





SEBRAE
RS

PLANO MUNICIPAL DE TURISMO

2010/2022

Ficha Técnica

COORDENAÇÃO GERAL E REALIZAÇÃO

Sebrae RS

Amanda Bonotto Hoffman Paim

Emerson Bittencourt Monteiro

Prefeitura Municipal de São José dos Ausentes

Prefeito Municipal – Ernesto Valim Boeira

CONSULTORIA TÉCNICA

Maja Consultoria

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

AGRADECIMENTO

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

Foto de capa: Acervo Prefeitura Municipal de São José dos Ausentes

Sumário

Mensagem do Prefeito.....	4
Mensagem da Secretária de Turismo	5
Mensagem do Sebrae RS.....	6
Apresentação e Metodologia	7
Análise Macroambiental – Turismo	9
Turismo no Brasil e no RS.....	17
Brasil.....	17
Rio Grande do Sul.....	20
Apresentação do Território.....	21
Síntese Histórica de São José dos Ausentes.....	21
Dados do Município	22
Características da Demanda Turística	23
Secretaria Municipal de Turismo, Cultura e Meio Ambiente.....	24
Estrutura.....	24
Conselho Municipal de Turismo.....	24
Fundo Municipal de Turismo.....	24
Oferta Turística.....	25
Atrativos Naturais	25
Atrativos Históricos e Culturais	31
Infraestrutura	33
Atenção ao Turista	34
Hospedagem	34
Gastronomia.....	36
Aspectos Impulsionadores e Limitadores	37
Marketing	45
Presença e informações disponíveis na Internet	45
Posicionamento, identidade e visão	46
Plano de Ações	51
Monitoramento – Conclusão	60
Referências.....	62
Anexo I – Listas de presença da Palestra e da Oficina	65
Anexo II – Fotos de atividades da consultora	66

Mensagem do Prefeito

O município de São José dos Ausentes vive um momento muito importante em sua história com forte relação com o desenvolvimento do turismo. A pavimentação da Serra da Rocinha, na BR 285, que permitirá a criação de um eixo rodoviário que corta Brasil, Argentina e Chile e liga o Oceano Atlântico ao Oceano Pacífico, é uma obra que trará, em curto prazo, grande desenvolvimento econômico para toda a região.

O município vem se preparando para as mudanças que estão por vir. Foram feitas alterações importantes no Plano Diretor e, agora, o Plano Municipal de Turismo vem somar no sentido de delinear o futuro do desenvolvimento do Turismo para São José dos Ausentes.

Muito se tem trabalhado para consolidar os produtos turísticos existentes e abrir novos produtos turísticos já que o município é repleto de belezas, sendo que algumas ainda estão sendo descobertas e organizadas para receber o visitante. Nosso turismo rural, histórico, cultural, de natureza e de aventura só tem a ganhar com um Plano Municipal de Turismo forte.

Prefeito Municipal de São José dos Ausentes

Ernesto Valim Boeira

Mensagem da Secretária de Turismo

São José dos Ausentes está passando por um momento decisivo onde sua identidade será posta à prova já que há perspectiva de período de rápido crescimento. Isso, tendo em vista as obras adiantadas da pavimentação da BR 285, tornando essa estrada o caminho mais próximo entre a Argentina e o Litoral Sul catarinense, bem como o desenvolvimento da Rota dos Cânions ligando Cambará do Sul, São José dos Ausentes e Bom Jardim da Serra.

É preciso planejar o crescimento econômico e social do município e em especial o desenvolvimento do Turismo, já que São José dos Ausentes possui belezas ímpares com cânions e cascatas que são riquezas naturais diferenciadas e com constante visitação de turistas de diversas regiões do Brasil e do mundo. Ainda, há que se destacar a riqueza cultural, histórica e gastronômica cujas origens de colonização e povoamento têm grande influência em sua formação.

Trata-se de momento importantíssimo para definir as prioridades e desafios a serem contemplados através de planos, projetos e ações que envolvem o turismo do município e da região.

Secretária Municipal de Turismo, Cultura

Aline Maria Trindade Ramos

Mensagem do Sebrae RS

A cada ano, o turismo tem demonstrado sua força, aumentando o número de turistas viajando no mundo e o peso do setor no PIB das nações. No Brasil, há muito ainda o que ser desenvolvido, frente ao enorme potencial que há em todas as regiões. A Serra Gaúcha não é diferente: regiões como os Campos de Cima da Serra têm muitas oportunidades a serem aproveitadas, especialmente no segmento de ecoturismo.

Segundo a Organização Mundial do Turismo, este segmento cresce o dobro do turismo convencional. E o primeiro passo para que estas oportunidades sejam melhor aproveitadas é o planejamento. A definição dos rumos a serem tomados, de qual tipo de turista se quer na região e a definição de quais passos devem ser seguidos, é fundamental para o desenvolvimento sustentável de um destino turístico. Por este motivo, investimos na realização do Plano Municipal do Turismo. Através dele todas as ações realizadas no destino passam a ter um norteador, um guia.

Nós do Sebrae RS, apostamos no empreendedorismo que transforma e esperamos que através do planejamento, e principalmente de sua aplicação na prática, destinos turísticos sejam transformados para melhor, trazendo resultados para os pequenos negócios e para a comunidade neles inseridos.

Emerson Bittencourt Monteiro

Gerência Regional Serra Gaúcha - Caxias do Sul

Apresentação e Metodologia

O objetivo do presente estudo é construir o Plano Municipal de Desenvolvimento do Turismo de São José dos Ausentes focando em ações a serem desenvolvidas no período de 2019 a 2023.

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

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

A metodologia que se apresenta privilegia o planejamento participativo e integrado, viabilizado por meio de diversos encontros promovidos pelo Sebrae RS dentro do Programa Investe Turismo.

De acordo com o texto divulgado pelo Mtur, em maio de 2019, cento e cinquenta e oito municípios brasileiros são o foco de um amplo pacote de investimentos, incentivos a novos negócios, acesso ao crédito, melhoria de serviços, inovação e marketing, voltados para o setor de Turismo. O objetivo principal do Programa Investe Turismo, desenvolvido conjuntamente pelo Ministério do Turismo, Sebrae e Embratur, é acelerar o desenvolvimento, aumentar a qualidade e a competitividade em 30 Rotas Turísticas Estratégicas do Brasil, com foco na geração de empregos. O investimento inicial será de R\$ 200 milhões.

As rotas turísticas selecionadas receberão ações organizadas em quatro linhas de trabalho que vão desde o fortalecimento da governança, por meio de uma agenda estratégica entre setor público e privado; melhoria dos serviços e atrativos turísticos, com foco especial nas micro e pequenas empresas; marketing e apoio à comercialização, por meio de campanhas, produção de inteligência mercadológica e participação em eventos estratégicos; até a atração de investimentos e o apoio ao acesso a linhas de crédito e fontes de financiamento. Os projetos visam o aumento da qualidade da oferta turística nas rotas selecionadas em todas as regiões brasileiras.

O programa também possibilitará a entrega de um Plano Integrado de Posicionamento de Imagem do Brasil, um Plano Nacional de Atração de Investimentos

e também a implantação de um Mapa do Turismo Inteligente. Prevista no Plano Nacional de Turismo 2018/2022, a primeira ação tem como foco identificar e definir um novo posicionamento do Brasil como destino turístico. Por meio de uma plataforma online, o mapa vai identificar e georreferenciar iniciativas inovadoras de empresas, instituições e órgãos públicos no setor de turismo de todo o Brasil. Gerar ambiente propício ao surgimento de novos negócios também é um resultado prioritário do programa. São José dos Ausentes, sendo um dos municípios selecionados, recebe o presente Plano.

Apresenta, ainda, o Plano de Ações para o Desenvolvimento do Turismo, construído com a condução da consultora Ivane Fávero, durante oficina realizada no município, contando com a presença de autoridades e empreendedores do setor.

Na Oficina foi realizada a construção da análise de pontos fortes, fracos, ameaças e oportunidades (SWOT) da região, o que está sendo apresentado e avaliado neste documento.

Norteiam este estudo a busca por:

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

Análise Macroambiental – Turismo

O turismo é um dos setores econômicos que cresce mais rapidamente no mundo. O estudo *Benchmarking*, da World Travel & Tourism Council (WTTC) em parceria com a American Express, e divulgado na revista Panrotas em setembro de 2019, apresenta dados importantes para entender a importância do crescimento. A contribuição direta do setor turístico ao PIB global atingiu US\$ 2,8 trilhões em 2018. Incluindo os impactos indiretos e induzidos, o turismo gerou US\$ 8,8 trilhões em PIB globalmente (10,4%), excedendo o dos setores agrícola, bancário, automotivo e de mineração.

O levantamento, que abrange 26 países e dez regiões do mundo, aponta o Turismo como o setor de mais rápido crescimento no mundo em 2018, expandindo 3,9%, à frente da manufatura automotiva (3,7%) e da saúde (3,3%), e a uma taxa superior à da economia global pelo oitavo ano consecutivo. Foram considerados impactos econômicos que viagens e turismo tiveram em 2018 em oito indústrias: agricultura, mineração, saúde, automotiva, varejo, serviços financeiros, bancos e construção.

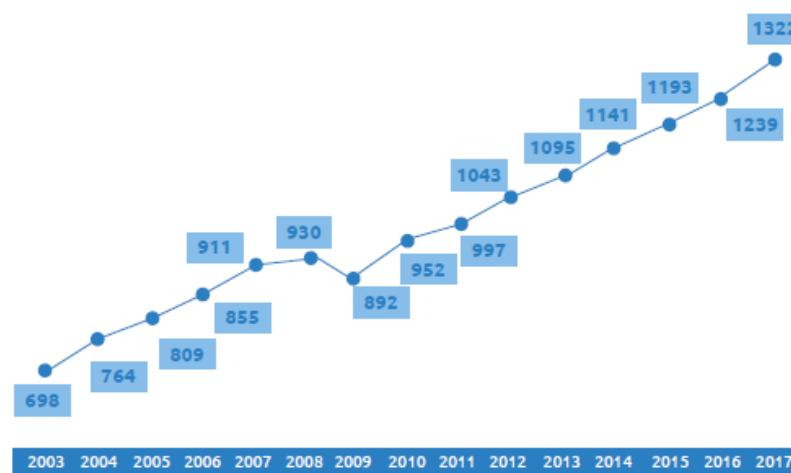
Ainda de acordo com a WTCC, o setor de viagens sustentou um total de 319 milhões de empregos diretos, indiretos e induzidos em todo o mundo no ano passado – o que excede os impactos das indústrias de serviços financeiros, saúde, bancos, automotiva e de mineração.

Já em 2015, o setor era responsável por 292 milhões de empregos, o equivalente a 1 em cada 10 na economia global, direta ou indiretamente, e representava o terceiro setor exportador do mundo. O turismo é considerado a “exportação invisível”, já que pressupõe que o produto seja consumido no local em que é produzido, ou seja, no próprio destino turístico (MTur, com dados da WTCC).

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

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

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



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

Figura 2 - Importância do turismo na economia mundial



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

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

O turismo impacta a economia em três modos distintos:

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

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

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

- Produtores: turistas, transportadoras, agentes receptivos (hotéis, albergues, campings), fornecedores de serviços local;
- Distribuidores: operadoras e agências de viagens;
- Facilitadores: fornecedores de financiamentos;

- Consumidores: passageiros / turistas.

