

# Plano Municipal de Turismo de Porto Mauá/RS



NOVEMBRO, 2022





## **FICHA TÉCNICA**

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

#### **Diretoria Executiva**

Diretor Superintendente – André Vanoni de Godoy

Diretor de Administração e Finanças – Marco Aurélio Paradedda

Diretor Técnico – Ayrton Pinto Ramos

#### **SEBRAE REGIONAL NOROESTE**

Gerente – Armando Pettinelly Filho

Gestora – Lisiane Uggeri Hampel

#### **PREFEITURA MUNICIPAL DE PORTO MAUÁ**

Prefeito – Leocir Weiss

Vice-Prefeito – Jorge Taffarel

Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Turismo e Desporto – Eloir Moreira

Assessora de Planejamento – Jucimara Zwirtes

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

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

Roséli Azi Nascimento – Bióloga Turismóloga

Rita de Cássia Michelin – Turismóloga



## MENSAGEM PREFEITO MUNICIPAL



“Compromisso com o município de Porto Mauá e foco nos resultados, dividindo grandes objetivos em pequenas metas”.

**Leocir Weiss**

**Prefeito Municipal**



## MENSAGEM SECRETÁRIO DE TURISMO



Plano Municipal de Turismo representa um instrumento que servirá como orientador e norteador para condução da atividade turística e contribuindo com o desenvolvimento local e consequentemente induzindo a geração de emprego, renda, tributos e desenvolvimento social para o município.

O Município de Porto Mauá, neste momento assume um papel de protagonista no desenvolvimento regional promovendo a integração e o fortalecimento amplo e sem limites.

Essa responsabilidade com o turismo regional se amplia a passos largos e com este documento soma esforços da administração pública e do segmento turístico para um novo horizonte do turismo em Porto Mauá.

**Eloiir Moreira**  
**Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Turismo e Desporto**



## **MENSAGEM GESTORA DO PROJETO DE TURISMO SEBRAE**

O Turismo é uma das atividades mais democráticas, movimentando mais de 52 setores da economia, ele promove trocas que abrangem arte, música, culinária, patrimônio cultural material e imaterial, dentre outros. Através do Turismo um município e região podem mudar a sua realidade com geração de novas oportunidades de trabalho e renda.

Para que o Turismo seja transformador é necessário envolver a tríplice aliança na sua construção, envolvendo a comunidade, o setor privado e o público estruturando as diretrizes que irão nortear o seu desenvolvimento. Segundo Molina (2005) “o planejamento consiste em estabelecer um curso de ação que conduz à obtenção de uma situação desejada, mediante um esforço constante, coerente, organizado, sistemático e generalizado”

O Plano Municipal de Turismo tem como objetivo organizar a atividade para fomentar o desenvolvimento. Porém, é necessário que ele seja colaborativo, participativo, coerente, objetivo, realista e sustentável e que seja feito de acordo com a realidade local, sua vocação, respeitando a identidade local e os anseios da comunidade.

**Lisiani Uggeri Hampel**

**Analista de Articulação de Projetos Sênior - Sebrae**

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Metodologia aplicada.....	12
Figura 2 – Oito Eixos do PRT.....	13
Figura 3 – 17 ODS.....	17
Figura 4 – Mapa do fluxo turístico no Brasil por continentes.....	23
Figura 5 – Selo Turismo Responsável.....	25
Figura 6 – Mapa da Região Turística Rota do Rio Uruguai.....	30
Figura 7 – Marca da Região Turística.....	32
Figura 8 – Tendências transformadoras do Turismo.....	35
Figura 9 – Localização da Região Turística da Rota do Rio Uruguai no Mapa do Turismo – MTur.....	39
Figura 10 – Localização do município de Porto Mauá/RS no Mapa do Turismo – MTur.....	39
Figura 11 – Museu Municipal do Imigrante.....	44
Figura 12 – Igreja Nossa Senhora dos Navegantes.....	45
Figura 13 – Orla do Rio Uruguai.....	45
Figura 14 – Academia ao ar livre.....	46
Figura 15 – Mirante.....	46
Figura 16 – Túmulo do Sapucaí.....	47
Figura 17 – Porto Aduaneiro.....	47
Figura 18 – Ilha Porto Mauá.....	48
Figura 19 – Raft Crossing.....	49
Figura 20 – Duty Free.....	50
Figura 21 - Passeio de Barco.....	50
Figura 22 – Festas dos Navegantes.....	51
Figura 23 – Filó Italiano.....	52
Figura 24 – Velocross.....	52
Figura 25 – Natal da Família.....	53
Figura 26 – Elementos do Turismo Cultural.....	54
Figura 27 – Elementos do Turismo de Negócios e Eventos.....	55
Figura 28 – Elementos do Ecoturismo.....	56
Figura 29 – Mapa do Comportamento do Turista RS.....	58
Figura 30 – Acesso Porto Mauá.....	59
Figura 31 – Centro de Atendimento ao Turista.....	60
Figura 32 – Casa Weiss.....	61
Figura 33 – Pousada Mauá.....	61
Figura 34 – Lufer Bar e Lancheria.....	62
Figura 35 – Bar Pé na Bunda.....	62

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1</b> - Turistas internacionais no RS.....	27
<b>Quadro 2</b> – Dados do município de SERTÃO SANTANA.....	34
<b>Quadro 3</b> – Número de empresas com CADASTUR.....	40
<b>Quadro 4</b> - Análise SWOT.....	63
<b>Quadro 5</b> - EIXO 1 – Gestão Descentralizada do Turismo.....	66
<b>Quadro 6</b> – EIXO 2 – Planejamento e Posicionamento de Mercado.....	66
<b>Quadro 7</b> – EIXO 3 – Qualificação Profissional, dos Serviços e da Produção Associada .....	67
<b>Quadro 8</b> – EIXO 4 - Empreendedorismo, Captação e Promoção de Investimentos.....	67
<b>Quadro 9</b> – EIXO 5 – Infraestrutura Turística.....	68
<b>Quadro 10</b> – EIXO 6 – Informações Turísticas.....	68
<b>Quadro 11</b> – EIXO 7 – Promoção e Apoio à Comercialização.....	69
<b>Quadro 12</b> – EIXO 8 – Monitoramento.....	70

## LISTA DE SIGLAS

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



## SUMÁRIO

<b>1 – INTRODUÇÃO .....</b>	<b>10</b>
<b>2 – METODOLOGIA .....</b>	<b>12</b>
<b>3 – CENÁRIOS DO TURISMO .....</b>	<b>18</b>
3.1 TURISMO NO MUNDO .....	18
3.2 TURISMO NO BRASIL .....	20
3.3 TURISMO NO RS .....	24
3.4 TURISMO NA REGIÃO TURÍSTICA ROTA NO RIO URUGUAI .....	27
<b>4 – TENDÊNCIAS PÓS-PANDEMIA.....</b>	<b>30</b>
<b>5 – APRESENTAÇÃO DO MUNICÍPIO .....</b>	<b>33</b>
5.1 – DADOS HISTÓRICOS .....	33
5.1.1 Criação do Município de Porto Mauá e a Origem de seu Nome .....	33
5.2 – DADOS DEMOGRÁFICOS .....	34
5.3 LOCALIZAÇÃO E ACESSO .....	34
5.4 PROGRAMA DE REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO .....	35
<b>5.6 CADASTUR .....</b>	<b>38</b>
<b>6 – OFERTA TURÍSTICA.....</b>	<b>40</b>
6.1 ATRATIVOS TURÍSTICOS .....	40
6.1.1 Atrativos Culturais .....	41
6.1.2 Atrativos Naturais .....	45
6.1.4 Atrativos Econômicos .....	47
6.1.5 Eventos .....	48
6.2 SEGMENTOS ÂNCORA E SECUNDÁRIOS .....	51
6.2.1 Segmento Âncora.....	51
6.2.2 Segmentos Secundários .....	51
6.2.3 Segmentos Potenciais.....	52
<b>7 – DEMANDA TURÍSTICA .....</b>	<b>54</b>
<b>8 – INFRAESTRUTURA .....</b>	<b>57</b>
8.1 ACESSO .....	57
8.2 CENTRO DE ATENDIMENTO AO TURISTA (CAT) .....	58
8.3 MEIOS DE HOSPEDAGENS .....	58
8.4 RESTAURANTES, BARES E SIMILARES .....	59
<b>9 - ANÁLISE SWOT.....</b>	<b>61</b>
<b>10 – MISSÃO, VISÃO E VALORES.....</b>	<b>62</b>
<b>11 - DESCRIÇÃO DAS APDS APROVADAS POR EIXO DE ATUAÇÃO DO PRT .....</b>	<b>64</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>69</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>71</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 econômico, mas também social, ambiental, político e geopolítico, e quais as estratégias

