

Plano Municipal de Turismo de Imigrante/RS



AGOSTO, 2022



FICHA TÉCNICA

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO RIO GRANDE DO SUL – SEBRAE/RS

Diretoria Executiva

Diretor Superintendente – André Vanoni de Godoy

Diretor de Administração e Finanças – Marco Aurélio Paradedda

Diretor Técnico – Ayrton Pinto Ramos

SEBRAE REGIONAL VALES DO TAQUARI E RIO PARDO

Gerente – Liane Beatriz Portantiolo

Gestor – Diego Zenkner

PREFEITURA MUNICIPAL DE IMIGRANTE

Prefeito – Germano Stevens

Vice-Prefeito – Fabiano Acadroli

Secretário da Cultura, Desporto e Turismo – Charles Porsche

ENTRE RIOS CONSULTORIA E EVENTOS LTDA.

Consultoras responsáveis pela elaboração:

Roséli Azi Nascimento – Bióloga Turismóloga

Rita de Cássia Michelin – Turismóloga



MENSAGEM PREFEITO MUNICIPAL



O turismo é muito importante para o desenvolvimento do nosso município. A circulação de pessoas movimenta substancialmente o comércio, os serviços e a indústria, além dos agentes principais, que são os empreendedores rurais. A presença de um turista, admirando as paisagens que temos em Imigrante, faz com que valorize a propriedade, não sendo mais somente um local de produção, mas como um recanto de beleza, atribuindo-lhe um valor inestimável.

Germano Stevens
Prefeito Municipal



MENSAGEM SECRETÁRIO DA CULTURA, DESPORTO E TURISMO



Estamos trabalhando muito para fomentar e incrementar o setor turístico em Imigrante. O trabalho em conjunto entre a Administração Municipal através da Secretaria da Cultura, Desporto e Turismo, Conselho do Turismo, demais entidades e empreendedores privados já está trazendo ótimos resultados. Estamos nos preparando para cada vez mais, acolher bem os Turistas, investindo em treinamentos de empreendedores, embelezamento urbano e infraestrutura. Acreditamos que estes investimentos trarão benefícios diretos ao nosso município, fazendo que nosso cidadão tenha também, uma cidade mais bonita, feliz e com a qualidade de vida que desejamos.

Charles Porsche
Secretário da Cultura, Desporto e Turismo



MENSAGEM PRESIDENTE CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO



O Plano Municipal de Turismo do Município unifica todas as forças que estão surgindo num caminho traçado e planejado. Quando usamos um planejamento mantemos o foco e conseguimos alcançar os objetivos mais facilmente, as vontades se transformam em forças que se juntam em ações que transformam a realidade do turismo em Imigrante. O que parece sem sentido ganha um novo significado.

Camile Bertolini Di Giglio
Presidente COMTUR



MENSAGEM GESTOR SEBRAE



O SEBRAE está muito feliz em poder auxiliar neste importante passo para o turismo de Imigrante. O município já possui um bom fluxo de visitantes nos atrativos principais e na tradicional Paixão de Cristo, que arrasta uma multidão. O objetivo do diagnóstico e o plano municipal de turismo é direcionar as ações futuras e colocar o trade em sintonia, para que todos trabalhem juntos nestas ações. Cabe ressaltar a importância do COMTUR, que

deve ser o grande responsável por implementar as ações definidas no plano.

O SEBRAE se coloca à disposição para auxiliar no desenvolvimento do turismo do município, ajudando empresas e a governança. Desejamos sucesso nos próximos passos, todos trabalhando juntos em prol de um único objetivo, colocar Imigrante como um dos principais destinos turísticos da região e do estado.

Diego Zenkner
Analista de Articulação de Projetos
SEBRAE

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Metodologia aplicada.....	14
Figura 2 – Oito Eixos do PRT.....	15
Figura 3 – 17 ODS.....	19
Figura 4 – Mapa do fluxo turístico no Brasil por continentes.....	24
Figura 5 – Selo Turismo Responsável.	26
Figura 6 – Tendências transformadoras do Turismo.....	33
Figura 7 – Localização da Região Turística Vale do Taquari / MTUR.....	37
Figura 8 – Localização de Imigrante/RS no Mapa do Turismo / MTUR.....	37
Figura 9 – Igreja da Paz.....	41
Figura 10 – Praça Henrique Brückner.....	42
Figura 11 – Convento São Boaventura.....	43
Figura 12 – Cascata das Orquídeas.....	44
Figura 13 – Cascata Wasserfall.....	44
Figura 14 – Cascata Bugersfells.....	45
Figura 15 – Cactário Horst.....	46
Figura 16 – Produtos Meliponário Klein.....	47
Figura 17 – Velas Imigrante.....	48
Figura 18 – Produtos Naturichter.	48
Figura 19 - Encenação Paixão de Cristo.....	49
Figura 20 - Dia Mundial do Rock 2021.....	50
Figura 21 – Feira Municipal.....	51
Figura 22 – Biertanzfest.....	50
Figura 23 – Natal na Praça.....	52
Figura 24 – Dia do Músico.....	53
Figura 25 – Mapa do Comportamento do Turista RS.....	57
Figura 26 – Estaleiro Bar Pub e Restaurante.....	59
Figura 27 – Boteco 501 e Pub Hops Haus.....	59
Figura 28 – Resultado Valores do Plano Municipal de Imigrante.....	63

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Turistas internacionais no RS	26
Quadro 2 – Dados do município de Imigrante	33
Quadro 3 – Número de empresas com CADASTUR	38
Quadro 4 - Análise SWOT	52
Quadro 5 - EIXO 1 – Gestão Descentralizada do Turismo	61
Quadro 6 – EIXO 2 – Planejamento e Posicionamento de Mercado.....	62
Quadro 7 – EIXO 3 – Qualificação Profissional, dos Serviços e da Produção Associada	62
Quadro 8 – EIXO 4 - Empreendedorismo, Captação e Promoção de Investimentos	63
Quadro 9 – EIXO 5 – Infraestrutura Turística	64
Quadro 10 – EIXO 6 – Informações Turísticas	65
Quadro 11 – EIXO 7 – Promoção e Apoio à Comercialização	65
Quadro 12 – EIXO 8 – Monitoramento	66

LISTA DE SIGLAS

APDs	Ações Promotoras do Desenvolvimento
CAGED	Cadastro Geral de Empregados e Desempregados
CAT	Centro de Atendimento ao Turista
CADASTUR	Cadastro dos Prestadores de Turismo
COMTUR	Conselho Municipal de Turismo
CNAEs	Classificação Nacional de Atividades Econômicas
CNC	Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo
COVID-19	Coronavírus SARS-CoV-2
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDHM	Índice de Desenvolvimento Humano Municipal
IES	Instituições de Ensino Superior
LIC	Lei de Incentivo a Cultura
MP	Medida Provisória
MTUR	Ministério do Turismo
ODS	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
OMS	Organização Mundial da Saúde
OMT	Organização Mundial do Turismo
ONU	Organização das Nações Unidas
PCR	<i>Polymerase Chain Reaction</i>
PERSE	Programa Emergencial do Setor de Eventos e Turismo
PL	Projeto de Lei
PNT	Plano Nacional de Turismo
PRT	Programa de Regionalização do Turismo
SEBRAE	Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SETUR	Secretaria Estadual de Turismo
TTCR	Relatório de Competitividade em Viagens e Turismo
WEF	<i>World Economic Forum</i>
WTTC	<i>World Economic Forum World Economic Forum</i>

SUMÁRIO

1 – INTRODUÇÃO	12
2 – METODOLOGIA	14
3 – CENÁRIOS DO TURISMO	21
3.1 TURISMO NO MUNDO.....	21
3.2 TURISMO NO BRASIL.....	23
3.3 TURISMO NO RS.....	28
4 – TENDÊNCIAS PÓS-PANDEMIA.....	31
5 – APRESENTAÇÃO DO MUNICÍPIO	34
5.1 – DADOS HISTÓRICOS.....	34
5.1.1 Criação do Município de Imigrante	34
5.1.2 Origem do nome de Imigrante.....	34
5.2 – DADOS DEMOGRÁFICOS.....	34
5.3 LOCALIZAÇÃO E ACESSO	35
5.4 PROGRAMA DE REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO	36
5.5.Gestão do Município.....	37
5.6 CADASTUR.....	39
6 – OFERTA TURÍSTICA.....	40
6.1 ATRATIVOS TURÍSTICOS	40
6.1.1 Atrativos Culturais	41
6.1.2 Atrativos Naturais.....	43
6.1.3 Atrativos Econômicos.....	45
6.1.4 Eventos.....	49
6.2 SEGMENTOS ÂNCORA E SECUNDÁRIOS.....	53
6.2.1 Segmento Âncora.....	53
6.2.2 Segmentos Secundários	54
7 – DEMANDA TURÍSTICA	55
8 – INFRAESTRUTURA	57
8.1 ACESSO	57
8.2 CENTRO DE ATENDIMENTO AO TURISTA (CAT)	57
8.3 MEIOS DE HOSPEDAGENS	58

8.4 RESTAURANTES, BARES E SIMILARES.....	11
8.4 RESTAURANTES, BARES E SIMILARES.....	58
9 - ANÁLISE SWOT.....	59
10 – MISSÃO, VISÃO E VALORES	61
11 - DESCRIÇÃO DAS APDS APROVADAS POR EIXO DE ATUAÇÃO DO PRT ...	63
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	69
REFERÊNCIAS.....	71
ANEXO 1	72

1 – INTRODUÇÃO

O Turismo é entendido como uma atividade essencial na vida das nações, por suas consequências diretas para os setores social, cultural, educacional e econômico das sociedades. O desenvolvimento socioeconômico reside no acesso do homem ao descanso e às férias, assim como a sua liberdade de viajar no âmbito do tempo livre e lazer. Nos últimos anos, houve um significativo aumento da necessidade de um gerenciamento adequado e planejado de destinos turísticos. O setor enfrenta diferentes desafios e mudanças de paradigma - transformação digital, elementos emergentes que alteram o setor, como novas plataformas de serviços turísticos e o aumento do fluxo de visitantes. Assim, com a crescente conscientização da necessidade de melhorar a competitividade e a sustentabilidade dos destinos, o planejamento tornou-se ferramenta essencial para a eficiente gestão de um destino turístico (OMT, 2019).

O ano de 2020 promoveu uma ruptura em todas as previsões e planos estratégicos bem elaborados em todo o mundo devido à crise do Coronavírus – COVID-19. O vírus causador da doença espalhou-se rapidamente ao redor do mundo, afetando (e sobrecarregando) não apenas sistemas de saúde, mas a economia, modelos de organização de trabalho e interação social como um todo, além de evidenciar as principais desigualdades existentes¹.

Foi preciso adaptar-se para lidar com os impactos sociais e econômicos gerados pela crise e alguns destinos turísticos destacaram-se nessa árdua tarefa. Diante da crise contemporânea, expressa em todas as suas nuances no contexto da pandemia da COVID-19, o debate sobre sustentabilidade no Turismo adquire uma importância basilar. Uma nova concepção de desenvolvimento turístico em bases sustentáveis e segundo uma perspectiva ética e cidadã, baseada em uma visão estratégica de futuro. A pandemia trouxe com ela muitas incertezas e, se até 2019, as estratégias de políticas públicas dirigidas ao planejamento do setor baseavam-se prioritariamente nas estimativas otimistas que previam aumentos crescentes de fluxos, deixando para o segundo plano questões centrais como os impactos decorrentes do processo, o contexto da situação parece ter desmistificado essa

¹ www.estrategiaods.org.br/article/como-os-ods-podem-guiar-aco-es-de-combate-a-covid-19/

tendência. Desse modo, o foco da reflexão passou subitamente a ser como lidar com os riscos e as incertezas em âmbito econômico, mas também social, ambiental, político e geopolítico, e quais as estratégias e salvaguardas necessárias para o planejamento turístico diante dos efeitos inegáveis da crise civilizatória².

O planejamento turístico assume um sentido de urgência baseado na questão sustentável em um contexto posterior à pandemia da COVID-19, que obriga a integração entre os eixos econômico, social e ambiental. Desta forma, a metodologia orientadora dos 17 ODS, na Agenda 2030, tornou-se mais imprescindível no momento de planejamento das ações estratégicas, pois essa Agenda proporciona uma série de oportunidades para estados e municípios, relacionadas a materiais, ferramentas, parcerias e recursos que possibilitam o aprimoramento da gestão e de políticas públicas, além da promoção do desenvolvimento sustentável local³.

As ações estratégicas aqui apresentadas visam ao desenvolvimento do Turismo Sustentável no município de Imigrante e requer a participação de todas as partes relevantes interessadas, bem como uma liderança política forte para garantir uma ampla participação e construção de consenso. Alcançar o Turismo Sustentável é um processo contínuo e demanda um monitoramento constante dos impactos, introduzindo as medidas preventivas e/ou corretivas sempre que necessário⁴.

² <http://publicacoes.unigranrio.edu.br/index.php/raoit/article/view/6661>

³ www.estrategiaods.org.br/como-os-ods-podem-orientar-os-municipios-para-uma-recuperacao-economica-inclusiva/

⁴ www.unwto.org/es

2 – METODOLOGIA

Este Plano Municipal de Turismo foi elaborado com base em três pilares: **pesquisa de gabinete**, onde se analisa documentos entregues pela Secretaria Municipal de Turismo, resultados do Diagnóstico do Ambiente Turístico (DAT) e pesquisa na internet, bem como **pesquisa de campo** onde foram realizadas visitas aos principais atrativos turísticos do município, bem como entrevistas com atores sociais diretamente envolvidos com o Turismo; realização de três **oficinas de trabalho** oportunizando a participação dos atores envolvidos e posterior **compilação, análise e interpretação** dos dados. Abaixo na figura 1 identifica-se todas as etapas aplicadas na construção deste documento, sendo todas de fundamental importância para a elaboração de um documento coeso que retratou as necessidades da comunidade receptora, bem como encontra-se fundamentalmente exequível.

Figura 1 - Metodologia aplicada



Fonte: Entre Rios Consultoria e Eventos, 2021.

