas condições de acesso ao município, qualidade das informações cedidas pelo município nos meios físicos e digitais, qualificação e ampliação das alternativas gastronômicas, além da possibilidade de instalação de meios de hospedagem na cidade. Tudo isso, somado à criação, aprimoramento e à qualificação de atrativos turísticos, bem como a inclusão de Taquaruçu do Sul em rotas turísticas regionais e/ou a criação de roteiros turísticos municipais, são **pré-requisitos para que o sistema de turismo em Taquaruçu do Sul se desenvolva e consolide.**

Plano de Ações

O Plano de Ações que compõe o Plano de Desenvolvimento do Turismo de Taquaruçu do Sul foi construído em encontro presencial no dia 1º 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 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 considera o seguinte período: curto prazo – um ano; médio prazo – dois anos; e longo prazo – quatro anos.

Inovação com emoção +

Qualidade com hospitalidade +

Segurança com transparência +

Governança com cooperação

PLANO DE AÇÕES

O que fazer	Quem faz	Quando fazer	Prioridade	Recurso	Situação
INFRAESTRUTURA E ACESSO					
Infraestrutura Geral (trânsito, saneamento, energia, comunicações, etc.) e acessos diversos					
Fazer projeto e implantar as placas de sinalização turística;	Prefeitura	Médio prazo	5	Público	
Fazer projeto e implantar placas de sinalização urbana e rural;	Prefeitura	Médio prazo	5	Público	
Referenciar os marcos do município – implantar informações sobre os monumentos do trevo de acesso (peixe);	Prefeitura	Curto prazo	5	Público	
Fazer a manutenção e qualificar os acessos não pavimentados (estradas do interior);	Prefeitura	Médio prazo	5	Público	
Articular com as operadoras de telefonia e internet para qualificar o sinal;	Prefeitura e Amzop	Longo prazo	4	PPP	
Qualificar a iluminação pública no meio rural – fazer estudo de viabilidade e necessidade;	Prefeitura	Longo prazo	4	PPP	
Construir uma ciclovia e caminhódromo que liga Taquaruçu do Sul a Vista Alegre e Área Industrial;	Prefeitura	Médio prazo	4	Público	

Ampliar o fornecimento de água potável no interior e na cidade;	Prefeitura e Corsan	Médio prazo	4	Público	
Fazer um plano de paisagismo e qualificar o embelezamento do município;	Prefeitura	Médio prazo	3	Público	
Fazer estudos e articular com o DAER (Gov RS) para qualificar o trevo de acesso;	Prefeitura e entidades	Longo prazo	3	Gov RS DAER	
Articular para pavimentar os as rodovias regionais, especialmente a ligação do município com Ametista do Sul;	Prefeitura e Amzop	Médio prazo	3	Gov RS	
Revitalizar a Praça da Figueira;	Prefeitura	Médio prazo	3	Público	
Criar projeto de saneamento do município e fazer valer a lei no que tange às práticas ambientais (fiscalização e punição). Seguir o Código de Posturas e estruturar o Plano Diretor;	Prefeitura	Longo prazo	3	Público	
Qualificar o mobiliário urbano e rural (bancos, praças, postes, acessibilidade, etc);	Prefeitura	Longo prazo	1	Público	

POLÍTICAS PÚBLICAS, COOPERAÇÃO REGIONAL E MONITORAMENTO

Política Pública, Cooperação Regional; Pesquisa, dados

Transformar o Plano Municipal de Turismo (PMT)	Prefeitura e	Curto prazo	5	-	
--	--------------	-------------	---	---	--

