

# **PLANO MUNICIPAL DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO CAÇAPAVA DO SUL**

**“ Por mais longa que seja a caminhada  
o mais importante é dar o primeiro passo.”**

**Vinícius de Moraes**

**Caçapava do Sul – RS  
2016**

## **EQUIPE TÉCNICA**

**Hayram Trindade Soares**

Turismólogo graduado – PUCRS

**Maria Alice Garcia dos Santos**

Secretária de cultura e turismo

**Ignácio Rodrigo BerroaLemos**

Secretário adjunto de cultura e turismo

**Renato Silveira da Rosa**

Diretor do centro municipal de cultura

**Soraya Chaves Prussiano**

Proprietária do Cyro Palace Hotel

**Neli Lucia CoradiniAbascal**

Presidente da Associação dos Comerciantes

**Jianny July Moreno**

Proprietária do Café Caminito

**Rosa Ruschel**

Conselheira de artesanato de cultura e turismo

**Elver Ubirajara Telxeira**

Ufólogo

## **. LISTA DE ILUSTRAÇÕES**

<b>Tabela 01. Dados dos hotéis da zona urbana de Caçapava do Sul .....</b>	<b>10</b>
<b>Tabela 02. Dados dos hotéis da região de Minas do Camaquã.....</b>	<b>14</b>
<b>Tabela 03. Relação dos segmentos prioritários do turismo em Caçapava do Sul ....</b>	<b>18</b>

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>5</b>
1.1 A IMPORTÂNCIA DO TURISMO PARA A ECONOMIA.....	5
1.2 O TURISMO EM CAÇAPAVA DO SUL .....	6
<b>2. METODOLOGIA .....</b>	<b>8</b>
<b>3. ANÁLISE DE FORÇAS E FRAQUEZAS, AMEAÇAS E OPORTUNIDADES .....</b>	<b>10</b>
3.1. DIAGNÓSTICO .....	10
3.2. PROGNÓSTICO .....	13
3.2.1. Cenário Ideal.....	13
3.2.1. Cenário Negativo .....	15
<b>4. DEFINIÇÃO DOS SEGMENTOS PRIORITÁRIOS .....</b>	<b>17</b>
<b>5. CARACTERIZAÇÃO DO PLANO.....</b>	<b>21</b>
5.1. VISÃO .....	21
5.2. MISSÃO .....	21
5.3. OBJETIVOS .....	21
5.3.1. Objetivos Gerais .....	21
5.3.2. Objetivos Específicos .....	21
5.4. AÇÕES ESTRATÉGICAS .....	22
5.4.1. Turismo e Meio Ambiente.....	22
5.4.2. Turismo e Engajamento da População.....	22
5.4.3. Integração de Forças para o Turismo.....	23
5.4.4. Promoção e Desenvolvimento de Infraestrutura para o Turismo .....	24
5.4.5. Formação Profissional no Setor de Turismo .....	24
5.4.6. Marketing e Promoção do Turismo.....	25
5.4.7. Oferta Turística .....	26
5.4.8. Pesquisas de Interesse Turístico .....	26
5.5. AÇÕES PRIORITÁRIAS DE TURISMO .....	28
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>30</b>

## 1. INTRODUÇÃO

### 1.1 A IMPORTÂNCIA DO TURISMO PARA A ECONOMIA

É notável a crescente demanda por experiências nos dias atuais, onde a cultura se posiciona como um ponto cada vez mais importante na vida das pessoas, tanto em âmbito social, quanto profissionalmente. Isto movimenta intensamente a procura por viagens em todo mundo. As pessoas buscam novas vivências em novos locais.

Segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT), entre janeiro a abril de 2015, 332 milhões de turistas viajaram pelo mundo, um aumento de 4% se compararmos com o mesmo período do ano anterior. De acordo com o Ministério de Turismo, o estudo da OMT comprova o potencial de crescimento do turismo brasileiro no cenário mundial, pois possuímos um país com um número bastante grande de atrativos naturais, porém o resultado das atividades turísticas no Brasil ainda não traduz isto. O então secretário-geral da OMT, Taleb Rifai, reforçou a importância do turismo para a economia. Segundo o mesmo, é um lembrete de que o turismo pode ser parte da solução para promover o desenvolvimento sócio-econômico e a criação de empregos.

Ainda nesta pesquisa, os dados da OMT nos mostram que a América do Sul teve crescimento duas vezes maior que a média mundial. O que para Caçapava do Sul é um número extremamente positivo, pois, além deste número retratar uma grande faixa de turistas brasileiros buscando o novo, a cidade está próxima de países com movimentação crescente, como Argentina e Uruguai.

Segundo a EMBRATUR, o setor do turismo no Brasil representa 9,2% do PIB direto e induzido, empregando atualmente mais de 10 milhões de pessoas. Isto só comprova a gigantesca capacidade que o setor tem de criar empregos diretos e indiretos. Vinícius Lummertz (Presidente da EMBRATUR) lembra que o turismo é uma das principais ferramentas para alavancar a retomada do crescimento econômico brasileiro, especialmente no cenário em que o país se encontra.