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

Um dos exemplos de inovação do setor de *start-ups* globais é o *Airbnb*, uma plataforma on-line de compartilhamento de hospedagem, que, em 2019, já está com valor de mercado em US\$ 31 bilhões. Tudo começou em 2008, quando dois designers com um espaço extra em casa hospedaram três viajantes que estavam em busca de um lugar para ficar.

Em 2016, de acordo com a revista Exame, o negócio movimentou 2 bilhões de reais no Brasil, entre a renda dos anfitriões e o gasto dos hóspedes com turismo. Rio de Janeiro e São Paulo movimentaram 906 milhões de reais e 192 milhões de reais respectivamente.

O Airbnb tornou-se notável ao oferecer acomodações exclusivas e acessíveis em um mundo de hospedagem padronizada. E, na década decorrida desde sua fundação, surfou em uma mudança geracional nas posturas sociais – os nativos digitais ficaram subitamente à vontade para aceitar caronas de estranhos, deslizar o dedo na tela para arranjar um namoro e dormir em quartos extra. Ao longo dessa trajetória, Brian Chesky e seus dois cofundadores, Joe Gebbia e Nathan Blecharczyk, acumularam, cada um, uma fortuna de US\$ 3,7 bilhões com suas ações do Airbnb, e a startup que construíram se juntou ao seleto grupo de empresas – Google, Xerox, Uber – cujos nomes viraram verbos (Forbes, 2019).

Em entrevista recente, o executivo Chip Conley, defendeu que “o Airbnb quer se tornar uma curadoria de lifestyle. Oferecer, além de hospedagem, experiências de acordo com cada perfil, como aulas de yoga no destino, clubes de jazz para o viajante fã desse estilo musical, restaurantes para o turista vegetariano... usar a *high tech* para oferecer o *high touch*” (Panrotas, 2019).

O surgimento das redes sociais também influenciou o setor, onde os destinos turísticos, seus atrativos e empresas, passaram a ser divulgados pelos usuários, instantaneamente, para o mundo todo. O *Facebook*, o *Instagram* e o *Foursquare* são apenas alguns exemplos dos inúmeros aplicativos que surgem diariamente, visando facilitar a vida do viajante. O *e-commerce* social é uma realidade, aproveitado corretamente por algumas empresas e ainda ignorado por outras.

Segundo a Ebit|Nielsen, empresa de mensuração e análise de dados, a previsão para 2019 previa um crescimento de 15% no *e-commerce*, com vendas totais de R\$ 61,2 bilhões. Além disso, os pedidos devem apresentar um aumento de 12%, chegando a 137 milhões, e o valor médio das compras deve ser de R\$447, alta de 3%. De 2017 para 2018, o faturamento do setor teve um alta de 12%, com vendas totais de R\$ 53,2 bilhões.

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

Aplicativos como o *Booking* e o *Tripadvisor* explicitam o SAC 2.0, onde há a transparência total da satisfação ou insatisfação do cliente, sem um controle da empresa que somente pode, e deve, acompanhar e dar retorno sobre a opinião dos usuários. Já outros como o Decolar e Trivago, além do *Booking*, são cada vez mais utilizados para a reserva de hotéis. Mesmo cobrando percentuais sobre as reservas efetivadas, as parcerias destas OTAs com os hotéis estão crescendo a cada ano, pois colocam os diferentes meios de hospedagens nas “prateleiras” virtuais mais acessadas. Assim, alguns hotéis e pousadas preferem pagar este percentual (em torno de 10%) do que investir em sites de busca (como o Google), onde pagam por cada click na palavra investida. Ambas as estratégias são interessantes, cabe ao empreendimento escolher qual se adapta melhor ao perfil do negócio e qual dará melhor retorno.

Há um novo perfil de consumidor do turismo, ele é de 16 a 30 anos, ligado às tecnologias, e conectado à internet e às redes sociais. Principalmente por meio de *smartphones* acessa uma gama imensa de informações. Ainda, segundo o Boletim de Tendências, mais da metade desses turistas aproveitam uma viagem a trabalho para realizar mais atividades de lazer, muito diferente do público mais velho (Sebrae, 2014).

Assim, conhecer e operar no mercado *on-line* e no *e-commerce* social é fundamental para que as empresas do setor turístico sobrevivam.

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

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

TENDÊNCIAS DO SEGMENTO

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

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

- Qualidade e preços competitivos;
- Capacitação dos profissionais.

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

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

Outra tendência observada, conforme já apresentado, é a migração do turismo agenciado pelo turismo particular. Cada vez mais, as pessoas decidem suas viagens por meio de pesquisas na internet. Além dos sites das empresas e destinos, cada vez mais o consumidor acessa aplicativos, sites de compras coletivas, OTAs e outras ferramentas, avaliando a opinião dos consumidores, antes de definir pela compra. Com a globalização, o avanço de tecnologias e da Internet, o processo entre o produtor e o consumidor final deixa de ser passivo para ser ativo. A Internet passa a ser instrumento ideal para confrontar preços e vantagens que levarão a escolha da melhor oferta. Essa nova demanda propiciou a entrada de novos negócios no mercado e também novas formas de distribuição por meio de canais *on line*. Para o segmento de agências, esta realidade força a tomada de uma nova postura, com a consulta especializada, a busca de parcerias, alianças estratégicas, ou a inserção no *e-commerce*. Os hotéis também precisam estar adaptados aos viajantes hiperconectados, implantando inovações na venda direta, tecnologia e publicidade, com estratégias multicanal, que abarquem a internet, as redes sociais, aplicativos móveis e meta-buscadores. Para todos os

segmentos do turismo se faz necessário disponibilizar um mix de canais que permitem responderem em tempo real, com atendimento personalizado e durante o momento da compra, ao turista.

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

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

Turismo no Brasil e no RS

Brasil

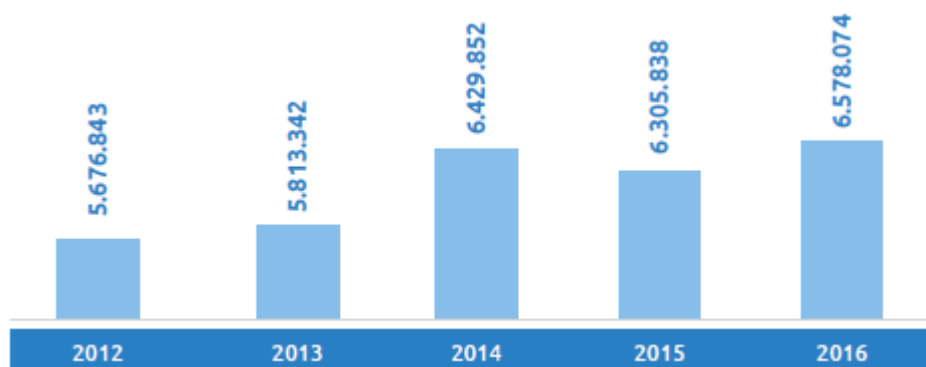
Em agosto de 2018, o Ministério do Turismo (Mtur) apresentou o Plano Nacional de Turismo 2018 – 2022. O documento tem o intuito de “ordenar as ações do setor público, orientando o esforço do Estado e a utilização dos recursos públicos para o desenvolvimento do turismo”.

No Brasil, a participação direta do turismo na economia foi de US\$ 56,8 bilhões em 2016, o equivalente a 3,2% do PIB. Já a contribuição total do setor foi de US\$ 152,2 bilhões, 8,5% do PIB Nacional. A WTTC estima um crescimento de 3,3% até 2027, chegando à contribuição total do setor na economia em 9,1% do PIB, o equivalente a US\$ 212,1 bilhões. Quanto ao nível de emprego no país, o setor gerou mais de 7 milhões de empregos em 2016, o que representa 7,8% do emprego total. Devido à crise econômica e ao aumento do desemprego nacional, houve uma redução do nível de empregos nos anos de 2015 e 2016 (MTur 2018).

Segundo pesquisa também da WTTC elaborada pela consultoria britânica Oxford Economics e divulgada pelo Ministério do Turismo em março de 2019, a contribuição ao Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil cresceu 3,1% em 2018, totalizando US\$ 152,5 bilhões (8,1%). Na medição anterior, de 2017, o turismo respondia por 7,9% das riquezas nacionais, apesar da injeção superior de divisas (US\$ 163 bilhões). Em relação ao volume de postos de trabalho, o mercado ocupou 6,9 milhões de pessoas, o equivalente a 7,5% do número global de vagas no país.

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

Figura 3 – Chegada de turistas estrangeiros no Brasil

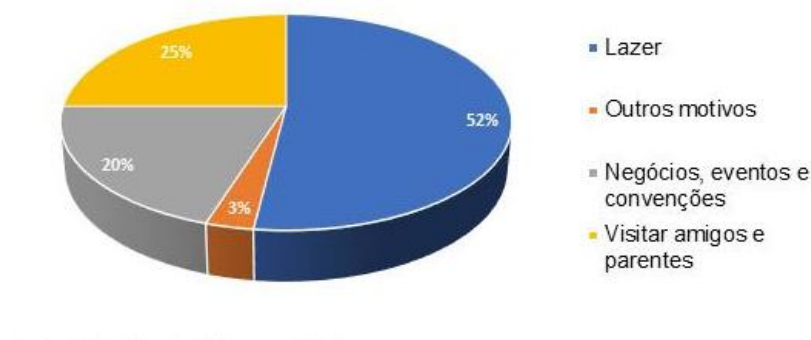


Fonte: Mtur(2017). Disponível no Plano Nacional de Turismo 2018 – 2022

Para esses turistas, o lazer é a principal motivação de viagem ao Brasil, tendo representado 56,8% do mercado internacional em 2016. Da mesma forma, os turistas que viajam ao Brasil a negócios ou para participar de feiras e convenções representam uma parcela importante, mas o número vem diminuindo ao longo dos anos. Em 2016, por exemplo, esse segmento caiu 4% em relação a 2015.

Outro dado importante aponta que, apesar de serem maioria, os turistas que vêm ao Brasil em viagens a lazer não são os que mais gastam no país. Segundo dados do gráfico a seguir, em 2016, esses visitantes gastaram, em média, US\$ 61,41 por dia, enquanto os estrangeiros que vieram a negócios deixaram no país cerca de US\$ 82,54.

Figura 4 – Motivação de viagens para o Brasil



Fonte: Ministério do Turismo e FIPE. Disponível no site do Sebrae RS

Quanto à competitividade, o último relatório do Fórum Econômico Mundial (WEF), intitulado The Travel & Tourism Competitiveness Report (TTCR), realizado em 2017, colocou o Brasil na 27ª colocação em um ranking de 136 países analisados.

Segundo o relatório, o Brasil é considerado o número 1 do planeta no quesito diversidade de recursos naturais, além de se destacar como 8º classificado no item recursos culturais. No entanto, apesar desta vantagem comparativa, no quesito “priorização do setor”, fica na 106ª posição e no item “ambiente de negócios”, em 129º, devido à ineficiência do arcabouço legal, burocracia e impostos elevados.

