



Município de
Sentinela do Sul

Mensagem nº 010/2025

Excelentíssimo Senhor Presidente da Câmara Municipal de Vereadores:

Na forma da Legislação em vigor, submeto à deliberação desta colenda Casa Legislativa o seguinte Projeto de Lei:

Projeto de Lei nº 010/2025 - Institui o Plano Municipal de Turismo.

Ressaltamos que o projeto de lei é remetido a esta Casa Legislativa em **regime de Urgência Especial**.

Gabinete do Prefeito de Sentinela do Sul, em 27 de março de 2025.


Julio Cesar Carvalho
Prefeito Municipal



Município de Sentinela do Sul

Projeto de Lei nº 010/2025

Institui o Plano Municipal de Turismo.

Julio Cesar Carvalho, Prefeito Municipal de Sentinela do Sul/RS, usando das atribuições legais que lhe são conferidas pela Lei Orgânica do Município, institui:

Art. 1º - O Plano Municipal de Turismo anexo, parte integrante desta Lei, a qual contém a proposta para o Turismo no Município de Sentinela do Sul, definindo as diretrizes, os objetivos e as estratégias, em conformidade com o Plano Nacional do Turismo.

Art. 2º - É de competência da Secretaria Municipal da Educação, Turismo, Desporto e Cultura e do Conselho Municipal de Turismo no Município de Sentinela do Sul proceder ao acompanhamento e as avaliações periódicas do Plano Municipal de Turismo para sua implantação e operacionalização.

§1º O Plano Municipal de Turismo de Sentinela do Sul tem sua vigência para o triênio 2025 a 2027 a contar da publicação desta Lei.

§2º Em futuras revisões, esse prazo do plano poderá ser ampliado, se assim for o entendimento do colegiado responsável.

Art. 3º - O Município divulgará o Plano Municipal de Turismo para a população, por intermédio de sua página oficial, visando a participação no acompanhamento de sua execução.

Art. 4º - A presente Lei será regulamentada por Decreto, naquilo que se fizer necessário.

Art. 5º - Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Gabinete do Prefeito, 27 de março de 2025.


Julio Cesar Carvalho
Prefeito Municipal



Município de Sentinela do Sul

JUSTIFICATIVA AO PROJETO DE LEI N° 010/2025

Nobres Vereadores, apresento a essa Casa Legislativa o Projeto de Lei nº 010/2025 que visa instituir o Plano Municipal de Turismo de Sentinela do Sul.

Após a posse do atual mandatário, tomamos conhecimento do processo nº 840/2024 e da aprovação em audiência pública do Plano Municipal de Turismo, ocorrida em 30 de outubro de 2024, contudo, o plano não foi apresentado a casa legislativa, para aprovação.

O turismo é um fato de desenvolvimento econômico, proporcionando benefícios de longo prazo as economias locais e implicando aumento das atividades econômicas desenvolvidas para sustentabilidade do turismo.

Todavia, para que o turismo efetivamente resulte em benefícios para o Município é fundamental organizar, planejar e gerenciar todo o seu processo de desenvolvimento.

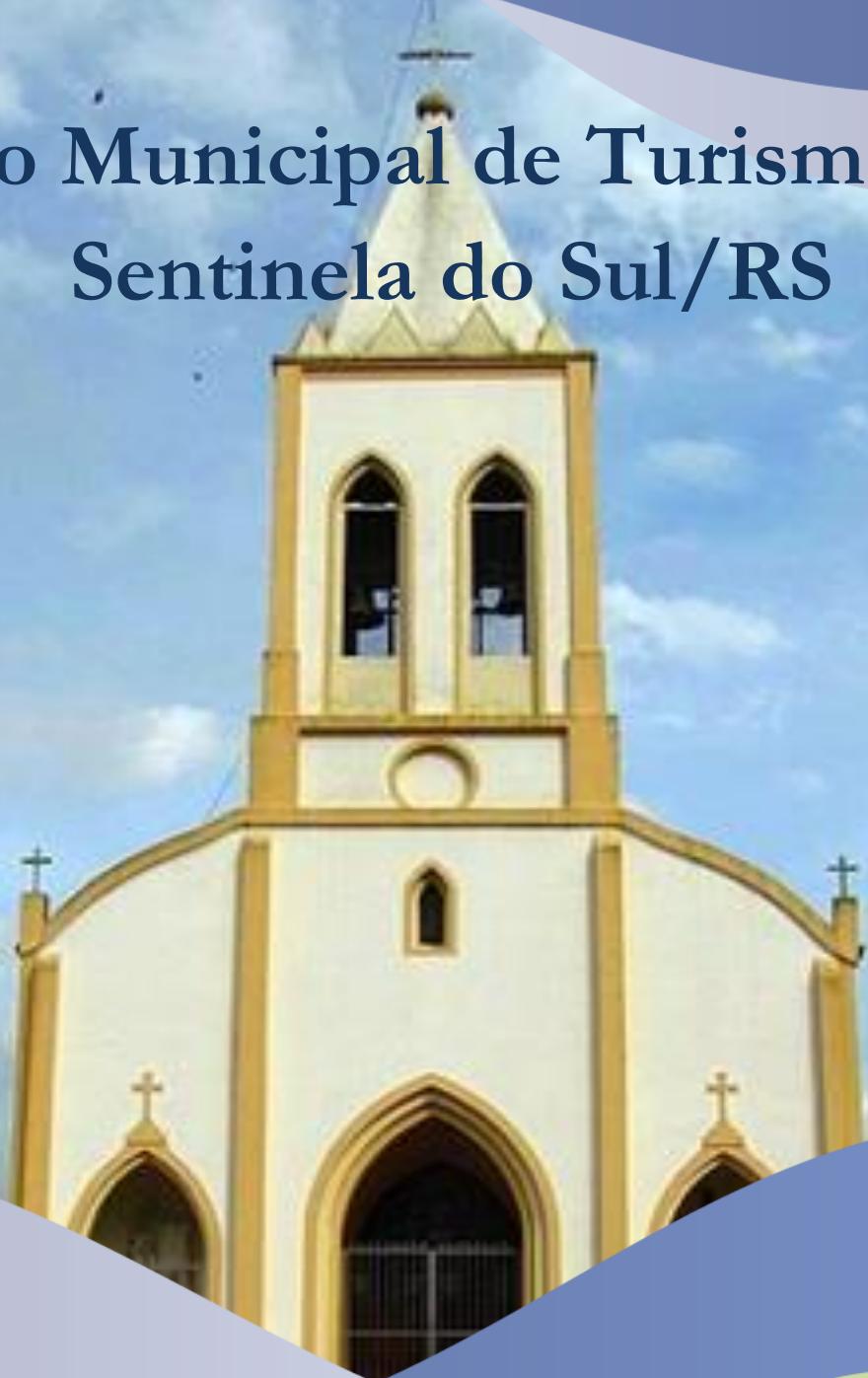
Por tais justificativas, apresentamos o projeto e requeremos que o presente seja apreciado e colocado em votação, e, ao final, aprovado em todos os seus termos pelos nobres Vereadores, pois a proposição atende ao interesse público e a legalidade.

Gabinete do Prefeito, em 27 de março de 2025.


Julio Cesar Carvalho
Prefeito Municipal



Plano Municipal de Turismo de Sentinela do Sul/RS



DEZEMBRO, 2023





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 Paradeda

Diretor Técnico – Ayrton Pinto Ramos

SEBRAE REGIONAL SUL

Gerente – Ciro Ricardo Vives

Gestora – Jussara Cruz Argoud

PREFEITURA MUNICIPAL DE SENTINELA DO SUL - RS

Prefeito – Paulo Roberto de Souza Coutinho

SECRETARIO MUNICIPAL DA EDUCAÇÃO, TURISMO, DESPORTO E CULTURA

Secretário - Daniel Hennemann Vergara de Souza

ENTRE RIOS CONSULTORIA E EVENTOS LTDA.

Consultoras responsáveis pela elaboração:

Roséli Azi Nascimento – Bióloga / Turismóloga

Rita de Cássia Michelon – Turismóloga



MENSAGEM PREFEITO MUNICIPAL



O turismo é uma arte e fala por si só. Através do turismo conectamos as pessoas com o meio, diante das mais variadas experiências. O turismo é atemporal, pois transcende a voz dos caminhos, sonhos e conquistas, emoldurando lembranças diante do tempo.

**Paulo Roberto de Souza Coutinho
Prefeito Municipal de Sentinela do Sul**



MENSAGEM DO SECRETÁRIO



Ampliar os horizontes é ter a capacidade de ir além de onde os olhos podem ver. O turismo se relaciona diretamente a essa frase, pois não possui fronteiras.

Através do turismo é possível observar e valorizar o que existe de melhor em determinado lugar, para tanto educar o olhar para perceber a natureza e sua exuberante simplicidade torna-se ponto fundamental frente a comunidade local, não somente para receber o visitante como para através de sua consciência repassa-lo a este.

**Daniel Hennemann Vergara de Souza
SECRETARIO MUNICIPAL DA EDUCAÇÃO, TURISMO, DESPORTO E CULTURA**



GERENTE REGIONAL SEBRAE SUL



Prezados Parceiros, estamos muito felizes pela concretização de mais um passo tão importante para o desenvolvimento da Região da Costa Doce: a estruturação do relatório do Plano Municipal de Sentinela do Sul.

Ao mesmo tempo em que parabenizo a todos, reforço que o trabalho direcionado ao turismo contribui diretamente para a renovação urbana, para o desenvolvimento rural, e têm papel fundamental na retomada econômica dos municípios e do Estado como um todo, sobretudo por movimentar a economia criativa e também pela capacidade de gerar emprego e renda em seus mais variados segmentos, fato que reduz as desigualdades regionais à medida que proporciona às comunidades a oportunidade de prosperarem em seus locais de origem.

Sigam sempre em frente, rumo à novos desafios que promovam o crescimento acelerado de Sentinela do Sul e de toda a região da Costa Doce Gaúcha.

Saudações!

**Ciro Ricardo Vives
Gerência Regional Sul – SEBRAE**



MENSAGEM GESTORA SEBRAE SUL



Parabéns pela realização do Plano Municipal de Turismo!

É com grande alegria que expresso meus sinceros parabéns pela bem-sucedida realização do Plano Municipal de Turismo em Sentinela do Sul, Costa Doce Gaúcha no RS!

Esta conquista é um marco significativo para a comunidade, pois destaca o compromisso e a visão de desenvolvimento sustentável do município. A promoção do turismo local não apenas impulsiona a economia, mas também destaca a rica cultura, belezas naturais e hospitalidade que tornam Sentinela do Sul um destino tão especial.

Estou confiante de que o plano traçado trará inúmeros benefícios, criando oportunidades para os residentes locais, estimulando o comércio e proporcionando experiências memoráveis aos visitantes.

Que este seja o início de uma jornada de prosperidade e crescimento para Sentinela do Sul, consolidando-o como um destino turístico único e encantador. Parabéns novamente a todos os envolvidos por esse feito notável. Estou ansiosa para ver os frutos desse trabalho árduo e visionário.

**Jussara Cruz Argoud
Gestora de projetos de turismo da Regional Sul - SEBRAE RS**

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - METODOLOGIA APLICADA	13
FIGURA 2 - OITO EIXOS DO PRT	14
FIGURA 3 - 17 ODS	18
FIGURA 4 - MAPA DO FLUXO TURÍSTICO NO BRASIL POR CONTINENTES	24
FIGURA 5 - SELO TURISMO RESPONSÁVEL	25
FIGURA 6 - TENDÊNCIAS TRANSFORMADORAS DO TURISMO	34
FIGURA 7 - LOCALIZAÇÃO DO MUNICÍPIO DE SENTINELA DO SUL	38
FIGURA 8 - IGREJA NOSSA SENHORA DAS DORES.....	41
FIGURA 9 - CASARÃO ANTIGO EM POTREIRO GRANDE	42
FIGURA 10 - INVERNADA MIRIM DO CTG GUPOS DE SENTINELA.....	42
FIGURA 11 - ARMAZÉM BORTOLOTTI.....	42
FIGURA 12 - PRÉDIO DO CENTRO INTEGRADO DE EDUCAÇÃO E CULTURA.....	43
FIGURA 13 - ALTO DO CERRO PELADO.....	44
FIGURA 14 - CASCATA DO MANINHO.....	45
FIGURA 15 - PRAÇA DR. NELSON VIEIRA MARTINS.....	44
FIGURA 16 - PÓRTICO DE ENTRADA DO SÍTIO ALTO PARAÍSO.....	47
FIGURA 17 - SOMBRA DA FIGUEIRA DA PROPRIEDADE RURAL.....	47
FIGURA 18 - FAZENDA MARATANA.....	48
FIGURA 19 - ÁREA DAS PISCINAS.....	48
FIGURA 20 - AZEITE DE OLIVA EXTRA VIRGEM GALENUS.....	50
FIGURA 21 - ÁREA DE PLANTIOS AOS PÉS DO CERRO PELADO.....	51
FIGURA 22 - ARROZ CACHINHO	52
FIGURA 23 - PRODUTOS DA EMPRESA VOLKMANN.....	53
FIGURA 24 - CUIAS E ARTESANATO PRODUZIDOS PELO CASAL.....	55
FIGURA 25 - GRUPO DE MOTOQUEIROS.....	55
FIGURA 26 - CARTAZ DIGITAL DO EVENTO.....	56
FIGURA 27 - DIAGRAMA DO SEGMENTO TURISMO DE NEGÓCIOS E EVENTOS.....	57
FIGURA 28 - DIAGRAMA DO SEGMENTO ECOTURISMO.....	58
FIGURA 29 - DIAGRAMA DO SEGMENTO TURISMO RURAL.....	58
FIGURA 30 - DIAGRAMA DO SEGMENTO TURISMO DE AVENTURA.....	59
FIGURA 31 - MAPA DO COMPORTAMENTO DO TURISMO DO RS - PERFIS.....	61
FIGURA 32 - MAPA DO COMPORTAMENTO DO TURISMO DO RS - PERSONAS.....	61
FIGURA 33 - MAPA DO COMPORTAMENTO DO TURISMO DO RS - MOTIVAÇÕES.....	62
FIGURA 34 - MAPA DO COMPORTAMENTO DO TURISMO DO RS.....	62
FIGURA 35 - FACHADA E LATERAL DO HOTEL SENTINELA GREEN.....	64
FIGURA 36 - RESTAURANTE DO BLUE PARK e PISCINAS.....	64
FIGURA 37 - NUVM DE VALORES DE SENTINELA DO SUL.....	65
FIGURA 38 - RELAÇÃO ODS / ECONOMIA / SOCIEDADE / BIOSFERA.....	76