---

<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/)

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 PORTO MAUÁ 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: 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

#### 3.1 Turismo no Mundo

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

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

O Turismo Internacional deu sinais de recuperação em junho e julho de 2021, quando alguns destinos abrandaram as restrições às viagens e a vacinação avançou em muitas partes do mundo. A maioria dos países passou a exigir que turistas internacionais apresentassem teste de Reação de Transcriptase Reversa (PCR) ou antígeno negativo na entrada e/ou Certificado de Vacinação e fornecessem seus dados de contato. A implantação de passaportes de vacinação facilitou a reabertura das fronteiras para o Turismo em muitos países. Os documentos contêm o comprovante de vacinação, resultado de teste contra a COVID-19 ou um atestado de recuperação da doença. Muitos países adotaram essa estratégia e a população utilizou para ir a shows, teatros, festas, academias e demais locais que reuniam pessoas. O documento auxiliou os locais a receberem turistas “sadios”. A vacinação das populações contra a COVID-19 ajudou a restaurar a confiança do viajante, contribuiu para aliviar as restrições de viagens e normalizou lentamente as viagens aos níveis de 2019, retomando o tão esperado crescimento.

De acordo com a edição de setembro de 2021 do Barômetro Mundial do Turismo da OMT, estima-se que 54 milhões de turistas cruzaram as fronteiras internacionais em 2021, o que representa 67% a menos que no mesmo mês de 2019, mas são os melhores resultados desde abril de 2020. Este número é comparável aos 34

---

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

milhões de chegadas internacionais registradas, de acordo com estimativas, em julho de 2020, embora ainda esteja bem abaixo dos 164 milhões registrados em 2019<sup>6</sup>.

A maioria dos destinos turísticos que relataram seus dados a OMT de junho e julho de 2021 teve uma recuperação moderada nas chegadas internacionais em comparação com 2020. No entanto, 2021 continuou sendo um ano muito difícil para o turismo global, com as chegadas diminuindo em 80% das chegadas em comparação com 2019. A região Ásia-Pacífico continuou a ter o pior desempenho no período de janeiro a julho, com uma queda de 95% nas chegadas internacionais em comparação com 2019. O Oriente Médio (-82%) registrou a segunda maior queda, seguido pela Europa e África (ambos -77%). A região das Américas (-68%) experimentou um declínio comparativamente menor, com o Caribe sendo a sub-região com melhor desempenho no mundo. Enquanto isso, algumas pequenas ilhas no Caribe, África, Ásia e Pacífico, junto com alguns pequenos destinos europeus, se saíram melhor em junho e julho, com chegadas próximas ou até mais altas do que antes da pandemia<sup>7</sup>.

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

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

De acordo com o Barômetro Mundial do Turismo da OMT de setembro de 2022, as chegadas de turistas internacionais quase triplicaram de janeiro a julho de 2022 (+172%) em relação ao mesmo período de 2021, o que significa que o setor ficou em quase 60% dos níveis pré-pandemia. Essa recuperação constante é reflexo da forte

---

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

<sup>7</sup> [www.unwto.org/es/taxonomy/term/347](https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347)

demanda reprimida por viagens internacionais, bem como da flexibilização ou levantamento das restrições de viagem (em 19 de setembro de 2022, havia 86 países que não tinham mais restrições relacionadas ao COVID-19)<sup>8</sup>.

A OMT revisou suas perspectivas para 2022 devido a resultados mais fortes do que o esperado no primeiro trimestre de 2022, um aumento significativo nas reservas de voos e as perspectivas para o Índice de Confiança da OMT. Espera-se agora que as chegadas de turistas internacionais atinjam entre 55% e 70% dos níveis de 2019 em 2022, mas esses dados irão depender de várias circunstâncias, como a taxa das suspensões às restrições de viagens na entrada de países, a evolução da guerra na Ucrânia, possíveis novos surtos de coronavírus, e as condições econômicas globais, em particular a inflação e os preços da energia<sup>9</sup>.

### **3.2 Turismo no Brasil**

Os resultados alcançados com a atividade turística doméstica no Brasil em 2019 cresceram em contra partida com o receptivo internacional que registrou 6,3 milhões de turistas, uma queda de 4% em relação a 2018. A Argentina liderou a emissão com 1,95 milhões de turistas, seguida dos Estados Unidos com 590,5 mil e do Paraguai com 406,5 mil. Apesar da liderança, houve uma diminuição significativa de visitantes Argentinos no país, o que pode explicar a redução, pois em 2018 nossos vizinhos representaram 2,5 milhões de visitantes<sup>10</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 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

---

<sup>8</sup> <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347>

<sup>9</sup> <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347>

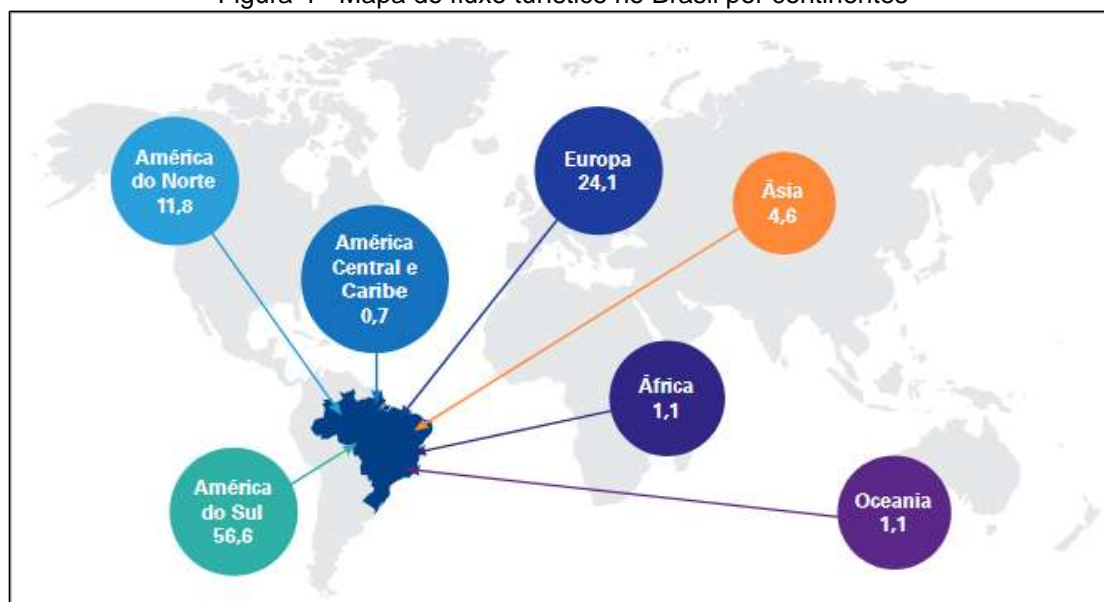
<sup>10</sup> [www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2021/03/brasil-registra-63-milhoes-de-estrangeiros-em-2019\\_180422.html](http://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2021/03/brasil-registra-63-milhoes-de-estrangeiros-em-2019_180422.html)



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>11</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 tornou-se mais atrativo para o brasileiro, com potencial de reversão do consumo do Turismo no exterior para o país. O Turismo de Natureza vem sendo o principal atrativo para os turistas brasileiros, com alto potencial de desenvolvimento (BRASIL, 2021).

O Fórum Econômico Mundial (*World Economic Forum*) informou no seu Relatório de Competitividade em Viagens e Turismo (TTCR), publicado em setembro de 2019, em que faz referência à competitividade em Viagens & Turismo (T&T) de 140 economias e mede o conjunto de fatores e políticas que permitem o desenvolvimento sustentável do setor, que o Brasil ocupou o 32º lugar no *ranking* de 140 países, cinco posições abaixo em comparação ao último estudo. No entanto, ainda é o país com maior pontuação na

<sup>11</sup> Revista\_Dados\_e\_Informacoes\_A1\_2ed\_jun2021\_\_\_\_.pdf

América do Sul, destacando-se em recursos naturais e culturais<sup>12</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>13</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 milhões de famílias que trabalham no setor de eventos em todo o país e que tiveram que suspender as atividades devido à pandemia do novo coronavírus.