A metodologia de trabalho para a realização das Ações e Estratégias deste documento foram de **Pesquisa Participante**, cujo objetivo é buscar o envolvimento da comunidade na análise de sua própria realidade de forma **participativa transacional**, isto é, os atores envolvidos decidiram **como** e **em que** condições queriam desenvolver o Turismo Sustentável no município, a equipe técnica não planejou **para**, mas o fez **com** a comunidade, oportunizando o diálogo e a

aprendizagem mútua. Todos os envolvidos no processo de construção coletiva deste Plano Municipal de Turismo continuaram envolvidos na seleção das ações previamente descritas na etapa anterior. Pode-se afirmar que os melhores exemplos de aplicação da Pesquisa Participante são o estabelecimento de programas públicos ou plataformas políticas e a determinação de ações básicas de grupos de trabalho (Gil, 2007). A técnica da abordagem Participativa Transacional enfatiza a comunicação entre os técnicos e o grupo de indivíduos envolvidos com o processo de planejamento (MOLINA e RODRIGUEZ ABITIA, 1987 *apud* BARRETTO, 2009).

Conforme citado anteriormente, a elaboração deste Plano Municipal de Turismo tem como principal objetivo a construção do Plano de Ação, com elaboração e seleção das APDs que seguiram os 08 (oito) eixos previstos no Programa de Regionalização do Turismo (PRT). Este programa foi lançado em abril de 2004, como estratégia para o desenvolvimento da atividade turística no território e tem como objetivo a estruturação, ampliação, diversificação e qualificação da oferta turística brasileira, sendo considerada uma das principais estratégias para execução da Política Nacional de Turismo (PNT), devido sua proposta de desenvolvimento de forma descentralizada e regionalizada, com foco no planejamento coordenado e participativo. Dessa forma, as ações de apoio à gestão, estruturação e promoção do Turismo, são traduzidas em oito eixos de atuação e respectivas ações estratégicas conforme ilustrado na figura 2:

Figura 2 - Oito Eixos do PRT



Fonte: BRASIL, 2013

Os eixos de atuação do Programa de Regionalização do Turismo representam, de forma prática e aplicável, o próprio ciclo de desenvolvimento e produção de atividades, bens e serviços turísticos nas regiões e municípios. Estes eixos orientam as ações estratégicas que se constituem nas áreas de resultados a serem alcançadas. A seguir, breve descrição de cada eixo do PRT:

Eixo 1 - Gestão Descentralizada do Turismo: Tem como objetivo efetivar a gestão descentralizada do Turismo, de forma a articular e responder às demandas do setor, fortalecer a participação social, integrando as políticas públicas, compreendendo e atuando para, dentre outros:

- Sistema Nacional de Turismo
- Gestão Descentralizada
- Órgão Oficial de Turismo
- Políticas Públicas de Turismo
- Sensibilização e Mobilização
- Formação de Capital Social e Empoderamento
- Formação de Redes

Eixo 2 - Planejamento e posicionamento de mercado: Tem o objetivo de subsidiar o planejamento e desenvolvimento de produtos turísticos (destinos, roteiros, serviços) a partir de dados e informações coletadas, bem como de elementos de identidade da oferta turística, observadas, também as características da demanda (público-alvo). O que se prevê é a utilização da segmentação turística desde o planejamento estratégico do território ao posicionamento dos produtos turísticos. Com isso, agrega-se atratividade à oferta turística, consolidam-se os produtos existentes e incentiva-se a inserção de novos produtos turísticos de qualidade nos mercados nacional e internacional. Consiste principalmente em:

- Diagnóstico Estratégico Situacional
- Pesquisa de Oferta Turística
- Pesquisa de Demanda Turística
- Análise Estratégica Situacional
- Planejamento Estratégico
- Plano de Inteligência de Mercado
- Segmentação do Turismo

- Roteirização
- Planejamento Operacional

Eixo 3 - A Qualificação profissional, dos serviços e da produção associada: Busca inovação e competitividade de produtos e serviços advêm com o setor formalizado, regulado, qualificado e diversificado, integrando a diversidade das expressões culturais, agregando valor em todas as etapas dos seus processos de produção e operação, possibilitando a dinamização econômica das atividades nos territórios. Para tanto, torna-se necessário, dentre outros:

- Formalização dos Serviços Turísticos
- Cadastramento, Classificação, Certificação e Fiscalização
- Capacitação e Certificação Profissional
- Integração da Produção Associada ao Turismo
- Empreendedorismo e Atração de Investimentos
- Mapeamento de Oportunidade de Investimentos

Eixo 4 - Empreendedorismo, captação e promoção de investimento: As dimensões econômicas, tecnológicas, empresariais, políticas e sociais podem se consubstanciar em oportunidades a serem potencializadas ou em riscos a serem minimizados, dependendo da capacidade de negociações de políticas que ampliem os meios técnicos, jurídicos e financeiros para a dinamização econômica dos negócios do turismo nos territórios. Demandam, principalmente:

- Parcerias Público/Privada
- Modalidades de Financiamento
- Incentivos Fiscais e Tributários

Eixo 5 - Infraestrutura turística: A dinamização da atividade, a vocação e o protagonismo econômico no território possibilitam, por meio de iniciativas variadas de cooperação, tecnologias e fomento, incorporar valor agregado e ambiente favorável para o desenvolvimento do Turismo. As estratégias de infraestrutura turística, conjunto formado por obras e instalações de estrutura física e de serviços indispensáveis ao desenvolvimento do Turismo e existentes em função dele, necessitam, dentre outros:

- Elaboração de Projetos de Infraestrutura Turística

- Sinalização Turística
- Centro de Atendimento ao Turismo
- Acessibilidade

Eixo 6 - Informação ao turista: Oferecer ao turista, informações seguras, atualizadas e completas sobre atrativos turísticos, eventos, infraestrutura, serviços, acessos e história da região ou município, com a recomendação de programas e atividades adequados ao perfil do turista. Para tanto, torna-se necessário, dentre outros:

- Guias e Mapas Turísticos
- Banco de Imagens e Vídeos
- Portais (site) de Destinos e Regiões Turísticas
- Uso de Novas Tecnologias

Eixo 7 - Promoção e apoio à comercialização: Este eixo exige profissionais e serviços qualificados, infraestrutura, informações seguras e precisas, articulação da cadeia produtiva do Turismo em Redes de Cooperação, de forma a se obter produtos estruturados e segmentados, adequados à promoção e comercialização. Requer, principalmente:

- Plano de Marketing
- Material Promocional
- *Famtrip* e *Presstrip*
- Rodadas de Negócios
- Participação em Feiras e Eventos

Eixo 8 – Monitoramento: Ações e projetos conduzidos a partir de uma visão geral do processo de mudança exige a aplicação de critérios cuidadosos de seleção de prioridades, análises das demandas e ofertas associadas às capacidades institucionais, de recursos técnicos, financeiros e de pessoas para produzir dados e informações precisas e confiáveis que possibilitem retroalimentar o ciclo de monitoramento da atividade turística no território. É imperioso e exige, dentre outros:

- Observatório do Turismo
- Impactos da Atividade Turística
- Satisfação do Turista

Também fizeram parte da metodologia o alinhamento das ações com os 17 ODS da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável da ONU na construção das ações e estratégias deste plano. Esses ODS são um apelo global à ação para acabar com a pobreza, proteger o meio ambiente e o clima, assim como garantir que as pessoas, em todos os lugares, possam desfrutar de paz e de prosperidade. Os 17 ODS estão representados na figura 3 a seguir:

Figura 3 - 17 ODS



Fonte - <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>

Para esta construção coletiva e participativa foram realizadas quatro oficinas onde os participantes receberam materiais informativos sobre todos os ODS e essas informações foram individualmente repassadas para melhor entendimento sobre como associar o propósito de cada um dos 17 Objetivos com a proposta de cada ação do Plano. Esta construção foi realizada **de forma inédita em construção de Planos Municipais de Turismo**, tendo em vista que os participantes de todo o *trade*, juntamente com equipe técnica, durante as Oficinas é que estabeleceram a relação entre os 17 ODS da Agenda 2030 e as proposições que fizeram parte do Plano. Esta forma de construção permitiu um fortalecimento no que foi proposto, criando vínculos entre “**ODS / Ação**”, que permitem acreditar num maior percentual de execução de todas as ações que serão apresentadas nos próximos itens deste Plano, bem como no alcance dos propósitos destes ODS.

A logística desenvolvida nas oficinas foi composta de:

- Apresentação do diagnóstico da área turística;
- Alinhamento de conceitos;
- Identificação inicial de cada Eixo de Atuação, acompanhado de relação com as Macro Estratégias do referido Eixo;
- Apresentação dos 17 ODS e sua relação com o Turismo; ODS possível de ser atingido com a Ação; Objetivo a ser alcançado;
- Análise SWOT;
- Elaboração da Missão, Visão e Valores para a execução do Plano de Turismo;
- Elaboração das ações com objetivos, resultados esperados; definição do prazo de execução, bem como dos responsáveis pela ação descrita.

3 – CENÁRIOS DO TURISMO

3.1 Turismo no Mundo

O mundo enfrentou uma emergência global de saúde, social e econômica sem precedentes com a pandemia da COVID-19. Viagens e Turismo foram os setores mais afetados com aviões no solo, hotéis fechados, agências de viagens sem clientes, restaurantes funcionando com capacidade reduzida ou *delivery* e restrições de viagens colocadas em praticamente todos os países ao redor do mundo, provocando uma queda abrupta e repentina nos fluxos turísticos e, automaticamente, na saúde financeira das empresas.

O ano de 2020 ficará marcado como o pior ano do século para o Turismo. O impacto devastador da pandemia Covid-19 no Turismo global continuou em 2021, com dados mostrando uma queda de 87% no número de chegadas de turistas internacionais em janeiro em comparação com 2020. A OMT fez um apelo a uma maior coordenação entre os países no que diz respeito a protocolos de viagens que permitam a reativação segura do Turismo e evitem mais um ano de grandes prejuízos para o setor⁵.

O Turismo Internacional deu sinais de recuperação em junho e julho de 2021, quando alguns destinos abrandaram as restrições às viagens e a vacinação avançou em muitas partes do mundo. A maioria dos países passou a exigir que turistas internacionais apresentem teste de Reação de Transcriptase Reversa (PCR) ou antígeno negativo na entrada, apresentem Certificado de Vacinação e forneçam seus dados de contato. A OMT espera que a implantação de passaportes de vacinação possa facilitar a reabertura das fronteiras para o Turismo. O documento poderá conter comprovante de vacinação, resultado de teste contra a COVID-19 ou um atestado de recuperação da doença. Muitos países já adotaram essa estratégia e a população já utiliza para ir a shows, teatros, festas, academias e demais locais que reúnam pessoas. Esse documento poderá auxiliar os locais a receberem turistas "sadios". Espera-se que a vacinação das populações contra a COVID-19 ajude a restaurar a confiança do viajante, contribua para aliviar as restrições de viagens e

⁵ www.unwto.org/es/covid-19-y-sector-turistico-2020

normalize lentamente as viagens aos níveis de 2019, retomando o tão esperado crescimento.

De acordo com a edição de setembro de 2021 do Barômetro Mundial do Turismo da OMT, estima-se que 54 milhões de turistas cruzaram as fronteiras internacionais em 2021, o que representa 67% a menos que no mesmo mês de 2019, mas são os melhores resultados desde abril de 2020. Este número é comparável aos 34 milhões de chegadas internacionais registradas, de acordo com estimativas, em julho de 2020, embora ainda esteja bem abaixo dos 164 milhões registrados em 2019⁶.

A maioria dos destinos turísticos que relataram seus dados a OMT de junho e julho de 2021 teve uma recuperação moderada nas chegadas internacionais em comparação com 2020. No entanto, 2021 continuou sendo um ano muito difícil para o turismo global, com as chegadas diminuindo em 80% das chegadas em comparação com 2019. A região Ásia-Pacífico continuou a ter o pior desempenho no período de janeiro a julho, com uma queda de 95% nas chegadas internacionais em comparação com 2019. O Oriente Médio (-82%) registrou a segunda maior queda, seguido pela Europa e África (ambos -77%). A região das Américas (-68%) experimentou um declínio comparativamente menor, com o Caribe sendo a sub-região com melhor desempenho no mundo. Enquanto isso, algumas pequenas ilhas no Caribe, África, Ásia e Pacífico, junto com alguns pequenos destinos europeus, se saíram melhor em junho e julho, com chegadas próximas ou até mais altas do que antes da pandemia⁷.

Esse desempenho foi sustentado pela reabertura de vários destinos para viagens internacionais, especialmente na Europa e nas Américas. O relaxamento das restrições para viajantes vacinados, junto com o progresso na administração das vacinas COVID-19, contribuíram para aumentar a confiança do consumidor e restabelecer gradualmente a mobilidade segura na Europa e em outras partes do mundo. Em vez disso, a maioria dos destinos asiáticos permaneceu fechada para viagens não essenciais. Segundo o atual Secretário-Geral da OMT, Zurab Pololikashvili, há claramente uma forte demanda por turismo internacional e muitos destinos começaram a receber visitantes com segurança e responsabilidade. No

⁶ <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347>

⁷ www.unwto.org/es/taxonomy/term/347

entanto, o verdadeiro reinício do setor, com os benefícios que isso acarreta, continua a ser adiado, enquanto a existência de regras e regulamentos díspares e taxas de vacinação desiguais continuam a afetar a confiança do viajante⁸.

Quase metade dos especialistas da OMT ainda afirmam que o Turismo internacional não retornará aos níveis de 2019 até 2024 ou mais tarde, enquanto 43% prevêem que a recuperação virá em 2023. Por região, a maioria dos especialistas espera um retorno aos níveis de 2019 somente em 2024 ou mais tarde, como o caso da Ásia e Pacífico. Na Europa, metade dos pesquisados indicou que isso acontecerá em 2023. O Oriente Médio é a região mais otimista, com projeções de recuperação total em 2022.

Para o Turismo interno essas previsões trazem certo otimismo, pois muitas pessoas não viajarão para exterior, cabe aos destinos turísticos brasileiros se posicionarem para conquistarem essa importante fatia do mercado.