O ano de 2015 não foi nada bom para a economia brasileira, mas, apesar deste fato, o setor do turismo não perdeu força. Pelo contrário. Em matéria do jornal Folha de São Paulo, mesmo com a alta do dólar, a Agência Nacional de Aviação

Civil registrou 127,4 milhões de passageiros nos aeroportos entre janeiro e julho. Este número superou os registrados nos anos anteriores, constatando que os brasileiros continuam viajando. Outro dado animador vem da CVC, maior agência de viagens do Brasil, que teve recorde de vendas em janeiro de 2015 e cresceu mais de 10% no primeiro semestre. A maior agência de intercâmbio do Brasil, a Egali Intercâmbio, também registrou recorde de vendas no ano de 2015. Ou seja, independentemente da motivação, as pessoas continuam viajando.

Um ótimo exemplo de planejamento e desenvolvimento turístico próximo à Caçapava do Sul é o da cidade de Gramado. A cidade sempre foi destaque pelas belas paisagens, assim como toda região da serra gaúcha. Em torno disso foi implementado um plano onde a captação de eventos e melhoria da infraestrutura eram pontos chave para o crescimento da atividade na região. Ano após ano mais melhorias são adicionadas à cidade, e hoje estima-se que 90% do PIB da cidade é proveniente da atividade turística.

## 1.2 O TURISMO EM CAÇAPAVA DO SUL

O turismo na cidade de Caçapava do Sul ainda é pouco organizado e explorado. Apesar de o município ter paisagens deslumbrantes e possuir cena cultural rica, nunca houve um plano de turismo que norteasse as ações da cidade e acompanhasse desde o desenvolvimento até a conclusão das ações, para verificar se o resultado esperado foi atingido ou não.

A escassez de dados oficiais da cidade acerca do número de turistas que visitam o local também é um ponto que dificulta o controle das ações que devem ser tomadas, visto que não se tem dados básicos como faixa-etária, motivação da viagem, tempo médio de estadia, etc.

A cidade não faz parte de nenhum roteiro na região e seus atrativos não possuem qualquer vinculação um com o outro. Isto também não ajuda a cidade a se vender, quando o correto seria um atrativo alavancar o outro.

Os viajantes hoje vêm até a cidade para eventos pontuais, destes vários promovidos com auxílio da secretaria de turismo e cultura. Alguns deles vêm crescendo com o passar dos anos, como o carnaval, que no ano de 2016 teve uma

média próxima de 5 mil pessoas por dia. Outros eventos também são promovidos, relacionados principalmente a turismo de aventura, turismo cultural e turismo de lazer, na região de Minas do Camaquã.

No decorrer deste projeto, a população apontou algumas carências na infraestrutura básica da cidade que são essenciais para o desenvolvimento da atividade turística. Estes pontos também nortearão este plano, já que o engajamento dos habitantes será um diferencial para que o turismo seja desenvolvido no município.

Sintetizando, o turismo é sim existente na cidade, mesmo que pequena movimentação, porém não é controlado e devidamente organizado. Isto prejudica muito o desenvolvimento, não só deste setor, mas de todo município de Caçapava do Sul, que possui amplo potencial, porém pouco explorado.

## 2. METODOLOGIA

A elaboração do **Plano de Desenvolvimento Turístico de Caçapava do Sul** teve início com a visita da região de Minas do Camaquã, região turística com maior potencial para a cidade, com acompanhamento da secretaria de turismo e cultura do município, em novembro de 2015.

Lá foram realizadas diversas reuniões com líderes locais e empreendedores do setor privado com a finalidade de entender as principais necessidades e carências do local, para que a prefeitura, juntamente com este plano, possa atendê-los de forma eficaz, a fim de estimular o desenvolvimento dos mesmos, com base nos princípios de sustentabilidade, fomentar a oferta de produtos e serviços de qualidade a turistas nacionais e estrangeiros.

Desde então o plano começou a ser desenvolvido visando, primeiramente, suprir as necessidades da comunidade local, para que todos pudessem usufruir das condições ideais para atender os turistas da melhor maneira. Engajar a comunidade é uma das principais metas do plano, visto que nestas visitas foi constatado um número alto de rejeição ao poder público. A rejeição dos moradores de uma determinada região significa não haver turismo neste local. São fatores intrinsecamente ligados.

Após isso foram realizadas diversas reuniões com o Conselho Municipal de Turismo de Caçapava do Sul para, além de envolver a comunidade local para uma construção conjunta do **Plano de Desenvolvimento Turístico de Caçapava do Sul** (uma das premissas do Ministério de Turismo), coletar dados e informações relevantes para serem integradas no trabalho.

Posteriormente realizou-se a Análise SWOT (Forças, Fraquezas, Ameaças e Oportunidades) baseando-se em estudos da região, dados coletados e conhecimento empírico do turismólogo. Desta análise produziu-se o Diagnóstico (Situação Atual) e o Prognóstico (Cenários futuros) do Turismo em Caçapava do Sul e, por fim, iniciou-se a elaboração dos objetivos, estratégias e ações que compõem o **Plano de Desenvolvimento Turístico de Caçapava do Sul**. Todo processo foi acompanhado e auxiliado pela Secretaria Municipal de Turismo e Cultura de Caçapava do Sul, na figura da secretaria Maria Alice Garcia dos Santos, a qual participou ativamente da formatação do plano, ajudando com a organização das



reuniões, saídas de campo para visitação e fornecendo informações sobre a cidade em questão.

### 3. ANÁLISE DE FORÇAS E FRAQUEZAS, AMEAÇAS E OPORTUNIDADES

#### 3.1 DIAGNÓSTICO

A análise das Forças e Fraquezas do município de Caçapava do Sul demonstra que existe uma série de aspectos positivos e capazes de atrair e satisfazer uma demanda de pequenos grupos de turistas que tenham interesse em visitar a região. Isto porque o número de leitos disponíveis na região urbana da cidade ainda é bem reduzido, impossibilitando que Caçapava do Sul seja sede de um evento maior, pois este fato deixa a cidade incapacitada para tal, conforme quadro abaixo.

