SERRA GAÚCHA - BRASIL

Pura Inspiração

PLANO DE DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL DE TURISMO DO MUNICÍPIO DE BENTO GONÇALVES/RS

Agosto -2022

Bento

Plano de Desenvolvimento Territorial do Turismo

do Município de Bento Gonçalves

Participação:

Secretaria Municipal
de Turismo

MINISTÉRIO DO TURISMO

PÁTRIA AMADA BRASIL
GOVERNO FEDERAL

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
Presidente: **Jair Messias Bolsonaro**

MINISTÉRIO DO TURISMO
Ministro: **Carlos Alberto Gomes de Brito**

SECRETARIA NACIONAL DE ATRAÇÃO DE INVESTIMENTOS, PARCERIAS E CONCESSÕES
Secretário: **Heitor Magalhães de Sousa Kadri**

DEPARTAMENTO DE ORDENAMENTO, PARCERIAS E CONCESSÕES
Diretor: **Ronei Alcantara da Fonseca**

COORDENAÇÃO GERAL DE ÁREAS ESTRATÉGICAS PARA O DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO
Coordenadora Geral: **Ana Carla Fernandes Moura**
Coordenadora de Apoio à Elaboração e Execução de Planos: **Miranice Lima Santos**

FICHA TÉCNICA DO MUNICÍPIO DE BENTO GONÇALVES/RS:
Prefeito de Bento Gonçalves:
Guilherme Pasin (2017-2020)
Diogo Segabinazzi Siqueira (2021 – 2024)

Vice-Prefeito de Bento Gonçalves:
Amarildo Lucatelli

Secretaria Municipal de Turismo – SEMTUR:
Rodrigo Ferri Parisotto

Técnica da SEMTUR:
Denise Holleben – Turismóloga

ENTRE RIOS CONSULTORIA E EVENTOS:
Coordenação Técnica:
Rita de Cássia Michelon – Especialista em Políticas Públicas /Turismóloga
Roséli Azi Nascimento – Bióloga / Turismóloga

Especialista em Programação e Monitoramento:
Pier Cláudio M. Nicotti – Bacharel em Ciências da Computação

Especialista em Urbanismo:
Rodrigo Poltosi – Arquiteto

Especialista em Patrimônio Histórico:
Vladimir Roman – Arquiteto

Especialista em Fortalecimento da Gestão Municipal:
Fábio Lucas de Oliveira Bueno – Administrador

Especialista em Meio Ambiente:
Roséli Azi Nascimento – Bióloga

Especialista em Planejamento Turístico:
Lenora Horn Schneider – Economista / Turismóloga
Rita de Cássia Michelon – Especialista em Políticas Públicas / Turismóloga
Vânia Reis dos Santos – Especialista em Mice / Turismóloga

Especialista em Estudos e Análise de Viabilidade
Fábio Lucas de Oliveira Bueno – Administrador

Especialista em Projetos de Infraestrutura:
Júlio César Sánchez Rivera – Engenheiro Civil

Projeto Gráfico:
Isadora Azi Weidlich – Designer

Conselho Municipal de Turismo – COMTUR:
Presidente: **Marcos Giordani**
1º Vice–presidente: **Alexandra Garbin**
2º Vice–presidente: **Eliane Bertinatto**

Entrevistados:
Beatriz Paulus – Diretora Executiva ATUASSERRA
Bruna Cristófolli – Roteiro Cantinas Históricas
Cristiane Bertoco e Luciana Silva – Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano - IPURB
Elson Schneider – Pres. Sindicato Rural Serra Gaúcha
Gabrielle Signori Rodrigues – Pres. Bento Convention Bureau
Gilberto Duarte – Dir. Geral da Expobento e Fundaparque
Luciana Radaelli Barbieri – Coord. Adm. e Financeira – APROVALE
Lucimar Roncaglio – Dir. Enoturismo e Sócio da Tratoria Mamma Gema – APROVALE
Márcia Ferronato – Presidente COMTUR e Diretora SEGH
Marcos Carboni – Presidente CDL
Maristela Lerin – Roteiro Caminhos de Pedra
Naiara Elisa Martini – Coord. de Comun. e Marketing – APROVALE
Raimundo e Maristela Zucchi – Roteiro Encantos de Eulália
Roberto Caineli Júnior – Roteiro Vale do Rio das Antas
Simone Dalla Costa Lemos – SMMAM
Tarcisio Michelon – Dir. Superintendente Rede de Hotéis DALLONDER

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Diagrama das etapas da Construção do Plano Municipal de Turismo 25
Figura 2 – Diagrama das etapas da Metodologia de Trabalho 26
Figura 3 – Identificação dos 8 eixos do PRT 26
Figura 4 – 17 ODS da ONU 27
Figura 5 – Marca da Rota Caminhos de Pedra 41
Figura 6 – Marca da Rota Cantinas Históricas 43
Figura 7 – Marca da Rota Encantos de Eulália 44
Figura 8 – Marca da Rota Vale do Rio das Antas 46
Figura 9 – Marca do Tour de Compras 60
Figura 10 – Marca Tour da Experiência 61
Figura 11 – Evolução número de visitantes desde 2014 65
Figura 12 – Avaliação viajantes no *TripAdvisor* passeio Maria Fumaça 75
Figura 13 – Avaliação de viajantes no *TripAdvisor* Epopeia Italiana 76
Figura 14 – Marca da Agência Giordani Turismo 83
Figura 15 – Crescimento número de eventos realizados entre 2012 e 2019 104
Figura 16 – Mapa da Rota Vale do Rio das Antas 104
Figura 17 – Mapa da Rota Cantinas Históricas 105
Figura 18 – Mapa da Rota Rural Encantos de Eulália 107
Figura 19 – Mapa da Rota Caminhos de Pedra 109
Figura 20 – Mapa da Rota Vale dos Vinhedos 111
Figura 21 – Mapa da Região Urbana 112
Figura 22 – Mapa da Área de Atuação do 3º BRBM 120
Figura 23 – Marca Município de Bento Gonçalves 123
Figura 24 – Marca ATUASERRA 126
Figura 25 – Marca da entidade SEGH 127
Figura 26 – Marca Bento *Convention Bureau* 128
Figura 27 – Marca Bento + 20 129
Figura 28 – Ações CONSEPRO 130
Figura 29 – Marca CIC BG 130
Figura 30 – Marca CDL BG 130
Figura 31 – Segmentos turísticos identificados no município de Bento Gonçalves. 158
Figura 32 – Elementos destaque no Turismo Cultural 159

Figura 33 – Atividades destaques do Turismo Cultural 159
Figura 34 – Principais produtos do Turismo Rural 160
Figura 35 – Principais tipologias do Turismo de Eventos 161
Figura 36 – Segmentos Emergentes 162
Figura 37 – Produtos Emergentes do Segmento de Negócios e Eventos 163
Figura 38 – Estratégias Macro 170

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1 – Cantina Strapazzon 42
Imagem 2 – Vinícola Cristofoli 44
Imagem 3 – Parque de Aventuras Gasper 45
Imagem 4 – Ponte Ernesto Dornelles 46
Imagem 5 – Vinícola Miolo 48
Imagem 6 – Peças mais comercializadas aos turistas 50
Imagem 7 – Vinícola Aurora 51
Imagem 8 – Igreja São Bento 52
Imagem 9 – Inauguração área ampliada Malhas G'Dom 53
Imagem 10 – Atrativo Turístico Trem Maria Fumaça 54
Imagem 11 – *Souvenirs* de Bento Gonçalves 54
Imagem 12 – Monumento ao Imigrante 55
Imagem 13 – Museu do Imigrante 56
Imagem 14 – Parque Epopeia Italiana 57
Imagem 15 – Pipa Pórtico 57
Imagem 16 – La Fontana na Via del Vino 58
Imagem 17 – Folder de divulgação do passeio de bike 59
Imagem 18 – Degustação às Cegas em Bento Gonçalves 61
Imagem 19 – Ônibus Chevrolet 1961 62
Imagem 20 – Novalle Espaço para Eventos 64
Imagem 21 – CAT Pipa Pórtico 79
Imagem 22 – Prato típico do destino turístico 81
Imagem 23 – Sinalização Urbana em diferentes períodos 94
Imagem 24 – Sinalização Rota Caminhos de Pedra 95
Imagem 25 – Sinalização Rota Cantinas Históricas 95
Imagem 26 – Sinalização Vale do Rio das Antas 95
Imagem 27 – Sinalização Rota Vale dos Vinhedos 96
Imagem 28 – Sinalização Rota Encantos de Eulália 96
Imagem 29 – Sinalização das agroindústrias 97
Imagem 30 – Seção transversal BR-470 103
Imagem 31 – Rua Mário Salton – Pavimentação em paralelepípedos 105
Imagem 32 – ERS-431 – Pavimentação em asfalto 106

Imagem 33 – Rua Joaquim Toniolo – Pavimentação em paralelepípedo 108
Imagem 34 – Rua Joaquim Toniolo – Pavimentação em asfalto..... 108
Imagem 35 – Rua Joaquim Toniolo Trecho sem pavimentação..... 109
Imagem 36 – Cicloturismo na Rodovia - Caminhos de Pedra..... 110
Imagem 37 – Entrada Aeroclube..... 114
Imagem 38 – Bento *Film Comission*..... 125
Imagem 39 – ETE de BG em construção na localidade do Barracão, as margens da ERS 444..... 144
Imagem 40 – Coletores de Resíduos Giordani Turismo – Coleta Seletiva..... 146
Imagem 41 – Projeto Florescendo Para a Vida..... 147
Imagem 42 – Pórtico de Entrada UC Municipal..... 156

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Dados sobre meios de Hospedagem de Bento Goncalves – 2018 77
Tabela 2 – Empresas cadastradas no CADASTUR 83
Tabela 3 – Resumo patrimônio material de Bento Gonçalves 88
Tabela 4 – Locais para eventos e respectiva capacidade 99
Tabela 5 – Outros locais para eventos em Bento Gonçalves 100

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Evolução número de visitantes no período de 2012 a 2019 33
Gráfico 2 – Motivo da Viagem 35
Gráfico 3 – Número de visitas mensais nos atrativos em 2018..... 37
Gráfico 4 – Perfil do modo de viajar 39
Gráfico 5 – Procedência dos visitantes 40
Gráfico 6 – Taxa de ocupação de 2014 a 2018..... 78
Gráfico 7 – Número de visitas ao CATs de 2014 a 2018 80

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Segmentos Turísticos Identificados em Bento Gonçalves..... 76
Quadro 2 – Identificação dos principais eventos no município de Bento Gonçalves. 97
Quadro 3 – Hierarquia de desenvolvimento do potencial de um atrativo turístico ... 164
Quadro 4 – Critérios para Hierarquização dos Atrativos 165
Quadro 5 – Cálculo da Hierarquização dos Atrativos Turísticos de Bento Gonçalves 166
Quadro 6 – Resultado da Análise SWOT do Destino Bento Gonçalves..... 167
Quadro 7 – Pontos Fortes e Fracos dos Eixos 1 e 3..... 172
Quadro 8 – Pontos Fortes e Fracos dos Eixos 2, 4, 5 e 6..... 174
Quadro 9 – Pontos Fortes e Fracos dos Eixos 2 e 7..... 176
Quadro 10 – Pontos Fortes e Fracos dos Eixos 4 e 5..... 177
Quadro 11 – Pontos Fortes e Fracos do Eixo 8 179
Quadro 12 – Pontos Fortes e Fracos dos Eixos 3, 4 e 6..... 180
Quadro 13 – Eixo 1 Gestão Descentralizada do Turismo 182
Quadro 14 – Eixo 2 Planejamento e Posicionamento de Mercado 184
Quadro 15 – Eixo 3 Qualificação Profissional dos Serviços e da Produção Associada 187
Quadro 16 – Eixo 4 Empreendedorismo, Captação e Promoção de Investimento.. 189
Quadro 17 – Eixo 5 Infraestrutura Turística 192
Quadro 18 – Eixo 6 Informações Turísticas 196
Quadro 19 – Eixo 7 Promoção e Apoio à Comercialização..... 197
Quadro 20 – Eixo 8 Monitoramento..... 203
Quadro 21 – Identificação de Investimentos para Implantação das ações do Plano Municipal de Turismo de Bento Gonçalves/RS 271
Quadro 22 – Matriz de Impactos Potenciais da Implantação das APDs..... 278
Quadro 23 – Sugestão de indicadores para monitoramento das APDs..... 295

LISTA DE SIGLAS

AAECO	Associação Ativista Ecológica
AAPLASBG	Associação dos Artistas Plásticos de Bento Gonçalves
AAPLAS	Associação dos Artistas Plásticos da Serra Gaúcha
ABCTG	Associação Bentogonçalvense de Cultura Tradicionalista Gaúcha
ABE	Associação Brasileira de Enologia
ABEPAN	Associação Bento-Gonçalvense de Proteção do Ambiente Natural
ABETA	Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo Aventura
ACE	Áreas de Controle Especial
ACT	Atividades Características do Turismo
AMESNE	Associação dos Municípios da Encosta Superior do Nordeste
ANA	Agência Nacional de Águas
ANAC	Agência Nacional de Aviação Civil
ANEEL	Agência Nacional de Energia Elétrica
ANIP	Associação Nacional da Indústria de Pneumáticos
APD	Ações Promotoras do Desenvolvimento
APP	Áreas de Preservação Permanente
APPAC	Áreas de Proteção à Paisagem Cultural e do Itinerário Cultural
APPAHC	Área de Proteção Paisagística, Ambiental e do Patrimônio Histórico e Cultural
APROVALE	Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos
ARACAMP	Associação dos Revendedores de Agrotóxicos dos Campos de Cima da Serra
ASCON	Associação das Empresas da Construção Civil
ASCORI	Associação de Corretores de Imóveis
ATUASERRA	Associação de Turismo da Serra Nordeste
AUNe	Aglomeração Urbana do Nordeste
BADESUL	Agência de Fomento do Rio Grande do Sul
BPAT	Batalhão de Policiamento de Áreas Turísticas
BRASPOL	Associação dos Poloneses Brasileiros
BRBM	Batalhão Rodoviário da Brigada Militar
CADASTUR	Cadastro dos Prestadores de Turismo
CAPS	Centro de Atendimento Psicossocial
CAPSAD	Centro de Atenção Psicossocial Álcool e Drogas
CAPSI	Centro de Atenção Psicossocial Infantil
CAT	Centro de Atendimento ao Turista
CBT	Código Brasileiro de Trânsito
CDL	Câmara de Dirigentes Lojistas
CEBM	Companhia Especial de Bombeiro Militar
CEO	Centro de Especialidades Odontológicas
CICATUR	Centro Interamericano de Capacitação Turística
CIC BG	Centro da Indústria, Comércio e Serviços de Bento Gonçalves
CISGA	Consórcio Intermunicipal de Desenvolvimento Sustentável da Serra Gaúcha

CMF	Centro Municipal de Fisioterapia
CMPC	Conselho Municipal de Políticas Culturais
CNAE	Classificação Nacional de Atividades Econômicas
CNPJ	Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica
CO	Monóxido de Carbono
CODITUR	Conselho de Dirigentes Municipais de Turismo
COMBEA	Conselho do Bem Estar dos Animais
COMDEMA	Conselho Municipal de Defesa do Meio Ambiente
COMPAHC	Conselho Municipal do Patrimônio Histórico e Cultural
COMTUR	Conselho Municipal de Turismo
CONETUR	Conselho Estadual de Turismo
CONSEPRO	Conselho Comunitário Pró-Segurança Pública
CONTRAN	Conselho Nacional de Trânsito
COREDES	Conselhos Regionais de Desenvolvimento
CORSAN	Companhia Rio-grandense de Saneamento
COVID-19	*Corona Virus Disease*
CRBM	Comando Rodoviário da Brigada Militar
CRECI	Conselho Regional de Corretores de Imóveis
CRMI	Centro de Referência Materno Infantil
CTG	Centro de Tradições Gaúchas
DAER	Departamento Autônomo de Estradas e Rodagem
DEAM	Delegacia Especializada de Atendimento a Mulher
DENATRAN	Departamento Nacional de Trânsito
DNIT	Departamento Nacional de Infraestrutura de Trânsito
DO	Denominação de Origem
DOVV	Denominação de Origem do Vale dos Vinhedos
DDPA	Delegacia de Polícia de Pronto Atendimento
EMATER/RS	Associação Riograndense de Empreendimentos de Assistência Técnica
EMBRATUR	Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo
EPE	Exceções Devidas a Padrão Emergente
ESF	Estratégia Saúde da Família
ETE	Estação de Tratamento de Esgotos
FAMURS	Federação das Associações de Municípios do Rio Grande do Sul
FAPERGS	Fundação de Amparo a Pesquisa do Rio Grande do Sul
FAURGS	Fundação de Apoio da Universidade Federal do Rio Grande do Sul
FECOSOL	Fórum Social da Economia Solidária
FETEBE	Festivais de Teatro
FIEMA	Feira de Negócios e Tecnologia em Resíduos, Águas, Efluentes e Energia
FIMMA	Feira Internacional de Máquinas, Matérias-primas e Assessórios para Indústria Moveleira
FINEP	Financiamento de Projetos
FNP	Frente Nacional de Prefeitos
FUNDAPARQUE	Parque de Eventos de Bento Gonçalves
GT	Grupo de Trabalho
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBRAVIN	Instituto Brasileiro do Vinho

IES	Instituição de Ensino Superior
INPI	Instituto Nacional de Propriedade de Indústria
IP	Indicação de Procedência
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
IPHAE	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico do Estado
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
IPTU	Imposto Predial e Territorial Urbano
IPURB	Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano
IPVV	Indicação de Procedência do Vale dos Vinhedos
ISSQN	Imposto Sobre Serviço de Qualquer Natureza
ITM	Instituto Tarcísio Michelon
LED	*Light-emitting Diodes*
LOA	Lei Orçamentária Anual
METROPLAN	Fundação Estadual de Planejamento Metropolitano e Regional
MOVERGS	Associação das Indústrias de Móveis do Estado do RS
MTUR	Ministério do Turismo
NAC	Núcleo de Audiovisual Cenecista
NO	Monóxido de Nitrogênio
ODS	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
OIV	*Organisation Internacionale de La Vigne et du Vin*
OMT	Organização Mundial do Turismo
ONG	Organização Não Governamental
ONU	Organização das Nações Unidas
OSCIP	Organização da Sociedade Civil de Interesse Público
PA	Pronto Atendimento
PGIRS	Plano de Gerenciamento Integrado de Resíduos Sólidos
PGPQ	Programa Gaúcho da Qualidade e Produtividade
PIB	Produto Interno Bruto
PMBG	Prefeitura Municipal de Bento Gonçalves
PPA	Plano Plurianual
PPP	Parceria Público Privada
PRODETUR	Programas Regionais de Desenvolvimento do Turismo
PRT	Programa de Regionalização do Turismo
PSTN	Rede Pública de Telefonia Comutada (*Public Switched Telphone Network*)
RECICLANIP	Reciclagem no Programa Nacional de Coleta e Destinação de Pneus Inservíveis
RGE	Rio Grande Energia
RPMA	Região Metropolitana de Porto Alegre
RMSG	Região Metropolitana da Serra Gaúcha
SAD	Serviço de Assistência Domiciliar
SAE/CTA	Serviço de Atendimento Especializado e Centro de Triagem e Aconselhamento
SAMU	Serviço de Atendimento Móvel de Urgência
SBP	Sociedade Brasileira de Pediatria
SEBRAE	Serviço de Apoio as Micro e Pequenas Empresas
SECULT	Secretaria Municipal de Cultura
SEDETUR	Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo
SEGH	Sindicato Empresarial de Gastronomia e Hotelaria
SEGIMU	Secretaria de Gestão Integrada e Mobilidade Urbana

SEMTUR	Secretaria Municipal de Turismo
SESC	Serviço Social do Comércio
SGA	Sistema de Gestão ambiental
SIG	Sistema de Informações Geográficas
SINDILOJAS	Sindicato do Comércio Varejista
SINDIMOVEL	Sindicato das Indústrias do Mobiliário de Bento Gonçalves
SMED	Secretaria Municipal de Educação
SMMAM	Secretaria Municipal de Meio Ambiente
SPG	Sistema de Planejamento de Gestão
SUS	Sistema Único de Saúde
TAC	Termo de Ajustamento de Conduta
TDC	Transferência do Direito de Construir
UBS	Unidade Básica de Saúde
UC	Unidade de Conservação
UCS	Universidade de Caxias do Sul
UNEP	*United Nations Environment Programme*
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
UOIE	*Union Internationale des Oenologues*
UPA	Unidade de Pronto Atendimento
UFRGS	Universidade Federal do Rio Grande do Sul
UVERGS	União dos Vereadores do Rio Grande do Sul
URA	Unidade de Recuperação Ambiental
ZGT	Zona Gastronômica Turística
ZC1	Zona Central 1

SUMÁRIO

I – INTRODUÇÃO 22
II – METODOLOGIA 24
1 FORMULAÇÃO DOS OBJETIVOS 30
1.1 OBJETIVOS E ENFOQUES DE ABORDAGEM DO TRABALHO 30
1.1.1 Objetivo Geral 30
1.1.2 Objetivos Específicos 30
2 ANÁLISE DO MERCADO TURÍSTICO (DEMANDA E OFERTA) DA ÁREA TURÍSTICA 33
2.1 PERFIL DA DEMANDA TURÍSTICA ATUAL 33
2.1.1 Fluxo de Visitantes 33
2.1.2 Identificação da Motivação da Viagem 34
2.1.3 Sazonalidade (alta e baixa temporada) 35
2.1.4 Permanência Média 37
2.1.5 Gasto Médio 37
2.1.6 Equipamentos 38
2.1.7 Meios de Transporte 38
2.1.8 Modo de viajar 39
2.1.9 Procedência dos visitantes 40
2.1.10 Identificação dos Produtos Turísticos mais visitados no município de Bento Gonçalves 40
2.1.10.1 Atrativos Turísticos no Meio Rural 40
2.1.10.1.1. Rota Caminhos de Pedra 40
2.1.10.1.2 Rota Cantinas Históricas 42
2.1.10.1.3 Rota Rural Encantos de Eulália 44
2.1.10.1.4 Rota Vale do Rio das Antas 46
2.1.10.1.5 Rota Vale dos Vinhedos 47
2.1.10.2 Identificação dos Atrativos turísticos da Zona Urbana 50
2.1.10.2.1 Casa do Artesão e do Artista Plástico 50
2.1.10.2.2 Cooperativa Vinícola Aurora 50
2.1.10.2.3 Igreja Cristo Rei 51
2.1.10.2.4 Igreja São Bento 52
2.1.10.2.5 Malhas G'Dom 52
2.1.10.2.6 Trem Maria Fumaça 53
2.1.10.2.7 Monumento aos Imigrantes Italianos 55
2.1.10.2.8 Museu do Imigrante 55
2.1.10.2.9 Parque Cultural Epopeia Italiana 56
2.1.10.2.10 Pipa Pórtico 57
2.1.10.2.11 Via Del Vino 57
2.1.11 Produtos Turísticos 59
2.1.11.1 *Tour* Guiado "Que Tal de Bike?" 59
2.1.11.2 *Tour* de Compras 60
2.1.11.3 O *Tour* da Experiência – Região Uva e Vinho 60
2.1.11.4 *Walking Tour* Via del Vino 61
2.1.11.5 *City Tour* – Viva a História 62
2.1.12.6 *Destination Wedding* 63
2.2 ANÁLISE DA DEMANDA TURÍSTICA POTENCIAL 64
2.2.1 Demanda Potencial 64
2.2.2 Segmentos Potenciais 65

