



PREFEITURA MUNICIPAL DE SANT'ANA DO LIVRAMENTO
Cidade Símbolo de Integração Brasileira com os países do MERCOSUL
Lei Federal nº 12.095 de 19 de dezembro de 2009
Secretaria Municipal de Administração

PROJETO DE:

LEI Nº.....DE..... DE..... DE 2019.

Institui o Plano Municipal de Turismo de Sant'Ana do Livramento e dá outras providências.

F.F, PREFEITO MUNICIPAL DE SANT'ANA DO LIVRAMENTO.

FAÇO saber, em cumprimento ao disposto no art. 102, Inciso IV, da Lei Orgânica do Município, que a Câmara Municipal aprovou e Eu sanciono e promulgo a seguinte Lei:

Art. 1.º Fica instituído o Plano Municipal de Turismo de Sant'Ana do Livramento constante no Anexo Único, parte integrante desta lei, como instrumento de planejamento, definindo ações, projetos e estratégias para o desenvolvimento do setor, visando à melhoria das condições de vida de sua população e obedecendo aos princípios constitucionais da livre iniciativa e do desenvolvimento econômico, social, político e cultural, de forma justa e sustentável.

Art. 2.º O Plano Municipal de Turismo de Sant'Ana do Livramento tem duração de 04 (quatro) anos, de 2018 a 2022, e deverá ser avaliado e monitorado junto ao Conselho Municipal de Turismo.

Art. 3.º Com o objetivo de tornar os destinos, produtos e serviços turísticos cada vez mais competitivos e sustentáveis, constituem-se diretrizes deste Plano Municipal de Turismo:

- I - fortalecimento da regionalização;
- II – aprimoramento de produtos turísticos;
- III – inovação na experiência de visitação dos turistas às empresas;
- IV – prospecção e acesso a mercados;
- V – inclusão e promoção no mercado digital; e
- VI - Promoção da sustentabilidade.

Art. 4º O Plano de Ações do Plano Municipal de Turismo de Sant'Ana do Livramento busca atender as oportunidades de melhoria do município nas seguintes áreas:

- I – Acesso;
- II – Apoio ao turista;
- III – Hospedagem;
- IV – Gastronomia;
- V – Atrativos históricos e culturais;
- VI – Atrativos naturais;



SEBRAE RS

PLANO MUNICIPAL DE TURISMO 2018/2022

Município de Sant'Ana do Livramento

Pampa Gaúcho – RS

Novembro/ 2018



Ficha Técnica

COORDENAÇÃO GERAL E REALIZAÇÃO

Sebrae RS

Amanda Bonotto Hoffman Paim

Flávia Beatriz Marques Gross

Angelo Aguinaga

Prefeitura Municipal de Sant'Ana do Livramento

Prefeito Municipal - Solimar Ico Charopen Gonçalves

CONSULTORIA TÉCNICA

Maja Consultoria

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

Instituto de Pesquisas de Mercado - Unisinos

AGRADECIMENTO

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

Sumário

Mensagem do Prefeito.....	1
Mensagem da Secretária Municipal de Turismo.....	2
Apresentação e Metodologia.....	3
Dados do Instituto de Pesquisa de Mercado (IPM) da Unisinos.....	4
Análise Macroambiental – Turismo.....	6
Turismo no Brasil e no RS.....	13
Brasil.....	13
Rio Grande do Sul.....	15
Apresentação do Território.....	17
Síntese Histórica.....	17
Dados do Município.....	21
Características da Demanda Turística.....	22
Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo de Sant’Ana do Livramento.....	24
Estrutura.....	24
Conselho Municipal de Turismo.....	26
O turismo na visão da Secretaria Municipal de Turismo.....	28
Oferta Turística.....	31
Atrativos Históricos e Culturais.....	31
Atrativos Naturais.....	33
Atrativos Econômicos.....	34
Eventos.....	35
Roteiros Turísticos.....	37
Infraestrutura.....	39
Acesso.....	39
Atenção ao Turista.....	40
Hospedagem.....	40
Gastronomia.....	41
Síntese em relação à promoção do Turismo.....	43
Aspectos Impulsionadores e Limitadores.....	46
Plano de Ações.....	49
Monitoramento - Conclusão.....	75

Referências.....	77
Anexo I – Listas de presença na Oficina de Planejamento.....	80
Anexo II – Atendimento nos CATs do RS.....	82

Mensagem do Prefeito

Sant'Ana do Livramento já é referência como um grande destino turístico, uma fronteira muito amada por todos que aqui a visitam. Eu costumo dizer que quem não a conhece, quer vir e quem já a conhece quer voltar.

Nosso município vive um novo momento para o turismo, com muitas empresas se instalando, com a vinda dos Free Shop's Brasileiros e do Parque de Águas Termais Amsterland. Estamos nos preparando para o aumento ainda maior de turistas, estes que, hoje, vêm para atravessar a linha e comprar em Rivera.

A expectativa é de mostrar o que temos de bom, que já é nosso sem invenções. Temos o pampa, o gaúcho, nossa tradição, beleza natural, desta forma nossas ações são voltadas a impulsionar e valorizar nossos costumes, artesanato, cultura gaúcha, os produtos turísticos no município.

Almeja-se através das diretrizes estabelecidas e acompanhadas pelo Conselho Municipal de Turismo, de forma ativa e pró-operante, traçar as prioridades para o trade e produtos turísticos existentes no município e através do Plano Municipal de Turismo fomentar as ações estabelecidas para o turismo de nosso município, Sant'Ana do Livramento.

Solimar Ico Charopen Gonçalves

Prefeito Municipal de Sant'Ana do Livramento

Mensagem da Secretária Municipal de Turismo

Sant'Ana do Livramento é um município com grande potencial turístico. Temos lindas paisagens, cultura e história ricas, gastronomia, solo propício a produções diversificadas, equiparada à Europa, por fazer parte do paralelo 31, propício à produção de vinhos finos, oliveiras, maior produtor de ovinos, melhor água do mundo, inclusive águas termais.

O objetivo da Secretaria Municipal de Turismo é ampliar e diversificar o oferta turística, junto a iniciativa privada, para que o turista permaneça mais tempo conosco, fomentando a economia da cidade.

O Plano Municipal de Turismo fará com que as ações tenham continuidade. É necessária a parceria do setor público privado para elencar as prioridades e planejar a execução de projetos para o desenvolvimento do setor.

O turismo, se bem planejado, é um importante transformador da economia e sociedade. Promove inclusão social, gera oportunidade de emprego e renda.

Silvana Harden Quines Gonçalves

Secretária Municipal de Turismo de Sant'Ana do Livramento

Apresentação e Metodologia

O objetivo do presente estudo é construir o Plano Municipal de Desenvolvimento do Turismo de Sant'Ana do Livramento, focando em ações a serem desenvolvidas no período de 2018 a 2022.

Quando um determinado destino decide priorizar seus investimentos no desenvolvimento turístico, seu objetivo principal é o estímulo ao desenvolvimento econômico e social da comunidade.

Este processo só será efetivo se for planejado e orientado para ações coordenadas a longo, médio e curto prazos – pois, dessa maneira, teremos consolidadas as bases estratégicas que guiarão de forma harmônica e coesa o processo futuro de implementação das ações.

A metodologia que se apresenta privilegia o planejamento participativo e integrado, viabilizado por meio de diversos encontros promovidos pelo Sebrae RS, dentro do Programa Líder - Liderança para o Desenvolvimento Regional ou em reuniões e oficinas realizadas por seus gestores e/ou consultores.

Neste sentido, o estudo apresenta o Diagnóstico da Oferta Turística do Município, encomendado pelo Sebrae RS e construído pelo Instituto de Pesquisas de Mercado da Unisinos, por meio de visita ao município e entrevistas dirigidas a pessoas que contribuem com o desenvolvimento do turismo e aos profissionais e empreendedores da área, além de realizar visitas aos empreendimentos e atrativos locais.

Também apresenta o Plano de Ações para o Desenvolvimento do Turismo, construído pela consultora Ivane Fávero, durante oficina realizada no município, contando com a presença de autoridades e empreendedores do setor.

Valoriza, ainda, o trabalho realizado pela Secretaria de Estado do Turismo, no ano de 2014, que construiu o Plano de Desenvolvimento Regional do Turismo da região. Neste sentido, se utilizam alguns dados do mesmo, especialmente na construção da análise de pontos fortes, fracos, ameaças e oportunidades (SWOT) da região.

Norteiam este estudo a busca por:

- Bem estar da comunidade
- Natureza protegida
- Crescimento econômico
- Satisfação do cliente
- Cultura autêntica

Dados do Instituto de Pesquisa de Mercado (IPM) da Unisinos

Para fins de esclarecimento, este documento utilizou-se do Projeto Turismo no Pampa Gaúcho, realizado pelo Instituto de Pesquisa de Mercado (IPM) da Unisinos, coordenado pelo Prof. Dr. Marcelo Jacques Fonseca e pelo Prof. Dr. Guilherme Trez, e cedido gentilmente à autora e consultora do Sebrae RS Ivane Favero.

O documento, encomendado pelo Sebrae RS ao IPM-UNISINOS, tem como objetivo identificar oportunidades para o desenvolvimento do turismo no Pampa Gaúcho. Tal projeto integra o Programa LIDER (Liderança para o Desenvolvimento Regional), metodologia desenvolvida pelo Sebrae RS que visa o desenvolvimento das Regiões Sul, Campanha e Fronteira Oeste do estado.

O projeto do IPM-UNISINOS envolveu três grandes etapas:

- (1) pesquisa para análise do potencial turístico do Pampa Gaúcho: ao longo do primeiro semestre de 2017, foram realizadas entrevistas qualitativas e observações *in loco* nos atrativos e nos serviços de infraestrutura relacionados ao turismo em cada uma das 13 cidades previamente selecionadas para esta pesquisa, a saber: Piratini, Pinheiro Machado, Candiota, Aceguá, Bagé, Sant'Ana do Livramento, Quaraí, Uruguaiana, São Borja, Alegrete, São Gabriel, Caçapava do Sul e Lavras do Sul.
- (2) pesquisa com turistas atuais e potenciais: também ao longo do primeiro semestre de 2017, foi realizada uma survey com 1009 pessoas que, de alguma forma, podem ser caracterizadas como potenciais turistas dessa Região. Tal pesquisa buscou conhecer motivações e critérios de escolha para viagens de turismo de curta duração, bem como percepção sobre a região do Pampa Gaúcho como potencial destino turístico – além de uma avaliação geral sobre o turismo no RS e a identificação do perfil de viajante desses respondentes.
- (3) workshop “Turismo no Pampa”: realizado no dia 24 de junho de 2017, teve como objetivo gerar ideias e projetos conceituais para o desenvolvimento do turismo no pampa Gaúcho com base nos resultados das duas etapas

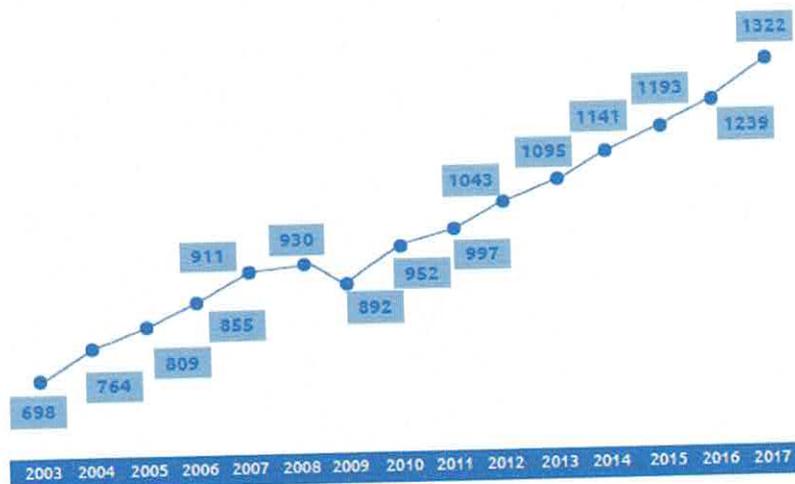
Análise Macroambiental – Turismo

O turismo é um dos setores econômicos que crescem mais rapidamente no mundo, representando 10% do PIB mundial. É responsável pela geração de um em cada 10 empregos, direta ou indiretamente e representa o terceiro setor exportador do mundo. É considerado a “exportação invisível”, já que pressupõem que o produto seja consumido no local em que é produzido, ou seja, o próprio destino turístico.

A Organização Mundial do Turismo (OMT) afirma que o turismo é a chave para o desenvolvimento, a prosperidade e o bem-estar. Nos últimos anos, se observa a entrada de mais países no circuito de destinos turísticos mundiais, onde o turismo tem promovido o progresso socioeconômico, mediante a obtenção de divisas advindas das exportações, da criação de emprego e da abertura de novas empresas, além da execução de infraestruturas.

Apesar de alguns percalços ocasionados pela movimentação da economia mundial, o turismo internacional tem registrado um crescimento praticamente ininterrupto. Um total de 25 milhões de turistas viajaram em 1950, passando para 278 milhões em 1980, 528 milhões em 1995, até 1.322 bilhão de viajantes internacionais em 2017, um aumento de 7% em relação a 2016. Também se estima um aumento entre 3% e 4% na chegada de turistas estrangeiros no mundo em 2018, em linha com as previsões de crescimento anual da organização até 2030 (OMT, 2018). Dessa forma, os números demonstram a necessidade de aumentar a capacidade de desenvolver e gerenciar o Turismo de maneira sustentável pelo mundo.

Figura 1: Chegadas de turistas internacionais no mundo (em milhões)



Fonte: OMT (2018). Disponível no site do MTur – Plano Nacional de Turismo 2018 – 2022

Esses dados confirmam a capacidade do setor, que, mesmo em meio a desafios econômicos e políticos, movimentou US\$ 7,6 trilhões em 2017, representando 10% de toda a riqueza gerada na economia mundial, conforme dados da World Travel & Tourism Council (WTTC). Além disso, o setor de turismo é responsável por 292 milhões de empregos, o equivalente a 1 em cada 10 na economia global.

Figura 2 - Importância do turismo na economia mundial



Fonte: OMT (2018). Disponível no site do MTur – Plano Nacional de Turismo 2018 – 2022

A OMT entende que o crescimento sustentado do Turismo dá imensas oportunidades de conforto econômico e de desenvolvimento, ainda que também enfrente numerosos desafios, como a segurança, os constantes câmbios nos mercados, a digitalização e os limites dos recursos naturais.

O Turismo impacta a economia em três modos distintos:

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

A indústria do turismo é transversal e formada por diferentes empresas que produzem bens e serviços importantes para a economia, proporcionando bem-estar tanto para os visitantes como para os residentes de uma determinada destinação.

Como produto, o turismo depende da ação de diversos agentes para chegar até o seu consumidor final. São eles:

- Produtores: turistas, transportadoras, agentes receptivos (hotéis, albergues, campings), fornecedores de serviços local;
- Distribuidores: Operadoras e agências de viagens;
- Facilitadores: Fornecedores de financiamentos;
- Consumidores: Passageiros / turistas.

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

Um dos exemplos de inovação do setor de *start-ups* globais é o Airbnb, uma plataforma on-line de compartilhamento de hospedagem, que encerrou 2014 com um valor de mercado de US\$ 10 bilhões, chamando a atenção dos principais fundos de investimento em tecnologia. Em 2016, o dado divulgado já era de US\$ 31 bilhões em valor de mercado. Tudo começou em 2008, quando dois designers com um espaço extra em casa hospedaram três viajantes que estavam em busca de um lugar para ficar.