Lista de meios de hospedagem e suas devidas capacidades na zona urbana do município:

NOME DO MEIO DE HOSPEDAGEM	NÚMERO DE FUNCIONÁRIOS	UNIDADES HABITACIONAIS	NÚMERO DE LEITOS
HOTEL KARLTON	07	22	60
HOTEL RESIDENCIAL	02	20	50
NOVO HOTEL	04	22	42
CYRO PALACE HOTEL	12	40	94
HOTEL PORTAL	03	26	50
CHACARA DO FORTE	02	04	20

**Tabela 01.** Dados dos hotéis da zona urbana de Caçapava do Sul

Os aspectos mais relevantes de Caçapava do Sul e que podem auxiliar a geração de maior competitividade do município estão ligados à:

- Proximidade de cidades importantes do estado do Rio Grande do Sul (Santa Maria, Cachoeira do Sul, Pelotas e Porto Alegre) e de países emissores de turistas internacionais (Argentina e Uruguai);
- Ausência de fortes concorrentes turísticos na região;
- Espaço para eventos em local coberto para até 2500 pessoas (Ginásio do Melão), e em local aberto para 5000 pessoas (Estádio Municipal);

- Atrativos Naturais, principalmente abióticos, que tornam Caçapava do Sul a capital gaúcha da geodiversidade, conforme lei ordinária estadual 14.708, de 2015, e que possui um potencial incrível para atrair turistas dos segmentos de aventura e geoturismo;
- Atividades em Curso Potencialmente Poluidoras, no caso a ausência destas atividades.
- Produção cultural artística, principalmente em relação à arte das danças produzidas na cidade por grupos, sejam tradicionalistas ou não;
- Patrimônio Histórico e Cultural com grande valor para a história do estado do Rio Grande do Sul representados pela Casa Borges de Medeiros, Casa Ulhoa Cintra, Centro Municipal de Cultura e o Forte municipal;
- Eventos capazes de mobilizar a comunidade local e engajar a sua participação, além de possuírem potencial para atrair pessoas da região, destacando a Festa Mundial do Folclore, Carnaval e Semana Farroupilha;
- A região é Centro Ufológico, tendo matérias inclusive na televisão, em rede nacional.

Estes são os aspectos mais positivos e avaliados com o maior grau de importância dentro do processo de desenvolvimento do turismo. São aqueles que deveriam ser valorizados, reformados, reestruturados, já no primeiro estágio do processo de desenvolvimento.

Outros aspectos também avaliados como pontos extremamente positivos, mas que possuem uma importância um pouco menor no processo de desenvolvimento são:

- Empreendimentos e Eventos Alavancadores, tais como:
  - a) Feriado de Páscoa;
  - b) Feriado de Natal
  - c) Feriado de Reveillon
  - d) Festival de esportes de aventura (novembro);
  - e) Expofeira (Outubro);

Por fim, ainda destaca-se a presença do Grupo Nacional do setor de viagens, onde a matriz da empresa é localizada no município de Caçapava do Sul:

Egal intercâmbio. Este que fortalece a imagem da cidade e torna-se um diferencial se comparado com outras cidades interioranas.

E finalmente são seguidos pelos aspectos também positivos, mas menos importantes que os citados anteriormente:

- Fornecimento de Energia que atualmente atende as necessidades da população local e flutuante;
- Demais eventos programados;
- Infraestrutura de Comunicação;
- Rede de saneamento básico nas zonas centrais da área urbana;
- Rede pública de distribuição de água encanada que atualmente atende as necessidades da população local e flutuante;
- Acesso para o perímetro urbano da cidade;

Assim como existem os aspectos positivos, existem aspectos do município que são negativos e que criam grandes obstáculos para o desenvolvimento do turismo. Entre estes aspectos destacam-se:

- Incapacidade de um atendimento médico imediato para o turista que se encontra na região de Minas do Camaquã, visto que é a região com maior potencial e que são praticados esportes com risco alto à integridade física do praticante;
- Ausência de cursos de capacitação para os funcionários dos estabelecimentos ligados à prestação de serviço, que se relacionam diretamente com o turista;
- A ausência da promoção e apoio à comercialização dos atrativos da cidade em outros municípios;
- O não abastecimento do site turístico da cidade com informações básicas, como o calendário de eventos do município;
- Ausência de pesquisa de demanda;
- Rede de coleta de lixo que atualmente não atende de forma adequada toda a cidade;
- Via de acesso à região de Minas do Camaquã que está muito prejudicada, assim como o acesso à Pedra do Segredo;

- Sinalização Turística na região de Minas do Camaquã que é quase inexistente (placas marrons);
- Ausência de eventos promovidos pela prefeitura na região de Minas do Camaquã;
- Ausência de material turístico adequado nos principais hotéis e restaurantes da cidade;
- Ausência de um posto de atendimento ao turista, com profissionais capacitados para tirar dúvidas e indicar os principais pontos de visitaço da cidade.