3.2 Turismo no Brasil

Os resultados alcançados com a atividade turística doméstica no Brasil em 2019 cresceram em contra partida com o receptivo internacional que registrou 6,3 milhões de turistas, uma queda de 4% em relação a 2018. A Argentina liderou a emissão com 1,95 milhões de turistas, seguida dos Estados Unidos com 590,5 mil e do Paraguai com 406,5 mil. Apesar da liderança, houve uma diminuição significativa de visitantes Argentinos no país, o que pode explicar a redução, pois em 2018 nossos vizinhos representaram 2,5 milhões de visitantes⁹.

O ano de 2020, por sua vez, iniciou com boas perspectivas, tendo crescimento de demanda por viagens nacionais e no receptivo internacional. No primeiro trimestre de 2020 com a crise da COVID-19 o setor sofreu com a paralização praticamente total de suas atividades. As recomendações em nível mundial de isolamento social tornaram o mercado de viagens inoperantes no mundo inteiro e não foi diferente no Brasil. Iniciou-se uma busca por remarcações incentivados por uma campanha pelas redes sociais intitulada:

⁸ www.unwto.org/es/taxonomy/term/347

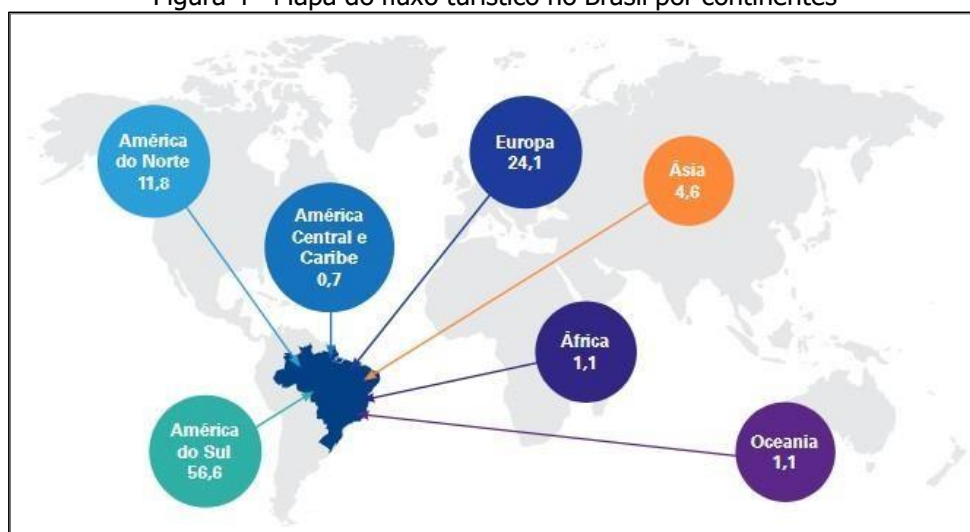
⁹ www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2021/03/brasil-registra-63-milhoes-de-estrangeiros-em-2019_180422.html

“Não Cancele, Remarque!”.

A pandemia do novo coronavírus veio interromper o ciclo de crescimento do Turismo também no Brasil, onde o setor foi imediatamente afetado. As perspectivas de retomada, contudo, indicam que o turismo doméstico tem sido um dos primeiros a estabelecer uma recuperação gradual, devido à preferência por roteiros mais curtos e de menor distância em relação à origem. Mais do que isso, no período pós-pandemia, o Turismo poderá vir a dar grande contribuição à retomada econômica e geração de empregos. Isso porque, pela natureza dos serviços envolvidos em sua cadeia produtiva, o setor é mão-de-obra intensivo, diferentemente de outras atividades, onde novas tecnologias estão substituindo muitos postos de trabalho¹⁰.

O Brasil não faz parte das rotas do Turismo Global. Grande parte dos visitantes são da América do Sul e o maior foco turístico são praias, Rio de Janeiro e Cataratas do Iguazu. Os gastos do Turismo Internacional no Brasil antes da pandemia eram de USD 6 bilhões, muito incentivados pelo Turismo de Negócios, pelo Turismo de Sol e Praia para turistas da América do Sul e pela venda de pacotes aos visitantes internacionais (BRASIL, 2021). Na figura 4 observa-se a representatividade dos turistas estrangeiros no Brasil por continente.

Figura 4 - Mapa do fluxo turístico no Brasil por continentes



Fonte: BRASIL, 2021

Com as restrições da pandemia e o câmbio alto, o Brasil torna-se mais atrativo para o brasileiro, com potencial de reversão do consumo do Turismo no

¹⁰ Revista_Dados_e_Informacoes_A1_2ed_jun2021_.pdf

exterior para o país. O Turismo de Natureza vem sendo o principal atrativo para os turistas brasileiros, com alto potencial de desenvolvimento (BRASIL, 2021).

O Fórum Econômico Mundial (*World Economic Forum*) informou no seu Relatório de Competitividade em Viagens e Turismo (TTCR), publicado em setembro de 2019, em que faz referência à competitividade em Viagens & Turismo (T&T) de 140 economias e mede o conjunto de fatores e políticas que permitem o desenvolvimento sustentável do setor, que o Brasil ocupou o 32º lugar no *ranking* de 140 países, cinco posições abaixo em comparação ao último estudo. No entanto, ainda é o país com maior pontuação na América do Sul, destacando-se em recursos naturais e culturais¹¹. Sendo assim, o Brasil tem um comprovado potencial para desenvolver o Turismo em espaços naturais.

Para amenizar os efeitos da pandemia e ajudar na retomada do fluxo turístico, várias medidas foram tomadas pelo governo federal para amenizar os efeitos da pandemia. Publicou a Medida Provisória (MP) **948** em 08 de abril de **2020** que regulava o cancelamento de reservas e de eventos do setor de Turismo em razão do estado de calamidade pública reconhecido pelo Decreto Legislativo nº 6, de 20 de março de 2020 e da emergência de saúde pública de importância internacional decorrente do COVID-19. A MP foi convertida na lei **14.046/20** que regulamentou o adiamento e o cancelamento de serviços de reservas e de eventos dos setores de Turismo. Mas foi necessária ainda a publicação da **MP 1.036, em 17 de março de 2021**, que prorrogou por mais um ano as normas emergenciais contidas na lei 14.046.

O governo também sancionou a **Lei 14.034**, em 05 de agosto de 2020, a qual previa medidas emergenciais para atenuar os efeitos da crise na aviação civil brasileira, mas foi obrigado a editar a MP 1.024/2020 que prorrogou, até outubro de 2021, as regras de reembolso de passagens aéreas estabelecidas durante a pandemia, previstas na Lei 14.034, de 2020. De acordo com o Poder Executivo, essa prorrogação foi necessária diante das incertezas do cenário epidemiológico, que continuou a afetar as finanças das empresas aéreas. Com o aumento dos casos de COVID-19, a possibilidade de cancelamento de voos também cresceu.¹²

¹¹ http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf

¹² <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2021/01/05/mp-prorroga-regras-para-reembolso-de-passagens-aereas-durante-a-pandemia>

Ainda no âmbito da legislação, foi aprovada, em 04 de maio de 2021, a **Lei nº 14.148/2021**, também conhecida como PERSE (Programa Emergencial do Setor de Eventos e Turismo), que teve como finalidade trazer alívio financeiro a mais de seis milhões de famílias que trabalham no setor de eventos em todo o país e que tiveram que suspender as atividades devido à pandemia do novo coronavírus.

Em junho de 2020, o Mtur lançou o **Selo Turismo Responsável** que consiste num programa que estabelece boas práticas de higienização para cada segmento do setor. É um incentivo para que os consumidores sintam-se seguros ao viajar e frequentar locais que cumpram protocolos específicos para a prevenção da COVID-19, posicionando o Brasil como um destino protegido e responsável. Para ter acesso ao selo, as empresas e guias de turismo precisam estar devidamente inscritos no Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos (CADASTUR). Essa foi a primeira etapa do Plano de Retomada do Turismo Brasileiro, coordenado pelo MTur, com o objetivo de diminuir os impactos da pandemia e preparar o setor para um retorno gradual às atividades.

Figura 5 - Selo Turismo Responsável



Fonte: Site do Ministério do Turismo

Mas foi somente em 10 de novembro de 2020 que o Ministério do Turismo (Mtur) lançou um programa cujo objetivo é alavancar a retomada do Turismo brasileiro com segurança e responsabilidade e recuperar o setor do impacto socioeconômico causado pela Covid-19, com a paralisação das atividades. O programa envolve uma aliança nacional que reúne poder público, iniciativa privada, terceiro setor e Sistema S, coordenada pelo MTur.

O programa está organizado em quatro eixos: preservação de empresas e empregos no setor de Turismo; melhoria da estrutura e da qualificação de destinos; implantação de protocolos de biossegurança e promoção e incentivo às viagens. As ações vão desde o reforço na concessão de linhas de crédito para capitalizar

empresas do setor e preservar empregos até obras de melhoria da infraestrutura dos destinos turísticos. Também estão previstos o incentivo ao Turismo natural e cursos sobre protocolos sanitários, além da melhoria da qualificação profissional. Destaca-se ainda a criação de um site (www.retomada.turismo.gov.br), a elaboração de uma cartilha com orientações e a campanha “Viaje com Responsabilidade” e “Redescubra o Brasil”, com uma série de vídeos voltados à promoção dos destinos turísticos brasileiros e postagens nas redes sociais com materiais específicos de cada estado do país, além do Distrito Federal, e um guia que visa orientar o turista para viajar com a sua família.

Todas as ações para a retomada segura do Turismo são válidas, pois segundo a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), a crise causada pela pandemia de COVID-19 fez o setor de Turismo deixar de faturar R\$ 261 bilhões em 2020 e, incluindo-se janeiro de 2021 na conta, as perdas somam R\$ 274 bilhões em 11 meses, contabilizando o período de março de 2020 em diante. Ainda segundo a CNC, os dados de emprego do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED) mostram que, em 2020, 397 mil postos formais de trabalho foram eliminados no setor, o que representa uma queda de 12,8% na força de trabalho dessas atividades¹³.

O Turismo no Brasil vem apresentando sinais claros de retomada a cada dia, um estudo divulgado pela *Conversion*, empresa especializada em marketing digital, ratifica essa franca recuperação. Segundo o levantamento, houve um crescimento de 18,61% no *e-commerce* do setor em julho na comparação com junho, o maior entre todos os segmentos analisados. Já em relação a 2020, o comércio eletrônico no Turismo registrou uma alta de 150%. Os números refletem o otimismo da população com o aumento gradual da vacinação contra a COVID-19 e as medidas de biossegurança adotadas na área¹⁴.

Com o avanço da vacinação e os protocolos sanitários existentes e implantados, o Turismo retoma aos poucos. A pesquisa mostrou também que as viagens domésticas são prioridades para os brasileiros. Nesse sentido, o Nordeste lidera entre os destinos preferidos (59,84%), seguido das regiões Sul (28,92%) e Sudeste do país (25,30%). Além disso, a análise da *Conversion* revelou uma nova

¹³ www.cnc.gov.br

¹⁴ www.conversion.com.br/ecommerce-no-brasil/

tendência do viajante, de buscar lugares que adotem protocolos de biossegurança. Segundo a pesquisa, 60,15% dos entrevistados afirmaram que, mesmo após o fim da COVID-19, deixarão de usar serviços de empresas que não adotem medidas sanitárias de prevenção ao coronavírus¹⁵.

3.3 Turismo no RS

Para que se possa planejar a atividade turística, dados são fundamentais, infelizmente, atualmente o Observatório de Turismo do Estado do Rio Grande do Sul (RS) encontra-se extinto, apesar dos inúmeros apelos do *trade* e da academia para a retomada desse importante órgão de coleta e interpretação de dados turísticos do RS. Hoje, os destinos dispõem dos dados do MTur, da FIPE, das pesquisas das Instituições de Ensino Superior (IES) de Turismo e Hotelaria e daqueles municípios que conseguem aplicar pesquisas e controle de fluxos de turistas.

De acordo com o Anuário Estatístico de Turismo 2020 do MTur, com base nos dados de 2019, chegou ao Brasil pelo estado do RS, um total de 772.686 turistas internacionais conforme observa-se no quadro 1 a seguir:

Quadro 1 - Turistas internacionais no RS

Turistas Internacionais no RS – Ano Base 2019 – Anuário 2020					
Deslocamento para chegada no RS		De onde vieram - Continentes		De onde vieram – Países da América do Sul	
Via Terrestre	84,9%	América do Sul	96,2%	Argentina	500.066
Via Aérea	7,8%	Europeus	2,5%	Uruguai	214.025
Via Fluvial	7,3%	Norte americanos	1,2%	Paraguai	9.791
				Outros países	48.804
TOTAL	100%		100%	TOTAL	772.686 turistas

Fonte:..Adaptado de Anuário Estatístico de Turismo 2020 - Ano Base 2019

Este cenário torna-se importante para o monitoramento do fluxo da retomada, pois são dados anteriores a pandemia. Dentro desse cenário, observou-se que muitas das chegadas de turistas internacionais ao Brasil pelo RS destinam-

¹⁵ www.conversion.com.br/ecommerce-no-brasil/

se ao litoral deste estado e de Santa Catarina (SC), mas uma parte dirige-se à Serra Gaúcha.

Mas apesar dos escassos dados, os destinos organizam-se para planejar o Turismo através das orientações do PRT que desempenha um importante papel no desenvolvimento do Turismo. É através dos interlocutores estaduais e municipais que o PRT consegue desenvolver suas ações. O RS tem apresentado uma atuação com muito profissionalismo e dedicação através de seus interlocutores, mas ainda existem regiões turísticas que necessitam um apoio mais efetivo do programa.

Apesar das várias trocas de gestão ocorridas na atual Secretaria de Turismo do Rio Grande do Sul (SETUR), a pasta vem desempenhando um importante papel através das interlocutoras estaduais. Em 2020, foram realizadas Jornadas de Turismo em formato virtual e no ano de 2021 ocorreram uma série de oficinas de Sensibilização sobre Regionalização do Turismo nas 27 regiões turísticas e sobre a Segmentação do Turismo. As reuniões, em plataforma virtual, possuíam o objetivo de promover o fortalecimento das regiões turísticas através da participação dos gestores, empreendedores do setor e dos Conselhos Municipais de Turismo, além de servir como alerta para os novos critérios da atualização do Mapa do Turismo Brasileiro.