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

---

<sup>12</sup> [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2019.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf)

<sup>13</sup> <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2021/01/05/mp-prorroga-regras-para-reembolso-de-passagens-aereas-durante-a-pandemia>

Figura 5 - Selo Turismo Responsável



Fonte: Site do Ministério do Turismo

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

O programa está organizado em quatro eixos: preservação de empresas e empregos no setor de Turismo; melhoria da estrutura e da qualificação de destinos; implantação de protocolos de biossegurança e promoção e incentivo às viagens. As ações vão desde o reforço na concessão de linhas de crédito para capitalizar empresas do setor e preservar empregos até obras de melhoria da infraestrutura dos destinos turísticos. Também estão previstos o incentivo ao Turismo natural e cursos sobre protocolos sanitários, além da melhoria da qualificação profissional. Destaca-se ainda a criação de um site ([www.retomada.turismo.gov.br](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 um guia que visa orientar o turista para viajar com a sua família.

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

dessas atividades<sup>14</sup>.

O Turismo no Brasil vem apresentando sinais claros de retomada a cada dia, um estudo divulgado pela *Conversion*, empresa especializada em marketing digital, ratifica essa franca recuperação. Segundo o levantamento, houve um crescimento de 18,61% no *e-commerce* do setor em julho de 2021 na comparação com junho de 2021, o maior entre todos os segmentos analisados. Já em relação a 2020, o comércio eletrônico no Turismo registrou uma alta de 150%. Os números refletem o otimismo da população com o aumento gradual da vacinação contra a COVID-19 e as medidas de biossegurança adotadas na área<sup>15</sup>.

Com o avanço da vacinação e os protocolos sanitários existentes e implantados, o Turismo retoma aos poucos. A pesquisa mostrou também que as viagens domésticas são prioridades para os brasileiros. Nesse sentido, o Nordeste lidera entre os destinos preferidos (59,84%), seguido das regiões Sul (28,92%) e Sudeste do país (25,30%). Além disso, a análise da *Conversion* revelou uma nova tendência do viajante, de buscar lugares que adotem protocolos de biossegurança. Segundo a pesquisa, 60,15% dos entrevistados afirmaram que, mesmo após o fim da COVID-19, deixarão de usar serviços de empresas que não adotem medidas sanitárias de prevenção ao coronavírus<sup>16</sup>.

### 3.3 Turismo no RS

Para que se possa planejar a atividade turística, dados são fundamentais, felizmente, neste ano de 2022, voltou a operar o Observatório de Turismo do Estado do Rio Grande do Sul (RS), importante órgão de coleta e interpretação de dados turísticos do RS, em breve haverá dados importantes disponíveis para ajudar as regiões turísticas no seu planejamento. Hoje, os destinos dispõem dos dados do MTur, da FIPE, das pesquisas das Instituições de Ensino Superior (IES) de Turismo e Hotelaria e daqueles municípios que conseguem aplicar pesquisas e controle de fluxos de turistas.

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

---

<sup>14</sup> [www.cnc.gov.br](http://www.cnc.gov.br)

<sup>15</sup> [www.conversion.com.br/ecommerce-no-brasil/](http://www.conversion.com.br/ecommerce-no-brasil/)

<sup>16</sup> [www.conversion.com.br/ecommerce-no-brasil/](http://www.conversion.com.br/ecommerce-no-brasil/)

Quadro 1 - Turistas internacionais no RS

<b>Turistas Internacionais no RS – Ano Base 2019 – Anuário 2020</b>					
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.

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

Apesar das várias trocas de gestão ocorridas na atual Secretaria de Turismo do Rio Grande do Sul (SETUR), a pasta vem desempenhando um importante papel. Em 2020, foram realizadas Jornadas de Turismo em formato virtual e no ano de 2021 ocorreu 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 executa o projeto “Turismo em Movimento” que possui 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.

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

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

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

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



momento.

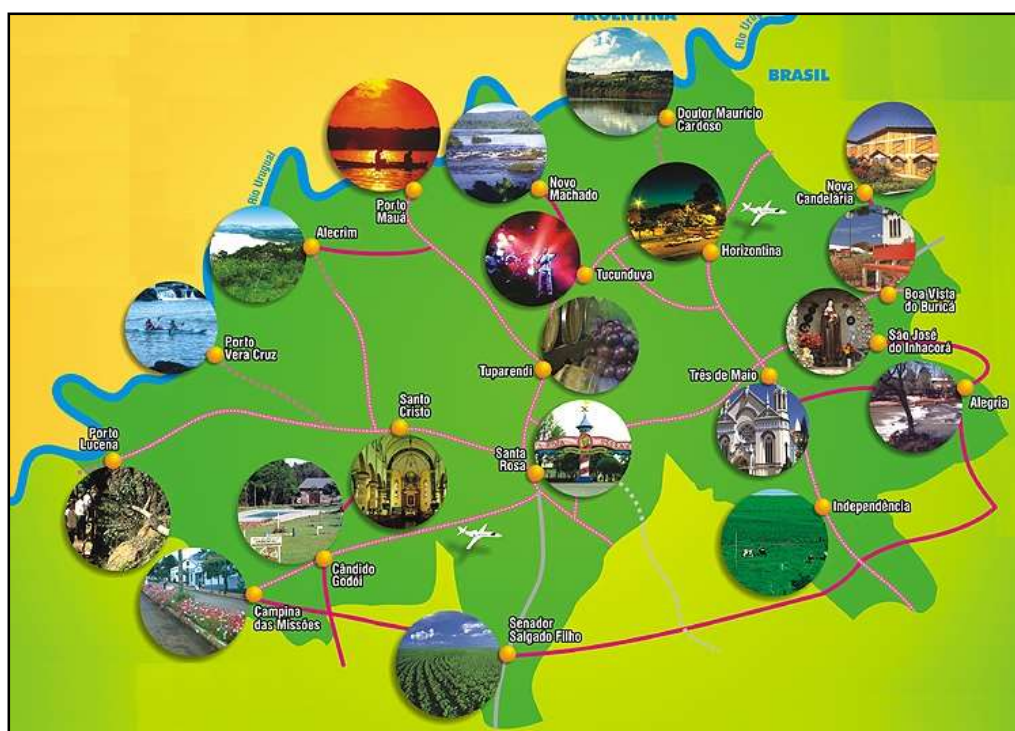
Fortalecer a Competitividade do Turismo nas diferentes regiões turísticas do RS é extremamente importante para consolidar as iniciativas já desenvolvidas nas 27 regiões turísticas do RS.

### 3.4 Turismo na Região Turística Rota no Rio Uruguai

A região turística da **Rota do Rio Uruguai** localiza-se na fronteira Noroeste do Estado do RS e limita-se com a Argentina pelo Rio Uruguai. Sua economia está baseada na agricultura familiar, bacia leiteira, indústrias de implementos agrícolas, metal-mecânica, moveleira, confecções, agroindústrias, comércio e serviços (ROST, 2021).

É composta por 20 municípios, são eles: Alecrim, Alegria, Boa Vista do Buricá, Campina das Missões, Cândido Godói, Doutor Maurício Cardoso, Horizontina, Independência, Nova Calendária, Novo Machado, Porto Lucena, **Porto Mauá**, Porto Vera Cruz, Santa Rosa, Santo Cristo, São José do Inhacorá, Senador Salgado Filho, Três de Maio, Tucunduva e Tuparendi, conforme as diretrizes do Programa de Regionalização do Turismo do Ministério do Turismo<sup>17</sup>.

Figura 6 - Mapa da Região Turística Rota do Rio Uruguai



Fonte: <https://rotaseroiteiros.com.br/rota-rio-uruguai/>

<sup>17</sup> <http://www.mapa.turismo.gov.br>

O Rio dá nome à região e no seu curso estão as principais atividades de lazer, balneários, passeios náuticos, pesca e eventos. O cultivo da soja de alta precisão conferiu o título de Capital Nacional da Soja a Santa Rosa e a mecanização das lavouras implantou o maior complexo industrial de máquinas e implementos da América do Sul em Horizontina. A estratégica localização geográfica nas rotas de entrada da Argentina, na proximidade do Salto do Yucumã e Missões Jesuíticas faz da região um importante corredor turístico. Balneários, passeios náuticos e pesca são os principais atrativos da Rota do Rio Uruguai.<sup>18</sup>

A região integra circuitos nacionais e internacionais de Pesca Esportiva, com destaque para os municípios de Porto Vera Cruz, **Porto Mauá** e Porto Xavier onde a governança busca a legalização desta atividade no RS.