Outros aspectos também foram classificados como pontos negativos, mas não foram avaliados como sendo tão prejudiciais ao desenvolvimento do turismo no momento. Entre eles cita-se:

- Ausência de Sistema de Estatísticas do Turismo;
- Ausência de Setor Específico de Estudos e Pesquisas;

### **3.2 PROGNÓSTICO**

A partir do diagnóstico, observando todos os pontos positivos da cidade e as lacunas que devem ser preenchidas para um melhor desenvolvimento da prática do turismo no setor, podem-se projetar dois cenários possíveis para o futuro. São eles:

#### **3.2.1 Cenário Ideal**

Analisando os pontos tratados no diagnóstico, se identifica um cenário positivo que pode se desenvolver na região, caso os principais pontos negativos identificados recebam a devida atenção, juntamente com ações para correção destas falhas, e ainda, se forem criadas ações para maximizar o sucesso dos fatores positivos que também foram listados. Estes dois fatores somados poderão ainda, caso sejam tomadas as providências necessárias, solucionar o problema da escassez de turistas na cidade.

De modo inicial, percebe-se que, com relação à Macrodimensão Infraestrutura, o município como um todo não comporta um número alto de turistas

simultaneamente. A região de Minas do Camaquã, onde estão sítios geológicos muito importantes além de empreendimentos que movimentam o turismo, deverá ser mais bem preparada para o recebimento dos viajantes. Após isto, o ideal é desenvolver com cautela as atividades em toda cidade, iniciando com eventos de pequeno porte e gradualmente aumentando a capacidade do local. Isto será importante para ir preparando toda a estrutura necessária. Em síntese, é importante que a infraestrutura da região cresça simultaneamente com a atividade turística.

Já relacionando a Macrodimensão Turismo, este mesmo adicionado ao fluxo de turistas também produzirá um grande incremento na geração de receita, emprego e impostos para Caçapava do Sul, devido à qualidade das hospedagens e diversificação de atividades oferecidas na região das minas. Mas há necessidade de controlar a capacidade de carga do lugar, assim como quantas pessoas podem ser comportadas em meios de hospedagem, conforme levantamento abaixo:

Meio de Hospedagem	Nome do estabelecimento	Número de funcionários	Unidades Habitacionais	Número de Leitos
Pousada	Bellamina Hotel	12	22	69
Hotel	Minas Hotel	1	12	38
Pousada	Minas Outdoor	3	12	34
Pousada	Camaquã Hotel	4	7	18

**Tabela 02. Dados dos hotéis da região de Minas do Camaquã**

Ou seja, um total de 159 leitos, excluindo campings, casas de aluguel, entre outros meios alternativos de hospedagem da região, o que deve ser considerado, pois é sabido que turistas deste perfil costumam usufruir destes meios. Com o desenvolvimento consciente do turismo na região, a tendência é que os estabelecimentos ampliem sua capacidade de carga, possibilitando assim que eventos de maior porte sejam realizados.

Referindo-se aos atrativos, devido ao fato dos principais atrativos do município serem naturais e ainda, devido à diversidade e qualidade dos mesmos, percebe-se uma grande oportunidade de atração dos turistas de aventura, ecoturismo e ainda, turismo de lazer. Já se referindo aos atrativos culturais da

cidade, o potencial é menor, visto que a maioria é de interesse regional ou estadual. Por este fator eles não representam um grande potencial de atração de pessoas, haja visto ainda que a conservação dos mesmos não é a ideal e a maioria dos locais não possuem visitação.

Já em relação à Macrodimensão Economia, pode-se observar que o aumento das atividades no município poderá promover desenvolvimento sem precedentes na região, com a geração de renda para os habitantes, empregos, e melhoria da qualidade de vida da população. Entretanto, algumas melhorias terão que ser feitas para viabilizar o projeto, como sistema de saúde pública na região das minas, capacitação e qualificação da mão-de-obra e um sistema de coleta de lixo mais eficaz, para que atenda melhor a população e turistas.

Além disso, o município já sedia alguns eventos que são capazes de auxiliar no desenvolvimento turístico da cidade e com capacidade de atração de turistas de outros municípios, como:

- a) Reveillon;
- b) Carnaval;
- c) Natal;
- d) Semana Farroupilha;
- e) Expofeira;
- f) Festival de esportes de aventura.
- g) Festa Mundial do Folclore

### **3.2.1 Cenário Negativo**

Também é possível identificar um cenário negativo que pode se desenvolver na cidade, caso os principais problemas identificados não sejam solucionados e também, caso não sejam criadas ações para minimizar o impacto das ameaças do ambiente externo.

Percebe-se que com relação à Macrodimensão Infraestrutura, o aumento no fluxo de turistas, que é um importante indicador de desenvolvimento econômico para o turismo do município, pode comprometer a prestação de serviços da cidade, pois o local não é capaz de comportar um número alto de pessoas simultaneamente. Isto pode depreciar a imagem da cidade e causar uma propaganda negativa por parte

dos visitantes. Os serviços médicos também não suprirão as necessidades dos turistas. A via de acesso à região das Minas também precisam ser restauradas, pois hoje a situação do terreno é muito precária.

Em relação à Macrodimensão Economia, os principais prejuízos se darão pela ausência completa da atividade turística planejada pela cidade. Isto acontecerá se as atividades realizadas continuarem sendo organizadas do jeito que estão sendo atualmente, sem melhorias. Ou seja, não haverá evolução econômica se as ações deste plano não forem tomadas por parte do poder público.

Com relação à Macrodimensão Turismo identificou-se que as ações de promoção do destino, que são praticamente inexistentes, poderão ser influenciadas negativamente devido à própria ausência de ações coordenadas para promoção, mesmo com a ausência de concorrentes na região. Outro ponto que pode dificultar a rejeição de atividades turísticas pelos habitantes da cidade, que estão acostumados com aquela região calma. Isto pode travar o processo. Por isso é importante uma ação para engajamento e conscientização da população.