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Turistas internacionais no RS.....	29
Quadro 2 - Dados do município de Sentinela do Sul.....	37
Quadro 3 - Análise SWOT.....	65
Quadro 4 - EIXO 1 – Gestão Descentralizada do Turismo.....	69
Quadro 5 - EIXO 2 – Planejamento e Posicionamento de Mercado.....	70
Quadro 6 - EIXO 3 – Qualificação Profissional, dos Serviços e da Produção Associada	71
Quadro 7 - EIXO 4 - Empreendedorismo, Captação e Promoção de Investimentos.....	72
Quadro 8 - EIXO 5 – Infraestrutura Turística.....	73
Quadro 9 - EIXO 6 – Informações Turísticas.....	73
Quadro 10 - EIXO 7 – Promoção e Apoio à Comercialização.....	74
Quadro 11 - EIXO 8 – Monitoramento.....	75

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 (MTur)
CIT	Centro de Informação do Turista
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 à Cultura
MP	Medida Provisória
MTUR	Ministério do Turismo
ODS	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
OMS	Organização Mundial da Saúde
OMT	Organização Mundial do Turismo (MTur)
ONU	Organização das Nações Unidas
OASE	Ordem Auxiliadora de Senhoras Evangélicas
PCR	<i>Polymerase Chain Reaction</i> (Reação em Cadeia da Polimerase)
PERSE	Programa Emergencial do Setor de Eventos e Turismo
PL	Projeto de Lei
PNT	Plano Nacional de Turismo (MTur)
PRT	Programa de Regionalização do Turismo (MTur)
SEBRAE	Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SEMA	Secretaria Estadual do Meio Ambiente
SETUR	Secretaria Estadual de Turismo
SMETDC	Secretaria Municipal de Educação, Turismo, Desporto e Cultura
SWOT	Strenghts, Weaknesses, Opportunities e Threats
TTCR	Relatório de Competitividade em Viagens e Turismo
WEF	<i>World Economic Forum</i> (Fórum Econômico Mundial)
WTTC	<i>World Travel & Tourism Council</i> (Conselho Mundial de Viagens e Turismo)

SUMÁRIO

1 – INTRODUÇÃO	11
2 – METODOLOGIA	13
3 - CENÁRIOS DO TURISMO.....	20
3.1 TURISMO NO MUNDO.....	20
3.2 TURISMO NO BRASIL	22
3.3 TURISMO NO RS	28
4 – TENDÊNCIAS PÓS-PANDEMIA.....	32
5 – APRESENTAÇÃO DO MUNICÍPIO.....	35
5.1 – DADOS HISTÓRICOS.....	35
5.1.1 <i>Criação do Município de Sentinela do Sul</i>	35
5.1.2 <i>Origem do nome de Sentinela do Sul</i>	37
5.2 – DADOS DEMOGRÁFICOS E ECONÔMICOS.....	37
5.3 LOCALIZAÇÃO	37
5.4 PROGRAMA DE REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO.....	38
5.5 Gestão Municipal do Turismo.....	39
5.6 CADASTUR	39
6 – OFERTA TURÍSTICA	40
6.1 ATRATIVOS TURÍSTICOS	40
6.1.1 <i>Atrativos Turísticos Culturais</i>	41
6.1.2 <i>Atrativos Turísticos Naturais</i>	44
6.1.3 <i>Atrativos Turísticos Econômicos</i>	46
6.1.4 <i>Eventos</i>	54
6.2 SEGMENTOS ÂNCORA, SECUNDÁRIOS E POTENCIAIS	56
6.2.1 <i>Segmento Âncora</i>	56
6.2.2 <i>Segmentos Secundários</i>	57
6.2.3 <i>Segmento Potencial</i>	58
7 – DEMANDA TURÍSTICA	60
8 – INFRAESTRUTURA	63
9 - ANÁLISE SWOT.....	65
10 – MISSÃO, VISÃO E VALORES	67
11 - DESCRIÇÃO DAS APDS APROVADAS POR EIXO DE ATUAÇÃO DO PRT	69
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	77
REFERÊNCIAS.....	79
Anexo 1 - Lista de Participantes.....	81
Anexo 2 - Registros Fotográficos.....	81

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 desmystificado essa tendência. Desse modo, o foco da reflexão passou subitamente a ser como lidar com os riscos e as incertezas em âmbito

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

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 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), na Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU), 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 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-municípios-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 Ações Promotoras de Desenvolvimento (APDs) que seguiram os 08 (oito) eixos previstos no Programa de Regionalização do Turismo (PRT). Este programa foi lançado em abril de 2004 pelo Ministério do Turismo (MTur), como estratégia para o desenvolvimento da atividade turística no território brasileiro e tem como objetivo a estruturação, ampliação, diversificação e qualificação da oferta turística, 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 oitos eixos de atuação do PRT 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, agrupa-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 do ODS da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável da Organização 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 três 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.

De acordo com a ONU, um destino turístico sustentável é planejado e organizado para atender a objetivos como minimizar os impactos negativos e deixar um **legado** para população, como bem descrevem os 17 ODS. Também segundo a ONU, desenvolvimento sustentável é aquele capaz de suprir as necessidades da geração atual, sem comprometer a capacidade de atender às necessidades das futuras gerações, é o desenvolvimento que não esgota os recursos para o futuro. Para isso, os ODS auxiliam em como atingir as metas propostas. Considerando os crescentes cuidados e os olhos do mundo todo que estão voltados a essa temática, o destino turístico deve ser uma extensão dessa preocupação. O planejamento e a execução de ações para o desenvolvimento do Turismo Sustentável podem, e devem, ser mais que uma oportunidade de colocar as teorias em prática. É o momento em que se promovem mudanças e se abrem mentes para novas perspectivas de uma sociedade mais equilibrada⁵.

⁵ <https://www.uninter.com/noticias/dez-praticas-sustentaveis-para-organizacao-de-eventos-esportivos>

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 Organização Mundial do Turismo (OMT) fez um apelo a uma maior coordenação entre os países no que diz respeito a protocolos de viagens que permitisse a reativação segura do Turismo e evitasse mais um ano de grandes prejuízos para o setor em 2021⁶.

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 partir daí a maioria dos países passou a exigir que turistas internacionais apresentassem teste de Reação de Transcriptase Reversa (PCR) ou antígeno negativo na entrada, bem como Certificado de Vacinação e fornecessem seus dados de contato. A OMT esperava que a implantação de passaportes de vacinação pudesse facilitar a reabertura das fronteiras para o Turismo. O documento poderia conter comprovante de vacinação, resultado de teste contra a COVID-19 ou um atestado de recuperação da doença. Muitos países rapidamente adotaram essa estratégia e a população já passou a utilizar para ir a shows, teatros, festas, academias e demais locais que reunissem pessoas. Esse documento poderia auxiliar os locais a receberem turistas “sadios”. Muitas dessas medidas seguem valendo e espera-se que a vacinação das populações contra a COVID-19 ajude a

⁶ [www.unwto.org/\(es/covid-19-y-sector-turistico-2020](http://www.unwto.org/(es/covid-19-y-sector-turistico-2020)

restaurar a confiança do viajante, contribua para aliviar as restrições de viagens e normalize lentamente as viagens aos níveis de 2019, retomando o tão esperado crescimento.

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, contribuiu 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.

O aumento das receitas do turismo internacional registado na generalidade dos destinos tem sido considerável, tendo superado em vários casos o das chegadas. Contribuiu para isso o aumento do gasto médio por viagem devido a períodos de permanência mais longos, a disposição dos viajantes de gastar mais em seus destinos e o aumento dos custos de viagem devido à inflação.

De acordo com a OMT, mais de 900 milhões de turistas internacionais viajaram no ano de 2022. O número é o dobro do registrado em 2021, embora ainda 63% dos níveis pré-pandêmicos. Todas as regiões registraram aumentos notáveis em chegadas internacionais. O Oriente Médio liderou a lista subindo para 83% dos números pré-pandêmicos. A Europa atingiu quase 80% desse patamar ao receber 585 milhões de turistas em 2022. A África e as Américas recuperaram cerca de 65% do movimento antes da pandemia, enquanto a Ásia e Pacífico atingiram apenas 23%, devido a uma pandemia mais forte e restrições que começaram a ser removidas apenas nos últimos meses. O primeiro Barômetro Mundial de Turismo da OMT de 2023 também analisa o desempenho por região e confere os melhores desempenhos em 2022, incluindo vários destinos que já recuperaram os níveis de 2019. No entanto, a conjuntura económica pode fazer com que os turistas adotem uma atitude mais cautelosa em 2023, com menos gastos, viagens mais curtas e para locais mais próximos de casa⁷.

A OMT espera que a recuperação continue até final de 2023, mesmo com o setor enfrentando desafios econômicos, de saúde e geopolíticos. A edição de setembro

⁷ <https://news.un.org/pt/story/2023/01/1808227>

de 2023 do Barômetro da OMT destaca a dinâmica de recuperação dos fluxos turísticos internacionais que nos primeiros sete meses de 2023 acentuou a dinâmica que já se sentia em 2022. O destaque vai para as regiões da Europa, Oriente Médio e África que lideraram com destaque este processo de recuperação. Para estas regiões, os dados disponíveis mostram que todas elas estão com perdas interiores a 10%, face ao período homólogo de 2019. O nível de recuperação do período analisado fixou-se nos 84%, tendo sido registadas 700 milhões de chegadas internacionais, que representa um aumento de 43% no mesmo período do ano passado⁸.

O aumento de chegadas internacionais na Europa deve-se à forte procura inter-regional e ao incremento de fluxos turísticos com origem na América do Norte. Estes resultados mostram que o turismo internacional continua no bom caminho para atingir 80% a 95% dos índices pré-pandemia em 2023. As perspectivas para setembro a dezembro de 2023 apontam para a continuação da recuperação de acordo com o último índice de Confiança da OMT, embora a um ritmo mais moderado após a temporada de viagens compreendida entre junho e agosto, correspondente ao período de férias de verão no hemisfério Norte⁹.

Os desafios à recuperação do Turismo Internacional estão ligados ao ambiente econômico com a persistência da inflação mundial e o aumento dos preços do petróleo que se traduzem num aumento dos preços dos transportes e dos alojamentos. Estes fatores poderão pesar sobre os padrões de gastos até o final do ano e levar os turistas a procurarem mais oportunidades baseadas numa boa relação custo benefício, viajando para destinos mais próximos e duração mais curta. Também a ocorrência recente dos problemas climáticos extremos, com ondas de calor, grandes incêndios e cheias que ocorreram em destinos populares, podem levar a ponderação dos turistas no momento da escolha do seu próximo destino¹⁰.

3.2 Turismo no Brasil

Os resultados alcançados com a atividade turística doméstica no Brasil em 2019 cresceram em contrapartida com o receptivo internacional que registrou seis milhões e

⁸ <https://www.unwto.org/news/international-tourism-swiftly-overcoming-pandemic-downturn>

⁹ <https://www.unwto.org/news/international-tourism-swiftly-overcoming-pandemic-downturn>

¹⁰ <https://travelbi.turismodeportugal.pt/turismo-internacional/omt-europa-medio-oriente-e-africa-lideram-recuperacao-do-turismo-mundial-janeiro-a-julho-de-2023/>

300 mil 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 visitantes¹¹.

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: “Não Cancele, Remarque!”.

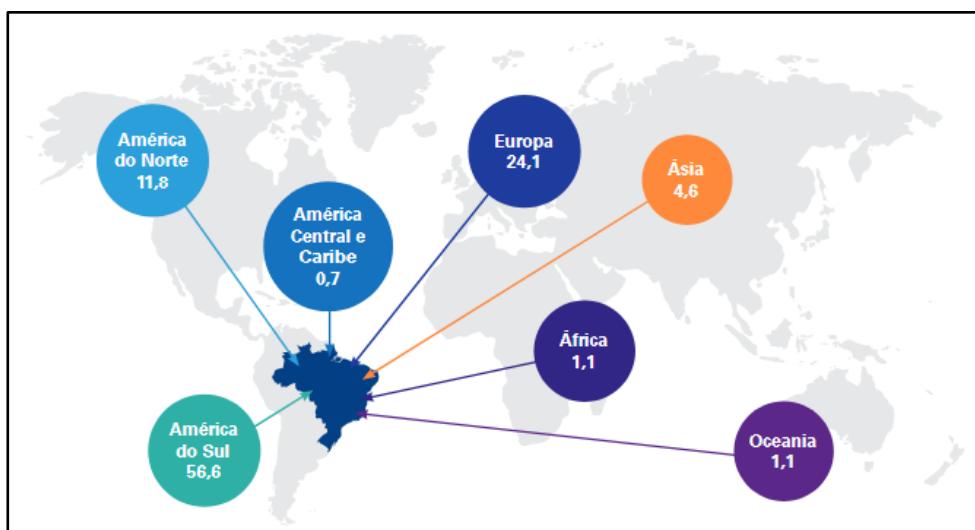
A pandemia do novo Coronavírus veio interromper o ciclo de crescimento do Turismo também no Brasil, onde o setor foi imediatamente afetado. As perspectivas de retomada, contudo, indicam que o turismo doméstico tem sido um dos primeiros a estabelecer uma recuperação gradual, devido à preferência por roteiros 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 trabalho¹².