Tais informações demonstram que os melhores resultados (recursos culturais e naturais) são as potencialidades do país. Já as outras variáveis são os pontos que precisam ser trabalhados e aprimorados. Há uma relativa melhora na infraestrutura de serviços turísticos (de 51ª a 39ª), conectividade aérea (de 41ª a 40ª) e na competitividade dos preços praticados (de 81ª para 41ª). No entanto, o contexto de segurança piorou (106º). Da mesma forma, a abertura internacional (66º), o desempenho dos recursos humanos (93º) e os investimentos governamentais ao setor (79º) continuam baixos.

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

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

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

As linhas de atuação para o desenvolvimento completo do turismo, envolvendo a União, estados, Distrito Federal, regiões turísticas e municípios, apoiados por seus colegiados e parceiros estratégicos passa por: ordenamento, gestão e monitoramento; estruturação do turismo brasileiro; formalização e qualificação no turismo; incentivo ao turismo responsável; e marketing e apoio à comercialização. Nesses quesitos, estão

previstas, por exemplo, ações para fortalecer a gestão descentralizada do turismo, integrar o setor à segurança pública; aperfeiçoar a legislação da área; aprimorar e ampliar as pesquisas da atividade turística no país, melhorar a infraestrutura, facilitar a atração de investimentos, definir o posicionamento estratégico do Brasil como produto turístico, entre outros.

Rio Grande do Sul

A Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo (Sedetur) foi criada pela Lei nº 15.246, de 2 de janeiro de 2019, e marca a política do Governo do Estado voltada à promoção do desenvolvimento econômico, turismo e apoio às micro e pequenas empresas. De acordo com o que consta no site da Secretaria, tem como missão levar o Rio Grande do Sul ao desenvolvimento sustentável, através da inovação, incrementando os setores econômicos tradicionais, atraindo novos investimentos, adensando cadeias produtivas e superando desigualdades regionais.

Atua em conjunto com as demais áreas de governo na implementação de políticas de desenvolvimento e turismo do Estado. Em parceria com a Secretaria da Fazenda, a Sedetur é responsável por promover e executar políticas de incentivos fiscais voltados ao desenvolvimento regional e setorial e incrementar o turismo.

Coordenadora do Sistema do Desenvolvimento Econômico e Turismo do Rio Grande do Sul, a Sedetur opera conjuntamente com os bancos de fomento Badesul e Banco Regional de Desenvolvimento Econômico e Social (BRDE), além de contar com a sintonia do Banrisul.

O Rio Grande do Sul conta também com o aplicativo “Turismo RS”, que pode ser baixado nas plataformas do Google Play e da Apple Store. No momento, não há um Plano de Turismo para o Rio Grande do Sul vigente, sendo que a referência segue sendo o elaborado em 2012.

Apresentação do Território

Síntese Histórica de São José dos Ausentes

Desde 1727, os jesuítas, junto aos índios tape (guarani) levantaram uma cruz para registrar o domínio na Vacaria dos Pinhais. Quando faleceram os grandes posseiros destas terras, foram os campos arrematados, em “Juízo de Ausentes”, pelo capitão Antônio da Costa Ribeiro, no ano de 1764.

Quando Ribeiro faleceu, os campos foram novamente colocados em “praça dos ausentes” e arrematados em 1787 pelo padre Bernardo Lopes da Silva, pelo tenente José Pereira da Silva e por Manoel José Leão. Já em 1789, os três repassam a terra ao povoador Antônio Manoel Velho, que a denominou Fazenda Santo Antônio dos Ausentes.

As três sesmarias conhecidas como dos Ausentes, na medição e demarcação somaram a área, passando de dez sesmarias. Estas só foram subdivididas a partir de 1874, data de falecimento de Ignácio Manoel Velho, um dos herdeiros que manteve a área intacta, o que mais tarde, unida a outras, se tornaria o município São José dos Ausentes.

Uma das versões para o nome da cidade é de que poucas pessoas ficavam morando no local por muito tempo, em virtude das péssimas condições climáticas. O frio era tanto que a cidade frequentemente tinha seu povo ausente. O “São José” teria relação com o padroeiro do lugar.

O município foi criado como distrito com a denominação de Ausentes (ex-povoado) pela Lei Municipal nº 9, de 05 de junho de 1948, subordinado ao município de Aparados da Serra, atual Bom Jesus, e elevado à categoria de município pela Lei Estadual n.º 9.559, de 20 de março de 1992.

A história de São José dos Ausentes se funda na vida de tropeiros e tropas e, com ela, produtos sendo levados para vender em Santa Catarina e outros sendo comprados lá e trazidos para os campos de cima da serra. Daqui se levava o queijo, o charque, o gado, e de lá se trazia cachaça, arroz, açúcar, dentre outras coisas.

Dados do Município

DADOS DEMOGRÁFICOS

População total de habitantes 3.527 (IBGE- 2019)

Orçamento do Município para 2018: R\$ 23.244.015,90

PIB per capita: R\$ 31.209, 98 (IBGE -2016)

IDHM: 0,663 (2010)

Gentílico: ausentino

ÁREA DO MUNICÍPIO

Área do município: 1.173,907 KM² (2018)

Acessos: BR 285 (vindo de Vacaria ou de Timbé do Sul/SC) e RS 020 (por Cambará do sul e seguindo para Bom Jardim da Serra/SC)

Bairros: o Conselho de Planejamento Territorial está redefinindo a organização da cidade e haverá uma consulta pública para definir os nomes dos bairros que a cidade terá.

Distância da Capital (POA): 232 Km

LOCALIZAÇÃO E CARACTERÍSTICAS FÍSICAS

Unidade federativa: Rio Grande do Sul – RS

Mesorregião: Nordeste Rio-grandense

Microrregião: Vacaria

Latitude: 28°44'54" S

Longitude: 50°03'57" W

Clima: Subtropical

Altitude: 1.200 m

Temperatura: média anual de 14°C;

“Terra do Frio, Cânions e Cascatas”

Características da Demanda Turística

Para a definição da demanda atual e potencial, foram consideradas as informações fornecidas pelos participantes da Oficina de elaboração do Plano de Ações (2019), pela Secretaria de Turismo e empresários locais.

De acordo com a percepção dos participantes da oficina, a principal demanda é de pessoas que partem de grandes centros urbanos: famílias com crianças que buscam apreciar a natureza e os animais. Também foram listados casais e jovens em busca de aventura, bem como idosos, em busca de descanso. A idade dos visitantes varia, centrando-se, principalmente, de 25 a 70 anos.

Os principais destinos emissores observados são a região metropolitana de Porto Alegre, São Paulo, Paraná e Santa Catarina. Está crescendo o fluxo de mineiros e goianos. A motivação principal é o frio, que ocorre na estação onde se concentra o maior fluxo de visitantes (especialmente nas férias de julho). Datas como o final do ano e carnaval também foram citadas. A sazonalidade não é tão impactante (há fluxo durante o ano), mas deve-se atentar para a concentração nos finais de semana e feriados.

É importantes que instituições de ensino, gestores municipais e demais envolvidos com o turismo, realizem pesquisas e estudos específicos e, a partir destas informações, se tenha maior assertividade nas estratégias de marketing, divulgação e comercialização voltadas ao seu principal público, fomentando sua maior estadia e consumo, aproveitando toda a potencialidade deste perfil, além de estratégias para a captação de mais turistas.

Secretaria Municipal de Turismo, Cultura e Meio Ambiente

Estrutura

A Secretaria de Turismo, Cultura e Meio Ambiente está instalada junto à Central de Atendimento ao visitante, em prédio próprio, bem na entrada da cidade. O orçamento total da Secretaria é R\$ 852.391,20. Já o específico das pastas de Turismo e Cultura é de R\$ 542.500,00.

A equipe da Secretaria de Turismo é formada pela secretária Aline Maria Trindade Ramos (professora e mestre em Direito na Universidade de Caxias do Sul/UCS – CAMVA), uma auxiliar geral, uma servente e quatro estagiários. No setor de meio ambiente, que integra a pasta, há uma fiscal e uma engenheira agrônoma.

Responsável: Aline Maria Trindade Ramos

E-mail: sectur@saojosedosausentes.rs.gov.br

Telefone: (54) 3234-1006

Endereço: Trevo de Acesso

Horário de atendimento: 8h às 19h

Conselho Municipal de Turismo

Há Conselho de Turismo, com reuniões regulares. O último encontro foi realizado há cerca de 40 dias.

Fundo Municipal de Turismo

São José dos Ausentes possui Fundo Municipal de Turismo ativo e que possui 10 mil reais de orçamento.

Oferta Turística

Atrativos Naturais

São José dos Ausentes é considerado um postal dos Campos de Cima da Serra, abrigando as mais altas nascentes de águas claras do Estado. Aproximados 100 km de paredões (muralhas) da Serra Geral, os capões que guardam segredos, as araucárias topetudas e a vegetação da quina dos peraus barbados de musgos multicoloridos formam a paisagem local.

A cerração é fenômeno quase diário da cidade, sendo que, na riqueza de seu manancial hídrico, brotam as nascentes do Rio das Contas e do Rio das Antas, afluentes na formação das bacias do Guaíba e Uruguai.

O conjunto de paredões (chamados de “peraus” pelos locais), que abraça o município de São José dos Ausentes, é o marco divisor dos estados do Rio Grande do Sul e de Santa Catarina. Paisagens que se tornaram conhecidas no mundo todo após terem servido de cenários para novelas, filmes e minisséries, como “A Casa das Sete Mulheres” (TV Globo) e “O Profeta” (TV Globo).

Município que abriga quilômetros de cânions formando a maior cordilheira verde das Américas, e com o bioma de Mata Atlântica, os cânions proporcionam um visual inigualável, permitindo momento de contato com a natureza protegida e encantadora. Os visitantes podem chegar até a borda de algum dos seguintes cânions: **Monte Negro, Boa Vista, cânion Pontão, Amola Faca/Encerra, Realengo, Tabuleiro, Rocinha, Cruzinha e das Tigras.**

Há quase sempre vento, por vezes vento forte, mas o visual compensa. Dependendo da condição climática, também é possível ver algumas cidades catarinenses. À noite, as luzes das cidades do Estado vizinho também formam uma paisagem diferenciada.

A visita é recomendada sempre na parte da manhã, já que a diferença de temperatura da parte de baixo dos cânions forma a cerração, que sobe e impede a completa apreciação dos cânions. Quanto mais quente o dia, mais cedo se deve ir.

A riqueza dos cânions de São José dos Ausentes faz parte do projeto Trilha das Araucárias, que liga o Oiapoque ao Chuí. A trilha sobe de Canela, São Francisco de Paula,

passa por Cambará do Sul e segue pra São José dos Ausentes indo para São Joaquim, dentro do grande projeto do ICMBio do Sistema brasileiro de Trilhas.

CÂNIONS

- **Pico e Cânion Monte Negro**

Este é o ponto mais alto do Estado do Rio Grande do Sul, o Pico, com 1403m de altitude em relação ao nível do mar, que fica na borda do cânion Monte Negro, distante 43 km do centro da cidade. Com acesso pela estrada municipal Silveira, é possível chegar de carro bem perto do Pico, o que facilita a caminhada. É possível caminhar pela borda dos paredões, onde a vista é maravilhosa.

Figura 5 – Cânion Monte Negro



Fonte: Prefeitura Municipal de São José dos Ausentes

- **Cânion Boa Vista**

Localizado na Pousada Ecológica dos Canyons a 43km do centro da cidade, o cânion Boa Vista recentemente emprestou sua deslumbrante vista como cenário para a

novela Além do Tempo, da emissora Rede Globo. É um lugar calmo para quem gosta de tranquilidade e conexão com a natureza.