em Lei Municipal;	Comtur				
Organizar uma agenda mensal de reuniões do Comtur, bem como estruturar as Câmaras Temáticas, para monitoramento do PMT;	Prefeitura e Comtur	Curto prazo	5	-	
Realizar encontros do trade turístico municipal, envolvendo todos interessados;	Prefeitura e Comtur	Curto prazo	5	-	
Criar o Departamento do Turismo (ligado à Secretaria de Educação) e criar o cargo de Diretor de Turismo, com orçamento. Também avaliar a criação da Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo, envolvendo a Indústria, Comércio e Serviços;	Prefeitura	Curto prazo	5	Público	
Criar um grupo de WhatsApp com os participantes da oficina, visando monitorar o plano e implementar as ações;	Prefeitura e Comtur	Curto prazo	5	-	
Contratar pessoa capacitada para o marketing e o atendimento ao turista;	Prefeitura	Curto prazo	4	Público	
Criar a Indicação de Origem do Porco da região Águas e Pedras;	Amzop, Sicredi e Sebrae	Longo prazo	4	PPP	
Ampliar a verba do Fundo	Prefeitura e	Médio	3	PPP	

Municipal de Turismo;	Comtur	prazo			
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 o mapeamento (inventário) da oferta turística do município. Catalogar e mapear as potencialidades turísticas do município;	Prefeitura e Comtur	Curto prazo	5	Público	
Fazer parceria regional para promoção da região turística, com um Centro de Atendimento Regional ao Turista, implantado em Frederico Westphalen;	Amzop	Curto prazo	5	Prefeituras da região Gov RS	
Criar um Centro de Atendimento ao Turista, com guia ou condutor de turismo capacitado e estrutura para bem-receber;	Prefeitura	Médio prazo	4	Público PPP	
Implantar o Museu – construir o espaço e resgatar as peças antigas. Construir a sede da Associação Italiana junto ao museu;	Prefeitura. interessados e Associação Italiana	Médio/longo prazo	4	PPP	
Ativar a Biblioteca Pública Municipal;	Prefeitura	Médio/longo prazo	4	Público	
Criar rotas turísticas no município;	Prefeitura e empreende	Curto e Médio	4	PPP	

	dores	prazo			
Criar a Associação dos Artesãos do Município;	Prefeitura	Médio prazo	4	Público	
Criar experiências turísticas, valorizando a identidade local, especialmente voltadas ao turismo rural e de natureza;	Prefeitura, Emater, Sebrae e Sicredi	Médio prazo	4	PPP	
Incentivar a criação de novas agroindústrias;	Prefeitura, Emater e Sindicato Rural	Médio prazo	4	PPP	
Realizar formação para guias e condutores de turismo;	Prefeitura, entidades e interessados	Médio prazo	3	PPP	
Incentivar a criação de receptivo (agência de turismo);	Prefeitura	Longo prazo	3	PPP	
Incentivar a criação de meios de transporte turísticos e públicos (táxi e transporte);	Prefeitura	Longo prazo	3	PPP	
Construir a Casa do Artesão, junto à Associação dos Feirantes do Município;	Associação dos Artesãos e prefeitura	Médio prazo	3	Público	
Incentivar investidores e empreendedores a estruturarem novas ofertas turísticas, com foco na gastronomia e diversão (experiências turísticas);	Prefeitura e empreendedores	Médio prazo	3	PPP	

Fazer um trabalho em parceria com as empresas (produtores e Astatul), para tratamento dos dejetos das pocilgas, visando diminuir o cheiro;	Prefeitura, Astatul, empresas e produtores integradores	Longo prazo	1	PPP	
Estimular a estruturação/construção de meios de hospedagens no município;	Prefeitura e Comtur	Longo prazo	1	Privado	
CAPACITAR					
Cursos, formação, qualificação, capacitação, visitas técnicas, famtours, benchmarking, turismo seguro					
Sensibilizar a comunidade sobre a importância e as possibilidades de empreendedorismo e trabalho no setor do turismo;	Prefeitura, Comtur, IES e escolas	Permanente	5	PPP	
Realizar um seminário com apresentação de casos de sucesso no empreendedorismo do turismo;	Prefeitura, Comtur, IES, escolas, Sicredi e Sebrae	Permanente	5	PPP	
Realizar visitas aos possíveis empreendedores do turismo no município. Organizar uma caravana, com os participantes da oficina, para avaliar os empreendimentos;	Prefeitura, Comtur, IES, escolas, Sicredi e Sebrae	Permanente	5	PPP	