Ainda tratando da Macrodimensão Turismo, a forma inadequada como Caçapava do Sul se apresenta na internet, através de seu site de turismo, cria uma imagem negativa, pois hoje a internet é o principal meio de pesquisa no mundo, onde as pessoas buscam informações sobre os locais antes mesmo de conhecê-los. E neste meio Caçapava possui apenas um site sem vida e desinteressante para o viajante.



#### 4. DEFINIÇÃO DOS SEGMENTOS PRIORITÁRIOS

O desenvolvimento do turismo se dá através da troca que se estabelece entre a demanda de turistas para uma determinada motivação e o que um local pode oferecer para os mesmos. Isso está diretamente relacionado à quantidade de bens ou serviços oferecidos no mercado pelos prestadores de serviços turísticos.

Segundo Ignarra (2003), O mercado turístico é constituído, portanto, pelo conjunto de turistas e empresas que ofertam bens e serviços que satisfazem os desejos desses turistas no ato de sua viagem. Entretanto, a oferta não possui a mesma característica em todas as localidades, e a demanda também não possui a mesma necessidade e desejo. Por este motivo é necessário que o mercado seja segmentado, tanto em relação à oferta quanto em relação à demanda, de modo a oferecer produtos adequados às necessidades dos clientes.

Segmentar é dividir a demanda em grupos diferentes nos quais todos os clientes compartilham características relevantes que os distinguem de clientes de outros segmentos (LOVELOCK; WRIGHT, 2001). A sociedade está constituída por um número substancial de pessoas com necessidades básicas já satisfeitas e que estão canalizando seu tempo, dinheiro e esforços para satisfazer outras necessidades e desejos, como o lazer, a viagem, o turismo (TRIGO, 2003).

Nesse sentido, dois segmentos da demanda turística se destacam em relação à capacidade de atendimento do município e/ou em relação ao potencial de crescimento do setor. São eles, em primeiro lugar, o grupo de turistas potenciais, formado por representantes comerciais, representados no grupo de Turismo de Eventos (Negócio), ou seja, um segmento da demanda que possui características e necessidades similares e que atualmente a cidade é capaz de supri-las, pois o número é compatível com a capacidade dos hotéis.

O segundo grupo é formado pelo segmento de turistas que buscam a natureza e esportes de aventura, que atualmente já frequentam o município e encontram na região diversos equipamentos e eventos promovidos pelo Minas Outdoor especialmente para esse público, como é o caso do Festival de Turismo de Aventura. O evento, que vem perdendo força com o passar das edições, é um diferencial da região.

Segundo o Ministério do Turismo, anualmente, este segmento atende 5,4 milhões de turistas em busca de aventura, adrenalina e atividades ao ar livre. Segundo o relatório, o ecoturista e o turista de aventura têm gastado mais no país. Em 2009, o gasto médio dos aventureiros foi de R\$ 293,00, crescimento de 165% em relação a 2008, quando se registraram R\$ 112,00. O turismo de aventura vem crescendo e é um ponto a ser melhor explorado pela cidade.

Por outro lado, percebe-se o potencial de segmentação da oferta turística de Caçapava do Sul, principalmente em relação aos seguintes segmentos (Ver figura 01):

### Segmentos Prioritários

Oferta	Demanda
Turismo de Aventura	Turismo de Eventos
Ecoturismo	(Negócios)
Turismo Cultural	Turismo de Aventura
Turismo de Eventos (Negócios)	
Turismo Ufológico	

**Tabela 03.** Relação dos segmentos prioritários do turismo em Caçapava do Sul

#### • Turismo de Aventura

De acordo com dados do Ministério do Turismo (BRASIL, 2011f), as principais características do segmento são:

Público:

- Idade entre 18 e 40;
- Poder aquisitivo médio.
- Estudante de nível superior;
- Hábito de viajar em grupos;
- Permanece aproximadamente 10 dias em destinos internacionais e 4 nos nacionais;
- Contribui para o planejamento da sua viagem;
- Demonstra respeito pelo ambiente natural e social;

- Exige qualidade, segurança, acessibilidade e informação.

#### • Ecoturismo

De acordo com dados do Ministério do Turismo (BRASIL, 2011b), as principais características do segmento são:

Público:

- Entre 25 e 50 anos;
- Poder aquisitivo médio e alto;
- Escolaridade de nível superior;
- Profissão de caráter liberal;
- Viaja sozinho ou em pequenos grupos.

Permanência média no destino:

- Nacional: 4 dias;
- Internacional: 10 dias;
- Procedência de grandes centros urbanos;
- Desejo de contribuir para a conservação do meio ambiente.

#### • Turismo Cultural

De acordo com dados do Ministério do Turismo (BRASIL, 2011e), as principais características do segmento são:

Público:

- Aqueles com interesse específico na cultura, isto é, que desejam aprofundar-se na compreensão das culturas visitadas e se deslocam especialmente para esse fim;
- Aqueles com interesse ocasional na cultura, possuindo outras motivações que o atraem ao destino, relacionando-se com a cultura apenas como uma opção de lazer. Esses turistas, muitas vezes, acabam visitando algum atrativo cultural, embora não tenham se deslocado com esse fim e, apesar de não se configurarem como público principal do que conceituamos de Turismo Cultural, são também importantes para o destino, devendo ser considerados para fins de estruturação e promoção do produto turístico.

