

PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE MORRINHOS DO SUL (RS)

RELATÓRIO FINAL

MORRINHOS DO SUL-RS

SETEMBRO/2021



Empresa Responsável

Paulo Ferretti Consultoria em Turismo

Razão Social: Vanin e Ferretti Consultoria em Turismo e Cultura Ltda.

CNPJ: 34.107.246/0001-89

Cambará do Sul – RS – Aparados da Serra – Brasil

Consultores

Paulo Eduardo Macedo Ferretti

Bacharel em Administração de Empresas

Mestrando em Ambiente e Sustentabilidade

Consultor para as áreas de planejamento estratégico, desenvolvimento regional, sustentabilidade, turismo, gestão empresarial e marketing

Ândrea Vanin

Licenciada em Artes Visuais

Especializanda em Filosofia da Educação

Especializanda em Gestão do Currículo na Formação Docente

Pós-Graduada em Museologia Social

Produtora cultural

Consultora para as áreas de educação, arte, cultura, projetos especiais e comunicação

Taís Rosa Abel

Bacharel em Turismo

Fotógrafa

Educadora ambiental

Consultora para as áreas de turismo, comunicação, comercialização e promoção do turismo



Sumário

1.	APRESENTAÇÃO.....	05
2.	CONTEXTUALIZAÇÃO E JUSTIFICATIVA	06
3.	OBJETIVO GERAL	08
3.1.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	08
4.	METODOLOGIA.....	09
5.	REFERENCIAL TEÓRICO-CONCEITUAL	11
6.	ETAPAS DE DESENVOLVIMENTO DO TRABALHO	15
7.	PLANO MUNICIPAL DE TURISMO: DEFINIÇÃO E JUSTIFICATIVA	16
7.1.	DIRETRIZES NACIONAIS	16
7.2.	LINHAS DE ATUAÇÃO	18
8.	CARACTERIZAÇÃO DO TERRITÓRIO	21
9.	SITUAÇÃO ENCONTRADA	25
9.1.	ESTRUTURAÇÃO PARA O TURISMO	25
9.1.1.	ACESSOS AO MUNICÍPIO	26
9.1.2.	ATRATIVOS	26
9.1.3.	ATIVIDADES E EXPERIÊNCIAS	29
9.1.4.	ACESSOS LOCAIS E MEIOS DE TRANSPORTE	29
9.1.5.	MEIOS DE HOSPEDAGEM E DE ALIMENTAÇÃO	30
9.1.6.	INFORMAÇÃO, SINALIZAÇÃO E ATENDIMENTO AO VISITANTE	32
9.1.7.	MATERIAL PROMOCIONAL INSTITUCIONAL	32
9.1.8.	PRODUÇÃO ASSOCIADA AO TURISMO	33
9.2.	ORGANIZAÇÃO PARA O TURISMO	33
9.3.	RELAÇÕES COM A COMUNIDADE.....	34
9.3.1.	SEGURANÇA PÚBLICA	34
9.3.2.	SEGURANÇA TURÍSTICA	34
9.3.3.	SAÚDE	35
9.3.4.	EDUCAÇÃO	36
9.3.5.	CULTURA E PATRIMÔNIO	36
9.3.6.	INFRAESTRUTURA	37
9.3.7.	CONVÍVIO SOCIAL E ENVOLVIMENTO COMUNITÁRIO	40
9.3.8.	PRODUÇÃO AGROPECUÁRIA E INDUSTRIAL	41
9.3.9.	ARTE LOCAIS	42
9.3.10.	CADEIA PRODUTIVA DO TURISMO	43
9.3.11.	GESTÃO PÚBLICA E VIDA POLÍTICA	44
9.3.12.	MEIO AMBIENTE	45
9.4.	RELAÇÕES COM O MERCADO (MARKETING)	46
9.5.	SUSTENTABILIDADE NO TURISMO	48
9.6.	TURISMO COMO FATOR DE DESENVOLVIMENTO	50
9.7.	INTEGRAÇÃO REGIONAL E PARCERIAS	50
9.8.	IMPACTOS ECONÔMICOS, SOCIAIS, AMBIENTAIS, POLÍTICOS	51
9.9.	AVALIAÇÃO SWOT	52
9.9.1.	O QUE FUNCIONA BEM (PONTOS FORTES)	53
9.9.2.	O QUE NÃO FUNCIONA BEM (PONTOS FRACOS)	53
9.9.3.	O QUE PODE AJUDAR (OPORTUNIDADES)	54



9.9.4. O QUE PODE ATRAPALHAR (AMEAÇAS)	54
9.10. CARACTERÍSTICAS ESPECIAIS DO TERRITÓRIO	54
10. CONSIDERAÇÕES E DIAGNÓSTICO	56
10.1. PERCEPÇÕES E EXPECTATIVAS	56
10.2. SITUAÇÕES A RESOLVER (DESAFIOS PRINCIPAIS)	59
11. PROGNÓSTICO	63
12. PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE MORRINHOS DO SUL (RS)	64
12.1. PRESSUPOSTOS BÁSICOS	64
12.2. NEGÓCIO	65
12.3. NEGÓCIO TURÍSTICO / VOCAÇÃO TURÍSTICA	65
12.4. MISSÃO DO TURISMO	66
12.5. VISÃO TURÍSTICA DO MUNICÍPIO	66
12.6. PRINCÍPIOS DO TURISMO	67
12.7. CENÁRIOS, TENDÊNCIAS E PERSPECTIVAS DO TURISMO	67
12.8. ESTRATÉGIAS RECOMENDADAS	74
12.9. PLANOS DE AÇÃO ESTRATÉGICOS	77
12.10. ORIENTAÇÕES PARA IMPLEMENTAÇÃO	106
12.11. PLANO DE COMUNICAÇÃO: DIRETRIZES INICIAIS	108
12.12. INDICADORES DE SUSTENTABILIDADE DO TURISMO	110
12.13. POLÍTICA MUNICIPAL DE TURISMO: ORIENTAÇÕES PARA ELABORAÇÃO	117
13. CONSIDERAÇÕES FINAIS	120
REFERÊNCIAS	122
ANEXOS	125
ANEXO 1 – MINUTA LEI DE INSTITUIÇÃO DO PLANO MUNICIPAL DE TURISMO	126
ANEXO 2 – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS – VISITAS A EMPREENDIMIENTOS LOCAIS	127
ANEXO 3 – PROPOSTA DE LEI PARA INSTITUIÇÃO DA POLÍTICA MUNICIPAL DE TURISMO DE MORRINHOS DO SUL	128

PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE MORRINHOS DO SUL
RELATÓRIO FINAL

1. Apresentação

Morrinhos do Sul é um município do Litoral Norte do Rio Grande do Sul. Com área de 165,44 Km² e uma população de pouco mais de 3.000 habitantes, localiza-se em uma região de grande beleza e riqueza ambiental: aos pés dos grandes cânions dos Aparados da Serra Geral, num enclave de Mata Atlântica entremeado por rios e lagoas, a poucos quilômetros da faixa litorânea gaúcha. Um recanto tranquilo e privilegiado, com muitas histórias para contar. De colonização europeia (principalmente germânica) e influência tropeira, seus caminhos, desde os tempos em que os indígenas Xokleng trilhavam pela região, ligam serra e planície, montanha e litoral.

Perto de completar 200 anos de história, desde o início da colonização em 1826, Morrinhos do Sul tem muito a apresentar a quem se disponha a visitar seu território. Da gastronomia típica aos passeios pelas belas trilhas de mata, da tranquila vida de interior às atividades de aventura, das histórias antigas ao desejo de um futuro com mais qualidade de vida e prosperidade, da conexão única que liga o povo a seu território até o desejo de que os filhos dessa terra ali permaneçam e continuem a ser Morrinhos do Sul, o município vislumbra no turismo um caminho viável para seu desenvolvimento de forma responsável e sustentável.

Entretanto, para que o turismo efetivamente resulte em benefícios para o município, é fundamental organizar, planejar e bem gerenciar todo o seu processo de desenvolvimento. Nesse sentido, é estratégica a elaboração do Plano Municipal de Turismo, que, em conjunto com as demais iniciativas em curso e com as políticas estadual e nacional de turismo, poderá representar o impulso necessário para o aprimoramento dessa importante atividade no município.

Paulo Eduardo Macedo Ferretti

Setembro/2021

2. Contextualização e justificativa

O turismo é uma das **principais atividades do planeta**, representando pelo menos um em cada dez postos de trabalho, segundo a OMT (Organização Mundial do Turismo). Em muitos países, compõe parte considerável do PIB (Produto Interno Bruto). Diversos casos foram registrados ao longo da história em que municípios, estados, regiões e até países inteiros utilizaram o **turismo como caminho** para recuperação financeira e social após vivenciarem as mais variadas situações de dificuldade (crises financeiras, desastres naturais, guerras, epidemias). Em 2018, mais de 2,8 bilhões de pessoas viajaram pelo planeta e geraram negócios da ordem de US\$ 3,4 trilhões.

O Brasil ocupa atualmente a 32ª posição entre os destinos turísticos mundiais. Recebia, antes da pandemia de Covid-19, aproximadamente, 6,8 milhões de turistas internacionais por ano (pouco mais do que o número total de visitantes recebidos apenas pelo município de Gramado, na Serra Gaúcha, por exemplo). **País mais megadiverso do planeta**, conta com **seis biomas** ricos em paisagens, **biodiversidade e sociodiversidade**, dos quais a Mata Atlântica é um dos mais belos e, infelizmente, mais ameaçados. Apesar das dificuldades estruturais, sociais e econômicas, disponibiliza ao visitante uma ampla, diversificada e qualificada oferta hoteleira, gastronômica, comercial, de serviços e de lazer.

O Rio Grande do Sul, estado mais meridional do país, destaca-se no cenário turístico nacional por conta de sua **marcante e diversificada cultura**, advinda de um processo de colonização por povos de diversas origens, que resulta em um rico mosaico étnico e cultural. Com **paisagens** que vão do Pampa à Mata Atlântica, das lagoas costeiras aos belos vales do centro do estado, o RS é conhecido também por seu elevado padrão de vida e por sua tradicional hospitalidade. Embora a região de maior destaque no turismo seja a Serra Gaúcha, muitos outros municípios apresentam condições e disposição para ampliar ainda mais a oferta turística estadual.

A elaboração do **Plano Municipal de Turismo de Morrinhos do Sul-RS** atende solicitação da Secretaria Municipal de Desporto e Turismo no sentido de complementar o Sistema de Turismo do município, conforme orientação da atual política nacional de turismo. A adequação do município e seu consequente alinhamento com as políticas e ações desenvolvidas em âmbito estadual e federal permitirão, de um lado, uma **maior facilidade de**

trabalho, cooperação e interlocução com as demais instâncias governamentais e, de outro lado, um **acesso ampliado a mecanismos de financiamento** do turismo para as mais diversas ações, inclusive de mercado.

Este relatório representa o resultado do que foi analisado e discutido ao longo do período de elaboração do Plano Municipal de Turismo de Morrinhos do Sul. Baseado em **informações** pré-existentes disponibilizadas a esta empresa, em **avaliações in loco**, em **reuniões** com a comunidade local e com os membros do **Conselho Municipal de Turismo**, cujo registro foi feito em atas específicas daquele colegiado, este relatório resgata, de forma sintética, o panorama turístico encontrado pela equipe consultora e lança bases para o subsequente aprofundamento das informações e discussões.

Cabe salientar que este Plano de Turismo tem **horizonte de dez anos** para realização de algumas ações. Entretanto, até mesmo devido ao cenário de incerteza vivenciado atualmente por conta da pandemia de Covid-19, sua **validade** está estipulada em sua lei de criação como sendo de **cinco anos**. A parte conceitual é mais permanente, não sendo recomendadas alterações significativas em seu texto quando das revisões futuras. Já a parte referente a mercado, tendências e estruturas deve ser **atualizada periodicamente**, dada sua influência sobre as estratégias e planos de ação. Recomenda-se, portanto, uma revisão do plano e conseqüente **atualização de dados, estratégias e planos de ação no seu segundo ano** de vigência.



3. Objetivo geral

O objetivo geral deste trabalho é elaborar o Plano Municipal de Turismo de Morrinhos do Sul, tomando por referência as diretrizes do **Plano Nacional de Turismo** e demais orientações das instâncias superiores relacionadas ao setor, de forma a proporcionar ao município uma **ferramenta adequada** para seu necessário aprimoramento na atividade turística, com vistas a um **processo sustentável de desenvolvimento** local.

3.1 Objetivos específicos

São objetivos específicos deste trabalho:

- a. **Reunir informações** referentes ao perfil e ao processo de desenvolvimento da atividade turística no município;
- b. **Identificar** os atrativos e produtos atualmente trabalhados pelo município;
- c. Avaliar o potencial do município para o **desenvolvimento de novos produtos e serviços**;
- d. Identificar os **pontos críticos** que podem auxiliar ou impedir o desenvolvimento turístico desejado;
- e. **Propor alternativas** para o desenvolvimento de novos produtos e serviços vinculados ao potencial turístico municipal;
- f. Estabelecer a **vocação turística** do município;
- g. Estabelecer e avaliar as **relações da atividade turística** com as demais atividades econômicas do município;
- h. Avaliar a **cadeia produtiva** do turismo e associada ao turismo;
- i. Propor **estratégias para aprimoramento** do desenvolvimento turístico local;
- j. Contribuir para o **aumento do número de visitantes e turistas** no município;
- k. Propor **estratégias para proteção** do capital turístico, ambiental, social e cultural do município e sua correta utilização, com vistas à **sustentabilidade** do processo;
- l. Elaborar **planos para implementação** das estratégias propostas;
- m. Contribuir para a manutenção de um **elevado padrão** de vida no município, beneficiando moradores, turistas e visitantes;
- n. Contribuir para uma dinâmica de **convivência aprazível e produtiva** entre visitantes, turistas e moradores;
- o. Contribuir para um **processo sustentável de desenvolvimento** do território.

4. Metodologia

A metodologia adotada para elaboração do Plano Municipal de Turismo de Morrinhos do Sul tem **caráter multidisciplinar e colaborativo**, privilegiando as **reuniões com o Conselho Municipal de Turismo** (instância oficial de governança que congrega os diversos setores interessados e atuantes na atividade turística local) e o **contato com a comunidade**, através de visitas *in loco* e realização de eventos abertos à participação da sociedade. As ações realizadas para desenvolvimento deste Plano incluíram:

- a. **Pesquisa documental:** análise de relatórios, planos e outros documentos disponibilizados pela contratante, pertinentes ao objeto do trabalho;
- b. **Pesquisa bibliográfica:** breve revisão bibliográfica acerca do objeto do trabalho;
- c. **Visitas** a atrativos e estabelecimentos turísticos atuais e potenciais;
- d. **Conversas e entrevistas** estruturadas com empreendedores e lideranças locais;
- e. Reuniões com **participação da comunidade**;
- f. **Reuniões de trabalho** com a Secretaria Municipal de Turismo e o Conselho Municipal de Turismo;
- g. Reuniões de trabalho com a **equipe multidisciplinar** de consultores para a avaliação das etapas, análise de dados e finalização do Plano Municipal de Turismo;
- h. Criação de instrumentos específicos de **coletas de dados** individuais e setoriais.

O consultor responsável pelas reuniões trabalhou a partir de **questionamentos** feitos aos membros do COMTUR em suas reuniões regulares, buscando subsídios para compreender melhor a **dinâmica turística** local. Na reunião ampliada, **aberta à comunidade**, após apresentação geral resumida sobre a construção do Plano de Turismo, o público (composto por representantes de diversos segmentos da sociedade relacionados direta e indiretamente com o turismo municipal) respondeu a questionamentos sobre **aspectos estratégicos** relacionados ao turismo em Morrinhos do Sul. Todas as respostas obtidas auxiliaram na posterior formulação das estratégias e planos de ação propostos, tendo sido feita **análise de conteúdo** a partir das falas locais.

A metodologia adotada inclui, ainda, a identificação de pontos fortes e fracos, ameaças e oportunidades a partir da **análise SWOT** e a elaboração de planos de ação com base na **técnica 5W2H aprimorada**, ou seja: além dos itens tradicionais (o que, como, por que, onde,

como, quando, quanto), esta consultoria relaciona também os aspectos referentes aos resultados esperados, os pré-requisitos para a ação, os impactos, riscos ou desafios associados à realização da ação, os indicadores e formas de avaliação, a sequência recomendada para continuidade da ação e seu nível de prioridade, considerando-se o grau de urgência de sua realização, a tendência de agravamento da situação em função dos riscos associados e a gravidade ou importância da ação para o que está sendo planejado.

Outro elemento sempre presente na metodologia adotada diz respeito às considerações envolvendo a questão da **sustentabilidade e dos impactos das mudanças climáticas** sobre o planejamento do turismo, tratados como temas transversais e imprescindíveis para uma correta identificação dos cenários e tendências associados à atividade turística.

Ainda, como metodologia, a elaboração do plano de turismo contempla um conjunto final de orientações necessárias à sua efetiva implementação, que inclui: a **indicação de modelos** para formulação das leis municipais concernentes ao Plano de Turismo e à **Política Municipal de Turismo**; um **Plano de Comunicação simplificado**, para orientar os gestores locais na divulgação das informações do Plano de Turismo para os diversos públicos envolvidos; um rápido **guia de implementação**, com os passos iniciais necessários para transpor o Plano de Turismo da teoria à prática; e um conjunto sugerido de **Indicadores de Sustentabilidade do Turismo**, que permitirão ao município mensurar e acompanhar o desempenho da atividade e seus impactos sobre o desenvolvimento sustentável local.

5. Referencial teórico-conceitual

Em reunião com os membros do COMTUR, foram apresentados e discutidos alguns conceitos fundamentais, envolvendo as pretensões de desenvolvimento turístico local.

O primeiro conceito debatido foi o de **desenvolvimento**, entendido não como mero sinônimo de crescimento, mas como processo de evolução, de melhoria, de aprimoramento. O segundo conceito apresentado foi o de **sustentabilidade**, hoje um tanto banalizado e ligado essencialmente a aspectos de meio ambiente, mas que, em essência, significa algo muito mais amplo: sustentabilidade, do latim *sustentare*, significa sustentar, defender, favorecer, apoiar, conservar, cuidar. Habilidade de existir constantemente. Conceito que, relacionando aspectos econômicos, sociais, culturais e ambientais, busca suprir as necessidades do presente sem afetar as gerações futuras. Qualidade ou propriedade do que é sustentável, do que é necessário à conservação da vida.

Como não poderia deixar de ser, o outro conceito trabalhado foi justamente aquele que trata do tema central do deste plano: o **turismo**. Segundo a definição da Organização Mundial do Turismo, atualizada em 2020:

Turismo é um fenômeno social, cultural e econômico que implica o movimento de pessoas para países ou lugares fora de seus ambientes usuais, para propósitos pessoais ou comerciais/profissionais. Essas pessoas são chamadas visitantes (que podem ser turistas ou excursionistas, residentes ou não-residentes) e turismo tem a ver com suas atividades, algumas das quais envolvem gastos com turismo (UNWTO, 2020).

A literatura sobre turismo é vasta e diversificada. Muitos são os aspectos contemplados, muitos são os autores cuja obra merece leitura e consideração. Para a elaboração deste trabalho, optou-se por uma combinação de pensadores do turismo, do planejamento, da administração, do *marketing* e dos aspectos sociais e ambientais envolvidos, mais especificamente na questão relativa a processos de desenvolvimento e sustentabilidade (vide referencial bibliográfico ao final do relatório).

Em primeiro momento, cabe esclarecer o significado de algumas das palavras e expressões que serão comumente encontradas ao longo deste trabalho:

- a. **Turismo** é uma atividade econômica representada pelo conjunto de transações, compra e venda de produtos e serviços turísticos efetuadas entre os agentes econômicos do turismo. É gerado pelo deslocamento voluntário e temporário de pessoas para fora dos limites da área ou região em que têm residência fixa, por qualquer motivo, excetuando-se o de exercer alguma atividade remunerada no local que visita;
- b. **Turistas** são aqueles que se deslocam de sua residência fixa, em busca de um conjunto de experiências e sensações, consumindo produtos e serviços. Pode-se também dizer que são visitantes temporários que permanecem pelo menos vinte e quatro horas no local visitado, com a finalidade de lazer, negócios, família, eventos;
- c. **Excursionistas** são aqueles que permanecem menos de vinte e quatro horas e mais de quatro horas em local que não seja o de sua residência fixa, com as mesmas finalidades que caracterizam os turistas, mas não pernoitam nesta localidade;
- d. **Região Turística** é o território caracterizado por um conjunto de municípios turísticos ou de interesse turístico, que possuem afinidades e complementaridades culturais ou naturais, que possibilitam o planejamento e a organização integrados, como também a oferta de produtos turísticos mais competitivos nos diferentes mercados, agregando força principalmente na gestão e promoção;
- e. **Demanda Turística** é o número total de pessoas que viajam, ou gostariam de viajar, utilizando instalações ou serviços turísticos em lugares afastados de seus locais de residência e trabalho;
- f. **Oferta Turística** é o conjunto de atrativos, equipamentos, bens e serviços de alojamento, alimentação, de recreação e lazer, de caráter cultural, social, ambiental, econômico, entre outros, capaz de atrair e assentar num determinado local, durante um período determinado, um público visitante;
- g. **Atrativos turísticos** são locais, objetos, equipamentos, pessoas, fenômenos, eventos ou manifestações capazes de motivar o deslocamento de pessoas para conhecê-los;

- h. **Atividades Turísticas** são aquelas ligadas à hospedagem, alimentação, agenciamento, transporte, recepção turística, eventos, entretenimento, entre outras utilizadas pelos turistas em seus deslocamentos;
- i. **Produto Turístico** são atrativos, infraestrutura e serviços urbanos, equipamentos e serviços turísticos, acrescidos de facilidades, contando com uma gestão integrada, ofertados no mercado de forma organizada, por um determinado preço e caracterizados por uma imagem diferenciada;
- j. **Ativos Socioambientais** são os elementos que compõem o lugar e fazem dele o que ele é, em termos de ambiente e sociedade. São aspectos que representam o valor intrínseco do lugar e seus diferenciais, ligados à própria identidade do território.

Embora o turismo seja uma atividade bastante popular, conhecida e praticada no mundo todo há décadas (ou séculos, segundo alguns), essa importante e abrangente atividade humana, **de caráter eminentemente social**, ainda não é entendida devidamente por muitas pessoas, dentre elas os gestores públicos e, por vezes, os próprios empreendedores turísticos. A partir de sua definição conceitual, evidencia-se seu **aspecto múltiplo e transdisciplinar**. É a atividade econômica que impacta no maior número de outras atividades, gerando 1 em cada 9 postos de trabalho no mundo, segundo relatórios da OMT. Sua efetiva e adequada implementação contribui sobremaneira para uma **distribuição de renda mais justa e equilibrada** nas localidades aonde acontece. Da mesma forma, seu **caráter conservacionista** auxilia na proteção do patrimônio natural, artístico e cultural, matérias-primas estritamente ligadas e essenciais ao turismo.

O crescimento da atividade turística, considerando seus vários elementos formadores, como **meios de hospedagem e alimentação, agências e operadoras de turismo, transportadores, guias, atrativos turísticos** e toda a **cadeia produtiva associada ao turismo**, mostra-se superior ao de setores mais tradicionais da economia, tornando-o um dos mais expressivos do planeta. Dentre seus diversos segmentos, destacam-se o de aventura e o de ecoturismo, que apresentam as mais elevadas taxas de crescimento mundial, sendo o Brasil considerado o **país com maior potencial** do planeta para exploração desse tipo de atividade.

Muitos são os desafios para que o turismo efetivamente aconteça e funcione num município, região, estado ou país. A necessidade de constantes investimentos em

infraestrutura, comunicação, *marketing* e qualificação profissional, a permanente busca por espaço e diferenciação em um mercado competitivo e criativo, as variáveis externas que afetam o desempenho do setor, como clima, situação sócio-política, inovações tecnológicas, economia e outras tantas, constituem tópicos de permanente estudo e atenção aos acadêmicos, empreendedores e gestores da atividade. Para que sejam otimizados os benefícios e minimizados os impactos negativos, há que se planejar. Uma análise criteriosa, um diagnóstico correto, um planejamento de longo prazo e planos de ação factíveis, além de um sistema de acompanhamento bem estruturado e dinâmico, são fundamentais para o sucesso da implementação do turismo em uma localidade. Para tanto, faz-se necessário contar com vontade política, ações integradas, engajamento de todos os atores envolvidos e uma boa dose de persistência. Dado seu caráter sistêmico, exige-se plena competência em todos os aspectos de seu desenvolvimento, sob pena de uma nota ruim em determinado critério afetar todo o projeto, a ponto de inviabilizar o resultado desejado.

Dentre os documentos orientadores para elaboração deste Plano Municipal de Turismo, cabe destacar o **Plano Nacional de Turismo** desenvolvido pelo Ministério do Turismo em 2017, com validade de 2018 até 2022, e a **Lei nº 11.771/2008**, chamada de Lei Geral do Turismo. Para as orientações acerca dos Indicadores de Sustentabilidade do Turismo, utilizou-se como referência o trabalho de Frederico Hanai e seu **SISDTur** (2009).

6. Etapas do desenvolvimento do trabalho

O início do trabalho deu-se pela realização de **reuniões** com as Secretarias Municipais de Turismo e de Administração e **visitas** a atrativos e empreendimentos locais. Também serviram de base para estudo informações acessadas via **internet** (*site* do município, *site* do IBGE, Wikipedia, TripAdvisor, DAER, Governo do RS, entre outros), bem como **bibliografia** disponível sobre a localidade e sobre os temas turísticos pertinentes a este estudo.

Além da leitura dos documentos acessados, houve novas reuniões com a Secretaria Municipal de Desporto e Turismo, com o **Conselho Municipal de Turismo** e com representantes da **comunidade morrinhense**, entre os meses de junho e agosto de 2021, sendo estas últimas registradas nas atas específicas do COMTUR. Durante o período subsequente, foi realizada a revisão, adequação e complementação de dados, com vistas à elaboração e apresentação do relatório final.

7. Plano Municipal de Turismo: definição e justificativa

Um Plano Municipal de Turismo é o **documento** que registra o planejamento das ações relacionadas ao turismo do município, com base em **análise, diagnóstico e prognóstico** da atividade local. Baseia-se no Plano Nacional de Turismo e é **exigência legal para reconhecimento de um município como turístico**, bem como para sua classificação dentro das políticas do governo federal. É um documento que reúne um grande número de informações sobre a localidade à qual ele se refere. Compõem o plano **dados sobre o turismo** e seu mercado, de modo geral e contextualizado; os **referenciais teóricos**, conceituais e legais sobre o tema; uma **caracterização** do município onde será implementado o plano; um diagnóstico e prognóstico acerca do turismo naquela localidade. A seguir, o plano identifica e relaciona **objetivos, metas, estratégias e ações** que possam dar conta de promover um desenvolvimento adequado para a atividade turística local. Em sua parte final, o plano lança as **bases para a criação da Política Municipal de Turismo** e define alguns instrumentos para que as ações planejadas efetivamente possam ocorrer.

O Plano Municipal de Turismo é, portanto, um **importante instrumento de gestão**. Sua elaboração alinha-se com o previsto na Lei Geral do Turismo (11.771/2008), no Plano Nacional de Turismo (PNT 2018-2022) e no Plano de Desenvolvimento do Turismo do RS (2012). Sua existência, em conjunto com os demais requisitos, permite ao município integrar o **Sistema Nacional de Turismo (SISTUR)**. Para além das disposições legais, é momento importante para organizar ideias e intenções, planificar o que se pretende, alinhar discursos e práticas com as demais esferas de governo. O uso correto do Plano auxilia na tarefa de **viabilizar projetos, parcerias e recursos**. Serve para unir forças locais e articular parcerias. Pode e deve ser utilizado como um momento de reflexão, avaliação, planejamento.

7.1. Diretrizes nacionais

O Plano Nacional de Turismo (PNT) “foi elaborado de forma coletiva, com o apoio das áreas técnicas do Ministério do Turismo, Embratur e agentes públicos e privados, por meio da Câmara Temática do Plano Nacional de Turismo, constituída dentro do Conselho Nacional de

Turismo” (PNT, p. 16), com vistas a orientar e qualificar o desenvolvimento da atividade turística no Brasil. Dentre as orientações que constam do PNT, foram criadas 4 grandes diretrizes norteadoras das ações de estados, regiões e municípios, a saber:

- a. **Fortalecimento da regionalização:** a Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008 (Lei do Turismo), principal marco legal do turismo no país, definiu como um dos objetivos da Política Nacional de Turismo: promover, descentralizar e regionalizar o turismo, estimulando estados, Distrito Federal e municípios a planejar, em seus territórios, as atividades turísticas de forma sustentável e segura, inclusive entre si, com o envolvimento e a efetiva participação das comunidades receptoras nos benefícios advindos da atividade econômica;
- b. **Melhoria da qualidade e competitividade:** compreender a multidimensionalidade dos fatores que tornam um destino turístico mais competitivo que outros e atuar para promover melhorias constantes em sua qualidade e competitividade devem ser fatores de comprometimento das autoridades públicas e dos líderes do setor privado nos próximos anos, de modo a levar o país à elite do turismo mundial;
- c. **Incentivo à inovação:** a inovação tecnológica é um aspecto que deve ser observado com atenção, uma vez que a atividade turística e o comportamento dos consumidores vêm se modificando rapidamente, mostrando cada vez mais autonomia, tendo em vista a versatilidade, a facilidade e a comodidade de acesso a inúmeras informações que a internet, por meio de redes sociais, aplicativos e outros canais de comunicação e vendas, possibilita aos seus usuários;
- d. **Promoção da sustentabilidade:** a sustentabilidade no turismo é entendida de forma ampla, de maneira a garantir a preservação não apenas dos recursos naturais, mas da cultura e da integridade das comunidades visitadas. Esses princípios permeiam os planos nacionais de turismo e o Programa de Regionalização do Turismo.

7.2. Linhas de atuação

As diretrizes apresentadas pelo PNT sinalizam para a adoção das seguintes linhas de atuação:

- a. **Ordenamento, gestão e monitoramento:** objetiva fortalecer e aprofundar o modelo de gestão descentralizada, incentivar e apoiar o planejamento turístico em seus diferentes âmbitos, aperfeiçoar o ambiente legal e normativo do setor, ampliar e aprimorar os estudos e as pesquisas e promover o monitoramento sistemático da atividade turística;
- b. **Estruturação do turismo brasileiro:** as ações de estruturação do turismo devem ser guiadas pelo princípio da sustentabilidade socioeconômica e ambiental, em especial com o fortalecimento de intervenções que promovam o uso eficiente da energia, a economia de água e a adoção de novas tecnologias. A finalidade é desenvolver o turismo nos municípios brasileiros, dotando-os de infraestrutura para permitir a expansão das atividades turísticas, a adequação dos acessos e a melhoria da qualidade do produto para o turista;
- c. **Formalização e qualificação no turismo:** considera a intensificação das ações para fortalecer o setor, por meio da formalização de seus prestadores de serviços turísticos. Da mesma forma, a qualificação profissional tem papel preponderante no aumento de produtividade e competitividade da economia nos destinos turísticos;
- d. **Incentivo ao turismo responsável:** numa abordagem ampla, é o turismo que acolhe a defesa e o desenvolvimento de temas como ética e responsabilidade social, proteção dos direitos de crianças e adolescentes no turismo, acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida, respeito às diferenças de gênero, geração, raça e etnia, respeito ao meio ambiente e a manutenção e valorização das culturas locais, além de maior participação das comunidades receptoras na definição das políticas de desenvolvimento do turismo e no acesso a esse mercado;
- e. **Marketing e apoio à comercialização:** as ações de *marketing* e de apoio à comercialização visam contribuir para a maior inserção das viagens na cesta de consumo dos brasileiros, para a melhoria e inovação dos produtos turísticos nacionais, bem como para o incremento das viagens dos brasileiros pelo próprio Brasil. No âmbito internacional, envolve decisões sobre como deve ser realizado o *marketing* da imagem e do posicionamento desejado para o país; em quais países e em quais segmentos específicos devemos atuar; e quais ferramentas serão

utilizadas para alcançar a visão de futuro estabelecida para o Brasil, formulando um plano com estratégias específicas de comunicação, publicidade e *marketing*.

A partir da definição dessas linhas de atuação, foram delimitadas, ainda, 17 iniciativas, que se traduzem e complementam em 44 propostas estratégicas.

Segundo o texto do Plano Nacional de Turismo, “a interdependência entre os fatores econômicos e sociais do turismo, bem como a multiplicidade de agentes que se relacionam com a atividade, demanda planejamento e articulação, o que torna necessária a atuação sinérgica das instituições envolvidas: públicas, privadas e terceiro setor.”

Diante disso, “há necessidade de convergência e de sincronismo para consecução da Política Nacional. O turismo, para ter garantia de sucesso como atividade econômica, depende de um planejamento realizado de forma integrada e participativa e que ofereça os meios adequados para sua implementação e administração.”

O PNT orienta, ainda, que “nas diferentes regiões do país, a implementação dos planos deverá ser concretizada por meio dos projetos específicos, que tanto poderão ter como finalidade a consolidação de produtos turísticos, como poderão atender a necessidades de infraestrutura turística ou de apoio à atividade, dentre outras possibilidades”. O Plano considera que:

“somente a partir da implementação dos projetos específicos será possível desenvolver o turismo de forma planejada, integrada, coordenada e participativa, respeitando os princípios da sustentabilidade econômica, ambiental, sociocultural e político-institucional. Desse modo, a identificação das demandas, das vocações e das potencialidades regionais/locais traz para o debate as diferentes visões do tipo de desenvolvimento regional que se pretende fomentar, assim como as necessidades específicas, próprias de cada um dos grupos envolvidos, as expectativas para o futuro e as experiências já comprovadas em relação ao desenvolvimento do turismo sustentável.”

Segundo o PNT, há várias formas, instrumentos e metodologias para se elaborar um planejamento. O que importa é que o **processo seja participativo**, que os **princípios da sustentabilidade sejam respeitados** e que se **traduza o conjunto de anseios comuns de uma localidade**. O que faz um planejamento ter êxito é o **compromisso** dos atores envolvidos.

Cabe salientar que o Estado do Rio Grande do Sul não conta com um Plano Estadual de Turismo atualizado, pautando-se as orientações a partir do documento elaborado no ano de 2012 (Plano de Desenvolvimento do Turismo do RS).

Além desses fatores, é necessário mencionar também os ODS, **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, definidos pela ONU** e chamados genericamente de Agenda 2030. São 17 objetivos, que impactam todas as atividades humanas e, por conseguinte, também afetam o turismo. Em especial, em relação ao turismo, pode-se destacar os que seguem:

- a. **Objetivo 1:** Acabar com a pobreza em todas as suas formas, em todos os lugares;
- b. **Objetivo 3:** Assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todos, em todas as idades;
- c. **Objetivo 8:** Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todos;
- d. **Objetivo 10:** Reduzir a desigualdade dentro dos países e entre eles;
- e. **Objetivo 11:** Tornar as cidades e os assentamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis;
- f. **Objetivo 15:** Proteger, recuperar e promover o uso sustentável dos ecossistemas terrestres, gerir de forma sustentável as florestas, combater a desertificação, deter e reverter a degradação da terra e deter a perda de biodiversidade.