Realizar cursos de capacitação de Turismo Rural;	Parceiros, Sistema S e Sicredi	Médio prazo	4	PPP	
Ofertar capacitação em gastronomia com o suíno e o peixe como base;	Parceiros, Sistema S e Sicredi	Médio prazo	4	PPP	
Fazer visitas técnicas para outros destinos turísticos consolidados (benchmarking);	Prefeitura, Sebrae e Sicredi	Médio prazo	4	PPP	
Ofertar capacitação para formar Condutores Locais de Turismo e, posteriormente, de Guia de Turismo;	Prefeitura, Comtur, IES e Senac	Médio prazo	4	PPP	
Trabalhar a educação do turismo nas escolas do município;	Prefeitura e Comtur	Permanente	4	-	
Ofertar capacitação para os estabelecimentos gastronômicos e para estimular a criação de novas ofertas no município;	Prefeitura, parceiros, Sistema S e Sicredi	Curto prazo	3	PPP	
Ofertar cursos para os artesãos locais e criar uma coleção de artesanato com a identidade local/regional;	Prefeitura, parceiros, Sistema S e Sicredi	Médio prazo	3	PPP	
Capacitar os empreendedores para produzirem fotos e vídeos de	Prefeitura, parceiros, Sistema S e	Curto prazo	3	PPP	

promoção turística;	Sicredi				
Estruturar visita técnica com foco em educação ambiental e em Produção Agroecológica;	Empreendedor e Comtur	Longo prazo	3	Privado Público	
EVENTOS					
Qualificação dos Eventos – Calendário de eventos turísticos – estruturas e profissionais					
Elaborar o calendário de eventos turísticos do município;	Prefeitura, entidades e Comtur	Anual	5	PPP	
Qualificar a Feira do Peixe, valorizando os talentos locais e a gastronomia, transformando-a em “Festa e Feira do Peixe”;	Prefeitura, participantes, promotores e entidades	Curto prazo Permanente	5	PPP	
Seguir realizando a Feira da Agricultura local, com espaços qualificados para atrair também turistas;	Prefeitura, participantes, promotores e entidades	Curto prazo Permanente	5	PPP	
Valorizar a carne suína nos eventos locais;	Prefeitura, participantes, promotores e entidades	Curto prazo Permanente	5	PPP	
Valorizar o Filó Italiano e definir o mesmo como evento regional;	Prefeitura, entidades, Associação Italiana e Comtur	Médio prazo	4	PPP	

Fazer intercâmbio/parceria com participação em feiras e eventos do setor turístico na região e RS-SC;	Prefeituras, Sebrae e Sicredi	Permanente	3	PPP	
MARKETING E POSICIONAMENTO DO MUNICÍPIO					
PROMOVER - Marketing e Comunicação – promoção do destino					
Criar a marca do Destino Turístico e o slogan;	Comtur, empreendedores e entidades	Curto prazo	5	PPP	
Concluir o Projeto de Criação da Plataforma Digital Radar Turístico da Região Águas e Pedras, com todas informações turísticas regionais (atrativos, serviços, produtos e eventos);	UFSM	Médio prazo	5	Edital PPP	
Contratar profissionais para compor banco de imagens e vídeos para a promoção do município;	Prefeitura	Curto prazo	5	Público	
Criar o padrão das placas de indicação e identificação turística;	Prefeitura e empreendedores	Curto prazo	5	PPP	
Elaborar o folder com mapa turístico do município, identificando a rota/oferta turística local e regional;	Prefeitura, empreendedores, Comtur e entidades	Curto prazo	5	PPP	
Fazer concurso fotográfico, com foco no turismo;	Prefeitura e Comtur	Médio prazo	4	Público	