#### • Turismo de Eventos

De acordo com dados do Ministério do Turismo (BRASIL, 2011h), as principais características do segmento são:

Público:

- Escolaridade superior;
- Poder aquisitivo elevado;
- Exige praticidade, comodidades, atendimento e equipamentos de qualidade;
- Representa organizações e empresas;
- Realiza gastos elevados em relação a outros segmentos;
- Permanência média de quatro dias (doméstico) e de oito dias (internacional).

Com relação ao turista internacional, sabe-se que o gasto médio é de US\$ 165,14/dia e a permanência média no destino é de 10,51 dias (BRASIL, 2011h).

#### • Turismo Ufológico

Não há dados oficiais acerca deste público, mas estima-se que o número de curiosos pelo tema vem crescendo gradativamente nos últimos anos, principalmente pelo fato do assunto estar cada vez mais exposto na mídia. As páginas nas redes sociais confirmam este avanço no público interessado.

## **5. CARACTERIZAÇÃO DO PLANO**

### **5.1 VISÃO**

Ser reconhecido, até 2020, como um destino turístico estadual, focado no desenvolvimento da prática de esportes de aventura, atividades ecológicas, culturais e ufológicas.

### **5.2 MISSÃO**

Promover com responsabilidade a atividade do turismo no município, respeitando e valorizando seu patrimônio natural, cultural e humano, a fim de alavancar a melhoria de vida da população local.

### **5.3 OBJETIVOS**

#### **5.3.1 Objetivos gerais**

Promover o desenvolvimento consciente da atividade turística, com a finalidade de atender as expectativas e necessidades dos turistas, beneficiar a comunidade local, com respeito ao patrimônio natural, material e imaterial, permitindo que a atual e futuras gerações continuem a aproveitar um turismo de qualidade no município e que a atividade continue rendendo frutos para a cidade de Caçapava do Sul.

#### **5.3.2 Objetivos Específicos**

- a) Promover a atividade turística respeitando os limites de uso dos recursos naturais e físicos da cidade;
- b) Envolver a comunidade local no processo de desenvolvimento do turismo;
- c) Fortalecer a união entre a iniciativa privada, poder público e o terceiro setor no turismo;

- d) Incentivar e ampliar o desenvolvimento de infraestrutura turística e de apoio ao turismo;
- e) Estimular e promover a formação profissional no setor de turismo e hospitalidade, principalmente na região mais turística do município;
- f) Promover a educação sobre o turismo;
- g) Conscientizar a população sobre a importância do turismo e os benefícios que ele pode trazer para a cidade;
- h) Promover a captação de dados, estudos e pesquisas relacionadas ao turismo para o município;
- i) Buscar, através de ações integradas, a segurança dos visitantes na cidade;
- j) Estimular a criação de mecanismos de apoio ao turista.

## **5.4 AÇÕES ESTRATÉGICAS**

### **5.4.1 Turismo e Meio Ambiente**

Para desenvolver o turismo na cidade, deve-se conciliá-lo com a conservação e preservação do meio ambiente. Logo, deverão ser adotadas as seguintes posturas:

- a) Desenvolver um programa de conscientização ambiental e conservação do meio ambiente, onde sejam atingidos pessoas de todas as faixas etárias;
- b) Monitorar os impactos das atividades turísticas na natureza;
- c) Criar um programa de incentivo às empresas que utilizarem práticas e iniciativas sustentáveis no gerenciamento de seus negócios.

### **5.4.2 Turismo e Engajamento da População**

O desenvolvimento do turismo no município de Caçapava do Sul trará um benefício grande aos seus moradores, pois todos deverão estar incluídos e envolvidos socialmente neste projeto. Os principais pontos que deverão ser tratados são:

- a) Incentivo à participação da comunidade no desenvolvimento do turismo na cidade;

b) Sensibilização e educação dos habitantes sobre os benefícios que o turismo proporciona à população, como os econômicos e sociais.

c) Incentivo e promoção da capacitação profissional dos moradores para se inserirem no setor turístico;

d) Oferta de incentivos ao desenvolvimento de novos negócios turísticos por iniciativa de cidadãos e segmentos sociais organizados que valorizem a cultura e as tradições locais, ou as áreas foco deste projeto.

#### **5.4.3 Integração de Forças para o Turismo**

Para o desenvolvimento da atividade turística o Governo Municipal fortalecerá a relação entre iniciativa privada, poder público e terceiro setor. Para isso seguirá estas diretrizes estratégicas:

a) Fortalecimento da Gestão Municipal do Turismo no município;

b) Manutenção permanente de canais de informação sobre os programas e projetos em desenvolvimento;

c) Incentivo à participação comunitária no Conselho Municipal de Turismo;

d) Estabelecimento de parcerias com instituições de ensino, para o desenvolvimento de pesquisas, estudos e projetos de desenvolvimento turístico;

e) Participação em ações integradas com organizações locais, regionais e nacionais;

f) Criação de programas de cooperação e intercâmbio com outros municípios, estados, federações e organizações nacionais e internacionais.