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 Iguaçu. 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.

¹¹ www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2021/03/brasil-registra-63-milhoes-de-estrangeiros-em-2019_180422.html

¹² Revista_Dados_e_Informacoes_A1_2ed_jun2021__.pdf

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 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 culturais¹³. Sendo assim, o Brasil tem um comprovado potencial para desenvolver o Turismo em espaços naturais.

Em junho de 2020, o MTur lançou o **Selo Turismo Responsável** que consistiu num programa que estabeleceu boas práticas de higienização para cada segmento do setor. Foi um incentivo para que os consumidores se sentissem seguros ao viajar e frequentar locais que cumprissem protocolos específicos para a prevenção da COVID-19, posicionando o Brasil como um destino protegido e responsável. Ainda hoje, 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

¹³ http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf

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 foi 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 envolveu uma aliança nacional que reuniu poder público, iniciativa privada, terceiro setor e Sistema S, coordenada pelo MTur. Destaca-se 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 uma cartilha que visa orientar o turista para viajar com a sua família.

Com a implantação dos protocolos de segurança nos destinos turísticos os turistas sentiram-se seguros e retomaram as viagens. Os destinos que adotaram medidas de biossegurança junto a natureza e com distanciamento social foram os mais procurados. O turista apresentou uma mudança em seu perfil em produtos e destinos, sendo os locais mais próximos de sua residência os mais contemplados.

Com o avanço da vacinação e os protocolos sanitários existentes e implantados, o Turismo retomou aos poucos. As viagens domésticas foram as prioridades, o

Nordeste liderou entre os destinos preferidos (59,84%), seguido das regiões Sul (28,92%) e Sudeste do país (25,30%)¹⁴.

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), as atividades do setor de Turismo foram as principais responsáveis pelo crescimento de 2,9% do Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil em 2022. De acordo com os dados divulgados, os setores de transporte, armazenagem e correio – grupo que contém atividades ligadas ao Turismo, cresceram 8,4% no ano. Além deste, o que compreende outras atividades de serviços, onde estão incluídos os bares e restaurantes, por exemplo, apresentaram alta de 11,1%. A Pesquisa Mensal de Serviços (PMS), realizada também pelo IBGE, apontou um crescimento de cerca de 24% das atividades turísticas no ano de 2022¹⁵.

Apesar deste aumento progressivo a partir da abertura das fronteiras, o Brasil ainda está muito longe de atingir números desejados. Segundo especialistas, entre os principais motivos para um país com tanta diversidade de destinos "patinar" no turismo mundial estão: as manchetes negativas no exterior; a pouca divulgação internacional; a falta de preparo e infraestrutura para receber os estrangeiros e o alto custo da viagem¹⁶.

Em 2022 o Brasil recebeu 3,63 milhões de turistas internacionais, esse dado mostra que a chegada de estrangeiros ao país aumentou quase cinco vezes em relação ao ano de 2021. Apesar da alta, o número ainda é 43% menor que o registrado no período pré-pandemia, quando 6.353 milhões visitaram o Brasil. Ainda segundo o levantamento, os argentinos (1.032.762), os norte-americanos (441.007) e os paraguaios (308.234) foram os que mais visitaram os destinos brasileiros em 2022¹⁷.

A boa notícia é que as chegadas de estrangeiros no Brasil aumentaram nos primeiros oito meses deste ano e já superam o total de acessos registrado em 2022 em 111%. De janeiro a agosto de 2023, pouco mais de 4 milhões de turistas internacionais entraram no país. A meta da Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo (EMBRATUR) é seguir superando estes números em 2023 e chegar aos famosos 6 milhões de turistas, resultados dos anos 2017, 2018 e 2019 que o Brasil jamais superou. Para 2027, a meta é receber 8,3 milhões de turistas. Já em termos de divisas, a meta

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

¹⁵ <https://brasilturis.com.br/2023/03/06/ibge-turismo-e-principal-responsavel-por-crescimento-do-pib/>

¹⁶ <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2019/02/16/o-que-afasta-os-turistas-estrangeiros-do-brasil.ghtml>

¹⁷ <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/brasil-recebe-mais-de-3-63-milhoes-de-turistas-estrangeiros-em-2022>

é de US\$ 5,3 bilhões para este ano e, para 2027, 9,1 bilhões de dólares em receitas com o turismo internacional¹⁸.

Apenas em agosto de 2023, o Brasil recebeu 365.041 turistas internacionais – 38,5% a mais do que o registrado no mesmo mês de 2022. Argentinos (60 mil), estadunidenses (53 mil) e chilenos (28 mil) foram os estrangeiros que mais frequentaram o nosso país em julho. No acumulado dos sete meses do ano, os principais países emissores de turistas ao Brasil foram Argentina (1,4 milhão), EUA (436 mil), Paraguai (290 mil), Chile (288 mil) e Uruguai (243 mil).

Entre os 25 maiores emissores de turistas para o Brasil, Portugal e Irlanda são os mercados que apresentaram melhor recuperação dos efeitos da pandemia, chegando a 85% de recuperação na comparação com 2019. A forte recuperação de Portugal fez com que o país subisse da nona para a sexta posição no ranking de maiores mercados do turismo internacional no Brasil. Por outro lado, países como Venezuela, China e Japão ainda não retomaram sequer 25% do fluxo observado antes da pandemia¹⁹.

O turismo interno também cresce e as expectativas são ótimas, pois deve encerrar 2023 com alta de 13%, alcançando um faturamento de cerca de R\$ 200 bilhões. A estimativa é do Conselho de Turismo da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FECOMERCIO-SP). De acordo com a projeção da Entidade, em valores absolutos, serão R\$ 22 bilhões a mais na comparação anual. A projeção inclui os resultados de julho deste ano, mês em que o setor faturou R\$ 16,1 bilhões — alta de 3,3% na comparação com o mesmo período do ano passado, e um adicional de R\$ 508 milhões. No acumulado do ano, a variação é de 12,4%, chegando a R\$ 106 bilhões. A combinação de dois fatores explica o momento favorável do Turismo brasileiro. O primeiro é a melhora nas condições econômicas das famílias, e o segundo foi o maior investimento das empresas em viagens e eventos. Ambos estão sendo beneficiados pela inflação mais modesta nas atividades do setor. Os preços médios dos principais serviços de turismo no país caíram 2,43% em agosto (embora acumulem alta de 7,29% nos últimos 12 meses), de acordo com a entidade²⁰.

¹⁸ Brasil recebe 4 milhões de turistas estrangeiros até agosto, 111% de todo o ano de 2022 (mercadoeeventos.com.br)

¹⁹ https://www.mercadoeeventos.com.br/_destaque_/slideshow/brasil-recebe-363-milhoes-de-turistas-em-2022-chegada-de-estrangeiros-cresce-quase-500/

²⁰ <https://www.mercadoeeventos.com.br/noticias/aviacao/turismo-deve-crescer-13-e-faturar-cerca-de-r-200-bilhoes-em-2023-diz-fecomerciosp/>

O crescimento do Turismo beneficia mais de 50 setores da economia, só em agosto deste ano mais de 23,6 mil pessoas foram empregadas em atividades turísticas em todo o Brasil, o que demonstra o potencial do setor para a economia nacional. A informação foi divulgada pelo Ministério do Turismo, com base em dados do Cadastro-Geral de Empregados e Desempregados (Novo CAGED), do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE). A área de “Alojamento e Alimentação” foi a responsável por mais de 14.5 mil novas vagas, seguida pelo “Transporte Rodoviário de Passageiros” com cerca de 2.6 mil vagas. O setor de “Artes e Cultura” foi outro destaque, com 2.2 mil vagas que incrementaram o turismo brasileiro²¹.

O Brasil possui inúmeras condições de superar todas as marcas de fluxo turístico apresentadas até o momento, pois tem um patrimônio natural e cultural que poucos países se igualam, há necessidade de seguir trabalhando com o desenvolvimento dos destinos turísticos através do Programa de Regionalização do Turismo com planejamento e de forma cooperada, pois a cooperação é a chave do sucesso de destinos turísticos consagrados. Deve-se seguir estruturando os destinos e ampliando a qualificação dos prestadores de serviços, dos trabalhadores e da infraestrutura para bem receber turistas nacionais e estrangeiros.

3.3 Turismo no RS

Para que se possa planejar a atividade turística, dados são fundamentais. Felizmente, neste ano de 2022, voltou a operar o **Observatório de Turismo** do Estado do Rio Grande do Sul (RS), importante órgão de coleta e interpretação de dados turísticos do RS, e hoje os destinos já dispõem de dados através do *Business Intelligence (BI)* do Turismo do RS que é um conjunto de painéis interativos que permitem a visualização de dados sobre o fenômeno turístico de forma rápida, precisa e acessível. *BI* permite, por meio de uma única ferramenta, a análise, mineração de dados, visualização de dados, ajudando gestores públicos e o trade turístico a tomarem decisões baseadas em dados. Disponibiliza, de forma gratuita, informações sobre o valor adicionado bruto do turismo em todos os municípios e as regiões turísticas do RS, isto é, a receita das diversas atividades características de turismo, além do fluxo de passageiros com destino ao Estado do RS, a origem dos voos, a evolução da

²¹ <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/em-agosto-turismo-cresce-e-contribui-com-20-das-novas-vagas-de-empregos-no-pais>

quantidade de chegada de passageiros ao longo dos últimos anos e meses, o perfil dos visitantes que frequentam os eventos com grande fluxo turístico, o perfil do visitante que solicita informações, além de dados sobre as empresas de turismo do Estado (onde estão localizadas, quando foram abertas, em que atividades elas atuam)²².

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 à pandemia. Dentro desse cenário, observou-se que muitas das chegadas de turistas internacionais ao Brasil pelo RS destinam-se ao litoral deste estado e de Santa Catarina (SC), mas uma parte dirige-se à Serra Gaúcha.

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 Estadual de Turismo do RS (SETUR), a pasta vem desempenhando um importante papel através das interlocutoras estaduais. Em 2020, foram realizadas Jornadas de Turismo em

²² <https://www.setur.rs.gov.br/acesse-o-business-intelligence-bi-do-turismo-paineis-interativos-com-dados-do-setor>

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.

Já em 2022 a SETUR executou o projeto “Turismo em Movimento” que possuía o objetivo de levar novas perspectivas de ação sobre o mercado turístico para os atores envolvidos com o desenvolvimento do Turismo, além de tratar temas de suma importância para gerar um novo posicionamento de mercado do Turismo no estado, tais como: o Mapa de Comportamento do Turista, a Estruturação e Qualificação da Oferta, linhas de crédito para empreendimentos, entre outros assuntos. As Missões Técnicas, como estão sendo chamados os encontros, estão acontecendo nas 27 regiões turísticas do RS.

Também foi lançado em 2022, o programa **Avançar no Turismo**, com aporte de R\$ 131 milhões em recursos do Estado para investimentos nesse segmento. O valor é 13 vezes maior do que o total investido nos últimos 17 anos no setor turístico no Estado. Os investimentos atenderão não só os turistas, mas também os moradores das localidades contempladas, que contarão com mais estrutura. Na segunda fase do programa houve o anúncio de mais R\$ 65,9 milhões para uma nova etapa, focada em parques urbanos. Nove parques foram contemplados por meio de convênios assinados com as prefeituras de Canoas, Caxias do Sul, Passo Fundo, Pelotas, Santa Maria e Viamão. O valor total de investimentos, com a contrapartida das administrações municipais, foi de R\$ 81 milhões. Os projetos buscam a promoção do turismo com a instalação e revitalização de parques, medidas para proteção ambiental, recuperação de áreas esportivas e culturais e melhorias na infraestrutura dos espaços de convivência²³.

Mas para o enfrentamento da 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

²³ <https://setur.rs.gov.br/avancar>

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 deste 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, associada 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. Fortalecer a Competitividade do Turismo nas diferentes regiões turísticas do RS é extremamente importante para consolidar as iniciativas já desenvolvidas nas diferentes regiões turísticas do RS. Até março de 2023 o RS contava com 27 regiões turísticas, como já mencionado anteriormente. A Região Central do Estado era composta de 18 municípios, mas com a homologação da 28^a Região Turística da Quarta Colônia, a mesma passa a ser formada por nove municípios: Agudo, Faxinal do Soturno, Dona Francisca, Ivorá, Nova Palma, Pinhal Grande, Restinga Sêca, São João do Polêsine e Silveira Martins. Então, atualmente o estado do RS conta com 28 Regiões Turísticas, representadas por 393 municípios²⁴.

²⁴ <https://setur.rs.gov.br/regionalizacaoRioGrandedoSulMapaTurismoBrasileiro>

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 às atitudes das marcas, cerca de 76% têm 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 passou 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.²⁵ Muitos estudos foram sendo realizados e todos apontam para as mesmas tendências:

²⁵ <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/comportamentos-dos-viajantes-importante-para-a-retomada-do-turismo,877>

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 da Proteção de Dados (LGPD) (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 que hoje já são realidade, conforme o infográfico que segue na figura 6:

Figura 6 - Tendências Transformadoras do Turismo



Fonte: www.amadeus.com

5 – APRESENTAÇÃO DO MUNICÍPIO

Localizada na região sul do Estado, situada na margem esquerda do rio Camaquã, divisa faz com os municípios de Tapes, Cerro Grande do Sul, Barra do Ribeiro e Mariana Pimentel. Foi inicialmente habitada pelos Índios Atacanes, um grupo fragmentado da tribo dos Tapes, e em 1819 passou a ser colonizada pelos portugueses.