Portanto, ao estabelecer políticas e estratégias turísticas, é importante considerar o **alinhamento** com todas essas recomendações e exigências, posto que tal alinhamento deverá conduzir a uma importante sincronia de pensamento e ações, facilitando a implementação do trabalho pretendido e o estabelecimento de parcerias nos mais diversos níveis.

8. Caracterização do território

O município de Morrinhos do Sul localiza-se na região do **Litoral Norte do Rio Grande do Sul**, a 177 km de Porto Alegre. Limita-se ao norte com o município de Mampituba; ao sul, com Três Cachoeiras; ao Leste, com Torres e Dom Pedro de Alcântara; e ao Oeste, com Três Forquilhas (Fonte: *site* oficial do município na *internet*, acessível no endereço www.morrinhosdosul.rs.gov.br). O acesso principal ao município se dá pela **ERS 494**.

Imagem 1



Mapa de localização do município. Fonte: Wikipedia.

De acordo com o Censo IBGE 2010, a população do município era, na ocasião, de **3.182 habitantes**, distribuídos em uma **área de 165,44 km²**. Segundo o *site* oficial do município, “o povoamento da região iniciou-se por volta do **ano de 1826**, com a chegada de imigrantes alemães, que apesar de serem instalados na Colônia de São Pedro de Alcântara reemigraram para outras localidades devido às escassas terras para tantos colonos. A fim de buscar mais espaço, foram em direção às coxilhas onde encontraram terras férteis proporcionando, assim, condições melhores para o desenvolvimento agropecuário. Entre estes imigrantes estavam os primeiros colonos alemães que se tem registro em Morrinhos do Sul: foram as famílias Jacob Borges, João Carlos Model, André Webber, Hahn, Behenck, Evaldt, Schwanck, Raupp e Schütz” (www.morrinhosdosul.rs.gov.br/institucional). A **emancipação** aconteceu em 20 de março de 1992.

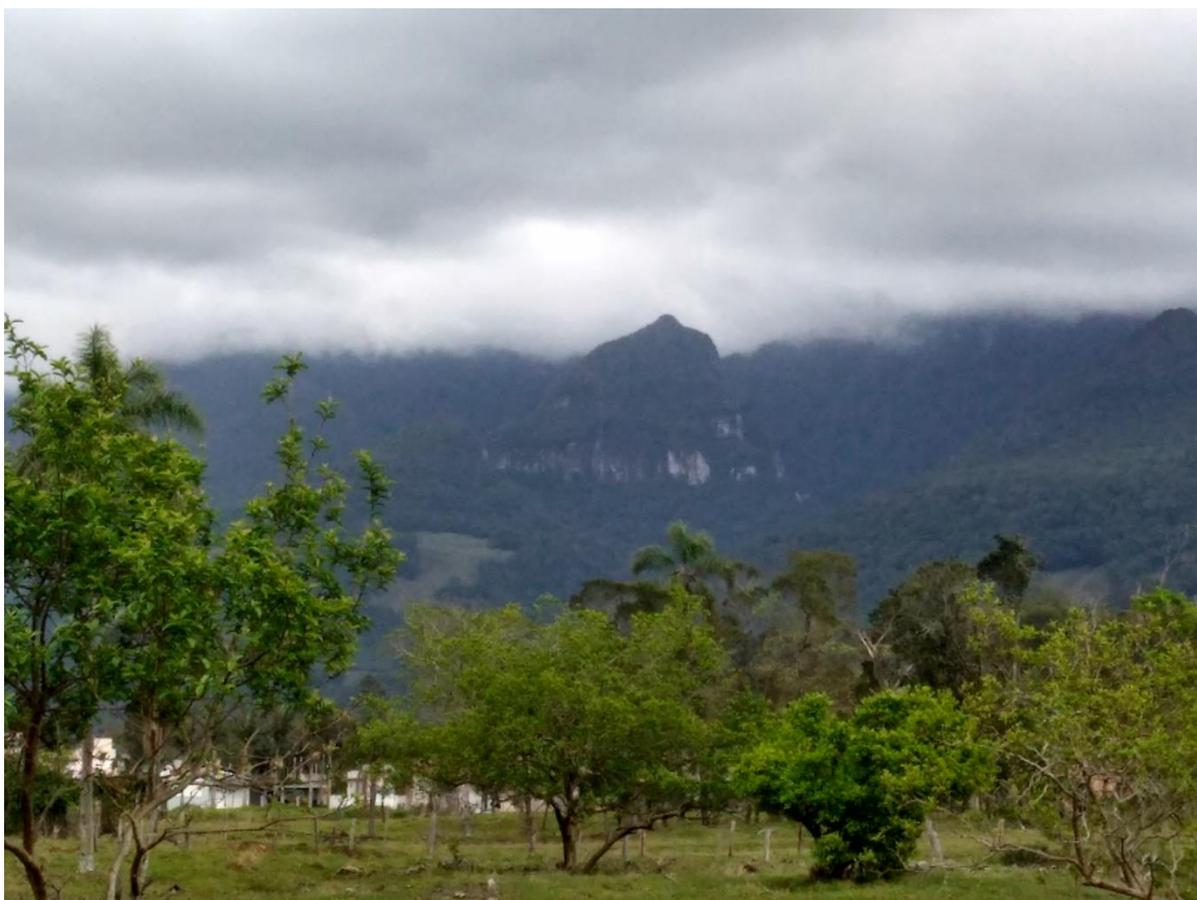
Imagem 2



Igreja Sagrada Família. Foto: Paulo E. M. Ferretti.

As primeiras incursões pelo território do município já evidenciam sua condição fortemente associada à **ruralidade** e à agricultura, com destacada presença na paisagem de cultivos de arroz e de banana. O **cenário bucólico** ganha contornos de **grandiosidade** ao se observar o horizonte: da planície, onde se localiza a área central do município, destacam-se os contrafortes da Serra Geral, na região conhecida como Aparados da Serra.

Imagem 3



Vista dos contrafortes dos Aparados da Serra Geral, a partir do centro do município. Foto: Paulo E. M. Ferretti.

Ao avançar pelo interior, no rumo de tais paredões, a elevação crescente e súbita oferece ao observador **mirantes naturais** que descortinam a beleza das lagoas e da faixa litorânea que se estende entre o norte do Rio Grande do Sul e o extremo sul de Santa Catarina. Encravado em plena **Mata Atlântica**, o município apresenta um relevo caracterizado por morros cobertos de **vegetação nativa, nascentes, rios, lagoas, cachoeiras e cascatas**. Daí depreende-se uma vocação natural para o turismo ecológico, rural e de aventura, notadamente voltado a atividades realizadas em meio à natureza.

Imagem 4



Vista para a Planície Litorânea a partir dos pontos mais altos do território municipal. Foto: Paulo E. M. Ferretti.

9. Situação encontrada

Os empreendimentos do município ainda são poucos e de caráter eminentemente familiar. Embora alguns deles já recebam certo fluxo de visitação ao longo do ano, é notória a carência, no município, de mais equipamentos e estruturas turísticas. Morrinhos do Sul recebe muitos de seus visitantes com base apenas em seus atrativos. Poucos são os produtos a eles associados. Entretanto, isso não impede que haja um Conselho de Turismo ativo, com participação de diversificados setores da sociedade.

O turismo é atividade multidisciplinar por natureza. Envolve diversos aspectos da vida em sociedade, cuja ausência em um planejamento turístico impede seu pleno sucesso. Assim, o conjunto de ações envolvidas deve considerar como **áreas estratégicas de atuação**: a estruturação para o turismo, a organização para o turismo, as relações com a comunidade, as relações com o mercado, a sustentabilidade, o turismo como fator de desenvolvimento e a integração regional. A seguir, encontram-se descritos alguns dos principais aspectos avaliados ao longo do trabalho.

9.1. Estruturação para o Turismo

Um município que tenha o turismo como uma de suas atividades prioritárias deve **criar e manter uma adequada estruturação** para tais atividades. Essa estruturação compreende uma série de equipamentos para suporte ao turismo. Via de regra, o turista utiliza a mesma estrutura que atende o morador, como estacionamentos, ruas, restaurantes, locais de lazer e muitos outros. Algumas estruturas podem ser especificamente destinadas ao turista, com pouco ou nenhum uso pela comunidade autóctone. É desejável que o turista possa **conviver harmonicamente** com a comunidade local, embora também seja recomendável que a comunidade possa dispor de **locais isentos de movimentação turística**, refúgios intocados, que possam abrigar aqueles que preferem não ter contato com quem vem de fora. Nem todos os lugares de um município que se pretenda turístico precisam ser turísticos. Portanto, é fundamental um **planejamento territorial** que bem distribua e regulamente a atividade turística nos diversos espaços disponíveis e possíveis.

Um grande desafio dos locais turísticos é adequar sua estrutura física, normalmente definida em função da população residente, ao fluxo turístico, especialmente se este tiver características acentuadas de sazonalidade ou de temporada. Obviamente, é impossível manter uma estrutura de alta demanda durante todo o tempo. É natural que haja uma sobrecarga em determinados momentos, que deve ser bem gerenciada pelo *trade* turístico e pelo poder público local para minimizar eventuais experiências negativas para visitantes e moradores.

Em termos específicos, a estruturação para o turismo envolve: acessos ao município; atrativos turísticos; acessos aos atrativos; estrutura de visitação nos atrativos; meios de hospedagem; meios de alimentação; meios de transporte; sinalização turística; sinalização de trânsito; estacionamentos; postos de informação turística; material promocional turístico institucional; profissionais capacitados para o turismo; comércio e prestação de serviços condizentes com a demanda turística; produção associada ao turismo, entre outros fatores e estruturas que precisam estar disponíveis e bem distribuídas para a fruição do lugar pelo visitante.

9.1.1. Acessos ao município

O principal acesso ao município é a **ERS 494**, estrada estadual que interliga os municípios de Três Cachoeiras, Morrinhos do Sul e Mampituba. A estrada é asfaltada, tem pista simples e sinalização precária. A pista apresenta defeitos no piso. O acesso a essa estrada se dá pela **BR 101**, a partir de Três Cachoeiras, e pela **SC 290**, a partir de Praia Grande-SC.

9.1.2. Atrativos

Atrativos são **fatores que motivam a visitação** turística. Sua existência, sejam eles naturais, culturais ou produto de tecnologia, é o ponto de partida para o desenvolvimento do turismo em uma localidade.

Em Morrinhos do Sul, potencialmente, surgem como possibilidades a exploração turística de locais do interior do município, associados à Mata Atlântica, aos pés dos grandes

paredões da Serra Geral. Embora alguns atrativos possam, por si só, serem considerados de baixa atratividade turística para públicos oriundos de mercados emissores mais distantes, uma combinação bem feita pode resultar em aumento de interesse dos públicos atuais e, bem promovidos, também desse público mais distante.

Os atrativos que atualmente movimentam o turismo em Morrinhos do Sul, segundo as informações obtidas em visitas e junto às lideranças turísticas locais, são:

- a. **Rios:** Dos Negros e Do Mengue, que cruzam o território do município e proporcionam diversos momentos de interação, em especial através da existência de recantos para campismo e banho de rio. As estruturas para visitação turística estão associadas aos empreendimentos localizados em suas margens e incluem áreas de campismo, hospedagens simples, locais para refeições e estruturas para práticas desportivas e de lazer;

Imagem 5



Rio que cruza o território do município. Foto: Paulo E. M. Ferretti

- b. **Cascata Carol (localidade da Perdida):** localizada em área particular, está recebendo estrutura para ampliar visitação. Por enquanto, não há cobrança de ingresso para acessar o local;
- c. **Três Cachoeiras do Tio Paulo (Morro do Forno):** localizadas em área particular, sem estrutura de visitação. Entrada permitida somente com acompanhamento de guia local;
- d. **Morros:** Trilha dos Tropeiros, Canyon Tajuvas, Morro do Céu, Morro da Bandeira e Trilha do Gigante Deitado (todas com acesso permitido somente com acompanhamento de guia local) e Bico do Morro do Forno (visitação depende de autorização do proprietário);

Imagem 6



Início da Trilha dos Tropeiros, Tajuvas. Foto: Paulo E. M. Ferretti

- e. **Trilhas:** nos morros (do Céu, Morro Grande, Cipó, dos Tropeiros), Trilha das Lontras (junto ao Recanto Vô Ilário), trilhas curtas nas propriedades;

- f. **Lagoa do Morro do Forno:** beleza cênica, acesso restrito (propriedades privadas no entorno);
- g. Comida caseira, produção orgânica, artesanato, igrejas e busca pelo turismo de espiritualidade.

9.1.3. Atividades e experiências

As atividades principais oferecidas em Morrinhos do Sul estão associadas ao turismo de natureza, seja em busca de **aventura** (Quadriciclo, Cicloturismo, Rapel, Canionismo, Montanhismo, Corrida de trilha, Motocross), de **contemplação** (caminhadas) ou de **lazer** (campismo, recreação familiar, práticas desportivas). Começa a ter destaque o **balonismo**, em caráter regional. Muitas das estruturas disponíveis são utilizadas para realização de **eventos de confraternização**, sejam eles de caráter familiar ou corporativo, normalmente associados à gastronomia local.

Vivências no meio rural ainda são pouco exploradas. O **turismo científico apresenta grande potencial**, mas ainda não há um produto específico vinculado a tal prática. Diversos outros produtos associados ao turismo de natureza apresentam bom nível de potencialidade, carecendo de estruturação específica para ser ofertado ao mercado.

9.1.4. Acessos locais e meios de transporte

Os acessos aos atrativos são, em sua maioria, por meio de **estradas municipais** sem pavimentação. Em alguns trechos, tal acesso pode ser dificultado pela ocorrência de chuva, especialmente em locais de maior acividade do terreno. Não há transporte público regular até os atrativos e locais turísticos. O deslocamento ocorre em veículo do próprio visitante ou de agências que atuam na área. Não há locais específicos de estacionamento para turistas na cidade. Há uma empresa com disponibilidade de veículo para locação (van) e serviço de táxi. O município conta com uma agência de turismo e três guias credenciados e capacitados.

9.1.5. Meios de hospedagem e de alimentação

A hospedagem é feita em estabelecimentos ligados aos próprios atrativos, na forma de **pousadas ou campings**. Atualmente, apenas cinco estabelecimentos oferecem opção de pernoite no município, dispondo, no total, de **cerca de 20 unidades habitacionais**.

A estrutura turística municipal é composta por alguns recantos com áreas de lazer e campismo, alguns deles com opções de hospedagem e alimentação. Há 5 estabelecimentos hoteleiros simples (pousadas) e alguns sítios que recebem visitantes para atividades de lazer, trilhas e visitas a cachoeiras. Não há museus ou espaços culturais. Também não há, ainda, postos de informações turísticas no município.

A seguir, uma breve apresentação dos estabelecimentos que dispõem de estruturas para atendimento ao visitante:

- a. **Pousada do Padre:** propriedade privada (pousada), local já utilizado para turismo. Capacidade para acomodar até 50 pessoas (locação de toda a casa). Vista privilegiada do litoral e da serra. Local de início da Trilha dos Tropeiros. Dispõe de sauna, banheira de hidromassagem e toda estrutura de cozinha. Integra roteiro turístico. Abre o ano todo, permite uso em tempo integral. Tem sinalização para acesso. Acesso dificultado em função do relevo (estrada estreita, em aclive, pedregosa). Recebe turistas e eventos. Atividades incluem caminhadas por trilhas, recreação e lazer, práticas esportivas, contemplação e descanso. Principais atrativos: vistas, Trilha dos Tropeiros e hospedagem;
- b. **Recanto Beira Rio:** propriedade privada (sítio), local já utilizado para turismo. Recebe grupos a partir de 15 pessoas, mediante agendamento. Acesso controlado, com cobrança de ingresso. Capacidade para atender até 180 pessoas. Abre durante o ano todo. Atendimento apenas diurno (sem pernoite). Estrutura consolidada, fácil acesso. Atrativos naturais (rio, mata) e de lazer familiar (trilhas, práticas esportivas, turismo rural, vivência gastronômica, contemplação e descanso). Comida caseira e contato com a natureza. Público principal: visitantes e eventos. Principais atrativos: rio, estrutura de lazer familiar, comida caseira;
- c. **Recanto das Pitayas:** propriedade privada (sítio), local já utilizado para turismo. Atrativos naturais (rio, mata, plantações orgânicas). Dispõe de área para

campismo. Estrutura de apoio para refeições e eventos. Integra roteiro turístico. Tem controle de acesso. Abre o ano todo. Atividades incluem campismo, caminhadas em agrofloresta, banhos de rio, contemplação e descanso. Atrativo de nível local e regional, estrutura bastante simples. Principais atrativos: rio, *camping* e plantio orgânico de banana e *pitaya*;

- d. **Recanto do Vô Ilário:** propriedade privada (*camping* e cabanas), local já utilizado para turismo. Atrativos naturais (rio, mata nativa) e hospedagem simples (cabanas e *camping*). Tem produto turístico vinculado, integra roteiro turístico. Abre o ano todo. Dispõe de área estruturada para campismo e cabanas simples para hospedagem. Comida caseira e área para eventos (mediante reserva). Possui sinalização local. Proporciona práticas esportivas, atividades de recreação e lazer, trilhas longas e curtas por mata nativa, lugar para contemplação e descanso junto à natureza. Serviço de guia local (com agendamento). Principais atrativos: rio com dois pontos de banho em águas cristalinas, Trilha das Lontras (curta), Trilha do Morro do Céu (longa), Cabana da Árvore;
- e. **Recanto Sobragi:** propriedade privada (sítio), local já utilizado para turismo. Antigo engenho de cachaça transformado em espaço *gourmet*. Capacidade de atendimento: 50 pessoas no Engenho, 200 pessoas no salão de festas. Atendimento mediante agendamento. Serve refeições sob agendamento. Atrativos naturais (trilhas, cachoeiras, cascatas, atividades de aventura) e culturais (museu, antigo engenho). Recebe diversos perfis de público, de turistas a pesquisadores, com especial menção aos eventos familiares e corporativos. Clientes de diversas origens: região metropolitana de Porto Alegre, estados do Sul e Sudeste, eventualmente também do exterior. Abre o ano todo (de terça a domingo). Dispõe de produtos turísticos vinculados ao local. Tem área para campismo e dispõe de unidades de hospedagem. Fácil acesso, sinalizado. Integra roteiro turístico, tem plano de uso e sinalização interna. Estrutura consolidada. Atividades incluem caminhadas por trilhas, atividades culturais, pesquisa e estudos, contemplação e descanso, práticas esportivas, vivência gastronômica, atividades de ecoturismo e aventura. Principais atrativos: gastronomia, cachoeiras, museu, área de mata nativa, morros;

- f. **Sítio Via Láctea:** propriedade privada (sítio), local já utilizado para turismo (hospedagem com estrutura de lazer);
- g. **Tecelagem Inspirada por Deus:** espaço de produção e venda de artesanato local, com bela vista da serra e da planície litorânea. Tapetes artesanais de diversas padronagens, com demonstração do feitiço pelas tecelãs da comunidade.

Via de regra, a alimentação é disponibilizada pelos próprios locais de visitação, mediante agendamento. São cerca de 10 estabelecimentos que dispõem de oferta gastronômica, com capacidade de atendimento regular para aproximadamente 200 pessoas (informações da Secretaria Municipal de Turismo). Espaços maiores podem ser reservados com antecedência.

9.1.6. Informação, sinalização e atendimento ao visitante

Não há postos oficiais de informações turísticas no município. As informações são disponibilizadas pela própria prefeitura e pelos empreendimentos locais, em sua maioria através de contato por *internet* ou telefone. Metade dos pontos de interesse turístico conta com sinalização específica. Há um **pórtico de acesso** ao município, na ERS 494.

São poucos os profissionais capacitados para atendimento ao visitante. Poucas também são as opções em termos de comércio e serviços locais.

9.1.7. Material promocional institucional

O município dispõe de material institucional impresso (**folhetos e sacolas**) e de um vídeo turístico institucional. Um **site** específico para promoção turística está em elaboração. Foram confeccionados **banners** com mapa de todos os pontos de interesse turístico, distribuídos a todos os empreendimentos locais e utilizados como material promocional nos eventos dos quais o município participa.

9.1.8. Produção associada ao turismo

Não há produção associada ao turismo no município. Via de regra, os produtos são de natureza agrícola e comercializados *in natura* para fora do município. Nos empreendimentos turísticos, existe alguma produção própria para atender a demanda do próprio estabelecimento.

9.2. Organização para o Turismo

Da mesma forma que o turismo demanda estruturação física, também exige organização administrativa. Essa organização compreende vários aspectos, sendo o principal deles a instituição do **Sistema Municipal de Turismo**, que consiste em implementar e manter desde a existência de uma Secretaria de Turismo, de um Conselho Municipal de Turismo e de um fundo específico para o desenvolvimento do turismo, até a elaboração do Plano Municipal de Turismo e da Política Municipal de Turismo. Esse sistema local deve estar em consonância com os sistemas estadual e nacional de turismo. Envolve, ainda, a organização dos diversos setores ligados à atividade, seja na **cadeia produtiva do turismo ou associada ao turismo**: criação de associações, eventos, ações em parceria, padronização de linguagem comunicativa, planejamento integrado, criação de produtos turísticos.

Morrinhos do Sul conta com uma Secretaria Municipal de Desporto e Turismo e com um Conselho Municipal de Turismo, que se reúne regularmente (uma reunião por mês). Existe previsão de implementação do Fundo Municipal de Turismo, ainda inativo. Não há, atualmente, uma associação local que congregue os empreendedores turísticos ou alguma categoria específica de prestadores de serviços turísticos. Os eventos locais são poucos e de pequeno porte, ainda não integrados às ações do turismo. Existem poucos produtos turísticos. A padronização da linguagem comunicativa está em andamento e enfrenta alguma resistência por parte de alguns empreendedores.

9.3. Relações com a comunidade

Ao inserir-se no cotidiano de uma localidade, o turismo utiliza e estabelece relações com os mais diversos aspectos da vida diária daquele lugar. Não se faz turismo sem considerar elementos como:

9.3.1. Segurança pública

Refere-se à estrutura disponível para assegurar proteção à integridade física e patrimonial dos visitantes e da comunidade. Significa proporcionar ao visitante uma **sensação de segurança** suficiente para que ele possa desfrutar de sua estadia sem receio de ser vítima de qualquer tipo de crime ou violência. Inclui a existência, disponibilidade e bom funcionamento de estruturas, equipamentos, pessoas e instituições, com **fácil acesso aos serviços** em eventual necessidade. Dentre os itens que devem compor tal estrutura, estão Conselho Tutelar, Delegacia da Mulher, Corpo de Bombeiros, Guarda Municipal, Polícia Civil, policiamento militar e, se possível, uma Delegacia ou Ouvidoria do Turista.

Em Morrinhos do Sul, há um posto da Brigada Militar, com atendimento eventual (patrulha volante). O atendimento da Polícia Civil é centralizado no município vizinho de Três Cachoeiras. O Corpo de Bombeiros atende o município a partir da sede regional de Torres. O mesmo ocorre em relação à Delegacia da Mulher. A Defesa Civil tem representante no município. Existe Conselho Tutelar ativo.

9.3.2. Segurança turística

Além de todo o aparato oficial de segurança pública, é importante a preocupação do destino com os **cuidados envolvidos na própria atividade turística**. Isso envolve aspectos como capacitação de profissionais para funções de guia ou condutor de turismo; sinalização adequada sobre as características e os riscos de cada local visitado; disponibilidade de *kits* de primeiros socorros e demais equipamentos de suporte para eventuais emergências, além de pessoal treinado para realizar ações de socorro; adequação de instalações que recebem

turistas em termos de proteção contra incêndios e outros acidentes; adequação de veículos utilizados para transporte turístico em termos do que determina a legislação pertinente; orientações gerais sobre segurança turística; adesão das empresas a programas de segurança em turismo (Aventura Segura e similares).

Em Morrinhos do Sul, todos os **guias dispõem de treinamento** específico para garantir a segurança dos visitantes. Além deles, há uma empresa conveniada para atuar em situações de resgate (Trilhas do Sul, de Três Cachoeiras). As estruturas e equipamentos disponíveis estão vinculadas à empresa terceirizada e aos bombeiros. Todos os empreendedores têm treinamento de segurança. A empresa terceirizada disponibiliza protocolos para todos os estabelecimentos, alguns dos quais também dispõem de seus próprios protocolos, como o Recanto Sobragi.

9.3.3. Saúde

A segurança sanitária é imprescindível a todo município que se pretenda turístico. Isso inclui uma rígida observância de todas as normas referentes a cada tipo de negócio, especialmente após a pandemia de Covid-19. A disponibilidade de postos e hospitais e de profissionais da área da saúde, a atuação firme da Vigilância Sanitária do município, os cuidados visíveis com higiene e limpeza em todos os lugares e o monitoramento constante das condições ambientais são fatores fundamentais para passar ao visitante a necessária sensação de segurança em relação a sua saúde. É especialmente necessária a adequação e adesão a toda e qualquer normativa estabelecida durante e após a pandemia de Covid-19, inclusive com a adoção, pelos empreendimentos turísticos, do Selo Turismo Responsável (criado pelo Governo Federal, auto declarado) ou qualquer outro que venha a complementá-lo ou substituí-lo.

A **Vigilância Sanitária** é atuante no município e trabalha para garantir a segurança sanitária necessária às atividades locais. O município conta com 4 **postos de saúde** (sede e distritos). Não há hospital no município, sendo utilizadas as estruturas hospitalares de Torre e de Praia Grande (SC) como suporte mais próximo. Há **disponibilidade de ambulância**, mas não de SAMU. O atendimento médico disponível é ambulatorial e básico.

9.3.4. Educação

O nível de educação da sociedade reflete em todos os aspectos das atividades turísticas, desde o contato para atendimento ao visitante até a própria gestão, organização e comprometimento com cada uma das operações realizadas. O nível de capacitação e qualificação profissional e de agregado cultural apresentado ao turista está, em geral, diretamente relacionado ao nível educacional da população do município. É fundamental que a **comunidade escolar esteja inserida no contexto do turismo municipal**, que alunos e professores conheçam e discutam o tema de forma transversal, que atividades escolares remetam ao turismo e que sejam, também, ampliadas as possibilidades de educação formal para atuação no turismo.

Morrinhos do Sul conta com duas escolas estaduais (sendo uma de ensino médio) e três municipais. Não há, nas escolas locais, ensino específico da disciplina de Turismo, nem qualquer outra de características especiais associadas à cultura ou ao ambiente local.

9.3.5. Cultura e patrimônio

Os aspectos culturais compõem um dos principais diferenciais de atratividade turística, uma vez que se ligam diretamente à identidade, à alma do lugar, ao jeito de ser e vivenciar o mundo daquela comunidade específica, diferente de qualquer outro lugar. A cultura e o patrimônio são elementos fundamentais do turismo, que deles não pode estar dissociado. É essencial promover a integração das políticas e ações culturais com o turismo, cabendo ao turismo **compreender, respeitar e promover a cultura** como elemento único e imprescindível de atratividade do lugar. O uso e a promoção de elementos culturais nos mais diversos momentos de interação turística favorecem o fortalecimento da cultura local e a proteção ao patrimônio e podem significar, ainda, receita agregada. Recomenda-se que o turismo incentive e mantenha espaços culturais, utilize produtos e saberes culturais locais em suas ações e, sobretudo, que entenda a cultura como fundamental para o estabelecimento da própria identidade do lugar e fator estratégico de diferenciação mercadológica.

Em Morrinhos do Sul, não existem museus, centros culturais ou qualquer outro espaço destinado a atividades culturais, como teatro, cinema ou centro de eventos. A secretaria de Cultura funciona junto à pasta da Educação. Não há, até agora, um Plano de Cultura para o município. O evento característico do município é a **Festa Estadual da Banana**, cuja continuidade encontra-se em avaliação. Em termos de gastronomia, não há a definição de um prato típico, mas o **bolo de banana** e outras receitas com a fruta fazem parte da tradição e da cultura das famílias locais, além da galinha assada com rosca. Não é ofertada ao visitante nenhuma vivência específica associada à cultura do lugar. Como característica marcante, o que mais se destaca são os traços germânicos de muitos dos moradores. A cultura alemã é bastante presente na vida da comunidade. Os saberes e fazeres tradicionais envolvem, principalmente, o artesanato a partir da **fibra de bananeira**. A missa crioula também é um momento valorizado e tradicional na comunidade. Alguns locais são tidos como históricos para o município e a região, como o **Rio dos Negros** (local de antigos quilombos), a **Trilha dos Tropeiros** (na região de Tajuvas), os resquícios da presença de povos originários *Xokleng* (região do **Morro do Forno**) e a possível existência de um cemitério ou local de culto indígena junto ao **Morro do Céu**, conforme relatos locais.

9.3.6. Infraestrutura

Todas as melhorias de infraestrutura promovidas no município acabam por favorecer também o turismo, seja diretamente ou através da melhoria de condições que elevam a qualidade de vida da comunidade que atende e recebe o visitante. Uma máxima do turismo diz que *“um lugar só é bom para o turista se, primeiro, for bom para seus habitantes”*. Melhorias de acesso, qualificação do mobiliário urbano, ampliação do fornecimento de água e energia, saneamento, tratamento de esgotos, coleta e destinação adequada de resíduos, melhorias em telefonia, *internet* e comunicações: tudo que envolve aprimoramento das condições de vida e uma logística mais eficiente beneficia também o turismo. E muitas das demandas da comunidade podem ser atendidas com maior rapidez e eficiência se estiverem atreladas ao mote do turismo. A seguir, encontram-se algumas considerações acerca de aspectos importantes relacionados à infraestrutura:

- a. **Estradas e vias:** Existe acesso a todos os atrativos, atividades e estabelecimentos turísticos do município, em geral em bom estado de conservação. Apenas a ERS 494 é asfaltada, as demais estradas municipais são de terra. A maioria das vias urbanas dispõe de calçamento e passeio público. Ao menos metade dos pontos de interesse turístico conta com sinalização para localização e acesso;
- b. **Mobiliário urbano:** Placas, bancos, lixeiras, equipamentos em espaços públicos e todas as estruturas componentes da estética urbana devem ser pensados de forma a dialogar harmoniosamente com a proposta de turismo do lugar. Cores, formas, conteúdo e disposição devem ser pensados considerando o todo da cidade e utilizados como elementos que contribuam para a atratividade do lugar e para os conceitos de civilidade e urbanidade, evitando poluição visual. Morrinhos do Sul conta com praças, mirante (beira do rio), pórtico de acesso ao município, lixeiras, boa iluminação pública. Inexistem monumentos ou outro objeto de interesse cênico associado ao meio urbano;
- c. **Fornecimento de energia:** Disponibilidade de energia é um dos pilares de sustentabilidade da atividade turística. Um eventual colapso do sistema (apagão) em plena temporada pode inviabilizar uma série de negócios ou desestimular investimentos de maior porte. Da mesma forma, se a comunidade sentir-se prejudicada por conta da demanda energética do turismo, poderá voltar-se contra a atividade, gerando desconforto e perda de hospitalidade. Nesse sentido, e levando em conta a perspectiva de agravamento da crise hídrica em função das mudanças climáticas globais, é importante que o município incentive, priorize e ajude a viabilizar iniciativas que utilizem, cada vez mais, fontes de energia alternativas e limpas. Atualmente, a cobertura de fornecimento de energia elétrica no município é da ordem de 95%. Alguns pontos apresentam demanda por prolongamento de rede, além da necessidade de ampliação da tensão. Segundo a Secretaria Municipal de Administração, a ampliação da capacidade envolve a colocação de mais transformadores. Também está em processo a troca dos postes de madeira por postes de concreto. Energia fotovoltaica está iniciando no município;

- d. **Abastecimento de água:** Disponibilidade e qualidade de abastecimento de água é igualmente imprescindível e fator estratégico de sucesso para a atividade turística. Aqui, vale a mesma regra da energia elétrica: o turismo não pode prejudicar ou se sobrepor às demandas da sociedade local. Deve, sim, servir como argumento para uma ampla melhoria no sistema como um todo. Cabe também na questão hídrica a busca por alternativas mais sustentáveis e uma permanente campanha contra desperdícios e contaminação de mananciais. Quase a totalidade do município (99%) conta com abastecimento regular de água, via DMAN, responsável também pelo tratamento. Há demanda por ampliação da capacidade de fornecimento, em especial com vistas ao crescimento do número de empreendimentos turísticos;
- e. **Serviços de comunicação:** Telefonia fixa e móvel e serviços de *internet* são também fatores de preocupação do turismo. Cada vez mais, espera-se boa cobertura de sinal, com alta qualidade, de modo que o visitante, mais e mais conectado pelo mundo digital, consiga ter sua demanda atendida a contento. A possibilidade de divulgação imediata dos passeios realizados e locais visitados, especialmente via redes sociais, também ajuda na própria promoção do município. Igualmente, eventuais falhas também serão comunicadas de modo imediato. Nos locais turísticos em que não haja sinal suficiente de telefonia ou *internet*, é preciso desenvolver outras alternativas de comunicação, compondo um sistema de suporte para dar mais segurança aos operadores e visitantes. Em Morrinhos do Sul, há sinal de telefonia celular apenas em parte do município (40% a 50%) e apenas da operadora Claro. Há telefonia fixa apenas na sede. *Internet* via rádio ou fibra ótica cobre 100% da área do município. A qualidade é considerada média. Há necessidade de ampliação da rede, com a instalação de mais torres;
- f. **Destinação de resíduos:** Toda a produção de resíduos do município, sejam eles domésticos, comerciais, industriais, agropecuários ou hospitalares, deve ter um processo adequado de coleta e destinação, evitando acúmulos e destinações incorretas. Além das questões estéticas e sanitárias envolvidas, há também o aspecto ambiental associado, com a premente necessidade de reduzir a carga sobre os ecossistemas e minimizar os problemas decorrentes do excesso de lixo produzido pelo modelo consumista de sociedade em que se vive. Cabe ao município integrar

as políticas e ações da área ambiental com as atividades turísticas, especialmente quando se sabe que a natureza conservada é um dos fatores principais de atratividade do lugar. Ações integradas de educação ambiental e turismo devem ser realizadas para todos os públicos envolvidos: morador, empreendedor, visitante e turista. Morrinhos do Sul tem cobertura de recolhimento de lixo em 100% de seu território. Entretanto, não há coleta seletiva. A frequência de recolhimento junto aos locais turísticos deverá ser revista à medida em que aumente o volume de resíduos gerados. Os resíduos sólidos são destinados a um aterro sanitário no município catarinense de Içara, via empresa terceirizada. Não há, atualmente, qualquer programa em andamento sobre redução de geração desses resíduos. Em termos de captação e tratamento de esgoto, há apenas sistema de fossa e sumidouro.