2.2.3 Destinos Competidores **65**
2.3 ANÁLISE DA OFERTA TURÍSTICA DA ÁREA TURÍSTICA 65
2.3.1 Análise da Oferta Turística – Zona Rural **66**
2.3.1.1 Rota Caminhos de Pedra **66**
2.3.1.2 Rota Cantinas Históricas **68**
2.3.1.3 Rota Encantos de Eulália **69**
2.3.1.4 Rota Vale do Rio das Antas **70**
2.3.1.5 Rota Vale dos Vinhedos **71**
2.3.2 Análise da Oferta Turística – Zona Urbana **72**
2.3.2.1 Cooperativa Vinícola Aurora **72**
2.3.2.2 Malhas G'Dom **73**
2.3.2.3 Trem Maria Fumaça **74**
2.3.2.4 Parque Cultural Epopeia Italiana **75**
2.3.3 Identificação dos Segmentos Turísticos **76**
2.3.4 Análise dos Equipamentos e Serviços Turísticos **77**
2.3.4.1 Meios de Hospedagem **77**
2.3.4.1.1 Taxa de ocupação 77
2.3.4.2 Centro de Atendimento ao Turista (CAT) **78**
2.3.4.3 Gastronomia **80**
2.3.4.4 Agências de Viagens / Operadoras Turísticas **81**
2.3.4.5 Número de prestadores cadastrados no CADASTUR **83**
2.4 RECURSOS OU ATRATIVOS DE BASE PATRIMONIAL 83
2.4.1 Manifestações Culturais **84**
2.4.1.1 Artes Cênicas **84**
2.4.1.2 Audiovisual **84**
2.4.1.3 Música **85**
2.4.1.4 Artes Visuais **86**
2.4.1.5 Literatura **86**
2.4.2 Patrimônio Histórico e Cultural **87**
2.4.3 Patrimônio Imaterial **90**
2.4.4 Paisagem Cultural e Patrimônio Vitivinícola **90**
2.4.5 Folclore e Culturas Populares Tradicionais e Étnicas **91**
2.4.5.1 Italiana **91**
2.4.5.2 Poloneses **92**
2.4.5.3 Afrodescendentes **92**
2.4.5.4 Gaúchos **93**
2.5 SINALIZAÇÃO 94
2.6 EVENTOS 97
2.6.1 Eventos Permanentes de Bento Gonçalves **97**
2.6.2 Estruturas para a realização de eventos em Bento Gonçalves **98**
3 ANÁLISE DA INFRAESTRUTURA BÁSICA E DOS SERVIÇOS GERAIS ENCONTRADOS NA ÁREA TURÍSTICA **101**
3.1 REDE VIÁRIA DE ACESSO E MOBILIDADE 101
3.1.1 Vale do Rio das Antas **103**
3.1.2 Cantinas Históricas **105**
3.1.3 Encantos de Eulália **106**
3.1.4 Caminhos de Pedra **109**
3.1.5 Vale dos Vinhedos **110**
3.1.6 Área Urbana **112**
3.1.7 Rede Ferroviária **112**

3.1.8 Aeroportos 113
3.2 SISTEMA DE ABASTECIMENTO DE ÁGUA 114
3.3 SISTEMA DE ESGOTAMENTO SANITÁRIO 115
3.4 SISTEMA DE LIMPEZA URBANA 115
3.5 REDE DE DRENAGEM PLUVIAL 115
3.6 SISTEMAS DE COMUNICAÇÃO: COBERTURA DOS SERVIÇOS DE TELEFONIA FIXA E MÓVEL E INTERNET 115
3.6.1 Redes móveis celulares 116
3.7 ILUMINAÇÃO PÚBLICA 116
3.8 ATENDIMENTO DOS SERVIÇOS PÚBLICOS 117
3.8.1 Rede de Atendimento 117
3.8.2 Serviços Primários 118
3.8.3 Serviços Secundários 118
3.8.4 Atendimentos especializados 118
3.8.5 Serviços Terciários 119
3.9 SEGURANÇA PÚBLICA 119
3.9.1 Estrutura da organização 120
3.9.2 Delegacia de Polícia de Pronto Atendimento 120
3.9.3 Delegacia Especializada de Atendimento à Mulher – DEAM 121
3.10 FORNECIMENTO DE ENERGIA 121
4 ANÁLISE DO QUADRO INSTITUCIONAL DE BENTO GONÇALVES 122
4.1 ÓRGÃOS E INSTITUIÇÕES QUE ATUAM NA GESTÃO DO TURISMO NA ÁREA TURÍSTICA 122
4.1.1 Órgãos e Instituições Públicas 122
4.1.1.1 Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo - SEDETUR 122
4.1.1.2 Conselho Estadual de Turismo – CONETUR 122
4.1.2.3 Federação das Associações de Municípios do RS – FAMURS 123
4.1.2.4 Secretaria Municipal de Turismo de Bento Gonçalves – SEMTUR 123
4.1.2.5 Conselho Municipal de Turismo – COMTUR 124
4.1.2 Entidades Sem Fins Lucrativos e Movimentos Sociais 125
4.1.2.1 Associação de Turismo da Serra do Nordeste – ATUASERRA 125
4.1.2.2 Sindicato Empresarial de Gastronomia e Hotelaria /SEGH – Região Uva e Vinho 127
4.1.2.3 Associações Turísticas 128
4.1.2.4 Bento *Convention Bureau* 128
4.1.2.5 Demais entidades: 129
4.1.2.6 Conselho Comunitário Pró-Segurança Pública - CONSEPRO 129
4.1.2.7 Centro da Indústria, Comércio e Serviços de Bento Gonçalves – CIC BG 130
4.1.3 Projetos, Programas e Parcerias 130
4.2 IMPACTOS E LIMITAÇÕES DAS AÇÕES POLÍTICAS PÚBLICAS 131
4.2.1 Política de Planejamento Regional 133
4.2.2 Política de Planejamento Urbano Municipal 135
4.3 PROCESSOS DE PLANEJAMENTO TURÍSTICO 135
4.3.1 Plano Diretor de Bento Gonçalves 135
5 ANÁLISE DOS ASPECTOS SOCIOAMBIENTAIS NA ÁREA TURÍSITCA DO MUNICÍPIO DE BENTO GONÇALVES 141
5.1 ASPECTOS FÍSICOS E AMBIENTAIS 141
5.2 IDENTIFICAÇÃO E AVALIAÇÃO DOS IMPACTOS NO MEIO AMBIENTE 142
5.2.1 Para refletir sobre a Zona Rural 145

5.2.2 Para refletir sobre a Zona Urbana 145
5.3 GESTÃO AMBIENTAL PÚBLICA 146
5.3.1 Órgão Municipal 146
5.3.2 Conselhos 146
5.3.3 Projetos de Educação Ambiental 147
5.3.4 Associações e Consórcios 148
5.4 GESTÃO AMBIENTAL NAS EMPRESAS PRIVADAS 149
5.4.1 Programas de Certificação Ambiental das Empresas Turísticas (consolidadas ou em implementação) 149
5.5 INSTRUMENTOS DE PLANEJAMENTO E CONTROLE TERRITORIAL 149
5.5.1 Zoneamento Econômico-Ecológico / Plano Diretor 149
5.5.2 Unidade de Conservação Municipal 156
6 CONSOLIDAÇÃO DO DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO 157
6.1 ANÁLISE DOS PRODUTOS E SEGMENTOS ATUALMENTE CONSOLIDADOS NA ÁREA TURÍSTICA 157
6.1.1 Segmentos Consolidados 157
6.1.2 Segmentos Emergentes 161
6.2 ANÁLISE DA HIERARQUIZAÇÃO DOS ATRATIVOS 163
6.3 ESTRUTURAÇÃO DA MATRIZ SWOT 167
7 ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO 170
7.1 IDENTIFICAÇÃO DAS ESTRATÉGIAS MACRO 170
7.1.1 Estratégias de Desenvolvimento Turístico de Bento Gonçalves/RS 170
7.1.1.1 Estratégia Macro 1 – Cooperação, Parcerias e Legislação 171
7.1.1.2 Estratégia Macro 2 – Meio Ambiente e Cultura – Boas Práticas de Sustentabilidade 173
7.1.1.3 Estratégia Macro 3 – Divulgação e Comercialização do Destino – Ampliação da Oferta de produtos turísticos 175
7.1.1.4 Estratégia Macro 4 – Infraestrutura local – Melhoria de Estruturas e Serviços 177
7.1.1.5 Estratégia Macro 5 – Gestão e Monitoramento – Controles Internos no Destino 178
7.1.1.6 Estratégia Macro 6 – Transformação Digital – Migração para a Era Digital 180
7.2 DESCRIÇÃO DAS APDs A SEREM PROPOSTAS AGRUPADAS POR EIXO DE ATUAÇÃO DO PRT 181
8 PLANO DE AÇÃO: SELEÇÃO DE PROCEDIMENTOS, AÇÕES E PROJETOS 206
8.1 VISÃO GERAL E AÇÕES PREVISTAS 206
8.2 DIMENSIONAMENTO DO INVESTIMENTO TOTAL 271
8.3 AVALIAÇÃO DOS IMPACTOS POTENCIAIS DE IMPLEMENTAÇÃO DAS AÇÕES 276
8.3.1 Matriz de Avaliação de Impactos Ambientais, Sociais, Econômicos e Culturais 278
8.3.2 Parâmetros e Indicadores dos Impactos 293
8.3.2.1 Parâmetros 293
8.3.2.2 Indicadores 293
9 CONCLUSÃO 296
REFERÊNCIAS 300
APÊNDICE A - FORMULÁRIO DE ENTREVISTA COM PRESIDENTES DAS ROTAS TURISTICAS 310
APÊNDICE B - QUESTIONÁRIO PARA ENTIDADES E FORMADORES DE

OPINIÃO BENTO GONÇALVES/RS 311
ANEXO C – PLACAS DE SINALIZAÇÃO TURISTICA 2015 313
ANEXO D - ANÁLISE DAS ENTREVISTAS DA ROTA 317

I – INTRODUÇÃO

A elaboração deste plano consolida a Política Municipal de Turismo e apresenta as orientações estratégicas para o desenvolvimento dessa atividade no município de Bento Gonçalves, Região Turística Uva e Vinho, Serra Gaúcha, Rio Grande do Sul. O documento tem como pressupostos básicos o Plano Nacional de Turismo (PNT) 2018-2022, o Programa de Regionalização do Turismo (PRT), mais especificamente nos seus oito Eixos, os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) – Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU), as 23 Recomendações da Organização Mundial do Turismo (OMT) decorrente do *Corona Virus Disease* (Covid-19) e a participação e diálogo com a comunidade receptora.

As ações estratégicas elaboradas neste plano abrangem uma série de desejos de mudanças em áreas diversas: prosperidade econômica, igualdade de gênero, qualidade da água, fortalecimento das instituições, realização de parcerias, valorização e preservação da cultura e do meio ambiente. Ainda que a maioria das ações esteja sob a responsabilidade do poder público, os atores sociais, envolvidos direta ou indiretamente com o Turismo, devem envolver-se no que tange a execução dessas ações.

O desenvolvimento sustentável do Turismo pode contribuir positivamente para a vida das pessoas, através de uma oferta bem concebida e de qualidade que proteja e respeite o patrimônio cultural, os valores do Turismo e os recursos naturais, sociais e humanos. Os recursos turísticos disponíveis são constituídos ao mesmo tempo pelo espaço, bens e valores. Esses recursos não podem ser usados de forma descontrolada, pois, se assim o forem, ameaçam gerar degradação e até mesmo sua destruição. A satisfação de necessidades turísticas não deve constituir uma ameaça para os interesses sociais e populações das regiões turísticas, para o meio ambiente, com seus recursos naturais, que são uma atração essencial do Turismo, bem como lugares históricos e culturais. Todos os recursos turísticos pertencem à herança da humanidade. As comunidades nacionais e toda a comunidade internacional devem implantar esforços necessários para a sua preservação. A conservação da cultura e do meio ambiente em todas as circunstâncias e, especialmente em tempos de conflito, se constitui uma das responsabilidades fundamentais dos Estados (OMT, 2019).

O ano de 2020 promoveu uma ruptura em todas as previsões e planos estratégicos elaborados em todo o mundo devido à crise decorrente do Coronavírus – Covid-19. O vírus causador da doença espalhou-se rapidamente ao redor do mundo, afetando (e sobrecarregando) não apenas sistemas de saúde, mas a economia, modelos de organização de trabalho e interação social como um todo, além de evidenciar as principais desigualdades existentes (ESTRATÉGIA ODS, 2020). Foi preciso adaptar-se para lidar com os impactos sociais e econômicos gerados pela crise e alguns destinos turísticos destacaram-se nessa árdua tarefa. Bento Gonçalves realizava seu planejamento turístico quando a pandemia instalou-se no mundo e foi preciso um grande exercício de reflexão de todos os envolvidos sobre princípios e valores éticos em um mundo em crise, permeado por incertezas de toda ordem e confrontado com graves riscos em uma projeção de futuro (IRVING; COELHO; ARRUDA, 2020).

Diante da crise contemporânea, expressa em todas as suas nuances no contexto da pandemia da Covid-19, o debate sobre sustentabilidade no Turismo adquire uma importância basilar. Uma nova concepção de desenvolvimento turístico em bases sustentáveis e segundo uma perspectiva ética e cidadã, baseada em uma visão estratégica de futuro. A pandemia trouxe com ela muitas incertezas e, se, até 2019, as estratégias de políticas públicas dirigidas ao planejamento do setor baseavam-se, prioritariamente, nas estimativas otimistas que previam aumentos crescentes de fluxos, deixando para o segundo plano questões centrais como os impactos decorrentes do processo, o contexto da situação parece ter desmistificado essa tendência. Desse modo, o foco da reflexão passou subitamente a ser como lidar com os riscos e as incertezas em âmbito econômico, mas também social, ambiental, político e geopolítico, e quais as estratégias e salvaguardas necessárias para o planejamento turístico diante dos efeitos inegáveis da crise civilizatória (IRVING; COELHO; ARRUDA, 2020).

Diante deste cenário, este documento apresenta nove capítulos contendo os seguintes tópicos: Objetivos Propostos; Diagnóstico Estratégico da Área e das Atividades Turísticas com a Análise do Mercado Turístico; a Análise da Infraestrutura Básica; a Análise do Quadro Institucional; a Análise dos Aspectos Socioambientais; Consolidação do Diagnóstico com Estruturação da Matriz SWOT; as Estratégias de Desenvolvimento Turístico; o Plano de Ação com Seleção de Procedimentos, Ações

e Projetos, incluindo o Dimensionamento do Investimento Total e Matriz de Impactos Potenciais. Por fim, apresenta-se uma Conclusão sobre o conteúdo do documento.

II – METODOLOGIA

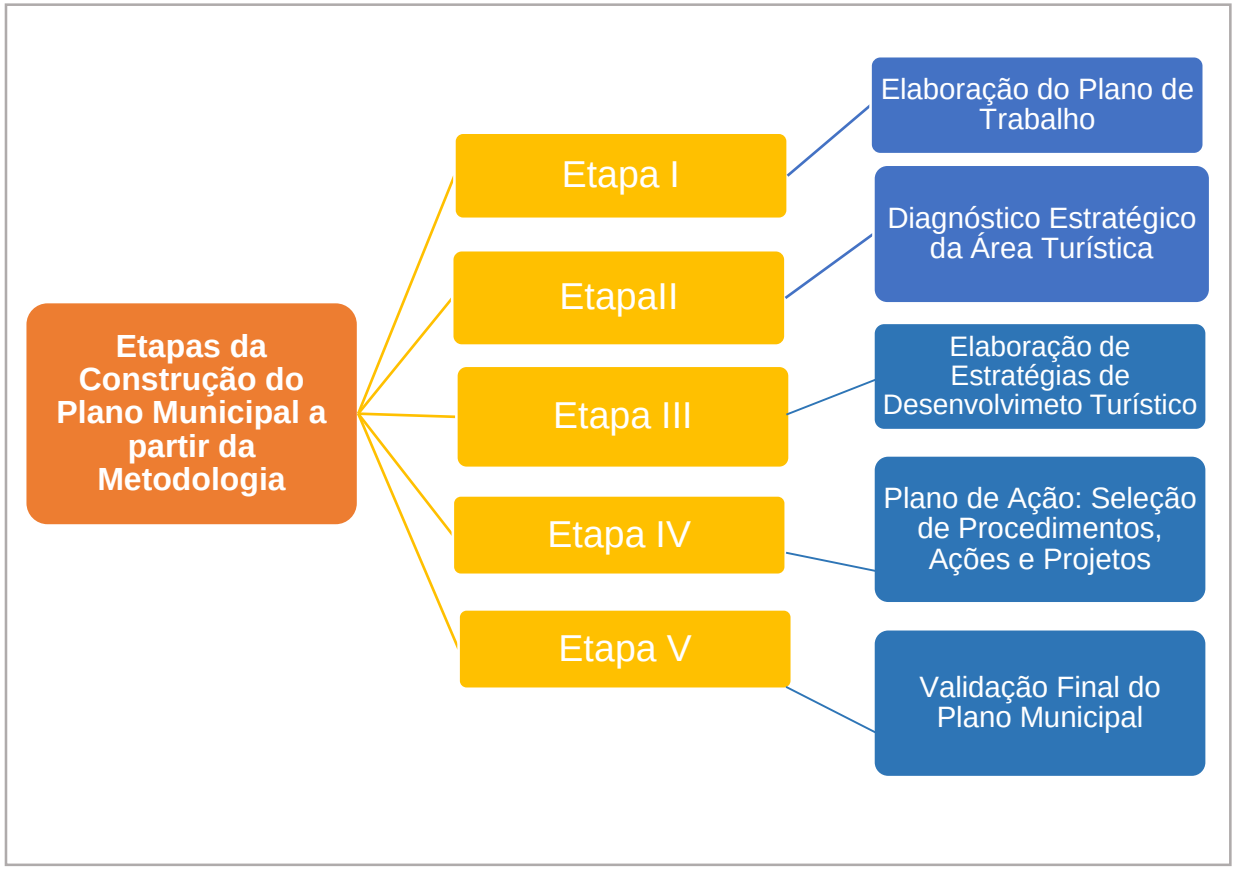
Para a produção deste documento, a metodologia aplicada foi de pesquisa que abrangeu coleta e tratamento de dados e posterior análise. Na coleta de dados, utilizou-se a pesquisa primária e secundária, com visita aos locais a serem analisados e realização de entrevistas com 18 diferentes representantes de entidades que compõem o Conselho Municipal de Turismo (COMTUR), dentre eles, os coordenadores dos Roteiros Turísticos, presidentes de instituições e/ou entidades, representantes de secretarias municipais e órgãos vinculados ao Turismo no município de Bento Gonçalves ou outras representações consideradas de importância para este diagnóstico. Também foram realizadas reuniões com os gestores públicos e com a equipe de trabalho.

Os cinco roteiros turísticos visitados foram: Caminho de Pedras; Cantinas Históricas; Encantos de Eulália; Vale do Rio das Antas e Vale dos Vinhedos.

As entrevistas aplicadas integraram perguntas estruturadas. Algumas foram gravadas em áudio, sendo que todas as gravações foram autorizadas. Uma pesquisa possui dois tipos de métodos: quantitativo e qualitativo. Para o delineamento deste trabalho, utilizou-se uma combinação de análise quantitativa e qualitativa. Na etapa das entrevistas, foi utilizado o método qualitativo para a coleta dos dados e para a análise foi empregada a metodologia de **Análise de Conteúdo** que, segundo Bardin (2000), é realizada através das comunicações, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição das mensagens.

Além disso, a metodologia de trabalho para a realização das Ações e Estratégias foi de **Pesquisa Participante**, cujo objetivo é buscar o envolvimento da comunidade na análise de sua própria realidade. A abordagem utilizada foi a **Participativa Transacional**, a qual enfatiza a comunicação entre os técnicos e o grupo de indivíduos envolvidos com o processo de planejamento (MOLINA; RODRIGUEZ; ABITIA, 1987 apud BARRETTO, 2009). Ressalta-se, neste trabalho, significativo envolvimento da comunidade local a qual demonstrou preparo, grande interesse e conhecimento do fenômeno do Turismo. As etapas realizadas nesta Metodologia são apresentadas no diagrama que segue:

Figura 1 – Diagrama das etapas da Construção do Plano Municipal de Turismo

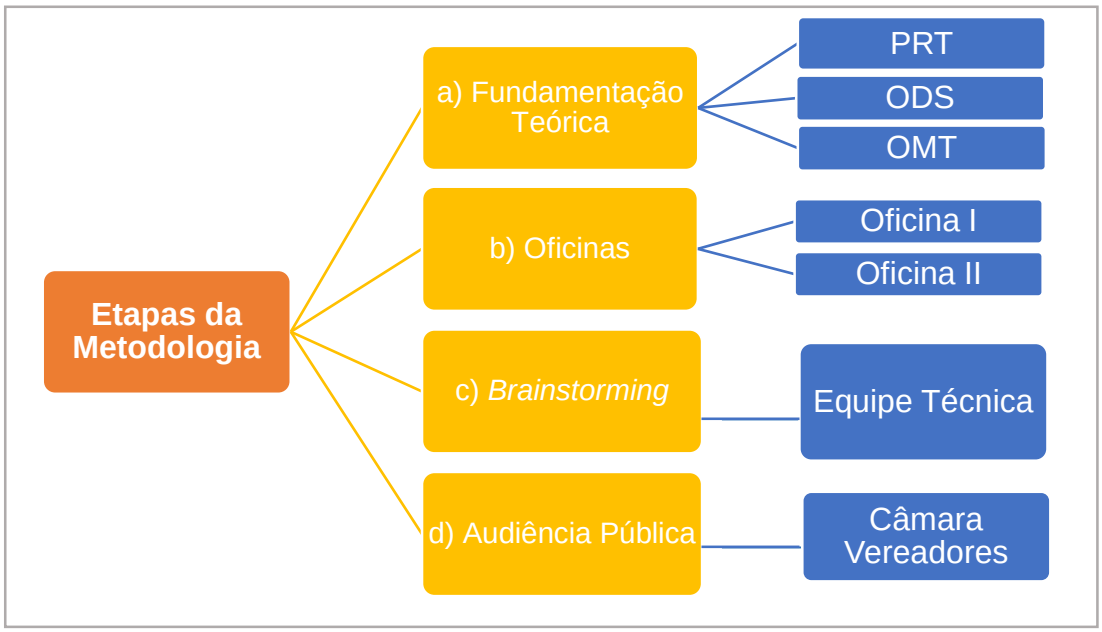


Fonte: Entre Rios Consultoria e Eventos (2020).