Contratar profissional para atuar com a informação e promoção turística do município;	Prefeitura e Comtur	Médio prazo	4	Público	
Criar o portal – site – de promoção do turismo local;	Prefeitura	Curto prazo	4	Público	
Convidar influenciadores para visitarem e promoverem o município;	Empreendedores, prefeitura, Comtur e entidades	Longo prazo	2	PPP	
Participar em feiras e eventos do setor turístico (Festuris, Abav e outros);	Empreendedores, prefeitura, Comtur, Gov RS e entidades	Longo prazo	1	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:

- Desafio;
- Diálogo;
- Persistência;
- União;
- Oportunidade;
- Construção;
- Confiança;
- Sonho;
- Solidariedade;
- Planejamento;
- Futuro;
- Projeto;
- Coletividade;
- Inquietação;
- Cooperação;
- Aprendizado;
- Possibilidade;
- Visão;
- Responsabilidade.

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

- Que juntos é possível;
- Ter metas e vontade;
- Motivação para realizar projetos;
- Buscar parcerias, pois ninguém faz nada sozinho;

- A força da coletividade;
- Troca de experiências, o que enriqueceu as reflexões;
- Sentimento de inquietude;
- Diversidade de opiniões e ideias, e a união delas, nos leva a crer que há possibilidade de concretização dos projetos;
- Criar ambiente de boas conversas;
- Instigante;
- Produtiva;
- Que nos leva a enfrentar vários desafios;
- Visão mais ampla sobre o desenvolvimento turístico.

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

- Que o município possui uma ampla variedade turística, que precisa ser lapidada, para que possa se tornar pública, através de divulgação, instigando a curiosidade da população em vir conhecer;
- É importante passar a fazer o turismo local, mais pessoas, disseminar essa ideia para mais pessoas, motivar para agregar a ideia;
- Divulgar na rádio e nas redes sociais;
- Utilizar as mídias locais;
- Promover um seminário para a comunidade;
- Apresentar propostas e projetos na área;
- Identificar os potenciais turísticos e pessoas que tenham interesse ou possibilidade de investir;
- Fazer a conscientização dessas pessoas;
- Identificar parceiros.

4) Como apoiar a efetivação das ações propostas?

- Divulgando;
- Acompanhando;
- Buscar parceiros;

- Mostrar casos de sucesso;
- Apoio do poder público na prestação de serviços;
- Fazer reuniões;
- Conversas com grupos;
- Visitar as comunidades e quem tem potencial;
- Divulgar nas escolas;
- Ter excelência no assunto para poder convencer;
- Manter ativo o grupo, para experimentação interna, com roteiro, visitação e após avaliação.

Monitoramento – Conclusão

Taquaruçu do Sul, que pertence à região das Águas e Pedras, é um município organizado, com boa qualidade de vida e que tem, no turismo, potencial de desenvolvimento. Atualmente, não conta com meios de hospedagens e ainda deve estruturar a oferta turística, desenvolvendo produtos locais, fomentando o turismo rural, de natureza, gastronômico e religioso, além dos eventos, com continuidade de ações, e focando na sustentabilidade.

Deve aproveitar a inteligência coletiva local e inovar no turismo, criando estratégias competitivas que complementem a oferta turística regional. Observa-se que a estrutura de apoio ao turista de Taquaruçu do Sul ainda precisa ser desenvolvida, como *consequência* de um trabalho orientado para o turismo no município.

Ressalta-se que, ao mesmo tempo que a localização da região Rota Águas e Pedras pode ser um empecilho para o desenvolvimento do turismo, por encontrar-se afastada de outras regiões do Estado do Rio Grande do Sul, esse também pode ser um potencial, especialmente para o perfil de turista que procura destinos mais isolados, com foco em atividades de descanso, lazer, contemplação e conexão com a natureza. Portanto, a oferta de propostas nessa linha, aliadas a uma infraestrutura completa e de qualidade de atrativos, hotelaria e gastronomia, podem ter grande apelo.

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

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

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

A oficina foi de grande valia, pois permitiu a participação de todos nesta construção. O plano é resultado da visão da comunidade, setor público e privado que, juntos, desejam o melhor para Taquaruçu do Sul. Mas agora será fundamental que estes encontros sigam, sejam sistemáticos, e que se trabalhe, efetivamente, com: UNIÃO, PLANEJAMENTO E AÇÃO.