Em 2016, de acordo com a revista Exame, o negócio movimentou 2 bilhões de reais no Brasil, entre a renda dos anfitriões e o gasto dos hóspedes com turismo. Rio de Janeiro e São Paulo movimentaram 906 milhões de reais e 192 milhões de reais respectivamente. A empresa de hospedagem tem cerca de 123 mil anúncios no país, 45 mil só na cidade do Rio de Janeiro, a 4ª maior no mundo. Globalmente são 3 milhões de anúncios em mais de 65 mil cidades, com mais de 180 milhões de hóspedes.

O surgimento das redes sociais também influenciou o setor, onde os destinos turísticos, seus atrativos e empresas, passaram a ser divulgados pelos usuários, instantaneamente, para o mundo todo. O Facebook, o Instagram e o Foursquare são apenas alguns exemplos dos inúmeros aplicativos que surgem diariamente, visando facilitar a vida do viajante. O *e-commerce* social é uma realidade, aproveitado corretamente por algumas empresas e ainda ignorado por outras. No entanto, a previsão é de que, de acordo com o Boletim de Tendência do Turismo, editado pelo Sebrae em junho de 2014, as compras *on-line* continuem crescendo, com projeção de 120% até 2019, chegando a mais de 31 milhões de consumidores.

Atualmente, a escolha do destino se dá em sites de viagens como o TripAdvisor, Mochileiro, Aprendiz de Viajante (53%); em sites de agências on-line – OTAs (47%) e em sites de companhias aéreas, hotéis e outros provedores (38%). Somente 31% dos turistas já decidiram seu destino ao iniciarem o planejamento da viagem (Sebrae, 2014).

Aplicativos como o Booking e o Tripadvisor explicitam o SAC 2.0, onde há a transparência total da satisfação ou insatisfação do cliente, sem um controle da empresa que somente pode, e deve, acompanhar e dar retorno sobre a opinião dos usuários. Já outros como o Decolar e Trivago, além do Booking, são cada vez mais

utilizados para a reserva de hotéis. Mesmo cobrando percentuais sobre as reservas efetivadas, as parcerias destas OTAs com os hotéis estão crescendo a cada ano, pois colocam os diferentes meios de hospedagens nas “prateleiras” virtuais mais acessadas. Assim, alguns hotéis e pousadas, preferem pagar este percentual (em torno de 10%) do que investir em sites de busca (como o Google), onde pagam por cada click na palavra investida. Ambas as estratégias são interessantes, cabe ao empreendimento escolher qual se adapta melhor ao perfil do negócio e qual dará melhor retorno.

Há um novo perfil de consumidor do turismo, ele é de 16 a 30 anos, ligado às tecnologias, e conectado à internet e às redes sociais. Principalmente por meio de smartphones acessa uma gama imensa de informações. Ainda, segundo o Boletim de Tendências, mais da metade desses turistas aproveitam uma viagem a trabalho para realizar mais atividades de lazer, muito diferente do público mais velho (Sebrae, 2014). Assim, conhecer e operar no mercado on-line e no e-commerce social é fundamental para que as empresas do setor turístico sobrevivam.

Os dados de análise que a internet traz aos destinos também são um ponto a ser considerado. Divulgado pela Associação Brasileira de Blogs de Viagem (ABBV), em evento na *WTM Latin America*, é importante reforçar que a digitalização gera registro de dados em cada etapa. Para a pesquisadora Carolina Haro, sócia-executiva da Phocuswright, quem souber tratar esses dados para interpretar os perfis demográficos e comportamentais, e para oferecer customização dos serviços, vai ter mais sucesso em aproveitar as oportunidades. O mercado de viagem será dominado pela estatística.

Dos viajantes brasileiros, 86% usam a internet para reservar serviços e planejar roteiros - taxa que vem registrando crescimento acelerado com a popularização dos smartphones. O investimento em marketing digital passou de importante a indispensável para as empresas de turismo - a começar pelo desenvolvimento de um site responsivo (funcional e agradável de usar em dispositivos mobile), que se torna peça central para o bom desempenho da marca nas pesquisas orgânicas e nas redes sociais. A parceria com criadores de conteúdo digital também pode ser estratégica para as marcas. 98% dos viajantes brasileiros escutam as recomendações dos blogueiros com que se identificam (ABBV, 2018).

TENDÊNCIAS DO SEGMENTO

De acordo com a Organização Mundial do Turismo – OMT (2015) são estes os principais desafios para o desenvolvimento do turismo:

- Desenvolvimento de infraestruturas e facilitação das viagens;
- Interconectividade aérea;
- Governança e coordenação entre os governos nacionais, regionais e locais;
- Atração de investimentos;
- Parcerias de iniciativas público-privadas;
- Planejamento e desenvolvimento de produtos inovadores;
- Promoção e marketing desenvolvendo marcas para os destinos;
- Segurança;
- Qualidade e preços competitivos;
- Capacitação dos profissionais.

Como tendências do turismo mundial, se observa a busca por experiências e vivências. A Economia da Experiência deve perpassar todos os segmentos da atividade turística, sendo trabalhada transversalmente. A Economia Criativa, da mesma forma, pode ser trabalhada em diferentes áreas da atividade turística, principalmente com foco na dinamização da cultura local. Um exemplo é a crescente procura por destinos gastronômicos que pautem sua oferta na qualidade e na identidade local.

Ao longo dos últimos anos, diversos pesquisadores tem apontado a ameaça que o turismo sofre, com as crises econômicas mundiais, sendo um dos primeiros cortes que as pessoas fariam em seu orçamento, as despesas de viagens. O turismo, de acordo com a tabela de Maslow, estaria no topo da pirâmide e, portanto, seria supérfluo. Ocorre que o comportamento humano tem apresentado uma sensível mudança neste aspecto. Observa-se, como afirmam os entrevistados da Revista Época (1/2/2015) “Compre experiências e não coisas”, que as viagens estão sendo priorizadas, em detrimento de investimentos em bens e produtos tangíveis.

Outra tendência observada, conforme já apresentado, é a migração do turismo agenciado pelo turismo particular. Cada vez mais, as pessoas decidem suas viagens por

meio de pesquisas na internet. Além dos sites das empresas e destinos, cada vez mais o consumidor acessa aplicativos, sites de compras coletivas, OTAs e outras ferramentas, avaliando a opinião dos consumidores, antes de definir pela compra. Com a globalização, o avanço de tecnologias e da Internet, o processo entre o produtor e o consumidor final deixa de ser passivo para ser ativo. A Internet passa a ser instrumento ideal para confrontar preços e vantagens que levarão a escolha da melhor oferta. Essa nova demanda propiciou a entrada de novos negócios no mercado e também novas formas de distribuição através de canais *on line*. Para o segmento de agências, esta realidade força a tomada de uma nova postura, com a consulta especializada, a busca de parcerias, alianças estratégicas, ou a inserção no *e-commerce*. Os hotéis também precisam estar adaptados aos viajantes hiperconectados, implantando inovações na venda direta, tecnologia e publicidade, com estratégias multicanal, que abarquem a internet, as redes sociais, aplicativos móveis e meta-buscadores. Para todos os segmentos do turismo se faz necessário disponibilizar um mix de canais que permitem responderem em tempo real, com atendimento personalizado e durante o momento da compra, ao turista.

Dados do Ministério do Turismo (Mtur), em novembro de 2015, mostram que todas as faixas etárias registraram um alto interesse pelas viagens nacionais. O maior percentual de indicações de destinos brasileiros (84,4%) foi percebido entre os adultos com idade entre 35 e 44 anos. A média se manteve estável entre os menores de 35 anos (75,3%), aumentou entre os mais velhos, de 45 a 60 anos, (de 68,7% para 77,7%) e também ganhou espaço entre os idosos com mais de 60 anos (62,9% para 68,6%).

Ainda de acordo com o MTur, o automóvel ganhou espaço frente aos demais meios de transporte em viagens. Estima-se que 33% dos brasileiros com intenção de viajar pelo país irão de carro. Contudo, o avião ainda é o meio de transporte preferido pela maioria (49,6%) dos potenciais viajantes. A região mais requisitada, na média, é o Nordeste (37,4%); seguida pelo Sudeste (28,3%) e a maioria (85%) embarca acompanhada.

Turismo no Brasil e no RS

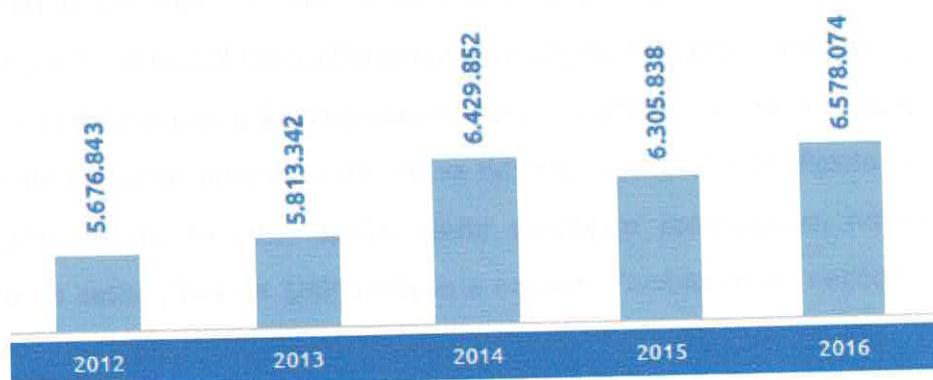
Brasil

Em agosto deste ano, o Ministério do Turismo apresentou o Plano Nacional de Turismo 2018 – 2022, com o “ordenar as ações do setor público, orientando o esforço do Estado e a utilização dos recursos públicos para o desenvolvimento do turismo”.

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. Quanto ao nível de emprego no país, o setor gerou mais de 7 milhões de empregos em 2016, o que representa 7,8% do emprego total. Devido à crise econômica e ao aumento do desemprego nacional, houve uma redução do nível de empregos nos anos de 2015 e 2016 (MTur 2018).

Em relação à demanda internacional, as chegadas de turistas ao país não têm se alterado substancialmente em relação aos anos anteriores, mas atingiram o maior patamar já registrado – 6,57 milhões de chegadas em 2016. A Argentina é o maior emissor de turistas internacionais para o Brasil, seguida pelos Estados Unidos, o que representou, respectivamente, 34,9% e 8,7% do total de turistas em 2016.

Figura 3 – Chegada de turistas estrangeiros no Brasil



Fonte: Mtur(2017). Disponível no Plano Nacional de Turismo 2018 – 2022

de serviços turísticos (de 51ª a 39ª), conectividade aérea (de 41ª a 40ª) e na competitividade dos preços praticados (de 81ª para 41ª). No entanto, o contexto de segurança piorou (106ª). Da mesma forma, a abertura internacional (66ª), o desempenho dos recursos humanos (93ª) e os investimentos governamentais ao setor (79ª) continuam baixos.

- Para melhorar o desempenho do país, o Plano traça metas globais para o turismo no Brasil, sendo elas:

- Aumentar a entrada anual de turistas estrangeiros de 6,5 para 12 milhões;
- Aumentar a receita gerada pelos visitantes internacionais de US\$ 6,5 para US\$ 19 bilhões;
- Ampliar de 60 para 100 milhões o número de brasileiros viajando pelo país;
- Ampliar de 7 para 9 milhões o número de empregos no turismo;

Para tornar os destinos, produtos e serviços turísticos cada vez mais competitivos e sustentáveis, o Plano Nacional de Turismo estabelece, no período de 2018-2022, as seguintes diretrizes: fortalecimento da regionalização; melhoria da qualidade e competitividade; incentivo à inovação; e promoção da sustentabilidade.

As linhas de atuação para o desenvolvimento completo do turismo, envolvendo a União, estados, Distrito Federal, regiões turísticas e municípios, apoiados por seus colegiados e parceiros estratégicos passa por: ordenamento, gestão e monitoramento; estruturação do turismo brasileiro; formalização e qualificação no turismo; incentivo ao turismo responsável; e marketing e apoio à comercialização. Nesses quesitos, estão previstas, por exemplo, ações para fortalecer a gestão descentralizada do turismo, integrar o setor à segurança pública; aperfeiçoar a legislação da área; aprimorar e ampliar as pesquisas da atividade turística no país, melhorar a infraestrutura, facilitar a atração de investimentos, definir o posicionamento estratégico do Brasil como produto turístico, entre outros.

Rio Grande do Sul

A Secretaria de Estado da Cultura, Turismo, Esporte e Lazer (Sedactel) planeja, coordena e executa os programas públicos do Rio Grande do Sul para o desenvolvimento das atividades culturais, turísticas e esportivas.

O órgão atende pela identificação, aprimoramento e promoção de potencialidades, em cooperação com a administração e o conjunto da sociedade civil organizada de cada município, assim como com outras entidades governamentais e privadas da União.

Na página online da Secretaria, é possível baixar e acessar o aplicativo "Turismo RS", conferir e cadastrar eventos com informações básicas, pesquisar os Centros de Atenção ao Turista espalhados pelo RS e conferir resumos e contatos sobre o Conselho Estadual de Turismo, Departamentos, Legislações, Prodetur Mais Turismo 2018, Regiões Turísticas e Turismo Rural. No campo Observatório do Turismo não há informações.

No momento, não há um Plano de Turismo para o Rio Grande do Sul vigente, sendo que a referência segue sendo o elaborado em 2012.

Apresentação do Território

Síntese Histórica

A cidade de Livramento está situada na fronteira oeste do estado do Rio Grande do Sul, na região da Campanha. A cidade faz fronteira com o Uruguai, separada apenas por uma rua da cidade de Rivera, o que constitui uma conurbação binacional chamada Fronteira da Paz.

O parque internacional é um símbolo físico dessa integração e tem a única praça binacional do mundo, compartilhada de forma soberana em partes iguais. Há um monumento imponente, símbolo da maçonaria e da comunhão uruguaio-brasileira, situado em frente ao lago: o obelisco.

A cidade de Livramento é o segundo destino turístico mais procurado no Rio Grande do Sul, muito em virtude dos free shops de Rivera. De acordo com os dados coletados, o turista acaba utilizando a cidade de Livramento para pernoites e alimentação.



Foto: Parque internacional

Os primeiros ocupantes da região foram os índios charruas e minuanos, seguidos dos jesuítas. Apenas no início do século XIX, chegaram tropas portuguesas, com a finalidade de resguardar a fronteira. Por volta de 1810, houve um combate entre as forças portuguesas e espanholas, sendo que as forças portuguesas se sagraram vitoriosas. Posteriormente, os oficiais que guarneciam a fronteira foram, aos poucos, levantando moradias e constituindo os primeiros núcleos de colonização no território. Em 1834, a Sra. Ana Ilha de Vargas, fazendeira abastada, doou à igreja uma imagem de Nossa Senhora de Santa Ana, na condição de ser esse o nome dado ao curato. O município passou, então, a se denominar Sant'Ana do Livramento.

A cidade é terra natal do folclorista Paixão Côrtes e foi morada de pessoas ilustres, como o autor José Hernández que permaneceu nesse local de 1871 a 1872, momento em que esboçou o livro *El gaúcho Martín Fierro*, o primeiro dos dois livros que compõem uma das obras mais importantes da literatura gaúcha. Lá também estão os restos mortais do general farroupilha David Canabarro, enterrados no jardim da casa que foi construída por ele mesmo em 1845. Essa casa foi tombada como Monumento Histórico Nacional em 1953 e tem as paredes externas em alvenaria de pedra e as internas de pau-a-pique.