Conforme mostra o Diagrama da Construção do Plano Municipal, a Etapa II refere-se ao **Diagnóstico Estratégico da Área Turística**. Este foi construído através de coleta de dados, utilizando-se a pesquisa primária e secundária, com visita aos locais analisados e realização de **entrevistas** (APÊNDICES A e B). De acordo com o descrito anteriormente, além das entrevistas, foram realizadas **Pesquisa de Gabinete** e **Pesquisa de Campo** com visitas em diversos espaços representativos dos atrativos culturais e naturais do município. Também foram realizadas reuniões com os gestores públicos e com a equipe de trabalho. As entrevistas fazem parte da pesquisa de campo.

Além dessas Etapas enunciadas, ocorreram diversos outros momentos de trabalho que permitiram uma produção conjunta de conhecimentos, ações e estratégias a serem implantadas pelos representantes do processo de desenvolvimento do município de Bento Gonçalves, conforme segue na Figura 2.

Figura 2 – Diagrama das etapas da Metodologia de Trabalho



Fonte: Entre Rios Consultoria e Eventos (2020).

A partir das etapas da Metodologia foi elaborada a construção conceitual e a construção das ações e estratégias.

a) Fundamentação Teórica: a formulação das estratégias deste plano seguiram os oito eixos previstos no Programa de Regionalização do Turismo (PRT), apresentado na Figura 3, a seguir:

Figura 3 - Identificação dos 8 eixos do PRT

Fonte: MTur (2013).

De acordo com o documento do PRT – Diretrizes (MTUR, 2013), existe um eixo norteador nacional que tem como propósito a interação das ações com os demais programas e setores que confirmam a gestão descentralizada do Turismo.

Mas, além das estratégias e eixos do PRT, os 17 ODS da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável da ONU, também fizeram parte de toda a construção das ações e estratégias deste plano. Esses ODS são um apelo global à ação para acabar com a pobreza, proteger o meio ambiente e o clima, assim como garantir que as pessoas, em todos os lugares, possam desfrutar de paz e de prosperidade. Os 17 ODS podem ser observados na Figura 4.

Figura 4 - 17 ODS da ONU

Fonte: ONU Brasil ([2020]).

Para esta construção coletiva, os participantes de reuniões e oficinas receberam materiais informativos sobre todos os ODS e essas informações foram individualmente repassadas para melhor entendimento sobre como associar o propósito de cada um dos 17 Objetivos com a proposta de cada ação do Plano.

Esta construção foi realizada **de forma inédita em construção de Planos Municipais de Turismo**, tendo em vista que os participantes de todo o *trade*, juntamente com equipe técnica, durante as Oficinas, estabeleceram a relação entre os 17 ODS da Agenda 2030 e as proposições que fizeram parte do Plano. Essa forma de construção permitiu um fortalecimento no que foi proposto, criando vínculos entre **"ODS/Ação"**, o que permite acreditar num maior percentual de

execução de todas as ações que encontram-se apresentadas nos próximos itens deste Plano, bem como no alcance dos propósitos destes ODS.

b) Oficinas: Foram realizadas duas oficinas para discussões com os atores locais, fortalecendo o processo permanente de construção conjunta com todos os parceiros. Após ajustes nas reuniões realizadas de forma presencial e/ou virtual, ocorreram as oficinas para discussão de ações, formulação de estratégias e uma validação virtual, apresentada na sequência. Essas oficinas contaram com a presença de mais de 80 participantes demonstrando claramente o interesse e o comprometimento deste destino turístico.

c) *Brainstorming*: Através do Diagnóstico Estratégico a equipe técnica teve uma visão geral das informações e, a partir daí, construíram suas propostas de ações para o município. As ações propostas pela equipe técnica também estabeleceram relação com os 8 eixos do PRT, os ODS e as 23 recomendações OMT.

d) Audiência Pública: Todas as ações apresentadas aos membros da Câmara Municipal de Vereadores de Bento Gonçalves foram previamente aprovadas pelo trade turístico de forma presencial ou virtual. Ao final, 69 ações foram apresentadas e, destas, 67 permaneceram como proposta do Plano.

Para a **seleção das ações estratégicas** que, posteriormente, serão abordadas com maior detalhamento, foi realizada revisão geral de todas as ações propostas, tanto pelo *trade* turístico participante das oficinas I e II, quanto durante a realização do *brainstorming* com a equipe técnica. A partir dessa revisão, as ações elaboradas pela Equipe e aprovadas em Oficinas com os diferentes representantes do município, bem como Vereadores, participantes da audiência pública, foram detalhadas de acordo com os seguintes itens e conforme o Termo de Referência do MTur. Os registros do processo de participação pública serão explicitados emoutro documento, em separado. Segue abaixo os itens de setalhamento das ações construídas:

a) Ação proposta e relação com os 17 ODS;

b) Descrição das ações;

c) Objetivos;

d) Justificativa;

e) Benefícios e beneficiários;

f) Normas de licenciamento ambiental exigido por Lei;

g) Custo estimado (sempre que possível);

h) Produtos;

i) Resultados.

Todos os envolvidos no processo de construção coletiva deste Plano Municipal de Turismo continuaram envolvidos na seleção das ações previamente descritas na etapa anterior. Os representantes da Câmara de Vereadores participaram através da realização da Audiência Pública. Destaca-se que a metodologia para a elaboração dos quadros com ações apresentadas no item **Descrição das APDs aprovadas por eixo de atuação do PRT**, foram descritas da seguinte forma: - Identificação inicial do Eixo de Atuação, acompanhado de relação com as Estratégias Macro do referido Eixo; Ações propostas; Indicador; Como fazer a referida ação; ODS possível de ser atingido com a Ação; definição do Prazo de Execução, bem como dos Responsáveis pela Ação descrita.

1 FORMULAÇÃO DOS OBJETIVOS

Apresenta-se uma breve caracterização da área e dos objetivos do estudo, para melhor contextualizar a metodologia proposta acima na realização do trabalho.

1.1. OBJETIVOS E ENFOQUES DE ABORDAGEM DO TRABALHO

Considerando que o Município de Bento Gonçalves passa por um acelerado processo de desenvolvimento econômico, fruto da consolidação de diversos segmentos, entre eles o TURISMO, a municipalidade preocupa-se com o incremento de outras atividades econômicas e sociais, principalmente aquelas que não causam significativos danos ao meio ambiente. Neste contexto, a utilização sustentável dos recursos naturais existentes através do Turismo representa uma importante forma de complementar o crescimento também sustentável do Município.

Assim, dentro do componente de Geração de Trabalho e Renda de Programas de Desenvolvimento Municipal Integrado, o presente trabalho tem por objetivo geral enfocar o setor turístico do município de Bento Gonçalves, através da realização de um Plano Municipal de Turismo de Bento Gonçalves 2020 – 2023, o qual vai subsidiar a elaboração de diversas ações para fins de planejamento adequado da cidade como um todo. Formulação dos objetivos do plano:

1.1.1. Objetivo Geral:

Consolidar o município de Bento Gonçalves num destino turístico internacional, reconhecido em Turismo Sustentável e Turismo Responsável, destacando a importância do Patrimônio Natural e Cultural.

1.1.2. Objetivos Específicos:

1.1.2.1 Estabelecer a política e a estratégia de desenvolvimento turístico no município, elaborando a estrutura necessária para promover o alinhamento, a colaboração e a sinergia na execução das ações dos diversos atores envolvidos no processo;

1.1.2.2 Incentivar a participação das organizações locais e regionais, tendo como base uma ampla e total integração e participação dos diversos grupos sociais que tornam viável o desenvolvimento do turismo: poder público, empresários, sociedade civil e instituições de ensino;

1.1.2.3 Aumentar a demanda turística do município de forma organizada, sistematizada e sustentável promovendo a integração da comunidade local junto à atividade turística;

1.1.2.4 Assegurar uma forma de desenvolvimento economicamente eficiente, socialmente justo e ambientalmente equilibrado, compatível com o uso racional dos recursos naturais, com a conservação da biodiversidade local, sem desconsiderar as particularidades culturais, sociais, históricas e étnicas do destino;

1.1.2.5 Fornecer dados, informações e elementos confiáveis aos órgãos públicos e demais segmentos envolvidos (como a iniciativa privada), para que favoreçam a integração e a coordenação de ações entre eles, a fim de reduzir ou eliminar entraves e barreiras à atividade turística do município;

1.1.2.6 Incentivar a valorização das populações e comunidades locais, seus saberes, conhecimentos, práticas e valores étnicos, assim como possibilitar a preservação e a inserção das populações tradicionais na dinâmica da economia local;

1.1.2.7 Definir políticas públicas de maneira descentralizada, que contribuam com a organização e o protagonismo da comunidade local frente ao desenvolvimento turístico;

1.1.2.8 Criar uma sistemática para monitoramento e implementação do plano, fazendo com que este seja parte integrante da rotina de gestão do turismo no município, garantindo o bom desempenho do plano, visando a identificação de distorções, erros, fatores externo, inadequações que necessitem de ajustes para sucesso da implantação do plano;

1.1.2.9 Fortalecer parcerias, construir novas relações, dividir as responsabilidades e, principalmente, agir e executar, transformando o planejamento em ações práticas concretas;

1.1.2.10 Estimular o Capital Social entre todos e a formação de parcerias que serão de importância fundamental para o sucesso da implementação deste documento;

1.1.2.11 Estabelecer o papel de cada um dentro do processo de desenvolvimento do Turismo; cada parte tem um papel a cumprir, cada qual tem sua cota de responsabilidade e devem ser agentes de transformação, tornando-se, assim, protagonistas desse processo;

1.1.2.12 Estabelecer as diretrizes em ressonância com o PNT 2018-2022 e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis da ONU;

1.1.2.13 Aprimorar a oferta turística;

1.1.2.14 Tornar o destino turístico Bento Gonçalves como uma referência internacional de Enoturismo;

1.1.2.15 Tornar o destino turístico Bento Gonçalves como uma referência internacional de Turismo de Luxo e Turismo de Pós-Luxo;

2 ANÁLISE DO MERCADO TURÍSTICO (DEMANDA E OFERTA) DA ÁREA TURÍSTICA

Este Diagnóstico – levantamento de dados – foi realizado no período de dezembro de 2019 à fevereiro de 2020, portanto em período anterior a pandemia.

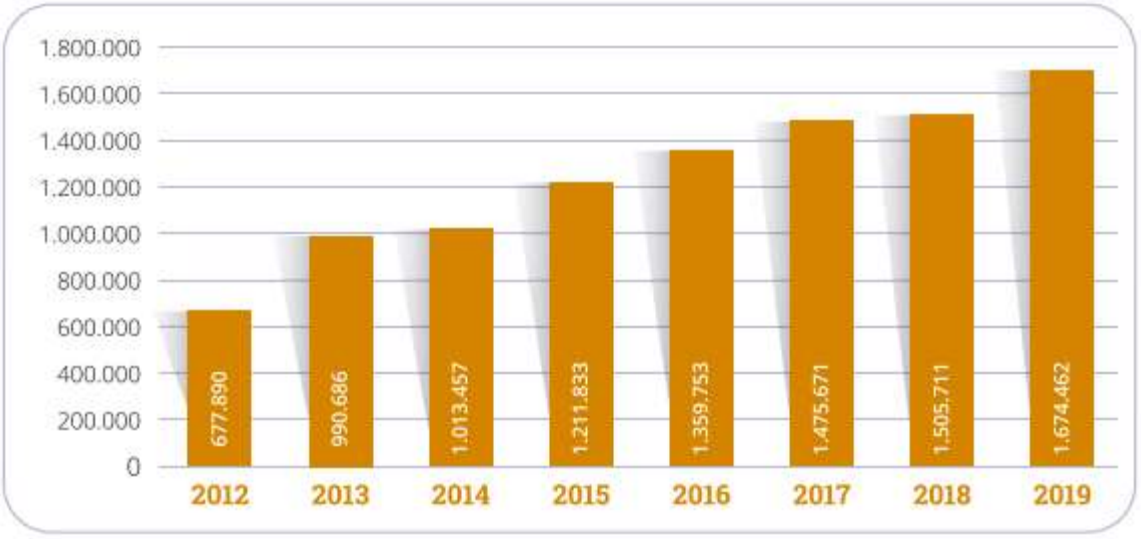
2.1 PERFIL DA DEMANDA TURÍSTICA ATUAL

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

2.1.1 Fluxo de Visitantes

O município de Bento Gonçalves acompanha o número de **visitas aos empreendimentos** e, ao analisar esse fluxo, identifica-se que a demanda é crescente, conforme demonstra o Gráfico 1, a seguir:

Gráfico 1 – Evolução número de visitantes no período de 2012 a 2019



Fonte: Secretaria Municipal de Turismo de Bento Gonçalves - SEMTUR (2019).

Ao analisar o Gráfico 1, percebe-se que a demanda turística no município veio crescendo continuamente. Em oito anos, o número obteve um crescimento de 150%, quando comparado aos 677.890 mil visitantes em 2012. Em relação ao ano anterior, o dado corresponde a um aumento de 12,76%. A média de crescimento apresentada nos últimos anos está acima dos índices apontados pela Organização Mundial do Turismo (OMT), que registrou, em 2018, o segundo melhor resultado dos últimos 10 anos, apresentando um aumento de 6% sobre 2017.

O dado anual é extraído através da compilação das **visitas nos atrativos urbanos** e nas **cinco Rotas Turísticas**, que, em 2019, equivalem a 57,93% (981.664 visitantes) e 42,07% (712.798) do número total de visitantes, respectivamente. Dentre os 42,07%, a rota Vale dos Vinhedos somou a maior visitação, representando 26,13%, seguida por Caminhos de Pedra, com 6,93%, Vale do Rio das Antas, 5,69%, e Encantos de Eulália e Cantinas Históricas, com 3,32%.

Conclui-se que: não há controle do fluxo de turistas, mas do número de **visitas** que os turistas realizam nos atrativos e empreendimentos turísticos. Percebeu-se também que a forma dessa coleta de dados não segue uma metodologia uniforme. A Secretaaria Municipal de Turismo (SEMTUR) está tratando essas informações como **sondagem**, pois é mais adequado quando a coleta de dados não segue um mesmo método. Apesar de não ser um controle de fluxo de turistas do modo tradicional utilizado em destinações turísticas, essas informações têm sido utilizadas como base das ações da SEMTUR e são muito expressivas para a tomada de decisões futuras.

2.1.2 Identificação da Motivação da Viagem

Existem centenas de motivações que atuam na livre decisão do viajante. Os motivos atitudinais revelam muitas variáveis, principalmente as visuais, degustativas, desejos, nostalgias, afetos, amores e necessidades na busca por usufruir novas experiências. O resultado da pesquisa de campo aplicada nos cinco roteiros turísticos do município identificou que os principais motivos que levam os turistas a Bento Gonçalves são:

- conhecer e experimentar a cultura;

- provar a gastronomia com destaque ao mundo dos vinhos;
- contemplar a paisagem;
- ser bem atendido;
- vivenciar novas experiências.

Os motivos, portanto, são da ordem das necessidades e dos desejos dos turistas. Através dos dados levantados em pesquisa secundária, observa-se que são da ordem de três motivos: lazer (96%), eventos (3%) e negócios (1%).

Gráfico 2 - Motivo da Viagem

Fonte: SEMTUR (2018).

Os dados apresentados sobre visitantes de Bento Gonçalves foram fornecidos pela SEMTUR, através da coleta espontânea realizada nos quatro Centros de Atendimento ao Turista (CAT).

2.1.3 Sazonalidade (alta e baixa temporada)

Pode-se afirmar que a atividade turística no município encontra-se de forma consolidada, atraindo um grande número de turistas, principalmente, nos meses de novembro e dezembro e **no início da vindima,** a qual ocorre de janeiro a início de março. Contudo, o mês de **julho** também apresenta um considerável fluxo turístico, o que é muito perceptível através da análise de dados do controle de “visitas” que o destino apresenta. Importante salientar que o município aplica uma sondagem do **controle de visitas aos empreendimentos** através da coleta de dados dos cinco roteiros turísticos e mais quatro atrativos turísticos da aérea urbana: Maria Fumaça, Epopeia Italiana, Malhas Gdom e Vinícola Aurora.

O controle de visitas do município ocorre através da coleta de dados do número de visitantes aos atrativos, informação repassada pelos empreendimentos

que possuem formas diferentes de coleta dessas informações, conforme descrição que segue:

Rota Encantos de Eulália: todos os empreendimentos somam, ao final do mês, o número de visitantes e repassam a uma pessoa da associação que é responsável pela coleta. Essa pessoa soma todas as visitas que a Rota recebeu e repassa o número total a SEMTUR.

Rota Caminhos de Pedra: todos os empreendimentos somam, ao final do mês, o número de visitantes e repassam a uma pessoa da associação responsável pela coleta. Essa pessoa soma todas as visitas que a Rota recebeu, **divide a soma por três** e repassa o número total a SEMTUR.

Rota Cantinas Históricas: todos os empreendimentos somam, ao final do mês, o número de visitantes e repassam a uma pessoa da associação responsável pela coleta. Essa pessoa soma todas as visitas que a Rota recebeu e repassa o número total a SEMTUR.

Rota Vale do Rio das Antas: todos os empreendimentos somam, ao final do mês, o número de visitantes e repassam a uma pessoa da associação responsável pela coleta. Essa pessoa soma todas as visitas que a Rota recebeu e repassa o número total a SEMTUR.

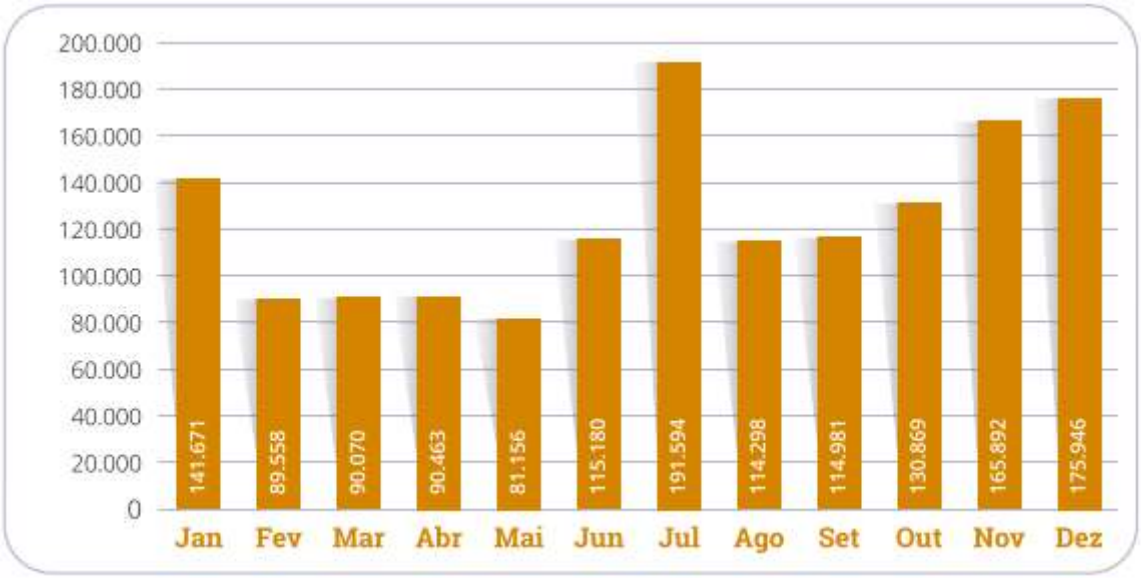
Rota Vale dos Vinhedos: a coleta é realizada em alguns empreendimentos como amostra do total de visitantes e esses dados são repassados a SEMTUR.

O resultado da sondagem de visitantes nos atrativos turísticos do município totalizou, em 2019, **1.694.462** (um milhão, seiscentos e quatro mil, quatrocentos e sessenta e duas) visitas. Vale ressaltar que alguns empreendimentos não registram as visitas quando os visitantes não compram e/ou consumem produtos.

A análise do controle de visitas da sondagem realizada pela SEMTUR, permite concluir que a atividade turística ocorre o ano inteiro, mas os meses de **fevereiro, março, abril e maio** constituem o período de baixa demanda, efetivando, assim, uma sazonalidade no destino.

Observa-se, na sequência, o Gráfico 3 que demonstra que o mês de maior fluxo no ano de 2018 foi o mês de julho, seguido pelos meses de dezembro e novembro, assim como o mês de menor fluxo foi o de **maio**.

Gráfico 3 - Número de visitas mensais nos atrativos em 2018



Fonte: SEMTUR (2018).

2.1.4 Permanência Média

O elemento de permanência é parte integrante do conceito de Turismo e a duração dessa permanência é uma das variáveis principais na caracterização e fluxo. Essa variável combinada com a variável de gastos dos turistas no local constitui, no cruzamento com outras variáveis, a base da compreensão estrutural do tráfego turístico (BENI, 2002). A taxa média de permanência, em 2018, foi de 2,02 dias. Em 2019, ela apresentou um crescimento de 44,5% nas diárias sobre 2018 passando para 2,91 diárias. O período procurado é, principalmente, nos finais de semana, iniciando nas sextas com saídas aos domingos (BENTO TUR, 2020).