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

Um lembrete:

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

Vocês devem divulgar o seu território!

Referências

Águas & Pedras: posicionamento e estratégias turísticas para o desenvolvimento regional. -- 1. ed. -- Porto Alegre, RS: Fabricio Tarouco, Paulo H. R. Bittencourt, Gabriel Gallina Jorge, Marcelo J. Fonseca, Guilherme Trez, 2022 Disponível em: https://www.sicredialtouruguai.com.br/media/documentos/a61f7146-e554-40f5-a7e6-b5a18bf701f9/livro_aguas_e_pedras_2022_digital_compactado.pdf. Acesso em: 30 ago. 2022.

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

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

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

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

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

IBGE. **Panorama cidades – Taquaruçu do Sul**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/taquarucu-do-sul>. Acesso em: 29 out.2022.

INSTITUTO DE PESQUISA DE MERCADO (IPM) - UNISINOS. **Radar Turístico: Taquaruçu do Sul**. *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. Acesso em: 10 mar. 2022.

PREFEITURA MUNICIPAL DE TAQUARUÇU DO SUL. Site Institucional. Disponível em:
<https://www.taquarucudosulrs.com.br/>. Acesso em: 20 out.2022.

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

Anexo I – Lista de Presença

Confidencial

LISTA DE PRESENÇA - TAQUARUÇU DO SUL						
REGIONAL: SEBRAE NORTE		AGENDA: 166755	PALESTRA DE ELABORAÇÃO DE PLANO MUNICIPAL PARA TURISMO - PRODUTO DE TERCEIROS			
INSTRUTORES: IVANE MARIA REMUS FAVERO		PROJETO: 2022-Estruturação do Turismo da Rota Águas e Pedras				
Nº	CNPJ	CPF	PARTICIPANTE	TELEFONE	EMAIL	ASSINATURA
1		921.320.810-34	Juciani Borges / Borde	55 99617 4274	juciani_alborella@vivo.com.br	<i>Juciani</i>
2		462.502.710-15	Diana Thiele dos Santos	55.99682.6075	dianathielesantos@gmail.com	<i>Diana</i>
3		015.240.530-58	Elegans Badoni	55 99671 1244	eizi_bond@hotmail.com	<i>Elegans</i>
4		462.497.100-00	Sivana M ^{te} Turchetto	55 99631 2245	Sivana.turchetto@hotmail.com	<i>Sivana</i>
5		617.055.263-68	Mônica B. D. Pellegrini	55 99696 1929	monicapellegrini@gmail.com	<i>Mônica</i>
6		460.326.870-72	Clara Rossato Guerra	55-99623 1099	clararossato@uol.com.br	<i>Clara</i>
7		647.710.900-30	Tatiana Bandeira	55 98402 0784	tatianag@sebrae.com.br	<i>Tatiana</i>
8		910.856.360-53	Janaina Amadori	55 99924 0747	janaina.amadori@uol.com.br	<i>Janaina</i>
9		016.032.740-98	Carina da Freixo	55.99715 9714	carinaestudofreixo@yaho.com	<i>Carina</i>
10		821.125.840-49	Elisan M. Maurício	55-99941-1399	ELISAN.MAURI@uol.com.br	<i>Elisan</i>
11			Verônica Lopo	9999255092		<i>Verônica</i>
12		460.199.600-72	Luiz B. Aze			<i>Luiz</i>