Historicamente, a região iniciou o fomento do Turismo a partir do ano de 1999, com o Comitê Regional de Turismo, constituído por representantes municipais, empreendedores, universidades e entidades interessadas no setor, que realizavam reuniões mensais itinerantes, para conhecer os potenciais dos municípios e discutir ações que contribuam com seu desenvolvimento. Em 2004, os prefeitos da região decidiram por criar o Consórcio do Turismo (CODETUR), iniciativa que tinha participação pública/privada e que conseguiu realizar ações importantes, principalmente inserir no Mapa do Turismo como região turística Rota do Rio Uruguai. A lei dos consórcios desmotivou e desmobilizou a iniciativa, pois foram obrigados a optar por consórcio público ou consórcio privado, e assim houve o recuo, e a Associação dos municípios criou dentro da sua estrutura a Coordenadoria de Turismo da Rota do Rio Uruguai, cuja função é dar suporte aos municípios e empreendimentos na elaboração do planejamento de ações e investimentos, como também, elaborar projetos para captar recursos através da Assessoria de Planejamento e projetos da Associação dos Municípios. Também é a responsável pela mobilização regional, e os encontros bimestrais ou mensais conforme a demanda (ROST, 2021).

As perspectivas para o desenvolvimento do Turismo são muito boas, pois a região apresenta uma grande quantidade de recursos naturais, como rios, lagos, riachos, cachoeiras, matas, paredões com paisagens deslumbrantes onde se destaca o Rio Uruguai. Atualmente percebem-se investimentos em locais como sítios, pesque-pague, balneários, meios de hospedagens, alternativas muito procuradas neste período de pós-pandemia. As iniciativas de Turismo Ecológico e Rural em pequenas comunidades, através de trilhas ou cicloturismo tem movimentado um público que antes

---

<sup>18</sup> <https://www.turismo.rs.gov.br/regiao/52/regiao-rota-do-rio-uruguai#sobre>

da pandemia, somente via o turismo externo como opção. Destaca-se também o Turismo Religioso que já acontece em pequenos grupos, mas que vem ganhando força e está presente praticamente em todos os 20 municípios da região da Rota. Outro ponto favorável ao desenvolvimento do Turismo nesta região é a grande diversidade étnica e cultural com uma rica e variada gastronomia. Em todas as cidades há características da colonização europeia predominando as etnias alemã, italiana, polonesa, russa e portuguesa. A região também se destaca em Turismo de Eventos com grandes feiras, que são realizadas periodicamente nas maiores cidades, além das pequenas Mostras que acontecem em todos os municípios de abrangência da Associação dos Municípios da Fronteira Noroeste (AMUFRON), (ROST, 2021).

Essa Instância de Governança Regional (IGR) tem na coordenação uma turismóloga que ocupa o cargo de Secretária Executiva da AMUFRON onde articula e faz a gestão de todas as ações demandadas pelos municípios, bem como as ações do PRT orientadas pelo MTur.

Porém, regionalmente há uma carência de profissionais com o conhecimento do fenômeno do Turismo, o que causa descontinuidade na sequência da execução de projetos, independentemente da administração política. Porém no plano regional de desenvolvimento, realizado pelo COREDE FN (Fronteira Noroeste), constantemente o Turismo é apresentado como uma alternativa de emprego e renda para região, baseado no grande potencial turístico que aos poucos mobiliza os municípios a se organizarem de forma ordenada. Um dos passos importantes foi a criação dos Conselhos Municipais de Turismo, que embora em alguns casos não exerçam o real papel, são importantes e envolvem a comunidade local no processo de fomento e organização municipal do setor (ROST, 2021).

A região possui uma marca que é utilizada nos materiais de divulgação, conforme figura 7:

**Figura 7 - Marca da Região Turística**



Fonte: [www.rotadoriouruguai.com.br/institucional](http://www.rotadoriouruguai.com.br/institucional)

## 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>19</sup> Muitos estudos foram sendo realizados e todos apontam para as mesmas tendências:

---

<sup>19</sup> <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/comportamentos-dos-viajantes-importante-para-a-retomada-do-turismo,877fac0d29cc1710VgnVCM1000004c00210aRCRD>

#### Quanto ao turista:

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



#### Quanto ao destino:

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



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



Figura 8 - Tendências transformadoras do Turismo



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



## **5 – APRESENTAÇÃO DO MUNICÍPIO**

O município de PORTO MAUÁ está situado no Noroeste Rio-grandense, localizado às margens do Rio Uruguai, fazendo fronteira com a Argentina. Integra a região turística da Rota do Rio Uruguai, composta por outros 19 municípios.

### **5.1 – Dados Históricos**

#### **5.1.1 Criação do Município de Porto Mauá e a Origem de seu Nome**

A origem do nome foi uma homenagem ao Barão de Mauá, um grande incentivador das atividades portuárias. Não existem documentos oficiais que comprovem a razão do nome. O que se sabe vem sendo passado oralmente, ou seja, Porto Mauá possui um porto fluvial, já que a cidade está localizada às margens do rio Uruguai. A cidade se desenvolveu em função do porto que liga Alba Posse, na província de Misiones, na Argentina e Porto Mauá. Através dele se realiza desde 1930 intercâmbio comercial, usando inicialmente barcos bem rústicos, evoluindo gradativamente para as modernas barcas de ferro que podem transportar até doze carros.<sup>20</sup>

O nome Porto Mauá é uma homenagem a Irineu Evangelista de Souza, Barão de Mauá, Visconde de Mauá, gaúcho que se destacou pelo incentivo à navegação como meio de comunicação e de transporte. Porto Mauá também teve outros nomes, Lajeado Jacarezinho, devido à existência de um riacho que se localiza a leste da cidade. A alteração para Porto Mauá, ocorreu por volta de 1930, conforme pesquisa no Jornal A Serra de Santa Rosa, de 1930. Na época esta região pertencia a Santo Ângelo, depois desmembrou-se e formou o município de Santa Rosa. Porto Mauá era distrito de Santa Rosa. Desde o início, o município se destacou recebendo maior número de desbravadores, entre estes, as famílias Rebelatto, Zanini, Schmitz, Silva, Machado, os Flores, citados como pioneiros, responsáveis pela grande heterogeneidade da população da sede do Município<sup>21</sup>

A localização a beira do rio Uruguai influenciou no desenvolvimento econômico da sede do município. Inicialmente, o rio proporcionou abundante pesca aos pioneiros e posteriormente passou a ser explorado comercialmente através do transporte fluvial que favorece o desenvolvimento do comércio entre as localidades ribeirinhas do Brasil, no

---

<sup>20</sup> <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/porto-maua/historico>

<sup>21</sup> <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/porto-maua/historico>

caso de Porto Mauá e da Argentina, através de Alba Posse <sup>22</sup>.

## 5.2 – Dados Demográficos

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 Porto Mauá

<b>Localização:</b>	Mesorregião denominada Noroeste Rio-grandense e Microrregião de Santa Rosa
<b>Área da Unidade Territorial:</b>	105,811 km <sup>2</sup> (2021)
<b>População:</b>	2.332 pessoas (IBGE – 2021 estimativa)
<b>Escolarização (6 a 14 anos)</b>	100 % (IBGE, 2010)
<b>Densidade demográfica:</b>	24,08 hab/km <sup>2</sup> (IBGE, 2010)
<b>IDHM – Índice de Desenvolvimento Humano Municipal:</b>	0,698 (IBGE, 2010)
<b>PIB per capita:</b>	27.350,07 R\$ (IBGE, 2019)
<b>Economia Local:</b>	O Produto Interno Bruto - PIB – de Porto Mauá é o 1628º de todo o Brasil (IBGE, 2019).
<b>Região Turística no Programa de Regionalização do Turismo</b>	Rota do Rio Uruguai
<b>Gentílico:</b>	porto-mauense

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

## 5.3 Localização

O município de PORTO MAUÁ está localizado a aproximadamente 532 km da capital do estado do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. O acesso principal se dá pela RS 344 que se acessa em Entre Ijuí que está localizado BR 285. O acesso também se dá pelo Porto Internacional de Porto Mauá através de uma balsa que não opera durante a noite para quem vem da Argentina pela cidade de Alba Posse.

