



# Plano Municipal de Turismo de Osório/RS

Junho, 2023

1



## **FICHA TÉCNICA**

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

#### **Diretoria Executiva**

Diretor Superintendente – André Vanoni de Godoy

Diretor de Administração e Finanças – Marco Aurélio Paradedda

Diretor Técnico – Ayrton Pinto Ramos

#### **SEBRAE REGIONAL METROPOLITANA**

Gerente – Paulo Cesar da Cunha Bruscato

Gestora – Lissandra Monza

#### **PREFEITURA MUNICIPAL DE OSÓRIO**

Prefeito – **Roger Caputi Araújo**

Vice-prefeito - **Martim Tressoldi**

Secretário de Desenvolvimento, Turismo, Cultura e Juventude – **Eduardo Borba Pellegrini**

#### **ENTRE RIOS CONSULTORIA E EVENTOS LTDA.**

##### **Consultoras responsáveis pela elaboração:**

Roséli Azi Nascimento – Bióloga Turismóloga

Vânia Reis dos Santos – Turismóloga





## MENSAGEM PREFEITO MUNICIPAL



A criação do Plano Municipal de Turismo é um marco para Osório. Acreditamos que o município tem um grande potencial turístico que pode ser explorado, e isso vai gerar desenvolvimento para a nossa cidade. Osório está localizado em um lugar estratégico, com acessos facilitados, próximo a Porto Alegre, Serra e Santa Catarina. Outro ponto que podemos estimular aqui é a navegação lacustre nas nossas lagoas, aproveitando o desenvolvimento e construção de condomínios que vêm oferecendo marinas. Tenho certeza que o turismo é uma excelente oportunidade para que possamos incentivar e atrair investimentos e empreendedores para a nossa cidade. Isso vai gerar resultados com a

geração de novos empregos e renda e também colocando Osório no mapa do turismo do Rio Grande do Sul. Acreditamos que a execução do Plano Municipal de Turismo vai organizar e melhorar o planejamento, para termos resultados melhores no desenvolvimento do setor no município.

**Roger Caputi Araujo**  
Prefeito de Osório



## MENSAGEM SECRETÁRIO MUNICIPAL



A Secretaria de Desenvolvimento, Turismo, Cultura e Juventude tem entre suas atribuições, elaborar políticas públicas com o objetivo de incentivar e atrair novos investimentos, empreendimentos e negócios, movimentando a economia local e fomentando a atividade turística. Nesse sentido, o Plano apresenta-se como protagonista de um novo modelo de gestão eficiente, sustentável e transparente, unindo todos os envolvidos na execução das ações, acelerando seu desenvolvimento e gerando resultados efetivos em emprego e renda, e acreditamos que o Município de Osório possui um grande potencial turístico a ser explorado. A atividade turística vem

se desenvolvendo como importante fator socioeconômico, destacando-se pela geração de empregos, dinamização da economia local e como estimulador da inovação e do empreendedorismo. Ressaltamos que durante o processo de criação do Plano Municipal de Turismo, todos os envolvidos e beneficiados direta e indiretamente pelo setor turístico tiveram a oportunidade de participar e contribuir, debatendo, sugerindo e definindo ações para fomentar e estruturar a indústria do turismo em nossa cidade. Acreditamos que a organização, o planejamento e a cooperação entre os setores público, privado e sociedade civil são determinantes para se obter melhores resultados, consolidando nossa cidade como destino turístico a ser visitado.

**Eduardo Borba Pellegrini**

Secretário de Desenvolvimento, Turismo,  
Cultura e Juventude



## MENSAGEM PRESIDENTE COMTUR



Todos sabemos que o desenvolvimento dos Municípios, Região e Estado dependem de diversos fatores, mas temos certeza que o Turismo sempre estará entre esses caminhos para o fortalecimento da Cidade. Quando pensamos no Município de Osório, esse ideal se torna mais evidente, afinal, a cidade é privilegiada por belezas naturais e excelente localização. Perto da Capital, da Serra e do Mar, colocam o Município entre aqueles que se diferenciam dos demais, mas ao mesmo tempo, atribui responsabilidade àqueles que devem fazer do Turismo um belo Cartão de Visitas. O Conselho Municipal de Turismo de

Osório está focado na busca pelo desenvolvimento do Município e da Região e sabe do seu compromisso com a implementação de medidas eficazes. Nossas reuniões reforçam o compromisso que todos os conselheiros possuem para o Crescimento do Turismo na Cidade de Osório, afinal são debates amplamente produtivos no sentido de buscar uma melhor solução. Ainda, as reivindicações e pleitos extrapolam o âmbito Municipal, chegando ao Legislativo Estadual e Federal as exigências de direcionamento de verbas para o setor. Organizado, com propósito e foco são as características deste Comtur! Assim, acompanhar de perto o Plano de Turismo também faz parte do nosso compromisso.

**Tiago Johnson Centeno Antolini**  
Presidente do COMTUR



## MENSAGEM ASSESSOR DE TURISMO



Com a criação do Plano, a atividade turística ganha prioridade, e a gestão pública dá importante passo para o desenvolvimento do setor. As ações, quando executadas e implementadas, melhorarão a qualidade dos serviços e produtos turísticos ofertados, privilegiando ao visitante uma experiência única do lugar.

**Diogo da Rosa Silva**  
Assessoria de Turismo



## MENSAGEM GESTORA SEBRAE



Imaginem um lugar repleto de belezas naturais exuberantes, muita história e riqueza cultural, onde vive um povo acolhedor e empreendedor que é hospitaleiro e recebem com muita alegria. Estamos falando de Osório, um município com uma beleza e identidades únicas. Osório teve seus primeiros ocupantes de origem açoriana, e posteriormente povoado por colonizadores alemães e italianos, o que faz com que o município seja muito rico culturalmente. O município é constituído por 6 distritos: Osório, Aguapés, Atlântida-Sul, Borussia, Passinhos e Santa Luzia. Em maio de 2009, a cidade também passou a ter o título, por lei, de “Terra dos Bons Ventos”, por conta dos ventos contínuos existentes no local, que também viabilizaram o crescimento econômico do município via energia eólica.

Osório também integra o COREDE (Conselho Regional de Desenvolvimento) Litoral. De acordo com o relatório da Secretaria de Planejamento do Estado do Rio Grande do Sul, em relação ao Perfil Regional do COREDE Litoral (2015), uma das principais características dessa região é a grande ocupação sazonal devido ao turismo de verão. Nessa época, a população costuma ser três vezes maior do que a população permanente, com ocupantes oriundos principalmente da Região Metropolitana de Porto Alegre, Serra e de países vizinhos, como Argentina e Uruguai. A atividade turística é vista como uma das atividades econômicas mais promissoras da região e uma de suas maiores oportunidades de desenvolvimento. O COREDE Litoral também vem se destacando com a produção de energia eólica, e possui 9 parques de energia eólica instalados em Osório, denominado Complexo Eólico de Osório. Participar da estruturação da atividade turística no município de Osório foi um imenso privilégio e uma experiência gratificante. Fazer parte deste momento único e conhecer tantas lideranças e empreendedores locais, engajados em tornar Osório reconhecida como um destino turístico, entidades que amam seu município, sua cultura, sua história e dedicam seu tempo para promover com entusiasmo esta identidade única, tem muito valor para o Sebrae e para mim, como gestora de Projetos de Turismo na Regional Metropolitana.

Que este amor, união e dedicação perseverem ao longo dos anos, para que o turismo se torne cada vez mais relevante no desenvolvimento socioeconômico, do município e da região. Agradeço em meu nome e do Sebrae RS ao Sr. Roger Caputi - Prefeito Municipal de Osório, ao Sr. Eduardo Borba Pellegrinie - Secretário Municipal Desenvolvimento, Turismo, Cultura e Juventude, a toda equipe da Prefeitura, e demais lideranças, pela confiança depositada no Sebrae para o desenvolvimento deste trabalho tão relevante na retomada do turismo na região.

Reconhecimento especial às consultoras Roséli Azi Nascimento e Vânia Reis, que conduziram este projeto com empenho e dedicação!

**Lissandra Monza**  
Gestora de Projetos do SEBRAE/RS

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Metodologia aplicada.....	15
Figura 2 - Oito Eixos do PRT.....	16
Figura 3 - 17 ODS.....	20
Figura 4 - Mapa do fluxo turístico no Brasil por continentes .....	21
Figura 5 - Selo Turismo Responsável.....	22
Figura 6 - Tendências transformadoras do Turismo .....	35
Figura 7 - Complexo Eólico Osório .....	43
Figura 8 - Praça das Carretas.....	44
Figura 9 - Museu da Via Férrea e Antropológico .....	45
Figura 10 - Parque Histórico Osório.....	46
Figura 11 - Capela Santa Rita de Cássia.....	46
Figura 12 - Igreja Nossa Senhora Aparecida do Sertão.....	47
Figura 13 - Morro da Borrúsia.....	48
Figura 14 – Lagoa Marcelino .....	49
Figura 15 - Praias de Osório.....	50
Figura 16 – Lagoado Peixoto.....	51
Figura 17 - Lagoa do Horácio .....	52
Figura 18 - Sítio Cascata da Borrúsia.....	53
Figura 19 - Dom Franz Cervejaria.....	54
Figura 20 - Vila Esportes e Eventos. ....	54
Figura 21 - Festa do Divino .....	55
Figura 22 - Festa do Colono .....	56
Figura 23 - Via Sacra.....	57
Figura 24 - Maçambiques .....	58

Figura 25 - Mountain Bike Sesc Osório .....	59
Figura 26 - Feira do Livro .....	59
Figura 27 - Rodeio Crioulo de Osório .....	60
Figura 28 - Cavalgada do Mar .....	61
Figura 29 - Caminho Gaúcho de Santiago.....	62
Figura 30 - Elementos do Turismo de Negócios e Eventos.....	63
Figura 31 - Elementos do Turismo Cultural .....	63
Figura 32 - Elementos do Ecoturismo.....	64
Figura 33 - Elementos do Turismo Rural.....	65
Figura 34 - Elementos do Turismo Aventura. ....	66
Figura 35 - Mapa do Comportamento do Turista RS – Perfis .....	
Figura 36 - Mapa do Comportamento do Turista RS – Personas.....	
Figura 37 - Mapa do Comportamento do Turista RS – Motivações.....	
Figura 38 - Mapa do Comportamento do Turista RS.....	71
Figura 40 - Big Hotel.....	72
Figura 41 - Novo Hotel.....	73
Figura 42 - Mimi House Pousada .....	74
Figura 43 - Restarutante Barreto .....	75
Figura 44 - Quiero Café .....	75
Figura 45 - Á Lenha Pizzaria .....	76
Figura 46 - Padaria Artesanal We Do Bakery.....	77
Figura 47 - Resultado dinâmica Valores do PMT de OSÓRIO .....	82
Figura 48 à 63 - Momentos elaboração do PMT de OSÓRIO. ....	97

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1</b> - Turistas internacionais no RS .....	29
<b>Quadro 2</b> – Dados do município de OSÓRIO .....	37
<b>Quadro 3</b> – Número de empresas com CADASTUR .....	40
<b>Quadro 4</b> – Análise SWOT .....	77
<b>Quadro 5</b> – EIXO 1 – Gestão Descentralizada do Turismo.....	83
<b>Quadro 6</b> – EIXO 2 – Planejamento e Posicionamento de Mercado.....	84
<b>Quadro 7</b> – EIXO 3 – Qualificação Profissional, dos Serviços e da Produção Associada.....	85
<b>Quadro 8</b> – EIXO 4 - Empreendedorismo, Captação e Promoção de Investimentos.....	87
<b>Quadro 9</b> – EIXO 5 – Infraestrutura Turística.....	88
<b>Quadro 10</b> – EIXO 6 – Informações Turísticas .....	90
<b>Quadro 11</b> – EIXO 7 – Promoção e Apoio à Comercialização .....	91
<b>Quadro 12</b> – EIXO 8 – Monitoramento.....	92