Foto: Casa de David Canabarro

O bioma de Livramento tem característica do Bioma Pampa. O relevo do local é composto por cerros e planícies entrecortadas por coxilhas. Na entrada do Município, é possível avistar campos verdes, florestas nativas e grandes açudes e barragens.

A economia da cidade está baseada na agricultura, na pecuária ovina e bovina, com produção de carne para os principais frigoríficos do Estado, e na viticultura, que se destaca devido à localização do município no paralelo 31°. A região está situada na mesma faixa de latitude de prestigiadas áreas vitivinícolas da Austrália, da África do Sul, da Argentina e do Chile. Essa é a área do Brasil com mais horas diárias de luz e maior amplitude térmica, características excelentes para o plantio da uva.

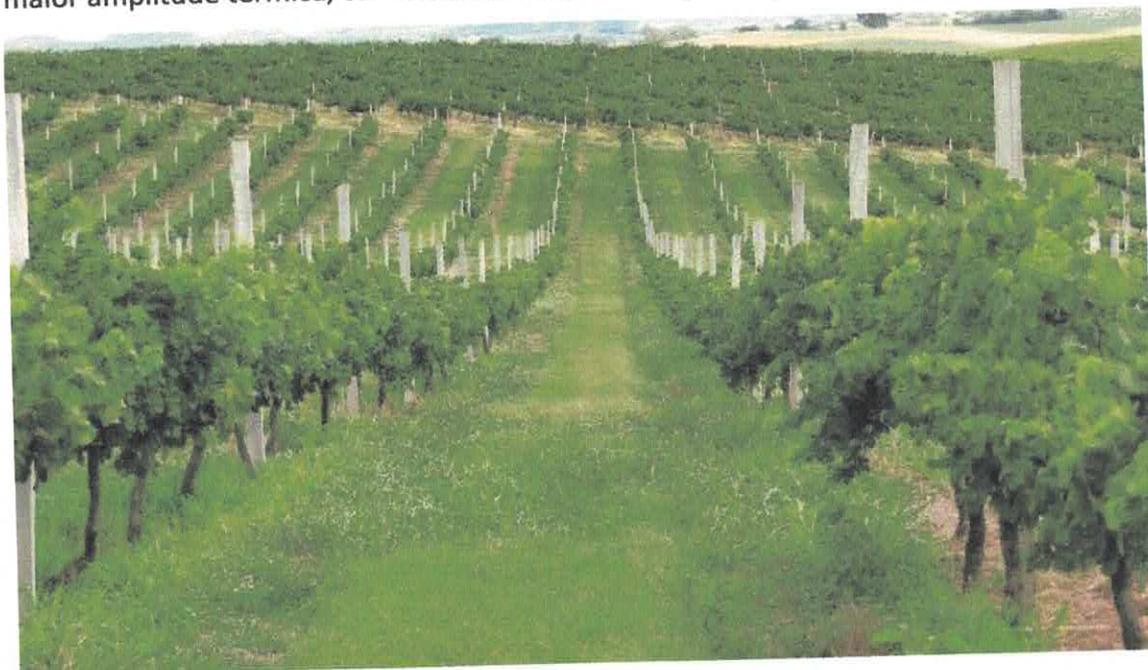


Foto: Vinhedos

Em toda cidade é possível observar a mescla das culturas brasileira e uruguaia, seja na gastronomia, nos serviços, ou na língua. Nas lojas brasileiras, por exemplo, há opção de preços em reais e em pesos uruguaios. Na linguagem, muitos adotam uma mistura de português e uruguaio, também conhecido como *portunhol*. Com frequência, eventos e ações são realizados em conjunto entre as cidades de Rivera e Sant'Ana do Livramento, conforme afirma a secretária de Turismo "*Não se pode pensar em Livramento sem pensar em Rivera*".

Esse pensamento plural é adotado por várias instituições. O próprio Instituto Federal Sul Rio-grandense (IFSul) desenvolveu cursos técnicos integrados de sistemas de energia renovável e eletroeletrônica para jovens que estejam ingressando no

Ensino Médio no Brasil e Ensino Secundário no Uruguai. Essa demanda surgiu devido ao Parque Eólico recentemente construído pela Eletrobrás.



Foto: Mescla das culturas

Em relação a serviços hospitalares, a cidade conta com dois hospitais: Centro Hospitalar Santanense e Santa Casa de Misericórdia, ambos atendem particular e pelo SUS.

A rua principal, Rua dos Andradas, é a continuação da avenida principal da cidade de Rivera, Avenida Sarandi, ambas com grande concentração comercial e movimento intenso para uma cidade do interior. Os principais serviços como bancos e lojas localizam-se em área central, que tem aparência um pouco caótica e suja.

Fonte: Projeto Turismo no Pampa Gaúcho. Instituto de Pesquisa (IPM) da Unisinos

Dados do Município

DADOS DEMOGRÁFICOS

População total: 77.763 (estimada para 2018 – IBGE)
Orçamento do Município para 2018: R\$ 195.000.000
PIB per capita R\$ 22915,10 [2017]
IDMH: 0,727. (2017)
Pelo Censo de 2010 conta, ao todo, com total 35.372 domicílios.
Destes 82,37% (29.135 domicílios, compõem o núcleo urbano)
Gentílico: santanense

ÁREA DO MUNICÍPIO

Área do município: 6.950,37 km²
Acessos: Vias de Acesso: Partindo de Porto Alegre- BR 293, BR 158
Bairros: 32 bairros (área 1-21 bairros e área 2-11 bairros)
Distância da Capital (POA): 498 Km

LOCALIZAÇÃO E CARACTERÍSTICAS FÍSICAS

Unidade federativa: Rio Grande do Sul – RS
Mesorregião: Sudoeste Rio-grandense
Microrregião: Campanha Central
Latitude: Sul 30°53'27" S
Longitude: West Greenwich- 55°31'58" W
Altitude: 208 m
Clima: Subtropical – temperatura média de 18,4C e pluviosidade média anual de 1467 mm
Temperatura: no verão chega a 40,5°C; no inverno pode chegar a -3,4°C

Sant'Ana do Livramento - Fronteira da paz

Características da Demanda Turística

Para a definição da demanda atual e potencial, foram consideradas as informações fornecidas pelos participantes da Oficina de elaboração do Plano de Ações (2018), bem como dados de pesquisas realizadas na Região, especialmente pelo Instituto de Pesquisa de Mercado da Unisinos (2017) e pela Secretaria da Cultura, Turismo, Esporte e Lazer do Estado (2014).

No ano de 2014, a Setur RS (atual Secretaria da Cultura, Turismo, Esporte e Lazer - Sedactel) realizou oficina de planejamento regional e elaborou algumas características, com base na observação dos participantes, do turista que visita a região. Assim, considerando a importância de um perfil qualitativo que oriente as ações de planejamento e marketing do destino, apresenta-se, em linhas gerais, **o perfil do turista efetivo ou potencial** (mercado), que já está circulando pela região (atualizado pela autora).

- Demanda atual: O maior fluxo de turistas provém do Estado do RS, do Uruguai e da Argentina. São famílias (média de 3 pessoas), casais (amigos), autoguiado. É, ainda, relevante, em alguns municípios, o número de ônibus para compras (excursionistas). Também há o turismo de negócios, motivados por encontros de entidades e órgãos públicos (especialmente de segunda à quinta-feira);
- Monitoramento: São realizadas pesquisas na rodoviária de Rivera e feita atualização de dados com a polícia rodoviária, além de pesquisas por amostragem na rodovia. Também se coletam dados no setor hoteleiro. As secretarias de Rivera e Livramento constroem planilhas para análise. Estudos de Rivera apontam que 150mil argentinos passam na fronteira por ano, sendo 45mil só no período de férias;
- Motivação dos Turistas: A maioria vem em busca de compras (Rivera), vivenciar os hábitos de vida da região (cultura local, cultura gaúcha), negócios, feiras e eventos;
- Sazonalidade: A alta no fluxo turístico se dá nos meses de julho e dezembro, além dos períodos de feiras e eventos e feriados; Já a baixa se dá nos meses de janeiro e fevereiro, ainda que tenha um alto fluxo que transita pela região, rumo ao litoral.

Com o objetivo de compreender as motivações para viagens curtas e os respectivos critérios de escolha do destino e a percepção quanto ao RS como possível destino turístico, identificando motivações, interesse e satisfação com serviços prestados, a pesquisa **Comportamento e percepção dos turistas Uruguaios e Argentinos sobre o RS**, traçou o perfil dos *hermanos* em relação ao seu comportamento de férias e viagens curtas.

A pesquisa teve coordenação geral do Prof. Dr. Marcelo Jacques Fonseca e do Prof. Dr. Guilherme Trez. A coordenadora do Projeto pelo Sebrae RS foi Amanda Bonotto Paim. Do total, 56.7% dos entrevistados são do Uruguai e 43.3% da Argentina.

Entre os aspectos abordados como mais importantes motivadores de viagem figuram na lista: belas paisagens; as pessoas do local serem agradáveis e amigáveis; ter praia; possuir uma atmosfera tranquila e relaxante; boas estradas e facilidade de acesso; acomodações de excelente qualidade; compras a bom preço; e comida maravilhosa. Ao encontro do dado de que a busca pela praia é recorrente, 26% dos que já conhecem o Rio Grande do Sul visitaram o Litoral Norte.

A maior parte, 60.9%, viaja com a família, e apenas 2.7% sozinhos. Quanto à hospedagem, 38.3% preferem ficar em hotel, enquanto 33.9% escolhem pagar aluguel. A maior parte, 51%, fica até sete dias no destino. Quando o assunto é onde os turistas se informam, 29.9% afirmam que em sites de turismo do destino, seguido da indicação de amigos com 24.6% e das redes sociais com 17.8%.

Os atrativos naturais (prática de esportes ou contemplação da natureza) são o principal ponto de interesse no RS e os serviços de maior impacto na avaliação dos *hermanos* são, em ordem: 1. Número de opções de restaurantes/ lancherias; 2. Qualidade dos restaurantes/ lancherias disponíveis; 3. Segurança; 4. Atendimento nos estabelecimentos comerciais; 5. Qualidade da hospedagem disponível; 6. Opções de lazer e diversão.

Entre os pontos a serem melhorados na opinião dos visitantes: Facilidade de encontrar informações sobre destinos turísticos; programação cultural; atenção /acolhimento ao turista; e opções de lazer e diversão.

A escolaridade dos entrevistados é alta, sendo que 64.8% possuem Ensino Superior Completo. A renda média familiar é de R\$ 13.150,00.

Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo de Sant'Ana do Livramento

Estrutura

À Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo de Livramento compete o desenvolvimento de atividades voltadas ao Turismo; realizar e fomentar as promoções de natureza social, cultural de forma integrada com as demais secretarias de governo; promover eventos turísticos; elaborar, desenvolver, executar e fiscalizar projetos e convênios da pasta, com outras esferas de Governo, bem como com a iniciativa privada; desenvolver ações nas áreas de recreação e lazer.

1. ASSESSORIA DE GABINETE DA SMT: compete coordenar e organizar o expediente da secretaria, controlar a tramitação de processos, encaminhar às unidades subordinadas as diretrizes da política de governo, desempenhar atividades correlatas ao setor.
2. DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TURISMO: compete desenvolver políticas públicas visando o incremento das atividades turísticas como preservação do patrimônio histórico, cultural e ecológico e como fonte geradora de cidadania. Fomentar atividades de ecoturismo, turismo cultural e turismo de negócios em consonância com as políticas de governo. Realizar diagnóstico bem como propor obras e serviços visando infraestrutura e apoio à atividade turística, levando-se em conta o potencial do setor para o desenvolvimento econômico e social da Cidade. Propor e gerenciar convênios com instituições públicas ou privadas consoante os objetivos que definem as políticas de turismo. Coordenar outras atividades destinadas à consecução de seus objetivos.
 - 2.1. CENTRO DE ATENDIMENTO AO TURISTA: compete o funcionamento como importante fonte de informação turística e de utilidade pública para turistas de todas as nacionalidades e moradores da cidade. Este Setor está pronto para oferecer informações atualizadas e completas sobre os eventos que ocorrem na cidade, os atrativos turísticos, a infraestrutura, serviços e

acessos, assim como hotéis e pousadas. Disponibiliza aos turistas guias e indicações turísticas, culturais, de compras, além de mapas da cidade e folhetos de locais para visitação. Além de divulgar a variada oferta turística e de lazer da cidade, oferecem atendimento personalizado, com a recomenda o de programas e atividades adequados a cada perfil de turista, visando sempre satisfazer suas expectativas e interesses.

A Secretaria Municipal de Turismo se trata de pasta independente, a qual objetiva unicamente o desenvolvimento do turismo na região. Conta com orçamento próprio, e, de acordo com a Lei Orçamentária Anual, em 2018 o orçamento foi de R\$650.147,00 (seiscentos e cinquenta mil e cento e quarenta e sete reais).

A equipe da Secretaria de Turismo conta com a seguinte rela o de colaboradores:

SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO

- Silvana Harden Quines Gonçalves - Secretária Municipal de Turismo, bacharel em direito, funcionária pública estadual do Poder Judiciário.

ASSESSORIA DE GABINETE

- Ana Paula da Silva Linardakis - Secretária Adjunta do Turismo, Advogada
- Magda Rosane Gomes Nogueira Mar - Assistente de Secretaria
- S lvia Flores Vicente - Servente
- Samantha Chaves Custódio - Assessor Especial. Nível médio.
- Volmir do Canto Chaves - Ronda

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TURISMO

- Luciana Figueiredo Fernandes Alves - Assessor Técnico de Nível Superior.
Turismóloga

CENTRO DE ATENDIMENTO AO TURISTA (há, no Município, dois centros de atendimento ao turista, que contam com dois estagiários cada.)

Há, ainda, dentro da Secretaria de Turismo, uma estagiária do curso tecnólogo em turismo.

CAT'S - Centro de Informações ao turista:

Centro de Visitantes Binacional

(Localizado dentro do Parque Internacional)

Funcionamento: todos os dias, das 08h às 20h

Centro de Atenção ao Turista

(Localizado no Centro Migratório no Shopping Siñeriz- Rivera/UY)

Funcionamento: todos os dias, das 09h às 19h

Telefone: 598 46241000

Centro de Atenção ao Turista

Praça João Rodrigues- Vila Kennedy

Funcionamento: todos os dias, das 08h30min às 18h30min

FERRADURA DOS VINHEDOS

Visitação dos Atrativos - sob agendamento de horários

Conselho Municipal de Turismo

O Conselho Municipal de Turismo foi reativado por meio da Lei nº 5009/2005 e, atualmente, não possui agenda estabelecida de reuniões, mas as reuniões são realizadas geralmente a cada dois meses.