---

<sup>22</sup> <https://www.portomaua.rs.gov.br/site/conteudos/1100-historia>

Figura 9 – Travessia de balsa



Fonte: Site da Prefeitura de Porto Mauá

#### 5.4 Programa de Regionalização do Turismo

O novo Mapa do Turismo foi atualizado através da **portaria 41 de 21 de janeiro de 2022** do Ministério do Turismo e publicado em 28 de janeiro de 2022. A configuração atual do Mapa é composta por **2.887 município** em **338 regiões turísticas** em todo o Brasil e **392** municípios no RS em **27** regiões turísticas, de acordo com informações atualizadas em 21 de outubro de 2022.

As regiões turísticas são territórios que possuem características similares e/ou complementares e aspectos em comum (identidade histórica, cultural, econômica e/ou geográfica) podendo existir, numa região, municípios que não recebem turistas, mas que se beneficiam da atividade pelo fornecimento de produtos e serviços<sup>23</sup>.

O MTur categoriza todos os municípios do Mapa com letras do alfabeto, onde a letra “A” é a mais desenvolvida turisticamente e a letra “E” é a menos desenvolvida. A Categorização dos Municípios das Regiões Turísticas é um instrumento elaborado pelo MTur para identificar **o desempenho da economia** do setor nos municípios que constam no Mapa. Esse instrumento, previsto como uma estratégia de implementação do PRT, permite tomar decisões mais acertadas e implementar políticas que respeitem as peculiaridades dos municípios brasileiros permitindo enxergar cada município

---

<sup>23</sup> [www.regionalizacao.turismo.gov.br](http://www.regionalizacao.turismo.gov.br)

constante no Mapa de forma diferenciada<sup>24</sup>. PORTO MAUÁ foi classificada na Categoria “E”, que representa uma posição que permite melhorar e alterar de categoria. Para tanto deve trabalhar para formalizar seus meios de hospedagem e incrementar o fluxo de turistas, para que seus dados cresçam nas pesquisas utilizadas pela Categorização e tenha sua categoria atualizada.

Abaixo na figura 9 identifica-se a localização da Região da Rota do Rio Uruguai e na figura 10 o município de PORTO MAUÁ, no mapa do Rio Grande do Sul.

Figura 10 - Localização da Região Turística da Rota do Rio Uruguai no Mapa do Turismo – MTur



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

<sup>24</sup> [www.regionalizacao.turismo.gov.br](http://www.regionalizacao.turismo.gov.br)



Figura 11 - Localização do município de Porto Mauá/RS no Mapa do Turismo – MTur



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

## 5.5 Gestão Municipal do Turismo

A **Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Turismo e Desportos**, vinculada à Prefeitura Municipal, é responsável pelas atividades administrativas, de desenvolvimento do Turismo.

Em 14 de setembro de 2006, a Lei Municipal Nº 671 criou o **Conselho Municipal de Desenvolvimento Turístico (CONDETUR)** em caráter **órgão deliberativo e de assessoramento** ao Poder Executivo Municipal, com as seguintes finalidades:

**I** - Participar na definição das políticas para o desenvolvimento do turismo, assim como eventos a nível municipal;

**II** - Promover a conjugação de esforços, a integração de ações e utilização racional dos recursos públicos e privados em busca de objetivos comuns;

**III** - Participar da elaboração, acompanhar a execução e avaliar os resultados dos planos, programas e projetos destinados ao setor turístico e eventos;

**IV** - Promover a realização de estudos, pesquisas, levantamentos e organização de dados e informações que servirão de subsídios para o conhecimento da realidade do meio turístico; e estimular ações que visam o desenvolvimento turístico do Município;

**V** - Zelar pelo cumprimento das leis municipais e das questões relativas ao turismo, sugerindo, inclusive, mudanças visando ao seu aperfeiçoamento.

A Lei prevê que o Conselho de Desenvolvimento Turístico será constituído por representantes das seguintes instituições públicas e privadas ligadas ao meio turístico, tais como:

- Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Turismo e Desporto;
- Secretaria da Agricultura;
- EMATER;
- Igrejas com representação no município;
- Entidades do Município regularmente constituídas.

Cada instituição ou organismo integrante do CONDETUR indicará, por escrito, um representante titular e um suplente, com mandato de dois anos, podendo ser reconduzido por iguais períodos sucessivos.

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

## **5.6 CADASTUR**

O CADASTUR, do MTur é o cadastro de pessoas físicas (apenas os Guias de Turismo) e jurídicas que atuam no setor turístico. É obrigatório para **Meios de Hospedagem, Agências de Turismo, Transportadoras Turísticas, Organizadoras de Eventos, Parques Temáticos, Acampamentos Turísticos e Guias de Turismo**, conforme Lei 11.771/2008. Outras atividades podem ser cadastradas em caráter opcional. O cadastro permite ao prestador atuar legalmente, de acordo com a Lei do Turismo, por meio da emissão do Certificado CADASTUR, assim como oferece benefícios aos cadastrados, bem como solicitar o Selo Turismo Responsável. Atualmente, no município de PORTO MAUÁ existem 01 empreendimento cadastrado, 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>
Acampamento Turístico	00
Agências de Viagens	00
Meios de Hospedagens	01
Organizadoras de Eventos	00
Transportadoras Turísticas	00
Parque Temático	00
Guia de Turismo	00
Empresas de Apoio ao Turismo Náutico ou à Pesca Desportiva	00
Casa de Espetáculos e Equipamentos de Animação Turística	00
Centro de Convenção	00
Prestador Especializado em Segmentos Turísticos	00
Prestador de Infraestrutura de Apoio a Eventos	00
Locadora de Veículos para Turistas	00
Parque Aquático e Equipamentos de Lazer	00
Restaurante, Cafeteria, Bar e Similares	00
<b>Total de empresas cadastradas</b>	<b>01</b>

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

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

## 6 – OFERTA TURÍSTICA

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

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

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



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

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

✓ **Museu Municipal do Imigrante**

Figura 12 – Museu Municipal do Imigrante



Fonte: Site da Prefeitura de Porto Mauá

✓ **Igreja Nossa Senhora dos Navegantes**

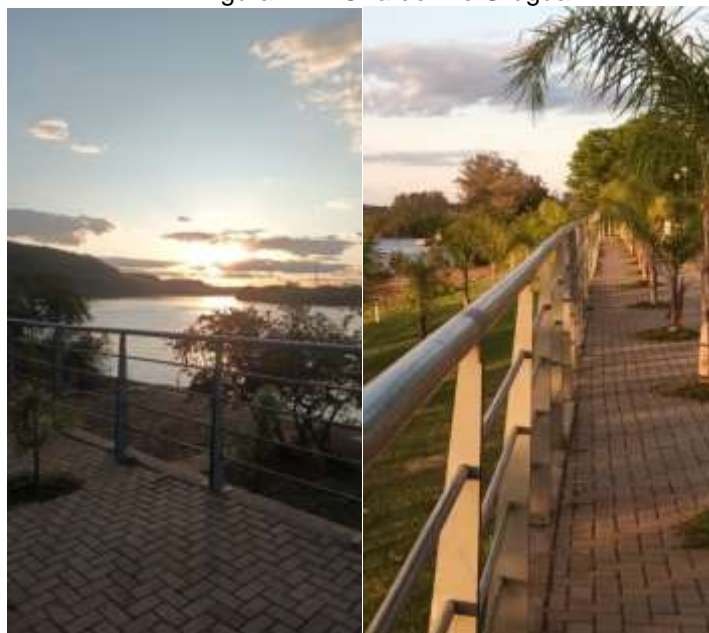
Figura 13 – Igreja Nossa Senhora dos Navegantes



Fonte: Acervo Entre Rios Consultoria

✓ **Orla do Rio Uruguai** – atualmente se encontra em processo de revitalização.

Figura 14 – Orla do Rio Uruguai



Fonte: Acervo Entre Rios, 2022

✓ **Academia ao ar livre**

Figura 15 – Academia ao ar livre



Fonte: Acervo Entre Rios, 2022

✓ **Mirante da Orla**

Figura 16 – Mirante da Orla



Fonte: Acervo Entre Rios, 2022



✓ **Monumento a Nossa Sra dos Navegantes**

Figura 17 – Monumento a Nossa Sra dos Navegantes



Fonte: Acervo Entre Rios, 2022

✓ **Porto Aduaneiro**

Figura 18 – Porto Aduaneiro



Fonte: Acervo Entre Rios, 2022

Obs1: Estes Atrativos Culturais citados acima são de significativa importância para traduzir e valorizar o Patrimônio Cultural do município e podem, na formatação dos produtos turísticos da cidade, serem aproveitados para ampliar as possibilidades de encatamento aos visitantes e permitirem a conexão com os 17 ODS da Agenda 2030 da ONU.