## LISTA DE SIGLAS

APA	Área de Proteção Ambiental
APDs	Ações Promotoras do Desenvolvimento
CAGED	Cadastro Geral de Empregados e Desempregados
CAT	Centro de Atendimento ao Turista
CADASTUR	Cadastro dos Prestadores de Turismo
COMTUR	Conselho Municipal de Turismo
CNC	Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo
COVID-19	Coronavírus SARS-CoV-2
DEPRC	Departamento Estadual de Portos, Rios e Canais
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDHM	Índice de Desenvolvimento Humano Municipal
IES	Instituições de Ensino Superior
IGR	Instância de Governança Regional
INCRA	Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária
LIC	Lei de Incentivo a Cultura
MP	Medida Provisória
MTUR	Ministério do Turismo
ODS	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
OMS	Organização Mundial da Saúde
OMT	Organização Mundial do Turismo
ONU	Organização das Nações Unidas
PCR	<i>Polymerase Chain Reaction</i>
PERSE	Programa Emergencial do Setor de Eventos e Turismo
PL	Projeto de Lei
PNT	Plano Nacional de Turismo
PRT	Programa de Regionalização do Turismo
RVSBP	Refúgio de Vida Silvestre Banhado dos Pachecos
SEBRAE	Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SEMA	Secretaria Estadual de Meio Ambiente
SETUR	Secretaria Estadual de Turismo
TTCR	Relatório de Competitividade em Viagens e Turismo
UNICNEC	Centro Universitário Cenecista
WEF	<i>World Economic Forum</i>
WTTC	<i>World Economic Forum World Economic Forum</i>

## SUMÁRIO

<b>1 – INTRODUÇÃO .....</b>	<b>13</b>
<b>2 – METODOLOGIA .....</b>	<b>15</b>
<b>3 – CENÁRIOS DO TURISMO .....</b>	<b>ERRO! INDICADOR NÃO DEFINIDO.</b>
3.1 TURISMO NO MUNDO.....	<b>ERRO! INDICADOR NÃO DEFINIDO.</b>
3.2 TURISMO NO BRASIL.....	<b>ERRO! INDICADOR NÃO DEFINIDO.</b>
3.3 TURISMO NO RS .....	<b>ERRO! INDICADOR NÃO DEFINIDO.</b>
<b>4 – TENDÊNCIAS PÓS-PANDEMIA .....</b>	<b>ERRO! INDICADOR NÃO DEFINIDO.</b>
<b>5 – APRESENTAÇÃO DO MUNICÍPIO .....</b>	<b>36</b>
5.1 – DADOS HISTÓRICOS.....	36
5.1.1 Criação do Município de Osório e a Origem de seu Nome .....	36
5.2 LOCALIZAÇÃO .....	36
5.3 – DADOS DEMOGRÁFICOS E ECONÔMICOS .....	37
<b>5.5 CADASTUR .....</b>	<b>39</b>
<b>6 – OFERTA TURÍSTICA.....</b>	<b>41</b>
6.1 ATRATIVOS TURÍSTICOS .....	41
6.1.1 Atrativos Culturais.....	42
6.1.2 Atrativos Naturais.....	47
6.1.3 Atrativos Econômicos, Esporte e Lazer.....	52
6.1.4 Eventos .....	54
6.2 SEGMENTOS ÂNCORA E SECUNDÁRIOS.....	62
6.2.1 Segmento Âncora .....	62
6.2.2 Segmentos Secundários .....	63
6.2.3 Segmentos Potenciais.....	64
<b>7 – DEMANDA TURÍSTICA.....</b>	<b>67</b>
<b>8 – INFRAESTRUTURA.....</b>	<b>70</b>
8.1 ACESSO.....	70
8.2 CENTRO DE ATENDIMENTO AO TURISTA (CAT) .....	70
8.3 MEIOS DE HOSPEDAGENS .....	71
8.4 RESTAURANTES, BARES E SIMILARES.....	74
<b>9 - ANÁLISE SWOT .....</b>	<b>78</b>
<b>10 – MISSÃO, VISÃO E VALORES .....</b>	<b>81</b>
<b>11 - DESCRIÇÃO DAS APDS APROVADAS POR EIXO DE ATUAÇÃO DO PRT... 83</b>	<b>83</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>93</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>95</b>

## 1 – INTRODUÇÃO

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

O ano de 2020 promoveu uma ruptura em todas as previsões e planos estratégicos bem elaborados em todo o mundo devido à crise do Coronavírus – COVID-19. O vírus causador da doença espalhou-se rapidamente ao redor do mundo, afetando (e sobrecarregando) não apenas sistemas de saúde, mas a economia, modelos de organização de trabalho e interação social como um todo, além de evidenciar as principais desigualdades existentes<sup>1</sup>.

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

---

<sup>1</sup> [www.estrategiaods.org.br/article/como-os-ods-podem-guiar-acoes-de-combate-a-covid-19/](http://www.estrategiaods.org.br/article/como-os-ods-podem-guiar-acoes-de-combate-a-covid-19/)

econômico, mas também social, ambiental, político e geopolítico, e quais as estratégias e salvaguardas necessárias para o planejamento turístico diante dos efeitos inegáveis da crise civilizatória<sup>2</sup>.

O planejamento turístico assume um sentido de urgência baseado na questão sustentável em um contexto posterior à pandemia da COVID-19, que obriga a integração entre os eixos econômico, social e ambiental. Desta forma, a metodologia orientadora dos 17 ODS, na Agenda 2030, tornou-se mais imprescindível no momento de planejamento das ações estratégicas, pois essa Agenda proporciona uma série de oportunidades para estados e municípios, relacionadas a materiais, ferramentas, parcerias e recursos que possibilitam o aprimoramento da gestão e de políticas públicas, além da promoção do desenvolvimento sustentável local<sup>3</sup>.

As ações estratégicas aqui apresentadas visam ao desenvolvimento do Turismo Sustentável no município de OSÓRIO e requer a participação de todas as partes relevantes interessadas, bem como uma liderança política forte para garantir uma ampla participação e construção de consenso. Alcançar o Turismo Sustentável é um processo contínuo e demanda um monitoramento constante dos impactos, introduzindo as medidas preventivas e/ou corretivas sempre que necessário<sup>4</sup>.

---

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

<sup>3</sup> [www.estrategiaods.org.br/como-os-ods-podem-orientar-os-municipios-para-uma-recuperacao-economica-inclusiva/](http://www.estrategiaods.org.br/como-os-ods-podem-orientar-os-municipios-para-uma-recuperacao-economica-inclusiva/)

<sup>4</sup> [www.unwto.org/es](http://www.unwto.org/es)

## 2 – METODOLOGIA

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

Figura 1 - Metodologia aplicada



Fonte: Entre Rios Consultoria e Eventos, 2021.

A metodologia de trabalho para a realização das Ações e Estratégias deste documento foram de **Pesquisa Participante**, cujo objetivo é buscar o envolvimento da comunidade na análise de sua própria realidade de forma **participativa transacional**, isto é, os atores envolvidos decidiram **como** e **em que** condições queriam desenvolver o Turismo Sustentável no município, a equipe técnica não planejou **para**, mas o fez **com** a comunidade, oportunizando o diálogo e a aprendizagem mútua. Todos os envolvidos no processo de construção coletiva deste Plano Municipal de Turismo continuaram envolvidos na seleção das ações previamente descritas na etapa anterior.

Pode-se afirmar que os melhores exemplos de aplicação da Pesquisa Participante são o estabelecimento de programas públicos ou plataformas políticas e a determinação de ações básicas de grupos de trabalho (Gil, 2007). A técnica da abordagem Participativa Transacional enfatiza a comunicação entre os técnicos e o grupo de indivíduos envolvidos com o processo de planejamento (MOLINA e RODRIGUEZ ABITIA, 1987 *apud* BARRETTO, 2009).

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

Figura 2 - Oito Eixos do PRT



Fonte: Adaptado de BRASIL, 2013

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

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

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

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

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

- Roteirização
- Planejamento Operacional

### **Eixo 3 - A Qualificação profissional, dos serviços e da produção associada:**

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

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

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

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

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

- Elaboração de Projetos de Infraestrutura Turística
- Sinalização Turística

- Centro de Atendimento ao Turismo
- Acessibilidade

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

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

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

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

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

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

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

Figura 3 - 17 ODS



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

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

A logística desenvolvida nas oficinas foi composta de:

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

### 3 – CENÁRIOS DO TURISMO

#### Turismo no Mundo

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

O ano de 2020 ficará marcado como o pior ano do século para o Turismo. O impacto devastador da pandemia Covid-19 no Turismo global continuou em 2021, com dados mostrando uma queda de 87% no número de chegadas de turistas internacionais em janeiro em comparação com 2020. A OMT fez um apelo a uma maior coordenação entre os países no que diz respeito a protocolos de viagens que permitisse a reativação segura do Turismo e evitasse mais um ano de grandes prejuízos para o setor<sup>5</sup> em 2021.

O Turismo Internacional deu sinais de recuperação em junho e julho de 2021, quando alguns destinos abrandaram as restrições às viagens e a vacinação avançou em muitas partes do mundo. A partir daí, a maioria dos países passou a exigir que turistas internacionais apresentassem teste de Reação de Transcriptase Reversa (PCR) ou antígeno negativo na entrada, bem como Certificado de Vacinação e fornecessem seus dados de contato. A OMT esperava que a implantação de passaportes de vacinação pudesse facilitar a reabertura das fronteiras para o Turismo. O documento poderia conter comprovante de vacinação, resultado de teste contra a COVID-19 ou um atestado de recuperação da doença. Muitos países rapidamente adotaram essa estratégia e a população já passou a utilizar para ir a shows, teatros, festas, academias e demais locais que reunissem pessoas. Esse documento poderia auxiliar os locais a receberem turistas “sadios”. Muitas dessas medidas seguem valendo e espera-se que a vacinação das populações contra a COVID-19 ajude a restaurar a confiança do viajante, contribua para aliviar as restrições de viagens e

---

<sup>5</sup> [www.unwto.org/\(es/covid-19-y-sector-turistico-2020](http://www.unwto.org/(es/covid-19-y-sector-turistico-2020)

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

Esse desempenho foi sustentado pela reabertura de vários destinos para viagens internacionais, especialmente na Europa e nas Américas. O relaxamento das restrições para viajantes vacinados, junto com o progresso na administração das vacinas COVID-19, contribuiu para aumentar a confiança do consumidor e restabelecer gradualmente a mobilidade segura na Europa e em outras partes do mundo. Em vez disso, a maioria dos destinos asiáticos permaneceu fechada para viagens não essenciais. Segundo o atual Secretário-Geral da OMT, Zurab Pololikashvili, há claramente uma forte demanda por turismo internacional e muitos destinos começaram a receber visitantes com segurança e responsabilidade.

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

De acordo com a OMT, mais de 900 milhões de turistas internacionais viajaram no ano de 2022. O número é o dobro registrado em 2021, embora ainda 63% dos níveis pré-pandêmicos. Todas as regiões registraram aumentos notáveis em chegadas internacionais. O Oriente Médio liderou a lista subindo para 83% dos números pré-pandêmicos. A Europa atingiu quase 80% desse patamar ao receber 585 milhões de turistas em 2022. A África e as Américas recuperaram cerca de 65% do movimento antes da pandemia, enquanto a Ásia e Pacífico atingiram apenas 23%, devido a uma pandemia mais forte e restrições que começaram a ser removidas apenas nos últimos meses. O primeiro Barômetro Mundial de Turismo da OMT de 2023 também analisa o desempenho por região e confere os melhores desempenhos em 2022, incluindo vários destinos que já recuperaram os níveis de 2019. No entanto, a conjuntura económica pode fazer com que os turistas adotem uma atitude mais cautelosa em 2023, com menos gastos, viagens mais curtas e para locais mais próximos de casa<sup>6</sup>.

A OMT espera que a recuperação continue até final de 2023, mesmo com o setor enfrentando desafios económicos, de saúde e geopolíticos. O recente

---

<sup>6</sup> <https://news.un.org/pt/story/2023/01/1808227>

levantamento das restrições de viagem do COVID-19 na China, o maior mercado de origem do mundo em 2019, é um passo importante na recuperação do setor de turismo na Ásia-Pacífico e globalmente. No curto prazo, a retomada das viagens da China pode beneficiar os destinos asiáticos em particular. No entanto, a situação mudará dependendo da disponibilidade e custos da viagem, regulamentos de vistos e restrições do COVID-19 nos destinos. Em meados de janeiro, um total de 32 países impuseram restrições específicas de viagem a viajantes da China, especialmente na Ásia e na Europa<sup>7</sup>. Para o Turismo interno essas previsões trazem certo otimismo, pois muitas pessoas não viajarão para exterior, cabe aos destinos turísticos brasileiros se posicionarem para conquistarem essa importante fatia do mercado.

### **Turismo no Brasil**

Os resultados alcançados com a atividade turística doméstica no Brasil em 2019 cresceram em contrapartida com o receptivo internacional que registrou seis milhões e 300 mil turistas, uma queda de 4% em relação a 2018. A Argentina liderou a emissão com 1,95 milhões de turistas, seguida dos Estados Unidos com 590,5 mil e do Paraguai com 406,5 mil. Apesar da liderança, houve uma diminuição significativa de visitantes Argentinos no país, o que pode explicar a redução, pois em 2018 nossos vizinhos representaram 2,5 milhões de visitantes<sup>8</sup>.