MEMBROS DO CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO

Presidente: João Gabriel Hillal

Vice-presidente: Johni Acosta

Membros da Sociedade Civil

Entidade- Conselheiros:

Acil

Titular: João Gabriel Hillal

Suplente: Raed Ahmad Shweiki

Asea

Titular: Johni Acosta

Lisea

Titular: Roberto C. De Lima

Suplente: Luis Enrique Varela

Associação de Guias

Titular: Viviane Maciel De Avila

Suplente: Marta Feippe Martins

Sistema S

Titular: Lucieli Tubin

Suplente: Rodrigo Palma

Turismo e Hotelaria

Titular: Juliana Silveira Saravia

Restaurantes

Titular: Rodrigo Caggiani

Associação de Vinhos da Campanha

Titular: Leonel

Antonio Caliarì

Coord. de Tradicionalismo titular: Sergio Ardem Munhoz

Suplente: Ilson Falcão

Membros governamentais:

2º RP MON

Titular: Ten.Cel Adilomar Jacson Silva

19ª CRE

Titular: Alba Quevedo

Suplente: Zelma Rosa Nunes

Secretaria Municipal - Conselheiros:

Turismo

Titular: Silvana Harden Quines Gonçalves

Suplente: Ana Paula Da Silva Linardakis

Planejamento e Meio Ambiente

Titular: Gustavo Pinheiro Fernandes

Suplente: Fabiano Medeiros Pinto

Cultura Esporte e Lazer
Titular: Luiz Alberto Arrieta Filho
Suplente: Carlos Roberto Lameira Cavalheiro

Três Indicações do Prefeito
Cintia Jorge Ribeiro Machado
Marco Antonio Carvalho Abreu
Volmir Do Canto Chaves

Não há Fundo Municipal de Turismo no Município.

O turismo na visão da Secretaria Municipal de Turismo

De acordo com a Secretaria, Sant'Ana do Livramento é um município com grande potencial turístico. É consolidada como um dos principais destinos turísticos de compras do país e recebe turistas que se deslocam até a cidade para, principalmente, visitar a vizinha cidade de Rivera, no Uruguai, com o objetivo de realizar compras em *free shops*. O desafio atual é desenvolver atrativos turísticos para que os turistas permaneçam mais tempo em terras brasileiras, conhecendo a história e tradição de Livramento.

Assim, a Secretaria Municipal de Turismo, junto à sociedade civil, quer construir uma cidade hospitaleira, limpa e acolhedora. A lei que cria as zonas francas (free shop) em cidades brasileiras de fronteiras já é um facilitador. Para a Ferradura dos Vinhedos - rota turística oficial do estado do Rio Grande do Sul -, que está em fase de estruturação, já foi cadastrado projeto para conclusão de malha asfáltica junto ao Ministério do Turismo.

A municipalidade também tem recebido diversos contatos de empresários com interesse de se instalar em Livramento. Como exemplo, pode-se citar a compra da estrutura do *Swift Armour* por uma empresa que pretende construir um Shopping no local.

Entretanto, a Secretaria verificou que os moradores locais, em sua maioria, não acreditam no potencial de Sant'Ana do Livramento. Para mudar esta realidade, alguns projetos estão sendo lançados pela Prefeitura Municipal, por meio da Secretaria de

Turismo, a fim de iniciar a conscientização da população quanto à importância do turismo para o desenvolvimento do Município e preparar a comunidade local para o recebimento dos hóspedes.

Dentre estes projetos, cita-se a campanha *Livramento é minha, é sua, é de todos*, que deseja sensibilizar para receber bem os visitantes e manter a cidade limpa. Também é o caso do projeto *Embeleze Livramento*, que consiste em embelezar e manter constantemente limpa as vias turísticas da cidade, os parques, praças e espaços culturais como a Casa de David Canabarro e a Estação Cultura.

Foi criado, em parceria com a Secretaria Municipal de Educação, o projeto *Turismo na Escola*, que tem por objetivo levar alunos do 8º e 9º anos das escolas municipais para visitar os prédios históricos e culturais e os atrativos turísticos do município, onde os alunos recebem orientação de um profissional de turismo e de um professor de história sobre os locais. Futuramente, serão convidados para realizar este passeio orientado os diretores de escola e líderes comunitários. O objetivo primordial é conscientizar sobre a importância do turismo para o desenvolvimento da cidade e, também, despertar o interesse pelo assunto e um sentimento de amor e cuidado pelo Município.

Conjuntamente, foi criado o projeto *Coreto Cultural*, com a finalidade de que o turista conheça e adquira os produtos feitos em Livramento, como artesanatos e produtos da terra. O projeto será realizado em parceria com a Coordenadoria de Juventude e será a oportunidade de que artesãos, entidades e produtores locais exponham seu trabalho. O evento ocorrerá na Praça General Osório, no último sábado de cada mês, e contará com apresentações artísticas no Coreto e com feiras de expositores no entorno da Praça.

Importante salientar que a Secretaria Municipal de Turismo participará de todos os eventos que visem o Turista, com o apoio de estrutura e de pessoal.

Neste sentido, captou-se para este ano a 1ª Expo Livramento, realizada pela Hiran Produções na semana de aniversário da cidade, de 27 a 30 de julho de 2018, na Chácara da Prefeitura, a qual contou com feira de indústria e comércio, praça de alimentação, parque de diversões, rodeio *country* e shows de artistas renomados. Em agosto, em comemoração ao mês da Juventude e ao dia do fotógrafo, a Secretaria de Turismo, junto à Coordenadoria de Juventude lançou um concurso de fotografia, que

tem como foco os atrativos turísticos da cidade.

A Secretaria de Turismo ainda atua na busca da valorização da cultura tradicionalista. Nesta seara, organizou, em parceria com o MTG, o jantar de lançamento da Semana Farroupilha, que ocorreu no CTG Jaime Caetano Braun. A Secretaria também está em tratativas com o MTG para realizar o “Encontro do Gaúcho”, em que os CTGs previamente inscritos receberão grupos de turistas para conhecer melhor o tradicionalismo.

Além disso, a Secretaria organiza a decoração da cidade na Semana Farroupilha, junto a uma série de atividades. Apoiará também eventos binacionais, como o III Festival Internacional do Cordeiro, o Festival Binacional Chorceva e o Festival de Enogastronomia.

Em parceria com a ACIL e empresários, a Secretaria de Turismo está organizando o *Natal na Fronteira*. Já houve o encaminhamento de projeto cultural da Lei de Incentivo à Cultura do estado do Rio Grande do Sul para realizar atividades artísticas no período e, também, haverá a decoração natalina, que ocorrerá por conta do empresariado local.

Também com o apoio da Secretaria Municipal de Trânsito, foi iniciada a colocação de placas de sinalização turística. A Expointer de 2018 também foi palco de uma ação municipal que apresentou o artesanato local e produtos típicos da gastronomia a vários segmentos como o Sebrae, Senac, Senar, Emater, Irga, Famurs, Governado do Estado e Secretaria de Turismo do Estado, por exemplo. Em parceria com a rede hoteleira, foram entregues folders com os atrativos turísticos e culturais da cidade na maior feira agropecuária do Estado.

Email: secretariaturismolvto@gmail.com

Telefone: (55)3968-1100

Horários de atendimento: Das 07h30min às 13h30min

Responsável: Silvana Harden.

Endereço: Rua Duque de Caxias, 1783 – Centro

Oferta Turística

Com base no projeto Turismo no Pampa Gaúcho, realizado pelo Instituto de Pesquisa de Mercado (ITM) da Unisinos, identifica-se aspectos importantes sobre o Município de Sant'Ana do Livramento.

Atrativos Históricos e Culturais

Na cidade, há diversos conjuntos arquitetônicos que contam a história de Sant'Ana do Livramento. Um desses locais é o antigo prédio da Estação Férrea, fundada em 1910, e recentemente restaurada pela América Latina Logística (ALL) com apoio da Lei de Incentivo à Cultura do Governo Federal, e transformada em amplo e moderno complexo multicultural, chamado de Espaço Cultural. A fachada foi mantida e, alguns elementos, como o relógio e o sino de 1910 também permanecem no local. A área externa da Estação e a plataforma de embarque e desembarque fazem parte igualmente do complexo. O local conta com uma sala de projeção de cinema com capacidade para 50 pessoas. No segundo andar, localiza-se o Museu Municipal David Canabarro.

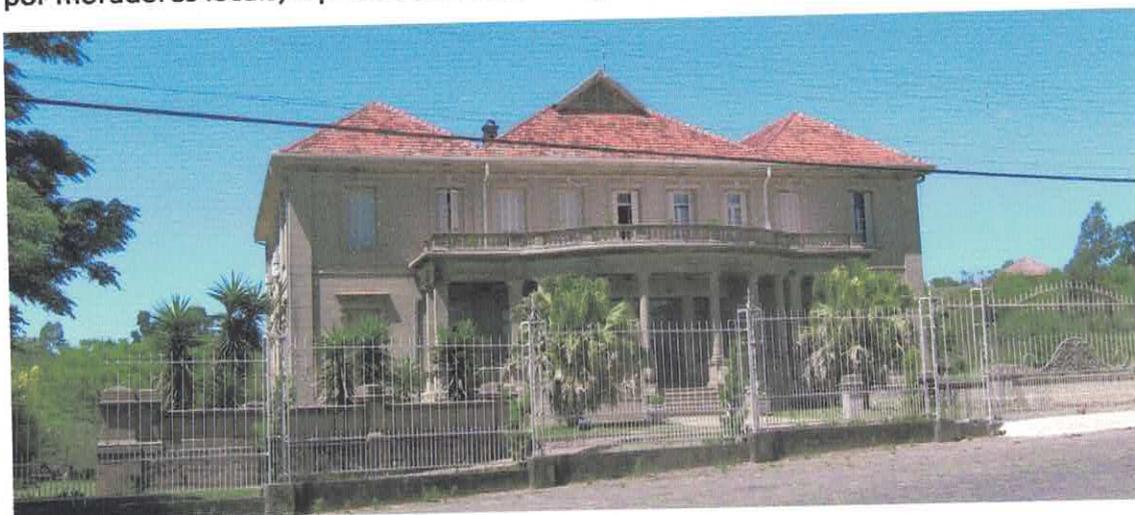


Foto: Espaço Cultural (antiga Estação Férrea)

A Igreja Matriz foi construída em estilo barroco em 1918 e a Prefeitura Municipal tem estilo gótico-romano. A praça General Osório, localizada em frente à

Prefeitura, tem árvores seculares, com destaque a uma delas que foi plantada por Dom Pedro I, hoje considerada patrimônio histórico e cultural.

Um pouco mais afastadas do centro, em torno de seis quilômetros, encontram-se as edificações do bairro industrial Armour, memória histórica importante para cidade, com conjunto arquitetônico no estilo inglês. Por volta da década de 1880, um frigorífico internacional chamado Armour mudou-se a cidade. Na época, construiu-se toda uma estrutura (casas, hotel, mercearia) para os ingleses e para funcionários oriundos de outras cidades. Durante décadas, Livramento foi dependente econômica e socialmente dessa estrutura que, com o passar dos anos, foi sendo repassada a várias empresas com outras denominações. Hoje em dia, o complexo está sendo demolido e o maquinário, vendido. As casas no entorno ainda existem e são ocupadas por moradores locais; o prédio onde ficava a gerência foi alugado para eventos.



Fonte: Antiga gerência da fábrica Swift Armour

Na mesma época, foi fundado o Clube Campeste de Golfe pelos ingleses que trabalhavam no Swift Armour, o primeiro campo de golfe no Brasil. Atualmente, o Clube Campeste mantém o campo de golfe e realiza, em parceria com a Federação Rio-Grandense de Golfe, o projeto social Novos Talentos para incentivar e manter essa cultura viva, divulgando o esporte. O idealizador do projeto salienta que o atual número 1 no ranking brasileiro de golfe amador, Herik Machado, é de Livramento e foi descoberto pelo projeto Novos Talentos.

Atrativos Naturais

Aproximadamente a 20 km de Sant'Ana do Livramento pela BR 158, está o cartão postal da cidade, o Cerro de Palomas, símbolo da riqueza turística da região. É necessária a autorização do proprietário para se chegar até o Cerro de Palomas, já que ele fica em uma propriedade privada. A partir do Cerro, se avista o Cerro da Cruz, o Cemitério da Cruz e a Ferradura dos Vinhedos.

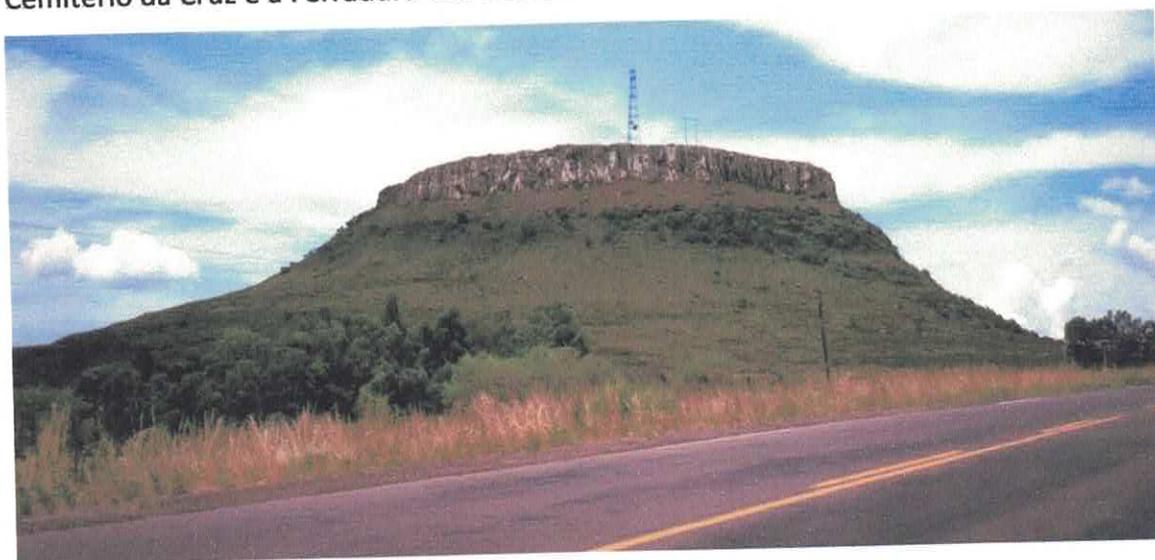


Foto: Cerro de Palomas

Atualmente, o local não tem qualquer infraestrutura. Sugere-se a criação de um parador com estacionamento e banheiros, e a criação de trilhas ecológicas orientadas para se chegar ao Cerro de Palomas.

A paisagem da região tem rara beleza, com sua horizontalidade e infinitude dos campos. Um dos proprietários de terras ao pé do Cerro de Palomas, às margens da BR, sinaliza o interesse em explorar o local turisticamente. A proposta dele é criar uma propriedade com oliveiras e videiras, em frente ao Cerro Palomas. Em entrevista, o proprietário Claudio, dono da Alma Basca, argumenta que *"no futuro, a ideia é introduzir ovelhas, eu tenho ovelhas leiteiras lá no Uruguai, trago um rebanho para cá. E, no futuro, ter, então, um azeite de oliva produzido nessa indústria vizinha, digamos, que vai se estabelecer ali, o nosso vinho e um queijo de ovelha. Então, esse é, vamos dizer assim, o nosso projeto de mais longo prazo"*.

Um outro atrativo natural é o Lago do Batuva, lago artificial em uma grande área de conservação ambiental que, atualmente, está interditado para banho devido

às más condições da água, além de haver rachaduras na barreira de contenção. As condições atuais do local são precárias, pois há muito lixo ao redor; os banheiros sofreram depredações e furtos, a grama está alta. Faltam requisitos mínimos para receber os turistas. Mesmo assim, o local é visitado aos domingos e feriados por cidadãos de Rivera e de Sant'Ana do Livramento. No passado, as pessoas usufruíam mais do espaço, já que havia uma infraestrutura adequada com quadras de futebol e vôlei, pedalinhas, praça com brinquedos, churrasqueiras e banheiros em condições de uso.