9.3.7. Convívio social e envolvimento comunitário

Ao elaborar o planejamento turístico de uma localidade, é fundamental conhecer o que pensam, o que querem, do que precisam, do que gostam e desgostam, o que valorizam os públicos mais diretamente envolvidos com o turismo. Um dos maiores desafios do turismo é equilibrar e alinhar as expectativas e interesses desses públicos. Há moradores e turistas. Há empreendedores, trabalhadores fixos, profissionais liberais, autônomos, trabalhadores temporários. Há investidores, políticos, servidores públicos das mais diversas áreas. Há uma gama enorme de intermediários e operadores de mercado. Em se tratando de planejamento turístico, cabe realizar um trabalho que atenda ao maior número possível de interesses, sendo que o principal deles deve ser o de **preservar aquilo que permite a própria existência do turismo** no lugar. Há que se cuidar da população, operar o turismo de modo a proporcionar ganhos de qualidade de vida aos moradores. É preciso remunerar adequadamente os empreendedores e os funcionários. É preciso ofertar ao visitante um lugar agradável, atrativo, seguro e acessível. Para que isso seja obtido, é necessário **unir esforços**, conversar muito, trabalhar pelo ganho mútuo e, sobretudo, pelo cuidado com o lugar.

O turismo insere-se na vida do lugar onde ocorre. Ocupa espaços até então exclusivos da comunidade, traz novas demandas, modifica paisagens e hábitos. Um risco inerente ao

turismo é a perda da própria identidade local, quando as adequações e concessões feitas em prol do turismo acabam por **descaracterizar profundamente** a essência do lugar. Isso pode resultar, inclusive, em um processo de rejeição ao turismo por parte do morador, que se sente invadido, desalojado e incomodado com a presença e o comportamento dos visitantes (*overtourism*, turismofobia). Tal fato já ocorre em muitos destinos mundo afora, gerando protestos e reclamações, notadamente naqueles destinos que recebem o chamado turismo de massa. É importante que o município tenha o controle do processo de visitação. Que saiba delimitar até onde o turismo pode ir e quais as interações desejadas com a comunidade. Antes de qualquer ação impactante, é fundamental **consultar a população** envolvida sobre seu interesse, disponibilidade e aceitação da atividade que se pretende desenvolver naquele local, sob pena de gerar sobre ela um efeito negativo, que poderá comprometer todo o trabalho idealizado.

Em Morrinhos do Sul, o turismo ainda desponta como **atividade potencial**, com poucas estruturas. Apesar disso, há grande entusiasmo por parte das lideranças locais, que enxergam na atividade perspectivas de crescimento e desenvolvimento. Atualmente, segundo a Secretaria de Turismo, cerca de 30 famílias estão envolvidas em alguma atividade relacionada ao turismo. De modo geral, a preocupação da comunidade é apenas no sentido de que não surjam favelas ou bolsões de miséria, que não seja comprometida a tranquilidade e a segurança do lugar. **O turismo é visto como o futuro do município**, que hoje encontra nas culturas de banana e arroz o seu principal meio de sustentação econômica. Em um primeiro momento, não foram identificadas áreas sensíveis no município, onde o turismo não seja possível ou recomendável por conta de restrições dos moradores. É desejo da comunidade que o turismo aconteça, desde que **de forma ordenada e segura**. Algumas das atividades comunitárias, como festas juninas e festas religiosas, poderiam, inclusive, contar com a presença e participação de visitantes.

9.3.8. Produção agropecuária e industrial

O turismo precisa conhecer, incentivar e se integrar com a produção do meio rural do município e região. O **uso de produtos locais** agrega valor à oferta turística e movimenta a economia de todo o território. Cabe ao *trade* turístico fomentar a produção associada ao

turismo como importante diferencial de mercado. Cabe ao produtor local buscar o turismo como canal estratégico de promoção e comercialização de seus produtos. Considerando o perfil das atividades turísticas visualizadas para o município, é também fundamental que o agronegócio local seja pautado por **práticas ambientalmente corretas**, minimizando os impactos sobre o ambiente natural.

O turismo pode e deve, sempre que possível, ser consumidor dos produtos da indústria local, como forma de fortalecer a economia do território. Da mesma forma, a indústria pode e deve utilizar-se do *branding* gerado pela atividade turística local para agregar valor a seus produtos e ajudar a difundir o próprio nome do município junto aos mercados em que atua. Mais do que mero bairrismo, é uma importante estratégia para fortalecimento da economia do município.

Em Morrinhos do Sul, não há indústrias. A base da economia municipal é a agricultura, especificamente associada às culturas de banana e arroz, além de alguns hortifrutigranjeiros e hortaliças, vinculados à produção orgânica. Além do abastecimento interno (familiar), todo o produto excedente é vendido *in natura* para centros maiores. Outros cultivares são feitos apenas no âmbito familiar. A produção de cachaça artesanal é um dos potenciais associados ao clima e à cultura do município.

9.3.9. Artes locais

As artes são elementos característicos da cultura local que interagem fortemente com o turismo. A atividade turística pode contribuir para dar visibilidade e promover as artes locais como diferenciais estéticos ou de entretenimento. Cabe ao *trade* turístico conhecer e valorizar a arte local. Cabe ao artista local buscar o turismo como eficiente canal de promoção e comercialização de seu trabalho.

Em Morrinhos do Sul, os principais artistas locais são músicos e artesãos. Existem alguns espaços de produção, exposição e comercialização de artesanato: **a Casa do Artesão, o Artesanato Cândido e a Tecelagem Inspirada por Deus**. As principais criações artesanais locais são os **tapetes, a arte em palha e fibra de bananeira, os móveis rústicos e o artesanato em tecido e material reciclado**, sendo este último um elemento bastante presente nas peças

confeccionadas. Os tapetes produzidos em Morrinhos do Sul são conhecidos e comercializados em diversas localidades, especialmente na região do Litoral.

Imagem 7



Tapetes artesanais produzidos no município. Foto: Paulo E. M. Ferretti

9.3.10. Cadeia produtiva do turismo

A interação e integração entre os diversos empreendimentos e profissionais que compõem a cadeia produtiva do turismo é fundamental para o sucesso do destino turístico. Poucos são os empreendimentos que conseguem individualmente atrair e manter turistas. Turismo opera em cadeia, em parceria, em complementação, em rede. Inúmeras atividades, produtos e serviços que formam um conjunto de interesses capaz de chamar a atenção do visitante e oferecer a ele uma combinação adequada de recepção, hospedagem, alimentação e entretenimento, de forma que ele tenha uma fruição satisfatória em seu tempo de viagem.

Da mesma forma, qualquer imperfeição, em qualquer momento da viagem, pode fazer com que a experiência daquele turista no destino seja frustrante, gere críticas e comprometa todo o esforço promocional realizado. Portanto, tudo deve estar bem alinhado para proporcionar momentos memoráveis a todos que optam por visitar aquele lugar.

A cadeia produtiva do turismo municipal compõe-se de *campings* e sítios, alguns locais de alimentação para suporte a trilheiros e visitantes, espaços de artesanato e para realização de eventos fechados. A integração entre os diversos empreendimentos ainda é incipiente, muito influenciada por divisões político-partidárias, com pouca parceria. É pequena a integração com outras cadeias produtivas. A participação do turismo na economia ainda é quase nula. Em compensação, o interesse imobiliário tem crescido, colocando o município como alvo de atenção de investidores atentos ao que acontece na região do Litoral Norte do RS e dos Aparados da Serra.

9.3.11. Gestão pública e vida política

Além da função pública mais diretamente associada ao turismo, com uma secretaria própria para cuidar do tema, todas as outras áreas da gestão pública têm interações com a atividade turística e devem considerá-la e ser consideradas quando de seus respectivos planejamentos. O turismo traz receitas para a Fazenda municipal, utiliza o sistema de Saúde e de Segurança, demanda Obras e Infraestrutura, interage com a Educação, impacta a Assistência Social e a Habitação através da geração de trabalho e renda para a população, impacta o Meio Ambiente, afeta a Comunicação e as próprias Relações Institucionais. Tem peso político e desperta paixões entre apoiadores e opositores, que serão tanto maiores quanto maior for a relevância da atividade para a vida da comunidade. Como desafio, está a tarefa de **colocar os interesses municipais acima de qualquer disputa partidária** e utilizar a política como caminho para favorecer o desenvolvimento sustentável do turismo.

Outro aspecto fundamental é a necessária clareza sobre o **papel do setor público no desenvolvimento do turismo**. Ao poder público, cabe planejar o todo, organizar o setor, disciplinar as atividades através de legislação, normatização e fiscalização, prover suporte estrutural e logístico ao setor, promover o município e suas atividades turísticas, articular-se com outros municípios e instituições para apoiar o desenvolvimento do turismo, utilizar o

turismo como fator de desenvolvimento local, proteger os ativos naturais e culturais e garantir que todos os processos sejam benéficos para a comunidade moinhense. Não é papel do poder público comercializar qualquer produto ou empreendimento, apenas divulgar. Não é papel do poder público favorecer ou desfavorecer qualquer empreendedor em função de posições ideológicas, religiosas ou qualquer outra. O poder público deve trabalhar para todos, para o desenvolvimento conjunto da atividade e para obter dela sua melhor contribuição para o desenvolvimento municipal.

9.3.12. Meio ambiente

O aspecto ambiental é um dos principais componentes da atividade turística, pois trata-se do próprio meio em que toda a atividade (e toda a vida) acontece. Para o adequado planejamento do turismo, fatores como clima, relevo, paisagem e fenômenos climáticos são intrínsecos e estratégicos. Chuva, sol, neve, neblina, frio, calor, vento: tudo influi, desde o desenvolvimento de produtos e serviços até a decisão de compra do cliente. Mar ou montanha, grandes cidades ou extensões de campos limpos, cada lugar proporciona um tipo de vivência. Para além de todos esses fatores, importa também, para quem viaja, o tipo de interação que se pode ter com o lugar visitado. Nesse sentido, **a qualidade do ambiente é fundamental**. Isso significa, entre tantas coisas, ar, águas e solo livres de poluição, paisagens preservadas, respeito aos ecossistemas, conhecimento e valorização das espécies locais, disponibilidade de informação que permita compreender o lugar. **A qualidade ambiental de um destino turístico impacta diretamente a qualidade da experiência que o turista terá**. Quando se fala em vivenciar o ambiente, isso normalmente está associado a possibilidades de observar animais em seus habitats naturais, ver e fotografar belas paisagens, respirar ares mais puros, aprender mais sobre o mundo natural, desacelerar do ritmo dos grandes centros urbanos, imergir em um mundo diferente do habitual, onde o contato próximo com a natureza seja a regra. Uma das melhores formas de proporcionar tais experiências aos turistas é através da visitação a Unidades de Conservação, sempre que as regras de tais Unidades assim permitirem. Por outro lado, o turista que busca esse ecoturismo também é um severo crítico de quaisquer problemas ambientais encontrados na área. É um consumidor exigente e

engajado, que tanto pode ajudar em campanhas por conservação quanto pode denunciar um destino por práticas ambientais inadequadas.

Em Morrinhos do Sul, há grande extensão de áreas ainda conservadas, com trechos de Mata Atlântica, águas limpas, ar puro e espaço aberto. É possível a observação de animais e plantas e a imersão em **ambientes de rica biodiversidade**. Por outro lado, justamente as culturas agrícolas que sustentam a economia local são aquelas que contribuem para severas alterações de paisagem e elevação dos riscos de contaminação de solo e águas. Existe, ainda, a sempre presente possibilidade da ocorrência de enxurradas, deslizamentos de encostas e transbordamento de rios, nos períodos de maior volume de chuvas. Não há Unidades de Conservação no território do município.

9.4. Relações com o mercado (*marketing*)

O relacionamento com o mercado é uma das tarefas mais importantes quando se trata de desenvolvimento turístico. Posto o turismo como um produto (ou um conjunto de produtos e serviços) a ser disponibilizado a compradores interessados, é fundamental que um destino turístico tenha clareza sobre os elementos que deverá considerar em sua atuação mercadológica. Esses elementos incluem a definição do produto, o estabelecimento dos preços cobrados, as promoções, a área de abrangência de sua atuação, além de pesquisas, indicadores de desempenho e pessoas para realizar tudo o que foi planejado.

Não basta a um destino ter atrativos, é preciso transformá-los em produtos, dar a eles uma forma e uma linguagem compatíveis com as ações mercadológicas necessárias. Morrinhos do Sul tem grande potencial, tem atratividade natural por conta de sua beleza cênica. Entretanto, para seu adequado posicionamento perante o mercado, precisa **criar produtos e agregar valor** ao que oferece. Cabe ao destino sinalizar para o mercado suas características e interesses, manter sua autonomia e autodeterminação em relação ao turismo que quer para si. Também cabe ao destino selecionar os canais mais adequados para promover e comercializar seus produtos junto aos seus mercados de interesse, planejar suas ações mercadológicas, medir seu resultado e aprimorar constantemente todo o processo.

O *marketing* (ou mercadologia) envolve muito mais do que apenas divulgação. Diz respeito aos inúmeros aspectos que permeiam as relações com o mercado. Um desses

aspectos é o **produto** ofertado, ou seja, o atrativo turístico acrescido de estrutura e organização, dotado de um conjunto de características, pelo qual se pode cobrar um preço para ser vendido a potenciais compradores. Atrativo é o que motiva a visita, o que atrai, o que chama atenção do turista; produto é a estruturação desse atrativo de modo a possibilitar sua comercialização, é a incorporação de aspectos mercadológicos, que permitam a um operador de mercado vender o atrativo de forma organizada e rentável. Exemplo: uma cachoeira é um atrativo. Um passeio organizado até a cachoeira é um produto.

Morrinhos do Sul já conta com alguns produtos formatados: 10 trilhas, passeio de balão, passeio de quadriciclo, 10 serviços de refeição e 5 serviços de hospedagem. O nível de preço é variado, com a maioria das opções consideradas baratas a médias. A promoção do município se dá essencialmente por intermédio de **redes sociais**. Eventualmente, são feitas reportagens e anúncios em jornais de circulação regional ou estadual, além de alguns anúncios em rádio. Entretanto, a *internet* desponta como o grande meio de promoção do turismo municipal. Está em produção um *site* específico para sua divulgação turística. Em *sites* de viagens, como o TripAdvisor, ainda não aparecem estabelecimentos ou atrativos do município nas avaliações dos turistas. Morrinhos do Sul participa, sempre que possível, de eventos promocionais, como **feiras de turismo e negócios**, em parceria com outros municípios da região.

O município adotou como estratégia o fortalecimento de sua vinculação com a região dos Aparados da Serra Geral, conhecida por seus grandiosos cânions, materializada na criação do *slogan* "**Recanto dos Canyons**". Esse *slogan* também remete ao fato de existirem muitos lugares no município que se caracterizam como recantos, locais de descanso, contemplação e lazer, privilegiados pela natureza exuberante entre o litoral e a serra.

As ações são contínuas e, além da *internet*, acontecem em diversos locais, como secretarias de estado, centros de informações de municípios vizinhos e nos próprios empreendimentos locais. Os materiais promocionais incluem sacolas, *banners*, folhetos e vídeo institucional. O município ainda não dispõe de um planejamento de *marketing*.

O público que frequenta os atrativos do município tem origens variadas: desde moradores da própria região até visitantes da área metropolitana de Porto Alegre, com presença, ainda, de turistas em visita ao litoral norte do RS e sul de SC e à região dos Aparados da Serra, oriundos de diferentes regiões do Brasil e, eventualmente, com alguma presença de

público estrangeiro. Predominam os **praticantes de atividades ao ar livre e as famílias** em busca de momentos de lazer junto à natureza, além do turismo de eventos, notadamente através da locação de estruturas locais para **realização de encontros e festas**, sejam de caráter familiar ou corporativo.

9.5. Sustentabilidade no Turismo

A sustentabilidade é fator intrínseco ao desenvolvimento. Não se pode falar de desenvolvimento sem considerar todos os aspectos necessários a ele, quais sejam: **ambientais, sociais, econômicos, políticos, culturais**. A definição de sustentabilidade informa que é um processo que leva em conta não apenas as demandas da geração atual, mas considera o **cuidado necessário** para que as gerações vindouras possam também dispor de recursos e condições para atender suas demandas.

Sustentabilidade é fator estratégico também no turismo. Um olhar de longo prazo precisa ser aplicado a todas as ações e políticas turísticas. Especialmente em um lugar cuja atratividade está intrinsecamente relacionada à natureza, é fundamental o **cuidado com o meio ambiente**, sob pena de inviabilizar ações futuras. Também é fundamental manter a **lucratividade dos negócios**. E é fundamental assegurar que todo o **povo do lugar seja beneficiado** pelos resultados obtidos. Equilíbrio é fundamental e a radicalização em relação a qualquer dos aspectos trabalhados não contribui para a sustentabilidade: ao contrário, gera conflitos, instabilidade e, por fim, insustentabilidade.

Considerando que **a natureza e a beleza cênica** de Morrinhos do Sul são os principais motivos de visita turística do município, é notória a necessidade de **proteção aos ativos ambientais** do lugar. Para além da questão da conservação da paisagem, existe também a importância estratégica de cuidar do manancial hídrico, de proteger o solo e de garantir proteção e segurança à população em relação aos fatores climáticos característicos da região. Portanto, o Plano de Turismo deverá contribuir para assegurar o adequado nível de utilização do território, de forma a **minimizar conflitos de interesse** entre as atividades econômicas essenciais ao desenvolvimento e o necessário cuidado com aquilo que representa a própria essência do lugar.

Sustentabilidade implica, também, dar a devida **atenção aos fatores sociais e culturais**: preservar modos de vida e tradições ancestrais, valorizar a cultura e a identidade local em suas mais diversas manifestações, prover condições de vida cada vez mais dignas à população autóctone no que concerne a saúde, segurança, lazer, educação, habitação, alimentação e todos os outros fatores que permitam aos moradores um efetivo **bem viver**. Um modelo de desenvolvimento que priorize apenas a questão econômica, sacrificando aspectos ambientais ou sociais, não é desejável, pois a perda humana e ambiental dificilmente pode ser recuperada. Entretanto, também não é recomendável impedir toda ação de cunho econômico, sob pena de não serem gerados recursos suficientes para manter a própria dinâmica social da comunidade. **Equilíbrio e bom senso são fundamentais para adequar a medida de cada ação**. Ainda em relação à questão da sustentabilidade, é importante que, ao implementar novas estruturas no município, sejam **priorizadas soluções mais sustentáveis**, ambientalmente amigáveis, com menor impacto ecológico. Exemplo disso é o fornecimento de energia a partir de fontes renováveis. Outro exemplo são as soluções que envolvem economia de água, desde melhorias nos sistemas de captação e distribuição até a questão do consumo responsável.

O turismo, iniciando em Morrinhos do Sul, ainda não representa grande sobrecarga para locais ou populações do município. Não foram observadas alterações nos modos de vida da comunidade, nem há registro de qualquer possível ameaça ou perda para algum grupo populacional específico. As alterações na paisagem começam a ocorrer a partir do aumento das construções com destinação turística e da ampliação de trilhas e acessos a atrativos. Os conflitos de interesses inicialmente observados dizem respeito à proliferação de mosquitos (*maruim*) causada pela ampliação da agricultura orgânica local, com consequências diretas sobre o bem-estar dos visitantes, e aos motociclistas que insistem em percorrer de moto a Trilha dos Tropeiros, colocando em risco o patrimônio histórico natural associado ao lugar. Não há parques ou qualquer outra categoria de unidade de conservação no município. Todas as áreas naturais são protegidas pelos próprios donos das terras ou por legislação superior (federal ou estadual) referente à proteção do meio ambiente.

9.6. Turismo como fator de desenvolvimento

O turismo precisa estar a serviço do desenvolvimento do lugar. Precisa ser trabalhado como um vetor, um **fator que agregue e congregate**. Para que isso ocorra, o turismo deve **inserir-se na vida da comunidade** e dialogar com todas as demais atividades ali realizadas. O turismo tem o poder de **potencializar diversas outras atividades** econômicas, contribuir para a proteção do ambiente e ajudar na melhoria das condições de vida de toda a população, dada sua natureza diversificada, que pode proporcionar **ganhos de inclusão social e distribuição de renda**. Via de regra, o turismo serve como apoio e incentivo para inúmeras adequações de infraestrutura, melhorias que, sem a justificativa turística, talvez não pudessem ser obtidas. O turismo é feito de muitos negócios, desde os grandes complexos de entretenimento e hotelaria até o mais singelo comerciante ou prestador de serviços, o que abre um leque de **opções e oportunidades** muito amplo, contribuindo para a melhoria da situação econômica de muitas famílias. Por conseguinte, ajuda a diminuir a dependência da população pelas benesses de ordem pública, melhorando sua **autonomia e autoestima**.

9.7. Integração regional e parcerias

Por mais interessante que um destino turístico possa ser, em função de suas características únicas e altamente atrativas, é fundamental um **trabalho de integração e parceria com outras localidades**, sejam elas os municípios vizinhos ou mesmo as regiões adjacentes. O turista, em muitos casos, aproveita seus deslocamentos para conhecer regiões e territórios, mais do que apenas um lugar específico. Ao se ligar a outros destinos turísticos, com características complementares ou até mesmo muito diferenciadas, é possível, entre outros benefícios, **potencializar o alcance de mercado** das ações promocionais e suprir eventuais carências que o destino, individualmente, possa apresentar.

O município participa de diversas associações regionais, com destaque para o **Caminho dos Vales e das Águas**, a Associação de Desenvolvimento do Turismo do Litoral Norte (**ATL**), a **Amlinorte** (Associação de Municípios do Litoral Norte) e o **Consórcio de Infraestrutura Rural**

e **Urbana**, além de manter convênios com as prefeituras de Torres e Três Cachoeiras para utilização de maquinário.

O município integra o roteiro chamado Caminho dos Vales e das Águas, uma rota que perpassa o meio rural de vários municípios, entre lagoas e Mata Atlântica, com especial atenção aos produtos encontrados em pequenas propriedades da região. Através do **Projeto Geoparque Caminhos dos Cânions do Sul**, outros roteiros e ações conjuntas são esperados, dentro da proposta de certificação do território composto por 7 municípios (3 gaúchos e 4 catarinenses) como geoparque pela UNESCO. Morrinhos do Sul não integra esse grupo de municípios, mas, a partir da atual gestão local, vem tentando inserir-se nas ações regionais. Existem, ainda, iniciativas para desenvolvimento de **circuitos e roteiros integrados** de bicicleta e caminhada, percorrendo caminhos que passam por Morrinhos do Sul.

Ainda em termos de região, o município deverá sofrer grande influência do processo de **concessão de serviços à iniciativa privada nos Parques Nacionais da Serra Geral e de Aparados da Serra**, sediados em Cambará do Sul, uma vez que a empresa concessionária já declarou ter interesse em utilizar os Parques como indutores de grande desenvolvimento turístico para toda a região de entorno.

9.8. Impactos econômicos, sociais, ambientais, políticos

O turismo, enquanto atividade econômica de alto envolvimento social, afeta os mais diversos aspectos da vida de uma localidade. O impacto econômico manifesta-se não apenas na geração de receita dos empreendimentos turísticos, mas também na **geração de inúmeros postos de trabalho**, entre fixos e temporários, no **impulso ao comércio** representado pelo afluxo de turistas, no **aumento da arrecadação** municipal e na ampliação dos **negócios imobiliários**. O aumento do volume de negócios locais é altamente desejável e pode contribuir de forma significativa para a **melhoria da economia e dos aspectos sociais** de todo o município. Em termos sociais, por um lado, o turismo amplia as possibilidades de trabalho e renda da população; por outro, faz com que muitos produtos tenham aumento de preços, especialmente em épocas de alta demanda, além de colocar mais pressão sobre os serviços de saúde e segurança pública, por exemplo. Em relação ao ambiente, o turismo traz um bem-vindo interesse sobre os elementos naturais, mas tal interesse nem sempre é acompanhado

pelo necessário cuidado com o lugar. Poluição sonora e visual, danos ao patrimônio natural, pressão sobre os sistemas locais de coleta e destinação de resíduos, saneamento, fornecimento de água e energia, além do próprio turismo predatório, que não respeita os limites naturais do lugar visitado, representam **sérios desafios à gestão do turismo** no município. Politicamente, se o município souber capitalizar o fluxo de visitantes e a visibilidade midiática proporcionada pelo turismo, pode haver **fortalecimento institucional** e abertura de oportunidades para que os gestores façam um melhor trabalho, especialmente ao utilizar o turismo como motivo para ampliação de investimentos em infraestrutura e melhoria de qualidade de vida para a população em um volume que não poderia ser obtido em função apenas dos habitantes locais.

Em Morrinhos do Sul, o turismo ainda não representa uma força econômica para o desenvolvimento municipal, dadas as características ainda incipientes da atividade e a informalidade dos negócios existentes. Um dos resultados esperados a partir da planificação e organização do turismo é que o setor passe a contribuir de forma mais expressiva para a economia local, tanto em relação à geração de tributos para o poder público quanto em termos de circulação de dinheiro na própria comunidade murrinhense. Atualmente, não há participação da atividade turística na arrecadação do município. Não há informação ou estimativa sobre a renda média proporcionada pelo turismo nem sobre o gasto médio dos visitantes no município. A base dos trabalhadores que atuam no turismo é a **própria família dos empreendedores**, com reforços eventuais em momentos de grande demanda turística. Cerca de um quarto (25%) dos investimentos são de empreendedores de fora do município. Alguns recursos para infraestrutura já foram obtidos por conta do turismo, especialmente para asfaltamento de vias.

Por outro lado, se não traz ainda impactos socioeconômicos para o município, o turismo também não produz ainda impactos significativos sobre o ambiente: não há poluição sonora, visual, de ar ou de solos por conta de atividades turísticas.

9.9. Avaliação SWOT

Para uma avaliação mais ampla da situação do município, utilizou-se, em trabalho realizado junto aos membros do COMTUR, a metodologia conhecida como **SWOT** (do inglês

Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças). Nesse sistema de avaliação, são consideradas **Forças** (ou Pontos Fortes) aqueles aspectos em que o objeto de avaliação encontra-se bem posicionado, aspectos que apresentam bom funcionamento e capazes de impulsionar o desenvolvimento e o alcance dos objetivos pretendidos pelo trabalho. Por oposição, as **Fraquezas** (ou Pontos Fracos) são aspectos que apresentam deficiência ou insuficiência, que precisam de atenção e ações de melhoria, posto que podem dificultar ou impedir o alcance dos objetivos. Forças e Fraquezas referem-se a aspectos que podem ser controlados ou influenciados pelos gestores do processo. **Oportunidades** são aspectos externos à organização, que podem favorecer o alcance dos objetivos, que podem trazer benefícios ou caminhos que facilitem a concretização do que foi planejado. **Ameaças** representam o oposto: aspectos externos à organização, que podem comprometer o planejamento ou, até mesmo, impedir sua realização. Oportunidades e Ameaças não estão sujeitas ao controle ou à influência da organização, devendo sua ocorrência ser manejada através de planos de contingência. Em reunião com os membros do COMTUR, ao aplicar-se tal metodologia, chegou-se ao resultado que se encontra a seguir.

9.9.1. O que funciona bem (Pontos Fortes)

Os aspectos listados como positivos (fortes) pelos participantes da reunião foram: o conhecimento do território por parte da população e dos empreendedores, a agricultura ecológica, o esporte, a divulgação do município e a coleta de lixo.

9.9.2. O que não funciona bem (Pontos Fracos)

Os participantes apontaram como pontos fracos ou negativos: a ausência de feiras ou espaços de comercialização dos produtos locais, o partidarismo e a divisão política, a estrutura gastronômica (considerada insuficiente, embora de reconhecida qualidade), a pouca cooperação entre empreendedores (individualismo), a falta de estrutura turística e as deficiências gerais de infraestrutura, os acessos locais, a sinalização regional (dificuldade de chegar ao município), a telefonia e a inexistência de coleta seletiva de lixo.

9.9.3. O que pode ajudar (Oportunidades)

Os participantes da reunião consideraram que as principais oportunidades que podem favorecer ou influenciar positivamente o desenvolvimento turístico local são: a existência do Projeto Geoparque e sua perspectiva de certificação junto à UNESCO, a concessão de serviços nos Parques Nacionais Aparados da Serra e Serra Geral, a construção do porto do Litoral Norte (em termos de maior movimentação de pessoas e da possibilidade de uso turístico do local), as perspectivas associadas ao turismo pós-pandemia em termos de comportamento e preferências dos viajantes e o processo de desenvolvimento regional de modo geral, com especial menção aos ganhos de infraestrutura previstos.

9.9.4. O que pode atrapalhar (Ameaças)

Segundo os participantes da reunião, os fatores e situações que podem influir de forma negativa no desenvolvimento do turismo local são: a diferença tributária em relação ao estado vizinho (ICMS menor em Santa Catarina), a construção do porto do Litoral Norte (em termos de aumento de insegurança, trânsito e poluição), a ausência de transporte público municipal e os impactos da mudança climática global.

9.10. Características especiais do território

Dentre as características identificadas no território de Morrinhos do Sul, algumas chamam atenção por sua condição especial, diferenciada, por vezes única. As principais delas são:

- a. **Morros, canyons e vales**, com destaque para o Pico do Morro do Forno;
- b. **Transição de climas / microclima**, inclusive com sensível diferença de temperatura entre o centro da cidade e as áreas de encosta da serra;
- c. **Mata Atlântica**: região com muito verde, áreas remanescentes de mata nativa, diversidade de espécies animais e vegetais, paisagem exuberante;



- d. **Águas** da montanha e de Aquífero Guarani, nascentes, lagoa: águas de boa qualidade, sempre presentes junto aos atrativos do lugar;
- e. **Agricultura orgânica**: busca por ampliação dos cultivos livres de agrotóxicos;
- f. **Herança indígena (Xokleng), tropeira, negra e de imigrantes**: trilhas antigas, cemitérios indígenas, vestígios de quilombos, gastronomia e tradições da imigração alemã e italiana, principalmente;
- g. **“Janelas”**: aberturas (portas, janelas) utilizadas como elemento decorativo em estabelecimentos turísticos, emoldurando paisagens ou criando pontos de interesse específico;
- h. **Vistas**, horizontes, olhar ao longe.

10. Considerações e diagnóstico

A partir das observações e análises feitas em Morrinhos do Sul, é perceptível o interesse da gestão pública e dos empreendedores locais em desenvolver o **turismo como caminho de prosperidade e qualidade de vida** para o município. Boa parte dessa motivação advém dos acontecimentos regionais, em um período marcado por empreendimentos e ações de grande impacto, como a instalação de um porto marítimo em Arroio do Sal, a concessão de serviços turísticos nos Parques Nacionais de Aparados da Serra e da Serra Geral, a perspectiva de certificação da região adjacente ao município como Geoparque da UNESCO e diversas outras iniciativas. É fato que, ao alinhar-se com tais ações, Morrinhos do Sul deverá encontrar condições para alavancar seu desenvolvimento. Da mesma forma, manter-se à margem de tais processos será quase que impossível, pois, **mesmo não participando, o município sofrerá impactos, tanto positivos quanto negativos**. Portanto, é **melhor estar integrado e preparar-se** para o que virá.

A seguir, estão listadas algumas percepções e expectativas dos empreendedores e gestores turísticos de Morrinhos do Sul sobre o desenvolvimento local do turismo, bem como algumas situações que constituem, na avaliação desta consultoria, os maiores desafios a serem superados na busca por um turismo de qualidade e desenvolvido de modo a manter-se sustentável no município.

10.1. Percepções e expectativas

Como parte do processo de caracterização e avaliação da situação atual, foram feitos questionamentos às lideranças turísticas do município, especificamente em relação a aspectos que influenciam ou podem influenciar o desenvolvimento da atividade turística local. Os questionamentos feitos (e suas respectivas respostas) foram os seguintes:

a. O que você espera que o turismo traga de bom para o município?

Os participantes das reuniões responderam que esperam que o turismo traga desenvolvimento sustentável, sem degradação da natureza; que represente um incentivo para a comunidade local; que ajude a preservar a cultura, a identidade do

lugar; que ajude o município a manter-se como município; que traga melhorias de infraestrutura e estrutura turística, com mais acessibilidade.

b. O que você não quer que o turismo traga para o município?

As respostas dos participantes das reuniões foram: poluição; degradação ambiental e social; aglomeração urbana desordenada; problemas com esgoto e saneamento; violência, insegurança pública; turismo inseguro e desorganizado.

c. Como o turismo pode ajudar no desenvolvimento do município?

O entendimento dos participantes das reuniões é no sentido de que o turismo possa ajudar a manter população local no local, evitar o êxodo rural, especialmente entre os mais jovens. Esperam também mais e melhores oportunidades de trabalho e renda, trazendo desenvolvimento econômico e social. Entendem que o turismo pode ajudar na capacitação de mão-de-obra, o que seria útil e importante não só para o turismo. Esperam aumento de receitas para o município. Sobretudo, vislumbram perspectivas de melhoria, de mais qualidade de vida.

d. Que situações ou acontecimentos podem influenciar o desenvolvimento do turismo em Morrinhos do Sul?

Os participantes das reuniões consideraram como fatores de influência sobre o desenvolvimento turístico: a divulgação realizada e a conseqüente visibilidade obtida; a concessão de serviços nos Parques Nacionais e Estaduais nos municípios próximos; a certificação como Geoparque para os municípios envolvidos no projeto; a construção do porto marítimo em Arroio do Sal; o aumento do número de empreendimentos no município, especialmente com a vinda de investidores de fora; as melhorias de infraestrutura local e regional projetadas; a intensificação da busca das pessoas por espiritualidade e reconexão, especialmente através da natureza; a existência de mais produtos organizados e profissionais qualificados; a pandemia e todas as mudanças associadas a ela; a mudança climática em curso; as alterações nas práticas agrícolas (por exemplo: agricultura orgânica gerou mais mosquitos na região, não tão presentes durante o uso de pesticidas químicos).

e. Em que aspectos do turismo você pensa que o município deveria investir mais?

Os participantes das reuniões consideraram que infraestrutura, embelezamento, sinalização, divulgação, capacitação e acessos são os aspectos que demandam maior atenção.

f. Como você vê Morrinhos do Sul hoje?

Os participantes das reuniões declararam as seguintes visões atuais sobre o município: turismo iniciando; lugar de beleza ímpar; sementes sendo plantadas, sonhos; oportunidade de negócio ainda não aproveitada; lugar surpreendente para quem vem conhecer; lugar de harmonia; oportunidade de trabalho e renda; um dos maiores potenciais em turismo de natureza do RS.

g. Como você vê Morrinhos do Sul no futuro?

No futuro do município, os participantes das reuniões declararam visualizar: estar melhor; jovens querendo ficar no município; continuar sendo município; obter reconhecimento no estado, no país, no mundo; ver os resultados positivos do trabalho feito agora; mais pessoas acreditando; população acreditando no turismo como caminho de desenvolvimento; economia do município girando em torno do turismo, através de boa estruturação; manter a autenticidade.

h. Por que conhecer Morrinhos do Sul?