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

A pandemia do novo coronavírus veio interromper o ciclo de crescimento do Turismo também no Brasil, onde o setor foi imediatamente afetado. As perspectivas de

---

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

<sup>8</sup> [www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2021/03/brasil-registra-63-milhoes-de-estrangeiros-em-2019\\_180422.html](http://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2021/03/brasil-registra-63-milhoes-de-estrangeiros-em-2019_180422.html)

retomada, contudo, indicam que o turismo doméstico tem sido um dos primeiros a estabelecer uma recuperação gradual, devido à preferência por roteiros mais curtos e de menor distância em relação à origem. Mais do que isso, no período pós-pandemia, o Turismo poderá vir a dar grande contribuição à retomada econômica e geração de empregos. Isso porque, pela natureza dos serviços envolvidos em sua cadeia produtiva, o setor é mão-de-obra intensivo, diferentemente de outras atividades, onde novas tecnologias estão substituindo muitos postos de trabalho<sup>9</sup>.

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

Figura 4 - Mapa do fluxo turístico no Brasil por continentes



Fonte: BRASIL, 2021

Com as restrições da pandemia e o câmbio alto, o Brasil torna-se mais atrativo para o brasileiro, com potencial de reversão do consumo do Turismo no exterior para o país. O Turismo de Natureza vem sendo o principal atrativo para os turistas brasileiros, com alto potencial de desenvolvimento (BRASIL, 2021).

<sup>9</sup> Revista\_Dados\_e\_Informacoes\_A1\_2ed\_jun2021\_\_.pdf

O Fórum Econômico Mundial (*World Economic Forum*) informou no seu Relatório de Competitividade em Viagens e Turismo (TTCR), publicado em setembro de 2019, em que faz referência à competitividade em Viagens & Turismo (T&T) de 140 economias e mede o conjunto de fatores e políticas que permitem o desenvolvimento sustentável do setor, que o Brasil ocupou o 32º lugar no *ranking* de 140 países, cinco posições abaixo em comparação ao último estudo. No entanto, ainda é o país com maior pontuação na América do Sul, destacando-se em recursos naturais e culturais<sup>10</sup>. Sendo assim, o Brasil tem um comprovado potencial para desenvolver o Turismo em espaços naturais.

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

O governo também sanciou a **Lei 14.034**, em 05 de agosto de 2020, a qual previa medidas emergenciais para atenuar os efeitos da crise na aviação civil brasileira, mas foi obrigado a editar a MP 1.024/2020 que prorrogou, até outubro de 2021, as regras de reembolso de passagens aéreas estabelecidas durante a pandemia, previstas na Lei 14.034, de 2020. De acordo com o Poder Executivo, essa prorrogação foi necessária diante das incertezas do cenário epidemiológico, que continuou a afetar as finanças das empresas aéreas. Com o aumento dos casos de COVID-19, a possibilidade de cancelamento de voos também cresceu.<sup>11</sup>

Ainda no âmbito da legislação, foi aprovada, em 04 de maio de 2021, a **Lei nº 14.148/2021**, também conhecida como PERSE (Programa Emergencial do Setor de Eventos e Turismo), que teve como finalidade trazer alívio financeiro a mais de seis

---

<sup>10</sup> [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2019.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf)

<sup>11</sup> <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2021/01/05/mp-prorroga-regras-para-reembolso-de-passagens-aereas-durante-a-pandemia>

milhões de famílias que trabalham no setor de eventos em todo o país e que tiveram que suspender as atividades devido à pandemia do novo coronavírus.

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

Figura 5 - Selo Turismo Responsável



Fonte: Site do Ministério do Turismo

Mas foi somente em 10 de novembro de 2020 que o Ministério do Turismo (Mtur) lançou um programa cujo objetivo foi alavancar a retomada do Turismo brasileiro com segurança e responsabilidade e recuperar o setor do impacto socioeconômico causado pela Covid-19, com a paralisação das atividades. O programa envolveu uma aliança nacional que reuniu poder público, iniciativa privada, terceiro setor e Sistema S, coordenada pelo MTur. Destaca-se a criação de um site ([www.retomada.turismo.gov.br](http://www.retomada.turismo.gov.br)), a elaboração de uma cartilha com orientações e a campanha “Viaje com Responsabilidade” e “Redescubra o Brasil”, com uma série de vídeos voltados à promoção dos destinos turísticos brasileiros e postagens nas redes sociais com materiais específicos de cada estado do país, além do Distrito Federal, e uma cartilha que visa orientar o turista para viajar com a sua família.

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

Com o avanço da vacinação e os protocolos sanitários existentes e implantados, o Turismo retomou aos poucos. As viagens domésticas foram as prioridades, o Nordeste liderou entre os destinos preferidos (59,84%), seguido das regiões Sul (28,92%) e Sudeste do país (25,30%)<sup>12</sup>.

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), as atividades do setor de Turismo foram as principais responsáveis pelo crescimento de 2,9% do Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil em 2022. De acordo com os dados divulgados, os setores de transporte, armazenagem e correio – grupo que contém atividades ligadas o Turismo, cresceram 8,4% no ano. Além deste, o que compreende outras atividades de serviços, onde estão incluídos os bares e restaurantes, por exemplo, apresentaram alta de 11,1%. A Pesquisa Mensal de Serviços (PMS), realizada também pelo IBGE, apontou um crescimento de cerca de 24% das atividades turísticas no ano de 2022<sup>13</sup>.

Apesar deste aumento progressivo a partir da abertura das fronteiras, o Brasil ainda está muito longe de atingir números desejados. Segundo especialistas, entre os principais motivos para um país com tanta diversidade de destinos "patinar" no turismo mundial estão: as manchetes negativas no exterior; a pouca divulgação internacional; a falta de preparo e infraestrutura para receber os estrangeiros e o alto custo da viagem<sup>14</sup>.

Em 2022 o Brasil recebeu 3,63 milhões de turistas internacionais, esse dado mostra que a chegada de estrangeiros ao país aumentou quase cinco vezes em relação ao ano de 2021. Apesar da alta, o número ainda é 43% menor que o registrado no pré-pandemia quando 6.353 milhões visitaram o Brasil. Ainda segundo o levantamento, os

---

<sup>12</sup> [www.conversion.com.br/ecommerce-no-brasil/](http://www.conversion.com.br/ecommerce-no-brasil/)

<sup>13</sup> <https://brasilturis.com.br/2023/03/06/ibge-turismo-e-principal-responsavel-por-crescimento-do-pib/>

<sup>14</sup> <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2019/02/16/o-que-afasta-os-turistas-estrangeiros-do-brasil.ghtml>

argentinos (1.032.762), os norte-americanos (441.007) e os paraguaios (308.234) foram os que mais visitaram os destinos brasileiros em 2022<sup>15</sup>.

## Turismo no RS

Para que se possa planejar a atividade turística, dados são fundamentais. Felizmente, neste ano de 2022, voltou a operar o **Observatório de Turismo** do Estado do Rio Grande do Sul (RS), importante órgão de coleta e interpretação de dados turísticos do RS, e hoje os destinos já dispõem de dados através do *Business Intelligence (BI)* do Turismo do RS que é um conjunto de painéis interativos que permitem a visualização de dados sobre o fenômeno turístico de forma rápida, precisa e acessível. *BI* permite, por meio de uma única ferramenta, a análise, mineração de dados, visualização de dados, ajudando gestores públicos e o trade turístico a tomarem decisões baseadas em dados. Disponibiliza, de forma gratuita, informações sobre o valor adicionado bruto do turismo em todos os municípios e as regiões turísticas do RS, isto é, a receita das diversas atividades características de turismo, além do fluxo de passageiros com destino ao Estado do RS, a origem dos voos, a evolução da quantidade de chegada de passageiros ao longo dos últimos anos e meses, o perfil dos visitantes que frequentam os eventos com grande fluxo turístico, o perfil do visitante que solicita informações, além de dados sobre as empresas de turismo do Estado (onde estão localizadas, quando foram abertas, em que atividades elas atuam)<sup>16</sup>.

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

---

<sup>15</sup> <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/brasil-recebe-mais-de-3-63-milhoes-de-turistas-estrangeiros-em-2022>

<sup>16</sup> <https://www.setur.rs.gov.br/acesse-o-business-intelligence-bi-do-turismo-paineis-interativos-com-dados-do-setor>

Quadro 1 - Turistas internacionais no RS

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

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

Este cenário torna-se importante para o monitoramento do fluxo da retomada, pois são dados anteriores a pandemia. Dentro desse cenário, observou-se que muitas das chegadas de turistas internacionais ao Brasil pelo RS destinam-se ao litoral deste estado e de Santa Catarina (SC), mas uma parte dirige-se à Serra Gaúcha.

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

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

Já em 2022 a SETUR executou o projeto “Turismo em Movimento” que possuía o objetivo de levar novas perspectivas de ação sobre o mercado turístico para os atores envolvidos com o desenvolvimento do Turismo, além de tratar temas de suma importância para gerar um novo posicionamento de mercado do Turismo no estado,

tais como: o Mapa de Comportamento do Turista, a Estruturação e Qualificação da Oferta, linhas de crédito para empreendimentos, entre outros assuntos. As Missões Técnicas, como estão sendo chamados os encontros, estão acontecendo nas 27 regiões turísticas do RS.

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

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

---

<sup>17</sup> <https://setur.rs.gov.br/avancar>

revisão da Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAEs) para o registro no CADASTUR, e um importante manifesto de ações Pró-gestão e flexibilização do Modelo de Distanciamento Controlado (MDC) do RS, assinado por mais de 60 entidades envolvidas no Turismo do estado e encaminhado ao governador .

Importantes ações para a retomada do Turismo foram e continuam sendo executadas, pois a sua dimensão econômica é de grande significado. Sabe-se que é uma atividade de demanda, associado ao consumo, sendo seu desempenho fortemente influenciado pelo crescimento no nível de renda dos consumidores efetivos e dos demandantes potenciais. O RS recebe visitantes de diversos outros estados brasileiros, dessa forma, quanto melhor a economia do país, melhor seu desempenho nas atividades turísticas. Fortalecer a Competitividade do Turismo nas diferentes regiões turísticas do RS é extremamente importante para consolidar as iniciativas já desenvolvidas nas 27 regiões turísticas do RS.

#### 4 – TENDÊNCIAS PÓS-PANDEMIA

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

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

Os turistas iniciaram a viajar a partir do momento em que se sentiram seguros em relação ao controle da pandemia e procuraram por destinos com menos aglomeração, com atividades ao ar livre. O convívio com a família foi valorizado em destinos que ofereciam experiências com famílias. O consumo digital aumentou em 80% e os destinos precisaram passar por uma transformação digital, mas ainda precisam aperfeiçoar o uso dos inúmeros recursos e ferramentas que a tecnologia oferece. Consumidores estão atentos as atitudes das marcas, cerca de 76% tem propensão a comprar de marcas que possuem empatia com o momento e praticam boas práticas de respeito responsabilidade social. Mais do que nunca os turistas querem ser surpreendidos com experiências comprometidas em proporcionar momentos de felicidades em uma viagem. O que era uma tendência passa a ser uma demanda mais intensa dos viajantes. E, cada vez mais os turistas estão atentos com a possibilidade de contribuir com o destino que visita deixando uma marca positiva, respeitando seu ambiente e sua sociedade.<sup>18</sup> Muitos estudos foram sendo realizados e todos apontam para as mesmas tendências:

---

<sup>18</sup> <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/comportamentos-dos-viajantes-importante-para-a-retomada-do-turismo,877fac0d29cc1710VgnVCM100004c00210aRCRD>

### Quanto ao turista:

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



### Quanto ao destino:

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



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

Figura 6- Tendências transformadoras do Turismo



Fonte: [www.amadeus.com](http://www.amadeus.com)

## **5 – APRESENTAÇÃO DO MUNICÍPIO**

### **– Dados Históricos**

#### **Criação do Município de Osório e a Origem de seu Nome**

Osório localiza-se em região de extrema importância histórica, considerando-se os primeiros tempos de proteção e colonização das terras extremas do território. No final do século XVII, a faixa litorânea tornou-se conhecida pelos paulistas e lagunenses que vinham em busca de gado. Também era o modo de chegar ao ponto das invasões castelhanas. O caminho ficou conhecido como Estrada da Laguna. Em 16 de dezembro de 1857, o município de Osório emancipou-se de Santo Antônio da Patrulha, levando consigo uma vasta área, de Palmares do Sul a Torres. O colonizador e o imigrante alemão ou italiano foram se instalando nas redondezas de Conceição do Arroio. Em 1934, sem consulta popular, Conceição do Arroio passa a chamar-se Osório, por ordem do Interventor Federal Flores da Cunha, como forma de homenagear Marechal Manoel Luiz Osório, patrono da Cavalaria Nacional, ali nascido<sup>19</sup>.