Atrativos Econômicos

Um dos atrativos econômicos já sendo explorados na região é a vitivinicultura. São várias vinícolas que têm potencial turístico. A Vitivinícola Cordilheira de Sant'Ana está localizada na região de Palomas, próxima ao Cerro de Palomas. Esse atrativo está bem conservado e oferece aos visitantes a oportunidade de vivenciar a cultura gaúcha na produção do vinho. Os espaços são amplos, com móveis em um misto elegante entre o moderno e o rústico. Além do varejo dos vinhos e espumantes, são oferecidos alguns *souvenirs como lembranças do local, por exemplo, peças feitas com a lã da região*. Na vinícola há uma vista panorâmica dos vinhedos e do Cerro de Palomas.

Em relação à atividade agropecuária, a cidade é conhecida pela criação de ovinos. As entrevistas sinalizaram uma nova oportunidade a ser explorada turisticamente, relacionada à produção de lã: *"(...) criação de um link com alguma propriedade, até a produção final. Mostrar para o turista o cardar, o pentear, o lavar, o tingir."* A ideia é valorizar a lã como um produto local, oportunizando a visita a propriedades privadas, cujo intuito do turista conhecer o processo de criação de ovelhas até a produção de lã. Outro aspecto relevante é manter viva a tradição: *"(...) nós temos profissões dentro do campo que estão se acabando, que é o trabalho com a lã, o armador, o ferrador, o esquilador. Hoje ninguém conhece uma esquila martelo"*.

No comércio destacam-se os free shops do lado uruguaio, que motivam na região o turismo de compras; são três grandes estabelecimentos, o Neutral Free Shop, o grupo *Siñeriz* e o Melancia Mall Shopping.

Um local promissor que está sendo construído pelo grupo de hotéis Verde Plaza é o parque de águas termais Amsterland, com previsão de funcionamento para 2018 ou 2019. A estrutura prevê piscinas, parque de aventura, centro comercial e um hotel.

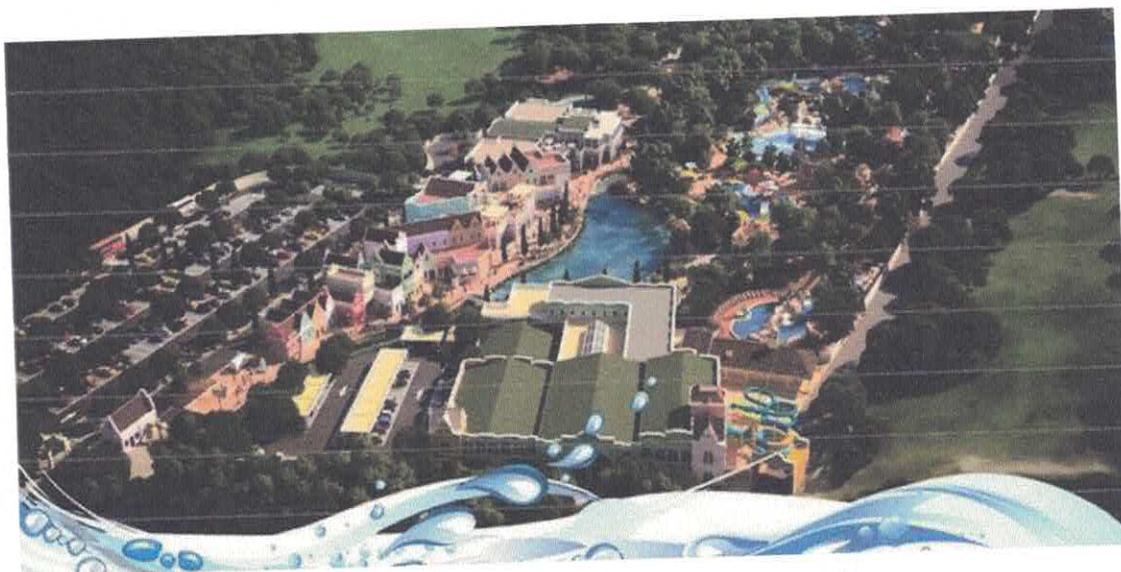


Foto: Proposta do Amsterland

Eventos

Há muitos eventos na cidade, como feiras, festas, festivais, celebrações populares e religiosas. Cada um desses eventos conta com um público distinto. A proposta é elaborar uma agenda fixa de eventos na cidade. Conforme a Secretaria do Turismo, para o Natal pretende-se pôr em funcionamento um evento temático em conjunto com Rivera. Em parceria com a ACIL e empresários, a Secretaria de Turismo propõe a organização do *Natal na Fronteira*. Já houve o encaminhamento de projeto cultural da Lei de Incentivo à Cultura do estado do Rio Grande do Sul para realizar atividades artísticas no período e, também, com proposta de decoração natalina.

Outro projeto é a construção de um aplicativo comum para as cidades de Rivera e Livramento, organizado pela Associação Comercial e Industrial de Livramento (ACIL) e empresários de Rivera para promover o destino.

Os eventos que mais recebem público de outras localidades são: Festival da Pandorga, Festival Internacional do Cordeiro e Vinho, Festival Binacional de Enogastronomia, ChoriCeva e Campereada Internacional.

A seguir, uma breve descrição de cada evento:

- **Festival Internacional de Pandorgas:** Festival tradicional na fronteira que acontece na Sexta-feira Santa, no Parque Municipal do Batuva, e conta com concurso de pandorgas;
- **Festival Internacional do Cordeiro e Vinho:** É um concurso de melhor assador de cordeiros, uma integração entre três países: Argentina, Uruguai e Brasil. Cada assador conta com dois cordeiros para assar e os jurados profissionais fazem o julgamento do preparo da carne, a técnica, a vestimenta, o sabor e outros quesitos. No ano de 2016, foram convidados chefs internacionais para avaliar cada um dos churrascos: Sergio Puglia, do Uruguai; Eduardo Romay, da Argentina, e Clarisse Chwartzmann, pelo Brasil;
- **Festival Binacional de Enogastronomia:** Grande circuito realizado nos principais restaurantes das duas cidades, com mostras dos pratos típicos da região harmonizados com vinhos;
- **Semana Farroupilha Internacional:** Maior evento do Estado, pois envolve gaúchos dos dois países, culminando com um grande desfile no 20 de Setembro que começa no Brasil e vai até o Uruguai. No Parque Internacional, constrói-se um grande Galpão Binacional que une as duas culturas em uma semana de tradição;
- **ChoriCeva:** Barracas de choripan (o pão com linguiça, típico das festas fronteiriças) com cervejas artesanais, brasileiras e uruguaias; acontece no Parque Internacional.

Outros eventos da cidade são:

- **Aniversário do Parque Internacional e Troca dos Pavilhões:** Atividade tradicional na fronteira que acontece em 26 de fevereiro e 19 de novembro, Dia da Bandeira, entre a Prefeitura Municipal e a Intendência de Rivera, no Parque Internacional;
- **Carnaval Internacional:** Desfile das escolas de samba na Av. João Goulart;
- **Binacional de Páscoa:** Apresentações de grupos locais e artistas de Rio Grande; feira de artesanato; comercialização de produtos e alimentos; brinquedos infláveis, dentre outras atrações; acontece no Parque Internacional;

- **Feira Binacional do Livro:** Conta com exposições das mais variadas obras de artistas locais e também de obras de relevância estadual e nacional. Acontece no Parque Internacional e une as duas culturas.

Roteiros Turísticos

A região oferece aos visitantes o turismo rural, proporcionando passeios e roteiros temáticos envolvendo estâncias e os museus.

Um dos projetos é a Ferradura dos Vinhedos, idealizada pelo Prof. Dr. Avelar Fortunato da Unipampa. Ele consiste de um roteiro que contempla a região em que estão instaladas as vinícolas. O nome se dá a partir de como as atrações se estabelecem geograficamente, ou seja, nesse caso apresentam-se em formato de U similar a uma ferradura. Participam desse roteiro 10 atrações: Horto Vitivinícola; Vinícola Salton; Vinícola Nova Aliança; Cerro da Cruz; Cemitério da Cruz; Passo da Cruz; Novos Vinhedos; Vinícola Almadén; Vitivinícola Cordilheira de Sant'Ana e Cerro de Palomas.

Esse roteiro contava ainda com a participação do CTG Presilha dos Pagos, que fornecia um ônibus com 40 lugares e um guia para a realização do passeio. No final do dia, na sede do CTG, oferecia-se uma refeição campeira e uma mostra de costumes gaúchos aos turistas. O roteiro teve um início promissor, mas hoje encontra problemas devido ao péssimo estado das estradas, sendo que em alguns locais é praticamente impossível se chegar. De acordo com Rui, patrão do CTG e organizador de roteiros para excursões, o CTG deixou de realizar passeios a alguns locais devido às más condições das estradas. Atualmente, os vinhedos são visitados de maneira isolada, com agendamento prévio. Os hotéis têm total interesse que o projeto volte a funcionar.

O roteiro Martin Fierro realizava-se em duas vinícolas (Vinhedos Almadén e Vitivinícola Cordilheira de Sant'Ana) e em 4 estâncias (Estância da Glória, Fazenda Palomas, Estância Vento Aragano e Estância Cerros Verdes). Cada propriedade teria que abordar um enfoque específico. Nesses locais, o turista poderia vivenciar a linguagem regional, a gastronomia, as lidas campeiras, as novas formas de ocupação econômica da região, aprendendo assim um pouco da nossa história. O roteiro passava pelo centro da cidade, com visita à sala de exposições composta pelo acervo sobre o

gaúcho, a obra Martín Fierro e o autor José Hernández. Após, o roteiro segue até a casa onde José Hernández se hospedou em seu exílio em Livramento e onde nasceu o folclorista gaúcho Paixão Côrtes.

Esse roteiro foi uma iniciativa do projeto de Desenvolvimento Turístico do Pampa Gaúcho, que teve o apoio do Sebrae no Rio Grande do Sul, foi lançado na Expointer em 2008, e teve até material gráfico impresso, mas não chegou a ser implementado. Um dos entrevistados que participou do projeto comentou que houve problemas relacionados aos valores que estavam sendo cobrados, muito altos para o público alvo. Conforme o proprietário, *“foi feito tudo, foi feita toda a estrutura. Mas nessa hora do tarifário, não sei, acho que talvez as pessoas que vieram não tinham conhecimento da situação desse ambiente de fronteira, vamos dizer assim. Se isso aqui fosse em um outro local, perto de um centro maior, perto de Porto Alegre, alguma coisa parecida, perfeitamente se adaptava muito bem ao tarifário, mas aqui é diferente”*.

Infraestrutura

Acesso

A cidade de Livramento se caracteriza por estar a meio caminho entre Porto Alegre e Montevideo, distando 500 quilômetros de cada cidade.

A partir de Porto Alegre, viajando de carro, o tempo de deslocamento é estimado em seis horas pelas vias de acesso BR 290 e BR 158. Na BR 290 a estrada ainda não está duplicada e é utilizada por muitos caminhões, alguns bem lentos devido à carga, o que dificulta as ultrapassagens pelos carros menores. Nesse trajeto, a parada mais frequentada e tradicional é o restaurante Papagaio que atende 24 horas, tem estacionamento e opções de lanches ou comidas caseiras. Outras paradas estão em Cachoeira do Sul e próximo a Rosário de Sul. Além dessas opções, em São Gabriel há um grande posto Ipiranga com uma loja AM/PM e banheiros.

Na BR 158 há alguns pontos críticos porque há muitos buracos, além de estar mal sinalizada. Na chegada a Sant'Ana do Livramento há muitos radares e lombadas eletrônicas.



Para quem opta por viajar de ônibus de Porto Alegre a Livramento, a empresa Ouro e Prata disponibiliza oito horários com partidas diárias. A viagem dura em torno de sete horas e custa cerca de R\$ 130,00 reais, dependendo da modalidade (comum, leito ou executivo). A cidade não tem aeroporto, mas há um localizado próximo à cidade de Rivera, que funciona para voos particulares, e está em tramitação para que ele se torne binacional. Dentro da cidade o transporte público (ônibus) não funciona com agilidade, fazendo com que o turista precise andar de carro ou utilizar táxi.

Atenção ao Turista

Na entrada da cidade, há um Centro de Informações Turísticas. A pesquisadora tentou conhecer o local, mas, naquele momento, estava fechado. O Centro de Informações está mal posicionado na cidade, pois, para acessá-lo, é necessário fazer uma volta grande, isto é, entrar na cidade e depois retornar.

Outro ponto de atenção ao turista está no Siñeriz Free Shop Shopping, em Rivera, local onde se realiza a imigração e há uma pessoa para dar informações turísticas. Não há materiais informativos da cidade e o atendente não tem conhecimentos técnicos sobre Livramento. Há previsão de instalação de um centro de atenção ao turista no Parque Internacional, que será um local de informações turísticas binacional.

A cidade atua mais no turismo emissor, mas há uma agência receptiva, cuja demanda é baixa. Segundo uma entrevistada, já houve algumas tentativas para melhorar a demanda como, por exemplo, firmar acordo com hotéis a fim de que haja indicação de turistas. De acordo com ela, o que prejudica o fluxo de turistas é que a maioria dos atrativos não ficam abertos em finais de semana e o acesso é bastante precário, além de que muitos locais não têm infraestrutura necessária para receber os turistas.

Hospedagem

Na cidade de Livramento, há 27 alternativas de hospedagem, a maioria localizada no centro da cidade e com características urbanas. O público são pessoas que vêm à cidade a negócios, e no verão os hotéis são muito utilizados pelos argentinos, como ponto de passagem. No hotel há opções de comidas típicas gaúchas, passeios de charrete, banhos de arroio, cavalgadas e trilhas.

Os melhores hotéis da cidade são os do Grupo Verde Plaza, Grupo Acrópoles e Jandaia, que são hotéis voltados para pessoas que estão viajando a negócios. Um dos locais que oferece uma proposta diferente é a Estância da Glória, localizada numa área de reserva ambiental na localidade dos Cerros Verdes, no interior do município e a 20 km do centro. O local proporciona o contato direto com a característica hospitaleira do

gaúcho da campanha. O atendimento é cordial e realizado pelo próprio dono. O cenário é privilegiado por belezas naturais.

O atendimento nos hotéis, de forma geral, é solícito e educado, porém na sua maioria não sabem indicar lugares turísticos ou programas mais detalhados aos hóspedes. Em diversas entrevistas com os donos de hotéis, notou-se o interesse em ter produtos de turismo interno para não depender somente dos free shops em Rivera.

Gastronomia

Como a cidade de Sant'Ana do Livramento está na fronteira, alguns costumes da gastronomia do país vizinho são seguidos pela população brasileira, como as parrilladas e chivitos, uma espécie de X-tudo brasileiro, porém trocando o hambúrguer por bife e acrescentando, às vezes, ovo cozido. Esses e outros pratos são oferecidos nos cardápios dos restaurantes da cidade.

Na gastronomia destacam-se comidas elaboradas com carne de cordeiro. Muitos pratos com essa carne são disponibilizados nos restaurantes da cidade, mas a qualidade dos restaurantes poderia ser aprimorada. Como potencial a ser explorado, destaca-se o estilo culinário característico e marcante. Assim, os restaurantes poderiam buscar tematizar mais o seu ambiente, fornecendo uma experiência completa aos clientes, para além da degustação dos pratos típicos.