Confidencial

13		92694232015	Viviane Pagani	5599429647	vivianep@uol.com.br	<i>Viviane</i>
14		00307053040	Viviane Albarello	55 998035433	vivianealbarello@uol.com.br	<i>Viviane</i>
15		227-74260074	Regina Karol	999736589		<i>Regina</i>
16		021.501.440-35	Comila F. Ottavio	9 93417522	comilaf@uol.com.br	<i>Comila</i>
17		022.948.270-82	Luana Battezzini	996273604	luana_bat@hotmail.com	<i>Luana</i>
18		010.725.460-60	Edinivaldo Braga	55 99848 1074	edinivaldo_braga@uol.com.br	<i>Edinivaldo</i>
19		969.556.600-63	Debra D. P. Bonatti	55 99449 123	debra.d.p.bonatti@gmail.com	<i>Debra</i>
20		996472797	Calixto S. Silva	001 637 980-28	calixto_silva@uol.com.br	<i>Calixto</i>
21		716710640-20	Guimaraes F. F. Estrach	651 999867339	guimaraesf@uol.com.br	<i>Guimaraes</i>
22		947.229.190.20	Joel da Silva	0559916218987	JOEL.SILVA@uol.com.br	<i>Joel</i>
23		47412566034	MARCO SPONCHIATO	55 996911191	marcosponchiato@uol.com.br	<i>Marco</i>
24		494.234.600.20	JOÃO BATISTA PELLEGRINI	996 961416	joao.pellegrini@uol.com.br	<i>João</i>
25		34351558091	Julio C. Baccan	55 996866076	julio@baccan.com.br	<i>Julio</i>
26		01650272073	RODRIGO A. CASTELLI	55 333135513	RODRIGO.CASTELLI@uol.com.br	<i>Rodrigo</i>

27	043252810-53	Edmundo A.N. Zanoni	55999173518	edmundozanoni@lbrasil.com.br	Edmundo
28	012.392.390-50	Mateus A. Lorenzin	(55)96127-8335	mlorenzin@matel.br	Mateus Lorenzin
29	46001974091	Breno A. Spachiodi	(55)996133255	brenoantoniospachiodi@igmail.com	Breno
30	01800666083	Sulimara Spagnol Rodrigues	1551999540912	sulimara.spagnol@hotmail.com	Sulimara

31. 462.502.390-49 Sandra R.C. Spachiodi (55)999249527 sandrarcespachiodi@gmail.com
 Leandirio Lourenço Feres 996032896 srespachiodi
- 32- 023.192.830-05 Marcos Gêze 999897583 marcosgêze@gmail.com
- 33- 935 450 330 72 Marta M. Polpatto Bettgini (55)996146483 marta_bettgini@yahoo.com.br
- 34- 014. 595 830-96 Dirce Baldin Cardoso (55)99919-8625 dircebaldin@gmail.com. RBC

LISTA DE PRESENÇA - TAQUARUÇU DO SUL						
REGIONAL: SEBRAE NORTE		AGENDA: 166756	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		49412566034	MARCO SPANCHIADO	55996919191	marcospanchidoms@gmail.com	
2		74722919020	Jail da Silva	55996219887	jail.silva@psm.br	
3		016.032.470-99	Carina Maria Freus	55-994159714	@yanees.com	
4		223-19360034	Sydney Casarol	55-999973628	S.T.P.	
5		462.502.390-49	Sandra R. B. Spanchiada	(55) 999249527	sandra.rcspanchiada@gmail.com	
6		921320810-34	Juiani Carlos Albarello	55 99674274	juiani_albarello@siarcel.com.br	
7		010725660-60	Edineia Aparecida Braga	55.98943674	edi.br.braga@hotmail.com	
8		46249710000	Sivina M. Turchetto	55996312245	Sivina.turchetto@hotmail.com	
9		716710640-20	Germana Diniz Fagundes	(55) 999867339	germanadiniz@hdmail.com	
10		043262810-53	Edmundo A. N. Zanoni	(55) 999175518	edmundozanoni@hotmail.com	
11		617055863-68	Mendonça B. D. Pellegrini	55-996363929	mendoncapedagogia@gmail.com	
12		00307053040	Niriane Albarello	55-999035438	niriane.albarello@xato.com.br	