Historicamente, no período de 1921 a 1960, a exploração das vias navegáveis de Osório a Torres, transformando-se em um meio de comunicação e transporte de Osório - Torres, foi importante para o desenvolvimento econômico, cultural e educacional, não só para o município de Osório como para todo o Litoral Norte. Hoje, apresenta museu e um casario antigo, vestígio da influência açoriana na região. Com seus balneários, é passagem para quem se dirige às demais cidades do litoral gaúcho<sup>20</sup>.

#### **Localização**

Osório, centro de entrada para o litoral norte gaúcho. Milhares de turistas uruguaios, argentinos e gaúchos cruzam todos os anos por ela, pela BR 290 - Estrada General Osório - Free Way, BR 101 e RS 389 - Estrada do Mar. É uma cidade localizada estrategicamente entre a capital - Porto Alegre e Torres - marco de saída do Estado.

Altitude: 15m

---

<sup>19</sup> <https://osorio.atende.net/cidadao/pagina/historia-do-municipio>

<sup>20</sup> <https://osorio.atende.net/cidadao/pagina/historia-do-municipio>

## – Dados Demográficos e Econômicos

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

Quadro 2 – Dados do município de Osório

Localização:	Mesorregião Metropolitana de Porto Alegre e Microrregião de Osório
Área da Unidade Territorial:	663,878 km <sup>2</sup> (2022)
População:	47.400 pessoas (IBGE, 2022)
Escolarização (6 a 14anos)	97,1% (IBGE, 2010)
Densidade demográfica:	71,40 hab/km <sup>2</sup> (IBGE,2022)
IDHM – Índice de Desenvolvimento Humano Municipal:	0,751 (IBGE, 2010)
PIB per capita:	36.529,85 R\$ (IBGE, 2020)
Economia Local:	O PIB de OSório comparado a todo o Brasil é de 1214 <sup>o</sup>
Região Turística no Programa de Regionalização do Turismo	Litoral Note Gaúcho
Gentílico: Osoriense	

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

### Gestão Municipal do Turismo

A Secretário de Desenvolvimento, Turismo, Cultura e Juventude, vinculada à Prefeitura Municipal, é responsável pelas atividades administrativas e de desenvolvimento do Turismo.

A Lei Municipal nº 4690, em 15 de dezembro de 2010, criou o Conselho Municipal de Turismo.

**Art. 1º** - Fica criado o Conselho Municipal de Turismo - COMTUR, órgão deliberativo, fiscalizador, consultivo e de assessoramento, destinado a desenvolver, planejar e orientar uma política de ações pertinentes ao desenvolvimento turístico do Município de Osório.

**Art. 2º** - Compete ao Conselho Municipal de Turismo - COMTUR:

- I - Formular as diretrizes básicas a serem empreendidas na Política Municipal de Turismo;
- II - Propor resoluções, atos ou instruções, bem como modificações ou supressões de caráter administrativo que regulamentem as atividades turísticas, quando necessário;
- III - Opinar previamente sobre projetos de lei que se relacionem com o turismo local;
- IV - Sugerir programa e/ou projeto de interesse turístico, visando seu incremento;
- V - Estabelecer propostas de diretrizes para um trabalho coordenado entre os serviços municipais e os prestados pela iniciativa privada, com o objetivo de promover a infraestrutura turística;
- VI - Apoiar a realização de debates, palestras, congressos, seminários e convenções de interesse turístico;
- VII – Emitir parecer prévio sobre programas e projetos de implantação turística;
- VIII - Examinar as contas que lhe forem apresentados referentes aos planos, programas e projetos a serem executados dentro da política municipal de turismo;
- IX - Fiscalizar a captação, repasse e a destinação dos recursos que forem destinados às atividades turísticas;
- X - Opinar sobre a destinação e a aplicação dos recursos financeiros;
- XI - Acompanhar, quando envolverem interesse turístico, as licitações públicas;
- XII - Postular, se necessário, esclarecimentos sobre a aplicação dos recursos;
- XIII - Orientar a Administração Municipal e a iniciativa privada quanto à preservação dos pontos turísticos, recursos e atrativos turísticos do Município;
- XIV - Acompanhar, monitorar e fiscalizar todos os eventos turísticos incluídos no Calendário Oficial de Eventos do Município, bem como as atividades desenvolvidas pelo trade turístico;
- XV - Conciliar os programas do setor do Município de Osório com os do Estado do Rio Grande do Sul e da União, garantindo melhor aproveitamento dos seus recursos e compatibilização de suas diretrizes;
- XVI - Promover a integração com vistas a uma política de desenvolvimento integrado do turismo, bem como orientar as tomadas de decisões do Poder Executivo em aspectos relevantes atinentes ao setor turístico;
- XVII - Colaborar para o levantamento e atualização das informações de interesse turístico;
- XVIII - Prestar apoio e orientações às ações e atividades turísticas, públicas ou privadas, quando solicitado.

**Art. 3º - O Conselho Municipal de Turismo - COMTUR será composto por 11 (onze) conselheiros titulares e respectivos suplentes, observando a seguinte representatividade:**

I - 01 (um) representante da Secretaria de Desenvolvimento, Planejamento, Turismo, Cultura e Juventude;

II - 02 (dois) representante indicado pelo Prefeito Municipal de Osório - RS;

III - 01 (um) representante entre os segmentos de agência de viagens e turismo e de transportes turísticos;

IV - 01 (um) representante entre os segmentos de hospedagem e de alimentos e bebidas;

V - 01 (um) representante de entidades representativas do comércio;

VI - 01 (um) representante dos órgãos de segurança do Município;

VII - 01 (um) representante entre as Instituições técnicas e superiores de ensino;

VIII - 01 (um) representante da EMATER/ASCAR;

IX - 01 (um) representante entre os guias de turismo que atuam no Município de Osório - RS;

X - 01 (um) representante entre as instituições gestoras de atrativos turísticos, de equipamentos turísticos e de serviços turísticos (Redação dada pela Lei nº 6497/2021)

## **CADASTUR**

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

Atualmente, no município de OSÓRIO existem **37** empreendimentos cadastrados, de acordo com o apresentado no Quadro abaixo:

Quadro 3 – Número de empresas com CADASTUR

<b>Tipo de Cadastro</b>	<b>Nº de empresas</b>
<b>Acampamento Turístico</b>	01
<b>Agências de Viagens</b>	09
<b>Meios de Hospedagens</b>	02
<b>Organizadoras de Eventos</b>	00
<b>Transportadoras Turísticas</b>	04
<b>Parque Temático</b>	00
<b>Guia de Turismo</b>	20
<b>Empresas de Apoio ao Turismo Náutico ou à Pesca Desportiva</b>	00
<b>Casa de Espetáculos e Equipamentos de Animação Turística</b>	00
<b>Centro de Convenção</b>	00
<b>Prestador Especializado em Segmentos Turísticos</b>	00
<b>Prestador de Infraestrutura de Apoio a Eventos</b>	00
<b>Locadora de Veículos para Turistas</b>	00
<b>Parque Aquático e Equipamentos de Lazer</b>	00
<b>Restaurante, Cafeteria, Bar e Similares</b>	01
<b>Total de empresas cadastradas</b>	<b>37</b>

Fonte: [www.cadastur.turismo.gov.br](http://www.cadastur.turismo.gov.br)

## 6 – OFERTA TURÍSTICA

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

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

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

### 6.1 Atrativos Turísticos

Os recursos naturais e culturais, partes integrantes de um produto, são representados pelos **atrativos turísticos** que segundo o MTur é composto por “locais, objetos, equipamentos, pessoas, fenômenos, eventos ou manifestações capazes de motivar o deslocamento de pessoas para conhecê-los” (BRASIL, 2007), ou seja, são a matéria-prima do Turismo sem a qual um país ou uma região não poderiam empreender o desenvolvimento turístico. Para Veloso (2003 *apud* BRASIL, 2009) os atrativos turísticos constituem o **componente principal e mais importante do produto**

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

A seguir serão listados os principais atrativos turísticos já identificados neste município. Estes foram identificados durante as Oficinas, em instrumentos aplicados em março de 2023, realizadas para a construção deste Plano Municipal de Turismo.

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

- ✓ **Parque Eólico Osório** – O Complexo Eólico de Osório é um empreendimento de referência internacional no segmento de geração de energia renovável e sustentabilidade. Nos últimos doze meses, a energia produzida por este conjunto de usinas superou um milhão de megawatts/hora, resultando em quantidade equivalente ao consumo residencial anual de 525.000 famílias, aproximadamente 1,75 milhão de pessoas.

O Centro de Visitação e Difusão da Informação é uma iniciativa voltada à divulgação de informações relacionadas ao Complexo Eólico de Osório, particularmente, em relação à tecnologia empregada para geração de energia renovável, à preservação do meio ambiente e ao potencial turístico do município de Osório associado aos seus valores culturais, belezas naturais e esportes praticados na região. Trata-se de um espaço de convivência que visa contribuir com o desenvolvimento regional da infraestrutura social, ambiental e cultural do município de Osório, tornando-o uma referência de ecologia e turismo na rota obrigatória nas viagens ao litoral do Rio Grande do Sul.

Figura 7 - Complexo Eólico Osório



Fonte: Acervo Complexo Eólico Osório

- ✓ **Praça das Carretas** – A Praça das Carretas é um belo local de encontro para famílias, amigos, esportistas e casais. É possível fazer caminhada, correr, existem quadras de bocha, basquete e vôlei na areia, e também aparelhos para musculação ao ar livre. Ao redor da praça, existem trailers com cachorro quente, crepes e lanches.

Figura 8 - Praça das Carretas



Fonte: <https://www.google.com/images>

- ✓ **Museu da Via Férrea e Antropológico** - Museu da Via Férrea é opção para conhecer a história do litoral gaúcho. Junto ao museu, além do acervo em exposição, há uma pequena vila com réplicas dos prédios que contam a história de Osório. Algumas delas estão em processo de restauração, mas o museu e o local podem ser visitados gratuitamente,

Figura 9 – Museu da Via Férrea e Antropológico



Fonte: <https://www.correiodopovo.com.br/verao/museu-da-via-ferrea-e-opcao-para-conhecer-a-historiada-litoral-gaucha-1.776135>

- ✓ **Parque Histórico Osório** - Em 19 de maio de 1970, numa maiores festas cívicas dos últimos tempos presentes, entre outras autoridades o Presidente da República Gen. Excelentíssimo EMÍLIO GARRASTAZU MÉDICI, Alto Comando do Exército, Ministros Civis, representante do Superior Tribunal Militar e Governador do Rio Grande do Sul, foi inaugurado no Município de Osório — RS, o Parque Histórico Marechal Manoel Luís Osório. O parque inaugurado, o primeiro no gênero no Brasil, abrange terras e a casa na qual Osório nasceu e passou sua feliz infância, até ingressar na carreira das armas aos 15 anos, quando partiu em busca da glória militar.

Figura 10 – Parque Histórico Osório



Fonte: <https://jplitoral.com.br/fundacao-parque-historico-marechal-manoel-luis-osorio-realiza-troca-de-comando-nesta-sexta-feira/>

- ✓ **Capela Santa Rita de Cássia** – Capela, localizada no Morro da Borussia, revestida de pedra na parte externa.

Figura 11 - Capela Santa Rita de Cássia



Fonte: <https://www.tripadvisor.com.br/>

- ✓ **Igreja Nossa Senhora Aparecida do Sertão** - A Igreja Nossa Senhora Aparecida do Sertão, localizada em Osório, no Rio Grande do Sul, é um importante marco religioso na região. Construída em homenagem à padroeira do Brasil, Nossa Senhora Aparecida, a igreja possui uma arquitetura encantadora, com sua fachada imponente e um campanário que se destaca na paisagem. Além de ser um espaço de devoção, a igreja também desempenha um papel social relevante, promovendo diversas atividades e eventos para a comunidade local.

Figura 12 - Igreja Nossa Senhora Aparecida do Sertão



Fonte: <https://www.tripadvisor.pt/>

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

**6.1.2 Atrativos Naturais** – São elementos da natureza que ao serem utilizados para fins turísticos passam a atrair fluxos turísticos (BRASIL, 2010).