Figura 6 – Cânion Boa Vista



Fonte: Prefeitura Municipal de São José dos Ausentes

TRILHAS

Quase todas as pousadas possuem trilhas, além de diversos roteiros fora de empreendimentos comerciais de hospedagem, conduzidos por guias e condutores. Entretanto destacamos algumas.

- **Pousada Fazenda Monte Negro**

Trilha circular de fácil acesso, com início em frente à sede da Fazenda Monte Negro. O trajeto ocorre pela antiga estrada de propriedade da família Pereira, com subidas e descidas pela mata nativa.

- **Pousada Ecológica dos Canyons**

Trilha auto guiada na Pousada Ecológica dos Canyons. A caminhada é moderada com subidas e descidas pelos Campos de Cima da Serra, em direção a sequência de mirantes naturais que possibilitam contemplar os mais lindos Cânions do RS e SC, e que

estão entre os Cânions Brasileiros, dentre eles: Cânion da Boa Vista, Cânion do Pontão, Cânion da Encerra, Cânion do Realengo, Cânion da Coxilha e Pico do Monte Negro.

- **Pousada Fazenda Potreirinhos**

Durante o trajeto da Fazenda Potreirinhos é possível contemplar as lindas paisagens dos Campos de Cima da Serra e vivenciar momentos de relevância nacional/regional, como o reconhecimento do inusitado trecho dos Rios Divisa e Silveira que seguem paralelos a poucos metros um do outro, chamado “desnível dos rios”.

- **Pousada Fazenda Morro da Cruzinha**

Durante o trajeto, é possível contemplar lindas vistas e conhecer histórias da ocupação rio-grandense com a presença dos jesuítas e guaranis na região.

- **Pousada Cachoeirão dos Rodrigues**

Entre montanhas e cachoeiras, a trilha auto guiada da Pousada e Fazenda Cachoeirão dos Rodrigues contempla belas paisagens. A caminhada poderá ser realizada em todas as estações do ano, de forma linear e de fácil acesso.

MIRANTES

- **Mirante Serra da Rocinha**

Localizado no antigo caminho dos tropeiros povoadores dos Campos de Cima da Serra, é possível contemplar a beleza da Serra Geral, com seus cânions e montanhas.

CACHOEIRAS

- **Cachoeirão dos Rodrigues**

Emprestou a sua beleza para cenário da novela “O Profeta”, da Rede Globo. A cachoeira de 28 metros possui uma sucessão de grandes quedas de água. Fica a 33 km do centro da cidade, onde o turista faz uma pequena caminhada entre Campos e Matas para chegar até esta deslumbrante cachoeira.

Figura 7 – Cachoeirão dos Rodrigues



Fonte: Prefeitura Municipal de São José dos Ausentes

- **Cachoeira das Sete Mulheres**

Para se chegar a essa Cachoeira, de cerca de 30m de altura, o turista deve realizar uma trilha, passando por campos, riachos e florestas típicas da região dos Campos de Cima da Serra. Um dos cenários da minissérie “A Casa das Sete Mulheres”, a cachoeira é toda cortada por paredões de pedras, com uma beleza exuberante. Em dias de frio intenso, as águas congeladas configuram outra bela paisagem.

Figura 8 – Cachoeira das Sete Mulheres



Fonte: Prefeitura Municipal de São José dos Ausentes

- **Despraiado**

O Despraiado é um enorme lajeado do Rio das Antas (que divide os municípios de São Jose dos Ausentes e Cambará do Sul), que nesse ponto chega a 100 metros de

largura. Fica localizado a 13 Km do Centro de São José dos Ausentes, percorrendo um caminho cercado de campos e matas.

Figura 9 – Despraiado



Fonte: Prefeitura Municipal de São José dos Ausentes

DESNÍVEL DE RIOS

Ainda em São José dos Ausentes há uma falha geológica, única nas Américas denominada Desnível de Rios, onde dois rios quase se unem andando lado a lado em um trecho e depois se afastam, sendo que um está mais acima do que o outro. O local fica a 33 km do centro da cidade e é de fácil acesso.

Figura 10 – Desnível de Rios



Fonte: Prefeitura Municipal de São José dos Ausentes

GEADA E NEVE

O frio é outro atrativo grandioso já que São José dos Ausentes abriga o ponto mais alto e frio do Estado do Rio Grande do Sul, com 1403 metros de altitude, o que ocasiona geada constante e até neve (normalmente muito fraca e em poucos dias da estação) nos meses do inverno.

Figura 11 – O frio intenso é uma das atrações de Ausentes



Fonte: Prefeitura Municipal de São José dos Ausentes

Atrativos Históricos e Culturais

MUSEU WALDEMAR DOS SANTOS BOEIRA

O acervo do Museu Waldemar dos Santos Boeira foi reunido por três gerações da família Boeira. Fazem parte dele objetos de decoração, higiene pessoal, cozinha, lazer, livros e armas. Há ainda objetos arqueológicos, fotos e documentos. São mais de cinco mil peças do século XVIII, que registram a história dos primeiros moradores da região.

O Museu fica localizado na Fazenda São José do Silveira, no distrito de Silveira. A visitação pode ser feita de terça-feira a domingo, mediante o agendamento pelo telefone (54) 3883 1030. Ou pode-se tratar direto na Pousada e Restaurante dos Tropeiros.

De acordo com a Prefeitura Municipal de São José dos Ausentes, é o segundo maior museu particular da América Latina.

PRODUTOS ARTESANAIS

O queijo artesanal serrano feito com leite cru, é Patrimônio Cultural Imaterial de São José dos Ausentes, conforme Lei Municipal. O jeito peculiar de fazer, da mesma forma há mais de 200 anos, resulta em um produto que agrada ao paladar, uma iguaria típica e deliciosa.

Na gastronomia, também têm destaque a rosquinha bijagica, o doce de gila, o churrasco, o entrevero, a paçoca de pinhão e o arroz carreteiro. Além disso, a truta, peixe de água doce e muito fria, é comum em águas do sul da Argentina e do Chile e se adaptou muito bem em São José dos Ausentes, sendo comum nos rios ausentinos e possibilitando a pesca esportiva conhecida de *fly fishing*.

TAIPAS CENTENÁRIAS – MANGUEIRÕES DE PEDRA

São José dos Ausentes possui taipas centenárias e mangueirões de pedra com mais de 300 anos. Esse também é o tempo de mistério sobre a razão pela qual foram construídas, extremamente largas e altas, em locais tão diferentes e no meio do campo aberto. Há quem diga que foram indígenas a mando de jesuítas ou de fazendeiros, ou que foram escravos ou, ainda, os indígenas por si próprios.

Figura 12 – Taipas centenárias



Fonte: Prefeitura Municipal de São José dos Ausentes

CRUZ MISSIONIERA

Colocada em 1727, a Cruz Missioneira demarcou a região em uma passagem de representantes do Império. Dois anos depois, em 1729, Souza e Farias retirou a inscrição imperial e colocou outra demarcando sua passagem. É um ponto que marca a história do Rio Grande do sul da abertura dos caminhos de tropas e da história do Brasil.

Figura 13 – Cruz Missioneira



Fonte: Prefeitura Municipal de São José dos Ausentes

Fonte das Informações sobre os atrativos apresentados na oferta turística: Prefeitura Municipal de São José dos Ausentes

Infraestrutura

Atenção ao Turista

São José dos Ausentes possui um Centro de Atenção ao Turista (CAT) que fica na Avenida Ismênia Batista Ribeiro Velho, 1660. O atendimento ocorre de segunda a sexta-feira, das 8h às 12h e das 12h30min às 19h. Aos sábados, domingos e feriados é das 08h às 18h (não fechando ao meio dia).

Hospedagem

São José dos Ausentes conta, ao todo, com 16 meios de hospedagem. Há opções diversas, desde camping, hostel, cabanas e pousadas simples até hospedagens de luxo:

- **Encanto da Boa Vista** – Com um restaurante e chalés novos, com menos de cinco anos de funcionamento, a pousada oferece pensão completa e a possibilidade de passeios a cavalo e trilhas internas na fazenda. O chalé luxo possui banheira de hidromassagem. São 12 chalés com cama casal e solteiro com aquecimento. Fica na estrada que dá acesso ao cânion Boa Vista.
- **Pousada Monte Negro** - É uma das pousadas mais antigas do município, com chalés e quartos, além da estrutura de salão de festas no restaurante. Pensão completa, aceita animais de pequeno porte e oferece açude para pesca, passeio a cavalo e trilhas internas na fazenda. Fica próxima ao cânion Monte Negro. Possui 13 quartos e 35 leitos.
- **Pousada Aparados da serra** - Pensão completa, com quartos na casa e chalés. Possui restaurante para uso dos hóspedes e oferece passeio a cavalo. São 35 leitos. Fica próxima ao cânion Monte Negro.
- **Hostel e Pousada de Tropeiros** – É uma pousada urbana que fica na Vila Silveira, no caminho para os cânions. Possui pensão completa e meia pensão à critério do turista. É, também, restaurante que serve alimentação para turistas e comunidade local. Possui um prédio com suítes. São 13 leitos.
- **Hotel Cesa** - Hotel localizado no centro da cidade, possui suítes e hospedagem sem café da manhã, que pode ser pago à parte. Possui 16 quartos.

- **Hotel Moradas das Glicínias** - Também localizado no centro da cidade, o hotel oferece suítes e garagem. Oferece café da manhã e serve sopas à noite. Possui 17 quartos.
- **Pousada Ecológica dos cânions** – Localizada na borda do cânion Boa vista, oferece cabanas e amplo espaço de camping. Aceita animais de pequeno porte.
- **Sítio Vale das Trutas** - Possui 14 cabanas com dois quartos e cozinha. Há restaurante que serve especialmente truta com diversos molhos, além de outros pratos. Oferece opções de lazer às crianças, além de pesque e pague e pesca esportiva de fly fishing aos adultos. O Sítio está localizado próximo À Serra da Rocinha na BR 285. Aceita animais de pequeno porte e opera com sistema de meia pensão.
- **Pousada Morro da Cruzinha** - Possui 10 suítes em um prédio só. Oferece mesa de bilhar, passeios a pé, a cavalo e de 4X4 próximo ao cânion Cruzinha. É onde fica localizada a Cruz Missioneira de 1727. A pousada fica situada perto dos cânions Tigras e Cruzinha. Possui pensão completa.
- **Pousada Potreirinhos** - Possui quartos na casa principal e cabanas. Oferece passeio a cavalo, pesca esportiva fly fishing e trilhas a pé. É nela que fica localizado um dos principais atrativos do município: o desnível dos rios. Com pensão completa, conta com 32 leitos.
- **Pousada Cachoeirão dos Rodrigues** - Com 18 leitos, sendo 7 quartos/suítes, oferece trilhas a pé e a cavalo. Nela, o visitante encontra um dos principais atrativos do município: o Cachoeirão dos Rodrigues. Possui pensão completa.
- **Pousada Altos do paredão** - Possui seis leitos, com cozinha à disposição do hospede. Está localizada próxima a Br 285 e ao cânion Rocinha. Oferece trilhas a pé.
- **Pousada Flores dos Campos** - Possui 13 leitos com 4 quartos. Está localizada na área urbana da Vila Silveira. Possui restaurante disponível a turistas de passagem e comunidade e opera com sistema meia pensão.
- **Pousada Altos da serra** - Possui 20 leitos em 8 quartos. Está localizada no centro da Vila Silveira, em área urbana. Possui restaurante disponível aos turistas de passagem e à comunidade e opera com sistema de meia pensão.