Possui uma linda história cercada de patriotismo e religiosidade. Integra a região da Costa Doce Gaúcha, Extremo Sul do Brasil e abriga uma comunidade acolhedora que preserva suas tradições culturais e realiza festas locais que celebram a herança de um povo trabalhador. A comunidade possui muito orgulho de ser a **Terra do Arroz Cachinho**.

5.1 – Dados Históricos

5.1.1 Criação do Município de Sentinela do Sul

No fim do Século XVIII e início do século XIX, se dá a ocupação da região hoje conhecida como Centro Sul do Estado do RS. Após a criação dos quatro primeiros Municípios no estado em 1808 (Porto Alegre, Rio Grande, Rio Pardo e Santo Antônio da Patrulha), o município de Sentinela do Sul ficou inserido dentro do domínio territorial de Porto Alegre. De acordo com Historiador Walter Spalding (*apud* Jones Carvalho, 2023), por influência da Marquesa de Alegrete e seu esposo Marques de Alegrete, em uma de suas passagens na região, influenciaram Francisco Antônio da Cunha e sua esposa, proprietários de terras na região, a doarem uma área para que fosse erguida uma Capela em homenagem a Santa de devoção da Marquesa. Em 1º de janeiro de 1819 foi assinado o “Termo de Doação” para a construção da Capela de Nossa Senhora das Dores. A partir da construção da Capela por Manuel José Tavares Barbosa, o território passa a ser distrito de Porto Alegre e passa também a fazer parte do mapa da Província de São Pedro do RS (CARVALHO, 2023). A construção do templo foi um fator de concentração populacional, pois, antes os habitantes da região, para terem acesso ao sacramento Religioso precisavam dirigir-se à Igreja de Triunfo, situada à cerca de 18 léguas dali (aproximadamente 87Km)²⁶.

²⁶ <https://www.sentineladosul.rs.gov.br/pagina/historia#gsc.tab=0>

Consequentemente surgem também outros interesses, como o Militar, onde em 23 de janeiro de 1822 é criada a Companhia de Ordenanças da Capela de Nª Senhora das Dores. Com seu pleno desenvolvimento, o então distrito de Dores de Camaquã se torna uma Freguesia pelo Decreto Imperial nº 42 de 29 de agosto de 1833, assinado pela Regência Permanente (CARVALHO, 2023).

Durante a Revolução Farroupilha (1835 a 1845) o território foi palco de movimentações e confrontos de tropas e de fatos importantes que marcaram a Revolução, como o assassinato e o sepultamento do Coronel Affonso Corte Real no cemitério ao lado da Igreja de Nossa Senhora das Dores (CARVALHO, 2023).

Dores sempre teve como centro de interesse comunitário principal a questão religiosa, em função disso, surgiram outros, inclusive o econômico e o político. Se constituiu distrito depois a Freguesia primeira de Triunfo; mais tarde de Porto Alegre; por fim, em 16 de dezembro de 1857, foi elevada à categoria de Vila²⁷ nesta data tem sua Primeira Emancipação Política com sua área territorial abrangendo desde Pedras Brancas (hoje Município de Guaíba) até o Rio Camaquã (CARVALHO, 2023).

Durante a Revolução Federalista (1893 a 1895), o Município de Dores por sua localização Geográfica e o Intendente Vasconcellos por sua posição Republicana, desempenharam papéis importantes para a movimentação das tropas inimigas na região e vitória dos Castilistas (Chimangos ou Pica-paus). Após a Revolução Federalista mais cinco Intendentes assumiram Dores de Camaquã, entre eles Inácio dos Santos Abreu (1913-1921) que construiu a sede da Intendência onde hoje abriga a Câmara de Vereadores de Sentinela do Sul, Narciso Barbosa que em 1923 sofreu um ataque durante a Revolução de 1923, onde foram destruídos documentos da Intendência e prejudicaram a eleição que aconteceria no Município e Adylles Araújo Peixoto o último Intendente de Dores, pois pelo Ato nº 179 de 22 de Maio de 1929, a sede Municipal foi transferida para Tapes, ficando Dores como 2º Distrito (CARVALHO, 2023).

Em 20 de Março de 1992, através de plebiscito, o município conquista novamente sua autonomia política, passando a denominar-se Sentinela do Sul, através da Lei Estadual 9.584²⁸.

²⁷ <https://www.sentineladosul.rs.gov.br/pagina/historia#gsc.tab=0>

²⁸ <https://leisestaduais.com.br/rs/lei-ordinaria-n-9584-1992-rio-grande-do-sul-cria-o-municipio-de-sentinela-do-sul>

5.1.2 Origem do nome de Sentinela do Sul

O município recebeu o nome de Sentinela do Sul por localizar-se em uma zona elevada permitindo que os soldados revolucionários montassem guarda, observando as tropas inimigas, hoje, por sua vez, os habitantes guardam e preservam o que diz respeito ao município e a comunidade²⁹.

5.2 – Dados Demográficos e Econômicos

A seguir apresenta-se o quadro 1 com as principais informações sobre o município no campo demográfico e econômico.

Quadro 2 – Dados do Município de Sentinela do Sul

Mesorregião: Metropolitana de Porto Alegre	Microrregião: Camaquã
Área da Unidade Territorial:	282,130km ² (IBGE, 2022)
Altitude:	140m
População:	5.306 pessoas (IBGE – 2022)
Densidade demográfica:	18,81 hab/km ² [IBGE, 2022]
33' Coordenadas Geográficas:	Latitude 30° 35' 30" SUL, Longitude 51° 33' 29" OESTE
IDHM – Índice de Desenvolvimento Humano Municipal:	0,671 (IBGE, 2010)
Produto Interno Bruto per capita:	24.182,11 R\$ [IBGE 2020]
Economia Local:	Plantio de Arroz (destaque Arroz Cachinho), fumo e a indústria de tijolos e telhas.
Região Turística no PRT	Não Regionalizado
Gentilício:	Sentinelense

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

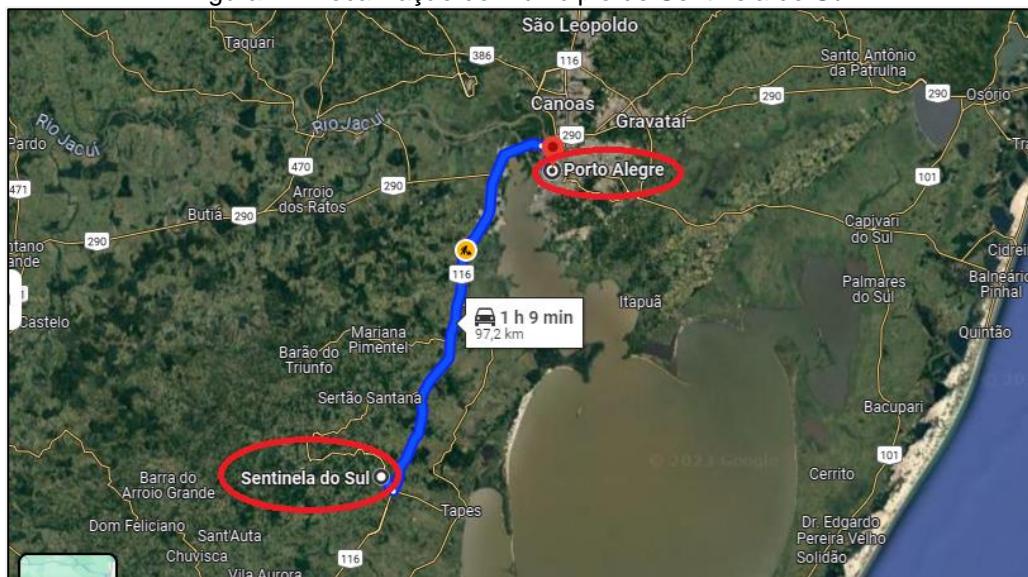
5.3 Localização

Sentinela do Sul possui apenas um distrito: Potreiro Grande. O município fica próximo a Camaquã (41 Km), Cerro Grande do Sul (29 Km) e Tapes (20 Km); a distância das principais cidades da Costa Doce: São Lourenço do Sul (113 Km), Pelotas

²⁹ <https://www.sentineladosul.rs.gov.br/pagina/historia#gsc.tab=0>

(173 Km), Rio Grande (220 KM), Guaíba (70,5 Km) e distante da Capital, Porto Alegre, 71 Km, como se observa na figura a seguir:

Figura 7 – Localização do Município de Sentinela do Sul



Fonte: <https://www.google.com.br/maps>

5.4 Programa de Regionalização do Turismo

O município não integra ainda o Mapa do Turismo do Brasil, mas os seus vizinhos compõem a Região Turística Costa Doce Gaúcha. O Mapa foi atualizado através da **portaria 41 de 21 de janeiro de 2022** do Ministério do Turismo e publicado em 28 de janeiro de 2022 e a partir desta portaria estará sempre aberto para a entrada de novos municípios. A configuração atual do Mapa é composta por **2.794 municípios** em **344 regiões turísticas** em todo o Brasil e **384** municípios no RS em 28 regiões turísticas, de acordo com informações atualizadas em **04 de dezembro 2023³⁰**.

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 serviços³¹.

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

³⁰ www.mapa.turismo.gov.br

³¹ www.regionalizacao.turismo.gov.br

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 diferenciada³².

5.5 Gestão Municipal do Turismo

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

O Município não possui Conselho Municipal de Turismo (COMTUR) mas está se organizando para ter esse importante colegiado que apoia o poder público na Gestão da atividade turística num município.

5.6 CADASTUR

O Cadastro de Prestadores de Turismo (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, conhecida como a Lei Geral do Turismo. 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 Sentinela do Sul não estão cadastrados nenhum empreendimento.**

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 de Turismo estarem com seu cadastro em dia.

³² www.regionlização.turismo.gov.br

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 que deverão satisfazer as necessidades de seus clientes 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 e estruturam a prestação de serviços ao turista, conforme os segmentos de turismo prioritários. Posteriormente, utilizam a promoção e a comercialização para atingir os mercados emissores. A seguir serão listados alguns produtos ou atrativos turísticos de SENTINELA DO SUL 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, são a matéria-prima do Turismo sem a qual um país ou uma região não poderiam empreender o desenvolvimento turístico. Para Velo (2003 *apud* BRASIL, 2009) os atrativos turísticos constituem o **componente principal e mais importante do produto**

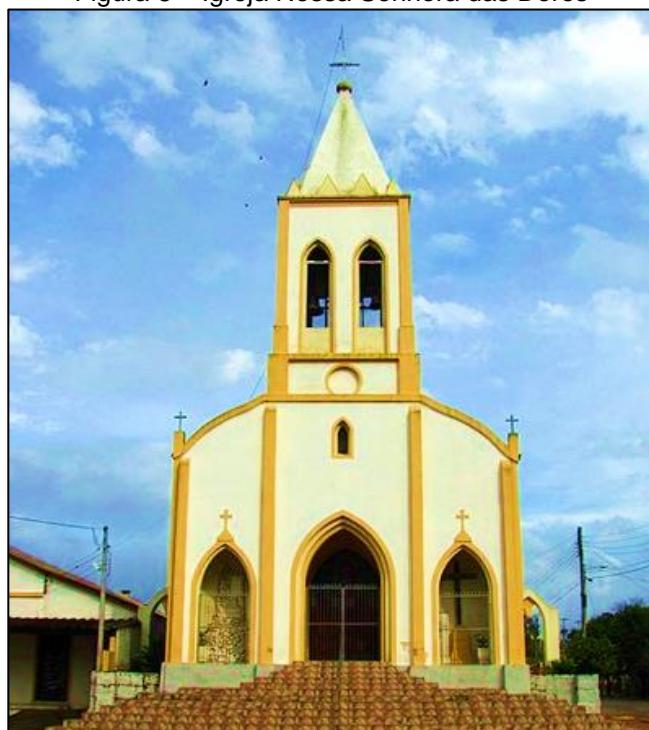
turístico, pois determinam a seleção, por parte do turista, do local de destino de uma viagem, ou seja, geram uma corrente turística até a localidade.

A seguir serão listados os principais atrativos turísticos já identificados neste município. Eles foram identificados em instrumentos aplicados nas Oficinas em julho de 2023, 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 SENTINELA DO SUL encontra-se vários atrativos culturais listados abaixo:

- ✓ **Igreja Nossa Senhora das Dores** - Localizada em frente a Praça Nelson Vieira Martins, no coração da cidade, essa igreja foi construída no mesmo local da primeira Capela com a finalidade de tornar mais fácil o acesso ao Sacramento Religioso, dando início a uma concentração populacional onde hoje está localizada a sede do Município de Sentinela do Sul.

Figura 8 – Igreja Nossa Senhora das Dores



Fonte: <https://horariodemissahoje.com.br/>

- ✓ **Casarão Antigo** – No distrito de Potreiro Grande encontra-se um casarão imponente, construído no final do século XIX, com 25 cômodos e três grandes corredores, a residência representa a riqueza de quem viveu neste local. De perto, o vazio é assustador. O local tem histórias que assombram moradores desde a época em que o município era chamado de Dores de Camaquã. Os relatos mais comuns na região, no entanto, são de acontecimentos misteriosos do lado de fora da casa. Segundo as histórias, bolas de fogo indicam e protegem os locais onde os primeiros moradores da casa teriam enterrado tesouros³³.

Figura 9 - Casarão Antigo em Potreiro Grande



Fonte: Youtube de @leandrosantos0506

- ✓ **CTG Guapos de Sentinela** – Promove a cultura gaúcha através de eventos de gastronomia regional, danças com Invernadas adulta e infantil, shows e cavalgadas.

Figura 10 - Invernada Mirim do CTG Guapos de Sentinela



Fonte: Facebook CTG Guapos de Sentinela

³³ <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2014/12/casarao-abandonado-tem-historias-de-assombracao-em-sentinela-do-sul-rs.html>

- ✓ **Armazém Bortolotti** – Localizado na comunidade rural de Faxinal Queimado, um prédio histórico onde funcionava um Moinho. Grande potencial para integrar um roteiro turístico.