2.1.5 Gasto Médio

O valor gasto em termos financeiros por um visitante num destino turístico, incluindo transporte, alojamento, alimentação, atrativos turísticos e demais despesas contribui com a economia local e proporciona condições para que haja o crescimento da mesma, trazendo mudanças sociais e ambientais e materiais, o que significa dizer que os efeitos das ações dos agentes econômicos do Turismo têm potencial de gerar transformações com profundidade e amplitude para além do setor turístico na economia local (PEREIRA; FERREIRA, 2014). No caso de Bento

Gonçalves, o gasto médio dos turistas em sua permanência é de **R$ 875,00** (Oitocentos e setenta e cinco Reais). A base desse cálculo é feita da seguinte forma: valor médio de uma refeição multiplicado por dois, soma com valor médio de hospedagem, multiplica pelo tempo de permanência. Com isso, percebe-se que esse gasto médio pode tornar-se mais significativo se forem incluídos, pelo menos, os valores de um dos atrativos urbanos e uma das visitas em roteiros rurais.

2.1.6 Equipamentos

Os dados apurados revelam que tanto nos períodos de alta quanto de baixa temporada os turistas optaram, em sua maioria, pela hospedagem em hotéis, seguido por casas de parentes e locação de casas/apartamentos pelo aplicativo de reservas *Airbnb*, o que aponta um significativo direcionamento de renda para o setor hoteleiro, porém não se tem dados das hospedagens pelo aplicativo. A taxa de ocupação média, em 2018, foi de **44,70%**. Esse dado foi fornecido pelo Sindicato Empresarial da Gastronomia e Hotelaria Região Uva e Vinho (SEGH).

2.1.7 Meios de Transporte

No município de Bento Gonçalves, os meios de transportes para acessar o município são os automóveis e os ônibus (regular ou excursão). Segundo o gerente da Estação Rodoviária, o transporte disponibilizado à comunidade e ao visitante por meio de ônibus para os roteiros turísticos são os seguintes:

- **Rota Caminhos de Pedra**: ônibus para o município de Pinto Bandeira;
- **Rota Encantos de Eulália**: ônibus urbano a partir das paradas do centro da cidade;
- **Rota Cantinas Históricas**: idem a Encantos de Eulália e também ônibus de linha para o município de Guaporé;
- **Rota Vale do Rio das Antas**: ônibus de linha para o município de Veranópolis;
- **Rota Vale dos Vinhedos**: ônibus de linha para o município de Monte Belo do Sul.

Com relação aos cicloturistas destaca-se que o número vem aumentando, pois o desejo de contemplar paisagens, experimentar o contato próximo com

diferentes culturas, fazer amizades, manter a saúde em dia e alimentar o espírito de aventura são algumas razões que levam diversas pessoas a viajar de bicicleta pelo Brasil. Por esse motivo, a qualidade da infraestrutura desse modal é um importante aspecto da experiência turística e, portanto, um critério-chave na escolha do destino.

2.1.8 Modo de viajar

O modo de viajar vem sofrendo alterações ao longo dos tempos, com o aumento do volume de informações disponibilizadas na internet sobre os destinos turísticos, os turistas sentem-se mais seguros ao viajarem sem auxílio de agências de viagens e, em consequência, eliminam as viagens em grandes grupos. Tem sido considerável o aumento do número de turistas que viaja sozinho ou com sua família, usando, como meio de transporte, seu automóvel ou avião. No destino turístico de Bento Gonçalves, essa tendência também vem sendo observada e confirmada pelos resultados de 2018, demostrados no Gráfico 4, a seguir:

Gráfico 4 - Perfil do modo de viajar

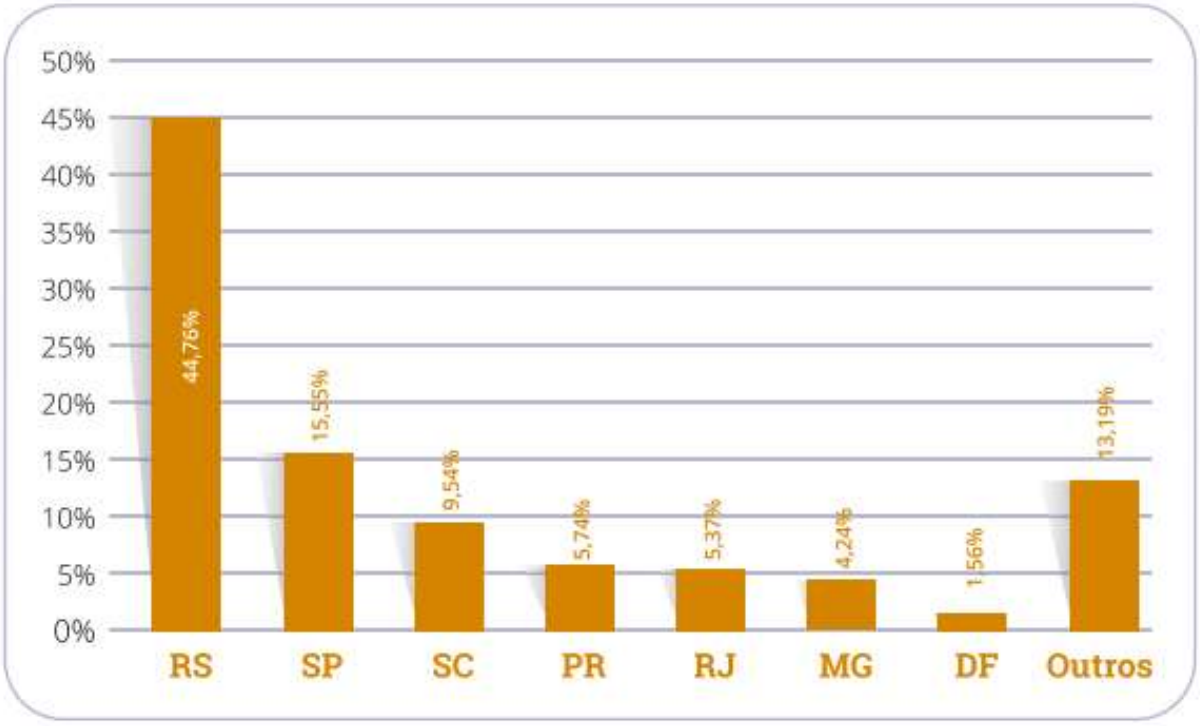
Fonte: Bento Gonçalves (notícia) (s.d).

Ao analisar o Gráfico 4, identifica-se que as famílias e casais com filhos têm sido o perfil mais frequente no destino, seguido pelos casais sem filhos. Somando-se essas duas variáveis, obtém-se o resultado de 78%. Pode-se afirmar, portanto, que a maior parte dos turistas é composta por famílias, casais com filhos e sem filhos.

2.1.9 Procedência dos visitantes

A coleta de dados e posterior análise identificaram que a procedência dos visitantes, em sua grande maioria, é formada por gaúchos seguido por paulistas e catarinenses.

Gráfico 5 – Procedência dos visitantes



Fonte: Bento Gonçalves (notícia) (s.d).

2.1.10 Identificação dos Produtos Turísticos mais visitados no município de Bento Gonçalves

A seguir, encontra-se descrito o portifolio estratégico de produtos turísticos mais visitados no município, por zoneamento e, em ordem alfabética.

2.1.10.1 Atrativos Turísticos no Meio Rural

2.1.10.1.1. Rota Caminhos de Pedra

Figura 5 – Marca da Rota Caminhos de Pedra

Fonte: Caminhos de Pedra (s.d).

Caminhos de Pedra é uma rota original que retrata a época da imigração italiana, está localizada no lado leste da cidade no distrito de São Pedro. Trata-se de uma rota que possui apenas 12km ao longo de uma estrada que acompanha um vale composto por exemplares da arquitetura colonial italiana de alta qualidade. Nela, encontram-se vinícolas, restaurantes, atrativos naturais, casarões da época imigratória, produtos locais, arquitetura e os costumes dos imigrantes preservados através do tempo. O roteiro resgata o passado em busca da valorização e preservação dos costumes dos imigrantes italianos. Estes imigrantes eram legítimos representantes da cultura camponesa, valorizavam a religiosidade, o trabalho e a família. Hoje, ainda é possível vivenciar toda essa tradição e herança cultural nos Caminhos de Pedra.

Considerada pioneira no seu segmento, a Rota Caminhos de Pedra é referência nacional, tendo sido tema de muitos estudos e teses nas áreas de Turismo cultural e rural, arquitetura, patrimônio histórico, empreendedorismo, administração, entre outros. É a história de um povo contada em forma de arquitetura, paisagens e costumes. Foi considerada Patrimônio Histórico do Rio Grande do Sul, conforme legislação datada de 2009 (Lei Estadual nº 13.177/09) por concentrar o maior acervo arquitetônico da imigração italiana em meio rural do país e pela preocupação com a preservação do patrimônio histórico material e imaterial, o que rendeu aos Caminhos de Pedra o qualificativo de ‘museu vivo’.

Imagem 1 - Cantina Strapazzon

Autor: Acervo de Nelson Foresti (s.d).

A rota oferece cultura, gastronomia e arquitetura em vários pontos de visitação e observação. As centenárias casas de pedra da rota incluem moinhos, cantinas coloniais, casa de massas caseiras, teares, casa de doces e muito mais, as experiências de vida dos imigrantes e seus descendentes, um resgate constante da herança cultural. A rota é composta por três vinícolas, duas pousadas, doze estabelecimentos gastronômicos, três agroindústrias, seis atrativos turísticos e três estabelecimentos comerciais.

Os estabelecimentos ao longo do roteiro oferecem produtos artesanais como queijos, salames, massas, conservas, doces, iogurtes, vinhos, sucos de uva, erva mate para chimarrão e produtos à base de leite de ovelha que se destacam no Brasil.

A gestão da Rota é realizada pela Associação Caminhos de Pedra, a qual possui um assento no COMTUR. Em 2018, o número de visitantes que essa rota alcançou foi de **111.001.**

Site: www.caminhosdepedra.com.br

2.1.10.1.2 Rota Cantinas Históricas

Figura 6 – Marca da Rota Cantinas Históricas

Fonte: Cantinas Históricas (s.d).

Localizada no distrito de Farias Lemos, dentro do Vale Aurora, distante 11 km do centro da cidade, a Rota Cantinas Históricas traz, em seu nome, os saberes e memórias que retratam a vida do colono nas antigas cantinas (vinícolas familiares) usadas originalmente para guardar os mantimentos e utilizadas para o processo de produção do vinho. A proposta é reviver as histórias e memórias de um povo acompanhadas dos melhores vinhos e saborear o melhor da culinária dos imigrantes e, principalmente, perceber as histórias e a cultura dessa região. Os imigrantes provenientes do Vêneto e do Trento, norte da Itália, encontraram as condições ideais para desenvolver a arte do vinho nas encostas de Farias Lemos.

As cantinas são um lugar carregado de saberes e memória que retratam a vida do colono em uma experiência inesquecível. Ao entrar no clima dos aromas, da paisagem vitícola e dos sons únicos da localidade que preservam a sua cultura, de modo especial, os visitantes experimentam vinhos típicos, sucos, espumantes e a gastronomia cultural. As cantinas oferecem experiências como: piquenique nos parreirais, edredom nos parreirais, degustação de vinhos, sucos e espumantes, almoço harmonizado ao ar livre, tour vinho e paisagem, tour vinho e paisagem *Sunset*, a pisa da uva durante a vindima e jantares com cardápios típicos italianos e regionais. Para completar o passeio, é possível apreciar a vista do Mirante do Campanário com imagens da deslumbrante paisagem vitícola. Também é uma oportunidade para a compra de vinhos, espumantes, sucos, geleias, copas, salames, queijos e o famoso *limoncello.*

Imagem 2 - Vinícola Cristofoli

Fonte: Bento Tur (c2020).

A rota é composta por três vinícolas, uma agroindústria, um restaurante e uma cafeteria. A gestão é realizada pela Associação Caminhos de Farias Lemos que também possui um assento no COMTUR. Em 2018, o número de visitantes que essa rota alcançou foi de **26.961**.

Site: www.cantinashistoricas.com.br

2.1.10.1.3 Rota Rural Encantos de Eulália

Figura 7 – Marca da Rota Encantos de Eulália

Fonte: Encantos de Eulália (s.d).

A Linha Eulália está inserida no interior do município de Bento Gonçalves. Em 2013, foi organizada a Rota Rural Encantos de Eulália com o objetivo de receber visitantes, oferecendo um passeio de puro charme e encanto em um trajeto surpreendente, composto por belas paisagens e uma variedade de atrativos:

degustar um bom vinho, saborear uma comida típica italiana, encantar-se pelo valor às amizades e pela energia da aventura.

Os primeiros imigrantes vindos do norte da Itália instalaram-se na região em 1878. Com muito trabalho e fé, formaram a Linha Eulália, onde, posteriormente, houve a divisão em duas comunidades: Santa Eulália, na Linha Eulália Alta, e Monte Bérico, na Linha Eulália Baixa, como são conhecidas até hoje. Foram conservados nas famílias da região, os usos e costumes que caracterizam o jeito simples de viver típico do interior.

É a rota mais recente da cidade e o clima charmoso e tranquilo une cultura, tradição e muita natureza. Um dos pontos fortes do destino é o Turismo de Aventura, que oferece rapel, tirolesa, *paintball,* parede de escalada, arvorismo e o *bungee jump* com a maior queda da América do Sul, chegando a 157m. A rota oferece ainda piquenique nos parreirais, degustação de vinhos, sucos e espumantes, a pisa da uva durante a vindima, almoços e jantares com cardápios típicos italianos e regionais, degustação e compra de vinhos, sucos orgânicos em ambientes acolhedores, além da hospedagem em pousadas familiares. Além disso, os visitantes podem comprar vinho, sucos, geleias, pão colonial, copas e salames diretamente do produtor.

Imagem 3 - Parque de Aventuras Gasper

Fonte: Bento Tur (c2020).

A rota é composta por três pousadas, dois restaurantes, um parque de aventuras e um sítio de lazer. A sua gestão é realizada pela Associação Turística Linha Eulália, fundada em 26 de outubro de 2012, com o objetivo de desenvolver e fomentar o turismo na região. A entidade possui um assento no COMTUR. Em 2018, o número de visitantes que essa rota alcançou foi de **26.418.**

Site: www.encantosdeeulalia.com.br

2.1.10.1.4 Rota Vale do Rio das Antas

Figura 8 – Marca da Rota Vale do Rio das Antas

Fonte: Vale do Rio das Antas (s.d).

A Rota Vale do Rio das Antas localiza-se no distrito de Tuiuti, um local de extrema beleza cercado por uma paisagem exuberante. Além da vista magnífica, o lugar abriga encantos em suas pousadas, cantinas, restaurantes, vinícolas e alambique, que contam diferentes aspectos da imigração italiana e aproximam o homem da natureza. A Ponte Ernesto Dornelles, que também é conhecida como ‘Ponte do Rio das Antas’, é uma das maiores do mundo em arcos paralelos suspensos de 186 metros de vão livre e chama atenção pela beleza e grandiosidade. Possui 287 metros de extensão e, é considerada um dos cartões postais da cidade. Na visão da engenharia, é destaque pela sua geometria em arcos paralelos e pelas soluções adotadas com os recursos da época. Está localizada a 25km do centro da cidade, na divisa dos municípios de Bento Gonçalves e Veranópolis, o acesso à ponte é feito através da RS-470.

Imagem 4 - Ponte Ernesto Dornelles

Fonte: Bento Tur (c2020).

Outro ponto de visitação é o Mirante da Ferradura, local de onde pode-se ver as águas do Rio das Antas formarem uma enorme ferradura ao redor da montanha. No período do verão, nos anos pares, o Vale promove a Vindima – a festa da colheita da uva.

A rota é formada por três vinícolas, uma vinícola bistrô, sete restaurantes, três cervejarias, uma cachaçaria, uma empresa que produz sucos e três pousadas que oferecem experiências diversas como provar a gastronomia tirolesa, piquenique nos parreirais, edredom nos parreirais, degustação de cervejas, cachaça, vinhos, grapa, sucos e espumantes, almoço harmonizado ao ar livre, tour vinho e paisagem, a pisa da uva durante a vindima e jantares com cardápios típicos italianos. Os seus integrantes comercializam produtos variados como cerveja artesanal, destilados artesanais, vinhos, sucos, geleias, pão colonial, copas e salames, *limoncello* e a tradicional grapa.

A gestão da rota é realizada pela Associação Vale das Antas. A entidade possui um assento no COMTUR. Em 2018, o número de visitantes que essa rota alcançou foi de **89.983.**

Site: www.valedoriodasantas.com.br

2.1.10.1.5 Rota Vale dos Vinhedos

A Rota Vale dos Vinhedos abrange os municípios de Bento Gonçalves (63%), Garibaldi (30%) e Monte Belo do Sul (7%). Seu principal atrativo turístico são os vinhedos como o próprio nome define, registrando-se forte presença de descendentes de imigrantes italianos, pioneiros da vinicultura brasileira, que preservam o legado histórico, cultural e gastronômico de seus antepassados, que chegaram à região em 1875, em perfeita harmonia com as modernas tecnologias para produção de uva e vinhos finos e infraestrutura turística de alta qualidade.

Formada por pequenas propriedades rurais que compartilham o território com vinícolas de diferentes portes, contempla desde cantinas familiares, boutiques e de garagem, assim como grandes empresas que contam com parcerias internacionais.

A evolução tecnológica das últimas décadas aplicada ao processo vitivinícola possibilitou a conquista de mercados mais exigentes e o reconhecimento dos vinhos do Vale dos Vinhedos. Assim, a evolução da vitivinicultura da região passou a ser a mais importante meta dos produtores do Vale (ZANINI, 2007).

O Vale dos Vinhedos foi a primeira indicação geográfica reconhecida do Brasil. Em 2002, obteve do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) o registro de Indicação de Procedência (IP) e, em 2012, foi reconhecida a Denominação de Origem – a primeira DO de vinhos do Brasil (EMBRAPA, s.d).

Criada em 1995, a partir da união de seis vinícolas, a Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos (APROVALE), já surgiu com o propósito de alcançar uma Denominação de Origem. Tem como Missão promover o desenvolvimento sustentável do Vale dos Vinhedos através do enoturismo, da integração entre os associados e a comunidade, além de fomentar a busca contínua pela excelência em produtos e serviços. Cabe ainda à APROVALE o controle dos produtos protegidos pela Indicação Geográfica do Vale dos Vinhedos e a sua gestão. Informações sobre o território, Turismo, apoio para realização de pesquisas científicas e acadêmicas, assim como a promoção institucional do roteiro estão entre as atividades conduzidas pela entidade (APROVALE, s.d).

No ano de 2013, o Vale dos Vinhedos foi eleito pela revista americana *Wine Enthusiast* como um dos 10 melhores destinos enoturísticos do mundo para visitar, ao lado do Vale do Rio Douro (Portugal), Stellenbosch, na África do Sul; Hunter Valley, na Austrália; Monterey County, na Califórnia e La Rioja, na Espanha.

Imagem 5 - Vinícola Miolo

Fonte: Bento Tur (c2020).

As colinas cobertas por parreirais são uma das grandes atrações dessa rota. Com o transcorrer dos meses do ano, a cada estação, esses vales trocam seus tons

e adereços, enfeitando-se com os aromas e cores das uvas, que gradativamente são substituídos pelo verde, amarelo e vermelho das folhas que se deitam ao chão antes do período de dormência. No inverno, o frio conclama à contemplação da paisagem, no aconchego de um café ou hotel, degustando um bom vinho cultivado nessas terras. A natureza do Vale dos Vinhedos pode ser explorada em caminhadas pelos parreirais, em trilhas guiadas em áreas verdes ou mesmo sob duas rodas, seja nas estradas vicinais ou ao longo da ciclovia que permeia o roteiro.

Os turistas possuem uma imagem de glamour dessa rota, pois, neste território, encontram-se os hotéis mais luxuosos do município e os restaurantes mais requintados. Mas, em geral, as experiências oferecidas não são muito diferentes das demais rotas: visitas guiadas por enólogos que começam nos parreirais e terminam com degustações, passando por criptas e corredores tomados por tonéis de carvalho, pisa das uvas no período da vindima, piquenique nos parreirais, edredom nos parreirais, degustação de vinhos, sucos e espumantes, almoço harmonizado, atividades de aventura, degustação de chocolates, degustação às cegas, almoços e jantares harmonizados com vinhos premiados e o famoso *Wine Garden* e tratamentos de beleza à base de produtos derivados da uva.

A rota possui mais de sessenta empreendimentos compostos por vinte vinícolas, sete meios de hospedagens, quatorze restaurantes e mais vinte empreendimentos variados, dentre eles, queijarias, artesanato, agroindústrias, atividades de aventura, chocolataria, agência de viagens, entre outros. Ademais, na diversidade de produtos comercializados, o turista encontra, além dos vinhos, espumantes, sucos, também queijos, salames, molhos, pães, cucas, chocolate, artesanato, móveis, roupas em couro, cosméticos, trufas, *whisky* e várias especialidades regionais. A gestão da rota é realizada pela APROVALE, que também possui um assento no COMTUR e, em 2018, foi a rota que mais recebeu visitantes totalizando **367.322.**

Site: www.valedosvinhedos.com.br

2.1.10.2 Identificação dos Atrativos turísticos da Zona Urbana

2.1.10.2.1 Casa do Artesão e do Artista Plástico

A Casa do Artesão é um local onde artesãos e artistas plásticos reúnem suas obras com o intuito de oferecer aos visitantes o melhor da arte e artesanato de Bento Gonçalves. Hoje, a Casa do Artesão possui dois pavimentos divididos em 307m² e tem seus espaços geridos pelo grupo Cantina Benta, Associação dos Artistas Plásticos de Bento Gonçalves (AAPLASBG), Associação dos Artesãos de Bento Gonçalves e Fórum Social da Economia Solidária (FECOSOL). Os turistas visitam esse atrativo após a visita a Maria Fumaça e Epopeia Italiana, e segundo registros, as peças mais vendidas são bolsas de palha trançada, souvenir da pipa e jogos de mesa em ponto cruz duplo e vagonite. Está muito bem localizada, próxima aos principais atrativos turísticos do centro.

Imagem 6 - Peças mais comercializadas aos turistas

Fonte: Arquivo Entre Rios (2019).

2.1.10.2.2 Cooperativa Vinícola Aurora

A Cooperativa Vinícola Aurora foi a primeira vinícola de Bento Gonçalves a abrir suas portas ao público. Ônibus de excursionistas procedentes de vários Estados trazem visitantes diariamente às instalações da Cooperativa, onde podem acompanhar de perto o processo de elaboração do vinho. O roteiro mostra os diversos procedimentos da arte de elaborar vinhos, percorrendo corredores com barris de carvalho, tanques de inox e enormes pipas de madeira. Na lista dos atrativos turísticos, um belo passeio cultural. Nessa Vinícola, também é possível

reconhecer a história dos primeiros imigrantes italianos, através de vídeo com depoimentos das famílias que compõem a Cooperativa, além das informações repassadas durante o percurso. A visita finaliza com degustação de vinhos, espumantes e sucos.