Aliando-se a essa tradição, as vinícolas oferecem a opção de *harmonização* de vinho com cordeiro como opção de degustação. Também nos eventos há essa valorização, como, por exemplo, o Festival Internacional do Cordeiro, que acontece no Parque Internacional. Esse evento é realizado por um grupo de empresários, contando com uma diversidade de atrações nativistas, envolvendo danças típicas regionais.



Foto: Festival Internacional do Cordeiro

A alimentação na área rural da cidade é mais precária, com poucas opções de serviços. Uma boa opção é o Centro de Treinamento Rincão Crioulo que se localiza na região de Palomas. Essa visita é com agendamento e os donos do local oferecem refeições campeiras. Na ocasião, em visita ao local, o proprietário sinalizou que há interesse em expandir a estrutura para receber mais turistas.

*Como atualização, durante o período de construção deste documento, a Prefeitura apontou que o CAT foi aberto, que existem dois Cafés Campeiros na Ferradura dos Vinhedos, há mais dois empreendimentos da área da gastronomia e um novo hotel também foi aberto. Além disso, foi feito um novo folder com atrativos locais.

Síntese em relação à promoção do Turismo

A pesquisa coordenada pela Unisinos entende – e a autora deste plano reitera a análise - as condições do cenário turístico na cidade de Sant’Ana do Livramento da seguinte forma:



Mesmo com importantes atrativos, fica evidente a necessidade de se pensar o turismo como um ecossistema completo, que combine diferentes recursos únicos com estrutura de apoio confortável, eficiente e de qualidade.

A seguir listam-se alguns pontos positivos ou oportunidades para exploração do turismo em Livramento:

- ✓ Eventos binacionais entre as cidades de Rivera e Sant’Ana do Livramento;
- ✓ Fronteira da Paz, com a única praça binacional do mundo;
- ✓ Mescla das culturas brasileira e uruguaia no que tange à comida, aos serviços e à língua;
- ✓ *Conjunto arquitetônico, incluindo a casa do general farroupilha David Canabarro;*
- ✓ Possibilidade de turismo ligado à literatura gaúcha (Paixão Côrtes e José Hernández), vinculado à Feira Binacional do Livro;

- ✓ Possibilidade de turismo ligado ao golfe, via atração de eventos para o campo da cidade;
- ✓ Região já oferece algumas opções de turismo rural;
- ✓ Belas formações rochosas, destacando-se o Cerro Palomas;
- ✓ Vinícolas, como a Cordilheira de Santana, onde o turista pode visitar os vinhedos, a cave e a produção;
- ✓ Parque eólico recentemente construído pela Eletrobrás;
- ✓ Cultura gastronômica relacionada ao cordeiro;
- ✓ Desenvolvimento do Parque de águas termais Amsterland;
- ✓ Calendário de eventos amplo e já consolidado.

Em contrapartida, a análise in loco e das entrevistas realizadas apontam alguns pontos que precisam ser melhorados, quais sejam:

- ✓ Falta de sinalização dos pontos turísticos;
- ✓ Imagem da cidade vinculada ao turismo de compras e como ponto de passagem/pernoite;
- ✓ A central de informações não está em funcionamento e o material de comunicação está desatualizado;
- ✓ Os atrativos naturais e alguns atrativos econômicos são distantes da cidade, além dos acessos serem por estradas de chão e em más condições;
- ✓ Em muitos dos locais turísticos não há infraestrutura básica para receber os visitantes;
- ✓ Hotéis com falta de preparo para receber os turistas (conhecimento técnico da região);
- ✓ Os atrativos da Ferradura dos Vinhedos só ficam abertos com agendamentos;
- ✓ Não implementação de um roteiro já desenvolvido em função de tarifário alto, e problemas com outro roteiro em virtude do péssimo estado das estradas.

Em resumo, há um grande potencial a ser explorado, principalmente vinculado ao fluxo de turistas que já procura a cidade para turismo de compras – cabe evidenciar

a esse público que a cidade tem mais atrativos a serem explorados. Há potenciais vinculados à mescla cultural entre Brasil e Uruguai e à memória histórica, relacionada ao passado de lutas da região. Também a beleza natural da região possibilita o desenvolvimento do turismo rural. Outro aspecto a ser explorado são os atrativos econômicos, vinculados à vitivinicultura e à pecuária de ovinos, relacionando-se com produtos e eventos de gastronomia. Entretanto, os acessos aos atrativos são por estradas de chão em más condições, o que precisa ser aprimorado.

Finalmente, em termos de infraestrutura, já há alguns avanços, mas muito pode ainda ser feito, incluindo a sinalização dos pontos turísticos, uma atuação mais ampla da central de informações, material de comunicação atualizado, e a capacitação das equipes dos hotéis e restaurantes para receber os turistas (nível de serviço e conhecimento técnico da Região). Além disso, a aparência caótica e suja da área central da cidade não convida ao turismo.

Por fim, faz-se uma síntese das informações disponíveis online sobre o município:

Sant'Ana do Livramento	
Tipo/ Digital	Dados
Tripadvisor - Acomodação	37
Tripadvisor - O que fazer	7
Tripadvisor - Restaurantes	138
Facebook do site do município	Algumas informações sobre os eventos.
SETUR - Acomodação	5
SETUR - Onde comer	9
SETUR - O que fazer	14
Site do município	Não tem informações turísticas.
Instagram	6 Perfis de Instagram sobre turismo.

Aspectos Impulsionadores e Limitadores

ANÁLISE DA REGIÃO DA FRONTEIRA – PAMPA

Em 2014, numa ação da Secretaria de Estado do Turismo, foi construído o Plano Regional de Desenvolvimento do Turismo. Na ocasião, boa parte dos municípios estiveram presentes e contribuíram, por meio de seus representantes (setor público e privado), na construção do Diagnóstico da Região - matriz SWOT, com a identificação das Ameaças e Oportunidades (ambiente externo), além das Forças e Fraquezas (ambiente interno).

A autora do presente Plano atualizou as informações.

FORÇAS	FRAQUEZAS
<ul style="list-style-type: none">• Interesse por parte de diversas instâncias da região (setor público e privado) em desenvolver o turismo;• Apoio das entidades setoriais e das universidades;• Algumas secretarias municipais de turismo contam com um técnico (ao menos);• Real possibilidade de constituição de uma governança regional do turismo;• Existência de atrativos turísticos diversos;• Oferta de cursos de qualificação para o turismo;• Existência de guias de turismo formados;• Rede hoteleira e de gastronomia qualificada;• Existência de água termal, com empreendedor operando – projeto em andamento;	<ul style="list-style-type: none">• Falta de continuidade das ações;• Baixa capacitação técnica da gestão pública;• Ausência de atuação regional – dificuldade em integrar todos os municípios;• Distâncias entre os municípios – grande extensão da Região;• Não há material regional integrado;• Dificuldade na comunicação entre os agentes do turismo (municipal e regional);• Não há uma cultura associativista;• Ausência de monitoramento da atividade turística;• Descrédito da iniciativa privada, pela atividade turística;• Infraestrutura dos atrativos turísticos deficitária;• Carência de sinalização na região;• Falta de sinalização turística;• Carência de pontos de parada, na

- Mídia espontânea das compras (Rivera) e do Carnaval;
- Calendário de eventos (municipais) abundante;
- Participação em feiras e eventos, visando à promoção do setor (Expointer e outros);
- Materiais promocionais bilíngues em alguns municípios;
- Rota da Ferradura dos Vinhedos em Livramento, com mapa e folheteria;
- Investimentos no Enoturismo (por parte das vinícolas);
- Existência de sites de empreendimentos privados;
- Existência (passado) do “Roteiro Pampas sem Fronteiras”, co-financiado pelo URBal, com material promocional, sinalização e site, dentro da APA do Ibirapuitã;
- Site integrando meios de hospedagem e alimentação (restaurantes);
- Imprensa local ativa;
- Free shops no Brasil.

- rodovia (postos de combustível e paradas);
- Necessidade de qualificar os prestadores de serviços – que saibam informar sobre os produtos e eventos turísticos;
- Falta de comprometimento dos gestores públicos com o turismo – não é prioritário – falta apoio institucional;
- Não há um plano de marketing e comunicação da região;
- Não há promoção do turismo como atividade, dinamizadora da economia (emprego e renda);
- Ausência de um calendário regional de eventos;
- Não há comprometimento do setor privado com a atividade turística – “não precisa fazer nada, eles vêm ao natural”, especialmente a rede hoteleira – não participam dos eventos do setor (conferência). “A rede hoteleira é refém do comércio de Rivera e do câmbio”;
- A mídia regional e estadual não valoriza a oferta regional (confusão de Livramento com Rivera);
- Artesanato local não identifica/promove a região – divulgam Rivera;
- Não há valorização do produto local;
- Não realizam famtour e presstrips, com exceção da Rede Plaza – ação isolada;
- Não há um Convention Bureau regional;
- Falta assessoria de imprensa atuante;
- Não há um site voltado ao turismo, integrando os municípios;
- Maior envolvimento do setor público;
- Não há um mapa regional turístico.

OPORTUNIDADES

- Regionalização: Valorização dos aspectos regionais;
- Internet: Acesso global à informação, oferta mundial;
- Tecnologias de rede: descentralização e senso cooperativo;
- Disputa pela atenção: diferencial;
- Marketing da Experiência: Demanda por “vivências” e experiência com a viagem, com a cultura, comunidade, natureza;
- Eleições: Comprometer os candidatos com região/turismo;
- Momento político, nos níveis estadual e federal. Há recurso e vontade política;
- Promoção do destino espontânea;
- Ligações asfálticas regionais (investimentos do Estado e da União);
- Utilização da ferrovia existente (Brasil-Uruguai), para o transporte turístico;
- Surgimento de uma governança trinacional;
- Concretização do projeto dos free-shops no Brasil.

AMEAÇAS

- Globalização: Competitividade internacional;
- Homogeneização das ofertas: falta de diferencial;
- Ciclo de vida mais curto: evolução constante; renovação para estar atual;
- Poder do consumidor: diversidade de oferta: poder de barganha;
- Recessão econômica;
- Diminuição das verbas públicas (menor arrecadação, menos investimentos);
- Eleições: descontinuidade política;
- Êxodo rural;
- Mudanças climáticas;
- Oscilação cambial;
- Falta de criação de marcos legais para a política do turismo.

Fonte: Setur RS (2014) atualizado pela autora.

Plano de Ações

O Plano de Ações que compõe o Plano de Desenvolvimento do Turismo de Livramento (2018-2022) foi construído durante a Oficina realizada em 23 de março e em 25 de julho de 2018 com a contribuição de todos participantes, e, ainda, contou com a complementação da consultora e revisão da Prefeitura Municipal, por meio do setor responsável.

O Plano está estruturado de acordo com as dimensões trabalhadas. Foi proposta, posteriormente, a fusão dos eixos Turismo e Economia Local. A prioridade vai de 1 a 5, sendo 5 a mais urgente e importante e, em ordem decrescente, a 1 a menos urgente e importante. O presente Plano deverá ser avaliado e monitorado pelo Conselho Municipal de Turismo.

Participaram da primeira edição da Oficina de Livramento, o ex-secretário de Desenvolvimento Calico Grisolia e membros do Comtur. Participaram da segunda edição da Oficina de Livramento: Secretária Silvana Harden; Secretária Adjunta Ana Paula Silva; Luciana Fernandes – Turismóloga; Flávia Gross – Sebrae RS; Ivane Fávero – Sebrae RS; Cintia Jorge Ribeiro Machado – Secretária.

A reunião foi realizada na Prefeitura Municipal (primeira etapa) e no salão de eventos (segunda etapa). O Plano de Ações foi construído conjuntamente e conta com a contribuição da consultora. O documento busca atender as fraquezas, ou oportunidades de melhorias, do Relatório do Município, nas seguintes áreas:

- Acesso;
- Apoio ao Turista;
- Hospedagem;
- Gastronomia;
- Atrativos Histórico Culturais;
- Atrativos Naturais;
- Atrativos Econômicos;
- Eventos.

• PLANO DE AÇÃO DE APRIMORAMENTO E/OU DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO TURÍSTICO

N	O QUE	COMO	DATA	RESPONSÁVEL
1	<p>Sensibilização da Comunidade para Importância do Turismo.</p> <p>Área: Aumentará a competitividade em todas as áreas.</p>	<p>Estimular o comércio local para capacitar vendedores. Criar selo "Aqui o Turista é Bem-Vindo".</p> <p>Ir aos postos de combustíveis e capacitar (in loco) para o atendimento ao turista. Entregar mapas.</p> <p>Convidar palestrantes para sensibilização da comunidade e estimular investidores. Buscar exemplos – casos de sucesso.</p> <p>Capacitar taxistas – alterar Lei Municipal – para obter a licença de operação, deve fazer o curso de capacitação para o atendimento do turista. Elaborar o selo/adeseivo e identificar os capacitados.</p>	<p>Cursos de Capacitação em abril e setembro, em 3 turnos</p> <p>Visitar postos em maio</p> <p>Imprimir selos/adeseivos em março</p>	Secretaria /Comtur/Sebrae RS
		A própria equipe e os membros do Comtur poderão palestrar nas	Permanente	Secretaria/Comtur

1	<p>Sensibilização da Comunidade para Importância do Turismo.</p> <p>Área: Aumentará a competitividade em todas as áreas.</p>	<p>escolas, empresas, igrejas, entre outros. Setor público e privado.</p> <p>Entrevistas na imprensa local (rádio, jornal, TV). Imprensa deve divulgar as coisas boas.</p>		
		<p>Criar a cultura de trabalho coletivo. Fortalecer a união.</p> <p>Envolver o empresariado local (hotelaria, postos de combustíveis, mercados), para que participem das campanhas, ações e eventos turísticos.</p> <p>Solicitar aos empresários a cedência temporária de outdoors para sensibilização do turismo.</p>	Permanente	Secretaria/Comtur
2	<p>Divulgação e Promoção do Turismo.</p> <p>Área: Qualificará todas as áreas do 'radar', visando o desenvolvimento do turismo.</p>	<p>Fazer um site específico do turismo. O site deve ser responsivo (adaptado para smartphone). Há um projeto para a criação - orçado.</p> <p>Mais que o aplicativo, o turista tem utilizado o site.</p>	2018	<p>Secretaria/IFSUL</p> <p>(em andamento)*</p>

2	<p>Divulgação e Promoção do Turismo.</p> <p>Área: Qualificará todas as áreas do 'radar', visando o desenvolvimento do turismo.</p>	<p>Estudar o envio de notícias por e-mail, periodicamente (News letter).</p> <p>Contratar funcionário capacitado, para atuar na Secretaria de Turismo, nesta área.</p>		
		<p>Material impresso. O turista necessita de mapa. Elaborar mapa com os atrativos/produtos turísticos (ver exemplo da Itália). Entregar nos empreendimentos turísticos.</p> <p>Sinalizar os caminhos e possibilidades de roteiros.</p> <p>Implantar novos outdoors, com mapas e imagens que provoquem o interesse e forneçam informações.</p> <p>Criar o Plano de Marketing.</p> <p>Criar uma marca específica do Destino Turístico, que perdure além</p>	2018	Secretaria/IFSUL