Figura 11 - Armazém Bortolotti



Fonte: Acervo consultor Maximilianus Pinent

- ✓ **Centro Integrado de Educação e Cultura** – Casa da Cultura - Localizado no centro da cidade, abriga a Secretaria de Educação, Turismo, Desporto e Cultura e também a Casa da Cultura. É um espaço dedicado à preservação e divulgação da cultura e da história da cidade. Funciona na antiga sede da Prefeitura Municipal, um prédio histórico construído em 1928. Abriga um acervo de objetos, documentos, fotos e livros que retratam a memória e a identidade do município. A Casa da Cultura também promove eventos culturais, como exposições, palestras, oficinas, shows e festivais. É um lugar de valorização e reconhecimento da cultura local, que busca envolver e educar a comunidade.

Figura 12 – Prédio do Centro Integrado de Educação e Cultura



Fonte: Acervo Entre Rios Consultoria

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, serem aproveitados para ampliar as possibilidades de encantamento 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).

✓ **Cerro Pelado** - Principal atrativo natural do município, localizado na região nordeste, próximo ao limite com Cerro Grande do Sul, a cerca de 20 km da sede municipal, possui uma área de 1.200 hectares e 215m. Saltos de paraglider já foram realizados neste atrativo.

Figura 13 – Alto do Cerro Pelado



Fonte: www.mapio.com

- ✓ **Cerro Chato** – Outro atrativo turístico do município, nesse local inicia a trilha do Cerro Chato a qual finaliza aos pés do Cerro Pelado.
- ✓ **Cascata do Bortolotti** - A cascata do Bortolotti é uma das atrações naturais da trilha do Bortolotti. A cascata é formada pelo rio Camaquã, que desce por uma encosta rochosa, criando um espetáculo de água e luz. A cascata tem cerca de 15 metros de altura e é cercada por uma vegetação exuberante. É um lugar ideal para se refrescar, relaxar e contemplar a natureza.

- ✓ **Cascata do Maninho** - É uma bela queda d'água que fica na propriedade de Joe Silveira, também conhecido como Maninho. A cascata forma uma piscina natural na sua base, onde é possível tomar banho e se refrescar.

Figura 14 – Cascata do Maninho



Fonte: Acervo Prefeitura Municipal de Sentinela do Sul

- ✓ **Cascata do Padeco** – É uma queda d'água localizada na localidade de Bela Vista. A cascata tem cerca de 20 metros de altura e é formada pelo arroio Padeco, que desce por uma encosta coberta de mata nativa. A cascata é um lugar tranquilo e bonito, ideal para quem busca contato com a natureza e sossego. A cascata fica em uma propriedade particular, mas é aberta à visitação mediante agendamento prévio.
- ✓ **Praça Dr. Nelson Viera Martins** – Localizada no coração da cidade, foi inaugurada em 1997, em homenagem ao médico e político que foi prefeito do município por três mandatos. A praça possui uma área verde com árvores, flores, bancos e um chafariz, além de um espaço para eventos culturais e recreativos. Também conta com uma estátua de bronze do Dr. Nelson Martins, que simboliza sua dedicação à saúde e ao desenvolvimento da cidade

Figura 15 - Praça Dr. Nelson Viera Martins



Fonte: <https://pesquisandocidades.blogspot.com/2018/11/sentinela-do-sulrs.html>

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 encantamento 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). Os atrativos econômicos do município são compostos pelas propriedades rurais produtivas, pelo parque aquático e pelo artesanato. A seguir serão descritos os principais atrativos econômicos do Município.

✓ **Sítio Alto Paráiso** – É uma propriedade rural distante 2Km do centro da cidade, no Cerro Criciumal. Possui 6,3 hectares, é uma propriedade produtiva, desenvolvem a piscicultura em oito tanques com a criação de tilápias aos quais são comercializadas. Possuem criação de galinhas, ovelhas, porcos apenas para subsistência. Praticam ainda a apicultura para a fabricação do hidromel, também chamado de vinho de mel. Já estão recebendo turistas e em breve inauguram sua primeira cabana para hospedagem dos visitantes.

Figura 16 – Pórtico de entrada do Sítio Alto Paraíso



Fonte: Acervo Entre Rios Consultoria

- ✓ **Propriedade Rural de Dilvane Correa de Lima** – propriedade que se destaca por possuir uma linda figueira. O proprietário tem a intenção de produzir linguiças para oferecer aos turistas.

Figura 17 – Sobra da Figueira da propriedade rural



Fonte: Consultor Maximiliaus Pinent

- ✓ **Fazenda Maranata – Centro de Vida Saúdavel** – Localizada em Potreiro Grande, possui 70 hectares que oferecem diversos ambientes, como o auditório com refeitório com capacidade para até 150 pessoas, uma casa com várias suítes, cabanas para hóspedes, uma clínica com apartamentos e diversas salas terapêuticas. É um local onde as pessoas visam melhorar sua saúde através de uma reeducação alimentar, exercícios físicos, terapias naturais, contato com a natureza. Oferecem ainda tratamentos de hidroterapia, fitoterapia, hortoterapia, massoterapia, geoterapia, aulas de culinária.

Figura 18 – Fazenda Maratana



Fonte: <https://fazendamaranata.com/>

- ✓ **Blue Park & Piscinas** - O Blue Park & Piscinas é um parque aquático localizado na estrada de Potreiro Grande. O parque oferece diversas atrações para toda a família, incluindo piscinas, tobogãs, restaurante, vestiários e área para camping. Funciona de domingo a domingo das 10h às 18h.

Figura 19 – Área das piscinas



Fonte: Facebook do Blue Park Piscinas

- ✓ **Agroindústria da Família Crespo** – Propriedade produtora de morangos e uma agroindústria que produz pães, massas, geleias com marca própria. No local há um aroio com uma pequena cascata que forma uma piscina, local próprio para os visitantes passarem o dia.

✓ **Olivicultura** - O RS é atualmente o maior produtor de azeite de oliva do Brasil. Segundo dados do Programa Estadual de Desenvolvimento da Olivicultura (Pró-Oliva), em 2022 foram produzidos 448,5 mil litros de azeite no estado. A **olivicultura** no RS já ocupa quase 6 mil hectares, possui 321 produtores em 110 municípios, 17 fábricas de azeites e 70 marcas. Na safra 2021/2022, o Estado produziu 448 mil litros de azeite (AMBROSINI et al., 2022). O segundo lugar é ocupado por Minas Gerais³⁴.

As propriedades rurais estão diversificando sua matriz produtiva. Levando em conta que o Brasil importa anualmente 70.000 toneladas de azeite e produz menos de 1%, seria necessário, ao menos, 50.000 ha em produção para atingir a autossuficiência. Anualmente, o país despende cerca de US\$ 400 milhões em produtos advindos da olivicultura. Porém, especialistas afirmam que o estado do Rio Grande do Sul tem condições de produzir toda a demanda interna³⁵.

O **olivoturismo** é a área do turismo que se dedica a mostrar aos visitantes como é feito o cultivo das oliveiras, a produção das azeitonas, a elaboração e a degustação dos azeites extra virgens. Segundo o Instituto Brasileiro de Olivicultura (IBRAOLIVA), com a evolução da produção de azeite, o Rio Grande do Sul tem atrações para os turistas que buscam experiências inéditas em suas viagens. O segmento está crescendo, e a olivicultura será a nova fronteira do turismo.

A Lei Estadual 15.309 de 2019, instituiu a **Rota das Oliveiras** com os objetivos de estimular o olivoturismo e promover o desenvolvimento do setor produtivo da olivicultura. Incluiu os municípios de Bagé, Barra do Ribeiro, Cachoeira do Sul, Caçapava do Sul, Camaquã, Candiota, Canguçu, Dom Feliciano, Dom Pedrito, Encruzilhada do Sul, Formigueiro, Hulha Negra, Pantano Grande, Pinheiro Machado, Piratini, Restinga Seca, Rosário do Sul, Santa Margarida do Sul, Santana do Livramento, São Gabriel, São João do Polesine, São Sepé, Sentinela do Sul e Vila Nova do Sul. Numa **segunda etapa** devem constar: Arroio dos Ratos, Bom Jesus, Chuvisca, Glorinha, Gramado, Ibirama, Mariana Pimentel, Pedras Altas, Restinga Seca, São Francisco de Paula, Sertão Santana, Triunfo, Vacaria, Vale Verde e Viamão.

A qualidade do produto também tem se destacado. Os azeites produzidos no RS são caracterizados como extra virgens de alta gama. O ponto de colheita, a rapidez até a extração, além de todos os demais cuidados no processamento e envasamento, tem

³⁴ <https://www.agricultura.rs.gov.br/pro-oliva>

³⁵ <https://destaquerural.com.br/noticias/ver/4744/Azeite-de-oliva%3A-Maior-produ%C3%A7%C3%A3o-nacional-%C3%A9-ga%C3%A7Acha>

sido alguns dos fatores diferenciais. Muitas marcas receberam medalhas de ouro e platina em concursos internacionais importantes. **Sentinela do Sul** possui 180 hectares de plantio de oliveiras distribuídas em oito propriedades rurais. As variedades de azeitona mais cultivadas são Arbequina, Koroneiki, Picual, Arbosana e Frantoio.³⁶

Figura 20 – Azeite de oliva extravirgem Galenus



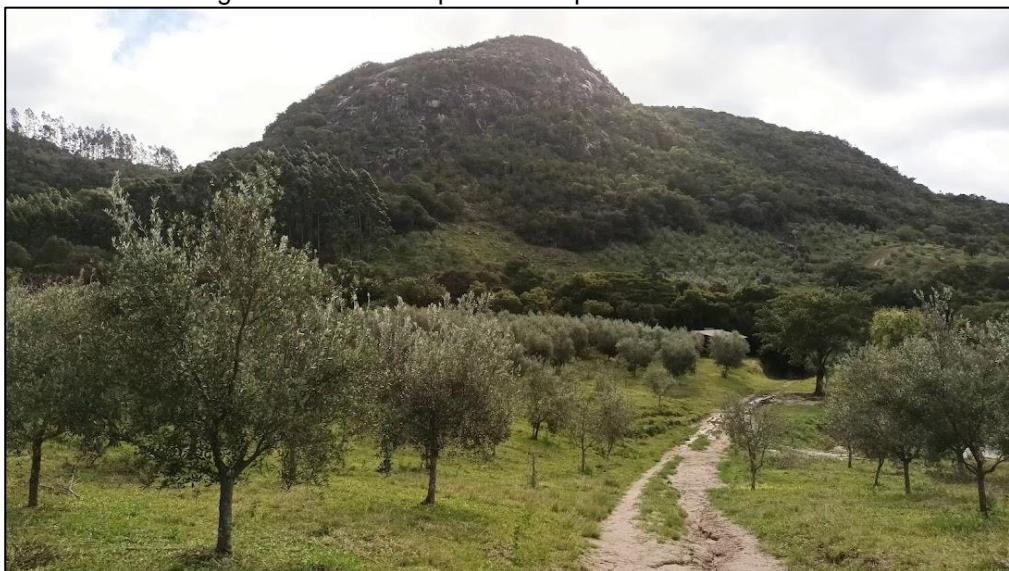
Fonte: Instagram Azeite Galenus

Abaixo segue a descrição de uma das oito propriedades rurais produtoras de oliveiras em Sentinela do Sul:

- ✓ **Azeites Galenus** - As propriedades rurais Rincão do Bugio 1 e Rincão do Bugio 2 do sr Roberto Carlos D. Moreira, ocupam quase 20hectares de plantio de oliveiras. O sr. Roberto terceiriza a extração e envase do azeite, na propriedade ocorre apenas o plantio e a colheita. Cultiva apenas três espécies de olivas: **Koroneiki**, **Arbequina** e **Picual** e produz um blend das três. Envasa em vidros de 250ml e 500ml, a produção é comercializada na propriedade. Recebe pequenos grupos de turistas para visita a área de produção e desgustação dos azeites. Uma das propriedades localiza-se aos pés do Cerro Pelado onde há possibilidade de formata trilhas para subida ao topo do Cerro..

³⁶ <https://www.agricultura.rs.gov.br/upload/arquivos/202208/25095747-circular-tecnica-13-cadastro-olivicola-2022-final.pdf>

Figura 21 – Área de plantio aos pés do Morro Pelado



Fonte: Acervo Entre Rios Consultoria

- ✓ **Arroz Cachinho** – No município de Sentinela do Sul, 47% das propriedades rurais são formadas por áreas de 50 a 100 hectares. Nestas propriedades, em média, cada produtor cultiva de dois a seis hectares de arroz cachinho. O arroz denominado “cachinho”, também conhecido como “cateto” ou “japônico” se caracteriza pelo tipo de grão arredondado e baixo teor de amilose o que lhe confere um cozimento fácil e glutinoso. A produção do arroz cachinho na região ocorre no sistema de cultivo de arroz pré-germinado e conserva algumas características peculiares e bem definidas, mantendo práticas e processos agrícolas tradicionais, tração animal, cultivares antigas ou crioulas, manejo natural de pragas, colheita manual e armazenamento na lavoura em forma de “meda”, caracterizando um sistema de base ecológica, em pequenas propriedades de natureza familiar, sendo uma atividade que apresenta elevado potencial para assegurar renda aos agricultores. Somado ao aspecto econômico, a produção de tipos especiais de arroz no sistema de base ecológica, está diretamente associada à sustentabilidade da orzicultura e à segurança alimentar, social e ambiental, considerando se a possibilidade de redução ou eliminação de insumos químicos sintéticos como agrotóxicos e fertilizantes nitrogenados e promovendo o uso rac como a água e o solo. A produção deste tipo de arroz visa suprir o mercado regional formado por consumidores locais e por turistas atraídos pela qualidade do produto. A médio e longo prazo destina-se a abastecer uma demanda dos consumidores orientais e descendentes que vivem no Brasil. Ambas as situações demandarão um arroz que possua um atestado que

certifique a origem e a forma pela qual foi produzido³⁷.