Imagem 7 - Vinícola Aurora

Fonte: Arquivo Entre Rios (2019).

2.1.10.2.3 Igreja Cristo Rei

A Igreja Matriz Cristo Rei, edificada em estilo gótico moderno, foi inaugurada em 14 de novembro de 1954, levando cinco anos para ser construída. Seu interior possui um vão de 40 metros de altura e três altares. Numa das naves laterais, está localizada a “fonte de água benta”, onde, simbolicamente, dois anjos seguram a pia sobre a qual está a torneira com a “água benta”. A obra foi realizada em tijolo e revestida de cimento com pigmentação amarela pelo escultor alemão Alfredo Staege. As janelas são vitrais com ornamentos de brocados e suas colunas são espigões subindo ao espaço. Localiza-se na Praça Rui Lorenzi, também denominada Praça das Rosas, notabilizada pelos jardins que a circundam. É um atrativo muito visitado, pois se encontra próxima aos principais atrativos do centro e cercada de restaurantes e bares. Alguns turistas relatam que a igreja encontra-se fechada em vários horários do dia.

2.1.10.2.4 Igreja São Bento

A Igreja São Bento reproduz o pórtico de entrada de Bento Gonçalves, em forma de uma imensa pipa. Tem um interior bastante significativo, todo cercado de belíssimos vitrais. Edificada totalmente em concreto é uma homenagem à cidade e sua vocação vitivinícola. A decoração interna, além de motivos sacros, utiliza elementos temáticos da uva e do vinho. O altar e as portas da Igreja são de madeira. As quatro portas representam um barril e os bancos trazem gravada a simbologia da uva. Dezenas de vitrais coloridos embelezam a igreja. Pode abrigar até mil pessoas. São Bento é o 'protetor dos vinhedos'. Há uma loja de souvenir em seu interior e, no exterior, há banheiro público. A noite ela torna-se mais bonita pelos vitrais luminosos. Essa igreja passou a ser o local onde se dá a benção inicial aos festejos da Vindima, pois na praça onde está localizada, tem um corredor com videiras para proteção de todos os vinhateiros do município.

Imagem 8 - Igreja São Bento

Fonte: Bento Tur (c2020).

2.1.10.2.5 Malhas G'Dom

A MALHAS G'DOM é uma empresa familiar que desenvolve suas atividades há 38 anos. A empresa sempre esteve vinculada aos seus objetivos principais, que é a produção de malhas, mas, a partir de 2016, iniciou um projeto de visitação. Desde então as visitações cresceram de forma significativa e, com esse aumento, o espaço foi ampliado para 600m^2, contando com um varejo diversificado em ambiente

espaçoso, bem planejado e moderno. Portanto, atualmente, ocorre o ***TOUR TRICOT G'DOM.*** A inauguração desse novo local foi em 05 de setembro de 2019.

Imagem 9 - Inauguração área ampliada Malhas G'Dom

Fonte: Malhas G'Dom (Facebook, set/2019).

2.1.10.2.6 Trem Maria Fumaça

O passeio turístico de trem a vapor é uma memorável atração. Os turistas são recepcionados na estação férrea de Bento Gonçalves com uma deliciosa degustação de vinho e sucos. Ao soar o sino, todos embarcam numa viagem repleta de alegria e que traduz o jeito de ser dos imigrantes italianos. São 23 quilômetros de agradável percurso com duração média de duas horas. Durante o passeio, a festa é conduzida por atrações típicas italianas e gaúchas. A recepção em Garibaldi acontece ao som da música gaúcha e italiana, enquanto todos degustam espumante moscatel e suco de uva. Novo embarque, com destino ao final do passeio. A Giordani Turismo recepciona os turistas na cidade de Carlos Barbosa com um show de música italiana. Neste momento, todos se encontram e confraternizam embalados pela música. Alguns passageiros dizem adeus, enquanto outros embarcam no retorno a Bento Gonçalves.

Imagem 10 - Atrativo Turístico Trem Maria Fumaça

Fonte: Acervo Giordani Turismo (2020).

A Estação Férrea de Bento Gonçalves possui duas lojas de *souvenirs* com uma variedade de produtos que levará o turista a recordar o passeio de Maria Fumaça e a sua viagem a Serra Gaúcha. Entre as opções, é possível comprar malhas, roupas personalizadas do passeio de trem e do Parque Cultural Epopeia Italiana, artesanato, vinhos, espumantes e sucos de uva. As peças mais adquiridas pelos turistas são as miniaturas da pipa.

Imagem 11 – *Souvenirs* de Bento Gonçalves

Fonte: Acervo Entre Rios (2019).

2.1.10.2.7 Monumento aos Imigrantes Italianos

O Monumento aos Imigrantes Italianos foi inaugurado em outubro de 2005, dentro das comemorações dos 130 anos da imigração italiana no Rio Grande do Sul, sendo a obra oficial alusiva à data. A escultura de autoria do artista plástico Gustavo Nackle Neffa é totalmente em bronze, pesando 121 toneladas. Além do valor artístico, o monumento homenageia o esforço e o trabalho de tantos homens e mulheres que dedicaram sua vida para construir a grandeza do município de Bento Gonçalves. Está localizado na Praça Achyles Mincarone ao lado da Igreja de São Bento.

Imagem 12 – Monumento ao Imigrante

Fonte: Imagem Lucia Machado da Silveira (s.d).

2.1.10.2.8 Museu do Imigrante

O Museu do Imigrante foi fundado através do decreto Lei nº 566 de 18 de dezembro de 1974 e abriu suas portas para a comunidade em 21 de maio de 1975, desenvolvendo, desde então, as suas atividades em um antigo prédio construído em 1913. Foi tombado como Patrimônio Histórico do município em 2005 e passou a integrar o roteiro cultural da cidade. Para resgatar a história da Imigração Italiana, o Museu teve quase dez mil itens doados pela comunidade. Possui dois andares e sete salas temáticas, onde preserva artefatos, documentos textuais e imagens que se acham divididos em: Sala de Gaitas, Arte Sacra, Objetos Pessoais e Ofícios, Quarto de Dormir, Cozinha, Trabalho e Vinho.

Imagem 13 – Museu do Imigrante

Fonte: Bento Tur (c2020).

2.1.10.2.9 Parque Cultural Epopeia Italiana

O Parque Epopeia Italiana é palco de um grande espetáculo cênico. Permite viver e sentir o cotidiano dos imigrantes italianos na época de 1875, ano chave que marcou a chegada dos primeiros italianos na região. O propósito é envolver o visitante no contexto, fazendo-o sentir as mesmas emoções e necessidades que os imigrantes tiveram desde a saída da Itália até a chegada ao Brasil. Visitar o parque é embarcar numa verdadeira viagem pelo tempo que conta a história de um casal de imigrantes, Lazaro e Rosa, bisavós dos idealizadores Susana Giordani e Leonardo Giordani, que passaram por inúmeras dificuldades quando chegaram ao Brasil e, depois de muito sacrifício e esforço, conseguiram prosperar nessas terras. Durante a apresentação, o visitante deixa de ser um mero espectador e passa a fazer parte da história, interagindo com o personagem pelos cenários que são réplicas do passado.

Em 200 m^2 de área construída, foram montados nove ambientes que retratam aspectos que vão desde a vida na Itália, passando pela viagem ao Brasil e, por fim, a adaptação ao novo continente. Proporciona degustação de suco de uva, vinho e biscoitos caseiros. A atuação dos atores e os efeitos especiais de som e luz proporcionam uma maior dinâmica dando vida às réplicas e ambientes. A visita dura aproximadamente 45 minutos.

Imagem 14 - Parque Epopeia Italiana

Fonte: Giordani Turismo (2020).

2.1.10.2.10 Pipa Pórtico

Ao chegar a Bento Gonçalves, o visitante literalmente está ‘Entrando no Mundo do Vinho’. No acesso principal da cidade, um pórtico em formato de pipa, medindo 17,35 m de altura, dá as boas-vindas ao visitante. A Pipa Pórtico, construída em 1985, é considerada o cartão de visita da cidade. Ao lado da Pipa Pórtico, está localizado o CAT Pipa Pórtico.

Imagem 15 - Pipa Pórtico

Fonte: Bento Tur (c2020).

2.1.10.2.11 Via Del Vino

Se existe um lugar em Bento Gonçalves capaz de simbolizar o passado e o presente ao mesmo tempo, este lugar é a Via del Vino. Localizada no centro da cidade, foi no entorno dessa via que a cidade desenvolveu-se e concentra até hoje os prédios carregados de história. A vida social e econômica ainda gira em torno dessa via, pois ali estão a Igreja Matriz, o clube, as praças e seus bancos. Ali fica

boa parte dos estabelecimentos comerciais da cidade, um lugar ideal para conhecer de perto esse povo sempre receptivo. Para auxiliar o acompanhamento do Tour Via del Vino, cada prédio possui uma placa, em que é descrita a sua história e curiosidades. Trata-se de uma opção para os visitantes também conhecerem a história de Bento Gonçalves.

Imagem 16 – La Fontana na Via del Vino

Fonte: Bento Tur (c2020).

La Fontana, localizada no coração da Via del Vino, também conhecida como Chafariz de Vinho, foi, por muitos anos, uma das referências turísticas da cidade. Foi construída em 1990 em frente ao Palácio Municipal, onde funciona a prefeitura. A construção da fonte foi feita com retalhos de pedras, imitando as taipas construídas pelos imigrantes italianos que colonizaram a região. As taipas eram muros formados por empilhamento das pedras encontradas nas terras ocupadas pelos colonizadores. A ideia do chafariz do vinho é citada até mesmo em um poema de Maria Borges Frota em 1967. Anos mais tarde, o poema ganhou melodia e tornou-se o hino da capital brasileira do vinho, sem a poetisa, no entanto, imaginar que 23 anos mais tarde o vinho viria a jorrar de fato em cascatas reais nas ruas de Bento Gonçalves.

Os atrativos turísticos da zona urbana receberam, em 2018, um total de 880.993 visitantes, mas apenas quatro são monitorados: Cooperativa Vinícola Aurora, Malharia G'Dom, Parque Cultural Epopeia Italiana e o passeio de trem Maria Fumaça.

2.1.11 Produtos Turísticos

2.1.11.1 *Tour* Guiado “Que Tal de Bike?”

O tour guiado “Que tal de bike?” é um passeio idealizado pelo Hotel Dall’Onder para visitantes, turistas e para a comunidade local. As diferentes opções de passeios contemplam diversos níveis de esforço físico, podendo ser praticado por ciclistas iniciantes ou experientes, definindo-se 14 anos como idade mínima. São quatro roteiros de diferentes níveis de dificuldade, sendo classificados numa escala de um (fácil) a cinco (difícil). A empresa fornece bicicleta, capacete, seguro de vida, condutores capacitados segundo as normas da Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura (ABETA) e traslado de retorno ao hotel. Para a segurança e tranquilidade dos aventureiros, um carro de apoio acompanha o trajeto. É possível adquirir o produto em qualquer dia da semana, mediante agendamento prévio, com saídas de manhã ou à tarde.

Os passeios podem ter de três a oito horas de duração e podem percorrer entre sete e 34 quilômetros de extensão. Estão disponíveis quatro roteiros: Vale dos Vinhedos, Caminhos de Pedra, Rio das Antas e Estrada do Sabor. Os passeios percorrem vinícolas, estabelecimentos turísticos, estradas de terra, represas, cachoeiras e pontes em uma região, onde a história, a gastronomia e a arquitetura dos imigrantes italianos permanecem vivas.

Imagem 17 - Folder de divulgação do passeio de bike

Fonte: Bento Tur (c2020).

2.1.11.2 *Tour* de Compras

Idealizado por um grupo de 12 lojistas, o roteiro engloba as ruas Herny Hugo Dreher, Carlos Flores, Xingú e Avenida Planalto, eixo que já é reconhecido como corredor enogastronômico da cidade. O roteiro pode ser feito a pé pelo visitante, guiado pelo livreto '*Tour* de Compras', que pode ser obtido nos hotéis, postos de informações e nas agências de receptivo. Em cada estabelecimento, o turista poderá vivenciar experiências e atrativos diferenciados e atendimento personalizado. O livreto identifica a localização das lojas e seu horário de funcionamento. O passeio de compras oferece um mix com opções em lojas de malhas, sapatos, bolsas, assessórios, artesanato, cosméticos, marcas exclusivas de moda feminina e masculina, além dos cafés. Porém, o conceito vai além de apenas um tour de compras. Esse produto está no site: www.bento.tur.br, porém, ao serem visitados os quatro CATs do município nenhum atendente mencionou esse produto e o livreto não está à disposição dos turistas.

Figura 9 – Marca do Tour de Compras

Fonte: Bento Tur (c2020).

2.1.11.3 O *Tour* da Experiência – Região Uva e Vinho

O tour da Experiência – Região Uva e Vinho é uma iniciativa inédita e pioneira no Brasil. Seu principal objetivo relaciona-se ao desenvolvimento de um modelo turístico mais competitivo em território nacional por meio da inovação da oferta de produtos e serviços. Essa iniciativa busca, assim, proporcionar aos turistas um conjunto de experiências e acontecimentos únicos e memoráveis pela forma, sentido

e emoção vivenciadas. Essa experimentação está ligada com o momento presente, traduzido em sentimentos: emoção, prazer, inspiração e satisfação. Na Região Uva e Vinho diversos municípios fazem parte, entre eles, Bento Gonçalves com experiências/vivências memoráveis e inéditas. As empresas oferecem produtos e serviços inusitados, usando especialmente, recursos e situações históricas, culturais, sociais e ambientais peculiares à região, valendo-se desses elementos para ampliar o poder de atratividade deste destino turístico.

Figura 10 – Marca Tour da Experiência

Fonte: Bento Tur (c2020).

Imagem 18 – Degustação às Cegas em Bento Gonçalves

Fonte: Tour da Experiência (s.d).

2.1.11.4 *Walking Tour* Via del Vino

Localizada no centro da cidade, no entorno da Via del Vino, a cidade desenvolveu-se e concentra até hoje os prédios carregados de história. A vida social e econômica ainda gira em torno desta via, pois nela estão a Igreja Matriz, o clube,

as praças e seus bancos. Ali fica boa parte dos estabelecimentos comerciais da cidade, um lugar ideal para conhecer de pertinho os residentes sempre receptivos. Para auxiliar o acompanhamento do Tour Via del Vino cada prédio possui uma placa, onde é descrita a sua história e curiosidades. O Tour inicia no Centro de Atendimento ao Turista – CAT Via del Vino, situado próximo a La Fontana, na casa do Artesão. Os turistas são acolhidos pelos condutores que os acompanham pela caminhada no centro da cidade, onde se inicia a visita, recebendo informações da fonte, seguindo pela Via Del Vino para conhecer prédios históricos e monumentos. Este produto está em processo de reformulação e melhorias.

2.1.11.5 *City Tour* – Viva a História

A proposta do *City Tour* – Viva a História é apresentar a Capital Brasileira do Vinho a bordo de um charmoso ônibus Chevrolet 1961 que leva o turista em uma viagem pelos principais atrativos turísticos, contando a história da Imigração Italiana e a fundação da cidade. Os locais visitados são a Pipa Pórtico; a Via del Vino com seu chafariz de vinho; o Museu do Imigrante que conta, no seu acervo, com itens de época que retratam a vida do imigrante italiano; o Monumento ao Imigrante e Malhas G'Dom. A duração do passeio é de aproximadamente quatro horas. É operado pela Giordani Turismo.

Imagem 19 – Ônibus Chevrolet 1961

Fonte: Imagem Giordani Turismo (2020).

2.1.12.6 *Destination Wedding*

O termo *Destination Wedding* refere-se à modalidade de celebração matrimonial, que os noivos escolhem um destino diferente ao que residem para realização do casamento. É compreendido como uma experiência, pois se trata de um conjunto de ações, além de cerimônia e festa, em que noivos e convidados hospedam-se no mesmo hotel, e aproveitam as atividades turísticas do destino nos dias anteriores e posteriores ao evento, com o objetivo de tornar a viagem uma experiência turística memorável. Essa experiência proporciona momentos de convivência do casal e seus convidados, que se hospedam no mesmo hotel, nos dias anteriores e posteriores ao evento, tornando o período do casamento mais especial e duradouro (CAMARGO; SANTOS, 2017).

O *Destination Wedding* é considerado uma experiência oferecida pelos destinos turísticos, que disponibilizam lugares e serviços fora do comum, proporcionando prazeres intensos e envolvendo sentidos não habituais, durante todo o período em que os noivos e convidados estiverem no destino turístico. A atribuição emocional já presente em cerimônias de casamentos torna-se ainda mais memorável, quando há um contexto especial e diferenciado, distinto de casamentos habituais. Trata-se, neste caso, da relação de qualidade nos serviços de eventos com benefícios e atribuições turísticas, a fim de promover uma experiência (CAMARGO; SANTOS, 2017).

Bento Gonçalves reúne todos esses atributos para ser um destino de casamentos e esse segmento possui um grande **potencial para evoluir devido às particularidades que o destino oferece – características paisagísticas e patrimoniais, gastronomia, clima, oferta cultural, entre outros fatores como a qualidade e preço.** Além de mobilizar a cadeia produtiva do Turismo também requer uma rede de contatos como fotógrafos, floristas, decoradores, serviços de *catering, cake designers,* músicos, DJ’s e tantos outros serviços que contribuem para o êxito e para a perfeição de um casamento.

Imagem 20 – Novalle Espaço para Eventos

Fonte: Bento Tur. Casamentos e Festas (c2020).

2.2 ANÁLISE DA DEMANDA TURÍSTICA POTENCIAL

2.2.1 Demanda Potencial

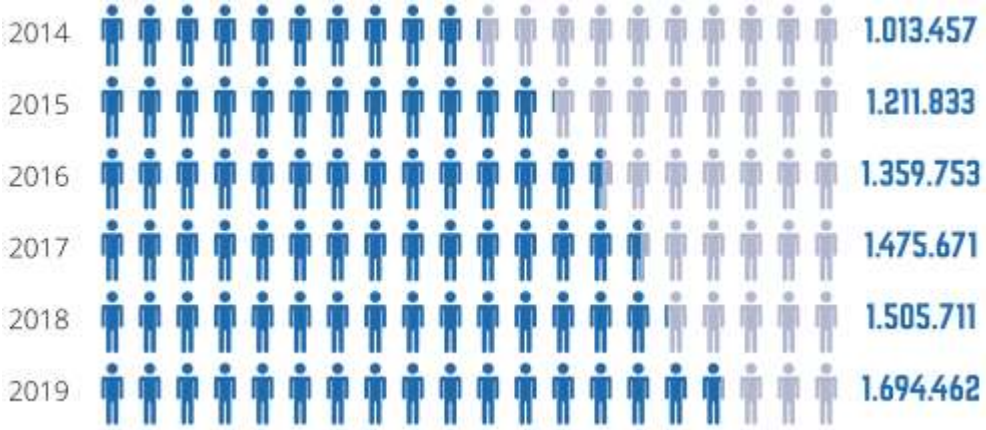
Utilizou-se, neste trabalho, para a projeção da demanda potencial, o modelo de **séries temporais**, pois existem dados numéricos necessários à análise, a qual seguirá modelos de estimativa da demanda para o segmento de lazer, visto que, segundo a SEMTUR, é o principal motivo da demanda visitar o destino.

Séries temporais são baseadas na ideia de que a história dos acontecimentos ao longo do tempo pode ser usada para prever o futuro. Utilizam dados históricos coletados ao longo do tempo e projetam essas tendências para o futuro. O pressuposto é que o acontecido no passado influenciará a direção futura e a magnitude da demanda turística. Há três técnicas diferentes que utilizam as séries temporais:

- ✓ Média móvel simples;
- ✓ Média móvel ponderada;
- ✓ Média ponderada exponencial.

A técnica Média Móvel Simples foi empregada para projetar a demanda potencial do destino turístico Bento Gonçalves, sendo estabelecida através do cálculo de um determinado tempo de período, neste caso, do período de 2014 a 2019, conforme mostra a Figura 11.

Figura 11 – Evolução número de visitantes desde 2014



Fonte: SEMTUR (2019).

Através dessa série de dados analisados, obteve-se a estimativa de **10,94%** de crescimento até 2022.

2.2.2 Segmentos Potenciais

Os segmentos potenciais identificados foram:

- ✓ Turismo Náutico;
- ✓ Turismo de Luxo – incluso *Wedding;*
- ✓ Turismo de Aventura – ampliação;
- ✓ Turismo de Negócios e Eventos*: Incentive Travel.*

2.2.3 Destinos Competidores

Identificou-se, como principal destino competidor, a Serra Região das Hortênsias (Gramado e Canela) e a Região dos Campos de Cima da Serra (Cambará do Sul).

2.3 ANÁLISE DA OFERTA TURÍSTICA DA ÁREA TURÍSTICA

Para a análise da oferta turística de base patrimonial e natural, a equipe de consultores realizou análise individual, em que cada profissional procurou identificar os gargalos existentes, pontos fortes e pontos fracos dentro de sua área de atuação e, posteriormente, procedeu-se à unificação para efeito de análise e interpretação. O

descritivo segue a ordem apresentada no item referente a identificação do portfólio estratégico de produtos turísticos descritos no capitulo I, item 1.1.10.

Oferta é a imensa variedade de produtos e serviços turísticos que estão disponíveis no mercado. As empresas responsáveis pela oferta devem sempre ter em mente a necessidade de satisfação que os consumidores buscam e fazer, sempre que necessário, as alterações possíveis. Os turistas estão à procura de algo que ocupe seu tempo. Cada região oferece seu próprio produto, mas aquela que puder oferecer a maior variedade de produtos, com melhores preços e serviços, entendendo que, ao vender serviços, não se está apenas oferecendo atrativos, hospedagem, alimentação, mas se está vendendo benefícios aos clientes, benefícios que deverão satisfazer suas necessidades ou desejos para, assim, tornar-se mais atrativa em relação a outras regiões concorrentes (MTUR, 2007b).