Mas para enfrentar a crise da COVID-19 foram necessárias ações em todos os sentidos e não apenas no planejamento, sendo que, na falta de um órgão estadual que orientasse o Turismo no RS para o enfrentamento da crise e diante dos diversos desafios a serem superados, foi criado no RS, assim como em outros estados da federação um "Comitê de Retomada do Turismo", composto por representantes dos poderes públicos municipais, instituições de ensino, entidades do Terceiro Setor, Sistema S, consultores e empreendedores do Turismo, onde importantes discussões e estratégias foram e estão sendo construídas. Alguns exemplos das ações desse Comitê são: as revisões e aperfeiçoamento do Modelo de Distanciamento Controlado do RS e Protocolos de Turismo Seguro; acompanhamento de diferentes Projetos de Lei (PL), entre eles, o PL nº 1378/2019 que cria a Zona Franca da Uva e do Vinho, muito importante para o Enoturismo do RS; encaminhamentos de importantes demandas a Deputados Estaduais e Federais, Senadores e Ministro do Turismo; realização de pesquisas sobre o fluxo turístico, retomadas do Turismo, perfil de clientes, entre outras; revisão da Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAEs) para o registro no

CADASTUR, e um importante manifesto de ações Pró-gestão e flexibilização do Modelo de Distanciamento Controlado (MDC) do RS, assinado por mais de 60 entidades envolvidas no Turismo do estado e encaminhado ao governador .

Importantes ações para a retomada do Turismo foram e continuam sendo executadas, pois a sua dimensão econômica é de grande significado. Sabe-se que é uma atividade de demanda, associado ao consumo, sendo seu desempenho fortemente influenciado pelo crescimento no nível de renda dos consumidores efetivos e dos demandantes potenciais. O RS recebe visitantes de diversos outros estados brasileiros, dessa forma, quanto melhor a economia do país, melhor seu desempenho nas atividades turísticas.

A partir de julho de 2021 observou-se um movimento de turistas principalmente na Serra Gaúcha, mais precisamente na Região das Hortênsias e Uva e Vinho com um perfil de turista que priorizava roteiros internacionais, mas que com as restrições da pandemia ainda vigentes para sair do país passou a comprar pacotes de viagens nacionais. E a tendência é aumentar, pois com a alta do dolar norte americano, as viagens internacionais tornaram-se mais caras.

Muitas agências emissivas encontram-se, neste momento, retomando suas vendas com produtos turísticos nacionais e o RS tem muitos produtos de qualidade para atrair essa demanda reprimida. A tendência de viagens curtas, para locais com contato maior com a natureza está sendo fortalecida nas diversas regiões no RS, principalmente as que já estiverem com suas estruturas e atrativos preparados para este momento.

Fortalecer a Competitividade do Turismo nas diferentes regiões turísticas do RS é extremamente importante para consolidar as iniciativas já desenvolvidas nas 27 regiões turísticas do RS.

4 – TENDÊNCIAS PÓS-PANDEMIA

Os últimos anos apresentaram expectativas interessantes de um aumento do Turismo, principalmente em destinos que possuem uma vocação turística para explorar atrativos naturais, através da prática de Ecoturismo e Turismo de Aventura e/ou atrativos culturais que permitam os resgates dos conhecimentos históricos dos antepassados aliado a experiências memoráveis. Além disso, a estrutura, o atendimento e os valores praticados contabilizam uma boa parcela das escolhas dos visitantes pelos diferentes destinos turísticos. Porém, a partir de 2020, a situação do Turismo no mundo alterou-se com a pandemia, de forma radical.

A epidemia de coronavírus transformou a rotina, hábitos de consumo e atitudes das pessoas no mundo todo. Essas mudanças impactaram milhares de negócios, que tiveram que se adaptar ao novo cenário para continuar operando. No setor de turismo não foi diferente e todas as empresas e os destinos turísticos foram obrigados a se adaptarem para atender ao novo viajante 4.0, que é mais exigente, mais responsável e muito mais digitalizado.

Os turistas iniciaram a viajar a partir do momento em que se sentiram seguros em relação ao controle da pandemia e procuraram por destinos com menos aglomeração, com atividades ao ar livre. O convívio com a família foi valorizado em destinos que ofereciam experiências com famílias. O consumo digital aumentou em 80% e os destinos precisaram passar por uma transformação digital, mas ainda precisam aperfeiçoar o uso dos inúmeros recursos e ferramentas que a tecnologia oferece. Consumidores estão atentos as atitudes das marcas, cerca de 76% tem propensão a comprar de marcas que possuem empatia com o momento e praticam boas práticas de respeito responsabilidade social. Mais do que nunca os turistas querem ser surpreendidos com experiências comprometidas em proporcionar momentos de felicidades em uma viagem. O que era uma tendência passa a ser uma demanda mais intensa dos viajantes. E, cada vez mais os turistas estão atentos com a possibilidade de contribuir com o destino que visita deixando uma marca positiva, respeitando seu ambiente e sua sociedade.¹⁶ Muitos estudos foram sendo realizados e todos apontam para as mesmas tendências:

¹⁶ <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/comportamentos-dos-viajantes-importante-para-a-retomada-do-turismo,877fac0d29cc1710VgnVCM1000004c00210aRCRD>

Quanto ao turista:

- ✓ Mais digitalizado
- ✓ Mais exigente
- ✓ Mais sustentável
- ✓ Evita aglomerações
- ✓ Mais inseguro para viagens longas
- ✓ Busca um destino seguro
- ✓ Viaja com a família ou pequenos grupos de amigos
- ✓ Os viajantes optarão por viagens mais curtas e próximas.

**Quanto ao destino:**

- ✓ Forte presença digital
- ✓ Boa reputação quanto as questões de segurança
- ✓ Aplicar todos os protocolos de segurança e fiscalizar
- ✓ Uso da biometria para identificação dos viajantes
- ✓ Observância da Lei Geral de Dados (Lei 13.853/19)
- ✓ Agilidade e inovação para enfrentamento da crise
- ✓ Incentivos fiscais



Várias entidades têm realizado pesquisas para adiantar as tendências no pós-Covid, a empresa *AMADEUS IT Group* também fez uma previsão para o comportamento do viajante, conforme o infográfico que segue na figura 6:

Figura 6 - Tendências transformadoras do Turismo



Fonte: www.amadeus.com

5 – APRESENTAÇÃO DO MUNICÍPIO

O município de Imigrante está situado no Vale do Taquari, localizado na região central do estado e próximo a Região Metropolitana. Integra a região turística Vale do Taquari composta por outros 32 municípios. Pertence a Mesorregião denominada Centro Oriental Rio-Grandense e Microrregião de Lajeado-Estrela.

5.1 – Dados Históricos

5.1.1 Criação do Município de Imigrante

O município resultou da união de dois distritos: Arroio da Seca (do município de Estrela) e Daltro Filho (do município de Garibaldi). Enquanto Arroio da Seca era de colonização predominantemente alemã, Daltro Filho possuía raízes italianas, dando as características culturais de um povoado predominantemente europeu. Ainda que, nos dois distritos, a maior parte dos povoadores já haviam nascido no Brasil e não na Europa.

Em 8 de outubro de 1987 elegeu-se uma Comissão Emancipacionista, com a presidência de Carlos Hassmann. Em 10 de abril de 1988, realizou-se o plebiscito; foram 1808 votos a favor da emancipação e 405 votos contra. Em 9 de maio de 1988, o governador do Estado, Pedro Simon sancionou a lei nº 8605, criando o município de Imigrante.

5.1.2 Origem do nome de Imigrante

O nome do município foi assim escolhido devido ao fato de que os moradores do povoado descendiam de imigrantes europeus, como da Alemanha, Itália, Áustria, Portugal entre outros países. Após muitas discussões acerca da emancipação e do nome do município, eis que é aprovada a escolha: **Imigrante**.

5.2 – Dados Demográficos

A estimativa populacional do IBGE 2021 é de 3.103 habitantes. A população, quanto à origem étnica, é predominantemente composta de imigrantes europeus,

sendo em sua maioria, de descendência alemã e italiana. As línguas alemã e italiana são ainda muito faladas entre os habitantes, inclusive nas gerações mais jovens, já que até mesmo nas escolas disponibilizam aulas dessas linguagens aos alunos¹⁷.

A seguir apresenta-se o quadro 2 com as principais informações sobre o município no campo demográfico e econômico.

Quadro 2 – Dados do município de Imigrante

Localização:	Mesorregião denominada Centro Oriental Rio-Grandense e Microrregião de Lajeado-Estrela
Área da Unidade Territorial:	71,716 km ² (2021)
População:	3.103 pessoas (IBGE – 2021 estimativa)
Escolarização (6 a 14 anos)	95% (IBGE, 2010)
Densidade demográfica:	41,21 hab/km ² (IBGE, 2010)
IDHM – Índice de Desenvolvimento Humano Municipal:	0,743 (IBGE, 2010)
PIB per capita:	84.475,19 R\$ (IBGE, 2019)
Economia Local:	O Produto Interno Bruto - PIB - de Imigrante é o 115º de todo o Brasil (IBGE, 2019).
Região Turística no Programa de Regionalização do Turismo	Vale do Taquari
Gentílico:	Imigrantense

Fonte: IBGE (<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/imigrante/panorama>)

5.3 Localização e acesso

O município de Imigrante possui fácil acesso através da BR-386, que se encontra em bom estado de conservação, conectando o município com outras regiões. Fica distante a 126 Km de Porto Alegre e possui como vizinhos o município de Coronel Pilar (8,2 Km); Roca Sales (10 Km), Westfalia (8,5 Km), Colinas (10 Km) e Boa Vista do Sul (16 Km).

Está distante a 30 Km de Encantado; 30 Km de Estrela, 48 Km de Bento Gonçalves pela Rota do Sol.

Altitude 520m.

¹⁷ <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/rs/imigrante.html>

5.4 Programa de Regionalização do Turismo

O município integra **Região Turística Vale do Taquari**. O novo Mapa do Turismo foi atualizado através da **portaria 41 de 21 de janeiro de 2022** do Ministério do Turismo e publicado em 28 de janeiro de 2022. A configuração atual do Mapa é composta por **2.802 município** em **338 regiões turísticas** em todo o Brasil e 390 municípios no RS em 27 regiões turísticas, de acordo com informações atualizadas em 01 de agosto de 2022.

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 serviços¹⁸.

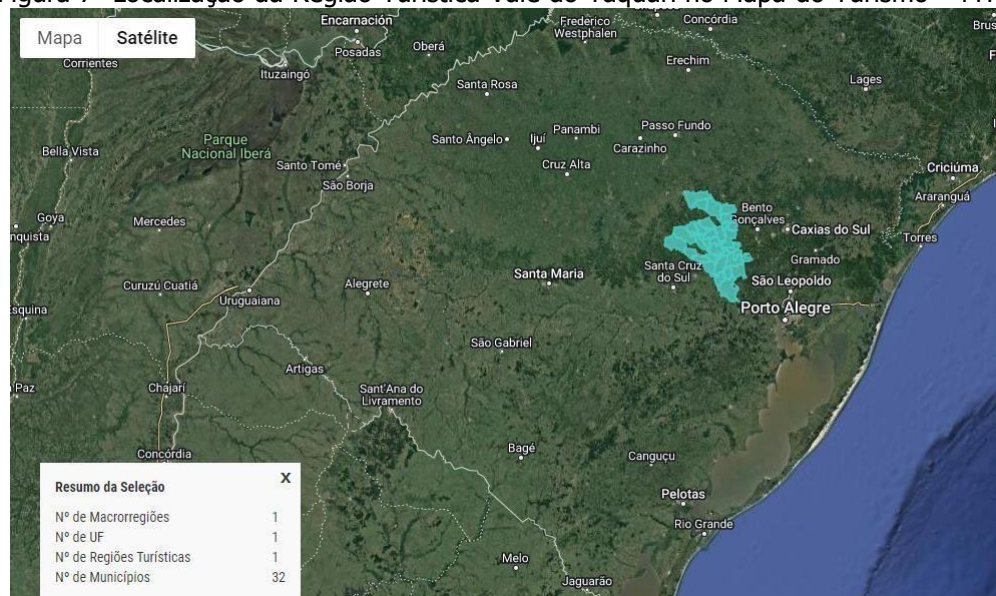
O MTur categoriza todos os municípios do Mapa com letras do alfabeto, onde a letra "A" é a mais desenvolvida turisticamente e a letra "E" é a menos desenvolvida. A Categorização dos Municípios das Regiões Turísticas é um instrumento elaborado pelo MTur para identificar **o desempenho da economia** do setor nos municípios que constam no Mapa. Esse instrumento, previsto como uma estratégia de implementação do PRT, permite tomar decisões mais acertadas e implementar políticas que respeitem as peculiaridades dos municípios brasileiros permitindo enxergar cada município constante no Mapa de forma diferenciada¹⁹. Imigrante foi classificada na Categoria "**D**", que representa uma posição que permite melhorar e alterar de categoria. Para tanto deve trabalhar para formalizar seus meios de hospedagem e incrementar o fluxo de turistas, para que seus dados cresçam nas pesquisas utilizadas pela Categorização e tenha sua categoria atualizada.

Abaixo na figura 7 a localização da Região Vale do Taquari e do município de Imigrante, no mapa do Rio Grande do Sul.

¹⁸ www.regionalizacao.turismo.gov.br

¹⁹ www.regionalizacao.turismo.gov.br

Figura 7- Localização da Região Turística Vale do Taquari no Mapa do Turismo – MTur



Fonte: www.mapa.turismo.gov.br

Figura 8 - Localização do município de Imigrante/RS no Mapa do Turismo – MTur



Fonte: www.mapa.turismo.gov.br

5.5 Gestão Municipal do Turismo

A **Secretaria Municipal da Cultura, Desporto e Turismo**, vinculada à Prefeitura Municipal, é responsável pelas atividades administrativas, de desenvolvimento educacional, cultural, esportiva e do turismo.