- ✓ **Morro da Borrússia** – O Morro da Borrússia, localizado em Osório, Rio Grande

do Sul, é um destino turístico para aqueles que apreciam a natureza e buscam vistas panorâmicas deslumbrantes. Com seus aproximados 490 metros de altitude, o morro oferece aos visitantes a oportunidade de desfrutar de uma vista privilegiada da região, incluindo a Lagoa dos Barros, a cidade de Osório e a paisagem circundante. Além disso, o Morro da Borússia é um ótimo local para a prática de atividades ao ar livre, como caminhadas, trilhas e mountain bike. Seu ambiente natural preservado e sua rica biodiversidade tornam a experiência ainda mais fascinante para os amantes da natureza.

Ao explorar o Morro da Borússia, os visitantes também têm a oportunidade de conhecer a história e a cultura da região. No topo do morro, encontra-se a Capela Nossa Senhora dos Navegantes, um ponto de referência religioso e cultural. Além disso, ao longo das trilhas que levam ao cume, é possível encontrar sítios arqueológicos com vestígios de antigas ocupações indígenas, adicionando um aspecto histórico à visita. Com uma infraestrutura adequada, como trilhas bem sinalizadas e mirantes estrategicamente posicionados, o Morro da Borússia atrai turistas em busca de aventura, contemplação e uma conexão com a natureza exuberante da região. Lá encontra-se o Mirante Rampa Nordeste, a Rampa de Asa Delta etambém a Cascata da Borússia.

Figura 13 – Morro da Borússia



Fonte: Acervo Prefeitura Municipal de Osório/RS

- ✓ **Lagoa do Marcelino** – Situada em meio a uma região de mata nativa preservada, a lagoa oferece um refúgio tranquilo para aqueles que buscam relaxar e apreciar a natureza. Com suas águas calmas e cristalinas, a Lagoa do Marcelino é ideal para a prática de atividades aquáticas, como natação, canoagem e stand-up paddle. Além disso, suas margens são perfeitas para momentos de contemplação, piqueniques e caminhadas ao redor do seu perímetro.

Figura 14 – Lagoa Marcelino



Fonte: [https://pt.m.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Lagoa\\_Marcelino.jpg](https://pt.m.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Lagoa_Marcelino.jpg)

- ✓ **Praias de Osório** – As praias de Miríapolis e Atlântida Sul, localizadas em Osório, Rio Grande do Sul, são destinos turísticos para quem busca momentos de lazer à beira-mar. Miríapolis é conhecida por suas águas calmas e cristalinas, perfeitas para banhos e atividades aquáticas. Com uma extensa faixa de areia, é possível aproveitar o sol, praticar esportes na areia e relaxar. Já Atlântida Sul é famosa por suas belas paisagens e sua atmosfera descontraída. Com uma orla repleta de bares, restaurantes e quiosques, os visitantes podem desfrutar de deliciosas opções gastronômicas enquanto apreciam a vista do mar. Além disso, a praia é conhecida por suas ondas, atraindo surfistas e entusiastas de esportes aquáticos. Ambas as praias oferecem uma infraestrutura turística adequada, com opções de hospedagem, comércio local e atividades de entretenimento, garantindo momentos agradáveis para os visitantes em busca de diversão à beira-mar.

As praias de Miríapolis e Atlântida Sul também são conhecidas por suas belezas naturais e preservação ambiental. Ambas estão situadas em uma região de Mata Atlântica, proporcionando aos visitantes um cenário deslumbrante da

natureza. Além de aproveitar o mar e a areia, os turistas podem explorar as trilhas ecológicas que cercam as praias, observando a flora e a fauna local. A preservação ambiental é um valor importante nessas praias, promovendo a conscientização sobre a importância da conservação dos ecossistemas costeiros.

Figura 15 – Praias de Osório



Fonte: Acervo Prefeitura Municipal de Osório

- ✓ **Lagoa do Peixoto** – A Lagoa proporciona um ambiente perfeito para atividades aquáticas, como remo, stand-up paddle e pesca esportiva. Além disso, nas suas margens, os turistas podem desfrutar de momentos de descontração em um agradável piquenique em família ou simplesmente apreciar a serenidade do local. A Lagoa do Peixoto também é um verdadeiro santuário da biodiversidade, abrigando uma variedade de aves e outros animais selvagens, o que a torna um destino cativante para os entusiastas da observação da vida selvagem.

Figura 16 – Lagoa do Peixoto



Fonte: Acervo Jornal NH (2020)

- ✓ **Lagoa do Horácio** - Situada em Osório, no Rio Grande do Sul, é um atrativo natural que encanta os visitantes com sua beleza e tranquilidade. A lagoa oferece um ambiente sereno para aqueles que buscam momentos de relaxamento e contato com a natureza. Os turistas podem desfrutar de atividades como passeios de barco, pesca esportiva e observação da vida selvagem, aproveitando a atmosfera pacífica do local. As margens da Lagoa do Horácio também proporcionam oportunidades para apreciar a paisagem e desfrutar de momentos de contemplação.

Figura 17 - Lagoa do Horácio



Fonte: <https://www.facebook.com/lagoadohoracio2022/>

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

### 6.1.3 Atrativos Econômicos, Esporte e Lazer

São atividades produtivas capazes de motivar a visitação turística e propiciar a utilização de serviços e equipamentos turísticos.

- ✓ **Sítio Cascata da Borússia** – Sítio de lazer onde se encontra a Cascata da Borrússia. É cobrado uma pequena taxa para entrada, e se pode desfrutar de muitas comodidades, como churrasqueiras, pracinhas infantis, quiosques, concha de bocha e outros. Ademais, a Cascata da Borrússia onde é possível tomar banho e possui um guarda-vidas que fica no local.

Figura 18 - Sítio Cascata da Borússia



Fonte: <https://www.facebook.com/Parkanimaldreamworld/>

- ✓ **Dom Franz** – Cervejaria artesanal de qualidade. No momento, segundo informações no site <https://www.econodata.com.br/consulta-empresa/> encontra-se permanentemente fechada desde 2019.

Figura 19 – Dom Franz Cervejaria



Fonte: [https://www.tripadvisor.com.br/Attraction\\_Reviews-Dom\\_Franz-Osorio\\_State\\_of\\_Rio\\_Grande\\_do\\_Sul](https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Reviews-Dom_Franz-Osorio_State_of_Rio_Grande_do_Sul)

- ✓ **Vila Esportes e Eventos** – A empresa está localizada na Estrada do Mar, em Osório-RS e foi fundada em 2020. A atividade principal da empresa é Produção e Promoção de Eventos Esportivos. É um lugar familiar que visa a saúde, bem estar e o movimento com Beach tennis, futevôlei, vôlei, pilates / funcional, restaurante.

Figura 20 – Vila Esportes e Eventos



Fonte: [https://www.tripadvisor.com.br/Attraction\\_Reviews-Dom\\_Franz-Osorio\\_State\\_of\\_Rio\\_Grande\\_do\\_Sul](https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Reviews-Dom_Franz-Osorio_State_of_Rio_Grande_do_Sul)

**6.1.4 Eventos** – Eventos que concentram pessoas para tratar ou debater assuntos de interesse comum e negociar ou expor produtos e serviços; podem ser de natureza comercial, profissional, técnica, científica, cultural, política, religiosa, turística,

entre outras, com datas e locais previamente estabelecidos. Esses eventos propiciam a utilização de serviços e equipamentos turísticos (BRASIL, 2010).

Alguns dos eventos que ocorrem no município:

- ✓ **Festa do Divino** – A Festa do Divino em Osório é um evento cultural e religioso que atrai moradores locais e visitantes. A festividade geralmente acontece cerca de 50 dias após a Páscoa, no período conhecido como Pentecostes. Ela é organizada pela Irmandade do Divino Espírito Santo e envolve uma série de atividades ao longo de vários dias. As principais características da celebração incluem procissões, missas, novenas, cantorias, danças típicas, barracas de comidas tradicionais e manifestações culturais.

Figura 21 – Festa do Divino



Fonte: <https://litoralmania.com.br/festa-do-divino-espírito-santo-inicia-em-osorio-veja-programacao/>

- ✓ **Festa do Colono** – Evento tradicional em Osório, no Rio Grande do Sul, que celebra a importância dos agricultores e colonos na região. Realizada anualmente, a festividade tem como objetivo valorizar o trabalho do homem do campo, destacando sua contribuição para a economia e cultura local. A programação do evento geralmente inclui uma série de atividades e atrações relacionadas à agricultura, gastronomia, música, danças típicas e exposições. Além disso, a Festa do Colono em Osório conta com a presença de shows

musicais, apresentações de danças folclóricas, desfiles, concursos e atividades recreativas para todas as idades. A gastronomia típica também tem destaque, com pratos tradicionais da culinária rural sendo servidos, como churrasco, galinhada, cucas, pães caseiros, entre outros quitutes.

Figura 22 – Festa do Colono



Fonte: <https://litoralmania.com.br/festa-do-colono-deve-atrair-publico-expressivo-no-morro-da-borussia-em-osorio/>

- ✓ **Via Sacra** - A Procissão da Via Sacra em Osório, no Rio Grande do Sul, é um evento religioso realizado durante a Semana Santa. Nessa procissão ao ar livre, a comunidade católica local percorre um trajeto representando a jornada de Jesus Cristo até a crucificação. Com momentos de oração, reflexão e meditação, a Procissão da Via Sacra oferece um espaço para os participantes expressarem sua devoção e fortalecerem sua fé, relembrando a história da Paixão de Cristo.

Figura 23 - Via Sacra



Fonte: <https://litoralmania.com.br/via-sacra-reunira-centenas-de-fieis-no-morro-da-borussia-em-osorio/>

- ✓ **Maçambiques** - O maçambique é uma das variações gaúchas das congadas (existem, ainda, os Ensaios de Promessa de Quicumbi, nas cidades de Mostardas e Tavares, e o Quicumbi, no Rincão dos Pretos, em Rio Pardo). As congadas são uma tradição presente em todo o território brasileiro e que possuem origens e influências nas festas de coroação de reis negros praticadas durante o período colonial, assim como breves influências portuguesas e, dependendo do local, também indígenas. Em comum, a devoção aos santos católicos Nossa Senhora do Rosário, São Benedito, Nossa Senhora da Penha e Santa Efigênia. Em um difícil resumo, o Maçambique de Osório é uma congada gaúcha, tradição afro-católica praticada por negros devotos a Nossa Senhora do Rosário e que através de seus cantos, tambores e danças pagam promessa para graças atendidas pela santa.

Figura 24 – Maçambiques



Fonte: <https://tvbrasil.ebc.com.br/visceral-brasil-veias-abertas-da-musica/2019/08/irmandade-da-resistencia-com-o-grupo-macambique>

- ✓ **Mountain Bike Sesc Osório** – Evento esportivo que em dezembro/2022 reuniu 149 participantes de diversas cidades do Estado - como Carazinho e vários municípios da região metropolitana e litoral - e até de Santa Catarina, que fizeram a subida do Morro da Borússia. A atividade foi promovida pelo Sesc Osório/Tramandaí e o Sindilojas Litoral Centro, com apoio da Prefeitura de Osório e patrocínio das empresas Juvesa Veículos, Guimarães Alimentos e Benetti Bikes. No trajeto principal, foram 40km de percurso por um dos principais pontos turísticos da cidade litorânea.

Figura 25 - Mountain Bike Sesc Osório



Fonte: [https://www.pedal.com.br/mountain-bike-sesc-osorio-resultados\\_texto15693.html](https://www.pedal.com.br/mountain-bike-sesc-osorio-resultados_texto15693.html)  
Divulgação Sesc/Osório

- ✓ **Feira do Livro de Osório** – Promove o acesso à leitura e incentiva o hábito de ler, oferecendo uma diversidade de títulos e atividades culturais, como lançamentos de livros, palestras, contação de histórias e encontros com autores.

Figura 26 - Feira do Livro



Fonte: <https://www.facebook.com/FeiradoLivrodeOsorio/>

- ✓ **Rodeio Crioulo Internacional de Osório** – O Rodeio Crioulo de Osório é um evento tradicionalista que celebra as tradições gaúchas, com provas de laço, gineteada, danças típicas e shows de música tradicionalista, reunindo participantes de diversas cidades do estado.

Figura 27 – Rodeio Crioulo de Osório



Fonte: <http://www.rodeiodeosorio.com.br/fotos/>

- ✓ **Cavalgada do Mar** – Evento tradicional que ocorre anualmente durante o verão. Reunindo centenas de cavaleiros e amazonas, o evento percorre cerca de 30 quilômetros pelas praias e dunas da região, proporcionando uma experiência única de contato com a natureza e a cultura gaúcha. Além da cavalgada, há uma programação festiva com apresentações artísticas, shows de música e atividades voltadas para a preservação ambiental.