2.3.1 Análise da Oferta Turística – Zona Rural

2.3.1.1 Rota Caminhos de Pedra

Pontos Fortes:

✓ Nesta rota, o principal ponto forte é a riqueza do patrimônio cultural composto por exemplares da arquitetura colonial italiana de alta qualidade, que concentram o maior acervo arquitetônico da imigração italiana em meio rural do país, e a preocupação com a preservação do patrimônio histórico material e imaterial. Esse conjunto de bens levou a rota a ser considerada Patrimônio Histórico do Rio Grande do Sul desde 2009 (Lei Estadual nº 13.177/09);

✓ Forte concentração de Capital Social, entendido como a capacidade que uma sociedade possui para realizar parcerias, estabelecer laços de confiança para a produção do bem público (ARAÚJO, 2008). Por essa razão, a demonstração de cooperação e reciprocidade entre os atores sociais envolvidos na rota proporciona a quebra de barreiras para o crescimento das empresas, aumenta as oportunidades de produzir e comercializar seus produtos, realizar ações conjuntas, constituindo-se em significativa fonte geradora de vantagens competitivas duradouras;

✓ O aumento da autoestima dos moradores que, em tempos remotos, demostravam sentir vergonha de suas casas e de seus modos de vida. O Turismo desenvolveu esse sentimento de pertencimento e valorização da cultura, pois trouxe

o turista para conhecer esse legado e, consequentemente, gerou renda, trabalho e preservação da cultura e do patrimônio;

- ✓ A sinalização turística embora um pouco desgastada pelo tempo é fator importante, pois orienta o turista e expressa uma sensação de organização do território;
- ✓ Paisagens cênicas;
- ✓ Belezas naturais: ambiente natural valorizado nos empreendimentos da Rota.
- ✓ Farto material de divulgação que também cumpre o papel de orientação juntamente com o CAT localizado dentro da rota, é de fundamental importância para que o turista possa potencializar sua visita, conhecendo e vivenciando experiências nos atrativos que mais combinam com o seu perfil;
- ✓ O acesso pela Estrada do Barracão bem como outros acessos são todos asfaltados, facilitando a visitação nos atrativos turísticos;
- ✓ Outro fator muito importante é a acentuada assessoria que a entidade Atuaserra dedica à rota, colocando à disposição das empresas vários profissionais como advogados, arquitetos, designers, engenheiros, turismólogos, entre outros.
- ✓ Redução do êxodo rural;
- ✓ E, finalmente, a gestão da rota que é desempenhada pela associação a qual possui uma estrutura bem definida, em que cada membro da diretoria desempenha seu papel definido em estatuto.

Pontos fracos:

- ✓ Falta de segurança, já houve registros de roubo e furto nos empreendimentos;
- ✓ Dificuldades no transporte do centro para a zona rural, ocasionando um problema de mobilidade na mão-de-obra gerando problemas na contratação de funcionários e, consequentemente, comprometendo o atendimento dos turistas nos empreendimentos, principalmente nos restaurantes;
- ✓ Instabilidade na rede elétrica;
- ✓ Falta do controle de capacidade de carga nos empreendimentos onde se entende ser o nível máximo aceitável de uso de um atrativo pelo visitante, com alto nível de satisfação para os usuários e gerando mínimos efeitos negativos para os recursos utilizados (MTUR, 2007a). A falta do controle da capacidade de carga está

gerando fila nos finais de semana em restaurantes da rota, fato que é recorrente nas reclamações dos turistas;

✓ Falta de acostamento na estrada principal gerando insegurança para automóveis e, principalmente, para ciclistas;

✓ São pouco evidenciadas ações com práticas de sustentabilidade nos empreendimentos. Embora já tenha ocorrido o "1º. Fórum Estadual de Energia Solar" em maio de 2019 na cidade de Bento Gonçalves, não foram encontrados locais com placas fotovoltaicas ou assemelhados;

✓ Não foi identificada nenhuma empresa com Programa de Gestão Ambiental aplicado;

✓ Acessibilidade, poucos empreendimentos possuem acessibilidade.

Um fator que vem se destacando é a especulação imobiliária. Essa é a grande preocupação dos gestores dessa rota e das demais, apesar do Plano Diretor Rural apresentar restrições, ele não garante mecanismos de proteção da paisagem cênica e da cultura. Vale destacar que, recentemente, houve discussões sobre possível implantação de novos empreendimentos de grande porte nessa Rota.

2.3.1.2 Rota Cantinas Históricas

Pontos Fortes:

✓ A sinalização turística;

✓ Farto material de divulgação;

✓ Excelente posição no *TripAdvisor*;

✓ Paisagens cênicas;

✓ Experiências de enoturismo glamorosas;

✓ A gestão da rota que é desempenhada pela associação.

Pontos fracos:

✓ Falta de segurança, há registro de roubo e furto nos empreendimentos;

✓ Dificuldades no transporte do centro para a zona rural, ocasionando um problema de mobilidade na mão-de-obra gerando problemas na contratação de funcionários e, consequentemente, comprometendo o atendimento dos turistas nos empreendimentos;

✓ Acessibilidade;

✓ Instabilidade na rede elétrica;

✓ Falta do controle de capacidade de carga nos empreendimentos;

✓ Falta de parte de acostamento na estrada principal, gerando insegurança para automóveis e principalmente para ciclistas.

✓ São pouco evidenciadas ações com práticas de sustentabilidade nos empreendimentos;

✓ Não foi identificada nenhuma empresa com Programa de Gestão Ambiental aplicado;

✓ Número reduzido de integrantes da rota, isso dificulta a realização de ações e a gestão concentra-se nas mãos de apenas uma pessoa.

2.3.1.3 Rota Encantos de Eulália

Pontos Fortes:

✓ O principal ponto forte dessa rota é a autenticidade que os empreendedores apresentam e o fato de serem os proprietários a atenderem pessoalmente os turistas em todos os empreendimentos;

✓ A preservação da cultura italiana retratada em todo o processo da produção turística;

✓ O aumento da autoestima;

✓ Farto material de divulgação que também cumpre o papel de orientação. É de fundamental importância para que o turista possa potencializar sua visita, conhecendo e vivenciando experiências nos atrativos que mais combinam com o seu perfil;

✓ A sinalização turística cumpre seu papel, mas precisa de uma revisão;

✓ O fato de possuir pouco fluxo é atrativo para aqueles visitantes que preferem roteiros mais tranquilos e menos movimentados;

✓ A gestão da rota desempenhada pela associação;

✓ Um parque de aventuras onde se encontra um *bungee jump* com a maior queda da América do Sul, chegando a 157m.

Pontos fracos:

✓ Dificuldades no transporte do centro para a zona rural, ocasionando um problema de mobilidade na mão-de-obra, gerando problemas na contratação de funcionários e, consequentemente, comprometendo o atendimento dos turistas nos empreendimentos, principalmente nos restaurantes; também para aqueles visitantes

que desejam usar o transporte público, os horários dos ônibus que atendem a rota são bem restritos;

- ✓ Acessibilidade;
- ✓ Falta do controle de capacidade de carga nos empreendimentos;
- ✓ Sinalização turística carente de revisão;
- ✓ Especulação imobiliária;
- ✓ Instabilidade na rede elétrica – alguns empreendedores utilizam gerador próprio;
- ✓ Estradas de acesso;
- ✓ São poucas as evidenciadas ações com práticas de sustentabilidade nos empreendimentos;
- ✓ Não foi identificada nenhuma empresa com Programa de Gestão Ambiental aplicado;
- ✓ Pouca participação de alguns membros da Associação para as definições coletivas.

2.3.1.4 Rota Vale do Rio das Antas

Pontes Fortes:

- ✓ A 'Ponte do Rio das Antas', uma das maiores do mundo em arcos paralelos suspensos, é um atrativo turístico da rota;
- ✓ O Mirante da Ferradura também é um atrativo da rota;
- ✓ Vinícola Salton, uma das maiores vinícolas do país, situa-se nessa rota;
- ✓ Material de divulgação;
- ✓ Sinalização turística;
- ✓ Boa colocação no ranking do *TripAdvisor*;
- ✓ Experiências enogastronômicas;
- ✓ Paisagens cênicas;
- ✓ Diversidade de empreendimentos;
- ✓ Gestão da rota composta por diretores jovens – nova geração.

Pontos fracos:

- ✓ Falta de segurança, há registro de roubo e furto nos empreendimentos;
- ✓ Dificuldades no transporte do centro para a zona rural, ocasionando um problema de mobilidade na mão-de–obra, gerando problemas na contratação de

funcionários e, consequentemente, comprometendo o atendimento dos turistas nos empreendimentos, principalmente nos restaurantes;

✓ Instabilidade na rede elétrica;

✓ Falta do controle de capacidade de carga nos empreendimentos;

✓ Falta de acostamento na estrada principal, gerando insegurança para automóveis e, principalmente, para ciclistas;

✓ São poucas as evidenciadas ações com práticas de sustentabilidade nos empreendimentos;

✓ Não foi identificada nenhuma empresa com Programa de Gestão Ambiental aplicado, exceto na maior vinícola da Rota;

✓ Acessibilidade em poucos empreendimentos da Rota;

✓ CAT fechado.

2.3.1.5 Rota Vale dos Vinhedos

Pontos Fortes:

✓ Referência internacional em Enoturismo;

✓ Registro de Indicação de Procedência (IP);

✓ Reconhecida a Denominação de Origem (DO) – a primeira DO de vinhos do Brasil;

✓ Paisagens cênicas;

✓ O aumento da autoestima dos moradores e produtores de vinho;

✓ A sinalização turística, embora um pouco desgastada pelo tempo, é fator importante, pois orienta o turista e oferta a sensação de organização do território;

✓ Farto e rico material de divulgação que também cumpre o papel de orientação juntamente com o CAT, localizado na sede da APROVALE, dentro da rota, sendo de responsabilidade da entidade;

✓ Complexos de enoturismo de nível internacional;

✓ Acessos;

✓ Principal Rota Turística do Município em recebimento de visitantes e estruturas disponíveis;

✓ Diversos empreendimentos com Sistema de Gestão Ambiental implantada;

✓ E, finalmente, a gestão da rota que é desempenhada pela APROVALE.

Pontos fracos:

✓ Falta de segurança, há registro de roubo e furto nos empreendimentos e nos estacionamentos ao longo da rota;

✓ Muitos acessos à rota, possibilitando várias saídas de fuga;

✓ Dificuldades no transporte do centro para a zona rural, ocasionando um problema de mobilidade na mão-de-obra, gerando problemas na contratação de funcionários e, consequentemente, comprometendo o atendimento dos turistas nos empreendimentos, principalmente nos restaurantes;

✓ Instabilidade na rede elétrica;

✓ Falta do controle de capacidade de carga nos empreendimentos;

✓ Falta de acostamento na maior parte da estrada principal, gerando insegurança para automóveis e principalmente para ciclistas;

✓ Embora muitas empresas tenham implantado ações de sustentabilidade, ainda existem muitas que não possuem práticas sustentáveis;

✓ Especulação imobiliária;

✓ Manutenção da paisagem cênica,do patrimônio natural e cultural diante do processo de desenvolvimento desta rota.

2.3.2 Análise da Oferta Turística – Zona Urbana

Neste tópico são analisados os atrativos turísticos da Zona Urbana que possuem controle de visitas monitoradas pela SEMTUR.

2.3.2.1 Cooperativa Vinícola Aurora

Pontos Fortes:

✓ Riqueza do patrimônio cultural;

✓ Riqueza da história da imigração italiana contada de forma suave e emocionante;

✓ Estruturas da Vinícola para atender visitantes;

✓ Equipe bem preparada;

✓ Tempo de experiência;

✓ Divulgação permanente e reconhecimento do atrativo em nível nacional;

✓ Acesso fácil próximo ao centro da cidade;

✓ Visitação gratuita;

✓ Diversos horários disponíveis para visitação;

✓ Passeio interativo com o público;

✓ Narrativa vibrante e bem contextualizada.

Pontos fracos:

✓ Resíduos – Não foi evidenciado para onde são encaminhados os possíveis resíduos gerados nas visitas;

✓ Certificação ambiental – Não foi evidenciada a presença de ações que façam parte de um Sistema de Gestão Ambiental;

✓ Acessibilidade: algumas áreas internas são de difícil acesso.

2.3.2.2 Malhas G'Dom

Pontos Fortes:

✓ Suporte financeiro para implementar todas as atividades na empresa;

✓ Mão de obra local – ações de sustentabilidade social;

✓ Proximidade de outros atrativos visitados;

✓ Atendimento de domingo a domingo;

✓ Produção própria;

✓ Expertise da família;

✓ Qualidade do produto – ótimo padrão de qualidade;

✓ Espaço físico adequado para varejo e visitação;

✓ Desenvolvimento de produto próprio;

✓ Segurança;

✓ Transfer gratuito nos hotéis;

✓ Acessibilidade.

Pontos Fracos:

✓ Falta de expertise para o Turismo (como empresa pelo pouco tempo de atuação);

✓ Mesmas mídias sociais usadas para todos os segmentos da empresa;

✓ Necessidade de reforço da marca para o Turismo, pois ainda são mais fortes na produção de malhas;

✓ Pouco tempo de atuação no Turismo (em comparação com outros locais de Bento Gonçalves);

✓ Resíduos – não foi evidenciado para onde são encaminhados os possíveis resíduos gerados nas visitas;

✓ Certificação ambiental – não foi evidenciada a presença de ações que façam parte de um Sistema de Gestão Ambiental.

2.3.2.3 Trem Maria Fumaça

Pontos Fortes:

✓ Um atrativo turístico único no Brasil;

✓ Oportunidade de experiências de vivências da cultura italiana e gaúcha;

✓ Passeio recreativo;

✓ Degustação de produtos regionais;

✓ Facilidade na compra dos ingressos;

✓ Estação férrea de Bento Gonçalves limpa, sinalizada, com acessibilidade; local para estacionamento de ônibus; forte presença de segurança privada;

✓ Lixeiras adequadas e sinalizadas para resíduos orgânicos e secos, posicionadas em lugares estratégicos;

✓ Faixas amarelas no piso da estação alertando a segurança dos turistas para evitar acidentes;

✓ Passeio interativo com o público.

Pontos Fracos:

✓ Impossibilidade da escolha do assento pelo turista;

✓ Poluição pela fuligem;

✓ Pacotes organizados por agências de viagens que encurtam o roteiro comercializado e tornam-no cansativo, prejudicando a imagem do atrativo, pois a reclamação é: “o passeio da Maria Fumaça é muito cansativo”.

✓ Pacotes organizados por agências de viagens com o foco no comercial: “*Passeio extremamente cansativo e a sensação foi que fomos levados a apenas lugares comerciais para comprar e dar comissões para os guias*” (TRIPADVISOR, s.d).

Figura 12 – Avaliação viajantes no *TripAdvisor* passeio Maria Fumaça

Fonte: *Tripadvisor* (s.d).

2.3.2.4 Parque Cultural Epopeia Italiana

Pontos Fortes:

✓ Um atrativo turístico único no Brasil;

✓ Oportuniza experiências de vivências da cultura italiana;

✓ Passeio interativo com o público;

✓ Facilidade na compra dos ingressos;

✓ Venda casada com o passeio da Maria Fumaça;

✓ Estrutura limpa, sinalizada, com acessibilidade; local para estacionamento de ônibus; forte presença de segurança privada;

✓ Lixeiras adequadas e sinalizadas para resíduos orgânicos e secos, posicionadas em lugares estratégicos;

✓ Instalações acessíveis para cadeirantes;

✓ Narrativa vibrante e bem contextualizada;

✓ Cenários.

Pontos Fracos:

✓ Filas para uso dos banheiros (poucas unidades para o nº de visitantes).

Figura 13 – Avaliação de viajantes no TripAdvisor Epopeia Italiana

Fonte: *Tripadvisor* (s.d).

2.3.3 Identificação dos Segmentos Turísticos

Em Bento Gonçalves, foram identificados os seguintes segmentos turísticos conforme Quadro 1.

Quadro 1 – Segmentos Turísticos Identificados em Bento Gonçalves

Segmentos	Produtos
Enoturismo	Vale dos Vinhedos, Rota das CantinasHistóricas, Vale do Rio das Antas, Cooperativa Vinícola Aurora de demais vinícolas do município. Eventos Wine for Us, EstaçãoVindima, FENAVINHO.
Turismo Cultural	Passeio de Maria Fumaça, Parque Temático Epopéia Italiana, Gastronomia Italiana e Gaúcha, Igreja, Capelas e Festas Religiosas, Via Del Vino, Fundação Casa das Artes, Ecomuseu do Vinho Dalpizzol, Museu do Imigrante, Festival do Vinho Colonial, Parque das Esculturas de São Pedro, Rota Turística Caminhos de Pedra, Filó.
Turismo de Eventos e Negócios	Empresariais: Alimenta/Envase Brasil, ExpoBento, FIMMA, FIEMA, Movelsul, Tecnovits, Feira Internacional do Vinho – Wine South America, Brazil Wine Challenge Sociais: Natal Bento, Destination Wedding, Formaturas, Aniversários, entre outros. Esportivos: Campeonatos, Maratonas, Wine Run
Turismo Rural	Rotas Caminhos de Pedra, Vale do Rio das Antas, Cantinas Históricas, Encantos de Eulália e agroindústrias.
Turismo de Aventura	Parque de Aventuras, Gasper (rappel, tirolesa, arvorismo, escalada) cachoeirismo, trekking, Jeep Aventura

Fonte: Adaptado SEMTUR (2015).

Para o MTur, identificar os segmentos da oferta turística é importante, pois facilita a identificação dos públicos mais rentáveis, pois:

- ✓ Percebe-se em quais segmentos a concorrência tem menor atuação, podendo focar em mercados menos concorridos;
- ✓ Definem-se mais claramente as necessidades já satisfeitas dos consumidores e as soluções que devem ser criadas para as demandas ainda não satisfeitas, representando novas oportunidades de negócios;
- ✓ Facilita a adaptação dos produtos às mudanças do mercado e das preferências dos turistas;
- ✓ Reduz o desperdício de investimento, pois as ações passam a ser direcionadas e com objetivos específicos;
- ✓ Melhora a comunicação do produto e do destino, visto que a linguagem e a mensagem passam a ser direcionadas para um público com características distintas.

2.3.4 Análise dos Equipamentos e Serviços Turísticos

2.3.4.1 Meios de Hospedagem

Bento Gonçalves possui uma rede de alojamentos suficiente para a demanda existente e futura, uma vez que a média da taxa de ocupação indica que o segmento tem margem para crescer. A tipologia encontrada no destino é composta por hotel urbano, hotel resort, hotel Spa, pousadas, pousadas rurais e residências disponibilizadas em aplicativos.

Tabela 1 – Dados sobre meios de Hospedagem de Bento Goncalves – 2019

Descritivo	Quantidade
Meios de Hospedagem	44
Unidades Habitacionais	1.397
Total de Leitos	3.837
Taxa de ocupação	44,7%
Domicílios em aplicativos	220

Fonte: Bento Tur (c2019).

2.3.4.1.1 Taxa de ocupação

A taxa de ocupação do destino vem diminuindo, porém os dados apurados são fornecidos pelo SEGH, que não abrange toda a rede hoteleira e os meios de

hospedagens dos aplicativos. Observa-se, no gráfico a seguir, que, embora a taxa venha caindo, o número de visitantes vem aumentando. Não foram identificados problemas de mão-de-obra, visto que uma boa parte provém de outros municípios e até de outros estados da federação.

Gráfico 6 – Taxa de ocupação de 2014 a 2018

Fonte: SEMTUR (2019).

2.3.4.2 Centro de Atendimento ao Turista (CAT)

No município funcionam cinco CATs, conforme descrição que segue:

CAT Pipa Pórtico

Contato: (54) 3453-2555 /0800 603 6060

Endereço: Travessa Carazinho, s/n – Cidade Alta.

Atendimento: Segunda a sexta: das 8h30min às 17h (sem fechar ao meio-dia) Sábados, domingos e feriados: das 9h às 17h (sem fechar ao meio-dia).

CAT Via del Vino

Endereço: Rua Marechal Deodoro da Fonseca, 70.

Atendimento: Segunda a sexta: 8h às 11h45min e das 13h30min às 17h45min

CAT Caminhos de Pedra

Contato: (54) 3455-6333

Endereço: Estrada Barracão, nº 600 – Distrito de São Pedro.

Atendimento: Segunda à sexta-feira: 9h às 16h30min– Sem fechar ao meio dia

Sábados, domingos e feriados: 9h às 15h – Sem fechar ao meio dia.

CAT Norte

Endereço: BR 470, Km 204,2 – Distrito de Tuiuty.

Atendimento: Quarta a domingo: das 10h às 16h (sem fechar ao meio-dia).

Esse CAT encontrava-se fechado no período do diagnóstico.

CAT Vale dos Vinhedos

Contato: (54) 3451-9601

Endereço: Rua Dávila Sandrin, s/nº – Estrada do Vinho (junto à sede da Associação do Vale dos Vinhedos – Aprovale).

Atendimento: Segunda a sexta: das 9h às 12h e das 13h às 17h

Fechado aos finais de semana.

Para análise desse serviço, foram visitados três CATs: Caminhos de Pedra, Pórtico da Pipa e Via del Vino. Os CATs foram visitados em dias úteis durante o mês de janeiro. No CAT da Pipa, havia duas estagiárias que atendiam continuamente turistas que entravam a todo o momento no local. Observou-se que elas prestavam atendimento com cortesia, conhecimento técnico e simpatia. No CAT dos Caminhos de Pedra, havia apenas uma estagiária que também apresentou o mesmo procedimento. Sobre o CAT Via del Vino, encontrou-se certa dificuldade em localizá-lo. A equipe foi atendida por uma senhora que disse ser funcionária da SEMTUR. Ela forneceu as informações solicitadas e foi muito atenciosa, e informou sobre um produto que nos demais CATs não havia sido citado: *walking tour*.

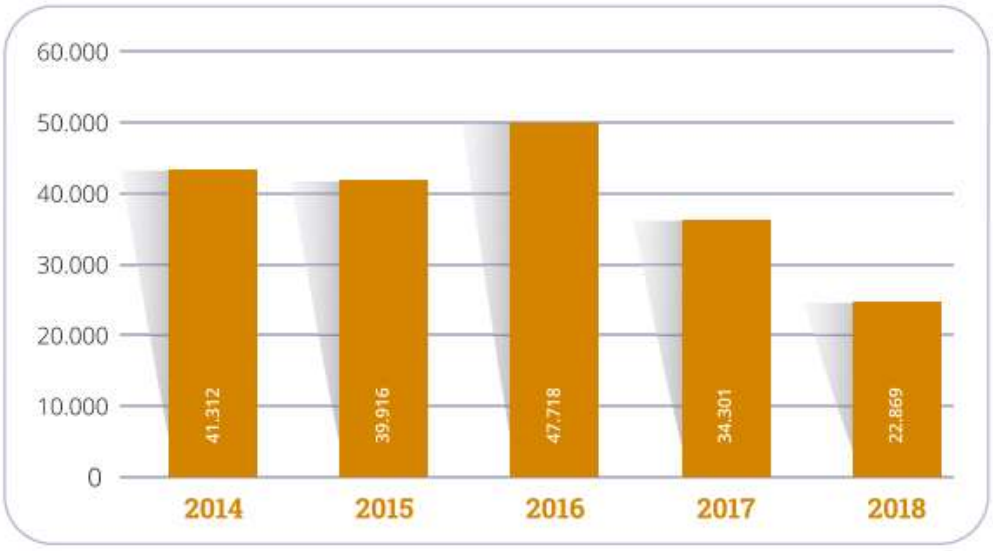
Imagem 21 – CAT Pipa Pórtico

Fonte: Acervo Entre Rios (2019).