Em 30 de maio de 2017, a Lei Municipal Nº 2.146/2017 cria o **Conselho Municipal de Turismo (COMTUR)**, órgão deliberativo, consultivo e normativo, integrante da estrutura básica da Secretaria Municipal de Educação, Cultura, Desporto e Turismo - SMECDT tem como principal atribuição o gerenciamento do Plano e do Fundo Municipal de Turismo. De acordo com a lei, o COMTUR é constituído de 05 (cinco) membros titulares e igual número de suplentes do Poder Público e da Sociedade Civil organizada, de forma paritária e que tenham interesse pelo desenvolvimento e fomento do turismo sustentado em Imigrante, com a seguinte composição:

I - Representantes do Poder Público:

- a) Secretaria de Secretaria de Educação, Cultura, Desporto e Turismo
- b) Secretaria de Agricultura, Meio Ambiente e Desenvolvimento Econômico;
- c) Secretaria de Obras e Mobilidade Urbana;
- d) Secretaria de Saúde e Assistência Social; e,
- c) Secretaria de Administração, Planejamento e Finanças.

II - Representantes da Sociedade Civil organizada:

- a) Rede Gastronômica/Restaurantes;
- b) Entidades Religiosas;
- c) Entidades e Grupos Culturais;
- d) Indústria, Comércio e de Prestação de Serviços;
- e) Grupos e Agências Organizadas de Turismo de Imigrante; ou,
- f) outros que venham a ser constituídos, respeitando a paridade de composição e regimento interno do COMTUR.

A existência do COMTUR se dá a partir de 2017, porém Imigrante não tinha um Plano Municipal de Turismo totalmente estruturado. No momento atual, segue-se para a elaboração de um **Plano Municipal de Turismo** aqui apresentado neste documento, seguindo os critérios do MTur, bem como algumas referências internacionais dos 17 ODS, conforme descrito na Metodologia.

O COMTUR é uma Importante ferramenta para pensar no desenvolvimento integrado das ações que visam consolidar a atividade turística como importante motor do desenvolvimento econômico, cultural, social e ambiental. Recomenda-se que este órgão faça a gestão do atual **Plano Municipal de Turismo**.

5.6 CADASTUR

O CADASTUR, do MTur é o cadastro de pessoas físicas (apenas os Guias de Turismo) e jurídicas que atuam no setor turístico. É obrigatório para **Meios de Hospedagem, Agências de Turismo, Transportadoras Turísticas, Organizadoras de Eventos, Parques Temáticos, Acampamentos Turísticos e Guias de Turismo**, conforme Lei 11.771/2008. Outras atividades podem ser cadastradas em caráter opcional. O cadastro permite ao prestador atuar legalmente, de acordo com a Lei do Turismo, por meio da emissão do Certificado CADASTUR, assim como oferece benefícios aos cadastrados, bem como solicitar o Selo Turismo Responsável. Atualmente, no município de Imigrante existem 09 empreendimentos cadastrados, de acordo com o apresentado no Quadro abaixo:

Quadro 3 – Número de empresas com CADASTUR

Tipo de Cadastro	Número de empresas
Acampamento Turístico	00
Agências de Viagens	01
Meios de Hospedagens	01
Organizadoras de Eventos	01
Transportadoras Turísticas	03
Parque Temático	00
Guia de Turismo	01
Empresas de Apoio ao Turismo Náutico ou à Pesca Desportiva	00
Casa de Espetáculos e Equipamentos de Animação Turística	00
Centro de Convenção	00
Prestador Especializado em Segmentos Turísticos	01
Prestador de Infraestrutura de Apoio a Eventos	00
Locadora de Veículos para Turistas	00
Parque Aquático e Equipamentos de Lazer	00
Restaurante, Cafeteria, Bar e Similares	01
TOTAL DE EMPRESAS CADASTRADAS	09

Fonte: www.cadastur.turismo.gov.br

O CADASTUR é um cadastro que vem sendo exigido em muitos programas e projetos do MTur e de entidades comprometidas com o PRT, alerta-se para a importância de todos os prestadores do Turismo estarem com seu cadastro em dia.

6 – OFERTA TURÍSTICA

Oferta turística é a imensa variedade de produtos e serviços turísticos que estão disponíveis no mercado. As empresas responsáveis pela oferta devem sempre ter em mente a necessidade de satisfação que os consumidores buscam e fazer, sempre que necessário, as alterações possíveis. Os turistas estão à procura de algo que ocupe seu tempo. Cada região oferece seu próprio produto, mas aquela que puder oferecer a maior variedade de produtos, com melhores preços e serviços, entendendo que, ao vender serviços, não se está apenas oferecendo atrativos, hospedagem, alimentação, mas que se está vendendo benefícios aos clientes, benefícios que deverão satisfazer suas necessidades ou desejos para, assim, ganhar-se a concorrência (BRASIL, 2009).

A oferta turística é um fator de extrema importância para definir o posicionamento que uma localidade ou região terá para o perfil de turista que deseja atrair. A disponibilidade e a variedade de produtos turísticos também são fatores de atratividade de turistas para a localidade (BRASIL, 2009). Mas para que isso ocorra é necessário um trabalho conjunto e estruturado na região. Portanto, é preciso a compreensão do processo de desenvolvimento territorial regionalizado e cooperado. Este processo de estruturação deve iniciar no município, considerando sua dimensão, onde o poder público se responsabiliza pela ordenação das atividades e de forma cooperada ao setor privado organizam a prestação de serviços ao turista de forma estruturada conforme os segmentos, utilizando, posteriormente, a promoção e a comercialização para atingir os mercados emissores.

A seguir serão listados produtos ou atrativos turísticos de Imigrante que compõem a oferta turística do município:

6.1 Atrativos Turísticos

Os recursos naturais e culturais, partes integrantes de um produto, são representados pelos **atrativos turísticos** que segundo o MTur é composto por

“locais, objetos, equipamentos, pessoas, fenômenos, eventos ou manifestações capazes de motivar o deslocamento de pessoas para conhecê-los” (BRASIL, 2007), ou seja, a matéria-prima do Turismo sem a qual um país ou uma região não poderiam empreender o desenvolvimento turístico. Para Veloso (2003 *apud* BRASIL, 2009) os atrativos turísticos constituem o **componente principal e mais importante do produto turístico**, pois determinam a seleção, por parte do turista, do local de destino de uma viagem, ou seja, geram uma corrente turística até a localidade.

A seguir serão listados os principais atrativos turísticos já identificados neste município. Eles foram identificados durante as Oficinas, em instrumentos aplicados em junho de 2022, realizadas para a construção deste Plano Municipal de Turismo.

6.1.1 Atrativos Culturais – São elementos da cultura que, ao serem utilizados para fins turísticos, passam a atrair fluxo turístico. São os bens e valores culturais de natureza material e imaterial produzidos pelo homem e apropriados pelo turismo, da pré-história à época atual, como testemunhos de uma cultura (BRASIL, 2010). Os atrativos culturais integram os elementos da religiosidade, da gastronomia, da etnicidade, entre outros. Em Imigrante encontramos vários atrativos culturais listados abaixo:

- ✓ **Igreja da Paz / Praça da Paz** – Inaugurada em 1923, a Igreja da Paz pertence à Comunidade Evangélica Arroio da Seca e está localizada no Centro de Imigrante. Possui um monumento em homenagem a memória da imigração alemã em Arroio da Seca (NORA, 2022).

Figura 9 – Igreja da Paz



Fonte: Acervo Prefeitura Municipal de Imigrante/RS

- ✓ **Praça Henrique Brückner** – Localizada no centro da cidade, em frente ao Cactário Horst. É nela que se encontra o letreiro “Eu ♥ Imigrante”. É um local bastante amplo e gramado. Nela acontece o evento “Dia Mundial do Rock”. (NORA, 2022), o evento Tons de Primavera e o Natal na Praça.

Figura 10 - Praça Henrique Brückner



Fonte: Paula Nora, 2022

- ✓ **Convento São Boaventura** – Localizado no Bairro Daltro Filho, cerca de 5 km do centro da cidade. Trata-se de um Convento Franciscano, em estilo medieval, construído em pedra grês na década de 40. Originalmente, o Convento se dedicava à educação religiosa de jovens para a Vida Consagrada Franciscana. Possui uma capela muito peculiar, uma loja de produtos religiosos, espaço para refeições, amplo jardim e quartos para hospedagem, principalmente de grupos, com a opção de pensão completa e capacidade para até 80 pessoas. Atualmente, o local está voltado para a realização de eventos (retiros, cursos, encontros, reuniões); oficinas culturais, em parceria com a Secretaria Municipal da Educação e Cultura; e espaço de cultivo da espiritualidade, por ser propício para oração e contemplação. Oferecem visita guiada, mediante agendamento, com a contação da história da congregação, explicações sobre o funcionamento do local e dos detalhes relativos à sua estrutura. Além disso, o pátio do Convento e seu entorno servem de cenário para a Encenação da Paixão de Cristo, que ocorre anualmente na semana santa (NORA, 2022).

Figura 11 - Convento São Boaventura



Fonte: Acervo Prefeitura Municipal de Imigrante/RS

Obs.: Estes Atrativos Culturais citados acima são de significativa importância para traduzir e valorizar o Patrimônio Cultural do município e podem, na formatação dos produtos turísticos da cidade, serem aproveitados para ampliar as possibilidades de encatamento aos visitantes e permitirem a conexão com os 17 ODS da Agenda 2030 da ONU.

6.1.2 Atrativos Naturais – São elementos da natureza que, ao serem utilizados para fins turísticos, passam a atrair fluxos turísticos (BRASIL, 2010). Localizada entre montanhas, Imigrante está repleta de belezas naturais. Para quem prefere a as cascatas existe a “*Wasserfall*” que se localiza na Linha Imhoff, e também o “*Bugerfells*” ou Cascata dos Bugres, na Linha Michels. Também muito visitada é a Cascata as Orquídeas, pela sua excelente localização.

- ✓ **Cascata das Orquídeas** – Localizado a 2 km do centro da cidade, na estrada no sentido de Colinas, com acesso por via asfaltada, em boas condições. O terreno é bastante amplo, possuindo duas edificações principais: 1) Casa enxaimel de, aproximadamente, 160 anos; 2) Espaço para eventos, construído recentemente. Possui comercialização de produtos coloniais, água, refrigerante, picolé etc.; venda de flores; um pequeno museu com utensílios da imigração italiana e alemã; espaço amplo para eventos; duas trilhas (300 e 800 metros

respectivamente); café colonial e piquenique (mediante agendamento). Na gastronomia, há opções de itens da culinária da imigração italiana e alemã, preparados pelos proprietários (NORA, 2022)

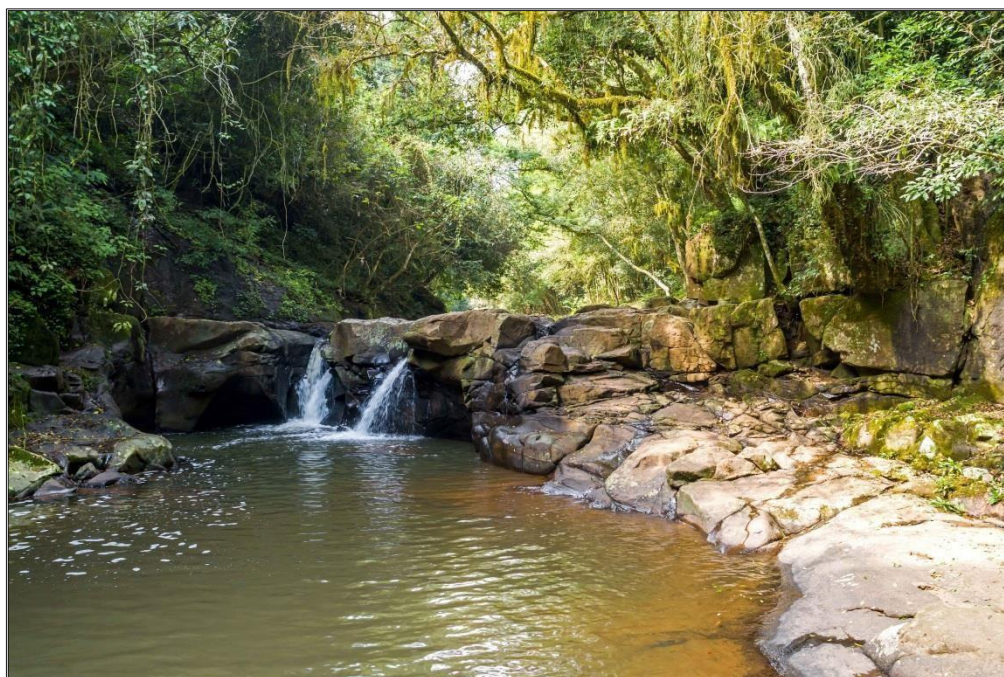
Figura 12 – Cascata das Orquídeas



Fonte: Acervo Entre Rios Consultoria, 2022

- ✓ **Cascata Wasserfall** – Localizada na linha Imhoff, possui placas indicativas.

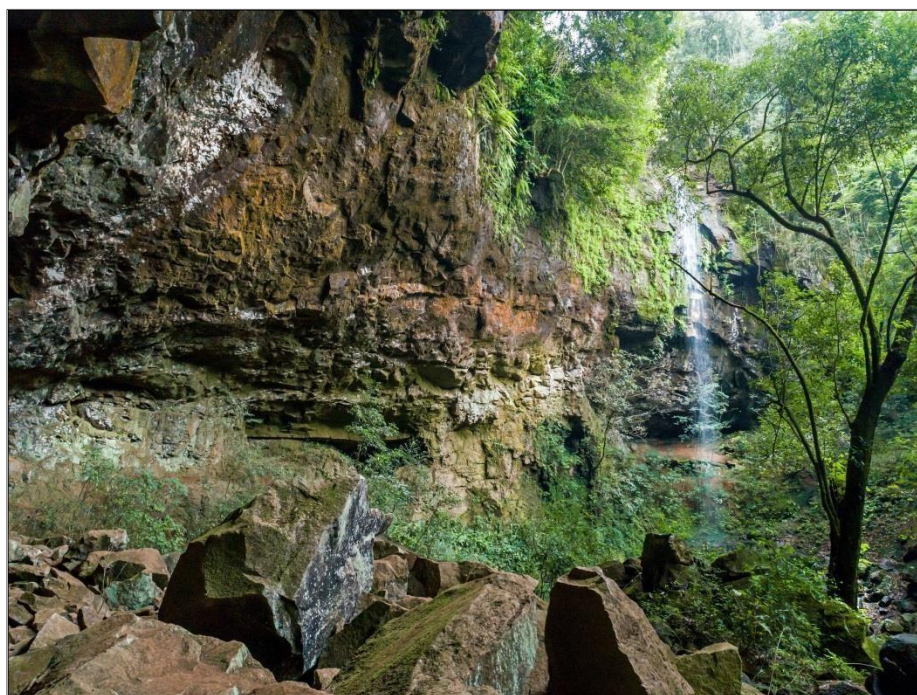
Figura 13 – Cascata Wasserfall



Fonte: Acervo Prefeitura Municipal de Imigrante

- ✓ **Cascata *Bugersfells*** - também conhecida como Cascata dos Bugres, sua queda apresenta aproximadamente 40 metros de altura. Localiza-se cerca de 5 km do centro da cidade, é possível chegar de carro até certo ponto do trajeto, o restante é necessário fazer a pé.