Obs2: Alguns desses atrativos foram brevemente descritos acima.

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

- ✓ **Rio Uruguai** – O Rio Uruguai é um dos principais atrativos naturais da região e bem como de Porto Mauá. Olhando-se do alto é possível ver nitidamente onde cruza o “canalão” que tem uma largura de 10 a 15m e profundidade de 25 a 30m. Observa-se também as pedras no fundo do seu leito. Esse recurso natural tem grande potencial de se tornar um excelente espaço de uso adequado para atividades turísticas, respeitando todas as premissas de conservação e preservação ambiental.

Figura 19 – Rio Uruguai – Vista aérea do “canalão”



Fonte: <http://www.cidadecancaofm.com.br/rio-uruguai-em-porto-maua-visto-do-alto>

- ✓ **Travessia de Balsa** – A travessia de balsa no Rio Uruguai, entre Brasil – Porto Mauá e Argentina – Alba Posse, já citada anteriormente é de significativa

importância no Turismo da cidade. Através desse atrativo natural é que cruza a grande maioria dos visitantes ao município. Os mesmos são atraídos a Porto Mauá com a finalidade de realizar a travessia e conhecer e/ou fazer compras na cidade de Alba Posse, bem como seguir mais adiante em território Argentino.

Figura 20 – Rio Uruguai – Vista aérea do “canalão”



Fonte: Facebook [@balsaportomauainformações](#)

Figura 21 – Horários Travessias do Rio Uruguai

A graphic with a blue background. On the left is a large yellow alarm clock. On the right, the text reads: **Novos Horários da Barca**. Below this, it says **Segunda à sexta** with two rows: **Manhã** 08:00 às 11:15 and **Tarde** 14:00 às 17:30. Then it says **Finais de semana e feriados** with two rows: **Manhã** 08:30 às 11:15 and **Tarde** 14:30 às 17:30. At the bottom center is the logo for FELTRACO, which includes a map of Brazil and the text 'FELTRACO' and 'FERRAMENTAS E LUBRIFICANTES'.

Fonte: Facebook [@balsaportomauainformações](#)

✓ **Ilha Porto Mauá** – A partir do dia 14 de outubro de 2020, com o nível do Rio Uruguai baixo, água limpa, esverdeada, apareceu uma praia nunca vista junto à ilha mais conhecida de Porto Mauá, que atrai muitos turistas nos finais de semana, localizada em frente aos pavilhões onde é realizado anualmente a Festa



dos Navegantes. Normalmente a praia de areia era larga próximo da ilha e afinando na extremidade, desta vez está ocorrendo o inverso, a praia está larga no final da ilha, sendo que anteriormente sempre era pontiaguda neste ponto. (<https://www.gruporeporter.com.br/baixo-nivel-do-rio-uruguai-forma-praia-na-ilha-de-porto-maua/> )

Figura 22 – Ilha Porto Mauá



Fonte: <https://www.instagram.com/ilha.portomaua/>

Obs1: Estes Atrativos Naturais citados acima também são de significativa importância para traduzir e valorizar o Patrimônio Natural do município e podem, na formatação dos produtos turísticos da cidade, serem aproveitados para ampliar as possibilidades de encatamento aos visitantes e permitirem a conexão com os 17 ODS da Agenda 2030 da ONU.

Obs2: Estes atrativos foram brevemente descritos acima.

#### 6.1.4 Atrativos Econômicos

✓ Duty Free

Figura 23 – Duty Free



Fonte: Acervo Entre Rios 2022

- ✓ **Rio Uruguai** – Além de ser um importante atrativo natural, o rio Uruguai é também um importante atrativo econômico, tendo em vista que por ali circulam milhares de pessoas ao ano, trazendo mercadorias, bem como a própria população local que se utiliza dessa travessia para atender suas necessidades do dia a dia, seja em trabalho, moradia, educação, lazer, etc.

Figura 24 – Passeio de Barco



Fonte: Acervo Entre Rios 2022

**6.1.5 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:

✓ **Festas dos Navegantes**

Figura 25 – Festas dos Navegantes



Fonte: Acervo Jornal Noroeste

- ✓ **Filó Italiano** – O filó é um evento típico italiano, que remonta ao período do início da colonização italiana no Brasil, quando as famílias se reuniam em casas de vizinhos para cantar, comer e beber. Cada família levava um prato de comida e uma bebida, e tudo era partilhado entre os presentes, como aconteceu no Filó de Sete de Setembro. O evento conta com apresentação de música e dança, com a presença de grupos da região<sup>25</sup>.

---

<sup>25</sup> <https://www.portomaua.rs.gov.br/site/noticias/festas-ou-eventos/48278-filo-italiano-abriu-a-programacao-da-semana-do-municipio-de-porto-maua>

Figura 26 – Filó Italiano



Fonte: Acervo Prefeitura Municipal de Porto Mauá

✓ **Velocross**

Figura 27 – Velocross

**4ª ETAPA VELOCROSS**  
**10/04/2022**  
**Porto Mauá/RS**

**PREMIAÇÃO EM DINHEIRO**  
➤ 1º 120,00 2º 80,00 3º 60,00 4º 40,00 5º 30,00

- VX1 FORÇA LIVRE
- VX2 (IMPORT. ATÉ 250CC)
- NACIONAL LIVRE
- 230CC

➤ 1º 50,00 2º 40,00 3º 30,00 4º 20,00 5º 20,00

- FEMININA
- JUNIOR
- 65CC
- 55CC

**COPA YUCUMA**  
**ENTRADA GRATUITA**  
**PROIBIDO A ENTRADA COM BEBIDAS**

Realização Município de Porto Mauá Local parque de eventos municipal ao lado da RS 344

Fonte: Acervo Prefeitura Municipal de Porto Mauá

## ✓ Natal da Família

Figura 28 – Natal da Família



Fonte: Acervo Prefeitura Municipal de Porto Mauá

### 6.2 Segmentos Âncora e Secundários

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

**6.2.1 Segmento Âncora** – É aquele segmento turístico responsável pelo maior fluxo de turistas. É o indutor da atividade turística no município. O segmento âncora em GUAÍBA foi previamente definido durante discussões nas Oficinas de construção deste PMT como **Turismo de Compras**, pois é este segmento que atrai o maior número de turistas para o destino. O Turismo de Compras é uma forma contemporânea de turismo promovidos por indivíduos para quem comprar bens fora seu ambiente usual é um fator determinante na sua decisão viajar (OMT, 2014).

**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 PORTO MAUÁ foram: **Ecoturismo e Turismo Náutico**.



**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 29 – Elementos do Ecoturismo



Fonte: Entre Rios Consultoria, 2020.

**Turismo Náutico** - É a atividade turística que utiliza embarcações náuticas como finalidade da movimentação turística – a depender do local onde ocorre, o Turismo Náutico pode ser caracterizado como Turismo Fluvial, Turismo em Represas, Turismo Lacustre e Turismo Marítimo (BRASIL, 2010). O município de PORTO MAUÁ já desenvolve algumas atividades náuticas esporádicas, porém as mesmas poderão ser ampliadas para que permitam oferecer um produto turístico ordenado vinculado ao turismo Náutico.