Figura 28 – Cavalgada do Mar



Fonte: <https://litoralnarede.com.br/cavalgada-do-mar-deve-mobilizar-mais-de-1-500-pessoas-no-litoral-norte/>

- ✓ **Caminho Gaúcho de Santiago** – É uma rota de peregrinação que se estende por aproximadamente 315 quilômetros. Em 16 de outubro/2022, o Caminho Gaúcho de Santiago, a exemplo do Caminho de Santiago de Compostela no Continente Europeu, passou a ser um produto turístico regional, com a realização da Primeira Caminhada Experimental Intermunicipal envolvendo os municípios de Santo Antônio da Patrulha, Caraá e Osório, e consolidando mais um importante e bem sucedido produto turístico do Litoral Norte Gaúcho. Ao longo dessa jornada desafiadora, os peregrinos atravessam paisagens diversificadas, incluindo áreas rurais, praias e trechos urbanos, vivenciando tanto a cultura gaúcha quanto momentos de introspecção espiritual. Com sinalizações adequadas e hospedagens ao longo do percurso, o Caminho Gaúcho de Santiago em Osório proporciona aos peregrinos uma experiência enriquecedora.

Figura 29 – Caminho Gaúcho de Santiago



Fonte: <https://jplitoral.com.br/caminho-gaúcho-de-santiago-assumira-carater-regional-a-partir-de-16-de-outubro/>

## 6.2 Segmentos Âncora e Secundários

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

**6.2.1 Segmento Âncora** – É aquele segmento turístico responsável pelo maior fluxo de turistas. É o indutor da atividade turística no município. O segmento âncora que foi previamente definido durante discussões nas Oficinas de construção deste PMT é o **Turismo de Eventos**, pois é este segmento que atrai o maior número de turistas para o destino.

**Turismo de Negócios & Eventos** compreende o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social (BRASIL, 2010). Este segmento é muito representativo nos eventos realizados e com visitantes que vem a negócios nas empresas do município.

Figura 3019 – Elementos do Turismo de Negócios e Eventos



Fonte: Entre Rios Consultoria, 2020

**6.2.2 Segmentos Secundários** – Os segmentos secundários são aqueles segmentos turísticos que também geram fluxo de visitantes, porém não é o principal motivo da visita ao destino turístico. Os segmentos secundários identificados em Viamão foram: **Turismo Cultural, Ecoturismo e Turismo Aventura, Turismo de Sol e Praia**.

**Turismo Cultural** compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura (BRASIL, 2010). Dentro desse segmento integram o Arqueológico, Enoturismo, Étnico, Ferroviário, Gastronômico e Religioso. Como se pode observar na figura abaixo:

Figura 31– Elementos do Turismo Cultural



Fonte: Entre Rios Consultoria, 2022

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

Figura 32 – Elementos do Ecoturismo



Fonte: Entre Rios Consultoria, 2020.

**6.2.3 Segmentos Potenciais** – os segmentos potenciais são aqueles que já ocorrem no município, mas ainda não possuem força de atração significativa ou necessitam de estruturação. São eles: Turismo Rural, Turismo Náutico e Olivoturismo.

**Turismo Rural** é o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade (BRASIL, 2010).

Figura 33 – Elementos do Turismo Rural



Fonte: Entre Rios Consultoria, 2020.

**Turismo de Aventura** compreende os movimentos turísticos decorrentes da prática de atividades de aventura de caráter recreativo e não-competitivo. Onde os movimentos turísticos são entendidos como “os deslocamentos e estadas que pressupõem a efetivação de atividades consideradas turísticas” e as “práticas de aventura de caráter recreativo e não competitivo” pressupõem “determinado esforço e riscos controláveis e que podem variar de intensidade conforme exigência de cada atividade e a capacidade física e psicológica do turista”.

A Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), engajada no processo de normalização deste segmento no Brasil, também elaborou um conceito: “Atividades oferecidas comercialmente, usualmente adaptadas das atividades de Turismo de Aventura, que tenham ao mesmo tempo o caráter recreativo e envolvam riscos avaliados, controlados e assumidos”<sup>34</sup>.

Na figura 34 está identificada diversas modalidades que podem compor as atividades do de Turismo de Aventura do Município.

Figura 34– Elementos do Turismo de Aventura



Fonte: Entre Rios Consultoria, 2020.

## 7 – DEMANDA TURÍSTICA

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

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

Não existe estudo de demanda no município, mas pelos dados coletados na pesquisa de campo identificou-se que o perfil do turista que visita a região é de: casais, casais com crianças, grupos de amigos, técnicos, cicloturistas, ecoturistas, esportistas, da classe socioeconômica de B e C, provenientes da própria região e todo o Estado do RS, que procuram o município nos eventos que ocorrem ao longo do ano, além do expressivo número visitantes que se deslocam para as praias do município, no verão.

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

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

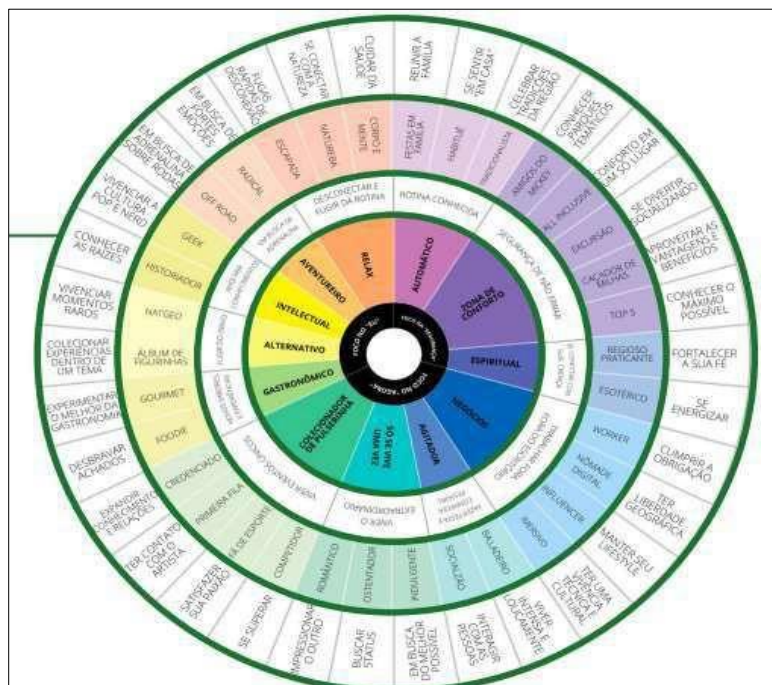


Figura 3720 – Mapa do Comportamento do Turista RS – Motivações



Fonte: Wine Locals, 2022

Figura 38 – Mapa do Comportamento do Turista RS



Fonte: Wine Locals, 2022

## 8 – INFRAESTRUTURA

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

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

**8.1 Acesso** – Localizado em um ponto estratégico no estado do Rio Grande do Sul, o município de Osório-RS possui um acesso facilitado por meio de diferentes vias de transporte. A cidade é conectada por duas importantes rodovias federais, a BR 101 e a BR 290, garantindo uma ligação eficiente com outras regiões do estado e do país. Além disso, Osório está a aproximadamente 100 km do Aeroporto Internacional Salgado Filho, em Porto Alegre, o que proporciona opções de voos nacionais e internacionais para os visitantes. A cidade também conta com um terminal rodoviário, oferecendo diversos horários de ônibus intermunicipais que conectam Osório a diferentes cidades da região, facilitando o deslocamento dos moradores e turistas. Com uma infraestrutura de transporte bem desenvolvida, Osório-RS se destaca como um ponto de acesso conveniente para quem deseja explorar as belezas naturais e os eventos culturais da região.

**8.2 Centro de Atendimento ao Turista (CAT)** - Os Centros de Atendimento ao Turista (CATs) desempenham papel importante na promoção do destino turístico. Com o crescimento do turismo individualizado, no Brasil e no exterior, torna-se condição relevante a existência de locais que concentrem informações sobre a localidade e os destinos da região, disponibilizando folhetos e mapas, atendimento em idioma estrangeiro e, se possível, a opção de efetuar reservas em atrativos, hotéis e restaurantes. A busca crescente por viagens independentes torna os serviços de

informações turísticas importantes elos de segurança do visitante com o destino. Assim, a responsabilidade dos CATs em oferecer informações confiáveis e de forma adequada é reforçada por sua contribuição essencial para a qualidade do produto turístico (BRASIL, 2009).

**Não foi identificado espaço de CAT no município**

**8.3 Meios de Hospedagens** – As opções de hospedagem em OSÓRIO identificadas durante as oficinas são: Big Hotel, Hotel Bassani, Novo Hotel e a Mimi House Pousada.

Figura 39 – Hotel Bassani



Fonte: Acervo Bassani Hotel

Figura 40 – Big Hotel



Fonte: Acervo Big Hotel

Figura 41 – Novo Hotel



Fonte: Acervo Novo Hotel

Figura 42 – Mimi House Pousada



Fonte: Acervo Mimi House Pousada

- ✓ **8.4 Restaurantes, bares e Similares** – Os locais identificados mais populares de OSÓRIO são: Restaurante Sollano, Restaurante Tertúlia Gaúcha, Restaurante do CTG Estância da Serra, Restaurante Barreto, Quiero Café, Padaria Artesanal We Do Bakery, Café da Bruxa, Louie's Bistrô Bar, Garagem 53 Lounge Bar, Á Lenha

Pizzaria, Casarão Garden, Xis e Pizzaria do Leco, entre outros.

Figura 43 – Restarutante Barreto



Fonte: [https://www.instagram.com/restaurante\\_barreto/](https://www.instagram.com/restaurante_barreto/)

Figura 44 – Quiero Café





Fonte: <https://www.google.com/images>

Figura 45 – Á Lenha Pizzaria





Fonte: <https://www.facebook.com/ALenhaPizzaria>

Figura 46 – Padaria Artesanal We Do Bakery



Fonte: <https://www.facebook.com/p/We-Do-Bakery>

## 9 - ANÁLISE SWOT

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

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

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

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

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

Quadro 4 - Análise SWOT

FORÇAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atrativos naturais;</li> <li>• Proximidade aos aeroporto;</li> <li>• Atrativos culturais;</li> <li>• Tafona Maçambique;</li> <li>• Rodeio Festa do Divino;</li> <li>• Turismo rural;</li> <li>• Museus – Catedral Férrea</li> <li>• Turismo esportivo;</li> <li>• Menta Bike Skate;</li> <li>• Planador;</li> <li>• Trilha;</li> <li>• Meio ambiente;</li> <li>• Cascatas;</li> <li>• Lagoas;</li> <li>• Fauna e flora;</li> <li>• Histórica Macaisique (?);</li> <li>• Histórica Feira Divino;</li> <li>• Quilombola;</li> <li>• Aldeia indígena;</li> <li>• Agricultura rural;</li> <li>• Mar;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turismo náutico;</li> <li>• Turismo aventura;</li> <li>• Artesanato;</li> <li>• Turismo rural;</li> <li>• Resgate de festas tradicionais;</li> <li>• Resgate gastronomia;</li> <li>• Turismo religioso;</li> <li>• Intercâmbio cultural;</li> <li>• Organização do turismo rural;</li> <li>• Localização geográfica;</li> <li>• Portal com informações cultural;</li> <li>• Revitalização do Mirante;</li> <li>• Ciclo Faixa;</li> <li>• Educação ambiental;</li> <li>• Localização;</li> <li>• Qualificação dos setores para divulgar o que existe no município;</li> <li>• Mobilizar escolas para educar os alunos com relação as riquezas da região;</li> <li>• Incentivos ao turismo rural e</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vento;</li> <li>• Feira do produtor rural;</li> <li>• Feiras artesanais;</li> <li>• Estação Férrea;</li> <li>• Lagoas;</li> <li>• Borússia;</li> <li>• Catedral (museu);</li> <li>• Praias;</li> <li>• Trilhas;</li> <li>• Ciclismo;</li> <li>• Pousadas;</li> <li>• Motocross;</li> <li>• Restaurantes;</li> <li>• Mirante;</li> <li>• Festi Gula;</li> <li>• Festas religiosas;</li> <li>• Rodeio Internacional/Tafona</li> <li>• Aldeia dos índios.</li> </ul>	<p>ecológico;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incentivos para instalação de novas indústrias.</li> </ul>
<b>FRAQUEZAS</b>	<b>AMEAÇAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Resgate de festas tradicionais;</li> <li>• Falta de sensibilidade no pensar como uma cidade turística (comércio/população)</li> <li>• Sinalização de acesso aos locais turísticos, hospedagem;</li> <li>• Mídias, aplicativos, sobre informação turísticos;</li> <li>• Central de informação ao turista;</li> <li>• Falta de comissão em busca por eventos e venda da cidade;</li> <li>• Falta de um pórtico;</li> <li>• Falta profissional em turismo;</li> <li>• Sinalização de acessos;</li> <li>• Falta sinalização turística;</li> <li>• Falta de espaço para estacionamento;</li> <li>• Falta de acessibilidade;</li> <li>• Falta de fiscalização;</li> <li>• Pouco incentivo;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estruturação de leis;</li> <li>• Falta de profissionais capacitados na Prefeitura;</li> <li>• Focos de seca, há dificuldade de abastecimento na zona rural;</li> <li>• Estacionamento rotativo;</li> <li>• Falta de conscientização no descarte do lixo;</li> <li>• Atendimento ao público;</li> <li>• Atendimento à saúde fora de horário;</li> <li>• Iluminação pública;</li> <li>• Falta de clareza para desenvolvimento local;</li> <li>• Politicagem;</li> <li>• Segurança rural Patrulha agrícola;</li> <li>• Expansão imobiliária;</li> <li>• Poulição;</li> <li>• Invasão de APPs</li> <li>• Falta de conhecimento da</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"><li>• Pouco divulgação;</li><li>• Falta infraestrutura;</li><li>• Falta sinalização;</li><li>• Poucas atividades diante do que existe;</li><li>• Grande parte da população não conhece o que existe no município.</li></ul>	população.
---	------------

Fonte: Oficinas de trabalho

## 10 – MISSÃO, VISÃO E VALORES

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

### MISSÃO DO PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE OSÓRIO/RS

“Desenvolver o Turismo com responsabilidade social e ambiental, valorizando a diversidade de riquezas culturais e naturais de forma sustentável.”