Nos três CATs visitados, não foi aplicado o formulário de pesquisa e identificação do visitante por parte da equipe, exceto no CAT dos Caminhos de Pedra, onde as consultoras solicitaram o preenchimento para tomar ciência das informações solicitadas ao turista. Alerta-se para a importância da sensibilização dos estagiários para o preenchimento dessa ferramenta, pois ela é utilizada como fonte de dados para o perfil do visitante.

Ao analisar o número de atendimentos realizados no CATs, conforme demonstrado no Gráfico 7, na sequência, identifica-se que houve um decréscimo no fluxo. Empiricamente pode-se afirmar que, devido às informações disponibilizadas nos sites oficiais, nos empreendimentos e no aplicativo do Turismo da Cidade, a necessidade de informações diminui, no entanto, isso não invalida a grande importância que possuem essas centrais de atendimento ao turista.

Gráfico 7 - Número de visitas ao CATs de 2014 a 2018



Fonte: SEMTUR (2019).

Também está disponível ao visitante uma central *toll free*:

Central: 0800 603 6060

Segunda a sexta: das 8h às 17h30min

Sábados, domingos e feriados: das 9h às 17h

2.3.4.3 Gastronomia

A gastronomia é um forte atrativo para visitar-se Bento Gonçalves e propicia experiências memoráveis. Estabelecimentos das mais diversas especialidades, onde predominam a gastronomia italiana e gaúcha, oferecem deliciosas combinações entre a comida típica e contemporânea, o que destaca o município em termos de culinária. Conhecer as vinícolas e apreciar os tradicionais Cafés Coloniais, a culinária gaúcha e italiana nas cantinas e nos restaurantes das cinco rotas turísticas e do centro urbano é um grande prazer.

Os pratos típicos que o destino oferece são a sopa de *capeletti*, galeto ao primo canto, massas, polenta, pizzas e tudo que foi herdado da cultura italiana. São muitos restaurantes, bares, bistrôs, cafeterias servindo desde os mais simples até as mais requintadas estruturas.

Imagem 22 – Prato típico do destino turístico

Fonte: Fundaparque (s.d).

Bento Gonçalves conta com 63 restaurantes, nove lancheiras e 10 confeitarias que estão por todos os lados, principalmente ao longo das rotas turísticas. Quando o dia termina, Bento Gonçalves oferece opções diferenciadas de *pubs* e bares animados, onde moradores e visitantes reúnem-se para petiscar, bebericar e dançar. Para quem busca diversão depois que o sol se põe, o bairro de Planalto é um bom destino.

Nos finais de semana durante a Vindima e no mês de julho, os restaurantes das Rotas Caminhos de Pedra e Vale dos Vinhedos registram grande movimento ocasionando filas.

2.3.4.4 Agências de Viagens / Operadoras Turísticas

A agência de viagem do município, Giordani Turismo, atua como agência receptiva e também operadora. Criada em 1992, como agência operadora do memorável passeio de trem a vapor “Maria Fumaça – Um Retorno ao Passado”, hoje é conhecida por oferecer produtos turísticos da Região da Serra Gaúcha em

especial de Bento Gonçalves. Iniciou suas atividades como uma pequena empresa de transportes e, atualmente, ela atua de modo "integrado" para atender, junto com as demais, todo segmento turístico. A empresa oferece em seu portfólio roteiros que contemplam os mais variados atrativos da região, do cultural ao passeio de aventura, além de operar para grupos corporativos no agenciamento de passagens aéreas, hospedagens e receptivo com serviços de traslados.

Com mais de 26 anos de atuação no segmento de Turismo, o Grupo Giordani é referência na preservação e disseminação da história e da cultura da Região Uva e Vinho, na Serra Gaúcha. A empresa, ao mesmo tempo em que fortalece os negócios, colabora para economia local, impulsionando também a hotelaria, os restaurantes e o setor produtivo da uva e do vinho, proporcionado empregos diretos e indiretos.

A exploração comercial tem como diferencial, o modo como ela estruturou-se para oferecer passeios turísticos, a partir da "experiência sensorial", por meio de belas paisagens; rica gastronomia e o sabor das uvas, sucos, vinhos e espumantes. Alia-se ao passeio o enriquecimento cultural e muita música. O Parque Cultural Epopeia Italiana, outra iniciativa da Giordani, é um belo exemplo de empreendedorismo.

A empresa conta ainda com departamento de eventos, em que realiza a prestação de serviço de assessoria, efetuando o gerenciamento da logística de eventos sociais, profissionais, técnico-científicos, culturais e religiosos.

Possui parceria com diversas operadoras e agências de viagens do país. Em 2020, Bento Gonçalves figura num catálogo exclusivo da Operadora CVC. O livro que divulga a Capital do Vinho e suas atrações como destino turístico foi lançado em 17 de janeiro, durante a abertura da Estação Vindima. A publicação de um “completão”, como é chamado o material, recoloca Bento na vitrine do Turismo brasileiro após 25 anos, quando a empresa deixou de dar destaque à cidade do Vale dos Vinhedos em seus materiais. As tratativas para oferta exclusiva na maior operadora de viagens do país começou no ano passado, a partir de uma iniciativa da Giordani Turismo — a CVC já vendia o passeio de Maria Fumaça e a Epopeia Italiana, mas não o fazia em relação à cidade como destino de hospedagem. Essa ação de comercialização gerou uma expectativa de aumentar em 30 mil o número de turistas em 2020 (PIONEIRO, 2019).

Figura 14 – Marca da Agência Giordani Turismo

Fonte: Giordani Turismo. Facebook (2020).

2.3.4.5 Número de prestadores cadastrados no CADASTUR

De acordo com dados e informações analisados junto ao Inventário Turístico de Bento Gonçalves, aponta-se, conforme Tabela 2, um número muito pequeno de empresas cadastradas junto ao Cadastro de Prestadores de Serviços (CADASTUR), retratando pouco interesse por parte dos empresários ou pouca informação sobre a obrigatoriedade desse cadastro.

Tabela 2 – Empresas cadastradas no CADASTUR

Prestadores de serviço	**Quantidade**
Parque temático	01
Meios de hospedagem	20
Guias de Turismo	41
Agências de Turismo	41
Ttransportadoras turísticas	33
Organizadoras de eventos	06
Restaurantes / Cafeterias	08
Prestadores especializados em segmentos turísticos	10

Fonte: Cadastur (s.d).

2.4 RECURSOS OU ATRATIVOS DE BASE PATRIMONIAL

Os aspectos culturais em Bento Gonçalves, principalmente no seu imaginário turístico, estão relacionados diretamente à imigração italiana e à vitivinicultura. Essas práticas culturais, tanto as relacionadas ao trabalho como a pisa das uvas,

tanto ao lazer como as cantorias típicas, são, podem e devem ser utilizadas na dinamização e enriquecimento da atividade turística.

A gestão cultural em nível municipal está coordenada pela Secretaria Municipal de Cultura (SECULT), criada em 2010, e pela Fundação Casa das Artes com criação anterior, em 1986. Criado em 1984 e tendo iniciado suas atividades em 2005, o Conselho Municipal de Cultura, em 2012, passou a denominar-se Conselho Municipal de Políticas Culturais (CMPC) e, em 2015, foi montado o Plano Municipal de Cultura de Bento Gonçalves que elaborou o diagnóstico por segmentos culturais.

2.4.1 Manifestações Culturais

2.4.1.1 Artes Cênicas

Na década de 1980, iniciou-se um processo de repercussão do teatro e da dança, fomentados pelos Festivais de Teatro (FETEBE) e do Bento em Dança. O Bento em Dança ocorre anualmente. Desde então, foram criados muitos grupos e escolas de dança e teatro e, em 2010, foram criadas a Mostra de Teatro, que ainda acontece anualmente, e uma apresentação especial no Dia Internacional da Dança.

No interior do município, pequenos grupos de teatro encenam peça com a temática da cultura da imigração italiana. Quanto à dança, preponderam as escolas e estúdios que oferecem aulas de balé clássico, dança contemporânea e jazz, além dos Centros de Tradições Gaúchas (CTGs), onde aparecem as danças folclóricas gaúchas, italianas e polonesas.

2.4.1.2 Audiovisual

No município de Bento Gonçalves, ocorrem inúmeras produções audiovisuais, com produção independente ou em parceria com entidades culturais e empresas. Em 2010, foi criada a *Bento Film Comission* para estabelecer parcerias e viabilizar produções de ficção ou documentário que tenham por cenário e/ou temática o município de Bento Gonçalves. Dentre eles, pode-se destacar: O Quatrilho, Saneamento Básico, Decamerão – A Comédia dos Sexos, Sapore d´Italia, Tcheco, Os Senhores da Guerra, Bocheiros, O Filme da Minha Vida e o Último Jogo, entre

outros. Em 2011, foi criado o Núcleo de Audiovisual Cenecista (NAC) para a produção de audiovisuais curtas e documentários vinculados à cidade e região.

A Fundação Casa das Artes oferece oficinas, especialmente em cinema digital. Possui a Sala Pública de Cinema com capacidade de 130 pessoas e mantém um acervo de 100 filmes da Cinemateca Brasileira adquirido em 2012. As escolas utilizam muito a sala e este acervo para atividades didáticas com exibição de filmes do acervo ou próprios. Ocorre, ainda, a exibição de filmes italianos por entidades culturais. Além disso, o Serviço Social do Comércio (SESC) de Bento Gonçalves possui um auditório onde ocorrem exibições cinematográficas com capacidade de 99 pessoas.

2.4.1.3 Música

O município conta com, aproximadamente, 30 grupos de canto coral e cantorias, preponderantemente ligados a empresas ou entidades culturais da sede e dos distritos. O Festival de Coros promovido pela Fundação Casa das Artes ocorre anualmente desde 1999. O Coral da Casa das Artes lançou, no ano de 2019, um CD alusivo aos 20 anos de atividade. Corais e grupos de cantoria do interior, como o de Faria Lemos, Vale dos Vinhedos e Caminhos de Pedra, promovem seus próprios festivais e apresentações.

O município conta, ainda, com escolas de música, algumas produtoras de áudio e mais de 30 grupos musicais e músicos individuais, profissionais ou diletantes que devem ultrapassar a marca de 300 pessoas, alguns com músicas autorais e CDs gravados. A cidade possui três lojas especializadas na venda de instrumentos musicais e, ao menos, seis casas noturnas apresentam música ao vivo, além de eventos específicos particulares ou em hotéis. A Fundação Casa das Artes promove oficinas musicais para a formação e aprimoramento de músicos. A Orquestra da Fundação Casa das Artes foi criada em 2005 e, após algum tempo em inatividade, retornou em 2019 como Orquestra de Câmara dentro do projeto *Bento in Concert*.

Como instituições de fomento à arte musical, deve-se destacar o Instituto Tarcísio Michelon (ITM), que promove projetos socioculturais relacionados à arte e à cultura, dentre os quais o ensino musical, e conta com uma orquestra filarmônica e um coro jovem, e a Fundação Todeschini, que promove ações de música instrumental visando consolidar a Orquestra Jovem, e mantendo também um coro

de 30 vozes. A Prefeitura Municipal mantém a Banda Municipal e a Banda Marcial de Bento Gonçalves.

As associações culturais nos distritos mantêm grupos musicais de diferentes formatos, mas principalmente relacionados a músicas folclóricas da imigração italiana. A Secretaria da Cultura mantém aberto um cadastro de artistas credenciados para registro e divulgação.

2.4.1.4 Artes Visuais

A Associação dos Artistas Plásticos da Serra Gaúcha (AAPLASG) foi fundada em 2003 e agrega 60 sócios que promovem e divulgam mostras e eventos culturais. A Fundação Casa das Artes mantém dois espaços permanentes para exposições de arte, além de oferecer oficinas de artes visuais como desenho, fotografia, pintura e grafite. Outros ateliers de pintura, escultura e fotografia existem no município. Desde 2009, a Fundação Casa das Artes expõe em seu exterior cinco esculturas de Xico Stockinger. Neste mesmo ano, o escultor Bez Batti, considerado um dos maiores do país, dispôs de um novo espaço no Caminhos de Pedra, para exposição e comercialização de suas obras.

Desde 2012, é realizado no município o Simpósio Internacional de Escultores, cujo maior legado é o Parque de Esculturas Domadores de Pedra, com 45 obras originais, localizado na Rota Caminhos de Pedra, idealizado e gerido pelo Instituto Tarcísio Michelon com previsão de abertura em março de 2020.

O artesanato cultural é produzido em diversas associações culturais e individualmente. O principal local de exposição e venda do artesanato é a Casa do Artesão e do Artista Plástico localizado no complexo da antiga Estação Ferroviária, local de partida e chegada do passeio da Maria Fumaça.

2.4.1.5 Literatura

A Biblioteca Pública Castro Alves é a principal biblioteca do município e possui um acervo de mais de 33.000 livros, computadores para acesso gratuito à internet, hemeroteca com jornais publicados no município e biblioteca infantil. Foi criada em 1940, oficializada em 1973 e, desde 1985, realiza a Feira do Livro estando em sua 34ª. edição em 2019. Além disso, a Fundação Casa das Artes possui uma

biblioteca especializada em Artes e o Museu do Imigrante, especializado em imigração italiana. Aproximadamente 50 instituições de ensino possuem bibliotecas, a maioria aberta à comunidade e a Rede Pontos de Leitura de Bento Gonçalves conta com 10 pontos de leitura.

O Congresso Brasileiro de Poesia teve, em 2019, a sua 27ª. edição e promove o encontro de escritores e o envolvimento dos estudantes do município. Existe, no município, duas editoras e oito estabelecimentos comerciais que comercializam livros.

2.4.2 Patrimônio Histórico e Cultural

Entre os anos de 1994 e 1996, foi realizado um Inventário do Patrimônio Cultural Edificado com metodologia e fichas modelo do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico do Estado (IPHAE). Em 2018, foi instituído o novo Plano Diretor, que mapeia as edificações tombadas, inventariadas e de interesse patrimonial histórico e paisagístico com mais de 50 anos, além de definir incentivos e níveis de preservação.

Segundo a ex-presidente do Conselho Municipal do Patrimônio Histórico e Cultural (COMPAHC), arquiteta Cristiane Bertoco, em seu informe para a Revisão do Inventário do Patrimônio Histórico e Cultural de Bento Gonçalves, foram elaboradas 385 fichas de bens, dos quais 69 localizam-se no atual município de Pinto Bandeira, desmembrado de Bento Gonçalves. Como algumas fichas possuem desdobramentos, o total seria de 472 fichas, das quais 403 localizadas no atual território de Bento Gonçalves. Entre 2012 e 2017, foi realizado pelo Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano (IPURB) um mapeamento e banco de dados com vistas à inclusão no Plano Diretor.

Em levantamento realizado com um banco de dados disponibilizado pela prefeitura (1. Fichas inventário_bancodedados_comfotos_diagnósticoem elaboração.xlsx) constatou-se a existência de 372, dos quais 71% estão preservadas, 3% em ruínas ou com preservação parcial, 11,% demolidas, e 15% sem informação.

Tabela 3 - Resumo patrimônio material de Bento Gonçalves

Patrimônio Bento 94/96	Total	Preservadas	Ruínas/ Parcial	Demolidas	Sem informação
	372	263	13	41	55
		70,70%	3,49%	11,02%	14,78%
Urbana	184	127	11	29	17
Cidade Baixa	85	61	6	18	
Cidade Alta	18	15	1	2	
S.Francisco/S.Bento/ Planalto	11	8	1	2	
S.Maria Goretti/ Universidade/S.Roque	6	5		1	
Eulália	19	8	2		9
Barracão/Burati	13	10	1	1	1
S.Antão/S.Mart/Bot/Imi	7	6		1	
Sertorina	5	1			4
Vila Nova/Industrial	7	4		1	2
Salgado	13	9		3	1
Rural	188	136	2	12	38
Tuiuty	42	33	1	3	5
São Pedro	47	38	1	1	7
Faria Lemos	51	27		8	16
Vale dos Vinhedos	48	38			10

Fonte: IPURB (2018).

Como constatado, inexiste uma atualização do Inventário, tanto na questão do estado atual do bem, quanto na complementação de suas informações, visto que a maioria das fichas revelou-se incompleta. Já em 2011, foi firmado um Termo de Ajustamento de Conduta (TAC) entre o Ministério Público e a Prefeitura Municipal de Bento Gonçalves / COMPAHC definindo a necessidade de identificar, caracterizar e hierarquizar os bens a serem preservados.

O próprio Plano Diretor em seu Art. 90, em que trata das Áreas de Proteção à Paisagem Cultural (APPAC) e do Itinerário Cultural, determina que o perímetro de preservação do patrimônio e da paisagem cultural ao longo das ferrovias e das estradas tradicionais deve ser definido mediante inventário.

Atualmente, o município de Bento Gonçalves conta com oito bens com tombamento municipal. São eles:

1. Prefeitura Municipal;
2. Secretaria Municipal de Finanças;
3. Banco Santander – Antigo BNC;
4. Igreja Metodista;
5. Tabelionato Garcez;
6. Museu do Imigrante;

7. Igreja Matriz Santo Antônio;
8. Casa Merlin.

Não obstante o merecimento, não há nenhum bem com tombamento em nível federal, nem mesmo estadual. Em 2012, um processo de tombamento provisório pelo IPHAE-RS da Paisagem Cultural dos Caminhos de Pedra foi arquivado a pedido de lideranças de Bento Gonçalves e Farroupilha. Por iniciativa do legislativo estadual, houve uma Declaração de Patrimônio Histórico e Cultural em 2009, o que não impediu a construção de uma penitenciária estadual com capacidade para 420 presos em 2019 e ameaças de construção de estabelecimentos comerciais de porte incompatível com as características do local.

No que concerne a espaços museológicos, o principal museu é o **Museu do Imigrante** mantido pela Fundação Casa das Artes. Inaugurado em 1975, possui um acervo de mais de 15 mil itens referentes à cultura regional em exposição permanente, reserva técnica, arquivo fotográfico, mapoteca, discoteca e biblioteca. As peças de vestuário, luminárias, louças, ferramentas e objetos pessoais estão expostos nos vários espaços do museu, como a sala de gaitas, arte sacra, ofícios, vinho, trabalho, cozinha e quarto. O museu está instalado no antigo prédio de 1913 da Estação de Sericicultura, que foi restaurado entre 2013 a 2016.

No distrito de Faria Lemos, existe o **Ecomuseu da Cultura do Vinho Dal Pizzol,** com um acervo de utensílios, documentos e ferramentas relacionados à uva e ao vinho e uma coleção com 200 garrafas nacionais e estrangeiras provenientes dos cinco continentes, dentre elas, a garrafa de vinho mais antiga do Brasil, datada de 1937. Possui ainda uma enoteca com os vinhos produzidos pela empresa desde 1974 e o Vinhedo do Mundo com cerca de 400 variedades de uvas de 30 países – a maior coleção ampelográfica da América Latina.

No Caminhos de Pedra, encontra-se o já citado Parque de Esculturas Domadores de Pedra, o Memorial do Vinho no hotel Villa Michelon no Vale dos Vinhedos e o Museu da Vinícola Cainelli no Vale das Antas.

Existem propostas de criação do Museu do Vinho e do MuMo – Museu do Móvel.

Desde 1986, o Arquivo Público e Histórico Municipal realiza a guarda da documentação do município, recebendo cerca de 40 pessoas mensalmente para pesquisa.

Os monumentos públicos têm, como destaques, o Monumento aos Imigrantes Italianos na Praça Achiles Mincarone, de autoria de Gustavo Nackle, com 121 toneladas de bronze, que foi inaugurado por ocasião dos 130 anos da imigração italiana no Rio Grande do Sul em 2005; o monumento a Bento Gonçalves de 1935 no centenário da Revolução Farroupilha com as efígies de Giuseppe e Anita Garibaldi, localizado na Praça Dr. Bartholomeu Tacchini; a Cruzinha instalada em 1926 na frente do Santuário Santo Antônio, que faz referência ao primitivo nome do local onde se instalaria a cidade; o chafariz ou fonte do vinho conhecido como *La Fontana* em frente ao prédio da Prefeitura Municipal e a Pipa-pórtico na entrada principal da cidade.

Além deles, existe uma escultura em basalto de Mauri Menegotto em frente à Casa do Artesão e Artista Plástico na Cidade Alta e a escultura igualmente em basalto chamada a Pedra do Sol de Bez Batti no Caminhos de Pedra.

2.4.3 Patrimônio Imaterial

Não há um registro específico do Patrimônio imaterial no município de Bento Gonçalves. O município está inserido em uma região mais ampla das primeiras colônias de imigração. Muitos costumes e práticas culturais mantêm-se e evoluem na culinária, língua, jogos, modos de fazer, cantos e outros. Não apenas naqueles de origem italiana, mas também de poloneses e afro-americanos que fazem parte da história do município.

O Programa Elementos Culturais das Antigas Colônias Italianas na Região Nordeste do Rio Grande do Sul, da Universidade de Caxias do Sul (UCS), procedeu a um estudo amplo desses aspectos que pode subsidiar ações de valorização e utilização pelo setor turístico dessas manifestações culturais.

2.4.4 Paisagem Cultural e Patrimônio Vitivinícola

O processo de ocupação do território em que parte da mata nativa foi substituída, principalmente por vinhedos, aliado pelo sistema de sustentação por plátanos podados e colunas de pedra e o tipo de condução em latada conformaram uma paisagem cultural única que merece ser valorizada, destacada e protegida.

O Plano Diretor contempla as APPAC em seus aglomerados funcionais, as áreas de cultivo de vinhedos e os itinerários culturais contemplados nos projetos de estradas turísticas e do patrimônio ferroviário ao longo das linhas férreas.