**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 e Turismo de Compras.

**Turismo Rural** é o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e

serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade (BRASIL, 2010). Este segmento está se desenvolvendo no município. Na figura 34 se apresenta algumas atividades que integram esse segmento:

Figura 30 – Elementos do Turismo Rural



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, estudantes, melhor idade, da Classe socioeconômica de A a D, do Ensino Médio, graduação ou pós-graduação, provenientes da própria região e todo o Estado do RS, que procuram o município nas principalmente 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 31 – Mapa do Comportamento do Turista RS – Perfis



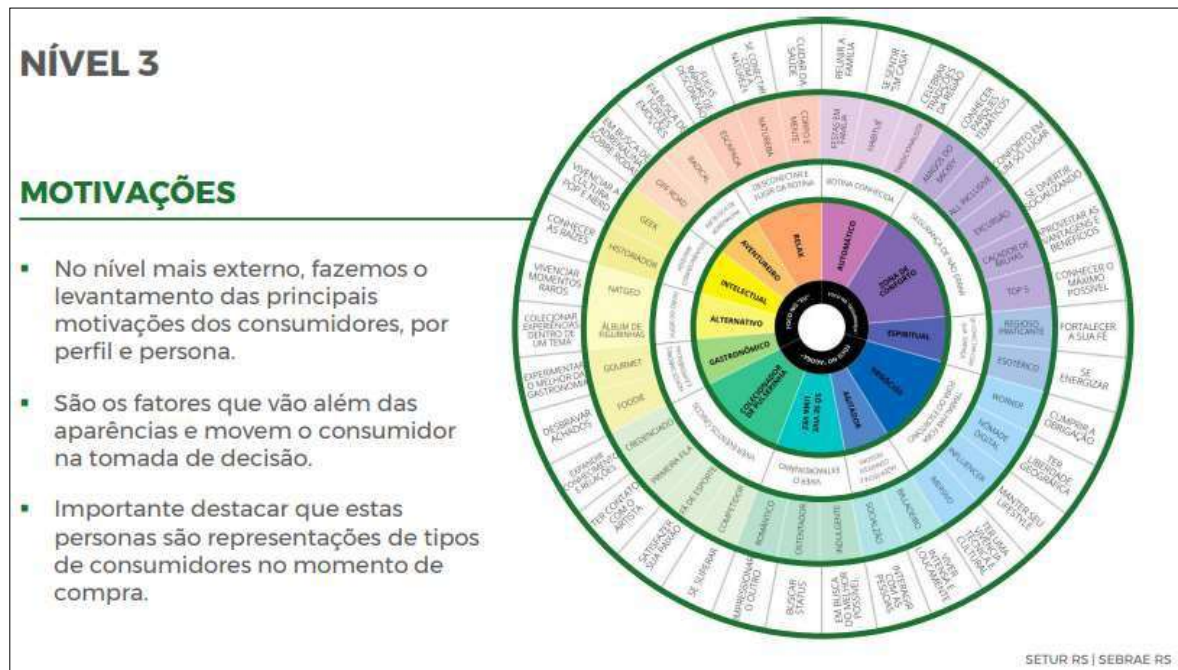
Fonte: Wine Locals, 2022

Figura 32 – Mapa do Comportamento do Turista RS – Personas



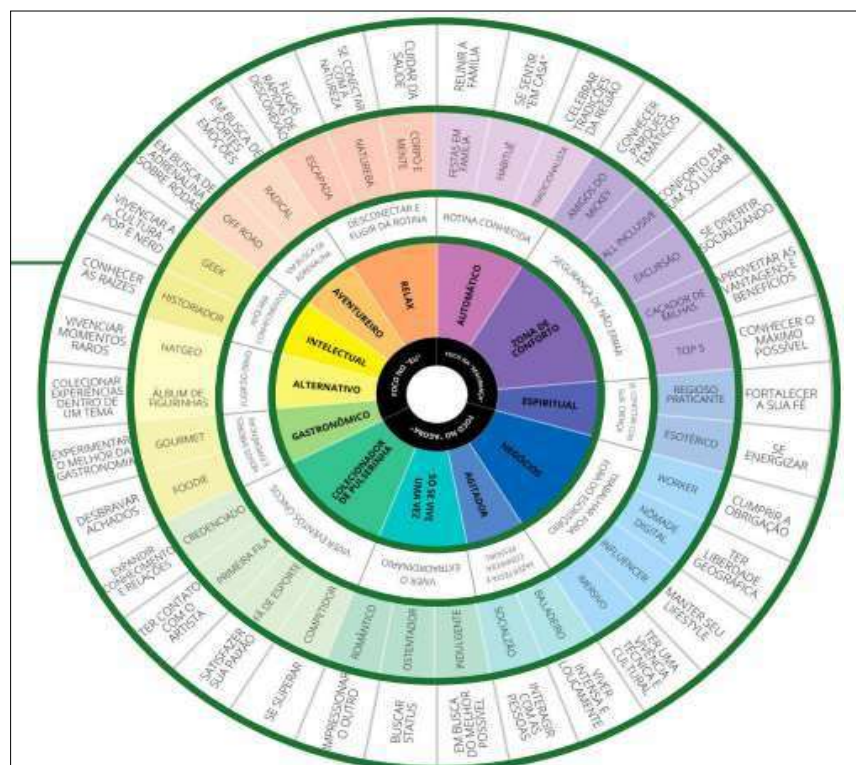
Fonte: Wine Locals, 2022

Figura 33 – Mapa do Comportamento do Turista RS – Motivações



Fonte: Wine Locals, 2022

Figura 34 – Mapa do Comportamento do Turista RS



Fonte: Wine Locals, 2022



## 8 – INFRAESTRUTURA

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

O município de PORTO MAUÁ 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** – O acesso principal se dá pela RS 344 que se acessa em Entre Ijuí que está localizado BR 285. O acesso também se dá pelo Porto Internacional de Porto Mauá através de uma balsa que não opera durante a noite para quem vem da Argentina pela cidade de Alba Posse.

Figura 35 – Acesso Porto Mauá



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

**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).

Foi identificado um espaço de CAT no município, localizado no **Porto Internacional**, mas está temporariamente sem funcionamento, tendo em vista a falta de funcionários e/ou estagiários para essa atividade.

Figura 36 – Centro de Atendimento ao Turista



Fonte: Acervo Entre Rios, 2022

**8.3 Meios de Hospedagens** – Não possuindo leitos suficientes para a demanda, o município conta apenas com um hotel e uma pousada: o Hotel Casa Weiss e a Pousada Mauá.

Figura 37 – Casa Weiss



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

Figura 38 – Pousada Mauá



Fonte: Acervo Entre Rios, 2022

**8.4 Restaurantes, bares e Similares** – Da mesma forma que as acomodações, as opções de gastronomia de PORTO MAUÁ ainda são insuficientes para a demanda. Os locais identificados durante as oficinas foram: Lufer Bar e



Lancheria, Mc Bom Sorvetes, Bar Pé na Bunda, Frango da Jú, Rancho do Xis, Deck Bar Porto Mauá, Restaubar Churrascaria e Conveniência de Bebidas Lion.

Figura 39 – Lufer Bar e Lancheria



Fonte: Acervo Entre Rios, 2022

Figura 40 – Bar Pé na Bunda



Fonte: Acervo Entre Rios, 2022

## 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:

**Strenghts** (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>• Belezas naturais (Rio, Orla);</li> <li>• Fronteira;</li> <li>• Free Shop;</li> <li>• Acesso asfáltico;</li> <li>• Acesso a água, luz e internet;</li> <li>• Segurança;</li> <li>• Tranquilidade;</li> <li>• CAT.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rota Costeira;</li> <li>• Rodovia Costaneira – 178 km – 6 municípios;</li> <li>• Aeroporto (50 km);</li> <li>• Rota do Rio Uruguai;</li> <li>• Ilha;</li> <li>• Festa dos Navegantes;</li> <li>• Pandemia.</li> </ul>
FRAQUEZAS	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mobilidade urbana;</li> <li>• Estacionamento;</li> <li>• Gastronomia;</li> <li>• Turismo náutico;</li> <li>• Condutores ecoturismo;</li> <li>• Hospedagem;</li> <li>• Divulgação;</li> <li>• Linhas de crédito;</li> <li>• Cultura empreendedor local;</li> <li>• Prato típico, souvenirs;</li> <li>• Mão-de-obra;</li> <li>• Poucos empreendimentos no CADASTUR;</li> <li>• Acessibilidade;</li> <li>• Sinalização.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cheias, enchentes;</li> <li>• Tráfico (drogas, armas, veneno, animais, sementes).</li> <li>• </li> </ul>

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 PORTO MAUÁ/RS

“Promover o desenvolvimento socioeconômico do município de Porto Mauá através do fomento de atividades turísticas e, com isso ampliar as oportunidades para a comunidade local, tornando-a orgulhosa de ser porto-mauense.”

**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 PORTO MAUÁ/RS

“Ser reconhecido como município turístico dentro do Estado do RS.”