Figura 22 – Arroz Cachinho



Fonte: <https://planetaarroz.com.br/pequeno-grande-arroz/>

Através da **Lei Estadual nº 13.550 de 02 de dezembro de 2010**³⁸, o município foi considerado Capital Nacional do Arroz Cachinho com o objetivo incentivar o turismo rural, gastronômico e promover o resgate histórico do município identificado nacionalmente com a produção do arroz cachinho. O produto é utilizado tradicionalmente na culinária gaúcha como o arroz carreteiro, arroz com galinha, arroz com charque, arroz com leite e também utilizado na culinária oriental.

- ✓ **Fazenda Capão Alto das Criúvas** – A propriedade rural se dedica à produção de alimentos saudáveis baseado no princípio da agricultura biológico-dinâmica. O principal cultivo é o arroz mas também plantam milho, batata doce e mandioca. Criam bovinos, equinos, suíños, ovinos e aves. A horta, o pomar e o gado leiteiro abastecem a família e funcionários. A Fazenda também mantém uma central de Produção de Preparados Biodinâmicos, que atende as demandas internas e possibilita o abastecimento de terceiros e parceiros iniciantes em agricultura biodinâmica. Os preparados biodinâmicos são, em sua maioria, plantas medicinais submetidas a processos especiais de fermentação em ambientes os quais somente

³⁷ <https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/130040/1/Maria-Laura-07-233-trab-7-2990-355.pdf>

³⁸ <https://leisestaduais.com.br/rs/lei-ordinaria-n-13550-2010-rio-grande-do-sul-declara-o-municipio-de-sentinela-do-sul-capital-gaucha-do-arroz-cachinho>

o homem pode fornecer, criando compostos que outrora não ocorriam na natureza. O arroz Volkmann tem alto teor nutritivo, saboe e a textura únicos, a empresa produz um alimento vivo e saudável comprometida com a preservação, recuperação e harmonia do meio natural, com a saúde e o bem-estar³⁹.

Figura 23 – Produto da empresa Volkmann



Fonte: volkmann.com.br/lojavirtual/

- ✓ **Cuias e Porongos** - Para se fazer uma boa cuia é preciso matéria prima de boa qualidade e habilidade, além de experiência, coisa que o casal Olavo Pooch, 68 anos, e Vera Maria Danelon Pooch, 69 anos, adquiriu ao longo dos mais de 40 anos trabalhando na atividade e das milhares de cuias produzidas e comercializadas por eles na casa onde residem à beira da BR-116. As peças fabricadas na propriedade são lisas, sem arremates artesanais, porém no local também são comercializadas peças trabalhadas, inclusive artesanatos do tipo porta trecos, pesos de portas, porta chaves, enfeites de natal, casas para passarinhos e até relógios, que são negociados com os artesãos em troca das peças lisas⁴⁰.

³⁹ <https://volkmann.com.br/produtos/>

⁴⁰ <https://clicr.com.br/mais-de-40-anos-dedicados-aos-porongos-e-as-cuias/>

Figura 24 - Cuias e artesanato produzidos pelo casal



Fonte: <https://clicr.com.br>

6.1.4 Eventos – Eventos que reúnem 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, esportiva, 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:

- ✓ **Aniversário de Emancipação e Festa Campeira** – A festa campeira é um evento tradicionalista que celebra a cultura gaúcha e o aniversário de emancipação política do município. A festa acontece no mês de março, no Parque Municipal de Eventos, e conta com diversas atrações musicais, expositores, gincanas, atividades literárias e competições de rodeio. Na pista de **rodeios** também as disputas para os tiros de laço e gineteadas são sempre muito procuradas. Em 2023, números oficiais do organizador das provas campeiras, Edmilson Freitas registrou 370 duplas em cinco modalidades do Tiro de Laço. Participaram também 73 competidores na Taça Cidade, 33 nas Rédeas, 29 Ginete, 41 Equipes na Força A e B, Trio e Raspadinha.
- ✓ **Feira da Semana Santa - Abril**
- ✓ **Festa Junina – Junho**
- ✓ **Corrida Rústica e Circuito Mountain Bike – Julho**
- ✓ **Festa do Colono e do Motorista – Julho**

- ✓ **Desfile Cívico – Setembro**
- ✓ **Semana Farroupilha – Setembro**
- ✓ **Feira Multidisciplina – Novembro**
- ✓ **1º Motofest – Dezembro** - O Parque de Eventos Municipal proporcionou três dias de eventos para os motoqueiros. O início da celebração foi marcado por empolgantes shows de rock, apresentando por bandas. No sábado, os motoqueiros exploraram o município em um passeio de moto, seguido por um sorteio de capacete. A noite encerrou-se com mais apresentações de rock. O evento encerrou-se no domingo com um toque especial: um café oferecido aos acampados, promovendo um momento de confraternização e um encerramento memorável para os participantes do Motofest 2023.

Figura 25 - Grupo de motoqueiros



Fonte: <https://clicr.com.br/fotos-1o-motofest-de-sentinela-do-sul-sabado-02-12-23/>

- ✓ **Festa de Natal** – “Um Encanto de Natal” é realizado no Parque Municipal de Eventos Edemar Schaidhauer Seixas. Há bancas de artesanato, gastronomia e produtos locais, show de fogos de artifício, além de atrações culturais e a presença do Papai Noel.

Figura 26 – Cartaz digital do evento



Fonte: Site da prefeitura Municipal de Sentinela do Sul

6.2 Segmentos Âncora, Secundários e Potenciais

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 foi previamente definido durante discussões nas Oficinas de construção deste PMT, e não há dúvidas que é o **Turismo de Negócios & Eventos**, ou seja, é esse segmento que atrai o maior número de turistas para o município.

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 nos eventos realizados e com visitantes que vêm a negócios nas empresas do município.

Figura 27 – Diagrama do segmento Turismo de Negócios e Eventos



Fonte: Entre Rios Consultoria, 2020

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 foram: **Ecoturismo e Turismo Rural.**

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 o confundir 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).

Figura 28 - Diagrama Segmento Ecoturismo



Fonte: Entre Rios Consultoria, 2020

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 rurais que estão se preparando para receber visitantes.

Figura 29 - Diagrama Segmento Turismo Rural



Fonte: Entre Rios Consultoria, 2020

6.2.3 Segmentos Potenciais – os segmentos potenciais são aqueles que já ocorrem no município, mas ainda não possuem força de atração significativa ou necessitam de estruturação. Os segmentos que possuem grande potencial para ser desenvolvido são o **Olivoturismo** e o **Turismo de Aventura**.

Turismo de Aventura é um tipo de turismo que geralmente ocorre em destinos com características geográficas e paisagens específicas e tende a estar associado a atividade física, intercâmbio cultural, interação e proximidade com a natureza.

Conforme a norma ABNT NBR 15500 – Turismo de Aventura - Terminologia, define-se atividades de Turismo de Aventura como: Atividades oferecidas comercialmente, usualmente adaptadas das atividades de aventura, que tenham ao mesmo tempo o caráter recreativo e envolvam riscos avaliados, controlados e assumidos.

Figura 30 - Diagrama Segmento Turismo de Aventura



Fonte: Entre Rios Consultoria, 2020

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 Municipal de Educação, Turismo , Desporto e Cultura identificou-se que o perfil do turista que visita a região é de: casais, casais com crianças, grupos de amigos, estudantes, melhor idade das classes B e C, motociclistas, cicloturistas das classes sócio econômica de A, B e C, com e sem graduação ou pós-graduação, provenientes da própria região e todo o Estado do RS que visitam o município principalmente nos eventos ou com o objetivo de lazer e experimentar a a música, a gastronomia e as atividades oferecida nos eventos.

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 para cada perfil e persona. Este estudo foi realizado numa 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 suas 46 motivações:

Figura 31 - Mapa do Comportamento do Turista RS – Perfis



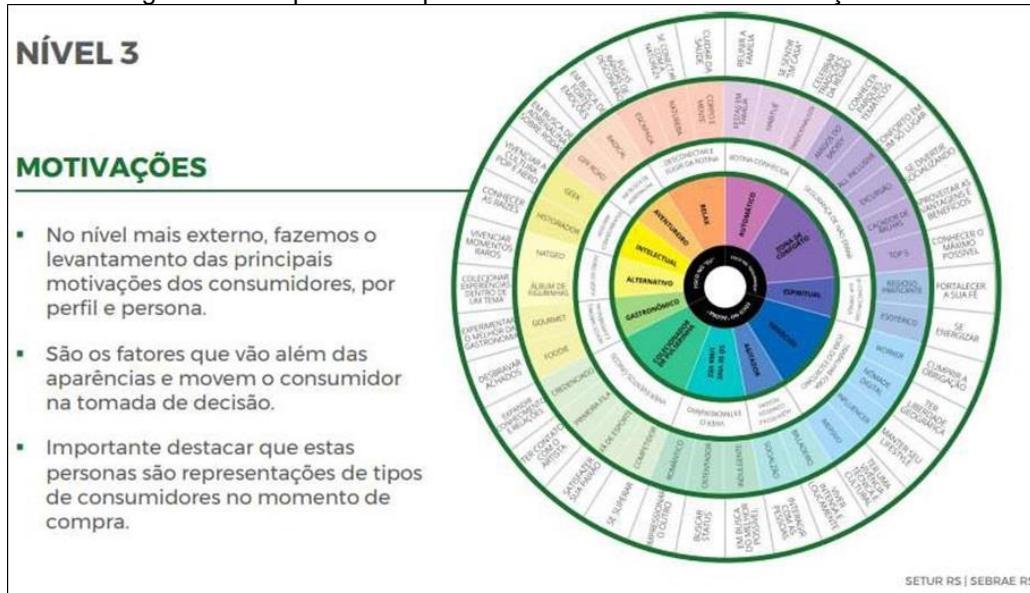
Fonte: Wine Locals, 2022

Figura 32 - Mapa do Comportamento do Turista RS – Personas



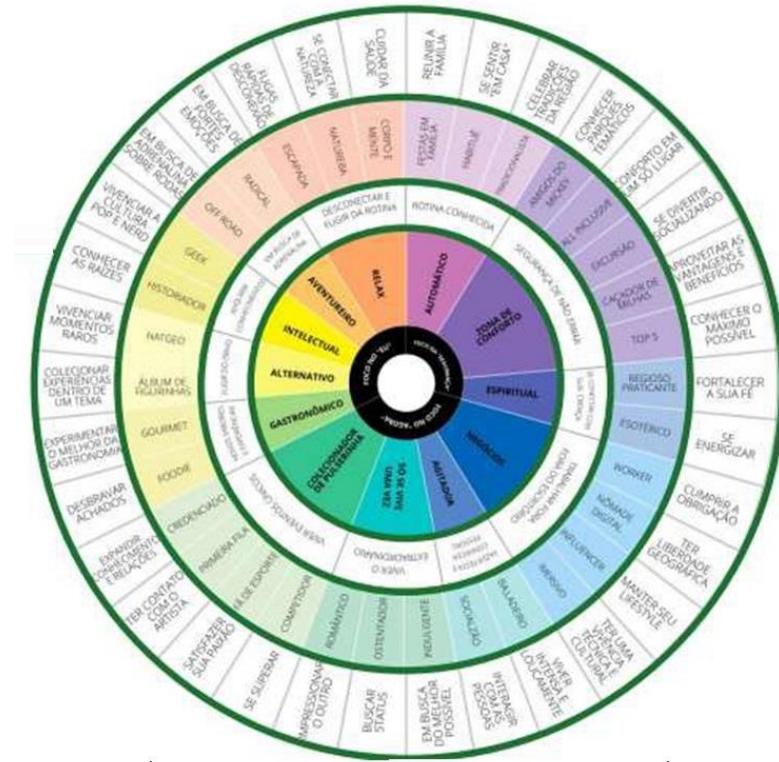
Fonte: Wine Locals, 2022

Figura 33 - Mapa do Comportamento do Turista RS – Motivações



Fonte: Wine Locals, 2022

Figura 34 - 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 através da sinalização turística, meios de hospedagens, locadoras, posto de informações, bares e restaurantes, entretenimento, entre outros (BRASIL, 2007).

O município de SENTINELA DO SUL 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 – O município é cortado pela RS-715 que dá acesso a BR-116. A viagem de carro de Sentinela do Sul a Porto Alegre a leva em torno de 1h30min. O município não possui rodoviária, mas é atendida pela empresa de transporte **Frederes**.

8.2 Centro de Atendimento ao Turista (CAT) - Os Centros de Atendimento ao Turista (CATs) ou Centros de Informação ao Turista (CIT), 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.**

8.3 Meios de Hospedagem – Foram identificados apenas quatro meios de hospedagens: **Fazenda Maratana, Hotel Sentinela Green, Sítio Garoa Cabanas e Hostel Ibirakati**. Em breve haverá mais um empreendimento com cabanas aumentando a oferta de leitos, **Sítio Alto Paraíso**.