- **Estância Tio Tonho** - Possui 6 quartos com 12 leitos e oferece passeio a cavalo e trilhas a pé. Fazenda com sistema de pensão completa, fica próxima ao cânion Monte Negro.
- **Hostel e camping Toca da Onça** – Possui 30 leitos, mais espaço para inúmeras barracas. Ainda, explora atividades de aventura com estrutura e profissionais treinados para escalada e slick line.
- **Casa e Chalé Campos da Serra** - Possui 2 chalés com dois quartos cada e uma casa com 4 quartos - todos de aluguel no Airbnb.

Gastronomia

Como opções gastronômicas, há 9 opções em São José dos Ausentes. Também há opções diversas, com valores distintos:

- Restaurante a café dos reis – almoço e café;
- Restaurante do Ricardo - almoço e jantar;
- Restaurante Pitty - almoço e jantar;
- Churrascaria Charqueadas – almoço;
- Restaurante Casa Vieja - almoço e jantar;
- Restaurante e Lancheria Melo - almoço e jantar;
- Lancheria da rodoviária - Casa Cesa - lanches e café dia todo até às 21h;
- Tavi Lanches - almoço e jantar;
- Restaurante da Monica – almoço.

Aspectos Impulsionadores e Limitadores

O Diagnóstico do Município (matriz SWOT) identifica as Ameaças e Oportunidades (ambiente externo), além das Forças e Fraquezas (ambiente interno). A construção foi realizada durante a Oficina de Planejamento pelos participantes e foi revisada pela consultora.

PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
INFRAESTRUTURA E ACESSO	
Trânsito urbano – tranquilo;	Sinalização de quebra-molas deficitário;
Estradas internas em boas condições, mesmo as não pavimentadas;	Estradas não pavimentadas no interior – algumas em condições precárias (também como estratégia para regular o fluxo turístico);
Pousadas rurais possuem tratamento da água (poços e fontes);	Fluxo de entradas e saídas de escola, gerando confusão no trânsito;
	Trânsito de tratores, na área urbana, não está regulamentado. Especialmente na safra gera confusão e insegurança;
	Falta sinalização no Trevo de Bom Jesus, indicando S. José dos Ausentes;
	Situação problemática da RS 020 (Estrada que liga S. José dos Ausentes a Cambará), não pavimentada e em péssimas condições;
	Situação da BR 285, com 8 km sem pavimentação;
	Não há bacia de captação de água (somente há o fornecimento de água por poços);

	Sinalização dos atrativos/produtos turísticos é fraca;
	Google Maps e Waze nem sempre indicam o caminho correto e posicionam outros países;
	Manutenção das estradas do interior deficitária;
	Ligação entre os cânions está em condições que dificultam o acesso pela estrada;
POLÍTICAS PÚBLICAS E DESENVOLVIMENTO REGIONAL / SUSTENTABILIDADE	
Meios de hospedagem rural possuem tratamento de esgoto (fossa);	Saneamento urbano deficitário – necessidade de ampliar a estação de tratamento e a rede;
Obras públicas sendo realizadas e com qualidade: escolas, creches, via pública (com saneamento);	Falta fiscalização nas construções, para exigir a fossa (instalação e limpeza);
Instâncias de cooperação regional ativas: Condesus (Consórcio dos Municípios do Campos de Cima da Serra) e Amucser (Associação dos Municípios da Região dos Campos de Cima da Serra);	Saneamento nas margens do Rio Silveira inexistente (esgoto das casas é direcionado para o Rio). Idem para o Rio Pai José;
Inserção do turismo de S. José dos Ausentes no mapa do turismo brasileiro (Mtur);	Costume de lavar carro e trator nos rios;
Há a Lei que cria o Fundo Municipal de Turismo;	Lavagem do tanque de agrotóxico nos rios;
Há um Comtur ativo;	Comunicação: sinal de telefonia e internet fraco e sem sinal em alguns pontos, especialmente na área rural;

Existência da Associação de Pousadas e Hotéis Rurais de São José dos Ausentes, ativa e articulada;	Não há uma subestação de energia. Fornecimento deficitário, inclusive dificultando a implantação de empresas;
Existência de um grupo de turismo rural, envolvendo vários setores (Whatsapp e Facebook);	Inexistência ou isolamento de políticas públicas que incentivem o empreendedorismo e sejam integradoras;
Construção do Plano Municipal do Turismo;	Falta de profissionalismo no turismo (não há formação), fortalecendo a cooperação no turismo;
Parceria com entidades, como o Sebrae, Emater, Senar;	Não há separação do lixo. Não há usinas de reciclagem;
Revisão do Plano Diretor, com foco nas ameaças do turismo;	Lixo só é recolhido uma vez por semana, na área urbana e conglomerados urbanos. Na área rural de 15 em 15 dias;
Campo nativo sendo preservado: araucária e campo;	Não há cobrança da taxa de turismo;
	Nem todos os proprietários de áreas de interesse turístico cedem o acesso às mesmas. Não se interessam pelo turismo;
	Não há roteiros para diferentes perfis e períodos de permanência no município;
	Não há diversidade de experiências turísticas;
	Apropriação da terra local, com culturas temporárias, sem deixar benefícios para o lugar;
TURISMO E ECONOMIA	
Existência de uma Associação de Artesãos;	Não há restaurantes que forneçam a culinária local;

Natureza: atrativos únicos, diferenciados, selvagens – 35 km com 8 cânions (65 km partindo do centro);	Não há opções de jantar, somente há lanches;
Existência de uma agência de turismo: Terra Sul Ecoturismo e Aventura;	Não há opções de café serrano (ou campeiro) na área urbana;
Alimentação nos meios de hospedagem. Elogios à gastronomia ofertada;	Arrecadação com o turismo é fraca. Há sonegação ou pouca geração de recursos;
Centro de Atendimento ao Turista aberto diariamente, todos os dias do ano, com qualidade de infraestrutura e atendimento diferenciado;	Grupos que chegam, de ônibus, com agências de turismo de outras cidades, não deixam benefícios locais, pois não consomem nada e deixam lixo na beira dos eventos;
Povo acolhedor;	Não há guias de turismo;
Acesso às rodovias federais que ligam ao Litoral, Serra Catarinense, regiões metropolitanas de S. Catarina, com distâncias de 200 km atingindo diversos destinos emissivos;	Poucos condutores locais de turismo;
Capacitação dos empreendimentos. Muitos buscam cursos e formação. Atualmente, por volta de 12 fazem parte do Investe Turismo;	Falta aproximação dos empresários do trade turístico com os condutores e guias, formalizando parcerias;
Frio. Um dos pontos mais frios do Brasil;	Não há leis que regulem a ocupação e uso das margens dos cânions;
Possibilidade de neve, anualmente, com transmissão direto do município;	Não há leis que regulamentem a entrada de agências de fora, fazendo com que contratem condutor local;
Qualidade das pousadas, buscaram se aprimorar e qualificar (infraestrutura e atendimento);	Não há atrações na área urbana (somente o termômetro, a Igreja, a

	praça). Não há uma casa do artesão, dos produtos locais e outros;
Existência (recente abertura) do Museu Waldemar dos Santos Boeira, considerado um dos maiores da América Latina;	Artesanato local escasso, somente é ofertado na Casa de Informações Turísticas;
Queijo Serrano tombado como patrimônio imaterial cultural local. Existência da Aprocampos – Associação dos Produtores de Queijo e Derivados do Leite dos Campos de Cima da Serra. Há um processo de Indicação Geográfica – Denominação de Origem, para o queijo serrano;	Não há estímulo aos jovens com relação ao turismo. Não entendem a atividade como um futuro emprego ou possibilidade de empreendedorismo;
Existência de pratos típicos, além do queijo: entrevero, paçoca de pinhão (sapecada do pinhão), bolo de coalhada, carreteiro, bijagica, doce de gila, churrasco de vala, café Camargo;	Não há educação do turismo nas escolas. A maioria dos jovens não conhece os próprios atrativos do município;
Cultura do Gaúcho: vivência autêntica, linguajar, trajes, especialmente nas fazendas;	A população local não entende e não conhece o turismo local;
Atividade pecuária – também é um atrativo;	Introdução de culturas exógenas (monoculturas) impactando a cultura local: produção da batata, pinus, brócolis, safreiros com culturas distintas;
Gado franqueiro e o Cavalo Crioulo acessíveis à observação;	Pouca exploração como atrativo turístico do gado franqueiro e cavalo crioulo;
Culturas de frutas: maçã, mirtilo e morango;	Condutores locais de turismo não dominam outros idiomas;

Lendas locais: Graxaim ‘carçado’, Gritador, Curruspaca (viração) e outros, contados para os turistas;	São José dos Ausentes não faz parte do Geoparque;
Pássaro Curucaca (ou curicaca), sendo possível sua observação;	A maior parte da produção de mel não é de produtores locais (é vendido com rótulos de outras cidades). Não há uma cooperativa de produção;
Produção do mel (diferenciado). Há uma associação regional Apicampos;	
MARKETING	
Interesse da mídia estadual e nacional pelo destino. Muita divulgação do frio;	Não há uma organização coletiva para a promoção do destino;
Existência do Portal “Visite Ausentes”;	Não há projetos para buscar financiamento;
Existência de página no Facebook e Instagram: Visite Ausentes, além da <i>fanpage</i> e o Instagram da Secretaria de Turismo – Sector Ausentes;	Estes perfis estão pouco ativos, especialmente no Instagram, ressaltando pouco as experiências turísticas;
Material impresso: folder e mapa;	Não há um mapa atualizado e o folder não expressa experiências turísticas;
Produção audiovisual no município: documentários, novelas, filmes, comerciais, etc... utilizando cenários locais;	Não há um Film Commission local. Pouco retorno para a promoção do município;
	Não há wifi no CAT local;
	Não há um vídeo turístico do destino;
	Individualismo na organização e promoção do destino;
	Carência de sinalização turística e interpretativa;

	Não há material de promoção em outros idiomas (site, folderes, mídias sociais);
	O site do destino não deixa claro 'o que fazer';
	Poucos empreendimentos/atrativos turísticos cadastradas no TripAdvisor;
	Indicação no Google deficitária;
	Poucos empreendimentos nas OTAs: Booking, Hotéis.com, Airbnb, outros;
	Não há experiências cadastradas no Airbnb Experience;
	Não são realizados presstrips, blogtrips ou famtours;
EVENTOS	
Eventos com amparo regional;	Eventos grandes que não deixam benefícios e acumulam lixo que ficam no lugar, sendo que a Prefeitura que acaba tendo que fazer a limpeza;
Rodeio Crioulo Nacional – a maior festa do município;	Poucos eventos;
Existência de eventos culturais, bailes tradicionais, festas municipais e comunitárias, rodeios, eventos religiosos;	Falta de infraestrutura para a realização de eventos;
Eventos esportivos: bike, corrida, 4x4, pesca esportiva, montanhismo;	Não há leitos, nem alimentação, suficientes para realização de eventos;
Festejo Farroupilha, sendo retomado e qualificado;	Fraca informação sobre os eventos;
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS

Localização estratégica, proximidade de vários centros emissivos;	Implantação da rodovia BR 285, possibilitando um crescimento desordenado;
Crise financeira (estimula o turismo interno);	Concessão dos parques Itaimbezinho e Fortaleza, possibilitando crescimento descontrolado;
Alta do dólar e euro (estimula o turismo interno);	Pouco apoio do governo estadual;
Concessão dos parques Itaimbezinho e Fortaleza, possibilitando um aumento do fluxo de turistas;	Pouca atenção às rodovias estaduais e federais, por parte dos governos;
Implantação do Geoparque pela Unesco;	Crise financeira e institucional;
Turismo pode contribuir com a manutenção da natureza e da cultura local;	Posicionamento on-line qualificado de outros municípios;
Interesse do turista por lugares naturais, preservados, autênticos;	Globalização: Competitividade internacional;
Possibilidade de empreender no turismo com investimentos menores, “pulverizados”;	Homogeneização das ofertas: falta de diferencial;
Internet: Acesso global à informação, oferta mundial;	Ciclo de vida mais curto: evolução constante; renovação para estar atual;
Tecnologias de rede: descentralização e senso cooperativo;	Poder do consumidor: diversidade de oferta/ poder de barganha;
Disputa pela atenção: diferencial;	Eleições: descontinuidade política;
Marketing da Experiência: Demanda por “vivências” e experiência com a viagem, com a cultura, comunidade, natureza;	Burocracia governamental;
Turismo interno (Brasil) crescendo.	Mudanças climáticas;

	Falta de criação de marcos legais para a política do turismo.
--	---

Marketing

Presença e informações disponíveis na Internet

A Prefeitura Municipal de São José dos Ausentes possui site oficial (www.saojosedosausentes.rs.gov.br/) com um menu intitulado “Turismo”. Nele, o visitante pode conferir os seguintes submenus: “Cânions”, “Trilhas”, “Mirante”, “Museu”, “Cachoeiras”, “Hospedagem”, “Gastronomia” e “Informações Turísticas”. Na maioria dos atrativos naturais, fotos ilustram os locais, que também falam da localização e de algumas curiosidades, como os cânions terem sido cenário de produções audiovisuais, por exemplo. No estabelecimento, a maioria possui informações como endereço e formas de contato.

Há também o site Visite Ausentes (visiteausentes.com.br/), mantido pela Associação das Pousadas Rurais e Urbanas de Ausentes (APRUHA). A Secretaria de Turismo local também pode editar as informações dos associados. O site se divide principalmente nos itens “Pousadas”, “Atrativos” e “Gastronomia” e “Trilhas”. Há também um vídeo que apresenta o Município, produzido em 2010, e demais informações básicas. As informações, contudo, são muito restritas. No item “Atrativos”, por exemplo, não há nada cadastrado.

Na página do Facebook renomeada como da Secretaria de Turismo, Cultura e Meio Ambiente de São José dos Ausentes (www.facebook.com/sjausentes/), são divulgadas as atrações das pastas, incluindo os atrativos e notícias relacionadas ao setor turístico e aos atrativos de modo geral. No perfil no Instagram (@visiteausentes), a maioria das fotos é das paisagens dos cânions, mas há também alguns comunicados públicos, incluindo de atividades relacionadas às outras pastas da Secretaria. Outro perfil (@saojosedosausentes) apresenta apenas fotos turísticas de São José dos Ausentes, muitas aéreas e que são bastante convidativas.

O site de viagens TripAdvisor, que reúne avaliações e opiniões de usuários a respeito de pontos turísticos, hospedagem e gastronomia em milhares de destinos mundiais, também foi analisado. As informações são escassas.

No site do Turismo do Estado (<https://www.turismo.rs.gov.br/cidade/354/sao-jose-dos-ausentes>), é possível ter acesso a 12 locais para visitar (mas apenas 1 com foto), 13 indicações de local para hospedagem (sem nenhuma foto) e 4 opções de alimentação (também sem imagens).

O quadro a seguir apresenta uma síntese das informações encontradas online:

São José dos Ausentes	
Tipo/Digital	Dados
Tripadvisor - Acomodação	1 no Município – 22 em cidades próximas
Tripadvisor - O que fazer	12
Tripadvisor – Restaurantes/Bares/Cafés/Padarias	13
Instagram	Fotos dos visitantes com uso de #
Site do município	Bastante destaque para o turismo
Página no Facebook do município	Página específica da Secretaria Municipal de Turismo, com destaque para os atrativos e notícias do setor

Considera-se que há poucas informações disponíveis em sites oficiais ou especializados a respeito de São José dos Ausentes. Faltam informações completas, detalhadas, claras e estruturadas direcionadas aos turistas, em todos os canais analisados.

Posicionamento, identidade e visão

Além da elaboração da matriz SWOT, das considerações acima e do Plano de Ação do destino, os participantes da oficina construíram o posicionamento do destino, base para o Plano de Marketing e Promoção. Os participantes responderam as questões abaixo.

Porque um turista escolheria visitar o seu município?

- Para conhecer cânions, cachoeiras, ver o frio, o queijo serrano, mel, gastronomia campeira em geral, conhecer a cruz missioneira, realizar experiências de cavalgada, bike, trekking, rapel, escalada, slackline, highline, conhecer o ponto mais alto do RS, o desnível de rios, pesca da truta, conhecer os mangueirões, o museu, a fauna, a flora, o cavalo crioulo, a maçã, o mirtilo, sentir paz, relaxar e aventura;
- Oportunidade de encontro com a natureza;
- Voltaria pela hospitalidade, gastronomia, cultura, produtos locais, diversidade em turismo;
- Devido a beleza natural inigualável;
- Hospitalidade;
- Frio;
- Culinária;
- Localização estratégica;
- Quatro estações bem definidas;
- Cânions – únicos com vegetação no mundo;
- Leão baio – fauna;
- Araucária – flora.

Se o seu município fosse uma pessoa, como ela seria?

- Linda;
- Fria;
- Retrograda;
- Obsoleta;
- Pré-adolescente descobrindo a vida;

- Iniciando;
- Desfrutando das mudanças físicas;
- Saudável;
- Tímida;
- Reservada;
- Melhorada;
- Aperfeiçoada;
- Adequada;
- Aconchegante;
- Acolhedora;
- Tradicional;
- Grande;
- Desconfiada;
- Magnífica;
- Sistemática;
- Mulher;
- Machista;
- Hospitaleira.

Identidade/ Posicionamento

- São José dos Ausentes, terra de guerras e revoluções, lugar de natureza preservada e bela, com seus cânions, cachoeiras e coxilhas mais lindas;
- Bem-vindo a São José dos Ausentes, ponto mais alto e frio do RS, das águas mais límpidas, da beleza natural impressionante, de um povo receptivo e hospitaleiro e de uma culinária peculiar. Essa é a terra dos cânions. Terra de gigantes!
- São Jose dos Ausentes, terra fria mas acolhedora, dos belos cânions, cachoeiras, campos e rios. Terra dos presentes e não dos ausentes.
- Conheça SJA, com tantas belezas presentes, que encantarão seus olhos, sua beleza, sua história, vão fazer parte de sua vida.

- Um local para imersão na mais pura natureza, no qual os campos misturam-se às nuvens e a lua cheia parece estar ao alcance de nossas mãos. Uma cidade que tem a palavra ausente em seu nome mas que estará sempre presente em suas memórias.
- Terra de cânions, frio e cascatas. Lugar exuberante de magia e encantamento.

Com base nos apontamentos dos presentes, a consultora propõe a seguinte identidade a ser trabalhada:

Ausente-se!

Ausente-se de todos os stress das grandes cidades, da pressão do dia-a-dia, do trânsito confuso, das salas fechadas, do concreto e do metal.

Encontre-se!

Encontre-se com a paz e a tranquilidade, com os campos e os cânions, com o sol, o vento e o frio. Encontre-se com o jeito simples de ser, com a hospitalidade de quem quer bem acolher, com os sabores do campo, o queijo serrano, o pinhão, o mel...

Encontre-se em cavalgadas, caminhadas, corridas..

Encontre-se com o ser mais importante: você!

Visão 2023

- Estradas em boas condições;
- Que a cidade se torne referência no turismo sustentável ecológico, com seus rios limpos;
- Sistema de coleta seletiva de lixo em funcionamento na cidade e nos distritos;
- Agenda de eventos com programação para o ano inteiro;
- Hoje somos uma cidade com o turismo em ascensão, crescendo cada vez mais organizados e integrados entre todos, valorizando o melhor da cultura local, mantendo sempre nossas raízes, tradicional, guerreiro e trabalhando em contato com a natureza;

- Queremos que o turismo esteja caminhando e não engatinhando, que a mudança seja para melhor e o crescimento seja constante;
- Queremos estar prósperos, saudáveis, e com todas as expectativas do plano de turismo realizadas;
- Mais empreendimentos na gastronomia, hospedagem e comércio de produtos locais, asfalto até Cambará, algumas rotas efetivadas, alguns eventos consolidados, conclusão da BR 285;
- Ser referência no turismo de natureza do RS e possibilitar o crescimento sustentável da comunidade ao integrar o ser humano e o meio ambiente;

Com base nos apontamentos dos grupos, a consultora propõe a seguinte visão para 2023:

São José dos Ausentes, referência em turismo de natureza do Rio Grande do Sul.
Um município onde a sustentabilidade gera qualidade de vida e o turismo envolve a comunidade, satisfazendo as expectativas dos visitantes.

Percepção do encontro

- Muito importante;
- Veio num momento oportuno;
- Necessidade;
- Não gostaria que acabasse aqui este apoio do Sebrae;
- O grupo é pequeno, mas ama o que faz e sabe do potencial do município;
- Precisamos aprender muito, ainda;
- O Sebrae é um norte para quem quer começar algo;
- Revigorador;
- Balizador;

- Precisamos de coragem para seguir o plano;
- Temos um Norte;
- Temos uma sequência lógica;
- Não podemos abdicar do bem comum, pelo interesse individual;
- A sustentabilidade de Ausentes passa pelo turismo;
- Estamos gerando um trabalho de qualidade para nossos filhos;
- Parabéns;
- Falou na nossa língua.

As ações relacionadas ao Marketing e Promoção do Destino Rio Grande estão junto ao Plano de Ações, a seguir.

Plano de Ações

O Plano de Ações que compõe o Plano de Desenvolvimento do Turismo de São José dos Ausentes (2019-2023) foi construído durante a Oficina realizada em 22 de agosto de 2019, das 9h às 12h e das 14h às 18h, na Câmara Municipal de Vereadores. O Plano contou com a contribuição de todos participantes, e, ainda, com a complementação da consultora e revisão da Prefeitura Municipal, por meio do setor responsável. A palestra de sensibilização foi realizada no dia anterior, 21 de agosto, das 16h às 19h.