**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 PORTO MAUÁ/RS:

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

**1 Resiliência**

**2 União**

**3 Confiança**

**4 Hospitalidade**



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

Conforme identificado na Metodologia deste documento, **29** ações foram elaboradas e aprovadas nas oficinas e, posteriormente revisadas pela equipe técnica. Elas serão agora detalhadas de acordo com a sequência de informações sobre ação proposta, 17 ODS vinculados, identificação inicial de como realização a ação, prazo de execução e responsáveis pela ação. Seguem quadros abaixo:

Quadro 5: EIXO 1: GESTÃO DESCENTRALIZADA DO TURISMO

AÇÃO PROPOSTA	ODS	COMO REALIZAR ESTA AÇÃO?	PRAZO	RESPONSÁVEL
1. Atualização da composição do CONDETUR.		Atualizar a Lei de criação do CONDETUR inserindo novos membros.	Imediato	Sec Administração e Finanças
2. Campanha de adesão ao CADASTUR.		Elaborar um folder com as informações e distribuir nos prestadores de serviços. Site: <a href="http://www.cadastur.turismo.gov.br">www.cadastur.turismo.gov.br</a>	JUL 2023	Sec Turismo ACI
3. Campanha de sensibilização da comunidade sobre a importância do econômica do Turismo.		Através das Mídias Sociais.	JUL 2023	Sec Turismo ACI

Quadro 6: EIXO2: PLANEJAMENTO E POSICIONAMENTO DE MERCADO

AÇÃO PROPOSTA	ODS	COMO REALIZAR ESTA AÇÃO?	PRAZO	RESPONSÁVEL
4. Retomada da trilha ecológica <b>Três Bocas</b> .		Dialogar com os proprietários e assinar um Termo de Uso da trilha; Sinalizar todo o trecho. Formatar a trilha.	JUL 2023	Sec. Turismo EMATER

5. Formatar um roteiro com a questão dos balseiros, Chibo e Baile do Sapucaí.		Formatar um roteiro ressaltando as características culturais.	DEZ 2023	Sec. Turismo SEBRAE CONDETUR
6. Realizar concurso para a criação de pratos com peixes do Rio.		Identificar através de concurso de gastronomia, os empresários do ramo da alimentação para posteriormente serem incorporados a gastronomia local.	DEZ 2023	Sec. Turismo SEBRAE EMATER CONDETUR
7. Formatar um roteiro náutico.		Identificar os donos de barcos que gostariam de participar de um roteiro de barco no Rio Uruguai e formar um grupo para formatar o itinerário.	DEZ 2023	Sec. Turismo EMATER CONDETUR
8. Formatar um roteiro religioso.		Formatar um roteiro Via Sacra – Morro do Capitão e Escadaria.	DEZ 2024	Sec. Turismo Igreja CONDETUR
9. <i>Film Comission</i>		Identificar os locais da filmagem da novela “Ana Raio e Zé Trovão”, remontar cenários e formatar um roteiro de visita a esses locais.	DEZ 2023	Sec. Turismo Sec. Educação CONDETUR

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>
10. Fomento a produção e venda de produtos coloniais.		Identificar os produtores que fabricam produtos coloniais, cadastrar e encontrar um local onde possam ser comercializados para a população em geral e para os turistas.	DEZ 2023	Sec. Turismo Sec. Agricultura EMATER SENAR
11. Cursos de qualificação a empresas e seus funcionários.		Identificar a demanda para cursos de qualificação e providenciar a aplicação dos mesmos em parceria com a ACI.	JUL 2023	Sec. Turismo Sec. Educação ACI

12. Curso de marketing Digital.		Realizar parceria com o SEBRAE para aplicar cursos de Marketing Digital aos interessados.	MAR 2023	SEC TURISMO CONDETUR ACI
13. Cursos de Boas Práticas de Fabricação (BPF).		Em parceria com o SENAR, oportunizar aos estabelecimentos de alimentação e meios de hospedagens que oferecem alimentação cursos de BPF do produto.	JUL 2023	SEC TURISMO CONDETUR SENAR

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>
14. Articulação com instituições bancárias, a fim de identificar possíveis linhas de crédito para as empresas.		Entrar em contato com SICREDI, BANRISUL, e outras instituições de crédito para realizarem um seminário sobre o assunto.	MAR 2023	SEC TURISMO SICREDI BANRISUL CONDETUR ACI
15. Incentivo a formalização de empresas.		Elaborar Campanha de informação para a formalização, bem como de atualização das empresas através de contatos da ACI	AGO 2023	SEC TURISMO ACI CONDETUR
16. Desburocratização à fim de incentivar investimentos no Turismo e no ramo imobiliário.		Verificar junto a Sec da Fazenda as diversas possibilidades de identificar-se		SEC TURISMO ACI CONDETUR

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>
17. Elaborar projeto de sinalização turística (atrativos e roteiros).		Elaborar projeto e buscar recursos para sua execução	JUL 2023	SEC TURISMO SEC OBRAS

18. Retomar e manter projeto do CAT		Elaborar logística para funcionamento do CAT.	IMEDIATO	SEC TURISMO SETUR/RS
19. Convênio com SETUR/RS		Retomar convênio com SETUR/RS para contratação de estagiários,	IMEDIATO	SEC TURISMO SETUR/RS

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>
20. Atualização do site da prefeitura		Identificar os prestadores de serviços e atrativos turísticos para inserção no site do município.	IMEDIATO	SEC TURISMO ACI
21. Criar material informativo.		Com os dados coletados na identificação de prestadores e atrativos turísticos, elaborar um material como folders físicos e digital para usar na divulgação do destino em feiras e no CAT.	IMEDIATO	SEC TURISMO CONDETUR ACI

Quadro 11: EIXO 7: PROMOÇÃO E APOIO À COMERCIALIZAÇÃO

<b>AÇÃO PROPOSTA</b>	<b>ODS</b>	<b>COMO REALIZAR ESTA AÇÃO?</b>	<b>PRAZO</b>	<b>ENVOLVIDOS</b>
22. Atualização do calendário de eventos		Identificar eventos de 2023 e atualizar o calendário de eventos.	IMEDIATO	SEC TURISMO ACI IGREJAS
23. Elaboração material para imprensa		Elaborar <i>press kit</i> com dicas de turismo em Porto Mauá e distribuir para a imprensa.		

24. Banco de imagens		Atualizar banco de imagens do município.	JUL 2023	SEC TURISMO ACI
25. Participação em eventos de turismo		Elaborar calendário de eventos de turismo para a participação do município.	MAR 2023	SEC TURISMO CONDETUR
26. Visitas técnicas		Identificar destinos semelhantes e organizar visitas técnicas com os empreendedores do Turismo.	DEZ 2023	SEC TURISMO ACI CONDETUR

Quadro 12: EIXO 8: MONITORAMENTO

<b>AÇÃO PROPOSTA</b>	<b>ODS</b>	<b>COMO REALIZAR ESTA AÇÃO?</b>	<b>PRAZO</b>	<b>RESPONSÁVEL</b>
27. Coleta de dados no CAT		Elaborar formulário para aplicar pesquisa nos turistas do CAT	MAR 2023	SEC TURISMO CONDETUR
28. Acompanhamento de indicadores da bilheteria da balsa		Elaborar logística para a coleta e análise dos dados da cobrança de taxa que a prefeitura cobra das pessoas que atravessam para a Argentina.	MAR 2023	SEC TURISMO CONDETUR SEC FAZENDA
29. Controle do fluxo nos prestadores de serviços turísticos.		Elaborar logística para a coleta e análise dos dados dos turistas que permanecem no município.	MAR 2023	SEC TURISMO CONDETUR SEC FAZENDA

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

Diversos elementos que foram apresentados e debatidos aqui não são possíveis apenas para os próximos quatro anos, mas é de suma importância que neste período, o Turismo seja fortalecido enquanto política pública. A permanente pesquisa de demanda e oferta turística são passos importantes para continuar entendendo o cenário e definir aonde este destino quer chegar em 2027, conforme definido na Visão do Plano Municipal de Turismo de PORTO MAUÁ. 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 PORTO MAUÁ, os turistas apenas passam pelo município ou chegam para realizar compras no FREE SHOP ou do outro lado do Rio Uruguai. Não realizam muitas atividades de diferentes segmentos como Turismo Cultural, Ecoturismo, Turismo Náutico e Turismo no Meio Rural, porém todos estes segmentos possuem potencial a serem trabalhados para que o município possa oferecer produtos turísticos diversificados e estruturados.

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 PORTO MAUÁ, Região Turística da Rota do Rio Uruguai.



## REFERÊNCIAS

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

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

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

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

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

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

Imagens dos participantes do processo de construção do Plano Municipal de Turismo:

Figuras 41 a 48: Momentos de Construção do PMT de Porto Mauá













Material elaborado por:  
**Roséli Azi Nascimento**  
 Bióloga / Turismóloga Provisionada  
 Consultora SEBRAE

 @roseli\_azi\_consultora

 51 999640950

**Rita Michelin**  
 Turismóloga  
 Consultora SEBRAE

 @ritamichelon.consultora

 51 93418797  
 51 98544846