Segundo os participantes das reuniões, Morrinhos do Sul deve ser conhecido pelos seguintes motivos: é um lugar lindo; tem sombra boa, água boa, comida boa; tem qualidade de vida; por sua paisagem, repleta de Mata Atlântica; pela agricultura orgânica; por sua historicidade; por ser um lugar tranquilo, seguro; porque é legal, é bonito, a água é boa, pura, o ar é puro, é um lugar de beleza ímpar; tem belas cachoeiras; tem opções de serra e mar; sua localização geográfica é privilegiada; a vista é exuberante; o povo é acolhedor, hospitaleiro.

Considerando-se as falas e os resultados das demais discussões e análises realizadas, pode-se estabelecer que os principais resultados esperados e desejados pela comunidade morrinhense em relação ao turismo no município são:

- a. **Turismo como indutor de desenvolvimento:** considerando as restrições geográficas, ambientais e logísticas do município, o turismo apresenta-se como uma

opção real e viável de desenvolvimento local, inclusive como caminho para manter a localidade com *status* de município;

- b. **Melhoria de infraestrutura:** entende-se que, através do turismo, possam ser viabilizadas diversas melhorias na infraestrutura municipal, cuja execução talvez não se justificasse não fosse pelo fluxo de visitantes que o município pode receber;
- c. **Ampliação de oportunidades de trabalho e renda:** geração de oportunidades de trabalho (especialmente para os jovens), melhoria no nível de remuneração, ganhos financeiros e econômicos associados ao maior volume de trabalho;
- d. **Ambiente conservado:** como a natureza conservada e a beleza cênica do município constituem seus maiores atrativos, é notória a necessidade de que tais recursos sejam adequadamente cuidados, sob pena de colocar em risco a motivação maior da presença de turistas no município. Portanto, o ambiente conservado representa um ativo de Morrinhos do Sul, seu maior diferencial e principal motivo de visitação turística;
- e. **Cultura preservada e valorizada:** dada a interação entre indígenas, tropeiros, negros e imigrantes de variadas etnias que contribuíram para a formação do município, pode-se afirmar que a cultura de Morrinhos do Sul constitui aspecto único e diferenciado, ligado à própria identidade do lugar, o que pode e deve ser trabalhado como fator de atratividade turística, turismo esse que, por sua vez, deve ajudar a preservar essa identidade e essa cultura local. Turismo como motivo de continuidade do modo de vida entre gerações, conexão da pessoa com o lugar, compondo sua própria identidade como murrinhense;
- f. **Melhoria de qualidade de vida:** desejo de que o turismo ajude a melhorar as condições de urbanidade, moradia, saúde, segurança, renda e bem-estar no município.

10.2. Situações a resolver (desafios principais)

O turismo, como qualquer outra atividade humana, não traz apenas benefícios. Seus impactos sobre os locais onde ocorre são, por vezes, negativos e precisam do devido manejo

para evitar que se tornem motivo de inviabilidade da própria atividade turística. Em Morrinhos do Sul, os principais desafios identificados em relação ao turismo são:

- a. **Insuficiência ou inexistência de infraestrutura:** como o município é pequeno e sua principal vocação tem sido a agricultura, existem poucas estruturas voltadas ao turismo junto à maioria dos atrativos locais. Também há deficiências em diversos aspectos estruturais, especialmente quando se considera a perspectiva de aumento de atividade turística e de pressão antrópica sobre a localidade. Água, energia, esgoto, resíduos, comunicações: tudo precisa ser pensado de forma ampliada quando se planeja o desenvolvimento do turismo de maneira sustentável. Considerando-se que a solução para tais questões demanda grande disponibilidade de recursos, além do tempo necessário para realização dos estudos específicos e para implementação das soluções visualizadas, pode-se definir que o tempo mínimo para que tais questões sejam equacionadas seria de, aproximadamente, entre 5 e 10 anos;
- b. **Acessos:** embora os acessos locais, de modo geral, sejam bons, o fato de serem formados, em sua maioria, por vias não pavimentadas faz com a ocorrência de poeira e barro seja frequente. Alguns trechos estreitos e em aclive podem causar limitações de acesso e dificultar a atividade turística em determinados locais. Ao mesmo tempo em que isso pode integrar o charme ou o desafio vinculado a certo atrativo, também pode representar restrição considerável a outros deles. Aqui, também, os fatores disponibilidade de recursos e tempo de planejamento e execução podem ser considerados em grandes valores. Não seria possível, na atual conjuntura, resolver as situações todas em período menor do que 3 a 5 anos;
- c. **Educação / informação / sensibilização / cultura do turismo:** outro grande desafio é aumentar o nível de conhecimento sobre turismo junto a todos os públicos envolvidos. É preciso dispor de dados, difundir informação, educar os jovens e toda a comunidade, para que o turismo seja de conhecimento de todos e possa ser compreendido e valorizado por todos. O turismo precisa passar a fazer parte da vida diária do lugar, precisa estar nas conversas, tornar-se um interesse natural dos moradores. É preciso um trabalho de sensibilização e de educação para o turismo que mostre a todos os públicos envolvidos o que é o turismo e como ele funciona,

que ajude a criar uma cultura de turismo no município. Para tanto, a disponibilidade de dados, seu acesso e difusão constituem fatores estratégicos para o sucesso da implementação do Plano Municipal de Turismo. Um trabalho como esse leva tempo para mostrar resultados: no mínimo 3 anos, conforme andamento das ações e o engajamento da população;

- d. **Proteção dos ativos ambientais e socioculturais:** o crescimento da urbanidade, o avanço da fronteira agrícola e o desenvolvimento natural do município acabam por se sobrepôr a outros aspectos, como o patrimônio histórico-cultural e os ativos ambientais do lugar. Entretanto, o grande mote de atração de visitantes para Morrinhos do Sul é justamente sua beleza natural aliada ao seus aspectos interioranos de tranquilidade, lazer saudável e qualidade de vida, fatores que devem ser preservados sobre os interesses essencialmente econômico-financeiros. As características sociais e culturais do município representam grande potencial de atratividade, devendo ser objeto de atenção e proteção, entendidas como uma riqueza única e que, se perdida, não poderá ser resgatada ou repostas. Quando se fala em conservar a natureza, fala-se em manter inalterada, tanto quanto possível, a paisagem característica do lugar, com mínima intervenção humana. Fala-se em dar destinação adequada aos resíduos, para que causem o mínimo de impacto sobre os ecossistemas naturais. Fala-se, também, em assegurar que os elementos garantidores do equilíbrio climático local e regional sejam preservados e protegidos. Quando se fala em preservar a história e a cultura, fala-se em reconhecer e proteger os lugares, as práticas, os saberes e as demonstrações mais tradicionais daquilo que representa a essência e a alma dos povos que fizeram e fazem o município. Esse é um trabalho de caráter permanente. A transição para um modelo de desenvolvimento sustentável é lenta e seus resultados devem ser mais notados depois de, pelo menos, 5 a 10 anos de trabalho consistente;
- e. **Marketing / Endomarketing:** compreendido o *marketing* como o conjunto de atividades necessário para atuação junto aos diversos públicos com os quais uma organização se relaciona, é preciso que Morrinhos do Sul qualifique e amplie suas ações nessa área, desde a elaboração de produtos, gestão da identidade e imagem do lugar, definição das estratégias e canais adequados para promoção e

comercialização, até a criação das peças publicitárias e a busca permanente por informações sobre o público visitante atual e potencial. Ressalte-se, ainda, a importância de bem informar os membros da própria comunidade sobre as ações de mercado, para que sejam difusores de informação correta e sintam-se sempre parte do processo. Esse é um trabalho cujo resultado pode ser percebido em um período de tempo não tão longo: com bom fluxo de ações, já no primeiro ano poderão ser observados diversos avanços;

- f. **Organização para o turismo:** a valorização da atividade turística, sua adoção como fator estratégico de desenvolvimento local, a inserção regional, o planejamento e gestão públicos do turismo, a capacitação, qualificação e profissionalização do *trade* e a organização e parceria dos empreendedores são fundamentais para assegurar o bom funcionamento de toda a atividade turística municipal. O desenvolvimento turístico, feito de forma responsável e sustentável, deve ser o grande objetivo integrador, fortalecedor e norteador de todas as ações e políticas. De início imediato e realização continuada, já nos primeiros meses poderá ser notada alguma diferença na maneira como o turismo se comporta no município a partir de um aprimoramento em sua organização.

11. Prognóstico

Considerando as análises realizadas, de acordo com a metodologia adotada, é recomendação desta consultoria a adoção de estratégias que contribuam para a **conservação da paisagem e das áreas naturais** do município e região, que auxiliem na **valorização, preservação e promoção da cultura e do patrimônio** local, que **integrem os diversos setores e atividades** locais, que **fortaleçam os laços comunitários** e as interações regionais e que **proporcionem inclusão, geração e distribuição de renda, melhorias de infraestrutura** e ganhos reais de **qualidade de vida**.

Alguns fatores de ocorrência regional terão impacto crescente no desenvolvimento de Morrinhos do Sul, com especial menção ao **processo de concessão de serviços turísticos** à iniciativa privada nos Parques Nacionais de Aparados da Serra e da Serra Geral; à instalação de um **porto marítimo** no município vizinho de Arroio do Sal; à perspectiva de certificação da região adjacente ao município como **Geoparque** perante a UNESCO, além de inúmeras outras situações envolvendo um ou mais dos municípios circunvizinhos, em termos de estruturação, promoção e organização turística. A região passará a ser ainda mais visada, com reais **perspectivas de grande aumento de circulação de turistas e visitantes**. O interesse dos investidores aumentará de forma significativa, bem como os riscos associados a impactos socioambientais: descaracterização e perda de paisagens tradicionais, contaminação de solos e águas, comprometimento da capacidade de abastecimento e do fornecimento de energia, modificação significativa da cultura e do modo de vida tradicional, população autóctone à margem dos processos e oportunidades.

Para que tais impactos sejam adequadamente enfrentados e mitigados, é fundamental, primeiro, compreender o processo e suas possíveis consequências para o município. Há que se planejar, organizar e seguir o planejado. É essencial dispor de um processo de medição, através de **indicadores de sustentabilidade**, que possa demonstrar o andamento de cada situação. É preciso dispor de **planos de contingência** para enfrentamento de eventuais problemas não previstos. É preciso, inclusive, uma boa preparação para lidar com o sucesso.

12. Plano Municipal de Turismo de Morrinhos do Sul (RS)

Finalizadas as análises prévias acerca da realidade do município, é hora de traçar as estratégias e planos de ação que deverão resultar no fortalecimento dos aspectos positivos, na melhoria dos aspectos negativos, no melhor aproveitamento de oportunidades e no adequado enfrentamento das ameaças identificadas em relação ao turismo em Morrinhos do Sul, alinhadas às expectativas e desejos da comunidade, ao previsto na legislação geral e específica do setor e à realidade e perspectivas da região em que se localiza o município.

12.1. Pressupostos básicos

Para o adequado desenvolvimento da atividade turística no município de Morrinhos do Sul e para uma bem sucedida implementação do Plano de Turismo ora apresentado, é necessária a **adoção, pelo conjunto dos gestores e operadores do turismo municipal**, de alguns pressupostos básicos, essenciais para nortear as ações a serem realizadas. São os pressupostos:

- a. **Turismo como vetor de desenvolvimento sustentável**, com geração de renda, redução de desigualdades sociais, valorização da cultura, da identidade e da alma do lugar e proteção ao ambiente natural;
- b. **Desenvolvimento entendido como melhoria, aprimoramento**, viver bem, bem-estar, não apenas como crescimento econômico;
- c. **Sustentabilidade entendida como cuidado, responsabilidade, visão do todo**, não apenas cuidado com a natureza;
- d. **Turismo como tema transversal, integrador**, potencializador de iniciativas, indutor e referencial para o desenvolvimento local;
- e. **“Um lugar só é bom para o visitante se primeiro for bom para seus moradores”**.

12.2. Negócio

Definir o negócio é definir o que é o lugar, identificar sua essência e colocá-la em palavras que possam dar a quem lê-las uma ideia clara do que está sendo descrito. É apresentar, com clareza e concisão, a ideia do lugar a quem dele não tenha qualquer conhecimento ou noção. Assim, pode-se dizer que:

Morrinhos do Sul é um município gaúcho, de perfil agrícola e vocação agroecológica, localizado em meio à Mata Atlântica, marcado por um relevo característico, com águas limpas, natureza conservada, belas vistas do mar e da montanha e grande riqueza cultural, manifestada em suas histórias sobre indígenas, negros, tropeiros e imigrantes, em suas tradições, em sua gastronomia e em seu charme interiorano, pleno de uma simplicidade acolhedora e tranquila, que convida ao descanso, ao lazer, à aventura em canyons, morros, trilhas, cascatas e rios, à contemplação e ao bem-viver em um agradável recanto entre a planície litorânea e as encostas dos Aparados da Serra Geral.

12.3. Negócio turístico / vocação turística

Para além da definição geral aplicada ao município, em se tratando de Plano de Turismo é necessário estabelecer também o negócio turístico ou a vocação turística associada ao lugar. Portanto, considerando as avaliações e discussões realizadas para elaboração deste Plano de Turismo, o negócio turístico proposto a partir de então fica assim definido:

A vocação turística de Morrinhos do Sul é o turismo de lazer, de conhecimento e de aventura em meio à natureza, enriquecido pela gastronomia e pelas manifestações culturais de um município de interior com localização privilegiada, entre o litoral e os Aparados da Serra Geral.

12.4. Missão do turismo

Cada lugar tem uma função na dinâmica do mundo. Alguns são melhores para produção industrial, outros para produção agropecuária, outros para centralização de comunicação e negócios. Definir a missão significa definir sua função, seu papel na sociedade. Dito de outra maneira: para que serve o turismo em Morrinhos do Sul, por que ele existe? A partir das observações e análises realizadas, chegou-se ao seguinte enunciado:

A missão do turismo de Morrinhos do Sul é oportunizar aos visitantes vivências lúdicas em meio à natureza, com tranquilidade, segurança e agradável convivência social, contribuindo para o desenvolvimento local e regional.

12.5. Visão turística

Além da missão, outro aspecto fundamental a ser definido é a visão que se tem sobre o lugar, como o município se vê e como gostaria de ser visto. Com base nas percepções e declarações obtidas ao longo do trabalho, fica estabelecido que:

A visão turística de Morrinhos do Sul é ser reconhecido como um município que oferece ao visitante um lugar autêntico, seguro, organizado, em meio a uma natureza conservada e com valorização de seu legado cultural, que encontra no turismo um bom caminho para o desenvolvimento municipal, com boa estrutura e a confiança dos moradores no potencial da atividade.

12.6. Princípios do turismo

Princípios ou valores são os referenciais conceituais que norteiam os trabalhos, que dão direcionamento às ações e embasam as decisões. Os princípios definidos para nortear o Plano de Turismo de Morrinhos do Sul são:

Tranquilidade. Segurança. Beleza da paisagem. Estrutura. Oportunidades para os jovens. Natureza conservada. Autenticidade. Comunidade. Hospitalidade.

12.7. Cenários, tendências e perspectivas do turismo

Até o advento da pandemia de Covid-19, os cenários mapeados para a atividade turística eram bastante favoráveis e otimistas. O PNT (Plano Nacional de Turismo) 2018-2022 traz as seguintes informações: “... o turismo se revela um importante aliado para impulsionar o desenvolvimento econômico, pois, **nas últimas décadas, o setor apresentou crescimento contínuo e se destacou como um dos mais significativos da economia global**, pela sua capacidade de geração de emprego, renda e atração de investimentos”. Segundo a Organização Mundial de Turismo (OMT), “atualmente o volume de negócios do setor é igual ou superior ao das exportações de petróleo, de produtos alimentícios ou de automóveis, tornando o segmento um dos principais atores do comércio internacional. Em 2017, o turismo mundial superou as expectativas de crescimento, com 1,32 bilhão de viajantes internacionais, o que significa um aumento de 7% com relação a 2016, representando o melhor resultado em sete anos” (OMT, 2018).

As projeções para o Brasil mostravam-se igualmente positivas: “No Brasil, a participação direta do turismo na economia foi de US\$ 56,8 bilhões em 2016, o equivalente a 3,2% do PIB. Já a contribuição total do setor foi de US\$ 152,2 bilhões, 8,5% do PIB Nacional. A WTTC estima um crescimento de 3,3% até 2027, chegando à contribuição total do setor na economia em 9,1% do PIB, o equivalente a US\$ 212,1 bilhões.” (PNT, p. 26).

Informações do Ministério do Turismo referentes ao ano de 2018 apontam que o **Brasil é considerado o país número um do planeta no quesito diversidade de recursos naturais**,



além de se destacar como 8º classificado em termos de recursos culturais. Apesar dessa vantagem comparativa, no quesito “priorização do setor” fica na 106ª posição e, no item “ambiente de negócios”, em 129º, por conta da ineficiência do arcabouço legal, burocracia e impostos elevados. Tais informações mostram que os melhores resultados (recursos culturais e naturais) são as maiores potencialidades do país. Já as outras variáveis constituem pontos que demandam aprimoramento. Apesar de apresentar alguma melhora em relação a anos anteriores, na infraestrutura de serviços turísticos o Brasil encontra-se na 39ª colocação, em conectividade aérea é 40º e na competitividade dos preços praticados está em 41º. No contexto de segurança, está apenas em 106º. Da mesma forma, a abertura internacional (66º), o desempenho dos recursos humanos (93º) e os investimentos governamentais ao setor (79º) continuam baixos.

Dada a pandemia de Covid-19 (doença causada pelo coronavírus Sars-Cov-2) e seus desdobramentos, que, mesmo agora, sequer são plenamente compreendidos e avaliados, **todos esses cenários encontram-se impactados, em maior ou menor escala. Há uma mudança em curso nos mercados turísticos e na própria sociedade.** Muitas alterações acontecem e acontecerão no modo de viajar, desde as motivações de viagem até a forma como o turista usufrui do lugar visitado. Em um primeiro momento, parece claro que o turismo internacional tem sido o mais afetado, considerando-se as restrições impostas por diversos países para ingresso de estrangeiros, a limitação dos voos internacionais, a alta das moedas estrangeiras (dólar, euro) e a própria desconfiança do viajante em se colocar longe de casa sob risco de ter sua liberdade de ir e vir cerceada por medidas restritivas de variados graus de severidade. Vários países europeus mantiveram suas fronteiras fechadas a turistas estrangeiros durante meses, com especial restrição aos viajantes oriundos de países aonde novas cepas do vírus atuem de forma acelerada e/ou nos quais o ritmo de vacinação ainda não tenha permitido imunizar a grande maioria de sua população. **A movimentação turística internacional apresentou, em 2020, queda de 74% em relação ao ano anterior** e as dificuldades persistem em 2021. Diante disso, a tendência é que seja fortalecido o turismo interno.

Outra tendência apontada pelos recentes estudos e discussões é a viagem em busca de lugares com menor aglomeração de pessoas. O isolamento social, mesmo depois de afrouxado, deixa marcas, sendo uma delas a desconfiança e a precaução em muitos viajantes.

Com isso, tende-se a **priorizar destinos com mais espaço aberto e atividades ao ar livre**, em detrimento daqueles que imponham excessiva proximidade de indivíduos. Essa **busca por espaço e liberdade** também decorre do tempo passado em casa, com restrições de deslocamento, durante os períodos de quarentena. O deslocamento individualizado, com preferência pelo automóvel sobre as opções de transporte coletivo, também deverá ser fortalecido. Por outro lado, deve crescer também a busca pelos serviços de agências e empresas especializadas, dadas as dificuldades encontradas por turistas que viajavam por conta própria quando da eclosão da pandemia no sentido de remarcar reservas ou obter suporte logístico para seu retorno seguro do local aonde estavam, mesmo com todas as facilidades proporcionadas pela *internet* atualmente. Ainda, deverá intensificar-se a **busca pela diferenciação, pelo turismo de experiências, de vivências, que valorize a vida, a natureza, a emoção, o bom convívio, o bem-estar, o bem-viver**. Conceitos como Economia da Experiência e Economia Criativa deverão sair fortalecidos e ter maior adesão por parte dos viajantes.

Segundo o economista, consultor e professor de Economia da PUC-RS, Dr. Leandro de Lemos, pode-se projetar o turismo com base em alguns eixos, dentre os quais pode-se destacar:

- a. Turismo doméstico fica mais competitivo que o internacional por causa do dólar;
- b. Acréscimos de renda provocam aumentos mais que proporcionais no consumo turístico. Portanto, reações iniciais de renda estimularão mais o turismo que setores de bens de consumo;
- c. O turismo local e regional se recupera mais rapidamente que o nacional e, sobretudo, o internacional;
- d. O turismo familiar e de grupos inicia antes, o turismo de massa e de grandes eventos demorará mais tempo;
- e. Nichos como experiência, espiritual, contemplação, científico, cultural, ecológico e tecnológico serão opções preferidas;
- f. Turismo de negócios será reinventado a partir da transformação digital forçada que estamos vivenciando;

- g. Operadores e agentes de viagens terão que qualificar seus bancos de dados para buscar clientes por meio de inteligência artificial;
- h. A médio prazo, a demanda por turismo tende a ocupar maior espaço na preferência das pessoas, em detrimento do consumo de bens duráveis;
- i. Os destinos deverão investir muito mais em segurança sanitária e ambiental;
- j. A estratégia de desenvolvimento sustentável e as certificações internacionais servirão como lastro para os destinos turísticos e para os agentes econômicos da cadeia produtiva atraírem, por meio de reputação, turistas com origem mais distante (nacionais e internacionais);
- k. O planejamento de curto, médio e longo prazo será fundamental para a reconstrução do valor turístico de destinos e empresas turísticas;
- l. Todas as ações precisarão ser mais coletivas, cooperativas e sistêmicas.

Entretanto, a principal mudança deverá ser a maior preocupação com a segurança sanitária. Cada lugar e cada empreendimento precisará **aperfeiçoar suas práticas de higiene e limpeza**, sempre em atendimento às recomendações e exigências dos órgãos públicos de saúde. O caminho para o período pós-pandemia passa pela segurança sanitária, por conseguir demonstrar ao cliente uma séria preocupação com os cuidados necessários com a saúde, em todos os estabelecimentos e atividades. É fundamental que se consiga comunicar ao mercado, aos turistas, um senso de responsabilidade e segurança acerca das questões que envolvam a mitigação das possibilidades de contágio de qualquer doença, bem como a existência de suporte adequado caso haja qualquer problema nesse sentido. O Governo Federal, a exemplo do que ocorre em outros países, adotou o Selo Turismo Responsável, uma identificação de boas práticas de biossegurança para os estabelecimentos turísticos que mostre ao mercado que aquele local está em acordo com todos os protocolos sanitários recomendados pelos órgãos públicos. Ademais, é fundamental a adesão dos gestores e empreendedores de um destino turístico ao compromisso de garantir essa segurança sanitária, no sentido de **orientar, fiscalizar e coibir quaisquer ações que possam colocar em risco a imagem e o trabalho ali realizado**. Embora, num primeiro momento, algumas medidas possam ser vistas como antipáticas e prejudiciais aos negócios, é fundamental manter a firmeza de propósito, de modo a não comprometer todo o esforço para caracterizar aquele destino como seguro e

confiável. É fato que os empreendimentos deverão adequar-se às novas exigências sanitárias e incluir os custos dessa adequação em seu planejamento financeiro. Em alguns casos, pode ser que o negócio passe a não ser tão rentável, talvez se mostre até mesmo inviável. Por outro lado, novos nichos e formas de trabalho deverão surgir para atender esse novo consumidor.

A retomada exigirá um esforço adicional a todo o trabalho que já é realizado. Mas, aos poucos, essas atitudes estarão naturalmente incorporadas às práticas diárias e representarão um novo patamar de segurança sanitária no turismo. Cabe ao poder público auxiliar na orientação correta aos empreendimentos, disponibilizando informação atualizada e confiável e, sempre que possível, realizando ações de capacitação e qualificação para auxiliar na transição para os novos modelos de negócio. Portanto, o que se antevê a partir da retomada de atividades turísticas pós-pandemia pode ser sintetizado nas seguintes premissas:

- a. Menor fluxo de turismo internacional. Europa, EUA e outros países com restrições a receber e emitir turistas, situação mais acentuada caso o Brasil mantenha seu quadro pandêmico agravado ao longo dos próximos meses;
- b. Pouco turismo sul-americano. A desconfiança dos países vizinhos em relação ao modo como o Brasil tem lidado com a pandemia pode ser um empecilho à retomada das viagens pelos turistas de Argentina, Uruguai, Paraguai e demais países da América do Sul viajarem ao país. Da mesma forma, o surgimento de novas ondas e cepas do vírus tem levado esses países a frequentes fechamentos de suas fronteiras e adoção de regras mais rígidas de movimentação e atividade comercial, com especial atenção ao turismo;
- c. Necessidade de qualificação e comprometimento em relação à segurança sanitária, através de adoção de critérios rígidos e adesão a programas de certificação sanitária oficial;
- d. Queda no poder aquisitivo da população. Risco de recessão mundial, com grande impacto sobre a renda das famílias (especialmente de classe média) e sobre o faturamento das empresas, inclusive com o fechamento de diversos empreendimentos;
- e. Priorização do turismo interno e, mais especificamente, regional (deslocamentos preferenciais de até 100 km, em roteiros de passa-dia / *staycation*);

- f. Busca do viajante por turismo de natureza, lugares abertos, sem aglomeração de pessoas e que proporcionem sensação de liberdade e segurança;
- g. Necessidade de retomada da confiança do viajante, através da promoção de atrativos e produtos que privilegiem o bem-estar, a liberdade de espaços abertos e os devidos cuidados com a segurança sanitária, em todos os momentos da viagem.

Por fim, cabe mencionar o impacto da **crise climática** global sobre o turismo, em especial sobre os municípios de áreas litorâneas. O crescente aquecimento global tem mudado os padrões climáticos de vários lugares ao redor do mundo. Muitas regiões já convivem com **mudanças no regime de chuvas, nos períodos de frio e calor, na intensidade dos fenômenos meteorológicos**. O número de pessoas que precisam sair de suas áreas habituais e buscar outro lugar para viver tem crescido a cada ano. Estimativas da FAO/ONU apontam para até 140 milhões de refugiados ambientais até o ano de 2050. Também o nível do mar apresenta alteração, prevendo-se uma elevação significativa até o fim deste século. Pandemias tendem a ocorrer com maior frequência e intensidade, por conta dos patógenos postos a descoberto por conta da destruição dos ecossistemas. Se, por um lado, abre-se a Caixa de Pandora da natureza até então intocada, sem conhecer totalmente as consequências desse ato, por outro perdem-se recursos preciosos que poderiam justamente auxiliar na solução dos problemas criados por tal intervenção. O fato é que **muitas localidades no planeta serão afetadas pelo novo cenário**, seja pela pressão dos novos fluxos migratórios e seus impactos socioeconômicos, seja pela reconfiguração dos territórios a partir da gradativa elevação do nível do mar. Embora tais impactos não devam atingir Morrinhos do Sul durante o período de vigência deste Plano de Turismo, cabe aqui deixar o alerta, para que, desde já, tenha-se em mente que, em algum momento, a realidade do município poderá ser modificada por fatores externos a seu controle e vontade, o que exigirá grande capacidade de reação e adaptação por parte de seus gestores e população.

Em um nível mais próximo, alguns projetos e programas trazem perspectivas de mudança para a região de Morrinhos do Sul, com variado grau de impacto. Um acontecimento que deverá afetar o panorama turístico de toda a região é a iniciativa governamental de conceder ao setor privado uma série de serviços em Unidades de Conservação, tanto federais quanto estaduais, através de seu programa de parcerias público-privadas para investimento. Tal iniciativa origina-se, de um lado, na baixa disponibilidade de recursos para realizar todo o

investimento necessário para aprimorar e manter estruturas de visitação e serviços de apoio ao turismo nos Parques Nacionais e Estaduais e, de outro lado, em uma visão política neoliberalista, que defende a redução do tamanho do Estado, concentrando energia e recursos em suas funções primordiais e repassando ao mercado privado as demais atividades. Portanto, a intenção do governo é permitir que tais estruturas e serviços relacionados ao turismo sejam assumidos por empresas privadas, a partir de processos de concorrência em editais específicos de concessão. Esse novo fôlego, oriundo de um grande aporte de recursos e de um reposicionamento mercadológico dessas Unidades de Conservação, **deve significar um ímpeto maior ao turismo em toda a região**, uma vez que algumas das UCs a serem concedidas envolvem alguns dos principais atrativos regionais, como os Parques Nacionais de Aparados da Serra e da Serra Geral, em Cambará do Sul, e o Parque Estadual da Itapeva, em Torres, por exemplo. A empresa vencedora do processo de concessão desses Parques Nacionais, inclusive, já declarou sua intenção de atuar de forma regional, utilizando os Parques como núcleo indutor e buscando parcerias para fomentar o desenvolvimento turístico de toda a região dos Aparados da Serra e entorno.

Cabe ressaltar, também, a importância do Projeto Geoparque Caminhos dos Cânions do Sul, parceria de três municípios gaúchos e quatro catarinenses, que buscam a certificação de seu território comum como Geoparque pela UNESCO, em função da rica diversidade geológica ali encontrada. A candidatura do território já foi apresentada, aguardando-se, a seguir, a visita dos técnicos da UNESCO para avaliação e posterior certificação. A obtenção desse título insere a região em um seleto grupo de lugares únicos no planeta, cuja geobiodiversidade é prioritária para conservação, pesquisa e, obviamente, turismo. O selo de **Geoparque deve auxiliar na promoção do destino regional e cancelar parcerias internacionais**, que poderão ajudar os municípios integrantes a **dar mais visibilidade** a suas paisagens, produtos e roteiros e, sobretudo, aprimorar suas estratégias de proteção ao seu inigualável capital socioambiental.

Outro grande impacto sobre a região deverá vir por conta da instalação de um porto marítimo no município de Arroio do Sal. Mudanças serão observadas na questão logística, no fluxo de pessoas e mercadorias que deverão transitar pela região, na qualidade de vida das cidades próximas (tanto nos aspectos bons quanto naqueles menos desejados) e também na

atividade turística. A facilidade de acesso marítimo poderá significar um novo nicho de mercado a ser trabalhado, com bons resultados para toda a região.

12.8. Estratégias recomendadas

Estratégias são os caminhos a seguir ou, dito de outro modo, as indicações da forma efetiva de se percorrer um caminho para atingir os objetivos propostos. No caso de Morrinhos do Sul, dadas as informações obtidas, as intenções declaradas pela comunidade em relação à atividade turística, as oportunidades e ameaças visualizadas e os cenários e tendências identificados, as estratégias sugeridas pela consultoria, relativas a cada situação a resolver anteriormente listada (desafios), são as seguintes:

- a. **Ecoturismo, turismo cultural, científico e de ancestralidade como diferenciais:** mais do que apenas ver o lugar, importa proporcionar ao visitante oportunidades e meios de vivenciar o local, sua história e cultura, suas características socioambientais, seja como um produto ofertado regularmente, seja através de eventos específicos, realizados em períodos pré-determinados do ano. Para isso, é estratégico realizar um amplo mapeamento de possibilidades e potencialidades locais, de modo a aprimorar o que já existe e desenvolver novas formas de interação dos visitantes com o território. Devido às características socioambientais e à localização do município, atividades ligadas ao ecoturismo, ao turismo cultural, científico e de ancestralidade são as que apresentam maiores condições de serem utilizadas como diferenciais de mercado na promoção do turismo local;
- b. **Consolidação da identidade turística do município perante o mercado:** embora busque inserir-se em regiões turísticas, Morrinhos do Sul precisa marcar sua identidade e sua existência enquanto destino turístico, mostrando-se como o lugar único e diferenciado que é, com ênfase em suas características socioambientais e de acordo com seu projeto de desenvolvimento. Precisa de um plano de comunicação e de um planejamento de *marketing*, com ações externas e locais;
- c. **Integração do turismo às estratégias de conservação socioambiental e de desenvolvimento sustentável:** utilizar as características socioambientais do município para angariar recursos (dinheiro, pesquisas, divulgação), utilizar o

turismo como caminho para cuidar do ambiente, valorizar a cultura e proporcionar oportunidades reais de desenvolvimento e qualidade de vida para a população. Especialmente em um lugar cuja natureza é o principal motivo de visitação,   estratégico que toda a atividade turística esteja alinhada com a proteção ambiental e engajada em a oes de conserva o, sob pena de perder justamente aquilo que tem de mais valioso. Por outro lado, a incorpora o de bandeiras conservacionistas ao discurso do turismo abre portas para atrair um público mais qualificado e que, via de regra, traz melhor resultado para o município, inclusive em termos econômico-financeiros. Por todo o mundo, a sustentabilidade como estratégia de desenvolvimento apresenta-se como o melhor caminho para assegurar o sucesso da atividade turística e, de modo especial, como meio de assegurar a continuidade de existência dos próprios fatores que permitem ao turismo acontecer. A cada a o desenvolvida,   preciso associar indicadores que sinalizem os riscos associados a ela, sejam eles de natureza ambiental, econômica, social, política ou outra, com especial aten o àqueles relacionados às mudanças climáticas em curso no planeta, estabelecendo os respectivos planos de contingenciamento;

- d. **Educa o para o turismo:** criar e implementar programa de educa o para o turismo, para desenvolver a cultura do turismo no município.   fundamental que os diversos públicos conheam e compreendam o turismo. Não apenas os estudantes da rede municipal devem estudar turismo. Também os moradores e visitantes precisam ser informados e sensibilizados para que compreendam a atividade e se engajem em seu pleno desenvolvimento. Empreendedores e trabalhadores do turismo precisam de capacita o e qualifica o constantes, com vistas ao aprimoramento da atividade no município. A cria o de programas interdisciplinares e interinstitucionais, em parceria com institui es de ensino e treinamento, também constitui estratégia importante para o futuro do turismo no município;
- e. **Fortalecimento da integra o entre a cadeia produtiva do turismo e associada ao turismo:** o turismo não acontece de forma isolada.   estratégico que todos os negócios envolvidos na cadeia produtiva, direta ou indiretamente, trabalhem de forma sinérgica, com união de propósito, de modo a fortalecer o todo. Há que ser

incentivada a estruturação de produtos e serviços diversificados e o desenvolvimento de atividades complementares ao turismo, especialmente aquelas relacionadas a vocações e potencialidades locais, que fortaleçam e ampliem a cadeia produtiva do turismo e associada ao turismo;

- f. **Articulação, aprimoramento e fortalecimento da governança local do turismo:** o turismo precisa marcar seu lugar na gestão pública municipal e tornar-se setor estratégico para todos os processos relacionados ao desenvolvimento local. Deve atuar de forma integrada com todas as demais secretarias e conselhos e estar organizado tanto em nível público quanto em nível privado;
- g. **Fortalecimento e ampliação da integração regional:** ampliar a integração e a parceria com municípios próximos (Litoral, Aparados da Serra, Território Geoparque, Serra Gaúcha) para reforçar demandas e aumentar visibilidade. Mais do que apenas no município, o turista circula em um território. A diversidade de experiências e paisagens gera grande complementaridade de produtos e amplia o interesse do visitante, bem como seu tempo de permanência na região. Morrinhos do Sul tem a vantagem estratégica de estar próxima a grandes centros de atratividade turística, seja no litoral ou na região serrana. O fortalecimento da integração com esses parceiros pode impulsionar o turismo local e ajudar a suprir lacunas em termos de estrutura turística;
- h. **Aproveitamento do fluxo de visitantes da região para promoção dos produtos e serviços locais:** o perfil diversificado e o grande fluxo de turistas que percorrem as regiões adjacentes ao município constituem uma excelente oportunidade para captação de visitantes, através de ações bem planejadas e executadas;
- i. **Aprimoramento da infraestrutura municipal para suporte ao desenvolvimento do turismo:** o turismo demanda adequada infraestrutura para suporte a seu desenvolvimento. Assim, pode e deve ser utilizado como justificativa para o aprimoramento de tal estrutura, que beneficia não somente o turismo, mas toda a comunidade.