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

O Plano de Ações foi construído conjuntamente e conta com a contribuição da consultora. Com relação ao tempo de execução das ações, se convencionou da seguinte forma: curto – este ano (2019); médio – 2020; longo – a partir de 2021. O documento busca atender as fraquezas, ou oportunidades de melhorias, do Relatório do Município, nas seguintes áreas:

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

INFRAESTRUTURA E ACESSO, POLÍTICAS PÚBLICAS E COOPERAÇÃO REGIONAL					
O que fazer	Quem faz	Quando fazer	Prioridade	Recurso	Situação
Realizar manutenção das estradas do interior, com melhorias constantes;	Prefeitura Sec Obras	Permanente	5	Próprio	
Solicitar a sinalização para o trevo de Bom Jesus, junto ao DNIT;	Prefeitura	Curto	5	Federal	
Solicitar a manutenção constante/pavimentação da RS 020 – ligação com Cambará do Sul;	Prefeitura	Curto	5	Estadual	
Solicitar a pavimentação e manutenção constante da BR 285, ligando a Serra da Rocinha;	Prefeitura	Médio	4	Federal	
Implantar a sinalização dos atrativos turísticos (nas rodovias e internamente);	Secretaria de Turismo Trade Turístico	Médio	4	Município Privado Projeto de Captação	
Organizar a saída e entrada das escolas, visando fazer com que o trânsito seja mais seguro;	Prefeitura Sec Obras Brigada	Permanente	4	Próprio	

Construir uma Lei Municipal regramdo o trânsito de tratores na área urbana;	Prefeitura Procuradoria Câmara Vereadores	Curto	4	Próprio	
Fiscalizar e cobrar o saneamento privado, ou seja, fossa e filtro. Implantação e manutenção;	Prefeitura	Permanente	4	Do morador Fiscal - público	
Fiscalizar e punir, bem educar, para que não mais ocorra a lavagem dos carros e tratores (além dos tanques) no rio;	Prefeitura	Médio	4	Públicos	
Articular junto às empresas de telefonia, para ampliar o sinal de internet e qualificar o alcance de telefonia celular;	Prefeitura As. Pousadas	Curto	4	Das operadoras	
Articular junto à RGE para implantar subestação de energia;	Prefeitura As. Pousadas	Curto	4	RGE	
Criar políticas públicas de incentivo ao empreendedorismo (capacitação, parcerias, horas máquina, incentivo de tributos);	Prefeitura	Médio	4	Públicos	
Realizar projetos de profissionalização do turismo;	Prefeitura As Pousadas Comtur Sistema S e Emater	Curto Permanente	4	Parcerias	
Implantar programa de separação do lixo. Implantar uma usina de reciclagem. Estimular a compostagem (avaliar o custo de transportar o lixo para Lages);	Prefeitura As. Pousadas	Médio	4	Público	
Ampliar a coleta do lixo, com mais dias;	Prefeitura	Médio	4	Público	
Implantar Taxa de Turismo, articulando com os meios de hospedagem e realizadores de eventos, repassando para	Prefeitura As. Pousadas	Médio	4	Dos turistas hóspedes	

o Fundo Municipal do Turismo;					
Articular com os proprietários de áreas privadas, para que abram o acesso aos seus atrativos naturais e culturais;	Secretaria de Turismo e Comtur	Médio	3	-	
Implantar política de valorização da cultura local e social. Solicitar ficha corrida dos trabalhadores temporários, criando um cadastro;	Prefeitura	Médio	3	Públicos	
Fazer projeto de sinalização dos quebra-molas e implantar a mesma;	Prefeitura Sec Obras	Curto Prazo	3	Próprio	
Realizar estudos para a construção de uma barragem de água. Articular com a Corsan;	Prefeitura Corsan	Longo	3	Corsan	
Implantar projeto de revitalização da beira do rio Silveira. Realocar os moradores;	Prefeitura	Longo	3	Públicos	
Realizar a correção da sinalização do Google Maps e Waze;	Empreendedores Secretaria de Turismo	Curto	3	-	
Implantar/ampliar a rede de esgoto e realizar a manutenção da mesma;	Prefeitura	Médio	3	Municipal	

TURISMO E ECONOMIA LOCAL / SUSTENTABILIDADE					
O que fazer	Quem faz	Quando fazer	Prioridade	Recurso	Situação
Elaborar planos de negócios para a utilização das áreas turísticas, remunerando os proprietários das terras e disciplinando o uso das mesmas. Parte do recurso poderá ficar com a Associação de Pousadas;	As. Pousadas Comtur	Médio Prazo	5	Privado	
Implantar legislação municipal para exploração e construção na borda dos cânions, organizando a mesa, com correto parcelamento do solo;	Poder público Emater	Curto Prazo	5	Público	
Empreendedorismo/restaurantes: orientar, por meio de cursos, palestras e comunicação, para que as pessoas do município se tornem empreendedores, valorizando os produtos locais, se aproveitando da infraestrutura existente. Instruir quanto a possibilidade de renda e ganho, bem como sobre os impactos econômicos da cadeia produtiva do turismo;	Poder Público Sebrae Senac As. Pousadas	Curto Prazo Permanente	4	Público Privado	
Ampliar os horários de atendimento, especialmente na alta temporada, dos serviços e comércio;	Poder Público Sebrae Senac As. Pousadas	Curto Prazo Permanente	4	Privado	
Ministrar palestras nas escolas, esclarecendo a profissão de guia de turismo e os ganhos da mesma, bem como a importância para a região;	Poder Público As. Pousadas Comtur	Curto Prazo Permanente	4	Privado	
Criar legislação municipal para controle da atuação das agências de turismo e turistas particulares, cobrando uma taxa de acesso aos atrativos turísticos;	Poder Público	Curto Prazo	4	Público	

Esclarecer os donos de estabelecimentos sobre a importância da emissão de Nota Fiscal e como estes recursos podem ser revertidos em benefícios para a comunidade;	Poder Público Empreendedores	Médio Prazo	4	Público	
Sensibilizar a população local sobre o impacto das culturas exógenas (pinus e outros) e seu legado negativo;	Poder Público Emater	Curto Prazo Permanente	4	Público	
Legalizar a pesca esportiva, criando regras para a prática da atividade;	Poder Público As. Condutores	Médio Prazo	4	-	
Integrar os atrativos turísticos locais, envolvendo além dos cânions, o Cachoeirão dos Rodrigues e o Desnível dos Rios.	Poder Público As. Condutores	Médio Prazo	4	-	
Acelerar a aproximação de condutores e guias de turismo, criando um estatuto e uma tabela, disciplinando a atuação da categoria no município. Fortalecer a aproximação com as pousadas;	As. Pousadas Sec Turismo	Curto Prazo	3	Privado	
Realizar treinamento culinário, com foco nos pratos típicos, envolvendo a comunidade local e resgatando receitas tradicionais (vovós). Viabilizar a impressão/distribuição do material feito pela Emater;	Poder Público Emater As. Pousadas	Curto Prazo Permanente	2	Público Privado	
Mapear todos os pontos turísticos, implantar placas, decks, mirantes, pontos de informações e qualificar os acessos/estradas;	As. Pousadas Sec Turismo	Médio Prazo	2	Privado Público	

MARKETING E PROMOÇÃO DO DESTINO

O que fazer	Quem faz	Quando fazer	Prioridade	Recurso	Situação
Fazer projeto para divulgação da região e atrativos, buscando financiamento privado e público para viabilizar a realização das seguintes ações: - Qualificar as redes sociais: Instagram, Facebook; - Fortalecer a presença nas OTAs: TripAdvisor e outros; - Qualificar o Site Visite Ausentes (em três idiomas); - Encontros de influenciadores digitais; - Sinalização indicativa e interpretativa; - Elaborar um vídeo institucional turístico; - Imprimir um folder com mapa (com três idiomas); - Criar mapa digital; - Criar QRCodes, que conduzam ao site; - Qualificar a indicação do Waze e Google Maps; - Qualificar a presença no Google Meu Negócio; - Inserir os empreendimentos nas OTAs: Booking, Airbnb e outros. Realizar treinamento sobre a inserção e respostas;	Sec Turismo As Pousada Comtur	Médio Prazo	5	Projetos Captação de Recursos	
Articular com a equipe de infraestrutura para qualificar o sinal de internet e implantar o wifi no CAT;	Poder público	Médio prazo	4	Públicos	
Criar um Film Commission;	Sec Turismo As Pousadas Comtur	Curto Prazo	3	-	

Promover reunião entre Associações e Comtur, visando alinhamento de agendas e prioridades regionais ou municipais;	Sec Turismo Comtur As. Pousadas As. Guia e Rural	Reuniões mensais Curto Prazo	2	-	
--	--	---------------------------------	---	---	--

Calendário de Eventos

Com relação aos eventos, entende-se que é necessário realizar mais alguns eventos de pequeno porte, numa parceria público-privado, visando estimular o fluxo de turistas e obtendo mídia espontânea, mantendo o município/região lembrados. Estes eventos podem acontecer nas empresas (individuais) ou em espaços públicos ou de entidades (coletivos).

Fundamental que se divulgue conjuntamente o calendário de eventos e que o mesmo seja atualizado permanentemente, especialmente no site. Uma das estratégias é investir nas mídias digitais. Também foi proposto que o Comtur faça a avaliação do calendário de eventos anualmente, visando os integrar em um calendário único.

CALENDÁRIO DE EVENTOS OFICIAL					
O que fazer	Quem faz	Quando fazer	Prioridade	Recurso	Situação
Criar lei para regulamentar os eventos privados que são realizados no município;	Sec Turismo As Pousadas Comtur	Curto Prazo	5	-	
Melhorar e diversificar a divulgação dos eventos;	Sec Turismo Agência turismo	Médio prazo	3	Próprios	
Estabelecer parceria com o Parque de Rodeios e CTG Rodeio dos Pampas da Silveira para ser utilizado como camping (motor home). Estruturar planos de negócios para comprovar os ganhos;	CTG As Pousadas Comtur	Médio prazo	3	Próprios	

Monitoramento – Conclusão

São José dos Ausentes, o ponto mais alto e frio do Rio Grande do Sul, a “Terra do Frio, Cânions e Cascatas”, possui forte atratividade, em função de sua paisagem natural, extremamente diferenciada, sendo parte dos Aparados da Serra. Lugar onde se localiza o ponto mais alto do Rio Grande do Sul, o Cânion e Pico Monte Negro, com 1.403 metros de altitude, e, ainda, o Cachoeirão dos Rodrigues, o Desnível dos Rios, se constituindo como um “pano de fundo” para inúmeras possibilidades de experiências turísticas que podem ser realizadas. Cabe ressaltar este diferencial, pois em 35 quilômetros, há a existência de oito cânions (65 km partindo do centro), acessíveis por estrada não pavimentada.

Terra que foi sendo constituída por pessoas ausentes, quer seja pelo fato de terem falecido em batalhas, ou por desistirem de aqui ficar, dado o frio intenso. É a terra que convida, agora, para as pessoas se ausentarem de suas rotinas, muitas vezes estressantes e desgastantes, e aqui se encontrarem consigo mesmo.

Apesar de todo o potencial natural, percebe-se que há, ainda, uma grande possibilidade de criação de práticas e experiências, esclarecendo ao visitante o que ele pode fazer aqui. Assim, sugere-se criar experiências para distintos públicos: casais, famílias com crianças, jovens, idosos, e com distintas durações de tempo, sempre estimulando a permanência na cidade por mais dias. Também é importante reforçar a parceria com os municípios da região.