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

### VISÃO DO PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE OSÓRIO/RS

“Ser um destino sustentável, ampliando a qualidade e hospitalidade nos serviços disponíveis e tornando-se referência na Região do Litoral Norte Gaúcho.”

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

A partir dos levantamentos apresentados, foram definidos os quatro principais valores a serem seguidos no desenvolvimento do Plano de Turismo de OSÓRIO/RS:

Figura 47 – Resultado dinâmica Valores do P.M.T. de OSÓRIO



Fonte: Oficina I

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

**1 Diversidade**

**2 Cultura**

**3 Respeito**

**4 União**

**5 Saúde**

**6 Sustentabilidade**

**7 Cooperação**

**8 Hospitalidade**

**9 Ética**

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

Conforme identificado na Metodologia deste documento, **42 ações** foram elaboradas e aprovadas nas oficinas e, posteriormente revisadas pela equipe técnica. Estas serão agora detalhadas de acordo com a sequência de informações sobre ação proposta, 17 ODS vinculados, identificação inicial de como realização a ação, prazo de execução e responsáveis pela ação. Seguem quadros abaixo:

Quadro 5: EIXO 1: GESTÃO DESCENTRALIZADA DO TURISMO

<b>AÇÃO PROPOSTA</b>	<b>ODS</b>	<b>COMO REALIZAR ESTA AÇÃO?</b>	<b>PRAZO</b>	<b>RESPONSÁVEL</b>
1 Criação do Plano Municipal de Turismo	8, 9, 11, 12, 13, 17	- Divulgação do Plano de Turismo, Folder, ACIO - Mídias sociais, meios de comunicação, redes digitais, mídia local	Julho/2023	Secretaria de Desenvolvimento, Turismo, Cultura e Juventude (SDTCJ) COMTUR Sindicato e Assoc. Departamento de Comunicação
2 Criação de Secretaria específica de Turismo	4, 5, 8, 16, 11, 17	- Sensibilização com Prefeitura - Elaboração de Projeto para nova Secretaria - Encaminhamento do Projeto na Câmara de Vereadores	1 ano	COMTUR Iniciativa Privada ACIO Sindicato Associações
3 Campanha de sensibilização para turismo no município	3, 4, 6, 5, 8, 9, 11, 12, 13, 16	- Comércio (City Tour) - Escolas e Comunidade em Geral	1 ano após continuado	COMTUR Município Prof. da Área (?)
4 Campanha para adesão ao Cadastur	16,17, 8, 10	- Sensibilização dos órgãos públicos e privados, juntamente com serviços turísticos, divulgação;	1 ano continuação	SDTCJ COMTUR ACIO

		- Secretaria coordenar o cadastro, incentivando diversos segmentos da cidade		Sindicato Associações
5 Criação de vaga para Turismólogo efetivo	8, 9, 11, 17, 13	- Verificação da possibilidade de contratação de Turismólogo para atuar na Secretaria; - Solicitação de realização de Concurso público para Turismólogo efetivo	Até dez/23	SDTCJ COMTUR Câmara Vereadores
6 Criação do Fundo Municipal de Turismo (similar ao RS Seguro ??)	8, 9, 10, 11, 12, 13	- Estudo para viabilizar a criação do Fundo de Turismo; - Definição de fomento para os recursos do Fundo de Turismo; - COMTUR deliberar sobre os encaminhamentos e garantias de aplicação dos recursos de acordo com as demandas do Turismo no município;	Até mar/24	SDTCJ COMTUR Câmara Vereadores

Quadro 6: EIXO2: PLANEJAMENTO E POSICIONAMENTO DE MERCADO

<b>AÇÃO PROPOSTA</b>	<b>ODS</b>	<b>COMO REALIZAR ESTA AÇÃO?</b>	<b>PRAZO</b>	<b>RESPONSÁVEL</b>
7 Mapear e identificar os atrativos turísticos no município	1, 6, 9, 12, 17	- Visitação em diferentes locais do município para mapeamento de atrativos e serviços; - Pesquisa, órgãos parceiros (ex: SEBRAE, SESC, escolas, sindicatos, universidades)	6 meses	SDTCJ COMTUR Empreendedores Inst. de Ensino
8 Formatação de rotas e/ou roteiros de turismo rural	1, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 11, 13, 14, 16	- Identificação de locais para compor cada rota; - Definição das atividades a serem desenvolvidas em cada local; - Envolvimento dos empreendedores locais e Turismólogos, guias de turismo e profissionais da área	1 ano continuado	SDTCJ Sindicato Rural EMATER COMTUR Sociedade em geral
9 Formatação de rotas e/ou roteiros de Ecoturismo	1, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 11, 13, 14, 16	- Identificação de locais para compor cada rota; - Definição das atividades a serem desenvolvidas em cada local;	1 ano continuado	SDTCJ Sindicato Rural EMATER COMTUR

		- Envolvimento dos empreendedores locais e Turismólogos, guias de turismo e profissionais da área		Sociedade em geral
10 Formatação de rotas e/ou roteiros de Turismo Cultural (Gastronômico, Religioso, Étnico, etc)	1, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 11, 13, 14, 16	- Identificação de locais para compor cada rota; - Definição das atividades a serem desenvolvidas em cada local; - Envolvimento dos empreendedores locais e Turismólogos, guias de turismo e profissionais da área	1 ano continuado	SDTCJ COMTUR IES Grupos de representações Culturais (música, dança, teatro, Maçambiques, etc) Sociedade em geral
11 Desenvolver a “Rota das Lagoas” e promover estudos da vida de [água doce e marinha	3, 4, 5, 6, 7,9,10,11, 12, 13, 14, 15, 16,17	- Articulação com a Secretaria do Meio Ambiente com a CECLIMAR para promover ações de conscientização ambiental	2023	Sec. Meio Ambiente Sec. de Turismo CECLIMAR

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

<b>AÇÃO PROPOSTA</b>	<b>ODS</b>	<b>COMO REALIZAR ESTA AÇÃO?</b>	<b>PRAZO</b>	<b>RESPONSÁVEL</b>
12 Curso de atendimento ao turista (posto de gasolina, comércio, meios de hospedagem, restaurantes, etc)	8, 4, 17	- Cursos de extensão IF (Instituto Federal), UNICNEC, etc.	Início em 2023 e permanente	SDTCJ COMTUR, Instituições de ensino ACIO
13 Turismo Pedagógico nas Escolas Municipais	3, 4, 5, 6, 7,9,10,11, 12, 13, 14, 15, 16,17	- Oficinas de história local, pertencimento nas escolas, conhecimento dos biomas locais (três), importância de conservação	2023	Escolas municipais, Secretaria de Educação SDTCJ

14 Cursos de capacitação em artesanato com inclusão dos povos originários / artesanato indígena e quilombolas	4, 5, 8, 9,10, 11, 12	- Dispor do convênio da Prefeitura com o SENAR para cursos específicos (bananeira...)	2023	SDTCJ SENAR IES
15 Turismo no Ensino Fundamental e Médio do município	4, 8, 10, 11, 12	- Proposta entre SDTCJ e Sec de Educação para inserção de ações de Turismo nas Escolas da rede municipal de ensino com: * Cultura do Turismo; * Importância e oportunidades do Turismo; * Reconhecimento dos atrativos da cidade, etc	2024	SDTCJ Secretaria de Educação COMTUR UNICNEC ACIO
16 Parceria com o IF nas atividades físicas	4, 8, 10,11,12	- Após definição das Rotas e Roteiros, inserir atividades físicas acompanhadas do conhecimento de profissionais específicos dessa área	2024	SDTCJ COMTUR IF
17 Formação continuada na área do turismo – Rede de compartilhamento de conhecimentos	4, 5, 8, 15, 17	- Parceria com sindicatos, EMATER, SENAR, Prefeitura, Inst. de Ensino; - Preservação do Patrimônio Material e Imaterial da cidade – Conscientização por meio da educação patrimonial e cultural; - Leis de incentivo à preservação dos Patrimônios através das edificações (construções antigas da cidade)	1 a 2 anos	SDTCJ COMTUR EMATER SENAR IPHAN Agentes Turismo
18 Capacitação em gerenciamento de empresas		- Apoio da ACIO para identificar as demandas dos empresários, poder público, emp. social, e levar o conhecimento das instituições de ensino para promover cursos específicos	2024	SDTCJ COMTUR IF ACIO

19 Cursos língua estrangeira	4, 5, 8, 9, 10, 11, 17	- Identificação de parceiros para oferecimento de cursos de inglês e espanhol voltado aos envolvidos na cadeia do Turismo	2023 a 2025	SDTCJ COMTUR Agentes Turismo IES
20 Capacitação empreendedores – Mídias sociais	4, 5, 8, 9, 10, 11, 17	- Oferecimento de cursos específicos para que empreendedores possam utilizar as mídias sociais de modo mais efetivo		SDTCJ COMTUR SEBRAE IF ACIO Empreendedores

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

<b>AÇÃO PROPOSTA</b>	<b>ODS</b>	<b>COMO REALIZAR ESTA AÇÃO?</b>	<b>PRAZO</b>	<b>RESPONSÁVEL</b>
21 Criação de linhas de crédito junto às instituições financeiras para novos empreendimentos turísticos	4, 5, 8, 9, 13, 14, 15, 16, 17	- Elaboração de projeto baseado em dados captados das atividades turísticas no município	2023	SDTCJ COMTUR Inst. Financeiras
22 Projeto de lei para destinar arrecadação de tributo ao Fundo (após criação do Fundo de Turismo – Eixo 1)	17, 4, 5	- Projeto de lei para fazer com que parte dos recursos públicos, provenientes da arrecadação de tributos, sejam destinados ao Fundo de Turismo para atender demandas específicas desse setor de desenvolvimento do município	2023	SDTCJ COMTUR Câmara de Vereadores
23 Revisão do Plano Diretor		- No período da próxima revisão do Plano Diretor, identificar formas de garantir que a especulação imobiliária não interfira na preservação dos atrativos naturais e culturais do município Obs.: O Estatuto da Cidade (Lei Nacional n. 10.257/2001), no § 3º do seu artigo 30, determina que, pelo menos, a cada 10 (dez) anos, os planos diretores devem ser revistos. Por	(verificar período da próxima revisão)	SDTCJ COMTUR ACIO Câmara de Vereadores

		<p>meio da Resolução n. 83/2009, o Conselho Nacional das Cidades recomenda que os processos de revisão ou alteração do plano diretor sejam também participativos, cumprindo o disposto nos artigos 40 e 43 do Estatuto da Cidade e o conteúdo da Resolução n. 25 do Conselho Nacional das Cidades. Recomenda também que a revisão do plano diretor seja submetida ao Conselho da Cidade ou órgão similar da política urbana. E que a revisão em período inferior a 10 anos somente tenha início se for determinada por Lei Municipal.</p> <p>(<a href="https://urbanismo.mppr.mp.br/arquivos/File/Como_e_quando_se_revisa_altera_um_plano_diretor.pdf">https://urbanismo.mppr.mp.br/arquivos/File/Como_e_quando_se_revisa_altera_um_plano_diretor.pdf</a> (Acesso em 03/07/23))</p>		
--	--	---	--	--