Importante ressaltar que as estratégias recomendadas **estão em sintonia com as diretrizes e linhas de atuação do Plano Nacional de Turismo e com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (Agenda 2030)**. Esse alinhamento vai desde a busca por uma

atividade turística mais centrada na qualidade do que na quantidade de público, com maior distribuição desse público em diferentes locais e períodos do ano, de modo a minimizar aglomerações, até um processo de maior valorização dos aspectos socioambientais e de preocupação com a sustentabilidade. Outro aspecto muito presente nas estratégias recomendadas é a questão da integração regional, aliada ao fortalecimento da identidade local e ao envolvimento comunitário na atividade turística, ajudando a criar uma cultura de turismo junto à população do município. A correta gestão de todos esses fatores representa um grande desafio, mas o resultado que pode ser alcançado é bastante compensador.

12.9. Planos de ação

Planos de ação são **conjuntos de orientações** para que as estratégias definidas tornem-se viáveis na prática. A cada estratégia, corresponde um conjunto de ações. Cada ação tem seu detalhamento. A técnica normalmente utilizada é chamada de **5W2H** (do inglês: o quê, por quê, quem, quando, onde, como e quanto). Neste trabalho, a metodologia considera um **detalhamento ainda maior**: o que será feito, de que maneira, por que motivo, por quem será feito (são listados todos os envolvidos, não apenas os responsáveis), onde a ação acontecerá, qual o período ou duração, qual o investimento e que tipo de desembolso será necessário, quais os pré-requisitos (o que precisa estar pronto antes de realizar a ação), quais os impactos, riscos ou desafios associados à ação, qual o indicador ou processo de avaliação, qual o passo seguinte e, por fim, qual o nível de prioridade. Essa prioridade é definida da seguinte maneira: as ações que se refiram a situações mais graves ou importantes, que apresentem maior urgência e com maior risco de deterioração da situação são pontuadas como prioridade maior (nível 1), seguindo em ordem decrescente até o grau de menor gravidade, urgência e tendência de deterioração (nível 5). O nível de prioridade, neste caso, foi atribuído pela equipe consultora. Recomenda-se que seja reavaliado periodicamente, especialmente em caso de ocorrência de fatos que tenham grande relevância sobre o tema da ação.

Estratégia 1: Ecoturismo, turismo cultural, científico e de ancestralidade como diferenciais

Ações estratégicas: 1. mapear atividades e atrativos com viés ecoturístico, científico, de ancestralidade e cultural; 2. realizar eventos associados ao ciclos naturais (estações, período de florescimento ou colheita, datas importantes para a tradição local); 3. criar produtos (roteiros e atividades) destinados a públicos específicos; 4. criar rotas turísticas municipais; 5. estabelecer convênios e parcerias com centros de estudos para realização de pesquisas e visitas; 6. criar oportunidades para que o visitante participe de atividades tradicionais da comunidade; 7. criar centro cultural municipal.

Ação 1

O quê: mapear atividades e atrativos com viés ecoturístico, científico, de ancestralidade e cultural.

Por quê / Para quê: para auxiliar na busca por um público mais qualificado, que proporcione bom *ticket* médio e baixo impacto socioambiental.

Como: relacionar e segmentar produtos atuais; realizar inventário de potencialidades.

Quem: Secretaria de Turismo; iniciativa privada.

Onde: município.

Quando: início imediato, ação continuada (pode ser dividido em etapas ou ocorrer em um período determinado do ano).

Quanto: investimento em pesquisa (deslocamentos, refeições, materiais, profissionais).

Pré-requisitos: planejar saídas de campo, selecionar fontes de informação.

Impactos, riscos ou desafios: não visualizados.

Forma de avaliação / indicadores: relatório de segmentação de produtos atuais; inventário de potencialidades.

Continuidade: criação de produtos para públicos específicos.

Nível de prioridade: 1.

Ação 2

O quê: realizar eventos associados ao ciclos naturais (estações, períodos de florescimento ou colheita, datas importantes para a tradição local).

Por quê / Para quê: para aumentar e distribuir fluxo turístico ao longo do ano; para oportunizar novos negócios e mais opções de trabalho e renda.

Como: planejar produtos turísticos para diferentes momentos do ano; criar calendário de atrativos por temporada ou estação; mapear datas vinculadas a eventos naturais ou culturais existentes no município e na região.

Quem: Secretaria de Turismo + COMTUR + iniciativa privada.

Onde: município.

Quando: início imediato. Meta: um novo evento para temporada de verão 2021-22.

Quanto: investimento em pesquisa (deslocamentos, alimentação, materiais, sinalização). Orçar eventual contratação de assessoria profissional.

Pré-requisitos: mapeamento de eventos naturais e culturais que ocorrem durante o ano e que tenham potencial para movimentar o turismo.

Impactos, riscos ou desafios: desafio de estruturação e promoção adequada do evento.

Forma de avaliação / indicadores: existência de novos eventos e produtos.

Continuidade: divulgação e comercialização dos novos eventos e produtos; capacitação para aprimoramento e ampliação do trabalho.

Nível de prioridade: 1.

Ação 3

O quê: criar produtos (roteiros e atividades) destinados a públicos específicos (turismo de conhecimento, histórico, fotográfico, geoturismo, gastroturismo, esportivo, de aventura, de eventos corporativos, esotérico, cultural, valorização de saberes ancestrais).

Por quê / Para quê: para diversificar e qualificar público; para ampliar as possibilidades de negócio no turismo municipal; para aproveitar tendências e oportunidades de mercado; para aumentar o valor do *ticket* médio de gastos dos visitantes; para melhorar a ocupação turística do município ao longo do ano.

Como: mapear públicos de interesse; mapear potencialidades locais; estruturar produtos para esses públicos específicos.

Quem: Secretaria de Turismo + COMTUR + iniciativa privada.

Onde: município.

Quando: início imediato. Meta: um novo produto para temporada de verão 2021-22.

Quanto: investimento em pesquisa e estruturação (deslocamentos, alimentação, materiais, estruturas, sinalização). Ver parcerias possíveis.

Pré-requisitos: pesquisar tendências de mercado e movimentações pós-pandemia.

Impactos, riscos ou desafios: desafio de estruturação adequada do produto, manter condições de atendimento, dispor de operador local.

Forma de avaliação / indicadores: existência e funcionamento do novo produto.

Continuidade: promoção e fortalecimento do novo produto.

Nível de prioridade: 1.

Ação 4

O quê: criar rotas turísticas municipais.

Por quê / Para quê: para fortalecer o turismo local; para integrar atrativos; para distribuir melhor o fluxo turístico no território; para compor novos produtos turísticos.

Como: mapear atrativos atuais e potenciais; avaliar necessidades de estruturação turística; avaliar interesse e disponibilidade das comunidades envolvidas; avaliar potencial de mercado; avaliar necessidades de melhoria de acessos; ver parceria com agências, guias e instituições de ensino para estruturação dos produtos.

Quem: Secretaria de Turismo + COMTUR + iniciativa privada / agências e guias.

Onde: município.

Quando: início imediato, ação continuada. Meta: lançamento de ao menos uma nova rota em 2022 (em evento oficial de turismo).

Quanto: investimento em pesquisa de campo, produção de material promocional, eventos de lançamento e promoção das rotas.

Pré-requisitos: mapeamento de atrativos ecoturísticos e culturais.

Impactos, riscos ou desafios: risco de pouco comprometimento dos empreendimentos com o grupo. Desafio de estruturação e promoção adequada do novo produto.

Forma de avaliação / indicadores: existência e funcionamento das novas rotas.

Continuidade: promover as novas rotas, inserir na promoção regional e estadual.

Nível de prioridade: 2.

Ação 5

O quê: estabelecer convênios e parcerias com centros de estudos para realização de pesquisas e visitas.

Por quê / Para quê: para dinamizar a atividade turística local e ampliar utilização das estruturas; para ajudar a disseminar conhecimento sobre o município; para obter mais informações sobre o próprio território (contrapartidas).

Como: mapear instituições; contatar instituições para promover o município.

Quem: Secretaria de Turismo + empreendedores.

Onde: região (prioritariamente), demais locais fora da região.

Quando: início imediato, ação continuada.

Quanto: investimento em deslocamentos e material promocional. Eventuais custos para financiar uma visita inicial dos professores e pesquisadores responsáveis pelas instituições contatadas (ver parceria com empreendimentos).

Pré-requisitos: dispor das informações sobre atrativos, estruturas, produtos e potencialidades específicas de cada área de interesse acadêmico / científico.

Impactos, riscos ou desafios: impactos dos grupos de estudantes (grandes); desafio de mapear pontos de interesse.

Forma de avaliação / indicadores: existência dos convênios e parcerias; relatos dos empreendedores.

Continuidade: aperfeiçoamento de estruturas e ampliação dos produtos vinculados a essa temática.

Nível de prioridade: 3.

Ação 6

O quê: criar oportunidades para que o visitante participe de atividades tradicionais da comunidade.

Por quê / Para quê: para ampliar as possibilidades de produtos ofertados ao visitante; para valorizar o turismo de experiência; para promover a cultura e a tradição; para diversificar os locais onde o turismo acontece no município.

Como: pesquisar atividades típicas locais que poderiam integrar ações ou produtos turísticos; conversar com as comunidades envolvidas para avaliar seu interesse e disponibilidade.

Quem: Secretaria de Turismo + Secretaria de Cultura + EMATER + comunidades.

Onde: município.

Quando: até março/2022. Início imediato.

Quanto: investimento em atividades de pesquisa (deslocamentos, materiais).

Pré-requisitos: estudo de viabilidade e de impactos.

Impactos, riscos ou desafios: intensificação do contato das comunidades com os visitantes.

Forma de avaliação / indicadores: existência de produtos vinculados a atividades tradicionais.

Continuidade: avaliar impactos e possibilidades de expansão do trabalho.

Nível de prioridade: 4.

Ação 7

O quê: criar centro cultural municipal.

Por quê / Para quê: para valorizar e promover a cultura local; para diversificar os locais onde o turismo acontece no município; para sediar ações culturais; para tornar-se referência cultural no território; para abrigar, organizar e proteger acervos.

Como: elaborar projeto para o espaço; buscar imóvel adequado; reunir acervos e materiais, centralizar ações culturais.

Quem: Secretaria de Turismo + Secretaria de Cultura + COMTUR.

Onde: município.

Quando: até setembro/2022.

Quanto: investimento em aquisição ou locação de imóvel; adequação do imóvel; mobiliário, decoração e estruturas para recepção de visitantes.

Pré-requisitos: projeto.

Impactos, riscos ou desafios: impacto na valorização e promoção da cultura; novo atrativo.

Forma de avaliação / indicadores: existência do centro cultural.

Continuidade: gerenciar o espaço, programar atividades, divulgar.

Nível de prioridade: 1.

Estratégia 2: Consolidação da identidade turística do município perante o mercado

Ações estratégicas: 1. elaborar um planejamento mercadológico para o turismo municipal; 2. utilizar o *slogan* e os conceitos relacionados ao município em todas as oportunidades, meios e materiais de divulgação (repetição e reforço); 3. elaborar um Plano de Comunicação Turística para o município.

Ação 1

O quê: elaborar um planejamento mercadológico para o turismo municipal.

Por quê / Para quê: para organizar as ações e padronizar linguagem; para otimizar os recursos necessários; para facilitar as ações a serem realizadas.

Como: criar grupo de trabalho para elaboração do planejamento mercadológico; verificar a necessidade de contratação de profissionais externos ao grupo.

Quem: Secretaria de Turismo + assessoria de comunicação + COMTUR.

Onde: município.

Quando: início imediato, conclusão até dezembro/2021.

Quanto: eventual contratação de assessoria de *marketing*, se necessário.

Pré-requisitos: não visualizados.

Impactos, riscos ou desafios: não visualizados.

Forma de avaliação / indicadores: existência do planejamento mercadológico.

Continuidade: implementação das ações previstas no planejamento elaborado.

Nível de prioridade: 1.

Ação 2

O quê: utilizar o *slogan* e os conceitos relacionados ao município em todas as oportunidades, meios e materiais de divulgação.

Por quê / Para quê: para reforçar a mensagem, fixar a ideia.

Como: através da produção, distribuição e veiculação de materiais e peças promocionais e publicitárias em diversas mídias e em todos os locais e oportunidades onde ocorra participação de representantes do município; uso de sinalização turística como reforço de mensagem.

Quem: Secretaria de Turismo + empreendedores + demais secretarias.

Onde: no município e em todas as mídias e locais onde o município for divulgado.

Quando: ação continuada, início imediato.

Quanto: desembolsos com produção e veiculação de materiais publicitários e promocionais.

Pré-requisitos: elaboração de planejamento mercadológico para o turismo municipal.

Impactos, riscos ou desafios: desafio de alinhar a linguagem promocional e publicitária dos empreendimentos privados com as orientações do turismo municipal.

Forma de avaliação / indicadores: presença do *slogan* e dos conceitos associados ao turismo em todos os materiais, meios e oportunidades de divulgação do município.

Continuidade: ação continuada; acompanhar e mensurar resultados.

Nível de prioridade: 1.

Ação 3

O quê: elaborar um Plano de Comunicação Turística para o município.

Por quê / Para quê: para apresentar o turismo aos diversos públicos de interesse da maneira desejada pelos gestores; para alinhar discursos e favorecer práticas; para padronizar e otimizar a comunicação sobre o turismo municipal; para otimizar o uso do tempo e dos recursos.

Como: definição de conteúdo para as mensagens; adequar texto promocional para os diversos públicos (apresentar a cada público os argumentos necessários para seu devido engajamento); mapear os canais de comunicação mais efetivos para contatar cada público; avaliar necessidade de contratação de empresa especializada.

Quem: Secretaria de Turismo + Assessoria de Comunicação + COMTUR + empresa contratada.

Onde: município.

Quando: até março/2022.

Quanto: investimento na contratação de empresa (orçar) + criação das peças publicitárias.

Pré-requisitos: mapeamento de públicos e necessidades de comunicação.

Impactos, riscos ou desafios: não visualizados.

Forma de avaliação / indicadores: existência do Plano de Comunicação Turística.

Continuidade: aplicação do Plano.

Nível de prioridade: 2.

Estratégia 3: Integração do turismo às estratégias de conservação socioambiental e desenvolvimento sustentável

Ações estratégicas: 1. identificar os vetores associados ao desenvolvimento local; 2. identificar os impactos do turismo sobre os vetores do desenvolvimento local; 3. implementar um sistema de acompanhamento de impactos do turismo sobre os vetores de desenvolvimento (Sistema de Indicadores de Sustentabilidade do Turismo); 4. elaborar planos de acompanhamento, controle, prevenção e mitigação de impactos turísticos sobre os vetores de desenvolvimento; 5. mapear pontos de risco associados à intensificação de fenômenos climáticos adversos (áreas sensíveis); 6. elaborar planos de contingência para os pontos mais

suscetíveis a problemas futuros; 7. direcionar estruturas para outros pontos do território; 8. alinhar as ações do turismo com as ações de conservação e preservação socioambiental; 9. utilizar o turismo como vetor de promoção social e de proteção ambiental.

Ação 1

O quê: identificar os vetores associados ao desenvolvimento local.

Por quê / Para quê: para compreender quais os fatores que impactam e que precisam ser acompanhados para assegurar o desenvolvimento sustentável do turismo no município.

Como: reunir grupo de trabalho multidisciplinar; realizar pesquisa bibliográfica sobre o tema; realizar estudo de caracterização do território.

Quem: Secretaria de Turismo + COMTUR + grupo de trabalho.

Onde: município.

Quando: início imediato, conclusão até abril/2022.

Quanto: sem custos diretos previstos.

Pré-requisitos: entendimento do que sejam vetores de desenvolvimento.

Impactos, riscos ou desafios: desafio de compreender adequadamente a dinâmica atual e futura do território.

Forma de avaliação / indicadores: existência de relatório sobre o tema.

Continuidade: avaliar situação de cada vetor.

Nível de prioridade: 2.

Ação 2

O quê: identificar os impactos do turismo sobre os vetores de desenvolvimento.

Por quê / Para quê: para compreender a relação do desenvolvimento turístico local com os vetores de desenvolvimento do município; para dispor de subsídios mais completos e adequados para elaboração dos planos de expansão da atividade turística.

Como: reunir grupo de trabalho multidisciplinar; mensurar o impacto do turismo sobre cada vetor de desenvolvimento; integrar o estudo realizado no planejamento turístico do município.

Quem: Secretaria de Turismo + COMTUR + grupo de trabalho.

Onde: município.

Quando: até junho/2022.

Quanto: eventuais desembolsos com saídas de campo e produção de materiais de apoio. Estudar possibilidade de parceria com outras instituições.

Pré-requisitos: conhecer e compreender os vetores de desenvolvimento local.

Impactos, riscos ou desafios: desafio de estabelecer o tipo e o nível de impacto do turismo sobre o território.

Forma de avaliação / indicadores: existência e disponibilidade de relatório sobre o estudo realizado.

Continuidade: dispor de sistema de acompanhamento de impactos.

Nível de prioridade: 2.

Ação 3

O quê: implementar um sistema de acompanhamento de impactos do turismo sobre os vetores de desenvolvimento (Indicadores de Sustentabilidade do Turismo).

Por quê / Para quê: para dispor de um nível suficiente e atualizado de informações acerca dos fatores que podem impulsionar ou restringir o desenvolvimento turístico do município; para acompanhar o andamento das situações que podem oferecer risco de insustentabilidade.

Como: reunir grupo de trabalho multidisciplinar; pesquisar modelos existentes de sistemas de acompanhamento; adotar ou criar um Sistema de Indicadores de Sustentabilidade do Turismo.

Quem: Secretaria de Turismo + COMTUR + grupo de trabalho.

Onde: município.

Quando: até junho/2022.

Quanto: investimento para desenvolvimento ou aquisição de sistema de acompanhamento de impactos.

Pré-requisitos: conhecer a realidade sobre os impactos do turismo sobre os vetores de desenvolvimento local.

Impactos, riscos ou desafios: desafio de manter fluxo atualizado de informações.

Forma de avaliação / indicadores: existência e funcionamento do Sistema de Indicadores de Sustentabilidade do Turismo local.

Continuidade: ampliação e aprimoramento do sistema; elaboração de planos de acompanhamento, controle, prevenção e mitigação de impactos turísticos.

Nível de prioridade: 2.

Ação 4

O quê: elaborar planos de acompanhamento, controle, prevenção e mitigação de impactos turísticos sobre os vetores de desenvolvimento.

Por quê / Para quê: para assegurar que os impactos do turismo sobre os vetores de desenvolvimento local mantenham-se em um nível aceitável e não inviabilizem a expansão da atividade.

Como: designar comitê, grupo de trabalho ou instituição específica para realizar a gestão do Sistema de Indicadores de Sustentabilidade do Turismo.

Quem: Secretaria de Turismo + COMTUR.

Onde: município.

Quando: até agosto/2022.

Quanto: sem desembolsos diretos previstos.

Pré-requisitos: implementação do Sistema de Indicadores de Sustentabilidade do Turismo no município.

Impactos, riscos ou desafios: desafio de realizar a medição regular dos dados para acompanhamento.

Forma de avaliação / indicadores: existência dos planos.

Continuidade: aplicação continuada dos planos; integração com o Plano de Turismo.

Nível de prioridade: 3.

Ação 5

O quê: mapear pontos de risco associados à intensificação de fenômenos climáticos adversos (áreas sensíveis).

Por quê / Para quê: para manter acompanhamento sobre as características locais e detectar em tempo possíveis indicações de alteração que gerem riscos.

Como: pesquisar sistemas disponíveis; identificar o sistema mais adequado ao perfil do município; realizar as medições necessárias; avaliar os resultados; manter acompanhamento.

Quem: Secretaria de Turismo + Secretaria de Meio Ambiente + Secretaria de Planejamento + instituições parceiras + grupo de trabalho.

Onde: município.

Quando: a partir de agosto/2022.

Quanto: investimento em pesquisa e desenvolvimento de sistema de indicadores ou contratação de empresa para assessoria específica. Produção de materiais e relatórios, custos de deslocamento (saídas de campo).

Pré-requisitos: conhecer os sistemas de indicadores disponíveis; selecionar o sistema mais adequado ao município.

Impactos, riscos ou desafios: desafio de selecionar o sistema mais adequado e medir corretamente os indicadores. Risco de não fazer: desconhecer riscos potenciais, deixar de atuar na prevenção e contingenciamento.

Forma de avaliação / indicadores: existência do sistema; fidelidade / adequação do sistema escolhido ao perfil do município.

Continuidade: capacitar pessoas, manter acompanhamento, alimentar sistema, elaborar planos de contingência para enfrentamento dos riscos apontados.

Nível de prioridade: 2.

Ação 6

O quê: elaborar planos de contingência para os pontos mais suscetíveis a problemas futuros.

Por quê / Para quê: para prevenir problemas que possam advir das mudanças climáticas. Para dispor de opções e visualizar alternativas em caso de mudanças significativas.

Como: através de estudos específicos sobre os efeitos possíveis das mudanças climáticas e seus impactos para o município.

Quem: Secretaria de Turismo + Secretaria de Meio Ambiente + instituições parceiras.

Onde: município.

Quando: início em 2022, conclusão até 2024. Revisões anuais.

Quanto: desembolsos com deslocamentos, materiais, estudos, projetos.

Pré-requisitos: mapa das áreas de risco.

Impactos, riscos ou desafios: desafio de compreender o impacto das mudanças climáticas sobre o município. Risco de subestimar ou superestimar os impactos possíveis.

Forma de avaliação / indicadores: existência dos planos de contingência.

Continuidade: revisão e atualização periódica (anual).

Nível de prioridade: 3.

Ação 7

O quê: direcionar estruturas para outros pontos do território.

Por quê / Para quê: para evitar problemas futuros de comprometimento de estruturas; para ampliar perspectiva de futuro das estruturas e atividades.

Como: através de estudo específico sobre áreas de risco e efeitos potenciais das mudanças climáticas.

Quem: Secretaria de Turismo + Secretaria de Meio Ambiente + instituições parceiras.

Onde: município.

Quando: ação continuada, início após conclusão do mapeamento dos pontos de risco.

Quanto: eventuais custos de adequação / modificação de estruturas já existentes; estudos e projetos específicos.

Pré-requisitos: mapa das áreas de risco.

Impactos, riscos ou desafios: desafio de compreender o efeito e o alcance das mudanças climáticas sobre o município e suas estruturas.

Forma de avaliação / indicadores: existência de mapa de riscos e de planejamento de instalações / uso e ocupação do território.

Continuidade: acompanhar; trabalho contínuo.

Nível de prioridade: 3.

Ação 8

O quê: alinhar as ações do turismo com as ações de conservação e preservação socioambiental.

Por quê / Para quê: para assegurar a proteção do capital natural e humano do município; para que o turismo não seja elemento opositor da conservação socioambiental.

Como: identificar pontos convergentes da ação turística com as questões sociais e ambientais; reunir os responsáveis por tais ações; comparar planos e estabelecer pontos de cooperação e integração.

Quem: Secretaria de Turismo + Secretaria de Meio Ambiente + conselhos municipais de turismo e de meio ambiente + instituições parceiras.

Onde: município.

Quando: início imediato, ação continuada.

Quanto: sem desembolsos previstos.

Pré-requisitos: listar pessoas a contatar, articular reunião.

Impactos, riscos ou desafios: desafio de conciliar interesses e visões e de superar eventuais divergências ideológicas. Desafio de compreender o papel do turismo na sustentabilidade e da sustentabilidade como vetor de desenvolvimento do turismo.

Forma de avaliação / indicadores: agenda de reuniões; existência de ações conjuntas.

Continuidade: integrar os planos de conservação e gestão socioambiental com o plano de turismo; implementar as ações previstas; acompanhar.

Nível de prioridade: 1.

Ação 9

O quê: utilizar o turismo como vetor de promoção social e de proteção ambiental.

Por quê / Para quê: para fortalecer a imagem positiva de Morrinhos do Sul no mercado de turismo; para proteger a paisagem local e seus atrativos; para assegurar ganhos sociais, qualidade de vida e equidade na distribuição de resultados junto à comunidade murrinhense.

Como: criar uma agenda comum de defesa do patrimônio socioambiental; incorporar o discurso de promoção social e proteção ambiental ao discurso turístico; criar produtos turísticos que valorizem o conhecimento e o contato com o ambiente preservado; utilizar o turismo como grande promotor das causas socioambientais locais.

Quem: Secretaria de Turismo + Secretaria de Meio Ambiente + instituições parceiras + conselhos municipais de turismo e de meio ambiente + *trade* turístico.

Onde: município.

Quando: ação continuada, início imediato.

Quanto: sem desembolsos imediatos.

Pré-requisitos: articular reuniões, alinhar planos.

Impactos, riscos ou desafios: desafio de compreender e apresentar o turismo como elemento fundamental na promoção da sustentabilidade e da sustentabilidade como fator estratégico para o desenvolvimento turístico.

Forma de avaliação / indicadores: existência de trabalho conjunto.

Continuidade: aperfeiçoar e ampliar ações.

Nível de prioridade: 1.

Estratégia 4: Educação para o turismo

Ações estratégicas: 1. desenvolver ações e materiais para conversar com cada público desejado; 2. implementar programa “Turista Sustentável”; 3. implementar programa “Turismo na Escola”; 4. implementar programa “Nosso Turismo”; 5. estabelecer convênios e parcerias com instituições de ensino e treinamento para ações de capacitação e qualificação profissional.

Ação 1

O quê: desenvolver ações e materiais para conversar sobre turismo com cada público (estudantes, moradores, visitantes).

Por quê / Para quê: porque nem todos os públicos têm familiaridade com os termos do mercado turístico; porque é preciso fornecer conhecimento a todos os públicos envolvidos com o turismo, cada qual no seu nível de interação. Para sensibilizar os diferentes públicos para as questões pertinentes ao turismo.

Como: associar com ações do Projeto Geoparque; utilizar transposição didática para adequar a linguagem aos públicos diversos (estudantes, moradores, visitantes). Criar materiais adequados a cada público e local, como cartazes, propaganda em rádio, conteúdo para internet, cartilhas, etc.

Quem: Secretaria de Turismo + Secretaria de Educação.

Onde: município.

Quando: início imediato junto à comunidade. Escolas e visitantes a partir de 2022.

Quanto: desenvolvimento das campanhas, produção dos materiais, veiculação nas mídias (orçar conforme a estratégia de abordagem pensada para cada público).

Pré-requisitos: definir estratégia de abordagem de cada público.

Impactos, riscos ou desafios: desafio de se fazer entender para todos os públicos envolvidos.

Forma de avaliação / indicadores: existência dos materiais e das ações; nível de entendimento sobre turismo junto aos públicos trabalhados.

Continuidade: aprimorar e ampliar trabalho.

Nível de prioridade: 2.

Ação 2

O quê: implementar programa “Turista Sustentável”.

Por quê / Para quê: para sensibilizar o visitante no sentido de ajudar a cuidar do lugar visitado.

Como: criar campanha; estabelecer as formas de comunicação e o conteúdo para alcançar o público desejado; criar as peças publicitárias; engajar o *trade* turístico e demais empreendimentos do município.

Quem: Secretaria de Turismo + Assessoria de Comunicação.

Onde: município.

Quando: para temporada de verão 2021/2022. Ação continuada.

Quanto: desembolsos com desenvolvimento das campanhas (orçar assessoria especializada) + criação das peças + veiculação das campanhas.

Pré-requisitos: definir os pontos de atenção a serem trabalhados junto ao turista.

Impactos, riscos ou desafios: desafio de contar com a colaboração dos visitantes e dos empreendedores locais.

Forma de avaliação / indicadores: existência do programa; registro das ações; observação do comportamento dos turistas após ações das campanhas.

Continuidade: aprimoramento e ampliação das ações.

Nível de prioridade: 2.

Ação 3

O quê: implementar programa “Turismo na Escola”.

Por quê / Para quê: para que os estudantes conheçam desde logo o universo de conhecimentos associado ao turismo; para preparar os futuros gestores e operadores do turismo; para assegurar a continuidade e o aprimoramento das boas práticas turísticas; para que os estudantes vejam o turismo como perspectiva real de carreira; para ampliar a visão de mundo dos estudantes.

Como: elaborar projeto; criar programa e integrar com a dinâmica escolar; sensibilizar e capacitar professores.

Quem: Secretaria de Turismo + Secretaria de Educação.

Onde: município (escolas).

Quando: tratativas em 2021, implantação em 2022.

Quanto: elaboração de materiais; contratação de consultoria.

Pré-requisitos: pesquisar modelos em outros municípios.

Impactos, riscos ou desafios: desafio de capacitar os professores e engajá-los no programa.

Forma de avaliação / indicadores: existência e funcionamento do programa nas escolas.

Continuidade: avaliar resultados; aprimorar programa, processos e materiais.

Nível de prioridade: 3.

Ação 4

O quê: implementar programa “Nosso Turismo”.

Por quê / Para quê: para sensibilizar a comunidade murrinhense sobre a importância do turismo para o município e engajá-la na defesa da atividade como caminho viável para o desenvolvimento sustentável local. Para que cada morador aproprie-se do turismo e atue como guardião e divulgador das belezas do lugar em que vive.

Como: mostrar os benefícios que o turismo traz para o município; mostrar os problemas que precisam ser enfrentados ao desenvolver o turismo; apresentar o Plano de Turismo; fazer reuniões, cartazes, cartilhas, eventos, programas de rádio, campanhas em redes sociais.

Quem: Secretaria de Turismo + COMTUR + *trade* turístico.

Onde: município.

Quando: iniciar em janeiro/2022. Ação continuada.

Quanto: desembolsos com desenvolvimento e veiculação das campanhas.

Pré-requisitos: elaborar campanha, programar ações.

Impactos, riscos ou desafios: desafio de sensibilizar a população para o turismo.

Forma de avaliação / indicadores: existência do programa; relatório de ações; observação de comportamentos e discursos da comunidade.

Continuidade: aperfeiçoar e ampliar programa.

Nível de prioridade: 3.

Ação 5

O quê: estabelecer convênios e parcerias com instituições de ensino e treinamento para ações de capacitação e qualificação profissional.

Por quê / Para quê: para viabilizar a capacitação e qualificação profissional para o turismo no município.

Como: através da identificação das demandas municipais e das possíveis instituições que possam prover as soluções para atender tal demanda.

Quem: Secretaria de Turismo + Secretaria de Educação + COMTUR.

Onde: município.

Quando: início imediato. Acompanhamento permanente para identificar demandas.

Quanto: sem desembolsos iniciais. Tempo e eventuais deslocamentos para contatos.

Pré-requisitos: mapear demandas.

Impactos, riscos ou desafios: desafio de viabilizar a realização das atividades e de contar com a efetiva participação do público-alvo.

Forma de avaliação / indicadores: existência dos convênios e parcerias; realização de atividades de capacitação e qualificação em turismo.

Continuidade: avaliar resultados, acompanhar surgimento de novas demandas.

Nível de prioridade: 1.

Estratégia 5: Fortalecimento da integração entre cadeia produtiva do turismo e associada ao turismo

Ações estratégicas: 1. mapear os insumos utilizados na cadeia produtiva do turismo; 2. mapear fornecedores atuais e potenciais dos referidos insumos; 3. criar programa de aproximação entre cadeia produtiva do turismo e associada ao turismo (balcão de negócios, feiras, mostras, encontros, rodadas de negociação); 4. incentivar o desenvolvimento de produtos e serviços locais; 5. criar associação que congregue todos os setores do turismo municipal, com viés executivo e empreendedor.

Ação 1

O quê: mapear os insumos utilizados na cadeia produtiva do turismo.

Por quê / Para quê: para conhecer as demandas locais em termos de insumos, equipamentos e serviços; para orientar políticas e ações de fortalecimento da cadeia produtiva do turismo e associada ao turismo no município.

Como: pesquisar e elaborar listagem com itens utilizados pelo *trade* turístico, por segmento de atividade.

Quem: Secretaria de Turismo + Secretaria de Desenvolvimento + COMTUR.

Onde: município.

Quando: início abril/2022, ação continuada.

Quanto: desembolsos com eventuais deslocamentos e produção de materiais de apoio.

Pré-requisitos: mapear fontes de dados para pesquisa e definir estratégia de coleta de informações.

Impactos, riscos ou desafios: desafio de obtenção de dados corretos.

Forma de avaliação / indicadores: existência da listagem.

Continuidade: utilizar informações para criar políticas e ações de fortalecimento das relações comerciais e da economia do turismo no município; criar banco de dados de insumos e cadastro de compradores do turismo local.

Nível de prioridade: 3.

Ação 2

O quê: mapear fornecedores atuais e potenciais dos insumos utilizados pelo turismo local.

Por quê / Para quê: para conhecer a oferta local e o potencial de produção em termos de insumos, equipamentos e serviços voltados à cadeia produtiva do turismo; para orientar políticas e ações de fortalecimento de cadeia produtiva do turismo e associada ao turismo no município.

Como: pesquisar e elaborar listagem de produtos e serviços disponibilizados pelas empresas instaladas no município; identificar potencialidades locais para desenvolvimento de novos produtos e serviços.

Quem: Secretaria de Turismo + Secretaria de Desenvolvimento.

Onde: município.

Quando: início maio/2022, ação continuada.

Quanto: desembolsos com eventuais deslocamentos e produção de materiais de apoio.

Pré-requisitos: mapear fontes de dados para pesquisa e definir estratégia de coleta de informações.

Impactos, riscos ou desafios: desafio de obtenção dos dados.

Forma de avaliação / indicadores: existência da listagem.

Continuidade: utilizar informações para criar políticas e ações de fortalecimento das relações comerciais e da economia do turismo no município; criar cadastro de fornecedores do turismo local.