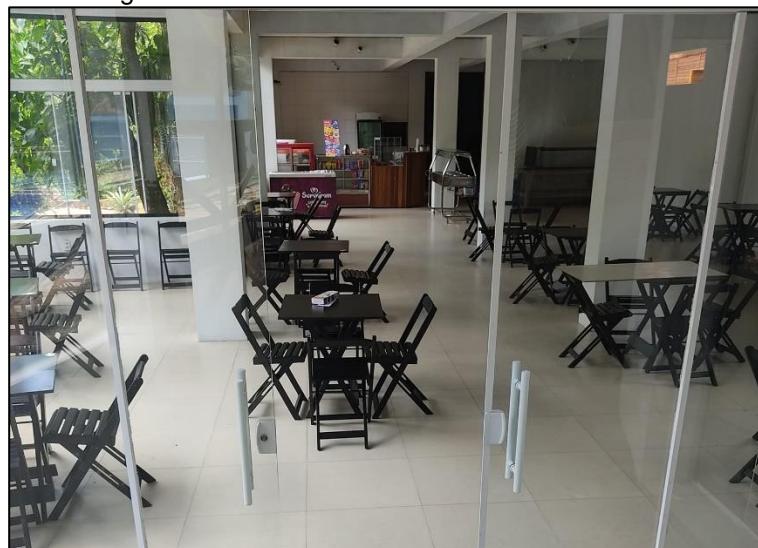
Figura 35 - Fachada e lateral do Hotel Sentinela Green



Fonte: www.tripadviser.com

8.4 Restaurantes, Bares e Similares – A rede gastronômica também não atende as necessidades dos visitantes, os principais estabelecimentos são: Lancheria Grenal, Bar do Pedro, Restaurante Renascer (Mercado Renascer), Padaria, Confeitaria e Lancheria Coma Bem e o restaurante no Blue Park & Piscinas.

Figura 36 – Restaurante do Blue Park e Piscinas



Fonte: Facebook do Blue Park e Piscinas

8.5 Agências de Viagens – O município possui duas agências de viagens que estão envolvidas como o Turismo Receptivo: **Caminhos de Luz e Recantos e Trilhas**.

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 3 - Análise SWOT

FORÇAS	FRAQUEZAS
<ul style="list-style-type: none">• Localização próximo dos grandes centros, 5 min da BR-116;• Estradas de boa qualidade;• Atrativos turísticos naturais: cerros, cascatas, campos;• Sítios com produção local;• Capital do Arroz Cachinho;• Empreendedores engajados;• População hospitaleira;• Cidade organizada e agradável;• Agências de Turismo;• Propriedades rurais modelos;• Piscicultura;• Eventos: festa campeira, mountain bike e motofest;• Monumentos históricos;• Parque de eventos;• Tradicionalismo- lodeiro;• História;• Gastronomia;• Proximidade com POA.	<ul style="list-style-type: none">• Manutenção de estradas do interior;• População sem preparo para atendimento ao turistas;• Falta de restaurantes;• Falta de leitos hoteleiros;• Falta de atrativos turísticos;• Falta informação e divulgação;• Projeto turístico;• Falta de diretor do turismo;• Infraestrutura (iluminação) limpeza geral urbana e placas;• Falta cultural para desenvolvimento turístico pela população;• Inexistência de capacitação para o turismo;• Falta de estrutura no parque de eventos;• Sinalização turística;• Acesso ao marketing e redes sociais;• Banco 24H.

OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> • Estradas, BR116; • Produção de oliveiras; • Curso da área comercial, capacita senac; • Capital do arroz cachinho; • Eventos; • Parque municipal; • Tradicionalismo; • SEBRAE; • Datas comemorativas; • SENAR; • Agências de turismo; • SICREDI; • Gastronomia; • Turismo de aventura crescendo; • Evento de bike; • Peixe; • Evento de trekking • Evento de motos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estradas e pontes; • Falta de líderes e ações para fomentar o turismo; • Falta de internet e sinal; • clima; • Falta de cultura turística da população; • Internet e energia na área rural; • Banco 24H; • Economia instável.

Fonte: Oficinas de trabalho

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 SENTINELA DO SUL /RS:

“Proporcionar conexões potencializando a diversidade cultural e ambiental do município de Sentinela do Sul, gerando qualidade de vida para os visitantes e moradores”

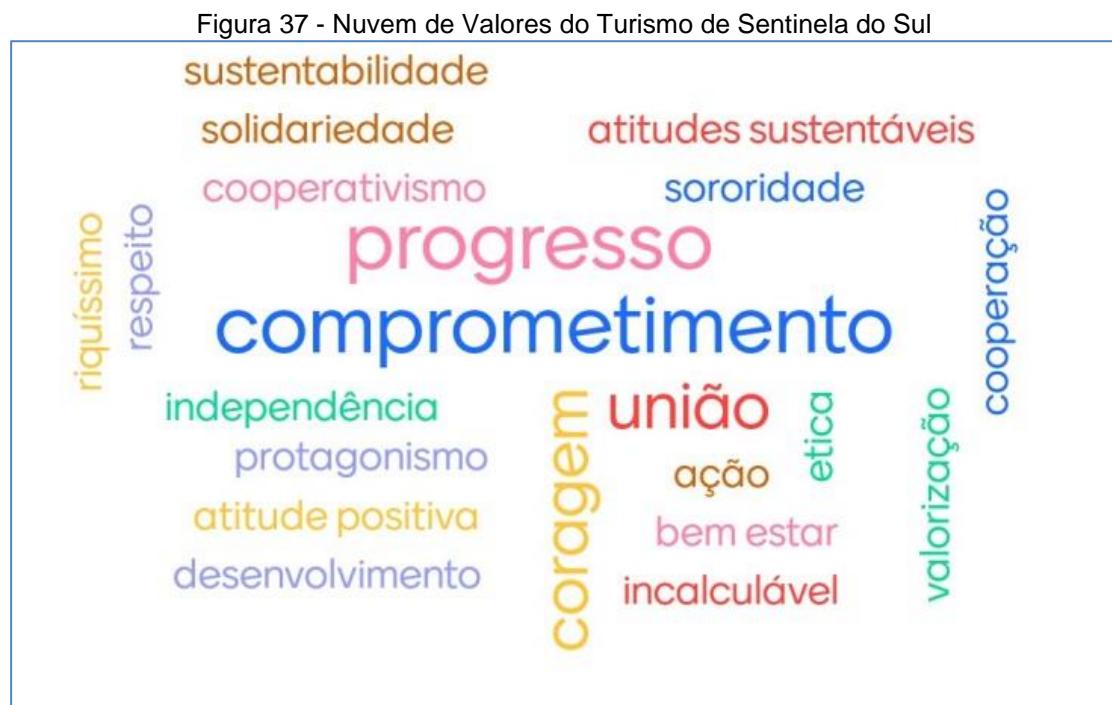
VISÃO – A visão tem papel fundamental na construção do futuro. Se a missão representa a sua essência, a visão simboliza **como ela se vê em um determinado período**. É a imagem de futuro, isto é, onde se espera estar em um determinado tempo.

VISÃO DO PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE SENTINELA DO SUL /RS:

“Consolidar Sentinela do Sul num destino turístico reconhecido na Costa Doce Gaúcha com vivências construtivas e transformadoras gerando desenvolvimento social, econômico e ambiental em até 5 anos”.

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.

A partir de uma dinâmica onde os participantes definiram valores de forma individual, foram definidos pelo grupo, os seis principais valores a serem seguidos no desenvolvimento do Plano de Turismo de SENTINELA DO SUL/RS:



Fonte: www.mentimeter.com

Os valores selecionados foram:

- **Protagonismo**
- **Comprometimento**
 - **Ética**
 - **Coragem**
 - **União**
- **Sustentabilidade / Atitudes sustentáveis**

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

Conforme identificado na Metodologia deste documento, **39** 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 realizar a ação, prazo de execução e responsáveis pela ação. Seguem quadros abaixo:

Quadro 4: EIXO 1: GESTÃO DESCENTRALIZADA DO TURISMO

AÇÃO PROPOSTA	ODS	COMO REALIZAR ESTA AÇÃO?	PRAZO	RESPONSÁVEL
1 – Elaboração do Plano Municipal de Turismo (PMT) para Sentinelas do Sul.	8, 9, 10, 11, 12, 17	- Efetivar parcerias entre poder público, Sebrae e comunidade; - Realizar encontros para a construção coletiva do PMT; - Executar as APDs do PMT.	DEZ 2023	SMETDC SEBRAE Representantes da comunidade local
2 - Criação de um grupo para elaboração do PL para criação do COMTUR.	4, 8, 9, 16, 17	- Criar uma comissão de 3 a 4 pessoas para estudar a Lei de criação de COMTUR de outros municípios; - Elaborar um PL e encaminhar para um vereador.	MAR 2024	Comissão de empreendedores
3 - Realização de reuniões mensais para acompanhar a execução das ações do PMT.	4, 5, 10, 11, 12	- Criar um calendário de reuniões; - Efetivar Plano de Trabalho para as ações que se tornar necessário.	MAR 2024	Comissão de empreendedores
4 - Criação de uma rede de cooperação com empreendimentos do turismo.	4, 5, 8, 9, 10, 11	- Contatar escolas e professores; - Elaborar projetos com valorização do Turismo para alunos; - Envolver o comércio local; - Buscar patrocínios para as ações acima.	JUN 2024	SMETDC Todos os empreendedores envolvidos

5 - Elaboração de Campanha de sensibilização da comunidade sobre a importância do turismo para o desenvolvimento do município.	4, 8, 10, 11, 12	- Realizar campanhas de conscientização da importância do Turismo para a cidade e região; - Criar artes e textos para divulgação nas redes sociais, visando o entendimento e o comprometimento da população.	Contínuo	COMTUR SMETDC
6 - Valorização do património cultural.	4	- Catalogar prédios históricos; - Identificar prédios históricos com potencial ao tombamento; - Revitalizar a Santa Cruz.	JUL 2025	COMTUR SMETDC
7 - Realização de Campanhas para adesão ao CADASTUR.	8,9,11	- Realizar Campanha de divulgação da importância dos serviços no município se cadastrarem no CADASTUR; - Realizar visitas no comércio e serviços locais.	JUN 2024	SMETDC Comissão de empreendedores

Quadro 5: EIXO 2: PLANEJAMENTO E POSICIONAMENTO DE MERCADO

AÇÃO PROPOSTA	ODS	COMO REALIZAR ESTA AÇÃO?	PRAZO	RESPONSÁVEL
8 - Formatação de um roteiro turístico rural.	3, 4, 5, 8, 9, 10, 11, 12, 17	- Identificar diferentes locais possíveis de serem visitados e os serviços a serem oferecidos em cada local; - Contatar os empreendedores do turismo, as agências, os envolvidos e formatar um novo produto turístico	JUL 2024	EMATER Empreendedores SMETDC
9 - Formatação de um roteiro turístico de ecoturismo.	3, 4, 5, 8, 9, 10, 11, 12, 17	- Identificar ambientes naturais e atividades possíveis de serem visitados e os serviços a serem oferecidos em cada local; - Contatar os empreendedores do turismo, as agências, os envolvidos e formatar um novo produto turístico.	JUL 2024	EMATER Empreendedores SMETDC Secretaria Meio Ambiente
10 - Formatação de produtos /roteiros em Turismo Cultural – Olivoturismo.	8, 9, 10, 11, 12	- Identificar as propriedades com cultivo de oliveira que pretendem receber ou já recebem turistas e iniciar o processo de Roteirização.	NOV 2024	SMETDC Empreendedores EMATER

11 - Elaboração de um calendário de eventos culturais.	8, 9, 10, 12, 17	- Criar uma agenda cultural com os cronogramas e principais datas dos eventos culturais.	ABR 2024	SMETDC Empreendedores Entidades culturais
12 - Criação de um evento gastronômico.	1, 2, 4, 8, 15, 17	- Criar um evento gastronômico, ressaltando os produtos locais como o arroz cachinho, o azeite de oliva, o peixe, etc; - Elaborar um festival gastronômico.	JUN 2025	Empreendedores e comunidade SMETDC
13 - Formatação de produtos / roteiros de Turismo de Saúde e Bem-estar.	3, 4, 8,	- Promover e incentivar práticas de caminhadas, yoga, contemplação; - Incentivar o consumo consciente (segurança alimentar nutricional).	NOV 2024	Secretaria de Saúde SMETDC Empreendedores
14 - Organização de visitas técnicas de reconhecimento.	3, 4, 9, 10, 17	- Organizar um roteiro para que os envolvidos com o turismo possam visitar todas as empresas atuantes; - Incentivar o reconhecimento dos atrativos culturais e naturais e dos produtos existentes no município.	MAI 2024	COMTUR SMETDC Empreendedores

Quadro 6: EIXO 3: QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL, DOS SERVIÇOS E DA PRODUÇÃO ASSOCIADA

AÇÃO PROPOSTA	ODS	COMO REALIZAR ESTA AÇÃO?	PRAZO	RESPONSÁVEL
15 - Identificação das necessidades de cursos de qualificação.	4, 8, 9, 16	- Realizar pesquisa para identificar os cursos necessários de capacitação das equipes que irão atuar na gestão do turismo, bem como dos empreendedores e funcionários das empresas e comércio em geral.	DEZ 2024	COMTUR SMETDC SEBRAE SENAR EMATER
16 - Capacitação de todos os envolvidos com o turismo.	4, 8, 9, 16, 17	- Realizar parcerias com as entidades para aplicar capacitação através de cursos, oficinas, palestras entre outras atividades sobre outras línguas, tecnologias para comunicação, PCD, etc.	JUN 2024	COMTUR SMETDC SEBRAE SENAR EMATER

17 - Identificação e incentivo da produção associada ao turismo artesanato, produtos coloniais, entre outros.	3, 5, 8, 12	- Criar ações de associativismo e/ou cooperativismo; - Catalogar produtores associados ao turismo; - Promover feiras com produtos associados ao turismo; - Regularizar os artesãos municipais; - Mapear artesãos de caráter regional.	MAR 2024	SMETDC Associação de artesãos
18 - Realização de parcerias com a Secretaria de Educação e o Meio Ambiente.	4, 8, 9, 12	- Realizar qualificação de professores e gestores municipais; - Organizar exposições, palestras envolvendo o turismo - Promover saídas de campo, focando no turismo sustentável; - Identificar vivências em empreendimentos locais (mapear) e descrever essas vivências (para serem inseridas nos roteiros).	MAR 2024	COMTUR SMETDC Empreendedores