Quadro 9: EIXO 5: INFRAESTRUTURA TURÍSTICA

<b>AÇÃO PROPOSTA</b>	<b>ODS</b>	<b>COMO REALIZAR ESTA AÇÃO?</b>	<b>PRAZO</b>	<b>RESPONSÁVEL</b>
24 Pórticos com espaços para informações turísticas	7, 8, 9, 10, 11, 12, 16, 17	- Reativando o mirante. Obras junto as entradas do município e distritos	Até dez/2024	SDTCJ COMTUR ACIO
25 Centro de Informação Turística – CIT	7, 8, 9, 10, 11, 12, 16, 17	- Definição de espaços para implantação do CIT (ou CAT – Centro de Atendimento ao Turista) e instalação do mesmo (infraestrutura e equipe de atendimento); - Estudo para identificação da possibilidade de colocação de artesanato e produtos coloniais (produção associada ao turismo) no CIT	Até dez/2023	SDTCJ COMTUR ACIO
26 Centro de Eventos	7, 8, 9, 10, 11, 12, 16, 17	- Reestruturação do Parque Jorge Dariva - Elaboração de projeto para captação de recursos necessários para a reestruturação do Parque	Até dez/2024	SDTCJ COMTUR ACIO Câmara de Vereadores

27 Saneamento básico (melhoria nas estruturas tornando mais ecológico)	4, 3, 17, 5, 6, 14, 13, 7	- Projetos junto à Secretaria de Obras do município	Até dez/2025	SDTCJ COMTUR Sec. de Obras ACIO Câmara de Vereadores
28 Melhorias nas redes móveis (internet)	9, 10, 11, 12	- Internet ágil em locais públicos e turísticos de forma gratuita com a participação de telefonia móvel	Até dez/2023	SDTCJ COMTUR ACIO Empreendedores
29 Instalação de estruturas direcionadas ao turismo (ex: porto, teleférico)	8, 9, 10, 11, 12, 17	- Elaboração de projetos para verificar viabilidade de novas estruturas; - Identificação de parceiros financeiros; - Implantação dos projetos das estruturas	Até 2026	Poder Público alinhado com a comunidade
30 Criação de espaços de convivência e estímulo ao embelezamento do município	3, 5, 8, 9, 10, 11, 12, 17	- Estruturação de espaços de convivência na cidade para que moradores se sintam pertencendo a cidade e que possam também ser desfrutados pelos visitantes; - Elaboração de concursos “positivos”, como por exemplo: * Concurso de “Melhor Jardim Urbano” / “Melhor Jardim Rural” * Concurso de fotografia dos Atrativos Turísticos Culturais e Naturais, etc Obs.: todos com premiações que possam estar vinculadas as atividades turísticas disponíveis no município	Até dez/2023 (primeiros concursos)	SDTCJ COMTUR ACIO Sec. de Educação Empreendedores EMATER
31 Ação em Turismo Sustentável	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 12	- Elaboração de projetos com uso de recursos de compensação ambiental (da instalação de condomínios, por exemplo) para população de baixa renda também usufruir de atrativos turísticos	Até dez/2024	SDTCJ COMTUR ACIO Empreendedores Imobiliárias locais

Quadro 10: EIXO 6: INFORMAÇÃO AO TURISTA

<b>AÇÃO PROPOSTA</b>	<b>ODS</b>	<b>COMO REALIZAR ESTA AÇÃO?</b>	<b>PRAZO</b>	<b>ENVOLVIDOS</b>
32 Material impresso para divulgação, internet, QRcode, mídias sociais	16, 17	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaboração de materiais impressos, em conjunto com diferentes setores ligados ao turismo e a cultura;</li> <li>- Mesmos materiais impressos, disponibilizar na internet</li> </ul>	Até dez/2023	SDTCJ COMTUR ACIO Empreendedores
33 Atualização constante das mídias sociais	4, 8	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Equipe de comunicação turística e cultural</li> <li>- Identificação de informações junto aos empreendedores dos atrativos e serviços urbanos e rurais;</li> <li>- Colaboração permanente dos empreendedores que devem ser os principais interessados na divulgação correta de informações sobre seus empreendimentos;</li> <li>- Criação de equipe de marketing para o turismo</li> </ul>	Até dez/2023	SDTCJ COMTUR ACIO Empreendedores
34 Calendário de eventos locais	4, 3, 17, 5, 6, 14, 13, 7	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaboração de Calendário de Eventos contendo: - Eventos municipais, festas tradicionais e culturais da cidade</li> <li>- Utilização de rádio local para divulgação de eventos turísticos, atrativos e serviços</li> </ul>	Anualmente (até nov de cada ano com eventos do ano seguinte)	SDTCJ COMTUR ACIO Empreendedores

Quadro 11: EIXO 7: PROMOÇÃO E APOIO À COMERCIALIZIZAÇÃO

<b>AÇÃO PROPOSTA</b>	<b>ODS</b>	<b>COMO REALIZAR ESTA AÇÃO?</b>	<b>PRAZO</b>	<b>ENVOLVIDOS</b>
35 Participação em eventos de Turismo - Divulgar no site do município – Portal do Turismo (atualizado)	8, 16, 17	- Identificação de eventos de turismo que ocorrem no estado do RS e Brasil; - Definição de quais eventos são importantes participar, em conjunto com a Região Turística do Litoral Norte Gaúcho, para divulgar a Região e o município	6 meses	SDTCJ COMTUR ACIO Empreendedores
36 City Tour para os moradores e atendentes, hotéis, restaurantes, lojas, oficina mecânica, taxistas, aplicativos, etc)	3, 12, 1, 5, 10, 17	- Realização de City Tour com representantes de diversos setores do município para que saibam informar corretamente sobre os atrativos da cidade; - Atividade poderá ser realizada com Agência de Turismo, guias, ...	6 meses	SDTCJ COMTUR ACIO Empreendedores
37 Projeto de divulgação dos atrativos, culturais, e naturais	17, 16, 12, 11	- Lei de apoio e incentivo com publicidade, mídias sociais	6 meses a 1 ano	Iniciativa privada Comércio
38 Press Trip	4, 8, 9,11, 12, 17	- Elaboração de ação com blogueiros, influenciadores e/ou jornalistas para reconhecimento dos atrativos do município (após formatação de rotas ou roteiros)	Até junho/2024	SDTCJ COMTUR ACIO Empreendedores
39 Famtour	4, 8, 9,11, 12, 17	- realização de famtour com diferentes agências e operadoras de Turismo do RS para reconhecimento dos atrativos do município (após formatação de rotas ou roteiros)	Até setembro/ 2024	SDTCJ COMTUR ACIO Empreendedores

Quadro 12: EIXO 8: MONITORAMENTO

<b>AÇÃO PROPOSTA</b>	<b>ODS</b>	<b>COMO REALIZAR ESTA AÇÃO?</b>	<b>PRAZO</b>	<b>RESPONSÁVEL</b>
40 Coleta de dados nos atrativos e/ou serviços turísticos	4, 8, 10, 11, 12	- Criação de um formulário de pesquisa física e online usando as tecnologias para deixar a sua opinião sobre locais visitados (nível de satisfação); - Equipe que avalie e passe informações para o portal de turismo	6 meses a 1 ano	Empreendimentos Todos envolvidos com o turismo Município Setor Privado
41 Perfil do visitante e taxas de ocupação	4, 8, 10, 12, 17	- Elaboração de instrumentos para captar informações sobre: * Perfil dos turistas que visitam Osório; * Taxa de ocupação nos hotéis da região urbana e rural; * Nº de refeições servidas em restaurantes e similares;	Até set/2023	SDTCJ COMTUR ACIO Empreendedores IF UNICNEC
42 Plataforma de captação de dados	10, 8, 12	- Dentro do próprio site do portal do turismo passar essas informações	1 ano	SDTCJ COMTUR ACIO Empreendedores IF UNICNEC

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

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

Recomenda-se, portanto, que cada uma das **42 APDs** elencadas para serem executadas nos próximos anos no município de OSÓRIO, sejam desdobradas em Planos de Ações, Projetos e/ou Programas e que sejam monitoradas pelo COMTUR, conforme definido pelos participantes desta construção coletiva. Importante ainda salientar que as APDs aqui descritas foram criadas e aprovadas no período de pós pandemia da Covid-19.

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

Sabe-se que as questões relacionadas ao Meio Ambiente perpassam por diversas ações dos outros eixos e, dessa forma, torna-se ali representado, porém esse tema é cada vez mais significativo e foco não só do interesse dos clientes / turistas, transformando-se em “produto turístico”, mas também é foco das nossas

responsabilidades como cidadãos. Além disso, diversas referências para desenvolvimento no âmbito local, regional até mundial, têm sido cada vez mais elaboradas para inserir meio ambiente nas práticas do dia a dia. Por essa razão, considera-se necessário um eixo específico – “Eixo 9 – Meio Ambiente” para tratar sobre possíveis ações de Meio Ambiente relacionadas com desenvolvimento de destinos turísticos.

Hoje em OSÓRIO, os turistas realizam atividades de diferentes segmentos como Turismo de Negócios e Eventos, Cultural, Ecoturismo e Turismo no Meio Rural, porém todos estes segmentos possuem potencial a serem trabalhados para que o município possa oferecer produtos turísticos ainda mais diversificados, estruturados e com experiências encantadoras.

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

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

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

## REFERÊNCIAS

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

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

BRASIL. Ministério do Turismo. Coordenação Geral de Regionalização. **Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil: Módulo Operacional 7 Roteirização Turística**/ Coordenação Geral de Regionalização. – Brasília, 2004.

\_\_\_\_\_. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo**. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. Brasília, 2004. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/institucional> . Acesso em: 11 out 2022.

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

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

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

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

OMT, (Organização Mundial do Turismo). **UNWTO Tourism Definitions. Madrid, Spain, 2019. Disponível em:** <<https://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>> Acesso em 30 out 2022.

## ANEXO 1

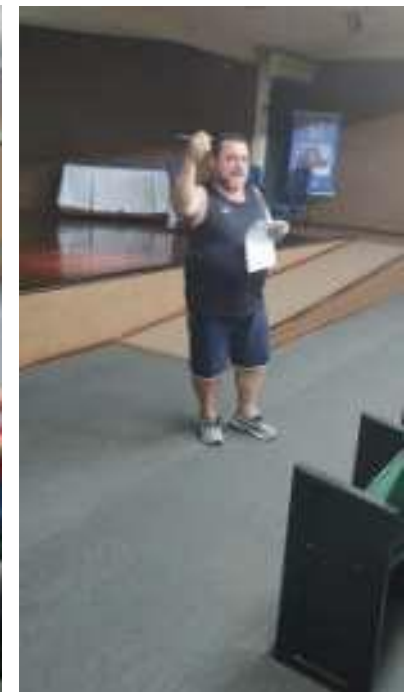
Lista de participantes nas Oficinas do Plano Municipal de Turismo:

Nome	Representação
Adão Moacyr Alves Pereira	Comunidade Rural
André Lopes de Souza	Guia de Turismo
Claiton R. B. Santos	COMTUR
Eraci Pacheco	Arteiras de Atlântida Sul
Francieli dos Santos	Mestranda UFRGS
Francisco Reis	Turismo Rural
Helena Lopes Alves	Turismo Rural
José Ronn O. Martins	Câmara de Vereadores
Karla Silveira	Associação Cultura
Luciana Silveira Fortes	Lufortes
Manoel Natal Maciel Pereira	Palácio Tur – Agência de Turismo
Maria de Fátima B. Oliveira	Turismo Rural
Rita C. P. S. Castanheira	Comunidade
Sandra Maria Giannastasio	Turismo Rural
Silvia Maria Munari	Sítio Urutau/Osório Rural
Sônia Maria	Sônia Maria - SOMAR
Suzana Nunes Machado	Ascar/EMATER Osório
Vania G. Rodrigues	Turismóloga
Vera Lucia Bueno de Oliveira	COMTUR
Wanderlei Furlaretto	Atlântida Sul
Walter ...	

## ANEXO 2 – IMAGENS DA PALESTRA E OFICINAS – Construção Coletiva

Figuras 48 à 63 – Momentos de elaboração do Plano Municipal de Turismo de Osório/RS











Material elaborado por:

**Roséli Azi Nascimento**  
 Bióloga / Turismóloga Provisionada  
 Consultora SEBRAE



@roseli\_azi\_consultora



51 999640950

**Vânia Reis dos Santos**  
 Turismóloga  
 Consultora SEBRAE



@vaniareis03



51 999844963