Nível de prioridade: 3.

Ação 3

O quê: criar programa de aproximação entre cadeia produtiva do turismo e associada ao turismo.

Por quê / Para quê: para ampliar e fortalecer as relações entre a cadeia produtiva do turismo e associada ao turismo no município (dinamizar a economia do turismo); para melhorar a logística de fornecimento e consumo associados à atividade turística no município; para fortalecer e aprimorar a indústria local.

Como: promover eventos de aproximação entre fornecedores e compradores de produtos e serviços associados à atividade turística (balcão de negócios, feiras, mostras, encontros, rodadas de negociação).

Quem: Secretaria de Turismo + Secretaria de Desenvolvimento.

Onde: município.

Quando: até outubro/2022.

Quanto: desembolsos com produção de materiais de apoio e realização de eventos.

Pré-requisitos: mapear demanda e oferta de produtos e serviços na cadeia produtiva do turismo e associada ao turismo no município.

Impactos, riscos ou desafios: desafio de desenvolver mais fornecedores locais e mensurar a demanda dos compradores.

Forma de avaliação / indicadores: existência do programa; número de eventos; número de participantes cadastrados no programa.

Continuidade: elaborar calendário de atividades do programa.

Nível de prioridade: 3.

Ação 4

O quê: incentivar o desenvolvimento de produtos e serviços locais.

Por quê / Para quê: para dinamizar a economia local; para facilitar a aquisição de produtos e a contratação pelos empreendimentos locais; para complementar e fortalecer a cadeia produtiva do turismo e associada ao turismo.

Como: através da oferta de suporte técnico ou financeiro para novos negócios; através da divulgação de oportunidades de mercado, via eventos de promoção de negócios.

Quem: Secretaria de Turismo + Secretaria de Desenvolvimento.

Onde: município.

Quando: ação continuada. Início imediato.

Quanto: sem custo direto. Verificar possibilidade ou necessidade de incentivos fiscais.

Pré-requisitos: realizar estudo de potencialidades no município.

Impactos, riscos ou desafios:

Forma de avaliação / indicadores: existência de programa ou ações de incentivo; criação de novos produtos e serviços no município.

Continuidade: apoiar e integrar os novos produtos e serviços nas cadeias produtivas locais e regionais.

Nível de prioridade: 2.

Ação 5

O quê: criar associação que congregue todos os setores do turismo municipal, com viés executivo e empreendedor.

Por quê / Para quê: para fortalecer a cadeia produtiva do turismo; para auxiliar na continuidade de ações; para aumentar a união e cooperação entre empreendedores do setor.

Como: formatar proposta de associação (perfil, finalidades, funcionamento); apresentar proposta aos empreendedores; aprovar criação; encaminhar registros necessários.

Quem: empreendedores da cadeia produtiva e cadeia associada ao turismo.

Onde: município.

Quando: até dezembro/2021.

Quanto: custos de estruturação e registro (para os associados).

Pré-requisitos: identificar lideranças que possam realizar o processo.

Impactos, riscos ou desafios: impacto de melhoria na organização da iniciativa privada e criação de nova força sócio-política no município.

Forma de avaliação / indicadores: existência da associação.

Continuidade: elaborar planejamento da associação; iniciar trabalhos.

Nível de prioridade: 1.

Estratégia 6: Articulação, aprimoramento e fortalecimento da governança local do turismo

Ações estratégicas: 1. realizar reunião periódica de apresentação das ações e programas do turismo para as demais secretarias e instituições parceiras (Conferência Municipal de Turismo ou similar); 2. integrar as ações de turismo com os planos das demais secretarias; 3. integrar o Plano Municipal de Turismo com o planejamento das instituições pertinentes ao turismo no município; 4. fortalecer o Fundo Municipal de Turismo; 5. fortalecer o COMTUR como instância principal de planejamento do turismo municipal; 6. criar lei instituindo o Plano Municipal de Turismo; 7. ampliar a formalização de empreendimentos turísticos.

Ação 1

O quê: realizar reunião periódica de apresentação das ações e programas do turismo para as demais secretarias e instituições parceiras (Conferência Municipal de Turismo ou similar).

Por quê / Para quê: para estimular a permanente troca de informações entre diferentes segmentos que compõem o turismo; para congregar esforços e direcionar ações e expectativas.

Como: elaborar calendário com datas do evento, divulgar, convidar *trade* e representantes de vários setores.

Quem: Secretaria de Turismo + COMTUR.

Onde: município.

Quando: janeiro/2022. Periodicidade trimestral (sugestão).

Quanto: sem desembolsos previstos. Eventuais custos de realização de evento de maior porte.

Pré-requisitos: ver local, programar evento.

Impactos, riscos ou desafios: desafio de reunir os interessados; impacto do maior volume de informação circulando.

Forma de avaliação / indicadores: existência e registros de realização dos eventos.

Continuidade: aperfeiçoar e ampliar canais de comunicação inter-setorial.

Nível de prioridade: 1.

Ação 2

O quê: integrar as ações de turismo com os planos das demais secretarias.

Por quê / Para quê: para evitar duplicidade e sobreposição de esforços; para alinhar discurso e prática; para atuar sobre os diversos aspectos envolvidos no desenvolvimento turístico.

Como: criar grupo de trabalho multissetorial; ampliar diálogo entre secretarias.

Quem: Secretaria de Turismo + outras secretarias municipais.

Onde: prefeitura.

Quando: ação continuada, estabelecer periodicidade dos encontros.

Quanto: sem desembolsos previstos.

Pré-requisitos: boa vontade de todos, visão da importância estratégica do turismo para o município, determinação do prefeito.

Impactos, riscos ou desafios: desafio de superar egos e interesses específicos, trabalhar pelo todo, pelo bem comum.

Forma de avaliação / indicadores: realização das reuniões, planejamento integrado.

Continuidade: manter diálogo e trabalho multissetorial.

Nível de prioridade: 2.

Ação 3

O quê: integrar o Plano Municipal de Turismo com o planejamento das instituições pertinentes ao turismo no município.

Por quê / Para quê: para evitar duplicidade e sobreposição de esforços; para alinhar discursos e práticas; para potencializar recursos e otimizar o tempo.

Como: criar grupo de trabalho multissetorial; realizar reuniões específicas para alinhamento de estratégias e ações em turismo.

Quem: Secretaria de Turismo + COMTUR.

Onde: município.

Quando: até dezembro/2021.

Quanto: sem desembolsos previstos.

Pré-requisitos: mapear e contatar entidades ligadas ao planejamento do turismo.

Impactos, riscos ou desafios: desafio de manter o foco do planejamento municipal e superar desavenças (questões políticas, pessoais, de espaço de poder).

Forma de avaliação / indicadores: existência de planos integrados entre as instituições.

Continuidade: realizar ações conjuntas; manter canal de comunicação permanente para atualizações de planejamento.

Nível de prioridade: 2.

Ação 4

O quê: fortalecer o Fundo Municipal de Turismo.

Por quê / Para quê: para assegurar recursos suficientes ao desenvolvimento das ações previstas no Plano de Turismo; para centralizar as decisões orçamentárias no COMTUR.

Como: ampliar base de contribuição ao Fundo; garantir que as previsões legais de contribuições ao Fundo sejam cumpridas; acompanhar o volume de entradas de recursos no Fundo; direcionar outras ações e projetos a serem desenvolvidos para incremento dos recursos do Fundo; elaborar mais projetos para captação de recursos.

Quem: Secretaria de Turismo + COMTUR + Secretaria da Fazenda.

Onde: município.

Quando: imediato, ação continuada.

Quanto: sem desembolsos previstos. Ampliar trabalho de captação de recursos.

Pré-requisitos: verificar situação atual do Fundo; aprimorar legislação, se necessário.

Impactos, riscos ou desafios: desafio de manter fluxo e volume de recursos; desafio de obter a contribuição de todo o *trade* turístico.

Forma de avaliação / indicadores: acompanhamento de volume financeiro movimentado pelo Fundo; prestação regular de contas pelos gestores do Fundo.

Continuidade: manter transparência de operações envolvendo os recursos do Fundo; ampliar fontes de captação de recursos; aprimorar processo de captação de recursos.

Nível de prioridade: 1.

Ação 5

O quê: fortalecer o COMTUR como instância principal de planejamento turístico municipal.

Por quê / Para quê: para assegurar caráter participativo da gestão do turismo; para assegurar a continuidade de ações entre gestões públicas.

Como: envolver o COMTUR em todas as discussões acerca do turismo municipal; respeitar as decisões do colegiado; trabalhar pela imagem de independência do COMTUR em relação aos aspectos políticos da gestão municipal.

Quem: Secretaria de Turismo + COMTUR + entidades + *trade* turístico.

Onde: município.

Quando: ação continuada.

Quanto: sem desembolsos previstos.

Pré-requisitos: sensibilizar os membros a uma participação mais efetiva no conselho.

Impactos, riscos ou desafios: desafio de manter a independência e o dinamismo do Conselho; desafio de superar divergências e ideologias em prol do turismo municipal.

Forma de avaliação / indicadores: periodicidade de reuniões; nível de presença e representatividade de segmentos no conselho; acompanhamento das pautas do conselho e sua repercussão no processo de desenvolvimento turístico do município.

Continuidade: divulgar o trabalho do conselho junto à comunidade e ao *trade* turístico.

Nível de prioridade: 1.

Ação 6

O quê: criar lei instituindo o Plano Municipal de Turismo.

Por quê / Para quê: para validar o documento elaborado junto ao COMTUR e à Secretaria de Turismo como norteador de políticas turísticas no município; para complementar a implementação do Sistema Municipal de Turismo.

Como: enviar projeto específico para a Câmara de Vereadores para aprovação, conforme modelo em anexo.

Quem: Secretaria de Turismo + COMTUR.

Onde: município.

Quando: outubro/2021.

Quanto: sem desembolsos previstos.

Pré-requisitos: elaborar projeto de lei conforme modelo fornecido.

Impactos, riscos ou desafios: impacto jurídico da existência do Plano; impacto político da criação do Plano; desafio de fazer acontecer o que foi planejado.

Forma de avaliação / indicadores: existência da lei aprovada.

Continuidade: aplicação do Plano; elaboração da Política Municipal de Turismo.

Nível de prioridade: 1.

Ação 7

O quê: ampliar a formalização de empreendimentos turísticos.

Por quê / Para quê: para aumentar a base de cálculo de estrutura turística municipal junto aos órgãos competentes; para melhorar a classificação do município junto ao Ministério do Turismo; para aumentar a base de arrecadação tributária do município e o montante de recursos a ser aplicado na atividade; para aumentar a segurança jurídica e sanitária no município.

Como: incentivar os empreendimentos através de vinculação a facilidades de acesso a mercados, crédito e outros benefícios; ampliar fiscalização; criar mais oportunidades para os empreendimentos formalizados; elaborar e distribuir material informativo.

Quem: Secretaria de Turismo + COMTUR + Secretaria da Fazenda.

Onde: município.

Quando: ação continuada.

Quanto: investimento em campanhas de sensibilização e ações de fiscalização.

Pré-requisitos: manter lista atualizada de empreendimentos formalizados; elaborar material informativo.

Impactos, riscos ou desafios: desafio de sensibilizar os empreendedores para formalização; desafio de coibir a informalidade e a sonegação; impacto do aumento de receita própria para o município.

Forma de avaliação / indicadores: acompanhar nível de registros de empreendimentos turísticos.

Continuidade: manter trabalho de fiscalização; criar incentivos e premiações.

Nível de prioridade: 2.

Estratégia 7: Fortalecimento e ampliação da integração regional

Ações estratégicas: 1. participar de fóruns turísticos com viés regional; 2. estabelecer, manter ou ampliar parcerias com municípios vizinhos e destinos de referência nas regiões próximas; 3. integrar os produtos locais com rotas turísticas regionais, estaduais, nacionais e internacionais; 4. desenvolver ações e produtos integrados específicos com outros municípios (Litoral, Serra, Geoparque); 5. aproveitar mobilização do Projeto Geoparque para potencializar e reforçar ações locais.

Ação 1

O quê: participar de fóruns turísticos com viés regional.

Por quê / Para quê: para manter-se conectado com os acontecimentos turísticos de relevância regional; para defender os interesses de Morrinhos do Sul nas ações conjuntas.

Como: manter-se informado sobre a agenda de reuniões regionais com temática turística; designar representantes para essas reuniões; manter em dia as obrigações legais que permitam a participação do município nesses grupos; assegurar presença de representante municipal em todos os encontros.

Quem: Secretaria de Turismo + COMTUR + *trade* turístico.

Onde: locais onde aconteçam as reuniões e eventos.

Quando: permanente, conforme agenda de reuniões e eventos.

Quanto: despesas de participação (deslocamento, alimentação, hospedagem, materiais).

Pré-requisitos: mapear todos os fóruns de caráter regional que envolvam o turismo.

Impactos, riscos ou desafios: desafio de manter presença regular e assegurar lugar de fala.

Forma de avaliação / indicadores: existência de relatórios e devolutivas sobre participação do município nas reuniões dos colegiados regionais.

Continuidade: manter sistema de informes internos para compartilhar informações sobre as ações regionais.

Nível de prioridade: 2.

Ação 2

O quê: estabelecer, manter ou ampliar parcerias com municípios vizinhos e destinos de referência nas regiões próximas.

Por quê / Para quê: para fortalecer as ligações regionais; para ampliar as possibilidades de trabalho em conjunto; para dar mais visibilidade de mercado aos parceiros envolvidos.

Como: através de acordos de parceria; através da participação em consórcios, associações ou outras formas de organização cooperativa; através da criação de produtos intermunicipais; através da realização de ações de mercado em parceria.

Quem: Secretaria de Turismo + *trade* turístico.

Onde: municípios das regiões de interesse.

Quando: ação continuada.

Quanto: investimento em comunicação e deslocamento, eventual elaboração de materiais promocionais específicos, custos de eventos e ações mercadológicas (divididos).

Pré-requisitos: mapear potencialidades e interesses em relação a parcerias regionais.

Impactos, riscos ou desafios: desafio de manter nível de atividade turística compatível com os demais municípios. Risco de não conseguir aproveitar plenamente as oportunidades por insuficiência de estrutura. Desafio de dispor de fôlego financeiro para acompanhar ações de mercado.

Forma de avaliação / indicadores: existência e funcionamento de convênios e parcerias com municípios vizinhos.

Continuidade: fortalecer e ampliar parcerias.

Nível de prioridade: 2.

Ação 3

O quê: integrar os produtos locais com rotas turísticas regionais, estaduais, nacionais e internacionais.

Por quê / Para quê: para ampliar o alcance das ações; para incrementar promoção turística; para diluir custos de promoção; para fortalecer a integração turística regional, estadual, nacional e internacional.

Como: reuniões com parceiros regionais; produção de material promocional integrado; capacitação para operação com público estrangeiro.

Quem: Secretaria de Turismo + operadores de turismo regionais e externos.

Onde: Litoral Norte + Sul de SC + Aparados da Serra + Serra Gaúcha.

Quando: a partir de 2022. Meta-desafio: lançamento no Festuris 2022.

Quanto: desembolsos com deslocamentos para reuniões e participação em eventos específicos; produção de material compartilhado (ver parcerias, apoio, patrocínio).

Pré-requisitos: estruturação das rotas locais; mapeamento das possibilidades de integração.

Impactos, riscos ou desafios: desafio de trabalhar em grande grupo e conciliar interesses.

Forma de avaliação / indicadores: existência e funcionamento de rotas integradas.

Continuidade: promoção das novas rotas; capacitações para aprimoramento do trabalho.

Nível de prioridade: 2.

Ação 4

O quê: desenvolver ações e produtos específicos integrados com outros municípios (Litoral, Serra, Geoparque, Aparados da Serra).

Por quê / Para quê: para ganhar mais força e visibilidade em ações de mercado; para oferecer opções mais diversificadas ao público consumidor; para compensar sazonalidades dos

parceiros; para otimizar custos das ações publicitárias e mercadológicas; para complementar estrutura turística do município.

Como: mapear potencialidades e pontos de interesse; estabelecer os termos de parceria; desenvolver materiais para ações em conjunto.

Quem: Secretaria de Turismo + *trade* turístico.

Onde: municípios das regiões de interesse.

Quando: até março/2022.

Quanto: desembolsos com comunicação e deslocamento, criação de material promocional conjunto, realização de ações mercadológicas conjuntas.

Pré-requisitos: estabelecer parcerias com municípios de interesse.

Impactos, riscos ou desafios: desafio de obter espaço promocional em meio a parceiros com grande atratividade e maior estrutura turística.

Forma de avaliação / indicadores: existência de produtos integrados.

Continuidade: aperfeiçoar e ampliar ações mercadológicas.

Nível de prioridade: 2.

Ação 5

O quê: aproveitar a mobilização em função do Projeto Geoparque para potencializar e reforçar ações locais.

Por quê / Para quê: para promover a convergência de ações; para reforçar iniciativas; para fortalecer a candidatura do território à certificação como Geoparque pela UNESCO.

Como: apropriar-se do planejamento do Projeto Geoparque; alinhar iniciativas previstas no Projeto com aquelas previstas no Plano Municipal de Turismo.

Quem: Secretaria de Turismo + COMTUR + *trade* turístico.

Onde: município + território Geoparque.

Quando: ação continuada.

Quanto: sem desembolsos diretos associados.

Pré-requisitos: mapear ações do Projeto Geoparque alinhadas com o Plano de Turismo.

Impactos, riscos ou desafios: não visualizados.

Forma de avaliação / indicadores: acompanhamento das ações vinculadas ao Geoparque.

Continuidade: agregar futura certificação Geoparque às estratégias mercadológicas do município.

Nível de prioridade: 2.

Estratégia 8: Aproveitamento do fluxo de visitantes da região para promoção dos produtos e serviços locais

Ações estratégicas: 1. realizar ações promocionais em municípios parceiros; 2. participar de eventos em parceria com outros municípios da região; 3. promover seus atrativos e produtos junto ao *trade* turístico dos municípios de regiões próximas.

Ação 1

O quê: realizar ações promocionais em municípios parceiros.

Por quê / Para quê: para se beneficiar do fluxo turístico de outros municípios para divulgar seus atrativos, produtos e serviços; para promover o turismo regional.

Como: elaborar o planejamento de *marketing* do município; planejar a logística de cada ação; obter as autorizações necessárias; utilizar espaços públicos e privados disponíveis; utilizar espaços e eventos com maior visibilidade e circulação de potenciais clientes.

Quem: Secretaria de Turismo.

Onde: municípios de interesse (mapear).

Quando: ação continuada, início imediato.

Quanto: investimento em produção de material promocional, deslocamentos, eventual disponibilidade de estrutura ou local específico.

Pré-requisitos: planejamento mercadológico.

Impactos, riscos ou desafios: desafio de identificar locais e momentos mais adequados e viáveis para as ações; impacto financeiro dos custos associados a cada ação; desafio de medir retorno da ação.

Forma de avaliação / indicadores: existência das ações.

Continuidade: pesquisa para avaliação de resultados.

Nível de prioridade: 3.

Ação 2

O quê: participar de eventos em parceria com outros municípios da região.

Por quê / Para quê: para dar mais visibilidade ao turismo local; para fortalecer o turismo regional; para dividir custos dos eventos.

Como: mapear eventos de interesse do município; dispor de estratégia para participação (metas, foco, otimização de contatos); estudar possibilidades de parceria com empresas e instituições para viabilizar participação.

Quem: Secretaria de Turismo + COMTUR.

Onde: locais onde acontecem os eventos.

Quando: ação continuada, início imediato.

Quanto: investimento em deslocamentos, produção de material promocional e ocupação de espaço nos eventos selecionados.

Pré-requisitos: planejamento mercadológico.

Impactos, riscos ou desafios: desafio de marcar seu espaço em meio aos demais; desafio de dispor de recursos para participação nos eventos de interesse.

Forma de avaliação / indicadores: participação nos eventos selecionados.

Continuidade: avaliação de participação, divulgação dos resultados.

Nível de prioridade: 2.

Ação 3

O quê: promover seus atrativos e produtos junto ao *trade* turístico dos municípios de regiões próximas.

Por quê / Para quê: para ampliar as possibilidades de divulgação dos atrativos, produtos e serviços do município; para ampliar fluxo turístico; para fortalecer turismo regional.

Como: deixar material promocional em pontos de circulação de turistas (hotéis, restaurantes, agências de turismo); promover o município junto aos empreendimentos de interesse.

Quem: Secretaria de Turismo.

Onde: municípios selecionados em regiões circunvizinhas.

Quando: ação continuada, início em novembro/2021.

Quanto: investimento em deslocamentos e material promocional.

Pré-requisitos: planejamento mercadológico.

Impactos, riscos ou desafios: desafio de manter bom fluxo e disponibilidade de material promocional; desafio de seleção dos locais para promoção.

Forma de avaliação / indicadores: número de pontos de promoção do município; pesquisa com visitantes sobre como ficou sabendo sobre o município.

Continuidade: avaliar resultados, adequar ações.

Nível de prioridade: 3.

Estratégia 9: Aprimoramento da infraestrutura local para suporte ao desenvolvimento do turismo

Ações estratégicas: 1. ampliar a capacidade de abastecimento de água e a rede de esgotamento sanitário; 2. aprimorar a coleta de lixo e a destinação de resíduos; 3. ampliar a capacidade de fornecimento de energia elétrica; 4. melhorar condições e sinalização dos acessos locais; 5. ampliar cobertura de telefonia celular.

Ação 1

O quê: ampliar a capacidade de abastecimento de água e a rede de esgotamento sanitário.

Por quê / Para quê: para melhorar a qualidade, a confiabilidade e a capacidade de fornecimento de água para toda a população residente e visitantes; para proteger a saúde e a qualidade de vida da população residente e visitante; para evitar riscos de apagão hídrico no município; para evitar comprometimento de atrativos turísticos por poluição.

Como: através da elaboração de projetos específicos, vinculados ao planejamento turístico.

Quem: Secretaria de Meio Ambiente + DMAE + Secretaria de Obras + Secretaria de Turismo + gabinete do prefeito.

Onde: município.

Quando: ação continuada. Demanda imediata e crescente.

Quanto: conforme projetos específicos (orçar).

Pré-requisitos: mapear necessidades e áreas estratégicas para intervenção.

Impactos, riscos ou desafios: risco de apagão hídrico em função da mudança climática global. Risco de interrupções no abastecimento em função da distribuição insuficiente diante do aumento da demanda turística.

Forma de avaliação / indicadores: capacidade de fornecimento de água; cobertura de rede de coleta e tratamento de esgotos; episódios de interrupção de fornecimento de água ao longo do ano; episódios de contaminação verificados no município.

Continuidade: acompanhar e aprimorar sistema.

Nível de prioridade: 2.

Ação 2

O quê: aprimorar a coleta de lixo e a destinação de resíduos.

Por quê / Para quê: para melhorar o aspecto da cidade; para evitar problemas de saúde; para reduzir impactos ambientais; para evitar comprometimento de atrativos turísticos.

Como: mediante elaboração de projetos e programas específicos; mediante campanhas de sensibilização e programas de redução, reutilização e reciclagem, em parceria com instituições diversas; através de ampliação e aprimoramento de equipamentos públicos de limpeza; intensificar ações de fiscalização pelo poder público; implementar coleta seletiva.

Quem: Secretaria de Meio Ambiente + Secretaria de Turismo + gabinete do prefeito.

Onde: município.

Quando: demanda imediata, ação periódica.

Quanto: conforme projetos específicos (orçar).

Pré-requisitos: mapear situação atual e pontos principais de intervenção.

Impactos, riscos ou desafios: desafio de aumentar frequência de coleta em locais de maior fluxo de visitantes; desafio de implementar coleta seletiva; desafio de criar consciência de redução de geração de resíduos e do descarte correto de embalagens.

Forma de avaliação / indicadores: volume de lixo recolhido; aspecto visual das ruas e logradouros públicos; existência de projetos, programas e campanhas sobre o tema.

Continuidade: manter acompanhamento, aperfeiçoar sistemas.

Nível de prioridade: 4.

Ação 3

O quê: ampliar a capacidade de fornecimento de energia elétrica.

Por quê / Para quê: para evitar apagões em função do aumento da demanda energética pelas atividades turísticas; para assegurar condições de instalação de novos empreendimentos no município; para garantir continuidade de fornecimento de energia para toda a população.

Como: planejar a ampliação da capacidade de fornecimento em função da perspectiva de crescimento da demanda turística; promover e incentivar a adoção, pelos empreendimentos turísticos, de fontes alternativas de geração de energia.

Quem: Secretaria de Turismo + COMTUR + gabinete do prefeito.

Onde: município.

Quando: até 2026.

Quanto: conforme projetos.

Pré-requisitos: estudo para alinhamento da perspectivas de demanda com o planejamento de expansão do fornecimento de energia.

Impactos, riscos ou desafios: riscos associados à crise hídrica / climática. Desafio de prever corretamente a demanda futura em função do turismo.

Forma de avaliação / indicadores: existência de estudos e planos para ampliação de capacidade de fornecimento de energia.

Continuidade: uso dos estudos e projetos para captação de recursos.

Nível de prioridade: 2.

Ação 4

O quê: melhorar condições e sinalização dos acessos locais.

Por quê / Para quê: para facilitar deslocamentos de moradores e visitantes; para evitar interrupções de tráfego e riscos à segurança de moradores e visitantes.

Como: realizar mapeamento de situação das vias; elaborar projeto para melhorias de trafegabilidade; elaborar projeto para aprimoramento da sinalização turística.

Quem: Secretaria de Turismo + Secretaria de Obras + gabinete do prefeito.

Onde: município (atrativos e empreendimentos turísticos).

Quando: início imediato, ação continuada. Sinalização completa até dezembro/2022. Acessos pavimentados até 2030.

Quanto: conforme estudos e projetos específicos.

Pré-requisitos: mapear pontos de intervenção.

Impactos, riscos ou desafios: impactos ambientais associados às vias; desafio de buscar recursos financeiros suficientes para realizar as obras.

Forma de avaliação / indicadores: existência da sinalização; correção da localização e das informações contidas na sinalização; avaliação periódica da situação das vias; existência dos estudos e projetos.

Continuidade: manutenção das vias; reparação e eventual ampliação da sinalização.

Nível de prioridade: 3.

Ação 5

O quê: ampliar cobertura de telefonia celular.

Por quê / Para quê: para melhorar a comunicação no município. Para melhorar a segurança de moradores e visitantes.

Como: através da instalação de mais torres (locais específicos).

Quem: Secretaria de Turismo + gabinete do prefeito.

Onde: município (locais específicos).

Quando: início imediato, conclusão até 2025.

Quanto: conforme estudos e projetos específicos.

Pré-requisitos: realizar estudos específicos junto às operadoras de telefonia.

Impactos, riscos ou desafios: impactos ambientais associados à instalação das estruturas necessárias. Desafio de viabilizar instalação junto às operadoras de telefonia. Devido ao tamanho do município (pouca população, ainda com baixo fluxo de visitantes).

Forma de avaliação / indicadores: ampliação da cobertura e melhoria do sinal.

Continuidade: melhoria do sinal.

Nível de prioridade: 1.

12.10. Orientações para implementação

Para assegurar que tudo o que foi planejado efetivamente ocorra, é necessário formular um plano para implementação do Plano Municipal de Turismo, ou seja, indicar os caminhos necessários para transformar a elaboração teórica em resultado prático.

O primeiro passo, depois da aprovação do Plano Municipal de Turismo pelo Conselho Municipal de Turismo, é a recomendação ao prefeito, pelo COMTUR, no sentido de **criar uma lei municipal específica**, para que possa surtir os efeitos legais necessários à sua aplicação. Outras ações são a **disseminação da informação** junto ao *trade* turístico e junto à comunidade, o **envolvimento dos demais agentes políticos** do município (vereadores, secretários, lideranças comunitárias e setoriais), a realização de **capacitações** específicas para

os públicos envolvidos, o estabelecimento de um **cronograma de implementação** e de um **sistema de acompanhamento e fiscalização** que assegure seu cumprimento e uma agenda de reuniões de **avaliação constante**, que permita fazer os ajustes eventualmente necessários no processo.

Para a aprovação da lei referente ao Plano de Turismo, encontra-se em anexo um **modelo a ser adaptado e encaminhado para a Câmara Municipal de Vereadores**. Cabe à Secretaria de Turismo fazer a articulação política necessária para garantir sua aprovação.

Para a disseminação da informação junto ao *trade* e à comunidade, recomenda-se a utilização de uma **versão sintética do Plano**, a ser distribuída por via impressa e por meio eletrônico. Esse material deverá ater-se aos pontos principais do Plano, quais sejam: origens e justificativa, objetivos, estrutura básica, apresentação dos pressupostos básicos de elaboração, da situação encontrada e das definições conceituais (negócio, vocação turística, missão, visão, princípios), apresentação sucinta das estratégias e ações.

As capacitações para os agentes envolvidos na implementação do Plano deverão acontecer assim que possível. É importante que todos os que trabalham ou trabalharão mais diretamente ligados à sua implementação tenham pleno conhecimento sobre seu conteúdo e estrutura, para que possam auxiliar na realização das ações previstas. Nesse sentido, é fundamental **estabelecer a governança responsável** por essa implementação, se estará a cargo da Secretaria de Turismo, do COMTUR ou de outra instituição ou fórum específico. Importante que essa governança tenha mobilidade, agilidade, capacidade de captação e alocação de recursos, capacidade gestora, confiabilidade e bom trânsito com toda a sociedade. Cabe a essa mesma governança estabelecer um cronograma de implementação das ações, a partir dos prazos e níveis de prioridade associados a cada ação prevista no Plano. As ações planejadas neste relatório são aquelas vinculadas às estratégias propostas. Outras estratégias e ações podem ser acrescentadas, se o grupo gestor entender como necessárias. Há que se fazer também o planejamento mais ligado à execução das ações, detalhando tarefas para os níveis tático (gerencial) e operacional. Por fim, é imprescindível que haja uma **pessoa, grupo de trabalho ou departamento** responsável pelo acompanhamento e fiscalização da execução do Plano, tanto no sentido de garantir que esteja acontecendo sua implementação, quanto no sentido de auxiliar nos arranjos necessários para que a mesma aconteça.

12.11. Plano de Comunicação: diretrizes iniciais

O Plano Municipal de Turismo precisa de um Plano de Comunicação específico, para que todos os públicos possam conhecer seu conteúdo e auxiliem em sua implementação. Não é objetivo deste trabalho detalhar tal plano, mas é fundamental que apresente algumas diretrizes para sua elaboração, a saber:

- a. **Identificação de todos os públicos com os quais o turismo interage:** empreendedores e trabalhadores que atuam na cadeia produtiva do turismo e na cadeia produtiva associada ao turismo, investidores, instituições parceiras, municípios parceiros, políticos ligados ao município e à região, lideranças comunitárias locais e regionais, agentes de viagens, gestores turísticos, promotores de eventos, agentes de fomento ao desenvolvimento, instituições de ensino, instituições financeiras, organizações da sociedade civil, entidades setoriais, entre outros, devem ser informados da existência do Plano de Turismo e, desde o princípio, serem solicitados a colaborar para sua implementação;
- b. **Comunicação em linguagem acessível aos diversos públicos** (transposição didática): é recomendável que sejam feitas as devidas adequações de linguagem para que o Plano de Turismo possa ser bem compreendido por todos os públicos com os quais se relaciona;
- c. **Utilização dos canais mais adequados para alcançar cada público:** conforme o público a ser alcançado, deve-se selecionar o canal que proporcione melhor comunicação e interação com aquele público. Em alguns casos, a melhor forma é presencial. Em outros, é mediante o envio de documento impresso. Para outros, a comunicação via *internet* é a mais produtiva;
- d. **Apresentação para o *trade* turístico e cadeias produtivas associadas ao turismo:** esse é o primeiro público para o qual deverá ser apresentado o Plano de Turismo, pois são os atores mais diretamente envolvidos, os responsáveis mais diretos por fazer com que o Plano possa ser implementado. A obtenção da aprovação, do comprometimento e do envolvimento desse público com o Plano é fundamental para seu sucesso. A apresentação para esse público pode demandar a produção de

materiais específicos, como resumos, *banners*, cronogramas, cartilhas e outras formas de detalhamento das ações previstas;

- e. **Criação de materiais promocionais para atuação junto aos mercados desejados:** o Plano de Turismo pode e deve ser utilizado como forma de promover o turismo local junto aos seus mercados de interesse, seja no sentido comercial (trade turístico, eventos, reuniões), seja no sentido político (busca de recursos, proposição de parcerias, apresentações de caráter institucional). Portanto, também nessas ocasiões é importante dispor de materiais específicos para cada situação e público;
- f. **Alinhamento das ações de comunicação com as esferas regional, estadual e federal:** importante acompanhar as formas pelas quais as demais instâncias de gestão do turismo promovem suas ações, de modo a estar alinhado com tais iniciativas. É uma boa maneira de reforçar a mensagem que se quer passar, inclusive, eventualmente, poupando recursos, uma vez que outra instância já está realizando determinado trabalho;
- g. **Alinhamento entre todas as áreas de atuação do poder público municipal:** no município, toda a gestão pública deve falar a mesma linguagem em relação ao turismo. Dado seu caráter multi e interdisciplinar, o turismo perpassa todas as áreas da administração pública, funcionando como tema transversal. Assim, secretários, coordenadores, vereadores e demais lideranças precisam conhecer o Plano de Turismo e, ao planejar e realizar as ações específicas de suas áreas, sempre levar em conta o que está disposto em relação ao turismo municipal;
- h. **Treinamento para todos os atendentes e profissionais que prestem informações turísticas no município:** a comunidade morrinhense precisa ser informada sobre a existência e o conteúdo do Plano de Turismo. Como grandes interessados, posto que afetará suas vidas de alguma maneira, é importante que saibam o que acontece e qual seu papel no processo de desenvolvimento turístico local. Mais especificamente, devem ser capacitados todos os que têm alguma relação com o público visitante, como atendentes de lojas e postos de combustíveis e prestadores de serviços diversos. Outra ação importante é levar o Plano de Turismo ao conhecimento dos profissionais da educação do município e aos estudantes, através da implementação da disciplina de Turismo nas escolas locais;

- i. **Vinculação a um Plano de Marketing Turístico Municipal:** a comunicação é um dos aspectos fundamentais e estratégicos para o sucesso de um Plano de Turismo. Portanto, mais do que apenas apresentar o que foi feito, é importante elaborar todo um planejamento mercadológico para o turismo municipal, onde, de forma profissional, serão delineadas as melhores estratégias para cada aspecto envolvido nas relações de Morrinhos do Sul com os diversos agentes do mercado. Esse plano de *marketing* deverá, inclusive, sinalizar a necessidade de recursos financeiros para cada ação prevista e estabelecer a devida programação para sua implementação.

12.12. Indicadores de sustentabilidade do turismo

Para saber se as estratégias e ações colocadas em prática estão funcionando, é preciso medir resultados, verificar situações. A partir dessas **medições e verificações**, são construídos indicadores, que servirão como guia para **compreender a dinâmica e o desempenho** dos aspectos e elementos que integram o sistema (no caso, o turismo).