2	<p>Divulgação e Promoção do Turismo.</p> <p>Área: Qualificará todas as áreas do 'radar', visando o desenvolvimento do turismo.</p>	<p>do governo.</p> <p>Avaliar a criação do mascote binacional.</p> <p>Mídias sociais: A Fan Page existe. Investir nas postagens. Aumentar a adesão e curtidas. Criar posts com identidade.</p> <p>Elaborar o Instagram do Turismo do Município.</p> <p>Contratar empresa para postagens pagas/patrocinadas, ou parceria com entidade (agências de publicidade).</p> <p>Ver a presença no Tripadvisor (e outras OTAs). Monitorar as avaliações.</p>	2018	Secretaria/IFSUL
---	--	--	------	------------------

2	<p>Divulgação e Promoção do Turismo.</p> <p>Área: Qualificará todas as áreas do 'radar', visando o desenvolvimento do turismo.</p>	<p>Registrar empresas no Cadastur.</p> <p>Aumentar o banco de imagens: promover concursos fotográficos; fazer parceria com fotógrafos e empresários locais, fotografias de experiências, etc.</p>		
3	<p>Construir o Plano Municipal do Turismo e fazer lei.</p> <p>Área: Qualificará todas as áreas do 'radar', visando o desenvolvimento do turismo.</p>	<p>Utilizar o Relatório do Município + o Plano de Ações e construir o Plano Municipal do Turismo + o que está sendo construído pela SETUR.</p>	2018	Secretaria/Comtur
		<p>Aprovar no Conselho Municipal do Turismo.</p>	2018	Secretaria/Comtur
		<p>Encaminhar para a Câmara de Vereadores projeto de Lei.</p> <p>Garantir a continuidade das ações.</p> <p>Elaborar projetos para captar recursos.</p> <p>Fazer inventário da oferta turística.</p>	2018	Secretaria/Comtur

4	<p>Qualificar os meios de hospedagem / atendimento e estrutura.</p> <p>Área: Hospedagem</p>	<p>Estimular para que divulguem os atrativos, exponham fotos e decorem os ambientes com adereços da cultura local. Capacitar os atendentes para prestar informações mais qualificadas do local.</p>	Permanente	Secretaria/Sebrae RS
		<p>Qualificar a oferta hoteleira existente. Realizar cursos para atendentes. União dos gestores - continuar.</p>	2018	Secretaria /Sebrae RS/Senac
		<p>Qualificar a divulgação. Divulgar o território.</p> <p>Estimular os hotéis para se divulgarem no Booking, Hotéis.com, Decolar, Trivago, Airbnb e outros.</p> <p>Trazer casos de sucesso para relatarem.</p> <p>Fazer parceria com o Sebrae para capacitação/qualificação.</p>	2018	Empreendedores/Sebrae RS

5	Qualificar a oferta gastronômica – valorização do produto e da cultura local. Área: Gastronomia.	Promover cursos de capacitação/qualificação. Fazer parceria com o Sebrae.	2018	Sebrae RS/ Secretaria/Senac
		Diversificar a oferta. Qualificar a ambientação, iluminação, decoração dos espaços (utilizar as imagens, música e peças do artesanato local).	Permanente	Secretaria /Empresários
		Rever cardápios. Fortalecer a cultura local. Valorizar os produtos locais: linguiça, charque, etc. Fazer parceria como Festival Binacional de Gastronomia.	2018	Secretaria /Empresários
6	Free Shops – Articular para implantação qualificada. Área: Atrativos Econômicos.	Articular para atrair bons investidores (internos e externos). Aproximar o setor empresarial desta nova modalidade.	2018	Secretaria/investidores
		Qualificar o atendimento e a infraestrutura destes espaços (físico e humano).	2018	Secretaria/investidores

6	Free Shops – Articular para implantação qualificada. Área: Atrativos Econômicos.	Promover cursos de espanhol.		
		Embelezamento das ruas e das fachadas das lojas. Paisagismo e mobiliário urbano. Qualificação da ambiência interna (disposição, iluminação, etc). Ter os produtos locais (vinhos e azeites) para venda nestes pontos.		
		Promover a existência deste novo destino de compras, como o grande destino de compras.	2019	Secretaria/investidores
7	Sinalização Turística e Pórtico. Área: Acesso.	Foram implantadas novas placas turísticas (rodovias – acesso ao município).	2018	Secretaria
		Implantar placas dos atrativos turísticos (implantadas 20 placas- no centro histórico).	2019	
		Fazer projetos e captar recursos.		
		Implantar sinalização interpretativa	2019	Secretaria

7	Sinalização Turística e Pórtico. Área: Acesso.	no centro histórico.		
		Avaliar e atualizar projeto para instalação de pórtico. Estudar concurso. Ver Pórtico da Ferradura. Captar recursos.	2019	Secretaria
8	Promover o artesanato local e agroindústria. Área: Atrativos Histórico-Culturais e Econômicos.	Promover a agroindústria local (maiores produtores de linguiça e charque). Aproveitar, valorizar e divulgar. Introduzir nos cardápios (do café da manhã ao jantar), criar eventos.	Permanente	Secretaria/Emater
		O artesanato local tem identidade (couro, cutelaria, indumentária campeira – favos na bombacha, teares, chapéu). Produtos vendáveis. Criar linha de souvenirs locais.	Permanente	Secretaria/Emater
		Precisam divulgar mais, especialmente no site. Nos cursos de capacitação, levar amostra do artesanato local.	2018	Secretaria

8	<p>Promover o artesanato local e agroindústria.</p> <p>Área: Atrativos Histórico-Culturais e Econômicos.</p>	<p>Boa representação em Estelo.</p> <p>Organizar a representação.</p>		
9	<p>Roteirizar a oferta turística.</p> <p>Estruturar a oferta de Turismo Rural/Cultural/Natural – roteirização e informação.</p> <p>Área: Atrativos Naturais, Histórico-Culturais e Econômicos.</p>	<p>Avaliar oferta de atrativos e qualificar para o atendimento de turistas. Fortalecer a oferta de Turismo Rural e Cultural</p>	Permanente	Secretaria /Sebrae RS
		<p>Rota Ferradura dos Vinhedos. Seguir valorizando e promovendo. Rota Oficial do Estado.</p> <p>Avaliar retomada do roteiro Martin Fierro (roteiro urbano e rural), bem como da Trilha do Macaco Branco – hoje desativados.</p>	Permanente	Secretaria/Empreendedores
		<p>Retomar trilhas ecológicas (ver projeto URB-AL).</p> <p>Promover Caminhada Orientada</p>	2018	Secretaria/Empreendedores

9	<p>Roteirizar a oferta turística.</p> <p>Estruturar a oferta de Turismo Rural/Cultural/Natural – roteirização e informação.</p> <p>Área: Atrativos Naturais, Histórico-Culturais e Econômicos.</p>	<p>com um historiador ou guia de turismo (Agência Corticeiras já faz). Destacar a palmeira plantada por Dom Pedro I, na praça - Divulgar.</p> <p>Avaliar possibilidades para o bairro industrial Armour (avaliar) – Disponibilizar Café Campeiro.</p> <p>Valorizar e divulgar o Museu David Canabarro e o Espaço Cultural (antiga Estação Férrea) – promover encontros culturais.</p> <p>Trabalhar com os artesãos e agroindústrias no 'Coreto Cultural e Produtos Locais'. Implantar a Casa do Produtor Santanense.</p>		
10	<p>Qualificar/manter os acessos aos atrativos do interior.</p> <p>Área: Acesso.</p>	<p>Manter as estradas de chão em boas condições.</p> <p>Sinalizar os caminhos e atrativos.</p> <p>Informar sobre as condições das estradas e sobre o tamanho a ser</p>	<p>Permanente</p> <p>2019</p>	<p>Secretaria</p> <p>Secretaria</p>

10	Qualificar/manter os acessos aos atrativos do interior. Área: Acesso.	mantido (mais de 5 mil km).		
		Estimular as comunidades do interior e bairros para embelezarem os caminhos.	Permanente	Secretaria
11	Criar uma dinâmica de atuação do Comtur. Área: Aumentará a competitividade em todas as áreas.	Existente, mas deve se organizar as reuniões.	Permanente	Secretaria/Comtur
		Monitorar a realização do Plano de Ações e futuro Plano Municipal do Turismo. Reuniões periódicas, com pauta definida e produtiva (responsabilizar os integrantes pelas decisões). Empoderamento.	Permanente	Secretaria/Comtur
		Apresentar o Estudo elaborado pela Unisinos, contratada pelo Sebrae RS – Programa Líder.	2018	Secretaria/Comtur <i>realizado*</i>
12	Estruturar os atrativos naturais e culturais para receber turistas/estimular empreendedorismo.	Conversar com os proprietários (mais abertos) e avaliar a possibilidade de investirem na estrutura. Ver potencial da apicultura, ovelhas...	A partir de 2019	Secretaria

12	Área: Atrativos Naturais, Histórico-Culturais e Econômicos.	Apontar possibilidades de ganho com o turismo (taxa de visitação e produtos para vender). Trazer casos de sucesso para estimular o empreendedorismo.	2019	Secretaria
		Avaliar a possibilidade de instalar um "Museu do Gaúcho".	2019	Secretaria/empreendedores
13	Festival Binacional de Enogastronomia. Seguir realizando e fortifica-lo. Área: Atrativos Naturais, Histórico-Culturais e Econômicos. Eventos.	Garantir a sustentabilidade do evento, bem como a continuidade anual.	Permanente	Secretaria/Investidores/Organizadores
		Continuar promovendo a gastronomia fronteiriça (regional) e agregando valor a oferta enogastronômica. Envolver as vinícolas e produtores de azeite da região.	Permanente	Secretaria/Investidores/Organizadores
		Promover o evento. Criar roteiros e pacotes.	Permanente	Secretaria/Investidores/Organizadores
14	Eventos – Otimizar/qualificar os existentes e pensar em novos eventos (pequeno porte).	Qualificar constantemente os eventos e os promotores de eventos. Respeitar a capacidade de carga	Permanente	Secretaria/promotores

14	<p>Área: Eventos.</p> <p>Eventos – Otimizar/qualificar os existentes e pensar em novos eventos (pequeno porte).</p> <p>Área: Eventos.</p>	<p>local.</p> <p>Eventos realizados:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Festival Binacional de Pandorgas - Festival Binacional do Cordeiro e Vinho (Rivera – aproximar parceria) - Festival Binacional de Enogastronomia - Semana Farroupilha Binacional - ChoriCeva - Aniversário do Parque Internacional - Carnaval Binacional (reativar) - Páscoa Binacional - Feira Binacional do Livro (reativar) - Campereada - Dia do Vinho - Natal na Fronteira 		
----	---	---	--	--

14	<p>Eventos – Otimizar/qualificar os existentes e pensar em novos eventos (pequeno porte).</p> <p>Área: Eventos.</p>	<p>- Fronteira em Dança</p> <p>- Troca de Bandeiras</p> <p>- Torneio Interclubes de judô do Conesul</p> <p>- Festival Internacional de Corais</p>		
		<p>Entender que há eventos para a comunidade e outros que podem ser aproveitados pelo turista.</p> <p>Promover congressos, convenções, etc. Criar o 'pós-evento', aproveitando as agências de turismo receptivo e apresentar o melhor de S. Livramento.</p>	Permanente	Secretaria
		<p>Buscar mídia espontânea, por meio de eventos criativos e inovadores.</p> <p>Eventos automotivos, esportivos (Fórmula Truck – aproveitar o evento de Rivera).</p>	Permanente	Secretaria/promotores

14	<p>Eventos – Otimizar/qualificar os existentes e pensar em novos eventos (pequeno porte).</p> <p>Área: Eventos.</p>	<p>Divulgar mais os eventos esportivos e receber melhor: Circuito Sesc de Corridas e Cofron. Também a Ultramaratona e a Super Maratona da Ferradura dos Vinhedos.</p> <p>Fazer encontros de carros antigos, corridas, caminhadas, passeios ciclísticos etc . Qualificar e promover.</p> <p>Organizar Festivais de Danças, intermunicipais, além de fomentar eventos na área da música.</p>		
15	<p>Águas Termais – Amsterland - Apoiar o pronto lançamento.</p> <p>Área: Atrativos Naturais e Econômicos.</p>	<p>Finalizar as obras e abrir o empreendimento.</p> <p>Ver se haverá Centro de Convenções (amplo).</p>	2018	Secretaria/investidores

15	Águas Termais – Amsterland - Apoiar o pronto lançamento. Área: Atrativos Naturais e Econômicos.	Lançar o novo empreendimento e criar um novo conceito de turismo de lazer. Integra a Ferradura dos Vinhedos. Promover.	2019	Secretaria/Investidores
		Seguir apoiando com a infraestrutura necessária (acesso, sinalização, etc).	Permanente	Secretaria/Investidores
16	Manter os CATs ativos Área: Aumentará a competitividade em todas as áreas.	Aproximar o 'trade' turístico, para que deixem material, treinem os atendentes, acompanhem o trabalho.	Permanente	Secretaria e Trade.
		Ter material bilíngue, permanente, especialmente mapas. Estimular para que fiquem mais tempo aqui.	Permanente	Secretaria/Comtur
		Manter parceria com Estado – estagiários cedidos.	Permanente	Secretaria
17	Trem do Pampa – Continuar fomentando o projeto.	Seguir articulando, para que os investidores efetivamente lancem o projeto.	2019	Secretaria/Investidores

	Área: Atrativos Naturais, Histórico-Culturais e Econômicos.	Confirmar a operação da Giordani Turismo.	2019	Secretaria/Investidores
		Avaliar a estrutura das estações ferroviárias. Acompanhar os processos legais.	2018	Secretaria/Investidores
18	Olivoturismo - Promover o segmento e divulgar. Área: Atrativos Naturais, Histórico-Culturais e Econômicos.	Identificar e apoiar as empresas que trabalham com a olivicultura: Ouro Santana e Casa Albornoz. Ver os novos projetos e propostas. Festa da Colheita da Azeitona (novo projeto – Jussara Dutra). Valorizar a cultura da comunidade árabe.	2018	Secretaria/Investidores
		Aproximar e se apropriar deste segmento.	Permanente	Secretaria/Investidores
		Promover o olivoturismo, como um dos segmentos da oferta de Livramento.	Permanente	Secretaria/Investidores
19	Enoturismo – Promover o desenvolvimento deste segmento.	Identificar e apoiar as vinícolas que trabalham com vitivinicultura, para que atendam enoturistas: Grupo Miolo - Almadén, Cordilheira de Santana, Cooperativa Nova Aliança,	2018	Secretaria/Investidores

19	Área: Atrativos Naturais, Histórico-Culturais e Econômicos.	Salton, Pueblo Pampeiro, Cerro Chapéu. Ver os novos projetos e propostas. Fazer o evento 'Vindima da Fronteira' (ver proposta de Jussara Dutra).		
		Aproximar a oferta enoturística da oferta turística, bem como da gestão pública para o desenvolvimento do turismo. Visitar todas as vinícolas e avaliar momento enoturístico.	Urgente	Secretaria/Comtur
		Promover a oferta enoturística como um dos segmentos prioritários do turismo. Maior vinhedo da América Latina está instalado aqui.	Permanente	Secretaria/investidores
20	Ferradura dos Vinhedos – qualificar acessos e sinalização. Área: Atrativos Naturais, Histórico-Culturais e Econômicos.	Foi elaborado e encaminhado projeto (Mtur) para melhorar as estradas (pavimentação) e fazer a sinalização.	2018	Secretaria/Agências e operadoras/empreendedores
		No futuro, fazer uma ciclovia.	2019	Secretaria/Agências e operadoras/