13		321.125.840-49	Lilian M. Manzin	5599941-1399	lilian.manzin@xato.com.br	
14		01100666038	Sidimara Espagnol Rodriguez	5599548912	sidimaraespagnol@hotmail.com	
15		935.750.330-72	Marta M. B. Bottegni	55 996146483	Marta_bottegni@yahoo.com.br	
16		930.856.160-53	Elmichele Aparecida	55999240747	Elmichele@xato.com.br	
17		34351558091	Felipe Cesar Casem	55 996886076	felipecesar@xato.com.br	
18		46013687072	Claine Rosato Guimaraes	559 9623-1099	clainerosato@xato.com.br	
19		014.595.89096	Deise Baldin Tardozzi	55 99919-8625	deisebaldin@gmail.com	
20		023192.83005	Marcos Giza	999887583		
21		462.502710.15	Quiana Thiele dos Santos	99682.6075	quianathielesantos1@gmail.com	
22		949556600-63	Silvia D. P. Bonassi	999449123	silviadp@xato.com.br	
23		##90647.710-90030	Tatiana Bandalen	99615.6533	tatanac@xato.com.br	
24		01650222073	RODRIGO R. CASTELLI	55993195519	RODRIGOCASTELLI@xato.com.br	
25		01524053058	Eliziana Cadorna	55996711294	elzi.kosa@hotmail.com	
26						

Anexo II – Foto das atividades







Anexo III – Convite para a comunidade



**Vamos
falar de
Turismo?**

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

Data: 01/09/2022

Horário: 08 horas

Local: Casa da Cultura de Taquaruçu do Sul/RS

Esperamos você!



Anexo IV – Avaliação de Turismo - IPM Unisinos

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

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

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

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

Imagem, limpeza e conservação dos locais	
Imagem e apresentação dos alimentos	
Acessibilidade (entrada, circulação, banheiros)	
Outras perguntas para compor o relatório (itens que NÃO pontuam)	Disponibilidade
Disponibilidade de meios de pagamento eletrônicos	
Disponibilidade de nota fiscal (não apenas recibo)	
Valores praticados (há alternativas mais baratas e mais caras?)	
Estabelecimentos possuem fachada	
Há sinalização indicativa para os estabelecimentos (como chegar)	

Eventos (itens que pontuam)	Disponibilidade
O município possui calendário de eventos anual definido pela Prefeitura	
O calendário de eventos do município é oficial e formalizado	
O calendário de eventos anual está divulgado na internet, em canais oficiais (site da Prefeitura Municipal, página da Prefeitura no Facebook)	
Abrangência/projeção dos eventos do município local/regional/estadual/nacional	
Os eventos do município são bem distribuídos ao longo do ano (sazonalidade)	
Tradição/constância dos eventos do município	
O município conta com pelo menos um evento sistemático cujo tema é relacionado a cultura/história/natureza/economia local (público ou privado)	
Outras perguntas para compor o relatório (itens que NÃO pontuam)	Disponibilidade
O município realiza eventos com fins econômicos/geração de negócios tais como: feiras, exposições de produtos, remates, shows e festivais... (públicos	

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

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

atrativos	
Quanto a qualidade do atendimento presencial prestado nos principais atrativos	?
Quanto as condições/qualidade das ruas de acesso aos atrativos	✓
Quanto ao estado de conservação/manutenção dos atrativos	✓
Governança e Cooperação (não pontua, apenas descritivo)	Disponibilidade
O município conta com uma Secretaria de Turismo?	?
O município conta com pelo menos um profissional de turismo (turismólogo, guia...) na equipe?	?
O município possui um Plano de Turismo?	✓
O Plano de Turismo está em execução?	?
O município possui um Conselho de Turismo?	✓
O Conselho de Turismo está em funcionamento? (reuniões e ações regulares, sistematizada)	?
O Conselho de Turismo é composto por membros de diferentes setores/segmentos importantes para o turismo?	✓
O município possui alguma organização, associação, projeto (não governamental) em prol do turismo?	?
O município realiza monitoramento do seu fluxo turístico? (possui indicadores atualizados)	?
O município possui compreensão sobre o seu perfil de turismo? (quem são os visitantes, o que fazem na cidade...)	?
Os atores tem um bom nível de engajamento na causa do turismo no município	?