#### **5.4.4 Promoção e Desenvolvimento de Infraestrutura para o Turismo**

O poder público municipal, dentro das suas alçadas, promoverá ações necessárias à adequação da infraestrutura básica e de apoio para o desenvolvimento do turismo em Caçapava do Sul, adotando as seguintes diretrizes:

- a) Criação de um Centro de Atendimento ao Turista;
- b) Revisão constante e ampliação da Sinalização de Orientação Turística no município aos padrões recomendados pelas organizações oficiais nacionais e internacionais;
- c) Manutenção permanente das áreas verdes do município principalmente as com valor histórico e com potencial turístico;
- d) Revitalizar a estrada de acesso à região de Minas do Camaquã, assim como as principais ruas desta região, e revisar permanentemente a estrada para a Pedra do Segredo;
- e) Estabelecer ferramentas para a revitalização e manutenção de áreas e imóveis do patrimônio histórico; com especial atenção à Casa Borges de Medeiros;
- f) Implantação de mais lixeiras espalhadas no perímetro urbano da cidade, principalmente próximas ao centro e a empreendimentos que produzem uma grande quantidade de lixo;
- g) Manutenção de um sistema de coleta de lixo em mais dias da semana, ao menos na zona central da cidade, que produz mais lixo;
- h) Estimular, através de ações integradas, a oferta de segurança ao turista;
- i) Implantar sistema digital de divulgação e apoio ao turista.

#### **5.4.5 Formação Profissional no Setor de Turismo**

A capacitação e qualificação dos profissionais do setor de turismo de Caçapava do Sul será um fator crucial para o desenvolvimento desta atividade na região. Para isto, seguem abaixo as diretrizes:



a) Oferta de cursos específicos para atendimento ao turista, promovidos juntamente com os bares, restaurantes e meios de hospedagem, assim preparando e capacitando estas pessoas;

b) Estimular através de incentivos à criação de cursos e treinamentos específicos para colaboradores de empresas turísticas;

c) Incentivar as instituições de ensino no processo de capacitação técnica da mão de obra local, envolvida direta e indiretamente na atividade turística;

d) Desenvolver programas de educação e respeito ao meio ambiente no ensino fundamental e médio;

e) Incentivar e fomentar o empreendedorismo no turismo através de oficinas, cursos e eventos.

#### **5.4.6 Marketing e Promoção do Turismo**

A Prefeitura deverá estar engajada permanentemente na disseminação do turismo no município. Para a constante promoção da potencialidade turística de Caçapava do Sul, as seguintes ações serão implementadas:

a) Criação e manutenção de um site de turismo atualizado com calendário de eventos da cidade;

b) Criação e alimentação constante de uma página no Facebook e canal no Youtube com conteúdo somente sobre turismo em Caçapava do Sul;

c) Adotar estratégias diferenciais e integradas para a promoção dos diversos segmentos potenciais para exploração turística (combinação de eventos);

d) Criação de um evento anual de turismo ufológico com palestras e depoimentos;

e) Participar de processos integrados de promoção com outros destinos turísticos da região;

g) Criação de um plano de Marketing para o município;

h) Identificar segmentos e mercados prioritários para promoção do turismo do município, em cada período do ano.

#### **5.4.7 Oferta Turística**

Para o desenvolvimento consciente do turismo, deverão ser implantadas ferramentas de oferta turística, com a finalidade de controlar o que está acontecendo no município. Seguem as ações:

a) Incentivo às empresas para buscarem certificações reconhecidas de qualidade e de classificação;

b) Manter cadastro atualizado dos prestadores de serviços turísticos do município;

c) Implantar sistema de avaliação sobre a qualidade dos serviços turísticos, com a finalidade de verificar os principais problemas e criar novas ações para resolvê-los;

d) Estimular a criação de eventos por partes dos empreendimentos do município;

e) Criação de eventos que estejam ligados com as culturas, crenças, tradições ou outros vínculos com Caçapava do Sul.

#### **5.4.8 Pesquisas de Interesse Turístico**

Todas as decisões feitas com o propósito de desenvolver o turismo de Caçapava do Sul deverão estar devidamente fundamentadas em análises, pesquisas e estratificações promovidas e apoiadas pelo poder público municipal que tomará providências para:

a) Elaborar o Inventário Turístico Municipal;

b) Criar um sistema informatizado e integrado com os meios de hospedagens do município com o objeto de monitorar o turismo e colher informações.

c) Desenvolver pesquisas de avaliação do perfil sócioeconômico da demanda turística de Caçapava do Sul, subdividido por eventos e estações do ano;

d) Criar indicadores de avaliação do impacto sócioeconômico do turismo no município de Caçapava do Sul, assim medindo os benefícios que a atividade está trazendo para a cidade;

e) Garantir que os resultados das pesquisas sejam disponibilizados entre os órgãos públicos, empresariais e a comunidade interessada;

h) Contribuir e participar de estudos e pesquisas realizadas em Caçapava do Sul;

i) Estimular a comunidade acadêmica a desenvolver estudos e pesquisas capazes de contribuir para o desenvolvimento do turismo em Caçapava do Sul.