Há diversos indicadores que podem ser utilizados. Para efeitos deste trabalho, a equipe consultora optou-se por recomendar a adoção de um conjunto de indicadores baseado no trabalho de Frederico Hanai, que desenvolveu em 2009 o **SISDTur, Sistema de Indicadores de Sustentabilidade para o Desenvolvimento do Turismo**. Nesse sistema, não há a construção de um índice geral de sustentabilidade, por exemplo. Ao invés disso, **o modelo analisa cada aspecto envolvido no desenvolvimento local do turismo, de modo a servir como referencial para análise pontual de cada aspecto e situação**. O trabalho de Hanai traz a aplicação de indicadores para atividades privadas e públicas relacionadas ao turismo. Neste Plano de Turismo, optou-se por utilizar apenas **aqueles que envolvem a gestão pública**, em função de ser um planejamento voltado à gestão do turismo municipal.

Hanai propõe a utilização de **seis dimensões associadas ao turismo: ambiental, cultural, social, econômica, turística e institucional**. A cada dimensão, estão associados descritores, ou seja, **elementos que ajudam a compreender e avaliar o desempenho de determinado aspecto** da atividade turística. Cada descritor tem **perguntas associadas** a ele, cujas respostas ajudam a mapear a situação daquela dimensão específica do desenvolvimento turístico local.

a. Dimensão ambiental

Descritor 1 – consumo e qualidade da água: volume mensal de água consumida pelos turistas; nº de estabelecimentos turísticos com programas de redução de consumo, desperdício e reuso de água e percentual relativo ao total de estabelecimentos turísticos; existência de políticas, planos ou programas específicos de redução de consumo de água no município; nº de estabelecimentos turísticos com monitoramento de qualidade de água (abastecimento e lazer aquático); percentual relativo ao total de estabelecimentos turísticos e periodicidade.

Descritor 2 – geração e manejo dos resíduos sólidos: volume ou peso mensal de resíduos sólidos gerados por turistas; percentual de resíduos sólidos com destino a aterros sanitários em relação ao total; existência de programas específicos de redução de resíduos sólidos no município; nº de estabelecimentos turísticos com programas e percentual relativo ao total de estabelecimentos turísticos; nº de estabelecimentos turísticos com coleta seletiva de resíduos sólidos e processos de reciclagem e percentual relativo ao total de estabelecimentos turísticos; volume ou peso mensal de resíduos sólidos reciclados e percentual relativo ao total de resíduos; existência de programas de manejo de resíduos perigosos: resíduos de serviços de saúde, industriais, etc.

Descritor 3 – consumo de energia elétrica: energia elétrica consumida pelos turistas por mês; existência de programas específicos de redução de consumo de energia elétrica no município; nº de estabelecimentos turísticos com estes programas e percentual relativo ao total de estabelecimentos turísticos.

Descritor 4 – tratamento de esgotos: existência de sistema de coleta e estação de tratamento de esgotos; nº de estabelecimentos turísticos com processos de tratamento de esgotos (fossas) ou com sistema de coleta de esgotos para estação de tratamento e percentual relativo ao total de estabelecimentos turísticos; percentual de esgotos com tratamento em relação ao total.

Descritor 5 – áreas naturais preservadas: superfície da área natural preservada, recuperada ou em processo de recuperação e percentual relativo ao total.

Descritor 6 – melhoria da qualidade do ar: existência de iniciativas de monitoramento e de programas de melhoria da qualidade do ar; nº de estabelecimentos turísticos com programas ou instalações para melhoria da qualidade do ar e percentual relativo ao total de estabelecimentos turísticos.

Descritor 7 – iniciativas de educação e interpretação ambiental e cultural: nº de iniciativas ou programas desenvolvidos de educação ambiental num período; nº de participantes envolvidos no programa do setor de turismo.

Descritor 8 – implementação da Agenda 21 ou Plano de Desenvolvimento Sustentável: existência de iniciativas de implementação da Agenda 21 e plano de desenvolvimento sustentável.

Descritor 9 – certificação ambiental e/ou turística: nº de estabelecimentos turísticos com certificação ambiental e/ou turística emitidas por entidade oficial e percentual relativo ao total de estabelecimentos turísticos.

Descritor 10 – capacidade administrativa de gestão ambiental: nº de entidades e instituições registradas no município; nº de participantes por entidade/classe/associação; órgão responsável ou equipe gestora da gestão ambiental municipal.

b. Dimensão cultural

Descritor 11 – valorização dos produtos típicos locais: nº de estabelecimentos turísticos com oferta de produtos típicos locais; nº de produtos típicos locais por tipologia e percentual relativo ao total de produtos ofertados.

Descritor 12 – conservação de bens patrimoniais históricos e culturais: nº de bens patrimoniais, arquitetônicos, arqueológicos e históricos em bom estado de conservação e percentual relativo ao total de bens existentes; nº de bens patrimoniais, arquitetônicos, arqueológicos e históricos utilizados pelo turismo e percentual relativo ao total de bens existentes.

Descritor 13 – valorização da cultura tradicional local: nº de eventos populares tradicionais e festividades de manifestações culturais típicas realizadas no ano; nº de organismos, instituições e artistas cadastrados da cultura tradicional; nº de programas de resgate, promoção e manutenção da cultura tradicional local.

c. Dimensão social

Descritor 14 – Inserção socioeconômica de residentes locais: nº de residentes locais empregados nos estabelecimentos turísticos e percentual de ocupação nos postos de trabalho; nº de estabelecimentos turísticos com proprietários e

empresários locais e percentual relativo ao total de estabelecimentos turísticos; nº total de cursos de capacitação treinamento profissional oferecidos aos residentes locais e nº total de participantes por ano; nº total de residentes com capacitação turística e percentual relativo ao total de funcionários.

Descritor 15 – empregabilidade no setor turístico: nº de empregos fixos; nº de empregos temporários do setor turístico; percentual de empregos fixos em relação ao total de empregos no setor; percentual de empregos temporários em relação ao total de empregos no setor; relação entre empregos fixos e temporários no setor.

Descritor 16 – satisfação dos residentes locais: proporção entre o nº de turistas e o nº de residentes locais; percentual de residentes satisfeitos em relação ao total de residentes entrevistados e grau de satisfação/aceitação média atribuída pelos residentes locais; existência de planos, programas e projetos sociais envolvendo residentes locais e articulados com o desenvolvimento turístico.

d. Dimensão econômica

Descritor 17 – renda gerada pelo setor turístico: montante de renda gerada pelo turismo por temporada e percentual relativo ao total; contribuição percentual das rendas individuais dos estabelecimentos turísticos – distribuição de renda.

Descritor 18 – longevidade dos estabelecimentos turísticos: idade de cada estabelecimento turístico e idade média dos estabelecimentos turísticos.

Descritor 19 – disponibilidade de funcionamento de estabelecimentos turísticos: nº de estabelecimentos turísticos em funcionamento em finais de semana e feriados.

Descritor 20 – novos estabelecimentos turísticos: nº de novos estabelecimentos, empreendimentos e produtos turísticos abertos no ano.

Descritor 21 – investimentos públicos no setor turístico: valores de investimentos públicos em turismo no ano em conservação de infraestruturas específicas, bens patrimoniais históricos, arquitetônicos, eventos culturais tradicionais, benfeitorias ambientais; percentual por área de investimento relativa ao total; proporção entre o valor arrecadado pela atividade turística e o total investido em turismo no ano.

Descritor 22 – gastos do turista: valores dos gastos médios diários dos turistas durante estada na região / localidade.

e. Dimensão turística

Descritor 23 – capacidade total de alojamento: nº total de leitos e acomodações em meios de hospedagem; nº de leitos e acomodações por tipos de hospedagem; percentual de leitos por tipologia em relação à capacidade total.

Descritor 24 – capacidade de restauração: nº total de restaurantes e meios de alimentação; nº de restaurantes por tipologia e percentual relativo ao total; nº total de restaurantes com oferta gastronômica típica local e percentual do total.

Descritor 25 – capacidade dos meios de transporte: nº total de empresas e serviços de transportes; nº de empresas e serviços de transportes por tipologia e percentual relativo ao total.

Descritor 26 – recursos turísticos existentes e potenciais: nº total de atrativos e atividades turísticas ofertadas como produto turístico; nº de atrativos e atividades turísticas por tipologia e percentual relativo ao total; nº de atrativos e atividades turísticas potenciais / complementares e percentual relativo ao total.

Descritor 27 – capacidade de oferta de serviços turísticos receptivos: nº de agências e serviços de turismo receptivo; nº de guias turísticos locais cadastrados e credenciados; nº de postos e centros de informação turística.

Descritor 28 – investimentos em turismo: existência de linhas de crédito disponíveis específicas de turismo para investimentos.

Descritor 29 – sazonalidade turística: nº de estabelecimentos com programas e estratégias que lidem com a sazonalidade turística.

Descritor 30 – acessibilidade: nº de estabelecimentos turísticos com facilidades para mobilidade de pessoas com dificuldades de locomoção e/ou outras necessidades especiais e percentual relativo ao total de estabelecimentos turísticos.

Descritor 31 – registro e controle de visitação: nº de estabelecimentos turísticos com sistemas de registro e controle da visitação e percentual relativo ao total de estabelecimentos turísticos.

Descritor 32 – visitas orientadas com programas de interpretação ambiental e cultural: nº de estabelecimentos turísticos com programas de interpretação ambiental e/ou cultural e percentual relativo ao total de estabelecimentos turísticos.

Descritor 33 – quantidade de turistas: nº de turistas recepcionados num período de temporada específica; nº e percentual de ocupação de leitos em meios de hospedagem em temporadas específicas.

Descritor 34 – segurança turística: nº de incidentes e acidentes envolvendo turistas / visitantes por ano.

Descritor 35 – fidelização, satisfação e repetição do turista: grau de satisfação do turista; nº de repetições do turista de viagens na região / localidade; nº de turistas que repetem a visita e percentual relativo ao total de turistas entrevistados.

Descritor 36 – demanda turística: perfil dos turistas (procedência, frequência de viagens, preferências, equipamentos turísticos usuais, companhias em viagens); avaliação do turista sobre infraestrutura serviços e equipamentos turísticos.

Descritor 37 – zoneamento paisagístico e normas de edificação turística: existência de regulamentos e controle para ocupação e uso do solo em áreas turísticas e de instrumentos regulatórios para construção e reforma de edificações e espaços turísticos com critérios de adaptação e harmonia paisagística com elementos e características locais.

f. Dimensão institucional

Descritor 38 – participação social no processo de desenvolvimento turístico: nº de eventos de consulta, reuniões, fóruns, assembleias realizadas no ano com a participação social no processo de desenvolvimento turístico; nº de participantes por evento.

Descritor 39 – comunicação social de decisões e resultados do setor turístico: existência de meios de comunicação e disponibilização dos resultados de decisões sobre o desenvolvimento turístico e dos relatórios de avaliação turística obtidos pela aplicação do SISDTUR.

Descritor 40 – planejamento do turismo no município: existência de um processo específico de planejamento municipal do desenvolvimento do turismo (Plano Municipal de Turismo).

Descritor 41 – conscientização do turismo sustentável: existência de programas de educação e conscientização sobre turismo sustentável envolvendo a comunidade local / frequência de aplicação dos programas.

Descritor 42 – articulação e integração do planejamento turístico a outros setores municipais: existência de integração do planejamento territorial e dos planos de gestão ambiental com o desenvolvimento turístico; existência de meios para controle de avanços e especulação imobiliária.

Descritor 43 – planejamento do turismo regional: existência de integração entre a planificação do desenvolvimento turístico com o processo de planejamento regional de turismo.

Descritor 44 – organização social do desenvolvimento turístico: nº de entidades e associações representativas das classes de turismo atuantes nos processos decisórios de desenvolvimento turístico; nº de participantes por entidade / associação / classe.

Descritor 45 – capacidade de gestão turística municipal: existência de estruturas organizacionais e administrativas específicas em turismo (órgão responsável ou equipe gestora do ordenamento e planejamento do desenvolvimento sustentável do turismo, Conselho de Turismo, secretaria ou departamento de turismo); nº de participantes e de gestores de turismo.

Descritor 46 – capacidade de monitoramento do turismo sustentável: existência de equipe tecnicamente preparada para aplicação do SISDTUR.

Para além das questões propostas pelo SISDTur, cabe acrescentar alguns **outros fatores de análise** do desenvolvimento do turismo no sentido de determinar seu nível de sustentabilidade ou insustentabilidade em um dado lugar. Um deles é um cálculo mais apurado do **impacto do turismo sobre a economia local**, bem como da **interação da atividade turística com as demais atividades econômicas** do município. O turismo, via de regra, tem um grande papel como indutor, dinamizador e potencializador do desenvolvimento local. Portanto, é muito importante calcular esse impacto e a extensão de alcance do turismo na vida socioeconômica da localidade aonde ele acontece.

Outro fator que merece atenção especial diz respeito às **alterações na paisagem** provocadas pela expansão da atividade turística. Enquanto algumas alterações são bem-

vindas e contribuem para aumentar a atratividade do lugar, outras podem, até mesmo, descaracterizar todo um cenário, comprometendo o imaginário mercadológico a ele relacionado e tornando-o menos atrativo ao visitante.

Também cabe destacar a importância da proteção integral dos pontos estratégicos do meio natural que **asseguram a estabilidade climática e ambiental** do lugar, que mantêm o ecossistema e garantem as condições de habitabilidade do território. Nesse sentido, é fundamental ter a **compreensão da dinâmica ambiental** desse território e mapear seus pontos críticos de sustentação, para que o anseio pelo “progresso” não faça desaparecer justamente aquilo que não tem preço e não pode ser recuperado nem substituído por qualquer ganho financeiro que eventualmente possa ser gerado a partir de sua supressão.

12.13. Política Municipal de Turismo

A Política Municipal de Turismo é um **instrumento legal** que estabelece o papel do Poder Público Municipal na gestão do turismo e define pressupostos que fundamentam as políticas, programas, projetos e ações formuladas e executadas pela Prefeitura Municipal, com a participação da sociedade, no campo do turismo. É fundamental que a Política **reflita os anseios da cadeia produtiva do turismo** e proporcione condições para sua integração com a cadeia produtiva associada ao turismo, ao mesmo tempo em que **respeita os interesses da comunidade e contribui para a realização de ações em prol do desenvolvimento sustentável** do município e da região. O texto base da Política Municipal de Turismo deve ser debatido e construído junto ao Conselho Municipal de Turismo e ser apresentado à sociedade por meio de audiências públicas ou reuniões setoriais.

A Política de Turismo tem por base a Política Nacional de Turismo e o Plano Municipal de Turismo, sem, no entanto, apresentar o mesmo nível de detalhamento acerca da caracterização do território, da situação encontrada e da realização das ações. Sua função é mais **política e normativa**, definindo os limites e possibilidades associados ao desenvolvimento turístico desejado para o município. Dentre outros temas, cabe à Política Municipal de Turismo **estabelecer a forma como o município age diante de determinadas situações** inerentes ao funcionamento do turismo, como, por exemplo: permissão de instalação de sinalização ou estruturas turísticas, uso de espaços e recursos públicos, acesso

a programas e projetos, exigências específicas para atuação em determinada atividade, formas de financiamento da atividade turística municipal, critérios prioritários para investimentos em turismo, incentivos ou facilidades proporcionadas pelo município em relação ao desenvolvimento do turismo local, participação do poder público na governança local e regional do turismo, entre outros tópicos.

São elementos constituintes da Política Municipal de Turismo as definições sobre:

- a. **A conceituação do turismo e seus termos associados:** é importante ter claro o conceito e significado dos termos utilizados de forma recorrente ao longo do texto, para facilitar a compreensão do assunto e demonstrar, logo de início, o entendimento que o município tem sobre o tema;
- b. **Os pressupostos e objetivos do turismo municipal:** toda política tem uma finalidade, um propósito. É importante declarar tais propósitos, deixar claros os objetivos, para que todos os que lerem o texto saibam o que o município espera e pretende em termos de desenvolvimento turístico;
- c. **Os impactos e resultados esperados para o município:** aqui, o município deve demonstrar seu conhecimento acerca dos impactos, da forma como o turismo deverá afetar a vida da comunidade, e sobre suas expectativas em relação à atividade. Também aqui o município precisa informar sobre sua visão e postura, sobre a maneira como pretende lidar com a prevenção, mitigação ou reparação de tais impactos;
- d. **A estruturação local para o turismo:** neste tópico, além de descrever sucintamente a maneira como o município está organizado ou pretende organizar-se para desenvolver o turismo, podem ser relacionadas as demandas e pretensões a respeito do tema;
- e. **O funcionamento e regulamentação do turismo no município:** uma das funções primordiais da Política de Turismo é estabelecer “as regras do jogo” para o desenvolvimento local do turismo. Aqui, devem ficar claras, além da estrutura de organização e governança do turismo municipal, as permissões, restrições e proibições referentes ao turismo no município, desde a delimitação das áreas que se pretende abrir ou fechar para o turismo até a postura esperada em relação aos profissionais locais e externos que atuem no município, por exemplo;



- f. **A forma de desenvolvimento e financiamento das atividades turísticas:** neste outro tópico, cabe a definição de como o município entende e pretende realizar o desenvolvimento do turismo local, se serão concedidos incentivos, se haverá algum tipo de taxa para financiar a atividade, qual a importância do turismo no orçamento do município, entre outras especificidades de funcionamento do turismo local;
- g. **A sustentabilidade no turismo:** imprescindível inserir na Política de Turismo a questão da sustentabilidade. Especialmente em um município em que a natureza ocupa papel de destaque em relação ao potencial turístico, é fundamental deixar claros os limites seguros de atuação, para que o turismo possa beneficiar-se do meio natural e cultural e, ao mesmo tempo, servir como guardião desse imenso e valioso patrimônio socioambiental;
- h. **As relações com o mercado:** neste item, são apresentados os interesses e as interações do município em suas ações mercadológicas. Questões como imagem, identidade, linhas de ação comercial, tipo de publicidade pretendida, tudo isso é delimitado e apresentado como norteador das ações que envolvam os mais diversos públicos e mercados relacionados ao turismo municipal.

Outros tópicos podem ser agregados ou mais detalhados. Uma vez aprovado o texto da Política Municipal de Turismo junto ao colegiado específico (COMTUR), a **proposta deve ser encaminhada ao departamento jurídico competente para revisão e transformação em projeto de lei**. A seguir, o projeto deve ser enviado para apreciação e aprovação na Câmara Municipal de Vereadores. No **Anexo 3**, encontra-se um texto-base para elaboração da Política Municipal de Turismo de Morrinhos do Sul

13. Considerações finais

O Plano Municipal de Turismo de Morrinhos do Sul origina-se nas preocupações manifestadas pela Secretaria Municipal de Turismo acerca da necessidade de ampliação das ações turísticas no município e de adequação ao Sistema Nacional de Turismo, sob responsabilidade do Ministério do Turismo do Brasil. O Plano de Turismo consiste numa **ferramenta de gestão**, onde encontram-se registradas as **expectativas e pretensões do município sobre o turismo**, suas condições objetivas para desenvolvimento da atividade e as **estratégias e ações** visualizadas para atingir os objetivos desejados. Em conjunto com a existência da Secretaria de Turismo, do COMTUR e do Fundo de Turismo, o Plano constitui um dos pilares do **Sistema Municipal de Turismo**, referencial para busca de recursos, estabelecimento de parcerias, participação em eventos específicos e mais uma série de benefícios que só são disponibilizados aos municípios que trabalham com seriedade o seu desenvolvimento turístico.

O Plano de Turismo de Morrinhos do Sul alinha-se com as determinações do Plano Nacional de Turismo vigente, que, por sua vez, alinha-se com a visão global sobre como o turismo deve ser conduzido para contribuir efetivamente para o desenvolvimento sustentável local e mundial. Preocupações com os aspectos sociais, culturais, econômicos, políticos e ambientais permeiam as ações previstas no Plano, numa **visão integradora, sistêmica e multidisciplinar**, ainda que prática, objetiva e factível. A simples existência do Plano de Turismo, entretanto, não garante sucesso na empreitada. Há que se trabalhar muito para que as ações previstas tornem-se reais, para que os objetivos sejam atingidos e os resultados, alcançados. Demanda muito esforço e cooperação, muita paciência e proatividade. Embora ligado ao Poder Público, não pertence exclusivamente a ele, não devendo ser parte de qualquer projeto político. Não pode ser responsabilidade de uma pessoa ou grupo apenas, mas tarefa comum de toda a sociedade na busca por um turismo qualificado e que traga o resultado desejado: **um turismo forte, bem estruturado, responsável, que gere benefícios a toda a comunidade e contribua de maneira exemplar para o desenvolvimento sustentável do município e de sua região.**

O turismo é feito da soma de muitos elementos: **atrativos, pessoas, acessos, estruturas, interações, comunicação, planejamento** e, além disso, três aspectos

imprescindíveis, que são a **vontade, o cuidado e a alma do lugar**. Morrinhos do Sul reúne plenas condições para alcançar o sucesso turístico. Tem todos os elementos: atrativos naturais e culturais, um fluxo inicial de visitantes e um pequeno número de moradores envolvidos com o turismo, tem localização privilegiada e bom acesso aos atrativos e empreendimentos, já dispõe de algumas estruturas para uso turístico, tem um clima de hospitalidade, tranquilidade e urbanidade que agrada muito a quem chega, realiza atividades que proporcionam uma agradável interação do visitante com o território visitado, consegue passar uma imagem positiva e convidativa a quem deseja conhecer o lugar. Agora, elabora seu Plano de Turismo e sua Política Municipal de Turismo, ferramentas importantes para a adequada gestão da atividade. Com isso, demonstra que tem muita vontade de fazer acontecer, tanto por parte do poder público quanto por parte da comunidade e dos empreendedores locais. Basta que acredite em seu potencial, que **siga as proposições do plano** elaborado, que **respeite os limites da sustentabilidade**, que aja com **precaução e cuidado** e que seja **fiel à sua essência**, à sua **identidade**, a tudo que representa a própria **alma** do lugar. Acima de tudo, que consiga **superar eventuais diferenças** e conflitos, de modo a **seguir unida e forte** rumo a um futuro que, pelo que se pode antever, desenha-se bastante promissor para todo o povo morrinhense.

Referências bibliográficas

BARRETTO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Campinas, SP: Papyrus, 1995 (Coleção Turismo).

BARRETTO, Margarita. **Planejamento e organização do turismo**. 7ª Ed. – Campinas, SP: Papyrus, 1991 (Coleção Turismo).

BELLEN, Hans Michael van. **Indicadores de sustentabilidade: uma análise comparativa**. 2ª Ed. Rio de Janeiro, RJ: Editora FGV, 2006.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2018-2022: mais emprego e renda para o Brasil**. Brasília, DF: MTur, 2017.

Confederação Nacional de Municípios – CNM. **Turismo em 360 – Planejando o turismo no seu município**. Brasília: CNM, 2018.

DIAS, Reinaldo. **Planejamento do Turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2003.

HANAI, F. Y. **Sistema de Indicadores de Sustentabilidade: uma aplicação ao contexto de desenvolvimento do turismo na região de Bueno Brandão, estado de Minas Gerais, Brasil**. Tese (doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Engenharia Ambiental – Escola de Engenharia de São Carlos (EESC) – Universidade de São Paulo (USP), São Carlos, SP, 2009.

IRVING, Marta de Azevedo; AZEVEDO, Julia. **Turismo: o desafio da sustentabilidade**. São Paulo: Futura, 2002.

LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo Cesar. **Turismo na economia**. São Paulo: Aleph, 2004 (Coleção ABC do Turismo).

LEMOS, Leandro de. **Turismo – Que Negócio é Esse? – Uma análise da economia do turismo**. 3ª Ed. rev. e atual. Campinas, SP: Papyrus, 2001 (Coleção Turismo).

LINDBERG, Kreg; HAWKINS, Donald E. (org.). **Ecoturismo: um guia para planejamento e gestão**. 2ª Ed. – São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 1999.

MACHADO, Álvaro. **Ecoturismo – um produto viável: a experiência do Rio Grande do Sul**. Rio de Janeiro: Ed. SENAC Nacional, 2005.

MOLINA E., Sergio. **Turismo y ecologia**. 6ª Ed. – México: Trillas, 1998 (reimp. 2002).

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento Estratégico: conceitos, metodologia e práticas**. 13ª Ed. – São Paulo: Atlas, 1999.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO. **Guia de Desenvolvimento do Turismo Sustentável** (trad. Sandra Netz). Porto Alegre, RS: Bookman, 2003.

PETROCCHI, Mario. **Turismo: planejamento e gestão**. São Paulo: Futura, 1998.

PIMENTEL, Thiago Duarte; EMMENDOERFER, Magnus Luiz; TOMAZZONI, Edegar Luis (org.). **Gestão Pública do Turismo no Brasil: teorias, metodologias e aplicações**. Caxias do Sul, RS: EDUCS, 2014.

TRIGUEIRO, André. **Cidades e Soluções: como construir uma sociedade sustentável**. Rio de Janeiro: LeYa, 2017.

TYLER, Duncan; GUERRIER, Yvonne; ROBERTSON, Martin (org.). **Gestão de turismo municipal**. 2ª Ed. – São Paulo: Futura, 2001.

World Energy Council. World Energy Scenarios: **The Grand Transition**. London, UK: World Energy Council, 2016.

Sítios eletrônicos

BRASIL. Ministério do Turismo. **Embratur**. Disponível em: <http://www.embratur.gov.br/>.

<http://www.turismo.gov.br/>

https://blog.venturas.com.br/tendencias-pos-pandemia-no-turismo-apontam-para-turismo-de-natureza/?fbclid=IwAR3hOPTqDjlvGWJF06reiHa0Vg35wODDjLQ_eJeDctJfm_G4GNit2No3xwW

<https://canionsdosul.org/>

<https://morrinhosdosul.rs.gov.br/>

<https://nacoesunidas.org/pos2015/>

<https://nacoesunidas.org/um-novo-normal-onu-estabelece-roteiro-para-estimular-economias-e-salvar-empregos-apos-covid-19/?fbclid=IwAR2A9UGrNN3q79VgJBKgyuK6O7WgBI5wZKUMyeHp7-ZdJGfKIDdKpFnSS04>

https://noticias.r7.com/internacional/turquia-prepara-plano-baseado-em-132-criterios-para-reativar-turismo-10052020?fbclid=IwAR0GSrzvk9iH62zZ1L-wMZJjdNKDVBE8uUnKaK5yHUSZ-xPM_ve7zFnW6eQ

<https://www.unwto.org/es>

ANEXOS

ANEXO 1

Minuta Lei de Instituição do Plano Municipal de Turismo

LEI MUNICIPAL Nº XXXX, DE XX DE OUTUBRO DE 2021.

INSTITUI O PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE MORRINHOS DO SUL.

Eu, Marcos Venícios Evaldt da Silveira, prefeito municipal de Morrinhos do Sul, faço saber que a Câmara Municipal de Vereadores aprovou e eu sanciono e promulgo o seguinte:

Art. 1º - É instituído o Plano Municipal de Turismo constante no anexo, parte integrante desta lei, o qual contém a proposta para o turismo do município de Morrinhos do Sul, definindo as diretrizes, os objetivos e as estratégias, em conformidade com o Plano Nacional de Turismo.

Art. 2º - É de competência do Conselho Municipal de Turismo (COMTUR) proceder ao acompanhamento e às avaliações periódicas do Plano Municipal de Turismo para sua implantação e operacionalização.

Parágrafo único – O Plano Municipal de Turismo de Morrinhos do Sul terá validade de 5 (cinco) anos, a contar de 1º de novembro de 2021. Em futuras revisões, esse prazo 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 dos canais competentes, visando a participação no acompanhamento de sua execução.

Art. 4º - Esta Lei será regulamentada por decreto, no que couber.

Art. 5º - Revoga-se toda disposição em contrário.

Art. 6º - Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

GABINETE DO PREFEITO MUNICIPAL DE MORRINHOS DO SUL, aos xx dias de outubro de dois mil e vinte e um.

MARCOS VENÍCIOS EVALDT DA SILVEIRA

Prefeito Municipal



ANEXO 2

Instrumento de coleta de dados – Visitas a empreendimentos

FICHA DE AVALIAÇÃO DE ATRATIVOS E POTENCIALIDADES – PLANO DE TURISMO

ATRATIVO: _____

Características:

- | | | |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> Natural / paisagístico | <input type="checkbox"/> Cultural | <input type="checkbox"/> Temático |
| <input type="checkbox"/> Histórico | <input type="checkbox"/> Científico | <input type="checkbox"/> Empreendimento |
| <input type="checkbox"/> Área pública | <input type="checkbox"/> Área privada | <input type="checkbox"/> Unidade de Conservação |
| <input type="checkbox"/> Local com potencial | <input type="checkbox"/> Já é utilizado para turismo | <input type="checkbox"/> Produto turístico vinculado |
| <input type="checkbox"/> Integra roteiro turístico | <input type="checkbox"/> Controle de acesso | <input type="checkbox"/> Cobrança de ingresso |
| <input type="checkbox"/> Estrutura insuficiente | <input type="checkbox"/> Estrutura adequada | <input type="checkbox"/> Estrutura inexistente |
| <input type="checkbox"/> Aberto ano todo | <input type="checkbox"/> Somente temporada | <input type="checkbox"/> Temporada e FDS |
| <input type="checkbox"/> Apenas uso diurno | <input type="checkbox"/> Apenas uso noturno | <input type="checkbox"/> Uso em tempo integral |
| <input type="checkbox"/> Plano de uso vigente | <input type="checkbox"/> Plano de uso não vigente | <input type="checkbox"/> Sem plano de uso |
| <input type="checkbox"/> Sinalização para acesso | <input type="checkbox"/> Sinalização local | <input type="checkbox"/> Fácil acesso |

Público Frequentador:

- Comunidade local Temporada Visitantes Turistas Eventos

Experiências Associadas ao Atrativo:

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> Trilhas / caminhadas | <input type="checkbox"/> Recreação / lazer | <input type="checkbox"/> Atividade cultural |
| <input type="checkbox"/> Pesquisa / estudo | <input type="checkbox"/> Contemplação / descanso | <input type="checkbox"/> Festa / show / diversão |
| <input type="checkbox"/> Práticas esportivas | <input type="checkbox"/> Vivência gastronômica | <input type="checkbox"/> Vivência sensorial |
| <input type="checkbox"/> Prática profissional | <input type="checkbox"/> Ecoturismo | <input type="checkbox"/> Aventura |
| <input type="checkbox"/> Turismo rural | <input type="checkbox"/> Religiosidade | <input type="checkbox"/> Compras |
| <input type="checkbox"/> Interação com população local | | <input type="checkbox"/> Conhecer fauna / flora local |
| <input type="checkbox"/> Outra: _____ | | |

Dificuldades e Ameaças:

- | | | |
|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> Depredação | <input type="checkbox"/> Poluição visual | <input type="checkbox"/> Contaminação |
| <input type="checkbox"/> Manejo de resíduos | <input type="checkbox"/> Poluição sonora | <input type="checkbox"/> Caça |
| <input type="checkbox"/> Excesso de visitantes | <input type="checkbox"/> Acesso dificultado | <input type="checkbox"/> Sinalização |
| <input type="checkbox"/> Ocupação urbana | <input type="checkbox"/> Informação correta | <input type="checkbox"/> Manejo local |
| <input type="checkbox"/> Plano de uso | <input type="checkbox"/> Desconhecimento | <input type="checkbox"/> Restrições técnicas / legais |
| <input type="checkbox"/> Outras: _____ | | |

Nível de Atratividade:

- Local Regional Estadual Nacional Internacional



ANEXO 3 – Proposta de Lei para Instituição da Política Municipal de Turismo de Morrinhos do Sul

LEI Nº...../2021

Institui a Política Municipal de Turismo de Morrinhos do Sul e dá outras providências.

A CÂMARA MUNICIPAL DE MORRINHOS DO SUL, Estado do Rio Grande do Sul, aprovou e eu, Prefeito Municipal, sanciono a seguinte Lei:

TÍTULO I

DA POLÍTICA MUNICIPAL DE TURISMO

Art. 1º A Política Municipal de Turismo estabelece o papel do Poder Público Municipal na gestão do turismo e define pressupostos que fundamentam as políticas, programas, projetos e ações formuladas e executadas pela Prefeitura Municipal de Morrinhos do Sul, com a participação da sociedade, no campo do turismo.

§ Único – A Política Municipal de Turismo obedecerá aos princípios constitucionais da livre iniciativa, da descentralização, da regionalização e do desenvolvimento justo e sustentável.

CAPÍTULO I

DA CONCEITUAÇÃO

Art. 2º Para fins desta Lei, devem ser observados os conceitos:

- I. Turismo é uma atividade econômica representada pelo conjunto de transações, compra e venda de produtos e serviços turísticos efetuadas entre os agentes econômicos do turismo (*trade* turístico). É gerado pelo deslocamento voluntário e temporário de pessoas para fora dos limites da área ou região em que têm residência fixa, por qualquer motivo, excetuando-se o de exercer alguma atividade remunerada no local que visita.
- II. Turistas são aqueles que se deslocam de sua residência fixa, em busca de um conjunto de experiências e sensações, consumindo produtos e serviços. Pode-se também dizer que são visitantes temporários que permanecem pelo menos vinte e quatro horas no local visitado, com a finalidade de lazer, negócios, família, eventos.
- III. Excursionistas são aqueles que permanecem menos de vinte e quatro horas e mais de quatro horas em local que não seja o de sua residência fixa, com as mesmas finalidades que caracterizam os turistas, mas não pernoitam nesta localidade.
- IV. Região Turística é o território caracterizado por um conjunto de municípios turísticos ou de interesse turístico, que possuem afinidades e complementaridades culturais ou

naturais, que possibilitam o planejamento e a organização integrados, como também a oferta de produtos turísticos mais competitivos nos diferentes mercados, agregando força principalmente na gestão e promoção.

- V. Demanda Turística é o número total de pessoas que viajam, ou gostariam de viajar, utilizando instalações ou serviços turísticos em lugares afastados de seus locais de residência e trabalho.
- VI. Oferta Turística é o conjunto de atrativos, equipamentos, bens e serviços de alojamento, alimentação, de recreação e lazer, de caráter cultural, social, ambiental, econômico, entre outros, capaz de atrair e assentar num determinado local, durante um período determinado de tempo, um público visitante.
- VII. Atrativos Turísticos são locais, objetos, equipamentos, pessoas, fenômenos, eventos ou manifestações capazes de motivar o deslocamento de pessoas para conhecê-los.
- VIII. Atividades Turísticas são aquelas ligadas à hospedagem, alimentação, agenciamento, transporte, recepção turística, eventos, entretenimento, entre outras utilizadas pelos turistas em seus deslocamentos.
- IX. Produtos Turísticos são atrativos, infraestrutura e serviços urbanos, equipamentos e serviços turísticos, acrescidos de facilidades, contando com uma gestão integrada, ofertados no mercado de forma organizada, por um determinado preço e caracterizados por uma imagem diferenciada.
- X. Ecoturismo é o turismo que tem na natureza sua principal motivação, que permite ao viajante entrar em contato direto com os aspectos naturais do lugar visitado, prezando por sua conservação e proteção.