Figura 14 – Cascata *Bugersfells*



Fonte: Acervo Prefeitura Municipal de Imigrante

Obs.: Estes Atrativos Naturais citados acima também são de significativa importância para traduzir e valorizar o Patrimônio Natural do município e podem, na formatação dos produtos turísticos da cidade, serem aproveitados para ampliar as possibilidades de encatamento aos visitantes e permitirem a conexão com os 17 ODS da Agenda 2030 da ONU.

6.1.3 Atrativos Econômicos – são atividades produtivas capazes de motivar a visitação turística e propiciar a utilização de serviços e equipamentos turísticos (BRASIL, 2010). Alguns dos atrativos econômicos do município:

- ✓ **Cactário Horst** – Situado no centro da cidade, em frente a Praça Henrique Brückner. Iniciou as atividades na década de 60 e, atualmente, trata-se da maior

estufa de cactos e suculentas da América Latina, com cerca de mil espécies à venda, nativas de diferentes partes do mundo. Além da ampla área de visitação e comercialização das plantas, possui um Espaço Kids e uma pequena cafeteria (NORA, 2022). É um dos atrativos turísticos mais visitados no município.

Figura 15 – Cactário Horst



Fonte: Acervo Prefeitura Municipal de Imigrante/RS

- ✓ **Klein meliponário** – Localizado a, aproximadamente, 2,5 km do centro de Imigrante, com acesso por via asfaltada e com um pequeno trecho de estrada de chão em boas condições. Trata-se de um empreendimento de criação de diferentes espécies de abelhas sem ferrão, entre elas: Bugia, Canudo, Jataí, Mandaçaia, Manduri, Tubuna, Uruçu, entre outras. No local, que fica na casa do proprietário, o visitante tem a oportunidade de saber sobre a criação de abelhas. No ambiente, existe uma pequena tenda onde os turistas são recepcionados, que serve também para a comercialização do mel e de alguns derivados (NORA, 2022).

Figura 16 – Produtos Klein Meliponário



Fonte: Paula Nora, 2022

- ✓ **Velas Imigrante** – Localizada no centro da cidade de Imigrante. Trata-se de uma fábrica de velas, que produz velas comuns, de sete dias, espirais, com imagens de santos e artesanais, em em diferentes tamanhos e com diversas opções de aromas. Além das velas em latinhas, personalizadas com o rótulo “lembrança de imigrante”. Apesar de grande parte dos produtos serem comercializados através de e-commerce próprio e de representantes, há uma parcela de venda direta, na loja que fica anexa a fábrica. Além disso, recebe grupos de excursão que vem de toda a região sul do Brasil, especialmente, do RS. Durante a visitação,   mostrado parte do processo de produ o, e, na sequencia, os turistas são conduzidos para a área da loja (NORA, 2022).

Figura 17 – Velas Imigrante



Fonte: Acervo Entre Rios Consultoria, 2022

- ✓ **Naturichter** – Localizado em área rural, aproximadamente 4 km do centro da cidade, com acesso por estrada de chão em condições satisfatórias. Trata-se de uma agroindústria, conduzida por um casal de proprietários, que planta cana de açúcar e produz melado. Grande parte dele é comercializado através de mercados da região e, em menor escala, diretamente para consumidores finais no próprio estabelecimento. Atualmente, não recebem visitantes, embora tenham planos de abrir o local para visitação futuramente (NORA, 2022).

Figura 18 – Produtos Naturichter



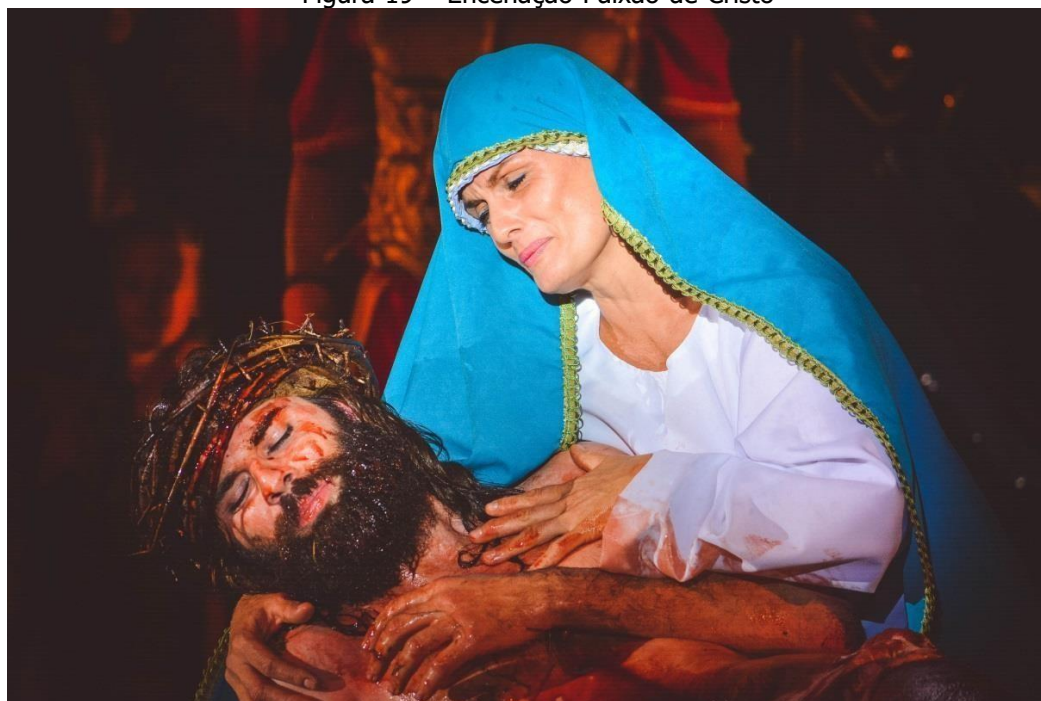
Fonte: Acervo Entre Rios Consultoria, 2022

6.1.4 Eventos – Eventos que concentram pessoas para tratar ou debater assuntos de interesse comum e negociar ou expor produtos e serviços; podem ser de natureza comercial, profissional, técnica, científica, cultural, política, religiosa, turística, entre outras, com datas e locais previamente estabelecidos. Esses eventos propiciam a utilização de serviços e equipamentos turísticos (BRASIL, 2010).

Alguns dos eventos que ocorrem no município:

- ✓ **Paixão de Cristo** – A Paixão de Cristo de Imigrante está em sua décima sexta edição e é encenada em frente ao Convento Franciscano São Boaventura, construído na década de 1940, todo em pedra de areia. A encenação traz cerca de 10 mil espectadores por edição, faz parte do calendário de Eventos do Estado do Rio Grande do Sul. Cerca de 70 atores locais se dedicam na preparação do espetáculo que envolve desde a escolha dos personagens, decorar e gravar as falas, os ensaios de cenas, e a montagem do palco e do figurino.

Figura 19 – Encenação Paixão de Cristo



Fonte: Acervo Prefeitura Municipal de Imigrante/RS

- ✓ **Dia Mundial do Rock** – O dia 13 de julho é reconhecido no Brasil como o Dia Mundial do Rock. A data celebra anualmente o rock e foi escolhida em homenagem ao *Live Aid*, megaevento que aconteceu nesse dia em 1985. Imigrante realiza o evento em comemoração a data no mês de novembro, com recursos da Lei de Incentivo a Cultura – LIC pela Associação Cultural em parceria com a Prefeitura. São três dias de muito rock „n“ roll, exposição de carros antigos, encontro de motos, além de oficinas e *work shopp*s.

Figura 20 – Dia Mundial do Rock 2021



Fonte: Acervo Prefeitura Municipal de Imigrante/RS

- ✓ **Feira Municipal** – trata-se de uma feira comercial, industrial e de serviços. Milhares de pessoas são atraídas ao município nos dias de festa. São mais de 80 expositores entre comércio, indústria, serviços, agroindústria, artesanato, praça de alimentação e mostra de animais. Além de Cinema 6D, parque infantil, apresentações de talentos locais, água quente e erva-mate. O evento ainda conta com muitos shows de música, entre bandas, cantores e DJ's.

Figura 21 – Feira Municipal



Fonte: Acervo Prefeitura Municipal de Imigrante/RS

- ✓ **Biertanzfest** – Promovido pelo Grupo de Danças Folclóricas Sonnenlicht, o evento conta com a apresentação de danças típicas, uma janta para os convidados e logo após um baile com músicas ao vivo.



Figura 22 - Biertanzfest

Fonte: Acervo Prefeitura Municipal de Imigrante/RS

- ✓ **Natal na Praça** – Realizado na Praça Municipal Henrique Brückner, no final do mês de dezembro, o Natal na Praça tem o intuito de unir a população para celebrar o Natal. Em 2021, a programação iniciou com a Caminhada de Lanternas, tendo saída da Comunidade Praça da Igreja da Paz, seguindo pela Avenida Ito João Snel em direção a Praça Municipal. Já na Praça, ocorreram apresentações da Orquestra Municipal, da Orquestra Jovem, do Coral das Escolas, do Coral Municipal e encenação do Teatro “Uma Estrela Vai Brilhar” com o Façarte. Ao final das apresentações musicais houve a chegada do Papai Noel.

Figura 23 - Natal na Praça



Fonte: Acervo Prefeitura Municipal de Imigrante/RS

- ✓ **Dia do Músico** – ocorre sempre no mês de novembro.

Figura 24 – Dia do Músico



Fonte: Acervo da Prefeitura Municipal de Imigrante

6.2 Segmentos Âncora e Secundários

Para o MTur, a **segmentação** é entendida como uma forma de organizar o turismo para fins de planejamento, gestão e mercado. Os segmentos turísticos podem ser estabelecidos a partir dos elementos de identidade da oferta e também das características e variáveis da demanda (BRASIL, 2009). Identificar os segmentos da oferta turística é importante, pois facilita a identificação dos públicos mais rentáveis.

6.2.1 Segmento Âncora – É aquele segmento turístico responsável pelo maior fluxo de turistas. É o indutor da atividade turística no município. O segmento âncora em Imigrante foi previamente definido durante discussões nas Oficinas de construção deste PMT, entre **Turismo Cultural e Turismo Rural**, ou seja, aquele segmento que atrai (ou irá atrair) o maior número de turistas para o destino.

Turismo Cultural compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura (BRASIL, 2010b). Dentro desse segmento integram o Arqueológico, Enoturismo, Étnico, Ferroviário, Gastronômico e Religioso. Esse segmento é muito representativo com o Convento São Boaventura.

Ecoturismo é um segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista por meio da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações. Reconhece-se que o Ecoturismo tem liderado a introdução de práticas sustentáveis no setor turístico, mas é importante ressaltar a diferença e não confundi-lo como sinônimo de Turismo Sustentável. Sobre isso, a Organização Mundial de Turismo e o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente referem-se ao Ecoturismo como um segmento do turismo, enquanto os princípios que se almejam para o Turismo Sustentável são aplicáveis e devem servir de premissa para todos os tipos de turismo em quaisquer destinos (BRASIL, 2010). Esse segmento é muito representativo nas cascatas que o município oferece aos visitantes.

6.2.2 Segmentos Secundários – Os segmentos secundários são aqueles segmentos turísticos que também geram fluxo de visitantes, porém não é o principal motivo da visita ao destino turístico. Os segmentos secundários identificados em Imigrante foram: **Turismo de Negócios & Eventos e Turismo Rural**.

Turismo Rural é o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade (BRASIL, 2010). Este segmento é muito representativo com as propriedades que recebem turistas e estão no meio rural como o Melpolinário Klein e futuramente o Melado Naturichtner.

Turismo de Negócios & Eventos compreende o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social (BRASIL, 2010). Este segmento é muito representativo no evento Paixão de Cristo, Dia Mundial do Rock e Expofesta.

7 – DEMANDA TURÍSTICA

O MTur (2007) define a demanda turística como o grupo de consumidores dos produtos turísticos (pessoas) que se deslocam em busca de locais, produtos e serviços turísticos a serem consumidos. As empresas, ao elaborarem seus produtos turísticos, devem sempre estar atentas ao comportamento do consumidor.