Um dos gargalos existentes é a estrada que liga São José dos Ausentes a Cambará do Sul, não pavimentada e em péssimas condições, dificultando que os turistas que visitam aquele município se desloquem para cá. É importante atentar para o fato de que os parques nacionais daquele município deverão ser concedidos para a iniciativa privada e que a previsão é de um milhão de visitantes, o que poderá impactar inclusive os meios de hospedagem local.

Fundamental trabalhar as políticas públicas, especialmente o Plano Diretor, para regradar o desenvolvimento do turismo nas bordas dos cânions, que estão localizadas em áreas privadas, para que esta ocupação seja sustentável e, ao mesmo tempo, promova a competitividade.

A gastronomia precisa ser mais evidenciada. É preciso trabalhar com a realização de eventos que promovam os pratos locais, especialmente o queijo serrano, declarado patrimônio imaterial do município, além do pinhão, do mel, da carne de gado solto, da gila e outras iguarias locais.

O município deverá constituir ações qualificadas visando a promoção do destino, reforçando a identidade que foi construída no presente Plano. Recomenda-se a criação de um banco de imagens focado em experiências, bem como a construção de um site, perfis no Facebook e no Instagram e vídeo, todos apresentando o destino turístico, podendo ser aproveitado o que já é trabalhado pela Secretaria de Turismo.

Mais importante, no momento, é implementar as ações priorizadas neste estudo, que deverão ter continuidade e serem renovadas e qualificadas periodicamente. Fundamental registrar as ações desenvolvidas e que se organize uma forma de coleta de dados, com o objetivo de identificar o acerto, ou não, das estratégias adotadas, visando o desenvolvimento do turismo.

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

Com relação ao desenvolvimento do turismo, deve-se atentar para as seguintes áreas:

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

O papel do Conselho Municipal de Turismo é fundamental no monitoramento deste Plano de Turismo que deverá, após sua aprovação, ser encaminhado ao executivo e legislativo municipal, visando transformá-lo em lei, como parte da Política Municipal de Turismo. Da mesma forma, sugere-se também que este documento seja atualizado anualmente.

Cabe ressaltar, ainda, que o Ministério do Turismo (MTur) considera fundamental a elaboração do Plano Municipal de Turismo, que tem o objetivo de promover a articulação e o ordenamento turístico da localidade. Além disso, é necessário comprovar a existência do órgão municipal de turismo (Secretaria) e o funcionamento do Conselho Municipal de Turismo, bem como o vínculo a uma Instância de Governança Regional.

Os planos favorecem o adequado desenvolvimento de destinos. O Mtur também considera o documento um dos critérios para participar do Prodetur + Turismo. Assim, o Plano se torna também um meio de receber ações de infraestrutura, promoção e qualificação do turismo.

Entende-se que São José dos Ausentes tem as condições ideais para se configurar como um dos principais destinos turísticos do Rio Grande do Sul, valorizando o patrimônio natural e histórico-cultural, desde que trabalhe com as ações construídas de forma participativa e integrada, presentes neste plano.

Um lembrete:

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

Vocês devem divulgar o seu território!

Referências

ABBTUR. **O que é a Associação Brasileira de Turismólogos e Profissionais do Turismo.** Disponível em: <http://www.abbtur.org.br/abbtur/conteudo.asp?cod=1>. Acesso em: 25 jan. 2019.

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

BRASIL. Ministério do Turismo. **Anuário Estatístico 2014.** Volume 41. Ano base 2013.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Cresce a participação do Turismo no PIB nacional.** Texto por André Martins. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/12461-cresce-a-participa%C3%A7%C3%A3o-do-turismo-no-pib-nacional.html>. Acesso em: 05 set.2019.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Embratur.** Disponível em: <http://www.embratur.gov.br/>. Acesso em: 25. Jan. 2019.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores,** Brasília, 2010.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Índice de competitividade do turismo nacional: relatório Brasil 2015.** Coordenação Luiz Gustavo Medeiros Barbosa. – Brasília, DF: 2015. 92 p.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2018-2022: mais emprego e renda para o Brasil.** Brasília: Ministério do turismo. Brasília, DF: 2015. 162 p.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Aquarela: Marketing turístico internacional do Brasil.** Relatório executivo. Metodologia e Coordenação: Chias Marketing. 2005.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Programa Investe Turismo.** Publicado em 28 de Maio de 2019 | Última atualização em 28 de Agosto de 2019. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/investeturismo.html>. Acesso em: 21. ago.2019.

CARSON, Biz. Forbes. **Airbnb busca estratégias novas para crescer mais.** Março 2019. Disponível em: <https://forbes.uol.com.br/negocios/2019/03/airbnb-busca-estrategias-novas-para-crescer-mais/>. Acesso em: 12.set. 2019.

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

EUROMONITOR. **The New Online Travel Consumer.** Disponível em: <http://go.euromonitor.com/rs/euromonitorinternational/images/TheNewOnlineTravelConsumer.pdf> . Acesso em: 25 ago. 2018.

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

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

FEMAR - AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO. **Plano de Ação para o fortalecimento do Turismo no Município do Rio Grande - RS.** Dez/2012. Consultoria: SDP-SMC N.003/2012/PDMI/BIRD Acesso em: maio. 2019.

FOLHA UOL. **Gasto de turista brasileiro sobe 10 vezes em 10 anos.** 2015. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2014/01/1391988-gasto-de-turista-brasileiro-sobe-10-vezes-em-10-anos.shtml>. Acesso em: 12 abri. 2019.

FORUM GLOBAL. **The Global Competitiveness Report 2014–2015.** Disponível em: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2014-2015/>. Acesso em: 21 ago. 2019.

IBGE CIDADES. **São José dos Ausentes - Panorama.** Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/sao-jose-dos-ausentes/panorama>. Acesso em: 05 set. 2019.

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

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

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

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO – OMT. **Panorama OMT del Turismo Internacional.** Disponível em: <http://www2.unwto.org>. Acesso em: 15. jul. 2019.

OSHIMA, F. M. et al. **Compre experiências e não coisas.** Revista Época. 2015. Disponível em: <https://epoca.globo.com/vida/noticia/2015/02/bcompre-experiencias-be-nao-coisas.html> Acesso em: 12 mai. 2019.

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

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

RIO GRANDE DO SUL. **Turismo no Rio Grande Do Sul.** Um Grande Destino. Disponível em: <https://www.turismo.rs.gov.br/cidade/55/cambara-do-sul>. Acesso em: 30 ago. 2019.

RIO GRANDE DO SUL. **Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo.** Disponível em: <https://estado.rs.gov.br/secretaria-de-desenvolvimento-economico-e-turismo>. Acesso em: 30 ago. 2019.

SÃO JOSÉ DOS AUSENTES, Prefeitura Municipal de. **Página Institucional/ Homepage.** Disponível em: <http://www.saojosedosausentes.rs.gov.br/>. Acesso em: 10 set. 2019.

SÃO JOSÉ DOS AUSENTES. **Visite Ausentes.** Disponível em: <https://visiteausentes.com.br/>. Acesso em: 10. set. 2019.

SCHNAIDER. Amanda. **E-commerce crescerá 15% em 2019, aponta Ebit Nielsen.** Revista Meio e Mensagem. 2019. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2019/02/21/e-commerce-crescera-15-em-2019-aponta-ebit-nielsen.html>. Acesso em: 12.set. 2019.

SEBRAE RS - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Unidade do Rio Grande do Sul. **Os números do setor no Brasil** - Disponível em: <https://sebraers.com.br/turismo/os-numeros-do-setor-no-brasil/>. Acesso em: 01. Jul. 2018.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Boletim de Tendência do Turismo**. Jun. 2014.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Boletim de Tendência do Turismo**. Jun. 2015.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Índice de competitividade do turismo nacional** (Recurso eletrônico): destinos indutores do desenvolvimento turístico regional: relatório Brasil 2014 / Coordenação Luiz Gustavo Medeiros Barbosa. – Brasília, DF: SEBRAE, 2014.

SECRETARIA DE TURISMO, CULTURA, E MEIO AMBIENTE DE SÃO JOSÉ DOS AUSENTES. Página inicial. Facebook: usuário do Facebook. Disponível em: <https://www.facebook.com/sjausentes/>. Acesso em: 15 set. 2019.

TEIZEN, Beatrice. Panrotas. **Executivo do Airbnb fala sobre disrupção e experiência**. 2019. Disponível em: https://www.panrotas.com.br/viagens-corporativas/tecnologia/2019/09/executivo-do-airbnb-fala-sobre-disrupcao-e-experiencia_167585.html. Acesso em: 12.set. 2019.

TEIZEN, Beatrice. **Turismo foi o setor de mais rápido crescimento no mundo**. Revista Panrotas. 2019. Disponível em: <https://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2019/09/turismo-foi-o-setor-de-mais-rapido-crescimento-no-mundo>> Acesso em: 05 set. 2019.

Anexo I – Listas de presença da Palestra e da Oficina



Nº	NOME COMPLETO	CNPJ OU CPF	EMPRESA	E-MAIL	TELEFONE
1	Edinaura Pinheiro Lopes	013.408.450-08	Ag. Pimenta Companhia	edinaurap@pimenta.com.br	154199847800
2	Pauline S. L. de Jesus	00720263085	Ag. Pimenta Companhia	-	154199998778
3	Donelson J. Pereira	10334349000129	Hotel Gargu	hotel@pimenta.com.br	541999216460
4	Alina Maria Perdomo (Pai)	946.247.970-87	Secretaria de Turismo	almenino@pimenta.com.br	54199996331
5	Edson de Bessa	312106860-15	Secretaria de Turismo	edson@pimenta.com.br	54199825537
6	Luiz Carlos de Souza			luiz@pimenta.com.br	54199830936
7	Orlando F. Silva				54199998778
8	Antonio Pereira	060.229.849-99	Comunidade Pimenta	antonio@pimenta.com.br	54199998778
9	Michael Pereira				54199998778
10	Uenício Camargo Santos				
11	Marcelo V. de Souza				
12	Walter de Souza				
13	Guilherme de Souza				
14	Diogo de Souza				
15	Clevisson de Souza				
16	Roberto de Souza				

f



Nº	NOME COMPLETO	CNPJ OU CPF	EMPRESA	E-MAIL	TELEFONE
1	Georgine Souza Martins		Doussada E. Benifita		96906593
2	Chales O. Pa...	32 051 730/0001-09	ImunSal Nutricao	terrasul@centuradigital	051-336604735
3	Alana Inacio Pinheiro	846 287 960 87	Servicos de Apoio	almeida@servicosdeapoio	933996338
4	Magda Farias	030932 550-26	Secutoria Juizima	magda@sejorjima	19556@gmail.com (48) 993303293
5	Joaoine Stenella	000.560.850-36	Santania Turismo	seclourense@igml.com	(34) 3334 4006
6	Edmundo Pinheiro	013 408 150-08	Soc. Pincoo Comercio	edimundo@pincoo	Par (54) 99847300
7	Fernica Redelme	035 353 840 -01	Secutorio bande	fredelme@sejorjima	(54) 9960557181
8	Wagner Pinheiro	589.827.980/04	EMATER RJ/MAC	ens; ruse@emater.fse	54 99917 0736
9	Raulo Souza	803.633.770 34	Estencia Flor	estencia@sejorjima	51 59300-2086
10	Felomen da Silva		"	"	"
11	KL NHIKIK VOIACI	040155820 83	"	"	"
12	Luciano Souza	51 9913 72609			51 981370194
13					
14					
15					
16					

left

66