CAPÍTULO 2

DOS PRESSUPOSTOS E OBJETIVOS

Art. 3º - A Política Municipal de Turismo baseia-se nos seguintes pressupostos básicos:

- I. Morrinhos do Sul define-se como um município de grande potencial turístico, especialmente vinculado aos seus atrativos naturais;
- II. Morrinhos do Sul reconhece o turismo como um excelente caminho para o desenvolvimento sustentável do município;
- III. Morrinhos do Sul reconhece a necessidade de trabalhar o turismo de forma responsável e sustentável, como forma de assegurar sua continuidade e dos benefícios que ele possa trazer para a comunidade local;
- IV. Morrinhos do Sul reconhece a importância de atuar na atividade turística com profissionalismo e qualidade, tanto na iniciativa privada quanto nas ações do poder público;
- V. Morrinhos do Sul valoriza e incentiva as parcerias, o associativismo e a cooperação, tanto nas ações internas do setor público quanto nas relações entre os diversos atores que integram o *trade* turístico;

- VI. Morrinhos do Sul valoriza e incentiva o envolvimento comunitário na atividade turística, entendido como melhor forma de assegurar a qualidade e a continuidade das ações;
- VII. Morrinhos do Sul reconhece a importância de preparar e qualificar seus jovens para entender e atuar no mercado turístico, valorizando sua terra e sabendo aproveitar as oportunidades proporcionadas por essa atividade tão promissora e abrangente;
- VIII. Morrinhos do Sul trabalha pela conservação de seus aspectos naturais e culturais, pois entende seu papel de guardião dessas imensas riquezas, que podem, inclusive, tornarem-se matéria-prima da mais alta qualidade para a criação de produtos e serviços turísticos de grande aceitação no mercado;
- IX. Morrinhos do Sul entende o turismo como meio para conservar e proteger o patrimônio natural e cultural do município, através da promoção do conhecimento sobre esses relevantes aspectos para moradores e visitantes;
- X. Morrinhos do Sul trabalha para disponibilizar ao visitante um ambiente seguro, tranquilo e hospitaleiro, tanto para sua estadia de descanso quanto para suas aventuras em meio à natureza local;
- XI. Morrinhos do Sul trabalha para qualificar a infraestrutura necessária ao desenvolvimento do turismo, que também traz benefícios à população residente;
- XII. Morrinhos do Sul integra grupos de trabalho, conselhos, associações e entidades regionais, estaduais, nacionais e internacionais, como forma de garantir sua participação nas decisões e ações que busquem o desenvolvimento sustentável da região onde está inserido o município, especialmente nas questões ligadas à atividade turística;
- XIII. Morrinhos do Sul participa de eventos que promovam o município junto a operadores e consumidores finais de seus produtos turísticos;
- XIV. Morrinhos do Sul investe na criação de materiais institucionais e promocionais que divulguem seus produtos, estrutura e potencialidades turísticas junto ao mercado;
- XV. Morrinhos do Sul apoia e desenvolve ações que promovam a acessibilidade, a igualdade, a justiça, a segurança e a ética no turismo;
- XVI. Morrinhos do Sul trabalha o turismo de forma planejada e participativa, buscando opiniões e contribuições junto ao próprio poder público, nas diversas esferas, à iniciativa privada e ao terceiro setor, entendidos como parceiros necessários e bem-vindos para arquitetar e articular as inúmeras ações demandadas pela atividade turística;
- XVII. Morrinhos do Sul trabalha o turismo de forma integrada e transversal, pois entende sua natureza múltipla e transdisciplinar;
- XVIII. Morrinhos do Sul atua de forma integrada com os demais municípios de sua região, bem como em parceria com os governos estaduais e federal, para a realização de ações que visem ao desenvolvimento sustentável local e regional.

Art. 4º - O objetivo geral da Política Municipal de Turismo é regulamentar, orientar e incentivar a atividade turística no município de Morrinhos do Sul, com base em critérios de sustentabilidade e legalidade, para favorecer seu adequado desenvolvimento e assegurar, assim, sua contribuição efetiva para o desenvolvimento municipal.

Art. 5º - São objetivos específicos da Política Municipal de Turismo:

- I. Favorecer o desenvolvimento da atividade turística local, de forma planejada e sustentável;
- II. Estabelecer uma política municipal de incentivo ao turismo;
- III. Contribuir para aumentar a atratividade turística e o tempo de permanência dos visitantes no município;
- IV. Orientar e disciplinar a implantação de empreendimentos turísticos no município;
- V. Definir áreas municipais de interesse turístico, em conformidade com a legislação municipal pertinente;
- VI. Estabelecer regras para a operação de atividades turísticas no município;
- VII. Definir critérios para promoção turística municipal;
- VIII. Contribuir com a proteção do patrimônio natural, histórico e cultural do município;
- IX. Estabelecer mecanismos oficiais para inclusão da comunidade nas discussões, decisões e atividades relacionadas ao turismo no município;
- X. Servir de guia para o entendimento da atividade turística pela população, pelos estudantes, pelos profissionais e pelos empreendedores do setor no município;
- XI. Auxiliar na redução das disparidades sociais e econômicas, promovendo o crescimento da oferta de trabalho e melhor distribuição de renda;
- XII. Estimular o planejamento participativo nas atividades turísticas e a integração com sua Região Turística;
- XIII. Estimular a integração com o setor privado e o terceiro setor para a realização de parcerias necessárias ao desenvolvimento turístico;
- XIV. Orientar empreendedores e empresários e estimular a competitividade do setor por meio da melhoria da qualidade, eficiência e segurança na prestação de serviços e a busca da diferenciação dos produtos;
- XV. Estimular a formação, o aperfeiçoamento, a qualificação e a capacitação de recursos humanos para a área do turismo, bem como a implementação de políticas que viabilizem a colocação profissional no mercado de trabalho;
- XVI. Implementar a produção, a sistematização, o intercâmbio e a divulgação de informações relativas à demanda, às atividades, atrativos e aos empreendimentos turísticos instalados no município e mantê-los atualizados.

§ Único – Quando tratar-se de unidades de conservação, o turismo será desenvolvido em consonância com seus objetivos de criação, com a legislação específica e com o disposto no plano de manejo da unidade.

Art. 6º - As diretrizes orientadoras da Política Municipal de Turismo de Morrinhos do Sul baseiam-se nos valores e práticas a seguir elencados:

- I. Sustentabilidade;
- II. Ética;
- III. Profissionalismo;
- IV. Qualidade;
- V. Hospitalidade;
- VI. Segurança;
- VII. Planejamento;
- VIII. Envolvimento;
- IX. Legalidade;
- X. Articulação.

CAPÍTULO 3

DOS IMPACTOS E RESULTADOS ESPERADOS

Art. 7º - Morrinhos do Sul entende que a atividade turística pode trazer grandes benefícios para a municipalidade e para a população, dentre os quais:

- I. Geração de trabalho e renda;
- II. Maiores investimentos em infraestrutura;
- III. Maior diversidade de atividades comerciais e de serviços no município;
- IV. Maior arrecadação para os cofres públicos;
- V. Desenvolvimento sustentável para o município;
- VI. Mais oportunidades de aprimoramento pessoal e profissional;
- VII. Melhorias na qualidade de vida da população;
- VIII. Melhoria na autoestima da população;
- IX. Preservação da história e da cultura;
- X. Proteção do meio ambiente.

Art. 8º - Dentre os possíveis impactos do turismo a serem coibidos, através de ações adequadas, estão:

- I. Aumento na destinação inadequada de resíduos;
- II. Comprometimento da capacidade de atendimento dos serviços públicos (luz, água, coleta de lixo, esgoto, saúde, segurança);
- III. Danos ao patrimônio ambiental (poluição sonora, poluição visual, poluição de solo, águas e ar, esgotamento de recursos naturais, degradação de ambientes, descaracterização da paisagem natural, agressões à biodiversidade local);
- IV. Danos ao patrimônio cultural e histórico (perda de identidade cultural, descaracterização da paisagem tradicional);
- V. Atração de atividades não compatíveis com a proposta turística do município;
- VI. Acirramento de rivalidades e disputas locais;
- VII. Concentração de renda;
- VIII. Exclusão social.

CAPÍTULO 4

DA ESTRUTURAÇÃO LOCAL PARA O TURISMO

Art. 9º - De forma permanente, a gestão pública do turismo no município contará, no mínimo, com as seguintes instâncias devidamente organizadas e plenamente funcionais:

- I. Secretaria Municipal de Turismo;
- II. Conselho Municipal de Turismo (COMTUR);
- III. Fundo Municipal de Turismo.

Art. 10º - A Secretaria Municipal de Turismo está subordinada diretamente ao Gabinete do Prefeito. Sua criação e funcionamento constam da Lei Municipal nº 1976/2017, sendo regida por ela e por quaisquer outras que venham a substituí-la, complementá-la ou alterá-la.

Art. 11º - O COMTUR é um órgão representativo da sociedade, que tem a participação do poder público, da iniciativa privada e do terceiro setor e, como tal, não está subordinado a

nenhum outro órgão ou entidade, sendo independente em suas decisões. Entretanto, dado seu caráter consultivo, suas decisões, para terem pleno efeito jurídico, devem ser transformadas em lei pelo poder executivo e, a seguir, aprovadas pelo legislativo. Sua instituição e funcionamento são objeto da Lei Municipal nº 2039/2018, sendo regido por ela e por quaisquer outras que venham a substituí-la, complementá-la ou alterá-la.

Art. 12º - O Fundo Municipal de Turismo é um fundo específico, cujos recursos são originários de contribuições públicas e privadas, gerenciados pelo COMTUR e vinculados às contas públicas municipais, movimentados via Secretaria Municipal da Fazenda.

Art. 13º - Todo projeto, programa ou ação de relevância estratégica para o turismo municipal deverá ser apresentado e discutido junto ao COMTUR antes de ser implementado ou executado. Da mesma forma, o COMTUR é o fórum adequado para tratar de quaisquer questões referentes à atividade turística no município ou a ela relacionada.

Art. 14º - Integram a estrutura pública para atendimento à atividade turística no município:

- I. **LISTAR E DESCREVER, SE HOVER;**

Art. 15º - O quadro de pessoal fixo mínimo da Secretaria Municipal de Turismo deverá contar com: **DEFINIR E INFORMAR, SE HOVER.**

TEXTO SUGERIDO, AVALIAR VIABILIDADE § 1º - O cargo de turismólogo é um cargo técnico obrigatório, ocupado preferencialmente por funcionário com curso superior em Turismo ou áreas afins, desde que comprovada sua qualificação para a Gestão do Turismo.

Art. 16º - Poderão ser firmados convênios para a contratação de atendentes para os postos de informações turísticas.

Art. 17º - Secretário e coordenadores são cargos em comissão, designados pelo prefeito.

Art. 18º - Em termos de infraestrutura pública para suporte à atividade turística, Morrinhos do Sul deve manter permanente esforço para assegurar:

- I. Acessos aos atrativos turísticos em bom estado de conservação, permitindo o tráfego de veículos de passeio, sem riscos significativos à segurança ou ao patrimônio do visitante;
- II. Fornecimento de energia elétrica e de água adequado ao crescimento da demanda e de acordo com as projeções de desenvolvimento da atividade turística local a médio e longo prazo, através de gestão compartilhada com as empresas responsáveis pelas respectivas atividades;
- III. Saneamento básico e tratamento de esgotos condizentes com o crescente impacto da atividade turística no município;
- IV. Recolhimento e destinação adequada de resíduos em todo o município, com especial atenção aos empreendimentos e pontos de visitação turística, bem como seus acessos;
- V. Sinalização de trânsito bem planejada e bem executada;
- VI. Sinalização turística adequada e atualizada;

- VII. Mobiliário urbano disponível e bem conservado, inclusive com trabalho de paisagismo, arborização e embelezamento;
- VIII. Disponibilidade de serviços de telefonia e internet com qualidade e regularidade;
- IX. Acesso a serviços bancários;
- X. Segurança pública, física e patrimonial, com ênfase para as ações preventivas;
- XI. Sistema de saúde pública qualificado, disponível e adequado às necessidades da comunidade e dos visitantes;
- XII. Condições dignas de moradia e trabalho, de modo que as necessidades sociais sejam atendidas e não representem um obstáculo ao desenvolvimento da atividade turística;
- XIII. Educação para o turismo, no mínimo, nas escolas da rede municipal, trabalhada de forma transdisciplinar, relacionando os conteúdos da matéria com as demais áreas do conhecimento.

Art. 19º - Considerando-se que não há, atualmente, no âmbito municipal, uma legislação setorial específica a respeito de cada segmento da atividade turística presente no município, aplique-se, portanto, a legislação das instâncias superiores e suas respectivas regulamentações.

Art. 20º - Todas as entidades privadas representativas da ou relacionadas com a atividade em Morrinhos do Sul têm representação assegurada no COMTUR, mediante manifestação de interesse e posterior aprovação do Conselho e da Câmara de Vereadores.

CAPÍTULO 5

DO FUNCIONAMENTO E REGULAMENTAÇÃO DO TURISMO NO MUNICÍPIO

Art. 21º - São reconhecidos como Cadeia Produtiva do Turismo de Morrinhos do Sul todos os empreendimentos que atuam diretamente ligados ao alojamento, alimentação, deslocamento e entretenimento dos turistas e visitantes, como meios de hospedagem, estabelecimentos gastronômicos, agências de turismo, transportadoras turísticas e atrativos turísticos particulares, como sítios e parques privados, além dos profissionais que atuam como condutores locais de ecoturismo e aventura, desde que devidamente registrados como tal.

Art. 22º - São reconhecidos como integrantes da Cadeia Produtiva Associada ao Turismo os produtores rurais, lojistas, prestadores de serviços diversos, artesãos, agroindústrias e indústrias de pequeno porte, bem como todo e qualquer empreendimento ou profissional cuja atividade tenha relação com o turismo, direta ou indiretamente.

Art. 23º - A Secretaria Municipal de Turismo e o Conselho Municipal de Turismo têm por função incentivar, facilitar e promover o diálogo e a articulação entre os diversos componentes privados da cadeia do turismo e destes com o poder público, a sociedade civil organizada e a comunidade.

Art. 24º - A regulamentação geral da atividade turística de Morrinhos do Sul baseia-se na legislação federal, especialmente na Lei Nº 11.771/08 (Lei Geral do Turismo) e no Decreto Nº

7.381/10, que a regulamenta, bem como em qualquer outra legislação que venha a substituí-las, alterá-las ou complementá-las.

TEXTO SUGERIDO, AVALIAR VIABILIDADE Art. 25º - Respeitada a legislação federal específica de cada segmento, o município de Morrinhos do Sul determina que, ao receber uma solicitação de alvará de localização para empresas de turismo, a Secretaria Municipal da Fazenda exigirá, além dos documentos habitualmente requeridos, o que segue:

- I. Para empresas dos ramos da hospedagem e da gastronomia, deverá preencher formulário específico com declaração simplificada de suas atividades, características e capacidade de atendimento, além de solicitar o licenciamento ambiental emitido por órgão competente, nos termos do que determina a legislação ambiental vigente (vide Plano de Gerenciamento de Resíduos Sólidos – PGRS) e os Códigos de Posturas e de Edificações do município, se for o caso;
- II. Para agências de turismo, deverá solicitar:
 - Relação das atividades de aventura que serão desenvolvidas pela empresa (se for o caso) e a comprovação de conformidade das mesmas com as práticas de segurança recomendadas pelos órgãos competentes e pela legislação específica de cada atividade;
 - Comprovação de implementação do Sistema de Gestão da Segurança, contratação de seguro compatível com a atividade e disponibilidade de condutores habilitados conforme CMC, definido na legislação federal e instruções normativas correlatas;
 - Relação dos locais aonde realiza suas atividades desportivas ou de aventura, indicando o responsável pela área.
- III. Para transportadoras turísticas, deverá solicitar:
 - Comprovação de regularidade perante os órgãos competentes do setor de transportes;
 - Listagem dos veículos de propriedade da empresa;
 - Credenciamento dos motoristas que atuarão na atividade, os quais deverão participar dos programas de qualificação em atendimento ao turista disponibilizados pelo município ou seus parceiros.
- IV. Para taxistas que prestam serviços ao turismo, será exigido enquadramento na categoria Táxi Turismo, conforme programa específico a ser implantado no município, além de estarem igualmente sujeitos às exigências feitas às empresas de transporte turístico;
- V. Para parques, sítios e demais atrativos turísticos, será exigido estudo de capacidade de carga turística adequado às atividades que ali serão desenvolvidas, bem como a estruturação necessária para assegurar o bom andamento dessas atividades.

§ Único – Todos os profissionais que atuam no turismo em Morrinhos do Sul deverão participar de cursos de qualificação em turismo promovidos pelo município ou comprovar qualificações já obtidas por meio de outras instituições.

Art. 26º - A não apresentação de qualquer dos documentos e formulários solicitados impedirá o funcionamento regular da empresa ou a realização da atividade específica e sujeitará a empresa ou profissional às penas da lei.

Art. 27º - A prefeitura municipal deverá realizar a orientação e a fiscalização referente a esta Política Municipal de Turismo, podendo, também, firmar convênio ou parceria com o Ministério do Turismo ou outros órgãos legalmente designados para realização da mesma.

TEXTO RECOMENDADO, AVALIAR VIABILIDADE Art. 28º - Acerca da função de Conductor Local de Turismo, o município de Morrinhos do Sul estabelece o que segue:

- I. Todo condutor local de turismo deve efetuar seu registro junto à municipalidade, mediante preenchimento de ficha cadastral específica da atividade e apresentação de documentação regular e comprobatória de sua qualificação profissional, de sua situação trabalhista (MEI, RPA ou outra) e da contratação de seguro, conforme determinado em legislação específica da categoria;
- II. Para atuar regularmente no município, o condutor local de turismo deve estar habilitado para o exercício de sua atividade conforme normatização específica instituída pelos órgãos federais, estaduais ou regionais que regulamentam oficialmente as atividades de turismo aventura, nos termos da lei, sendo exigido pelo município um mínimo de 40 (quarenta) horas de curso presencial;
- III. O condutor local de turismo pode atuar vinculado a empresas locais de turismo, como agências de turismo, meios de hospedagem ou transportadoras turísticas, ou prestar seus serviços de condução diretamente ao turista / visitante;
- IV. O condutor local de turismo, tal qual o guia de turismo, não pode assumir para si as funções inerentes às agências de turismo, como organização de passeios, elaboração de roteiros, contratação de profissionais ou reservas de passagens e outros serviços, mediante recebimento de comissão, nos termos da Lei Federal 11.771/08 e do Decreto 7381/10;
- V. O registro do condutor local de turismo deve ser renovado a cada dois anos, mediante atualização do curso de primeiros socorros;
- VI. Cabe ao município orientar e fiscalizar o correto exercício da atividade, através de sua Secretaria de Turismo;
- VII. O condutor local de turismo que descumprir a regulamentação estabelecida para o exercício de sua atividade sofrerá as seguintes penalidades, na ordem: advertência verbal, advertência por escrito, multa e cassação do registro, inclusive com possibilidade de ser impedido de atuar no município, sendo a forma como se dará tal processo estipulada por lei complementar.

CAPÍTULO 6

DO DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

Art. 29º - Morrinhos do Sul trabalha o turismo em sintonia com as políticas e as determinações das demais esferas governamentais, bem como mantém parceria para implementação de ações e programas turísticos desenvolvidos pelas entidades do sistema S.

Art. 30º - O setor turístico de Morrinhos do Sul deve manter permanente atuação articulada e transdisciplinar com as áreas de Educação, Meio Ambiente, Infraestrutura, Cultura, Planejamento, Obras, Ação Social, Desenvolvimento Econômico, Saúde, Segurança Pública e qualquer outra relacionada ao pleno funcionamento do turismo. Nesse sentido, são parceiros necessários e bem vindos as empresas de energia elétrica, saneamento, água e esgotos,

limpeza pública, transporte público, extensão rural, operadoras de telefonia e internet, conselhos locais e regionais, associações locais e regionais, entidades do Sistema S, órgãos públicos do governo estadual, governo federal e demais organizações públicas, privadas ou do terceiro setor que possam contribuir para o desenvolvimento do turismo em Morrinhos do Sul.

Art. 31º - Morrinhos do Sul integra consórcios, associações, rotas e projetos turísticos intermunicipais, especialmente no âmbito do Litoral Norte do RS, bem como outros que possam surgir no sentido de fortalecer o turismo em termos regionais.

Art. 32º - A atividade turística local é financiada por meios públicos e por meios privados, sendo os recursos públicos especificados em leis próprias.

§ Único – O município poderá criar taxas específicas para financiamento da atividade turística, mediante aprovação do COMTUR e criação de lei específica que as regulamentem.

Art. 33º - Os espaços públicos cujo uso pode ser concedido onerosamente a empresas privadas são **(LISTAR OS ESPAÇOS QUE PODEM SER CONCEDIDOS, SE HOUVER)** e as placas de sinalização turística, obedecidos os padrões definidos pelo município em normatização específica.

Art. 34º - Todo o recurso obtido por meio de concessões dos espaços mencionados no artigo 33º será destinado ao Fundo Municipal de Turismo.

TEXTO SUGERIDO, AVALIAR VIABILIDADE Art. 35º - Outros espaços públicos, como praças, parques municipais, canteiros e outros, poderão ser igualmente objeto de concessão onerosa, mediante regramento específico, que inclua apresentação de projeto, pagamento de taxa e solicitação de alvará ou autorização especial concedida pelos órgãos competentes, respeitado o disposto no Código de Posturas do município.

§ Único - Ações de caráter social ficam isentas do pagamento da taxa, mediante análise do setor competente.

Art. 36º - Somente as empresas e os profissionais que estiverem registradas perante a municipalidade, conforme o caput Artigo 25º desta Lei, terão direito a ser inclusas em materiais promocionais específicos desenvolvidos e produzidos por iniciativa do COMTUR com recursos do Fundo Municipal de Turismo.

Art. 37º - Qualquer proposta de concessão de incentivos ou vantagens, por parte da municipalidade, no sentido de desenvolver o turismo local, deverá ser submetida ao COMTUR, que emitirá um parecer com base nas diretrizes desta política.

TEXTO RECOMENDADO, AVALIAR VIABILIDADE Art. 38º - Deverá a municipalidade realizar um estudo de capacidade turística do município, a partir do qual serão criadas diretrizes para a implementação de ações, projetos e empreendimentos turísticos em Morrinhos do Sul. Esse estudo passará por revisões anuais e deverá ser atualizado a cada 5 (cinco) anos ou sempre que uma situação específica assim o exija.

TEXTO SUGERIDO, AVALIAR VIABILIDADE Art. 39º - A partir da existência do estudo referido no Artigo 38º, para implantação de novos negócios deverão ser consultadas as diretrizes municipais para empreendimentos turísticos, de modo a evitar esgotamento de determinados setores e déficit de outros, além de eventuais danos ao patrimônio natural e cultural do município.

TEXTO SUGERIDO, AVALIAR VIABILIDADE Art. 40º - Para empreendimentos que contemplem “ponto de visitação” ou “de realização de atividade desportiva ou de aventura”, deverão apresentar, além da documentação regularmente exigida, um Estudo de Capacidade de Carga Turística e um Plano de Utilização Sustentável do local, sob pena de interdição e multa (observado o disposto no Plano Diretor e no Código de Posturas do município).

§ 1º - Entende-se como “ponto de visitação” e “de realização de atividade desportiva ou de aventura” os espaços naturais onde acontecem visitas ou atividades de caráter turístico, respectivamente.

§ 2º - A Secretaria Municipal de Turismo fornecerá formulários com as diretrizes específicas para a elaboração do Estudo de Capacidade de Carga e do Plano de Utilização Sustentável.

Art. 41º - Para aferir adequadamente a movimentação turística no município e sua respectiva contribuição para a economia local, Morrinhos do Sul adota os seguintes índices como indicadores de desempenho da atividade turística:

- I. Número de turistas / visitantes: estimativa obtida através do cruzamento de vários dados, como informações dos Parques Nacionais, dos empreendimentos turísticos e de eventuais pesquisas pontuais realizadas pelo município ou algum de seus parceiros;
- II. Arrecadação da Taxa de Contribuição para o Turismo (TCT): obtida através de relatório de pagamento emitido pela Secretaria Municipal da Fazenda;
- III. Permanência média dos visitantes: verificada através de mecanismos de registro de saída e chegada de turistas, além de pesquisa específica;
- IV. Gasto médio estimado dos visitantes: verificado através de mecanismos de registro de utilização dos serviços e produtos locais, além de pesquisa específica;
- V. Impacto do turismo na economia local: calculado através do cruzamento de dados da movimentação turística com a movimentação financeira geral do município (sazonalidade);
- VI. Nível de emprego: número de pessoas que trabalham vinculadas à atividade turística no município, renda média desses trabalhadores, benefícios concedidos pelas empresas, entre outros.

§ Único - Para além dos indicadores econômicos, é fundamental que o município acompanhe os indicadores sociais e ambientais do município. O turismo deve trazer reflexos positivos no sentido de melhorar o IDH do município, os indicativos de renda média, saúde, inserção social, qualidade ambiental.

Art. 42º- O município poderá criar programas como o *voucher* único (ou similar), bem como uma Central de Reservas ou outras formas de controle de fluxo turístico que considerar pertinente.

Art. 43º - O município deverá manter um acompanhamento do perfil do turista ou visitante através de pesquisa periódica com instrumento específico.

§ único - O acompanhamento dos processos de pesquisa, a instrumentalização e a tabulação dos resultados ficará a cargo do COMTUR.

Art. 44º - O município deverá trabalhar pela diversidade de atrativos e produtos turísticos, de forma a evitar concentração excessiva e eventual dependência de uma ou poucas áreas ou atividades turísticas, como forma de se resguardar de futuras alterações no panorama econômico associado ao turismo.

CAPÍTULO 7

DA SUSTENTABILIDADE NO TURISMO

Art. 45º - Sustentabilidade, em termos de turismo, significa respeitar os limites naturais e sociais do destino turístico, de modo a não comprometer sua atratividade ou disponibilidade.

Art. 46º - Considerando que, em Morrinhos do Sul, é justamente a natureza conservada, com seus cânions, cachoeiras, matas e rios, o grande atrativo que traz turistas ao município, toda ação no sentido de dotar o município de melhor estrutura turística deverá, obrigatoriamente, ser acompanhada de cuidados redobrados em relação à conservação das águas, do ar, do solo, da fauna, da flora e da paisagem, conforme segue:

- I. O abastecimento de água precisa de adequados planos de expansão, para assegurar continuidade e qualidade de fornecimento;
- II. A geração de energia deve priorizar as energias limpas e renováveis, que permitam a expansão da atividade econômica com mínimo impacto para o ambiente natural;
- III. Não serão incentivadas atividades que resultem em poluição do ar, da água ou do solo, elementos mantenedores do clima local, que é componente indissociável da atratividade turística do município e região;
- IV. A paisagem original do município, com suas matas, nascentes, rios e lagoa, entre outros, constitui patrimônio do povo morrinhense, gaúcho e brasileiro e deverá ser protegida de atividades ou construções que possam descaracterizá-la, inclusive a médio e longo prazo;
- V. A fauna e a flora características do município deverão ser conservadas e protegidas, dada sua importância para a manutenção tanto das paisagens quanto dos processos naturais que fazem da região o que ela é: bela, atrativa, exuberante e única;
- VI. Nos empreendimentos turísticos, será obrigatório o respeito e o cuidado com os aspectos ambientais, que deverão ser demonstrados pela adoção de práticas de sustentabilidade e mínimo impacto. Exemplos disso são a captação de águas pluviais, a instalação de estações de tratamento de esgoto, a destinação adequada de resíduos, o uso de fontes de energia limpas e renováveis, entre outras;
- VII. Do mesmo modo, os aspectos sociais e culturais positivos do município deverão ser conservados e incentivados. O saber antigo, as práticas ancestrais, os hábitos das comunidades interioranas, o linguajar, a indumentária, a gastronomia, as manifestações da cultura popular, a arquitetura característica, tudo isso deve ser objeto de programas que assegurem sua proteção e conservação, especialmente quando do envolvimento com a atividade turística, sob risco de descaracterizar ou, mesmo, extinguir elementos formadores da cultura e da sociedade morrinhense;



VIII. A Secretaria Municipal de Turismo deverá criar e manter programa de capacitação em turismo, de oferta regular, de forma a permitir acesso a uma qualificação mínima adequada a todos os profissionais envolvidos na atividade turística no município;

§ Único – A capacitação promovida pela Secretaria de Turismo deverá contemplar, no mínimo, os seguintes tópicos:

- Turismo (definições e conceitos importantes);
- Atendimento turístico;
- Paisagem e geografia local;
- História local e regional;
- Meio ambiente e sustentabilidade;
- Produtos e atrativos turísticos locais e regionais;
- Estrutura local para turismo.

IX. Em termos econômicos, deverá ser favorecido o acesso da população moinhense às oportunidades surgidas por meio do desenvolvimento da atividade turística, seja através da ampla divulgação das ações em curso, seja através da concessão de descontos, vantagens e benefícios para a população autóctone;

X. Todo novo produto ou estabelecimento turístico deverá informar à Secretaria Municipal de Turismo sua existência e forma de funcionamento, para que possa ser incluído nos materiais promocionais e publicitários do município.

Art. 47º - Anualmente, a Secretaria Municipal de Turismo construirá junto com o COMTUR seu planejamento estratégico e tático, onde serão feitos o debate e a aprovação das ações do período.

§ 1º - O planejamento estratégico deverá ser elaborado com o devido acompanhamento técnico, de forma isenta, qualificada e profissional.

§ 2º - A cada trimestre, será feita uma apresentação de resultados das atividades previstas e realizadas, que será avaliada pelos conselheiros com base nas metas e objetivos traçados inicialmente, bem como nos indicadores de desempenho do setor.

§ 3º - O planejamento estratégico deverá respeitar esta Política, a legislação vigente, os estudos técnicos acerca da capacidade de carga da atividade turística local, a transdisciplinaridade inerente ao turismo e, sobretudo, os interesses da sociedade moinhense.

CAPÍTULO 8

DAS RELAÇÕES COM O MERCADO

Art. 48º - A Secretaria de Turismo adota como slogan oficial do município a denominação de “Recanto dos Canyons”.

§ 1º - A identidade visual associada a essa proposta trabalha com a vinculação do nome Moinhos do Sul ao slogan e a imagens que mostrem o município como principal referência aos turistas que pretendam aventurar-se e divertir-se em um lugar tranquilo e agradável em meio à Mata Atlântica, entre a planície litorânea e os contrafortes dos Aparados da Serra Geral.

§ 2º - Os materiais promocionais deverão apresentar Moinhos do Sul como um destino tranquilo e seguro, próximo da praia e da serra, com atrativos que privilegiam a aventura, o

ecoturismo, o lazer familiar, a gastronomia do interior, a autenticidade, a hospitalidade e a ancestralidade do lugar.

§ 3º - Também são argumentos promocionais para sua visita: beleza das paisagens, lugar sossegado, qualidade de vida, Mata Atlântica, agricultura orgânica, água boa, ar puro, belas cachoeiras, vista exuberante, legado cultural de índios, negros, tropeiros e imigrantes.

Art. 49º - As estratégias a serem implementadas para complementar as ações mercadológicas devem considerar:

- I. Incentivo à criação de novos produtos e exploração de novos nichos de mercado, como atividades específicas de turismo aventura, turismo fotográfico, observação e estudo de espécies nativas, turismo científico, entre outros;
- II. Maior utilização da cultura local como produto turístico, mediante pesquisa e estruturação de roteiros que integrem elementos socioculturais aos atrativos de natureza (música, dança, gastronomia, indumentária, tradições, lendas, etc.);
- III. Difusão da imagem de Morrinhos do Sul como local privilegiado, dada sua proximidade com municípios e regiões de grande interesse turístico, como o Litoral Norte e a Serra Gaúcha, por exemplo;
- IV. Disseminação de informações qualificadas sobre seus atrativos;
- V. Promoção dos fatores naturais que geram qualidade de vida e saúde, como o ar, a água, o solo, o silêncio, as vistas amplas e tudo que uma pequena cidade interiorana pode oferecer de melhor a seus visitantes.

Art. 50º - Em termos institucionais, o município de Morrinhos do Sul participa, através de sua Secretaria de Turismo, de eventos relevantes promovidos pelo *trade* turístico nacional e internacional, por iniciativa própria ou através de parcerias.

Art. 51º - Compete à Secretaria Municipal de Turismo disponibilizar e manter atualizadas as informações sobre Cambará do Sul nos meios eletrônicos.

Art. 52º - Compete à Secretaria Municipal de Turismo a elaboração de todos os materiais gráficos e placas de sinalização necessários para a promoção institucional conforme as orientações desta política e apreciação do COMTUR.

Art. 53º - Compete à Secretaria Municipal de Turismo a realização de ações mercadológicas, tais como:

- I. Criação e distribuição direcionada de material impresso (mapas, *folders* e *flyers*);
- II. Participação em feiras e eventos nacionais e internacionais do setor turístico;
- III. Realização de *famtours*, em parceria com empreendedores;
- IV. Participação em ações do tipo *road show* e *trade tour*, em parceria com outros municípios turísticos da região, do estado e do país;
- V. Realização de vídeo institucional do município;
- VI. Manutenção de sítio e divulgação em meios eletrônicos, com destaque para a atividade turística local;
- VII. Apoio e suporte logístico a iniciativas de mídia impressa e televisiva.

Art. 54º - Compete à Secretaria Municipal de Turismo incentivar ações de qualificação dos empreendedores locais, tais como:



- I. Orientação para inscrição dos empreendimentos no CADASTUR ou outro programa que venha a substituí-lo;
- II. Programa de qualificação em atendimento para os empreendimentos locais e comunidade;
- III. Atualização cadastral periódica;
- IV. Fiscalização específica local;
- V. Cartilha do Empreendedor ou similar;
- VI. Cartilha do Turista ou similar;
- VII. Adoção de boas práticas de gestão nos empreendimentos turísticos;
- VIII. Adoção de práticas socioambientalmente responsáveis nos empreendimentos e atividades turísticas, em parceria com a Secretaria de Meio Ambiente;
- IX. Selo de qualidade em turismo.

Art. 55º - Quaisquer situações não consideradas nesta política serão reguladas através de Lei Complementar ou regulamentação específica, aprovadas pelo COMTUR e pela Câmara Municipal de Vereadores.

Esta Política passa a vigorar a partir de sua aprovação junto à Câmara Municipal de Vereadores e posterior publicação em meio oficial.

Morrinhos do Sul, xx de outubro de 2021.

Marcos Venícios Evaldt da Silveira
Prefeito Municipal