Quadro 7: EIXO 4: EMPREENDEDORISMO, CAPTAÇÃO E PROMOÇÃO DE INVESTIMENTO

AÇÃO PROPOSTA	ODS	COMO REALIZAR ESTA AÇÃO?	PRAZO	RESPONSÁVEL
19 – Identificação de estratégias para a captação de recursos.	8, 10, 17	- Realizar levantamento de instituições com linhas de crédito disponíveis para o turismo	MAR 2024	SEC ADM SEBRAE SICREDI
20 - Elaboração de um programa de regularização de empreendimentos ligados ao turismo.	8, 9, 11, 12	- Identificar equipe que possa dar orientação e acompanhar a regularização de empreendimentos locais (Sala do Empreendedor). - Criar e aprovar por decreto um programa de regularização de empreendimentos ligados ao turismo.	JUN 2025	COMTUR SMETDC GABINETE
21 - Realização de estudos para a criação de incentivos ao empreendedorismo do Turismo.	8, 9, 10, 11, 12	- Analisar e identificar estratégias para a criação de leis de incentivo ao empreendedorismo (Ex.: Redução de impostos)	DEZ 2024	COMTUR SMETDC GABINETE
22 – Mapear investidores para o município.	8, 9, 10, 17	- Identificar possíveis investidores para implantação de meios de hospedagem na cidade	2024 a 20227	Gabinete Cooperativas de Crédito

Quadro 8: EIXO 5: INFRAESTRUTURA TURÍSTICA

AÇÃO PROPOSTA	ODS	COMO REALIZAR ESTA AÇÃO?	PRAZO	RESPONSÁVEL
23 - Elaboração de um projeto de paisagismo: harmonização dos acessos (caminhos) e entorno dos atrativos turísticos.	8, 9, 11, 12, 15, 17	- Elaborar projeto de conscientização e educação em relação a harmonização visual, ambiental do acesso ou entorno dos atrativos turísticos; - Envolver público alvo - empreendedores, colaboradores, vizinhos, poder público; - Implantar paisagismo, placas informando, limpeza, etc	JUN 2024	SMETDC SEC OBRAS Gabinete Empreendedores
24 – Implantação de QR Code em empreendimentos turísticos.	4, 9, 11	- Criar QR Code que permitam acesso as informações de localização e características de acesso aos empreendimentos turísticos.	DEZ 2024	COMTUR SMETDC SEBRAE Empreendedores
25 - Elaboração de mapeamento de mirantes.	8, 9, 11, 15	- Realizar estudos para a identificação de locais possíveis para instalação de mirantes; - Contratação de equipe especializada.	DEZ 2025	COMTUR SMETDC SEC OBRAS
26 - Elaboração de projetos para a Sinalização Turística.	4, 8, 9, 11, 12	- Elaborar projeto para implantar de Sinalização Turística no município.	JUL 2025	COMTUR SMETDC SEC OBRAS
27 - Cadastro e reconhecimento dos espaços 24h / SOS (Saúde, veículos, resgates, etc) para o turista.	3, 8, 9, 10, 11, 12, 17	- Cadastrar os locais e empresa prestadoras de serviços SOS; - Verificar a possibilidade de parcerias para operacionalização conjunta destes serviços junto ao poder público.	24 meses	- Gabinete - Empresas de Segurança - Prestadores de serviço

Quadro 9: EIXO 6: INFORMAÇÃO AO TURISTA

AÇÃO PROPOSTA	ODS	COMO REALIZAR ESTA AÇÃO?	PRAZO	RESPONSÁVEL
28 - Realizar coleta de dados com informação dos atrativos turísticos e prestadores de serviços turísticos.	4, 11, 17	- Elaborar um Formulário no Google Forms e enviar aos empreendimentos e atrativos turísticos para coletar informações atualizadas.	MAI 2024	COMTUR SMETDC

29 - Organização das informações coletadas e inserção no site da prefeitura.	4, 8, 9, 11	- Organizar as informações recebidas e sistematizar as mesmas no site da prefeitura.	AGO 2024	COMTUR SMETDC
30 – Implantação de terminais de autoatendimento eletrônico e conectado sobre infraestrutura turística de todo município nos principais comércios	8, 9, 11, 12, 17	- Contratar empresas especializadas para elaboração de totens / terminais de autoatendimento; - Inserir informações atualizadas sobre atrativos e serviços turísticos do município em terminal com tela e QR Code; - QR Code que direciona ao site de turismo/prefeitura com os links de eventos e atrativos turísticos, mapa e rotas e roteiros, alimentação e hospedagem, agências, artesanato, produtos coloniais, etc; - História do município (geração de valor); - Descrição dos patrimônios culturais e naturais (histórico, prédio, paisagem).	Até final de 2025	Gabinete COMTUR SMETDC SEC OBRAS

Quadro 10: EIXO 7: PROMOÇÃO E APOIO À COMERCIALIZAÇÃO

AÇÃO PROPOSTA	ODS	COMO REALIZAR ESTA AÇÃO?	PRAZO	RESPONSÁVEL
31 – Conexão da cidade com a Costa Doce Gaúcha (Instagram).	8, 9, 11, 12	- Criação de links no site do município; - Site com todos os empreendedores; - Dar destaque aos acontecimentos e conscientização do turismo; - Fazer conexões com informações disponibilizadas em mídias sociais da Costa Doce Gaúcha.	DEZ 2024	SMETDC COMTUR Empreendedores
32 – Criação de identidade visual com cores, design, marca para o turismo e para os empreendedores.	8, 9, 10, 11, 12	- Elaboração de identidade visual e aplicativos da marca do turismo no município de Sentinela do Sul; - Contratação de empresa especializada ou designer gráfico.	DEZ 2024	SMETDC COMTUR Empreendedores

33 - Criação de uma campanha de divulgação do município.	4, 8, 9, 10, 11, 12	- Criar campanhas de sensibilização e capacitação de empreendedor e comunidade em geral; - Incentivar a todos que fomentem suas redes sociais com notícias do turismo; - Estimular empreendedores e engajamento de toda a comunidade na promoção dos produtos turísticos;	DEZ 2024	GABINETE (assessoria de imprensa) SMETDC COMTUR
34 – Elaboração de vídeos com agência, audiovisual do turismo de Sentinela do Sul no <i>Youtube</i> , <i>Facebook</i> , <i>Instagram</i> e de cada empreendedor.	8, 9, 10, 11, 12, 17	- Verificar a possibilidade de parcerias para elaboração de vídeo com os atrativos da cidade.	DEZ 2025	SMETDC COMTUR Empreendedores Comércio em geral Instituições financeiras
35 - Ampliar a organização da cadeia produtiva em redes de cooperação.	4, 5, 8, 17	- Incentivar o associativismo e manter o grupo unido e engajado em busca de parcerias.	Contínuo	empreendedores e comércio geral

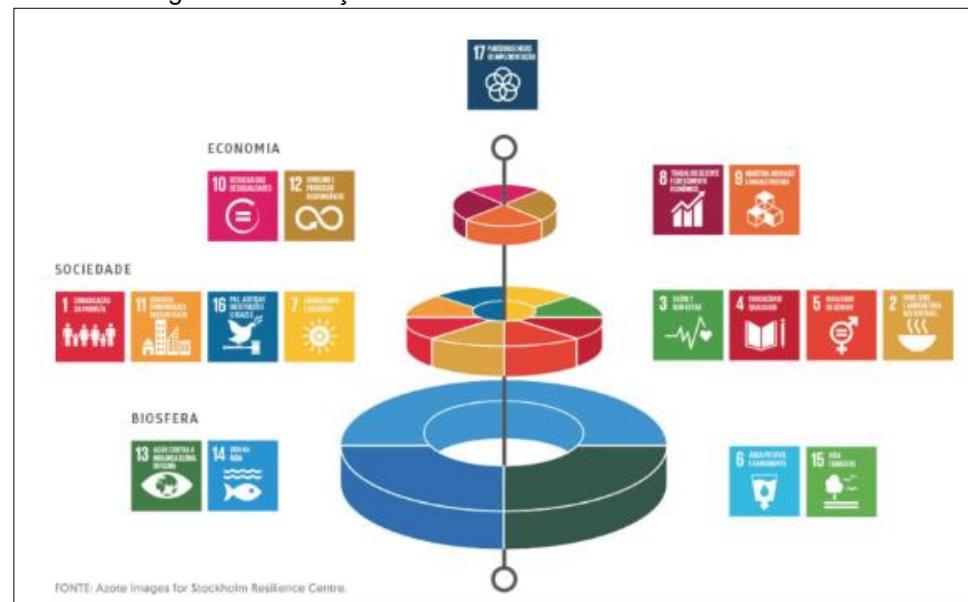
Quadro 11: EIXO 8: MONITORAMENTO

AÇÃO PROPOSTA	ODS	COMO REALIZAR ESTA AÇÃO?	PRAZO	RESPONSÁVEL
36 – Coleta de informações dos turistas junto aos empreendedores e atrativos turísticos.	4, 12, 13	- Realizar pesquisas junto aos meios de hospedagens (hotéis, pousadas, campings, hostels), restaurantes, atrativos turísticos e comércio em geral; - Traçar o perfil do turista de Sentinela do Sul.	NOV 2025	COMTUR
37 - Elaboração de um questionário de pesquisa para o turista.	4, 12, 13	- Criar um instrumento (questionário) que será disponibilizado aos empreendedores, comércio, pontos estratégicos para ser preenchido pelos visitantes.	DEZ 2024	SMETDC
38 - Elaboração do questionário de pesquisa para a comunidade (como enxerga o turismo).	4, 12, 13	- Criar um instrumento (questionário) que será disponibilizado aos empreendedores, comércio, pontos estratégicos para ser preenchido pela comunidade em geral.	DEZ 2024	COMTUR

39 - Elaboração do questionário de pesquisa para possíveis interessados no turismo.	4, 12, 13	- Realizar campanhas nas redes sociais para fomento e criação de novos empreendimentos turísticos no município.	MAR 2025	SMETDC COMTUR
---	-----------	---	----------	------------------

Obs.: Reforça-se a importância de ter essas 39 ações em conexão com os 17 ODS da Agenda 2030 da ONU, visto que o compromisso com o Turismo Sustentável e Responsável perpassa por esses Objetivos e devem ser almejados por todos que trabalham em prol do desenvolvimento do Turismo nos diferentes destinos brasileiros.

Figura 38 - Relação ODS / Economia / Sociedade / Biosfera



Fonte: <https://www.greenfarmco2free.com.br/valecard/page1.html>

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 Educação, Turismo, Desporto e Cultura uma importante contribuição de membros de entidades de classe e dos empresários.

Recomenda-se, portanto, que cada uma das **39 APDs** elencadas para serem executadas nos próximos anos no município de SENTINELA DO SUL, 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 após o período de 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 onde este destino quer chegar em 2030, conforme definido na Visão do Plano Municipal de Turismo de SENTINELA DO SUL. 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 SENTINELA DO SUL, turistas já realizam atividades dentro de diferentes segmentos como a participação em eventos, atividades de Ecoturismo, Turismo de Aventura, Turismo 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. Também estimulará a negociação, os acordos e o planejamento das ações para o desenvolvimento do Turismo Sustentável no município de **SENTINELA DO SUL**.

REFERÊNCIAS

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

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

BRASIL. Ministério da Economia. Secretaria Especial de Produtividade e Competitividade. **Guia de Retomada Econômica do Turismo no Brasil.** Brasília, 2021a. Disponível em <https://www.gov.br/turismo/pt-br/acesso-a-informacao/acoes-e-programas/retomada-do-turismo/GuiaRetomadaEconmicadoTurismo.pdf>. Acesso em 24 OUT 2023.

_____. 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 AGO 2023.

_____. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil: Módulo Operacional 7 Roteirização Turística/** Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização. – Brasília, 2007. Disponível em <http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/roteiros_brasil/roteirizacao_turistica.pdf> Acesso em 10 OUT2023.

_____, 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.

CARVALHO, J. M. **De Capela Nossa Senhora das Dores a Sentinela do Sul 1819 -2023.** Arquivo com fatos históricos. Sentinela do Sul, novembro, 2023.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4^a ed. São Paulo: Atlas, 2007.

IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). **Cidades.** Disponível em <<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/rs/sentineladosul.html>>. Acesso em 10 OUT 2023.

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 2023.

WORLD ECONOMIC FORUM. **Travel & Tourism Competitiveness Report 2019 -** Disponível em <http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf> Acesso em 10 OUT 2023.

ANEXO 1

Participantes da palestra e oficinas:

NOME	EMPRESA / ENTIDADE
Ana Carla M. Schinoff	Agência Os caminhos de luz
Daniel Hennemann	SMETDC
Débora Batista Segala	Agência Recantos e Trilhas
Fábio Alves Peres	Blue Park e Piscinas
Janir H. Vergara de Souza	Secretaria da Educação
Jonas Martins de Carvalho	Câmara Vereadores
Maurício Segala	Agência Recantos e Trilhas
Nastia Duarte Garcia	EMATER / ASCAR
Natiele Romeu Woiczelawski	Prefeitura Municipal
Neuton Lauzarini Ambos	Veterinária Agrovila
Norma Hennemann	Artesã
Renan S. Silveira	Banco SICREDI
Rosangela Barbosa Pacheco	Representante da sociedade
Vágner Giordani	Azeite Galenus
Vanessa Morosca Postingres	Banco SICREDI

ANEXO 2 – Registros fotográficos das palestras e oficinas

Participação de representantes do poder público e privado na elaboração do Plano Municipal de Turismo de Sentinela do Sul / RS

Palestra





Oficinas







Fonte: Acervo Entre Rios Consultoria, 2023

Material elaborado por:



Roséli Azi Nascimento

[@roseli_azi_consultora](https://www.instagram.com/roseli_azi_consultora)

51 99964-0950

Rita Michelon

[@ritamichelon_consultora](https://www.instagram.com/ritamichelon_consultora)

51 99341-8797