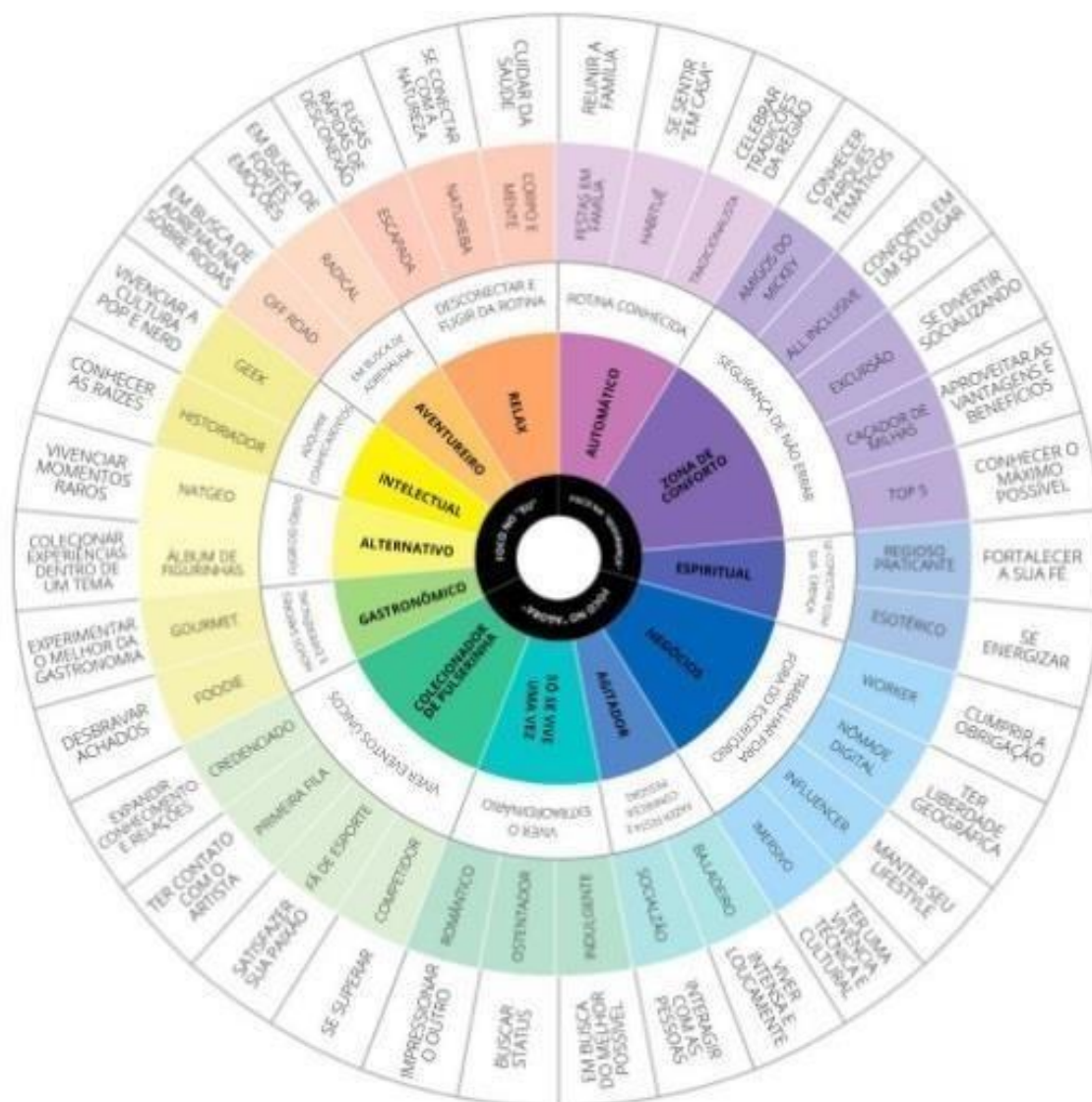
Pode-se afirmar, portanto, que demanda turística é o número total de pessoas que viajam (demanda efetiva) ou desejam viajar (demanda potencial) para um determinado destino com o objetivo de desfrutar das comodidades turísticas e serviços. Nem todos os turistas percebem o mesmo conceito ou benefício para viajar a um determinado destino, significando que a motivação das viagens para um mesmo destino pode ter diferentes valores atribuídos.

Não existe estudo de demanda no município, mas pelos dados coletados na pesquisa de campo, junto a Secretaria de Cultura, Desporto e Turismo identificou-se que o perfil do turista que visita a região é de: casais, casais com crianças, grupos de amigos, empresários, estudantes, melhor idade, cicloturistas, da Classe socioeconômica de A a D, com graduação ou pós-graduação, provenientes da própria região e todo o Estado do RS, que procuram o município nos períodos de primavera, verão e outono, principalmente.

Recentemente, em julho de 2022, foi lançado um estudo sobre o “Mapa de Comportamento Turista do Rio Grande do Sul”, destacando 12 perfis de turistas, onde cada perfil primário tem subdivisões de comportamento originando divisões de personas criadas pelas motivações turísticas. Foram totalizadas 34 personas no RS e 46 motivações, uma paracada perfil e persona. Este estudo foi realizado num parceria entre SEBRAE/RS e Secretaria de Turismo do Estado, com realização do grupo *Wine Locals*.

A seguir encontra-se o Mapa Conceitual destas 34 personas com duas 46 motivações:

Figura 25 – Mapa do Comportamento do Turista RS



Fonte: Wine Locals, 2022

8 – INFRAESTRUTURA

É o conjunto de obras e de instalações de estrutura física e de serviços básicos que dão suporte ao desenvolvimento da atividade turística em determinada área. São exemplos de Infraestrutura Turística: sistema de transportes e de comunicações, meios de hospedagens, locadoras, posto de informações, bares e restaurantes, entretenimento, entre outros (BRASIL, 2007).

O município de IMIGRANTE possui uma infraestrutura básica com muitas oportunidades de negócios e ampliações a serem efetuadas. Abaixo serão listados alguns dos serviços e estruturas que o destino apresenta neste momento ou que são de suma importância no desenvolvimento do Turismo.

8.1 Acesso – os acessos ao município se dá BR 386 ou pela RS 423 (Rota do Sol), mas pode-se acessar o município por estradas vicinais no interior do município. O estado das vias de acesso é bom e os dois principais acessos possuem cobertura asfáltica.

8.2 Centro de Atendimento ao Turista (CAT) - Os Centros de Atendimento ao Turista (CATs) desempenham papel importante na promoção do destino turístico. Com o crescimento do turismo individualizado, no Brasil e no exterior, torna-se condição relevante a existência de locais que concentrem informações sobre a localidade e os destinos da região, disponibilizando folhetos e mapas, atendimento em idioma estrangeiro e, se possível, a opção de efetuar reservas em atrativos, hotéis e restaurantes. A busca crescente por viagens independentes torna os serviços de informações turísticas importantes elos de segurança do visitante com o destino. Assim, a responsabilidade dos CATs em oferecer informações confiáveis e de forma adequada é reforçada por sua contribuição essencial para a qualidade do produto turístico (BRASIL, 2009).

O município **não possui um CAT**, chama-se atenção para a importância de oferecer um espaço destinado ao atendimento ao turista, principalmente com informações seguras e oportunidade de monitoramento do fluxo e análise do perfil.

8.3 Meios de Hospedagens – o município conta com três meios de hospedagem. A Pousada STEINHAUS que conta com duas unidades habitacionais e a *Gartner Haus* que é um meio de hospedagem alternativo a qual acomoda até 4 pessoas. O Convento São Boaventura também oferece hospedagem e possui cerca de 80 leitos, em breve sofrerá uma reforma para acomodar casais.

8.4 Restaurantes, bares e Similares – Locais identificados nas Oficinas de construção do Plano Municipal de Turismo são: **Boteco 501, Estaleiro Bar Pub e Restaurante, Pub Hops Haus e Café Mosteiro** (empreendimento futuro). O Clube também serve almoço, mas os turistas não costumam frequentar esse espaço. Também existem lanchonetes e cafeterias na avenida principal.

Figura 26 – Estaleiro Bar Pub e Restaurante



Fonte: Facebook Estaleiro

Figura 27– Boteco 501 e Pub Hops Haus



Fonte: Acervo prefeitura municipal d Imigrante/RS

9 - ANÁLISE SWOT

A análise SWOT é uma ferramenta utilizada para fazer análises de ambientes ou cenários. Por sua simplicidade e resultados, pode ser utilizada para diversos fins. O termo SWOT é uma sigla do inglês e seu significado é:

Strengths (forças) - são variáveis internas e controláveis que propiciam uma condição favorável para a empresa.

Weaknesses (fraquezas) - são as variáveis internas e controláveis desfavoráveis para a empresa.

Opportunities (oportunidades) - são variáveis externas não controláveis pela empresa, mas que podem criar-lhe condições favoráveis.

Threats (ameaças) - são variáveis externas e não controláveis pela empresa que podem criar condições desfavoráveis.

Quadro 4 - Análise SWOT

FORÇAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Eventos Culturais (Rock, Paixão de Cristo); • Belezas naturais (cascatas, barragens, trilhas, corredores); • Empreendedores consolidados e interessados; • Localização geográfica – próximo aos centros emissores de turista; • Acessos ao município; • Recursos naturais; • Gastronomia; • Infraestrutura básica; • Feira do Produtor Municipal; • Diversidade de produtos agrícolas; • Cultura de dois povos (alemão e italiano); • Hospitalidade; • Atrativos turísticos consolidados (Seminário e o Cactário); • Patrimônio histórico-cultural; • Limpeza e organização da 	<ul style="list-style-type: none"> • Cristo Protetor de Encantado; • Trem dos Vales; • Preservação da cultura alemã e italiana; • Cidades vizinhas desenvolvidas; • Ocorrência de eventos na região; • Eventos de divulgação de destinos turísticos (estande da SETUR e SEBRAE); • Grande interesse pelo Turismo Rural; • Prática de esportes; • Hotelaria; • Gastronomia típica da região; • Criação de novas rotas; • Nova Rota de Cicloturismo (Recurso da Consulta Popular); • Grande interesse pelo cicloturismo; • Localização; • Realização de parcerias; • Recursos inexplorados; • Eventos (datas comemorativas);

<p>cidade;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Roteiros / rotas turísticas consolidados; • Grande potencial turístico; • Existência de uma Secretaria de Turismo; 	<ul style="list-style-type: none"> • Eventos multissetorial; • Aumento do interesse por passeios dentro do estado; • Parceria SEBRAE;
FRAQUEZAS	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> • Acessibilidade no ambiente externo e nas empresas; • Embelezamento da cidade; • Aproveitamento dos eventos; • Ocorrência de poucos eventos; • Falta de leitos em meios de hospedagens; • Serviço de telefonia móvel precário; • Divulgação; • Acessos internos; • Planejamento; • Condutor local; • Preservação de prédios históricos; • Setor de alimentação – principalmente a noite; • Sinalização turística; • Infraestrutura de banheiros e calçadas; • Infraestrutura nos empreendimentos; • Qualificação; • Falta de empreendimentos turísticos; • Divisão dos bairros; • Centro de Atendimento ao Turista (informações); • Dificil a acesso a atrativos turísticos naturais; • Falta de preparo da comunidade para o Turismo; • Ausência de legislação municipal; 	<ul style="list-style-type: none"> • Economia (crise econômica de forma geral); • Pandemia; • Clima (seca, enchentes que trancam as vias de acesso); • Aumento da circulação de veículos na região; • Cenário político; • Problemas de esgotamento sanitário; • Ausência de controle na Capacidade de Carga; • Falta de investimentos; • Dificuldades nas linhas de crédito; • Acesso Rota do Sol para ônibus.

10 – MISSÃO, VISÃO E VALORES

MISSÃO – A missão é razão de existir, a razão de se desenvolver e tornar possíveis, claros e realistas os objetivos que se deseja atingir, tem a função de **orientar e delimitar sua atuação**, auxiliando todos os envolvidos a focar seu empenho na mesma direção.

MISSÃO DO PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE IMIGRANTE/RS

“Proporcionar experiências únicas e intensas, fortalecendo e valorizando as belezas naturais e culturais do município através do desenvolvimento do Turismo Sustentável.”

VISÃO – A visão tem papel fundamental na construção do futuro. Se a missão representa a sua essência, a visão simboliza **como ela se vê em um determinado período de tempo**. É a imagem de futuro, isto é, onde se espera estar em um determinado tempo.

VISÃO DO PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE IMIGRANTE/RS

“Ser município reconhecido/referência no Turismo Cultural, em até 5 anos, na Região Turística do Vale do Taquari.”

VALORES – São **princípios**, ou crenças, que servem de guia, ou critério, para os comportamentos, **atitudes** e decisões de todas e quaisquer pessoas, que no exercício das suas responsabilidades, e na busca dos seus objetivos, estejam executando a missão, na direção da visão. Para a identificação dos VALORES que os atores sociais envolvidos na execução deste plano devem possuir, foi realizada uma dinâmica com o grupo em formato de **nuvens de palavras**.

A partir dos levantamentos apresentados, foram definidos os 6 principais valores a serem seguidos no desenvolvimento do Plano de turismo de Imigrante/RS:

Figura 28 – Resultado dinâmica Valores do P.M.T. de Imigrante



Fonte: Oficina I

Na escolha dos seis principais, os participantes escolheram os valores abaixo:

1 Sustentabilidade

2 Comprometimento

3 Planejamento

4 Segurança

5 Responsabilidade

6 Qualificação

11 - DESCRIÇÃO DAS APDS APROVADAS POR EIXO DE ATUAÇÃO DO PRT

Conforme identificado na Metodologia deste documento, **36** ações foram elaboradas e aprovadas nas oficinas e, posteriormente revisadas pela equipe técnica. As mesmas serão agora detalhadas de acordo com a sequência de informações sobre ação proposta, 17 ODS vinculados, identificação inicial de como realização a ação, prazo de execução e responsáveis pela ação. Seguem quadros abaixo:

Quadro 5: EIXO 1: GESTÃO DESCENTRALIZADA DO TURISMO

AÇÃO PROPOSTA	ODS	COMO REALIZAR ESTA AÇÃO?	PRAZO	RESPONSÁVEL
1 - Montar uma Rede de Cooperação para o Turismo.	08, 17	Eleger um líder e convidar todas as pessoas, entidades e empresas para pensarem o turismo no município.	DEZ 2022	SMCDT COMTUR EMPRESARIOS
2 - Realizar reuniões bimestrais com a Rede de Cooperação.	08	Realizar reuniões bimestrais para eleger prioridades na execução das ações deste Plano bem como realizar o monitoramento.	Contínuo	COMTUR
3 - Criar Conselho Municipal da Cultura (CMC).	08, 17	Em parceria com a Secretaria Municipal da Educação articular ações para a criação do CMC – contatar um vereador e solicitar a criação de um PL de criação do CMC. Estudar a composição do mesmo.	MAR 2023	SMCDT SEC EDUCAÇÃO
4 - Sensibilizar a comunidade ao Turismo.	4, 8, 17	Palestra em eventos comunitários de sensibilização da comunidade para participação e maior envolvimento com o Turismo.	Contínuo	SMCDT SEC EDUCAÇÃO Rede de Cooperação
5 - Política de apoio permanente ao Turismo.	9, 12	Contatar com vereadores para elaboração de Projetos Leis de apoio ao Turismo.	Até DEZ 2024	COMTUR

6 - Fortalecimento do COMTUR.	8, 17	Estimular as ações do COMTUR visando a promoção, interação e participação de seus integrantes.	Contínuo	SMCDT
-------------------------------	-------	--	----------	-------