20	Ferradura dos Vinhedos – qualificar acessos e sinalização. Área: Atrativos Naturais, Histórico-Culturais e Econômicos.	Seguir ampliando e qualificando.		empreendedores
		Promoção da Ferradura dos Vinhedos e seus empreendimentos.	Permanente	Secretaria/Agências e operadoras/empreendedores
21	Parque Eólico – Aproveitar. Área: Atrativos Naturais, Histórico-Culturais e Econômicos.	Divulgar o Parque Eólico.	Permanente	Secretaria/Agências e operadoras/empreendedores
		Abrir de o centro de visitação (pessoal – estrutura existe).	2018	Secretaria/Agências e operadoras/empreendedores
		Transformar em Produto Turístico.	2018	Secretaria e Empreendedores
22	Rota Gastronômica da Fronteira. Área: Gastronomia. Eventos.	Novo projeto (Jussara Dutra). Articular para implantar. Valorização dos produtos locais, dos pratos e qualificação.	2018	Secretaria/promotor/Sebrae RS/ IFSUL/ UERGS
		Estruturar o projeto. Elaborar rota.	2019	Secretaria/promotor/Sebrae RS/ IFSUL/ UERGS
		Promover esta nova oferta. Lançar publicação.	Permanente	Secretaria/promotor/Sebrae RS/ IFSUL/ UERGS

23	Estreitar laços e promover a 'Fronteira da Paz'. Área: Atrativos Naturais, Histórico-Culturais e Econômicos.	Explorar mais a binacionalidade e a integração.	2018	Todos
		Cidade Símbolo da Integração Brasileira com os Países do Mercosul; a única praça Binacional – Promover esta valiosa particularidade.	2019	Todos
		Estreitar os laços com o Ministério do Turismo do Uruguai, e também da Argentina, e fazer ações conjuntas. Aproveitar o fluxo de turistas que viajam internacionalmente.	Permanente	Dirigentes Binacionais
24	Receptivo Local do Turismo – Valorizar. Área: Atrativos Naturais, Histórico-Culturais e Econômicos.	Seguir estimulando e fortalecendo o trabalho do receptivo local.	Permanente	Secretaria e Empreendedores
		Inovar na oferta de roteiros/pacotes. Incluir novos empreendedores. Ofertar experiências diferenciadas (exemplo da lã: cardar, pentear, lavar, tingir).	Permanente	Secretaria e Empreendedores
		Qualificar o trade, para que o resultado das visitas seja positivo.	Permanente	Secretaria e Empreendedores

25	Transporte Intermunicipal (rodoviário) e transporte aéreo. Área: Acesso	Seguir cobrando a qualidade da frota e serviço e a ampliação de rotas.	Permanente	Secretaria e Empreendedores
		Divulgar rotas e horários (Ouro e Prata e do Uruguai) no site.	Permanente	Secretaria e Empreendedores
		Articular para voltar a ter voos operando (uso compartilhado – aeroporto de Rivera). Articular com a ANAC para liberar voos nacionais. Já há locadoras de carros (duas).	Permanente	Secretaria e Empreendedores
26	Atrativos Inovadores – Novos produtos turísticos. Área: Eventos.	Dinossauros – presença comprovada – sítio arqueológico existente. Estruturar e divulgar. Buscar investidores ou financiamento.	2019	Secretaria e Empreendedores
		Golfe – Aproveitar a existência do Campo de Golfe. Primeiro do Brasil. Promover e criar eventos.	2018	Secretaria e Empreendedores
		Formações rochosas. Aproveitar os cerros e ofertar o turismo de aventura. Implantar sistemas de	2018	Secretaria e Empreendedores

		segurança (ver regras ABETA).		
27	Valorizar a oferta do Turismo de Compras e ampliar o orgulho e o pertencimento (história e cultura local). Promover o destino. Área: Atrativos Naturais, Histórico-Culturais e Econômicos.	Se apropriar da identidade de destino de Turismo de Compras e utilizar como força de atração, disseminando este fluxo aos outros produtos turísticos. Ressignificar as distâncias.	Permanente	Todos
		Valorizar as personalidades que nasceram aqui. Ampliar o orgulho e o pertencimento.	Permanente	Todos
		Trazer jornalistas, blogueiros, formadores de opinião. Promover famtours, presstrips, blogtrips.	Permanente	Todos
28	Pesquisa e monitoramento do fluxo turístico. Área: Qualificará todas as áreas do 'radar', visando o desenvolvimento do turismo.	· Buscar formas de medir fluxo e perfil do turista. Buscar dados dos CATs.	2019	Prefeitura/ Empreendedores/IFSUL
		Identificar o turista efetivo e potencial.	2019	Prefeitura/ Empreendedores/IFSUL
		Ter dados fidedignos e série histórica.	2019	Prefeitura/ Empreendedores

29	<p>Embelezamento da cidade: limpeza, ajardinamento e iluminação, além da coleta seletiva do lixo.</p> <p>Área: Qualificará todas as áreas do 'radar', visando o desenvolvimento do turismo.</p>	Ajardinamento urbano. Usar elementos locais.	2018 e Permanente	Prefeitura/ Empreendedores
		<p>Promover campanhas visando à educação/cultura da beleza.</p> <p>Promover campanhas de adoção de canteiros. Premiar os mais lindos jardins. Contatar empresários para que adotem a frente de sua empresa, com ajardinamento, embelezamento da calçada e fachadas.</p>	2018	Prefeitura
		<p>Implantar o recolhimento seletivo do lixo.</p> <p>É necessário trabalhar melhor a limpeza/capina e melhorias (padronização) nas calçadas.</p> <p>Mobiliário urbano. Iluminação.</p> <p>Implantação do Projeto 'Embeleze Livramento'.</p> <p>Embelezamento e paisagismo do Parque Internacional.</p>	2018 e Permanente	Prefeitura

30	Aproximação com os CTGs e MTGs locais, criando eventos e ações em conjunto, fortalecendo a tradição gaúcha de forma organizada.	Fazer a Semana Farroupilha de forma organizada.	2018 e permanente	Prefeitura e CTGs e MTGs
31	Estação Cultura – realizar melhorias e promover ações culturais.	Aos finais de semana, promover shows. Licitar a implantação de um bar/café.	2019	Prefeitura
32	Divulgar a região. Integrar a oferta turística regional.	Aproveitar a oferta Enoturismo na Campanha Gaúcha.	2018	Sebrae RS Prefeitura Empreendedores
33	Apoio ao projeto de roteirização e qualificação da oferta turística Caminhos do Pampa . Área: Oferta/Produto	Por meio de oficinas, para apresentação e priorização de rotas, construção de planos estratégicos com ações em âmbito municipal e regional.	2019	Prefeitura Sebrae RS

Em face de seus importantes efeitos econômicos, sociais, ambientais, políticos e culturais, o Turismo, organizado e planejado, é poderoso instrumento de aceleração ou complementação do processo de desenvolvimento.
(BENI, 1998, p. 120)

Monitoramento - Conclusão

É fundamental que as ações desenvolvidas sejam registradas e que se organize uma forma de coleta de dados, com o objetivo de identificar o acerto, ou não, das estratégias adotadas, visando o desenvolvimento do turismo.

Será necessário o trabalho da Prefeitura no sentido de coletar as informações sobre número de visitantes nos empreendimentos e eventos turísticos de forma a qualificar os dados por meio de pesquisas e monitoramento. Por outro lado, os empresários e promotores de eventos deverão se comprometer em repassar os dados. Inclui-se, neste sentido, a taxa de ocupação hoteleira.

Deve-se atentar para as seguintes áreas:

- a. Aprimoramento de produtos turísticos;
- b. Prospecção e acesso a mercados;
- c. Inovação na experiência de visitação dos turistas às empresas;
- d. Inclusão e promoção no mercado digital.

Pode-se observar também, de acordo com os dados apresentados pelo Observa News 07/2018 (anexo II), a importância do Centro de Atenção ao Turista, que recebe muitos turistas internacionais, em busca de informações sobre o Rio Grande do Sul. Cabe ao Município a realização de capacitação dos atendentes do CAT, para que estes estimulem a permanência na região, antes de seguirem viagem para o destino pretendido.

O papel do Conselho Municipal de Turismo é fundamental no monitoramento deste Plano de Turismo. Da mesma forma, sugere-se também que este documento seja atualizado anualmente.

Como o Ministério do Turismo (MTur) considera fundamental a elaboração do Plano Municipal de Turismo, que tem o objetivo de promover a articulação e o ordenamento turístico da localidade, os documentos são decisivos para orientar a definição de políticas públicas e o repasse de verbas pelo MTur. Além disso, é necessário comprovar a existência e o funcionamento do Conselho Municipal de Turismo, bem como o vínculo a uma Instância de Governança Regional, composta por representantes do Poder Público e da iniciativa privada.

Os planos favorecem o adequado desenvolvimento de destinos. O Mtur também considera o documento um dos critérios para participar do Prodetur + Turismo que vai disponibilizar R\$ 5 bilhões em financiamentos. Assim, o Plano se torna também um meio de receber recursos para viabilizar ações de infraestrutura, promoção e qualificação do turismo.

Entende-se que Sant'Ana do Livramento tem as condições ideais para se configurar como um dos principais destinos turísticos do Rio Grande do Sul, sendo fundamental, para isso ocorrer de fato, a implementação das ações propostas neste plano.

Um lembrete:

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

Vocês devem divulgar o seu território!

Referências

ABBTUR. **O que é a Associação Brasileira de Turismólogos e Profissionais do Turismo.**

Disponível em: <http://www.abbtur.org.br/abbtur/conteudo.asp?cod=1>. Acesso em: 25/01/18.

A.(Org.). **Teoria e história da ciência; intercâmbio latino-americano.** Caxias do Sul; EDUCS, 1999.

DENCKER, A. F. M. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo.** 3.ed. São Paulo: Futura, 2000.

EPOCA. **Compre experiências e não coisas.** 2015. Disponível em:

<http://epoca.globo.com/vida/noticia/2015/02/bcompre-experiencias-be-nao-coisas.html>

Acesso em: 12/04/16.

EUROMONITOR. **The New Online Travel Consumer.** Disponível em:

<http://go.euromonitor.com/rs/euromonitorinternational/images/TheNewOnlineTravelConsumer.pdf>. Acesso em: 25/08/18.

FÁVERO, Ivane M. R. **Políticas de Turismo: Planejamento na Região Uva e Vinho:** EDUCS, 2006.

FÁVERO, I.M.R. **Planejamento Municipal do Turismo para o Desenvolvimento Sustentável: um estudo de caso.** Dissertação de Mestrado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul. Caxias do Sul, 2004.

FOLHA UOL. **Gasto de turista brasileiro sobe 10 vezes em 10 anos.** 2015. Disponível em:

<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2014/01/1391988-gasto-de-turista-brasileiro-sobe-10-vezes-em-10-anos.shtml>. Acesso em: 12/04/16.

FORUM GLOBAL. **The Global Competitiveness Report 2014–2015.** Disponível em:

<http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2014-2015/>. Acesso em: 21/08/18.

GOVERNO DO RIO GRANDE DO SUL. Lei Orçamentária Anual – LOA. **LEI Nº 15.054, de 19 de dezembro de 2017**. Fonte: <http://planejamento.rs.gov.br/orcamento-estado>. Acesso em: 01/09/2018.

MASETTO, M.T. **Competência pedagógica do professor universitário**. São Paulo: Summus, 2003.

McINTOSH, Robert W.; GOELDNER, Charles R.; RICHIE, J. R. Brent. **Turismo, princípios, práticas e filosofias**. 8.ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores**, Brasília, 2010.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Anuário Estatístico 2014**. Volume 41. Ano base 2013.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Plano Aquarela: Marketing turístico internacional do Brasil**. Relatório executivo. **Metodologia e Coordenação: Chias Marketing**. 2005.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Embratur. Disponível em: <http://www.embratur.gov.br/>. Acesso em: 25/01/18.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Índice de competitividade do turismo nacional: relatório Brasil 2015**. Coordenação Luiz Gustavo Medeiros Barbosa. – Brasília, DF: 2015. 92 p.

MORAES, C.C.de A. **Turismo: segmentação de mercado: um estudo introdutório**. In: ANSARAH, M. G. dos R. (Org.). **Turismo, segmentação de mercado**. 2.ed. São Paulo: Futura, 2000.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO – OMT. **Panorama OMT del Turismo Internacional**. Disponível em: <http://www2.unwto.org/es>. Acesso em: 21/08/18.

PAVIANI, J. **A sistematização de conhecimentos no ensino e na pesquisa**. In: LAZZAROTTO, V.

SEBRAE RS. **Os números do setor no Brasil** - Disponível em: <https://sebraers.com.br/turismo/os-numeros-do-setor-no-brasil/>. Acesso em: 01/09/2018.

SEBRAE. **Boletim de Tendência do Turismo**. Junho, 2014.

SEBRAE. **Boletim de Tendência do Turismo**. Junho, 2015.

SEBRAE. **Índice de competitividade do turismo nacional** (Recurso eletrônico): destinos

SEBRAE. **Indutores do desenvolvimento turístico regional: relatório Brasil 2014 /**

Anexo I – Listas de presença na Oficina de Planejamento

Secretaria do Planejamento

LISTA DE PRESEÇA					
Nº	CIDADE:		DATA:	TELEFONE	ASSINATURA
	NOME	Empresa/entidade			
1	Lucime Maria Martins	Sec. de Turismo	984528500		<i>Lucime M.M.</i>
2	Adriano de Sá	Sec. de Turismo	98499065		<i>Adriano de Sá</i>
3	AULIANA F. FERNANDES ALVES	SEC DE TURISMO	981131031		<i>A. Fernandes</i>
4	ANITA MARIA VARGAS GUERAS	199 CRE	98690483		<i>Anita M. Vargas</i>
5	Lucieli Tulin	Imac	984213712		<i>Lucieli Tulin</i>
6	Roberto Pinheiro	emfina turismo	99732654		<i>Roberto Pinheiro</i>
7	Alaíde Dantas	199 CRE	98445819		<i>Alaíde Dantas</i>
8	Kenya Soares	SESC	99733033		<i>Kenya Soares</i>
9	NEI EDILSON NOBREGA	GRAMP	981160334		<i>Nei Edilson Nobrega</i>
10	Verônica	Joananas Turismo	99856346		<i>Verônica</i>
11					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					
21					
22					
23					
24					
26					
27					



REUNIÃO

Data: 25 de Julho de 2018
Horário: 17h
Local: Santana do Livramento

LISTA DE PRESEÇA

NOME	PRODUTO QUE FAZ	TELEFONE	E-MAIL	ASSINATURA
Elaine Gross	SEBRAE RS	(53) 99941-5407	henriamg@sebraers.com.br	
Jane Furlan	Sebrae RS	54 99809-7466	tonibeto@narefucio.com.br	
Silvana Breda	Sec. Turismo	55 999520643	silvanabreda@vivo.com	
Ana Paulestia	Sec. Turismo	(55) 9999986500	ANA-PAUL-DES@HOTMAIL.COM	
Luciana Fernandes	Sec. Turismo	55-981131031	lufife162@gmail.com	
Cintia Machado	Sec. Turismo	55-999544714	CINTIA303E218E2RMACHADO@gmail.com	
Sulei Azeiteiro	Grupo Vudu Plaza	55-991043947	supportemkt@vudu.plaza.com.br	
MARCIO SILVEIRA	UNIDAS ALVÉVEL DE CAMOIS	55.998643565	unidaslivramento@gmail.com	

Anexo II – Atendimento nos CATs do RS