## 5.5 AÇÕES PRIORITÁRIAS DE TURISMO

Após esta ampla análise e das ações que devem ser tomadas pelo poder público municipal, são apresentados os aspectos mais relevantes de Caçapava do Sul e que podem auxiliar à geração de maior competitividade do município que estão ligados à:

1. Criação um Centro de Atendimento ao Turista onde haja material dos principais pontos da cidade com pessoas aptas para prestar informação correta aos viajantes. O espaço para este centro pode ser dividido com o que hoje ocupa a Secretaria de Cultura e Turismo, reservando um espaço para que haja atendimento e prestação de informações.
2. Criação um programa de capacitação permanente dos prestadores de serviços turísticos do município, envolvendo hotéis, restaurantes, bares e taxistas.
3. Desenvolver um programa de conscientização ambiental para alunos de toda rede de escolas municipais envolvendo oficinas e palestras sobre meio ambiente.
4. Colocação de mais lixeiras espalhadas pelo perímetro urbano da cidade.
5. Implementação de um sistema de estatísticas do município, com ênfase para o desenvolvimento da Pesquisa de Demanda Turística de Caçapava do Sul. Este sistema possibilitará a prefeitura possuir informações importantíssimas, como o perfil do turista, quando tempo em média permanece no destino, quantas pessoas se hospedam, em que período do ano o volume é maior, motivação da visita, entre outras. Para isto, este sistema precisa estar integrado com toda rede hoteleira municipal e que estes também estejam engajados no projeto.
6. Manutenção e abastecimento contínuo do site de Turismo de Caçapava do Sul, com calendário de eventos atualizados. Este site deve estar integrado com outras duas criações:
  - a) Página de turismo no Facebook: onde deve ser abastecido com notícias dos eventos, promoção e marketing da cidade e fotos dos atrativos;
  - b) Canal no Youtube com vídeos promovendo os atrativos culturais e naturais da cidade, assim como vídeos dos eventos.
7. Criar o Plano de Marketing Turístico de Caçapava do Sul, onde deve constar: Criação da marca turística do município; Programa de Promoção e Apoio à Comercialização; Criação do banco de imagens e banco de textos do turismo municipal; Produção de material de divulgação segmentado do turismo em Caçapava do Sul. Segmentos prioritários: Turismo de Aventura, Ecoturismo, Turismo Cultural (vinculado ao tradicionalismo); Turismo de Eventos (negócios) e Turismo Ufológico.

8. Criação de infraestrutura de apoio nos principais atrativos naturais de Caçapava do Sul, principalmente em sítios geológicos ou locais que abrigam atividades de turismo de aventura:

a) Sinalização de orientação e informação turística;

b) Estruturar as trilhas com infraestrutura para escoamento de água, transposição de obstáculos, proteção da flora e manutenção da área onde a trilha transcorre.

c) Mirantes para proporcionar fotografias mais atrativas das paisagens de Caçapava do Sul;

d) Banheiro simples com ducha.

09. Revitalizar os centros históricos do município;

10. Implantar roteiro cultural autoguiado (por placas de indicações) no centro da cidade, onde o turista possa conhecer a pé os principais atrativos culturais da cidade, como:

a) Biblioteca e Museu Municipal;

b) Casa Borges de Medeiros;

c) Calçadão;

d) Fonte do Conselheiro;

e) Forte;

f) Igreja Matriz.

11. Criar Calendário Turístico do Município, com destaque para:

a) Réveillon de Caçapava do Sul;

b) Carnaval e blocos de rua (fevereiro / março);

c) Festa Mundial do Folclore (agosto);

d) Semana Farroupilha (setembro);

e) Expofeira (Outubro);

f) Festival de esportes de aventura (novembro);

g) Feriado de Natal

12. Criação do evento de Ufologia em Caçapava do Sul.

## REFERÊNCIAS

\_\_\_\_\_. Viagens internacionais crescem no mundo. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/5237-viagens-internacionais-crescem-4-no-mundo.html>> Acesso em: 30 de março de 2016.

\_\_\_\_\_. Turismo de natureza ganha força no Brasil. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAultimas-not%C3%ADcias/5526-turismo-de-natureza-ganha-for%C3%A7a-no-brasil.html>> Acesso em: 30 de março de 2016.

\_\_\_\_\_. Geoturismo: um novo segmento do turismo no Brasil. Disponível em: <[http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2011/10/111025\\_turismo\\_df\\_is.shtml](http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2011/10/111025_turismo_df_is.shtml)> Acesso em: março de 2016.

\_\_\_\_\_. Turismo contribui com 9% d PIB mundial. Disponível em: <[http://www.embratur.gov.br/piembratur-new/opencms/salaImprensa/artigos/arquivos/Turismo\\_contribui\\_com\\_9\\_do\\_PIB\\_mundial.html](http://www.embratur.gov.br/piembratur-new/opencms/salaImprensa/artigos/arquivos/Turismo_contribui_com_9_do_PIB_mundial.html)> Acesso em: 29 março de 2016.

\_\_\_\_\_. Brasileiros continuam viajando. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/turismo/2015/09/1682368-apesar-da-crise-brasileiros-continuam-viajando-veja-dicas-para-economizar.shtml>> Acesso em: 27 de março de 2016.

\_\_\_\_\_. Ministério do Turismo. Turismo Cultural: Orientações Básicas. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Turismo\\_Cultural\\_Versxo\\_Final\\_IMPRESSxO\\_.pdf](http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_Cultural_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf)> Acesso em: 30 de abril de 2016

\_\_\_\_\_. Ministério do Turismo. Turismo de aventura: Orientações Básicas. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Turismo\\_de\\_Aventura\\_Versxo\\_Final\\_IMPRESSxO\\_.pdf](http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_de_Aventura_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf)> Acesso em: 30 de abril de 2016

\_\_\_\_\_. Ministério do Turismo. Turismo de negócios e eventos: Orientações Básicas. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Turismo\\_de\\_Negxcios\\_e\\_Eventos\\_Versxo\\_Final\\_IMPRESSxO\\_.pdf](http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_de_Negxcios_e_Eventos_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf)> Acesso em: 30 de abril de 2016