Quadro 6: EIXO2: PLANEJAMENTO E POSICIONAMENTO DE MERCADO

AÇÃO PROPOSTA	ODS	COMO REALIZAR ESTA AÇÃO?	PRAZO	RESPONSÁVEL
7 - Formatar um roteiro turístico.	4, 8, 9, 11, 17	Aplicar as técnicas da Roteirização – mapeamento dos atrativos e serviços para formar um roteiro turístico.	Até JUN 2023	SMCDT COMTUR AMTURVALES
8 - Estimular a organização interna dos empreendimentos.	4, 8, 9, 10, 12 e 17	Palestras sobre a forma de apresentação de espaços para atendimento ao turista.	Até JUN 2024	SMCDT COMTUR AMTURVALES Parceiros
9 - Ponto de comercialização de produtos.	4, 8, 17	Identificar locais para expor e comercializar produtos do município – ponto de venda.	Até JUN 2024	SMCDT COMTUR Parceiros
10 - Ações integradas regionais para formatar produtos mais atrativos para os consumidores.	5, 8, 17	Criar roteiros regionais para a maior permanência dos turistas na região.	Até DEZ 2024	SMCDT COMTUR Parceiros AMTURVALES

Quadro 7: EIXO 3: QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL, DOS SERVIÇOS E DA PRODUÇÃO ASSOCIADA

AÇÃO PROPOSTA	ODS	COMO REALIZAR ESTA AÇÃO?	PRAZO	RESPONSÁVEL
11 - Criar grupo permanente para discutir e encaminhar estratégias de qualificação.	8, 12, 17	Reuniões com datas pré-estabelecidas conforme necessidade e demanda. Esta ação pode ser um subgrupo da Rede de Cooperação.	Imediato	SMCDT COMTUR Empresas

12 - Oferecer cursos de capacitação em artesanato, culinária típica, atendimento ao público, entre outros identificados.	12, 17	Verificar junto a entidades que realizam cursos as possibilidades de ministrarem no município cursos necessários e organizar um calendário.	Até JUL 2023	SMCDT COMTUR G7 AMTURVALES
13 - Realizar visitas técnicas nos atrativos do município.	4, 8, 9, 11, 17	Em parceria com os empreendedores locais, organizar um grupo de pessoas (alunos, professores, funcionários de estabelecimentos que atendem turistas) e leva-los a conhecer os principais atrativos turísticos bem como as empresas.	Até DEZ 2023	SMCDT COMTUR Empresas SEC EDUCAÇÃO
14 - Oferecimento de cursos de Marketing Digital para os empreendimentos do município.	4, 8	Capacitar as empresas a utilizarem corretamente as estratégias de marketing digital.	Até JUL 2023	SMCDT COMTUR Entidades parceiras

Quadro 8: EIXO 4: EMPREENDEDORISMO, CAPTAÇÃO E PROMOÇÃO DE INVESTIMENTO

AÇÃO PROPOSTA	ODS	COMO REALIZAR ESTA AÇÃO?	PRAZO	RESPONSÁVEL
15 - Promoção de Investimentos.	04, 08, 12 e 17	Identificar parcerias e recursos para promover investimentos através de parcerias regionais, estaduais e federais.	Contínuo	SMCDT COMTUR Parceiros
16 - Promover palestras sobre investimentos e financiamentos.	08, 17	Convidar gestores financeiros e empreendedores de sucesso para proferir palestras e bate-papo com os interessados.	Contínuo	SMCDT COMTUR AMTURVALES
17 - Política Pública de incentivo ao Turismo.	4, 8, 9	Criar e estabelecer leis de incentivo ao empreendedorismo através de Projetos Lei.	Até DEZ 2024	Prefeitura Municipal

18 - Facilitar financiamento.	4, 8, 10, 17	Divulgar linhas de crédito acessível as empresas.	Até MAR 2023	COMTUR Parceiros AMTURVALES
19 - Incentivo a formalização dos negócios vinculados ao Turismo.	8, 9, 11, 17	Formalização é aumento da arrecadação municipal possibilitando maiores investimentos no segmento de turismo.		

Quadro 9: EIXO5: INFRAESTRUTURA TURÍSTICA

AÇÃO PROPOSTA	ODS	COMO REALIZAR ESTA AÇÃO?	PRAZO	RESPONSÁVEL
20 - Melhoria do embelezamento da cidade.	1, 3	Realizar concurso de embelezamento. Paisagismo, arborização.	Até JUL 2023	COMTUR
21 - Melhoria dos serviços telefônicos.	3	Contatar operadoras de telefonia e verificar as possibilidades de ampliação do sinal.	Até DEZ 2022	SMCDT COMTUR
22 - Elaborar projeto para instalação de placas de sinalização turística nos atrativos e empreendimentos	3, 4, 8	Formar um grupo para estudo e elaboração do projeto de sinalização turística e elaborar projeto.	Até DEZ 2022	SMCDT COMTUR AMTURVALES
23 - Proporcionar acessibilidade.	5, 8	Identificar as necessidades para implantar os recursos de acessibilidade nas repartições públicas e privadas.	Até JUL 2023	SMCDT COMTUR SEC OBRAS
24 - Melhoria nos acessos – atrativos turísticos e locais públicos.	3, 8	Identificar locais que necessitam melhoria nos acessos e requer junto a Secretaria de Obras.	Até JUL 2023	SMCDT COMTUR SEC OBRAS
25 - Iluminação pública.		Identificar locais que necessitam melhorar a iluminação e requerer junto a Secretaria de Obras.	Até JUL 2023	SMCDT COMTUR SEC OBRAS

26 - Implantar pórtico no município.		Elaborar projeto para implantação de um pórtico na entrada do município.	Até DEZ 2024	SMCDT COMTUR SEC OBRAS
--------------------------------------	--	--	--------------	------------------------------

Quadro 10: EIXO 6: INFORMAÇÃO AO TURISTA

AÇÃO PROPOSTA	ODS	COMO REALIZAR ESTA AÇÃO?	PRAZO	RESPONSÁVEL
27 - Incentivo às empresas para realização de cadastro no TripAdvisor e no Google Meu Negócio .	4, 8, 17	Criar uma campanha visando orientar os empreendedores a cadastrarem suas empresas no Tripadvisor e no Google Meu Negócio. Empresas do município visíveis na internet.	Até MAR 2023	SMCDT COMTUR Empresários
28 - Atualizar site da prefeitura.	4	Incluir mais informações sobre o Turismo no site da prefeitura.	Até DEZ 2022	SMCDT

Quadro 11: EIXO 7: PROMOÇÃO E APOIO  COMERCIALIZAÇÃO

AÇÃO PROPOSTA	ODS	COMO REALIZAR ESTA AÇÃO?	PRAZO	RESPONSÁVEL
29 - Elaborar um folder dos atrativos e servios do município.	4,8, 12	Criar um grupo gestor para articular a confecção de um folder do município físico e digital.	Até MAR 2023	SMCDT COMTUR EMPRESAS
30 - Confecção de mapas identificando os atrativos e empreendimentos.	4,8, 12	Juntamente com a elaboração do folder, confeccionar mapa com identificação dos atrativos e empreendimentos – físico e digital.	Até MAR 2023	SMCDT COMTUR EMPRESAS
31 - Participar de feiras de comercialização do Turismo.	8, 12,17	Elaborar calendário de Feiras de Turismo para a participação do município – validar no COMTUR	Até DEZ 2022	SMCDT COMTUR

32 - Participar de ações de divulgação e comercialização da AMTURVALES.	8, 17	Identificar as ações de divulgação e comercialização que a AMTURVAES tem programado e participar.	Todo final de ano	COMTUR AMTURVALES
33 - Promover parcerias de divulgação entre municípios vizinhos.	8, 12, 17	Ampliar as ações de divulgação do Turismo no município e região visando o fortalecimento do Turismo Regional.	Contínuo	SMCDT COMTUR AMTURVALES
34 - Banco de imagens / vídeos do destino.	4, 8, 10, 17	Montar um banco de imagens e vídeos a serem utilizados em todas as campanhas de marketing. Banco de imagens / vídeos de qualidade e com direitos reservados	Até JUL 2023	SMCDT COMTUR AMTURVALES

Quadro 12: EIXO 8: MONITORAMENTO

AÇÃO PROPOSTA	ODS	COMO REALIZAR ESTA AÇÃO?	PRAZO	RESPONSÁVEL
35 - Controle do fluxo turístico.	3,8	Elaborar planilhas para o controle do fluxo turístico e disponibilizar aos empreendimentos que queiram participar deste controle.	Até DEZ 2022	SMCDT COMTUR
36- Aplicar pesquisa do perfil do turista.	3,8	Aplicar formulários de pesquisa do perfil do turista no CAT e em estabelecimentos que queiram contribuir com esta ação.	Até DEZ 2023	SMCDT CAT

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O planejamento é uma ferramenta essencial para desenvolver o fenômeno do Turismo e objetiva identificar, ordenar e controlar as ações no território ocupa-se em direcionar a construção e requer um estudo e reconhecimento de dados sobre a realidade territorial, o qual é chamado de diagnóstico ou inventariação. É através desses dados coletados que se tem uma visão detalhada sobre os problemas sociais, estruturais, os impactos positivos e negativos. Portanto, após as etapas para construção deste Plano Municipal de Turismo, citadas ao longo deste documento, ficam identificadas Ações e Estratégias elaboradas de forma coletiva com a equipe técnica (os especialistas), o *trade* turístico e a comunidade local representada por diversas entidades representativas do setor rural, comercial e de serviços.

Este planejamento também recebeu, além da Secretaria Municipal de Cultura, Desporto e Turismo, importante contribuição de membros titulares e suplentes do COMTUR, EMATER, bem como demais Associações e empreendedores do município.

Recomenda-se, portanto, que cada uma das 36 APDs elencadas para serem executadas nos próximos anos no município de Imigrante, sejam desdobradas em Planos de Ações, Projetos e/ou Programas e que sejam monitoradas pelo COMTUR, conforme definido pelos participantes desta construção coletiva. Importante ainda salientar que as APDs aqui descritas foram criadas e aprovadas durante o período de pós pandemia da Covid-19.

Diversos elementos que foram apresentados e debatidos aqui não são possíveis apenas para os próximos quatro anos, mas é de suma importância que neste período, o Turismo seja fortalecido enquanto política pública. A permanente pesquisa de demanda e oferta turística são passos importantes para continuar entendendo o cenário e definir aonde este destino quer chegar em 2027, conforme definido na Visão do Plano Municipal de Turismo de Imigrante. Precisa-se permanentemente de dados para o gerenciamento adequado do processo turístico. Por outro lado, precisa-se ampliar os conhecimentos com relação às tendências de mercado.

Sabe-se que as questões relacionadas ao Meio Ambiente perpassam por diversas ações dos outros eixos e, dessa forma, torna-se ali representado, porém

esse tema é cada vez mais significativo e foco não só do interesse dos clientes / turistas, transformando-se em “produto turístico”, mas também é foco das nossas responsabilidades como cidadãos. Além disso, diversas referências para desenvolvimento no âmbito local, regional até mundial, têm sido cada vez mais elaboradas para inserir meio ambiente nas práticas do dia a dia. Por essa razão, considera-se necessário um eixo específico – “Eixo 9 – Meio Ambiente” para tratar sobre possíveis ações de Meio Ambiente relacionadas com desenvolvimento de destinos turísticos.

Hoje em Imigrante, turistas já realizam atividades dentro de diferentes segmentos como Turismo Cultural, Ecoturismo e Turismo no Meio Rural, Porém todos estes segmentos ainda podem ser ampliados e novos segmentos desenvolvidos para que o município possa oferecer produtos turísticos diversificados e coesos e de fácil distribuição nos canais de comercialização e divulgação.

A formatação e estruturação de novos produtos turísticos são ações necessárias para o crescimento do fenômeno turístico no Brasil, porém a grande preocupação é de que estes novos produtos sejam criados de maneira sustentável, organizada e que atinjam seus objetivos de comercialização, para isto, nos alerta Balanzá (2005, p. 171) o seguinte:

“será muito interessante analisar que tipo de produto pretende-se criar (...) trata-se, principalmente, de verificar a viabilidade do produto que se quer criar ou modificar, e prever a aceitação que terá entre o público alvo, após estudar, com o dito, o que é que este público espera ou deseja”.

A aplicação do processo de Roteirização servirá como uma ferramenta para a adoção de novas posturas e estratégias na gestão das políticas públicas permitindo uma mudança no relacionamento entre o poder público e os empreendedores envolvidos bem estimulará a negociação, os acordos e o planejamento das ações para o desenvolvimento do Turismo Sustentável no município de Imigrante, Região Vale do Taquari.

REFERÊNCIAS

BALANZÁ, Isabel Millio. **Marketing e Comercialização de Produtos Turísticos**. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2003;

BARRETTO, M. **Planejamento responsável do Turismo**. Campinas-SP: Papirus, 2009;

IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). **Cidades**. Disponível em <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/imigrante>>. Acesso em 01 AGO 2022.

BRASIL. Ministério do Turismo. Coordenação Geral de Regionalização. **Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil: Módulo Operacional 7 Roteirização Turística**/ Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização. – Brasília, 2004.

_____. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo**. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. Brasília, 2004. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/institucional> . Acesso em: 11 out 2021.

_____, Ministério do Turismo. **Segmentação do Turismo e o Mercado**. / Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. – Brasília: Ministério do Turismo, 2009.

_____.Ministério do Turismo. **Ecoturismo: orientações básicas**. / Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. 2. ed. – Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

_____. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo - Diretrizes**. Coordenação: Ítalo Oliveira Mendes, Jun Alex Yamamoto Philippe e Fauguet Figueiredo, Brasília, 2013.

NORA, Paula. **Relatório do Diagnóstico do Ambiente Turístico (DAT) do Município de Imigrante/RS**. SEBRAE, 2022.

OMT, (Organização Mundial do Turismo). **UNWTO Tourism Definitions**. Madrid, Spain, 2019. Disponível em: <<https://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>> Acesso em 30 OUT 2021.

ANEXO 1

Fotos das oficinas de elaboração do P.M.T. de Imigrante.



Fonte: Acervo Entre Rios Consultoria, 2022



Fonte: Acervo Entre Rios Consultoria, 2022



Fonte: Acervo Entre Rios Consultoria, 2022



Fonte: Acervo Entre Rios Consultoria, 2022