A paisagem deve ser considerada como um recurso turístico a ser preservado. Diversos autores tem se debruçado sobre essa importante questão entre eles Dal Pizzol e Pastor (2016), Giodani (2019), Fávero (2019) e Delphim (2013). Dal Pizzol e Pastor (2016) fazem um inventário de paisagens singulares, muitas localizadas no município de Bento Gonçalves, elencam as razões e propõem a candidatura dos vinhedos da Serra Gaúcha à Paisagem Cultural Patrimônio da Humanidade pela UNESCO; Giordani (2019) concentra seu estudo no Vale dos Vinhedos, sua urbanização e sua paisagem cultural vitícola, a Indicação de Procedência do Vale dos Vinhedos (IPVV), em 2002, e a Denominação de Origem do Vale dos Vinhedos (DOVV), em 2011, como também as modificações do uso do solo no território reconhecido; Fávero (2019) aborda a evolução do enoturismo na região e os riscos da descaracterização de sua paisagem com o crescimento de empreendimentos turísticos e de condomínios vitivinícolas e da mudança do sistema de condução de latada para espaldeira. Delphim (2013), em sua análise e propostas, chama a atenção para o patrimônio material, considerando também seus aspectos geológicos, ecológicos e ambientais, hidrológicos, arqueológicos e genéticos, o patrimônio imaterial e seus valores simbólicos, religiosos e afetivos e os itinerários culturais, o impacto cultural e os processos de descaracterização da paisagem e do patrimônio pelas esferas federal, estadual, municipal e, ainda, religiosa e empresarial.

2.4.5 Folclore e Culturas Populares Tradicionais e Étnicas

Diversas entidades culturais desenvolvem projetos e ações neste sentido.

2.4.5.1 Italiana

Italiana é a etnia majoritária e determina a identidade cultural do município. Diversas entidades culturais mantêm, promovem e difundem seus costumes, sua língua, sua culinária e, principalmente, sua ligação com a cultura da uva e do vinho.

A língua comum (*koiné*) baseada na língua vêneta que surgiu com a imigração italiana oriunda de diversas regiões do norte italiano – o *talian* - foi reconhecida como Referência Cultural Brasileira pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) – Ministério da Cultura, em 2014, e com mais de dois milhões de falantes, constituindo-se na segunda língua mais falada no Brasil. Mesmo tendo programas radiofônicos e publicações, além de ser utilizada cotidianamente, corre o risco de desaparecimento se não forem tomadas medidas mais efetivas para a sua salvaguarda e difusão.

O município de Bento Gonçalves tem tratados de amizade, chamados *gemellagio* com cinco cidades italianas: *Rovereto, Villa Lagarina, Trambileno, Nogaredo* e *Terragnolo,* o que tem permitido projetos de cooperação econômica e cultural com essas cidades. A forte religiosidade dos italianos expressa-se diariamente, mas tem seu ápice no município na Festa de Santo Antônio, padroeiro do município e feriado municipal em seu dia, 13 de junho, quando acontece a festa com missa campal, procissão e almoço festivo. Em 2019, alcançou sua 141ª edição. Além disso, as demais igrejas e capelas da cidade e do interior promovem suas festas de grande atratividade para a população local e turistas.

2.4.5.2 Poloneses

O núcleo de Bento Gonçalves da Associação dos poloneses brasileiros (BRASPOL) realiza atividades de desenvolvimento cultural dessa etnia que, embora minoritária, tem forte presença na história da imigração do município e nas suas manifestações culturais como gastronomia e artesanato.

2.4.5.3 Afrodescendentes

De imigração mais recente, mas com forte destaque no município desde os seus primórdios, os afrodescendentes vêm mantendo ações de afirmação e de valorização de sua cultura na contribuição do progresso do município. A cidade possuía já, em 2004, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, 372 casas religiosas de matriz africana.

No mês de novembro de 2019, a Secretaria da Cultura e a da Educação promoveram, juntamente com a Sociedade Educativa e Cultural 20 de Novembro, o

Movimento Negro Raízes, Neabi (IFRS), Akara, Museu do Imigrante e Fundação Casa das Artes o Mês da Consciência Negra com atividades como exposição AFROARTE, Mostra de Capoeira Angola & Saberes Populares, encontro sobre Histórias de Vidas Negras, encontro de quimbandeiros, palestras, danças e exposição sobre a Sociedade 20 de Novembro.

Ainda em 2019, ocorreu a primeira reunião do Conselho Municipal de Povos de Matriz Africana, que tem como um dos objetivos, o reconhecimento da importância dessa comunidade que recentemente recebeu um grande incremento com a vinda de imigrantes haitianos e senegaleses reforçando o papel de Bento Gonçalves como terra de imigração de povos diversos, pois, como mostra um levantamento de 1876, a Colônia Dona Isabel possuía 1.118 habitantes, dos quais 64 brasileiros e 1.054 estrangeiros, sendo 812 austríacos (tiroleses), 131 franceses, 71 prussianos, apenas 12 italianos, 10 ingleses e 18 de origem diversa.

2.4.5.4 Gaúchos

A cultura gaúcha tem atraído os imigrantes italianos desde o encontro das duas culturas, visto que o gaúcho era o rico proprietário de grandes extensões de terra e de gado com valores positivos de liberdade e valentia. Isso favoreceu o surgimento, no município e, em toda a região, dos CTGs, que, através da música, dança, poesia, gastronomia, indumentária e literatura, preservam e difundem os hábitos e costumes do gaúcho. Onze são as entidades tradicionalistas existentes no município.

Há programas diários com essa temática na mídia local e, em setembro, é promovida a Semana e o Mês Farroupilha pela Secretaria da Cultura e a Associação Bentogonçalvense de Cultura Tradicionalista Gaúcha (ABCTG), quando acontecem oficinas, peças teatrais, encontro de gaiteiros, invernadas, tertúlias, jogos campeiros, bailes e espetáculos.

A figura emblemática do gaiteiro gaúcho está representada, desde 1967, na escultura chamada Monumento ao Gaiteiro, de autoria do Frei Osvaldo Stefani. Não por acaso, faz referência ao município que já foi o maior fabricante de gaitas da América Latina através das fábricas Todeschini e Scala.

2.5 SINALIZAÇÃO

A sinalização turística do município de Bento Gonçalves é de responsabilidade da SEMTUR juntamente com a Secretaria de Gestão Integrada e Mobilidade Urbana (SEGIMU).

Em 2008, foi elaborado um Projeto de Sinalização pela empresa Via 11 – Engenharia e Segurança Viária Ltda, de acordo com as normas do Guia Brasileiro de Sinalização Turística do MTur/EMBRATUR/IPHAN/DENATRAN, que contemplava a instalação de 93 placas em suportes de semi-pórticos e colunas. Em 2015, um novo projeto (ANEXO C) previa a instalação de 50 placas indicativas, além de 16 placas educativas relacionadas à preferência do ciclista. Deste projeto, em 2016, foram instaladas 44 placas.

Além disso, segundo informações da Secretaria de Turismo, foram instaladas pelo município, com recursos federais, em 2013, 51 placas e, em 2014, 126 placas. A Rota Encantos de Eulália recebeu com recursos próprios 15 placas de sinalização turística. Através da Associação de Turismo da Serra Nordeste (ATUASERRA), o município foi contemplado com a instalação de 13 placas e pela Secretaria Estadual de Turismo, sete placas. A sinalização é toda em português e apenas as placas do Parque de Eventos (FUNDAPARQUE), que, por abrigar eventos internacionais, recebem texto também em espanhol e inglês. Somam-se a essa sinalização, algumas placas existentes anteriores a esses projetos. O que se constata é que há uma sobreposição da sinalização de vários períodos, havendo sobreposição de informações e lacunas em algumas situações.

Imagem 23 – Sinalização Urbana em diferentes períodos

Fonte: Acervo Entre Rios Consultoria (2019).

Igualmente, as rotas rurais – Vale dos Vinhedos, Caminhos de Pedra, Cantinas Históricas, Vale das Antas e Encantos de Eulália – possuem, cada uma, a sua sinalização com formato específico, conforme demonstrado na Imagem 24.

Imagem 24 - Sinalização Rota Caminhos de Pedra

Fonte: Acervo Entre Rios Consultoria (2019).

Imagem 25 - Sinalização Rota Cantinas Históricas

Fonte: Acervo Entre Rios Consultoria (2019).

Imagem 26 - Sinalização Vale do Rio das Antas

Fonte: Acervo Entre Rios Consultoria (2019).

Imagem 27 - Sinalização Rota Vale dos Vinhedos

Fonte: Acervo Entre Rios Consultoria (2019).

Imagem 28 - Sinalização Rota Encantos de Eulália

Fonte: Acervo Entre Rios Consultoria (2019).

As rotas mais antigas e consolidadas como Caminhos de Pedra e o Vale dos Vinhedos, por possuírem maior atratividade e receberem patrocínio de empresas, apresentam sobreposição de sistemas de sinalização e, em alguns casos, problemas de conservação, em que as informações apresentam-se totalmente ilegíveis. Mesmo implantações mais recentes, como a Rota Cantinas Históricas, já apresentam problemas de conservação.

Um novo programa das secretarias de Desenvolvimento da Agricultura e de Saúde com a Associação Riograndense de Empreendimentos de Assistência Técnica (EMATER-RS/Ascar), que visa valorizar as agroindústrias familiares com o selo Sabor de Bento, aumentará a sinalização própria e específica em todo o município, conforme mostra a Imagem 29.

Imagem 29 - Sinalização das agroindústrias

Fonte: Acervo Entre Rios Consultoria (2019).

2.6 EVENTOS

2.6.1 Eventos Permanentes de Bento Gonçalves

São muitos os eventos do calendário permanente de Bento Gonçalves. A seguir são relacionados os mais importantes em relação a sua estrutura, inovação e quantidade de público. A SEMTUR de Bento Gonçalves realiza muitos eventos e apoia com divulgação, promoção e aproxima diferentes interesses dos distintos eventos realizados. No Quadro 2 pode-se identificar os principais eventos que ocorrem no município de Bento Gonçalves:

Quadro 2 – Identificação dos principais eventos no município de Bento Gonçalves

Nome do Evento	Periodicidade	Promotor
Avaliação Nacional de Vinhos	Anual	Associação Brasileira de Enologia (ABE)
Bento em Dança	Anual	Prefeitura Municipal de BG
Brazil Wine Challenge	Bianual – anos pares	ABE e revista Adega
Dia do Vinho	Anual	Vários setores
Envase Brasil	Bianual	Envase Brasil
Estação Vindima	Anual	Prefeitura Municipal de BG
ExpoBento	Anual	Centro da Indústria, Comércio e Serviços (CIC-BG)
Feira Internacional do Vinho – *Wine South*	Anual	Milaneze & Milaneze

America		
Feira do Livro	Anual	Prefeitura Municipal de BG
FENAVINHO – Feira Nacional do Vinho	Bianual	Centro da Indústria, Comércio e Serviços (CIC-BG)
FIEMA BRASIL – Feira de Negócios e Tecnologia em Resíduos, Águas, Efluentes e Energia	Bianual	Fundação PROAMB
FIMMA BRASIL – Feira Internacional de Máquinas, Matérias-primas e Acessórios para a Indústria Moveleira	Bianual – anos pares	Associação das Indústrias de Móveis do Estado do Rio Grande do Sul (MOVERGS)
Jantar sob as Estrelas	Anual	SEGH
MOVELSUL – Feira de Móveis	Bianual	Sindicato das Indústrias do Mobiliário de Bento Gonçalves (Sindmóveis)
Natal Bento	Anual	Prefeitura Municipal de BG
Semana de Bento Gonçalves	Anual	Prefeitura Municipal de BG
TECNOVITIS – Feira de Tecnologia para Viticultura	Bianual – anos ímpares	Sindicato Rural da Serra Gaúcha (SRSG)
Wine for US	Anual	Vinícolas Larentis, Lovara, Cristófoli e Cainelli, juntamente com o restaurante Di Paolo e o Cobo Wine Bar.
Festival de Balonismo de Bento Gonçalves	Anual	SEMTUR de Bento Gonçalves e Federação Gaúcha de Balonismo e Confederação Brasileira de Balonismo

2.6.2 Estruturas para a realização de eventos em Bento Gonçalves

Bento Gonçalves apresenta um dos maiores parques para eventos da América Latina. O **Centro de Eventos Fundaparque** possui cerca de 58.000m² de ambiente coberto e climatizado, onde são realizados as maiores feiras, congressos e festas da cidade. Possui uma área territorial de 322.566m²; torre de telefonia; internet; cobertura Wireless; estacionamento asfaltado com 25.000m² de área, permitindo um fluxo de 2500 automóveis dentro do Parque; Heliponto, na área verde em frente aos pavilhões; área coberta para embarque e desembarque, facilitando o acesso ao hall de entrada; reservatórios de água próprios com capacidade para 250.000 litros e três subestações, totalizando potência de 10.000 kVA; Gerador próprio: 450 kw/h. O local possui ainda três cozinhas, espaço para quatro lancherias,

restaurante com capacidade para 3.000 pessoas, 178 sanitários e ambulatório. A área para auditórios possui 5.000m sendo espaço modulável conforme a necessidade do cliente. O pavilhão E possui painéis acústicos adaptáveis a diferentes formatos de eventos, permitindo vários tipos de montagens.

Além do Parque com essa excelente estrutura, o município dispõe ainda de outros espaços para a realização de eventos. Na Tabela 4, estão listados alguns desses espaços e suas capacidades previstas para diferentes tamanhos de públicos:

Tabela 4 – Locais para eventos e respectiva capacidade

Local	**Capacidade**
Fundaparque	3.800
Dall'Onder Grande Hotel	2.000
Centro de Eventos MarcoLuigi	800
Casa Perlage	500
Hotel & Spado Vinho	468
Casa das Artes	450
Dall'Onder Vittória Hotel	400
Hotel Villa Michelon	300
Hotel Laghetto Estação	300
Hotel Laghetto Viverone Bento Gonçalves	200
Farina Park Hotel	150
Pousada Villa dei Fiori	120
Pousada Don Giovanni	60
Hotel Vinocap	60
Vila Valduga	50
Pousada Thiany	40

Fonte: Bento Convention (s.d).

Todos esses locais possuem, além da estrutura física, apoio aos serviços necessários para a realização de um evento de sucesso como locação de audiovisuais, microfones, contratação de recepcionistas, Cerimonialista, Alimentos & Bebidas – A&B, decoração, fotógrafos, filmagens, músicos, DJ's, entre outros itens que compõem as demandas de um evento.

Na sequência, tem-se a Tabela 5 com outros locais para a realização de eventos no município e suas respectivas capacidades.

Tabela 5 – Outros locais para eventos em Bento Gonçalves

Local	Capacidade
Estação Bangalõ – Pista	650
Estação Bangalô – Pub	330
Restaurante Sabor do Vale	324
Restaurante e Buffet Dalla Costa	250
Dom Pepe Restaurante e Pizzaria	250
Churrascaria Ipiranga	180
Estação Bangalô – Deck	120
Restaurante Di Paolo Bento	100
Coliseu Bar Dom Pepe	100
Dom Pepe Restaurante e Pizzaria - Acústico	90
Dolce Gusto Confeitaria	56
Subway	35
Vallontano Bistrô e Café	30
Cristófoli Vinhedos e Vinhos Finos	20
Villa Valduga – Salão Identidade	13

Fonte: Bento Convention (s.d).

Diante do exposto, percebe-se que o número de eventos vem crescendo no munícipio e, ao ser comparado com o ano de 2012, o resultado é muito positivo, conforme ilustrado na Figura 15, a seguir.

Figura 15– Crescimento número de eventos realizados entre 2012 e 2019

Fonte: SEMTUR (2019).

3 ANÁLISE DA INFRAESTRUTURA BÁSICA E DOS SERVIÇOS GERAIS ENCONTRADOS NA ÁREA TURÍSTICA

A seguir, apresenta-se os principais itens da infraestrutura urbana, os quais são abordados e detalhados especificamente para as regiões turísticas de Bento Gonçalves.

3.1 REDE VIÁRIA DE ACESSO E MOBILIDADE

O município de Bento Gonçalves tem seu principal acesso através da RS-470, que possui seu início na BR-290, no município de Arroio dos Ratos, terminando no município de Penha/SC. Entretanto, o fluxo turístico nacional ocorre prioritariamente a partir de Porto Alegre, tendo, como entrada principal, o Aeroporto Internacional Salgado Filho. Deste ponto, comumente partem ônibus de agências de turismo ou ainda carros locados, que fazem o trajeto em direção à Serra Gaúcha pela BR-116 (a partir do município de Canoas), para, posteriormente, seguirem pela RS-240 (entre São Leopoldo e Novo Hamburgo), ERS-122, RS-446 até chegar a RS-470. Este trajeto é adequadamente sinalizado até o acesso principal da área urbana do município, tendo vias em bom estado de conservação, levando aproximadamente duas horas de deslocamento. Cabe salientar que invariavelmente ocorrem bloqueios em virtude de deslizamento de terras, principalmente no período de chuvas, em alguns trechos da ERS-122, ERS-431 e RS-446, cabendo, assim, haver levantamento específico pelo Departamento Nacional de Infraestrutura de Transporte (DNIT) e pelos órgãos municipais das áreas de risco para a realização de obras de drenagem e de proteção à circulação de veículos.

Ainda sobre o deslocamento do turista do ponto de vista regional, destaca-se a rota Bento Gonçalves – Gramado (cidade com maior atração turística da região), por onde ocorrem muitos deslocamentos pendulares de turistas, via grandes agências de Turismo por ônibus através das estradas RS-453, BR-166 e RS-235.

Já do ponto de vista da mobilidade para o Turismo interno/regional, há farta disponibilidade de acessos desde a Região Metropolitana de Porto Alegre, como da zona norte do Estado pela RS-470, como também conexões no sentido Leste-Oeste pelas RS-453 (direção a Lageado e Caxias do Sul), RS-448 (direção a Vacaria), RS-431 (direção a Guaporé). Cabe destacar ainda a grande oferta de ônibus a partir de

Porto Alegre para Bento Gonçalves, com diversas disponibilidades de horários. Também há diversos itinerários partindo da cidade com destinos intermunicipais e interestaduais. A rodoviária da cidade está localizada próxima ao centro, porém apresenta deficiências em sua estrutura física, necessitando adequações.

A pavimentação da BR-470, rodovia para a qual se deu ênfase, por se tratar do principal acesso turístico ao Município, está, de maneira geral, em boas condições, sem buracos, fissuras ou trilhos de rodas na maioria de seu percurso na região turística. Como em qualquer malha viária, existem pontos com deterioração da pavimentação existente, com necessidade de recuperação do asfalto e da sinalização viária, principalmente na ERS-446, logo após o Município de São Vendelino.

A antiga ferrovia, que outrora foi essencial para a formação e desenvolvimento da cidade, como modal inter-regional, agora é um dos importantes atrativos turísticos da cidade, tem sua estação localizada próxima à entrada principal da cidade, junto ao Parque Cultural Epopeia Italiana. Conforme já destacado anteriormente, apresenta um passeio de Maria Fumaça que percorre as cidades de Bento Gonçalves, Garibaldi e Carlos Barbosa, num percurso de 23 km realizado em aproximadamente 1h30min. Durante este passeio turístico-cultural, ocorrem apresentações artísticas de música italiana, gaúcha, além de degustação de vinho, espumante e suco de uva, e, acima de tudo, mantém viva a cultura ferroviária.

Quanto à mobilidade intraurbana, o município conta com a disponibilidade de linhas de ônibus públicas, estando, atualmente, em processo de estudos para nova licitação do transporte coletivo, já que há demandas para aumento de linhas e horários, especialmente em comunidades da área rural. Cabe destacar que não há uma linha de ônibus específica para o turista (linha turismo), determinando que ele realize o deslocamento para os atrativos de forma independente ou agenciado por empresa do ramo. O fato dos principais atrativos turísticos, bem como os prédios com relevância histórica cultural da sede municipal, estarem localizadas em área central, a curtas distâncias um do outro, acaba por minimizar esta deficiência. O município também já desenvolveu o Plano de Mobilidade Municipal (2015), que indica ações na infraestrutura de mobilidade da cidade que, por sua vez, acabam refletindo na dinâmica do turista na cidade.

A drenagem da rodovia está em boas condições, com a limpeza dos dispositivos de drenagem adequada. Exceto alguns comércios de artesanatos e produtos coloniais dentro da faixa de domínio, não há invasões aparentes.

A roteirização turística do Município, formada pelas rotas definidas neste documento (Caminho de Pedras, Cantinas Históricas, Encantos de Eulália, Vale do Rio das Antas, Vale dos Vinhedos e a Área Urbana), é interligada pela BR-470. Ao longo da rodovia, existem paradas de transporte público (ônibus), porém o serviço é mais utilizado pelos moradores do que pelos turistas.

A rodovia, no trecho turístico, tem seção transversal composta por pista simples, sem acostamentos, conforme mostrado na imagem a seguir. Há terceira faixa implantada em alguns trechos, permitindo tráfego de veículos lentos ou pesados à direita.

Imagem 30 – Seção transversal BR-470

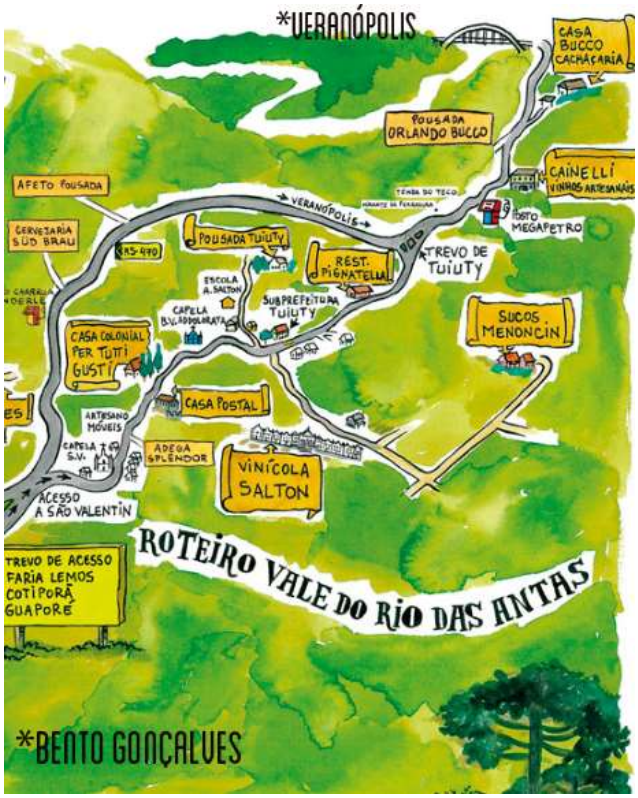
Fonte: Acervo Entre Rios (2019).

Não há passarelas de pedestres no trecho entre Bento Gonçalves e o Rio das Antas. Por se tratar de um Turismo em áreas rurais, a locomoção dos turistas é feita, na maioria, em veículos particulares ou veículos de agências de Turismo.

A seguir, estão apresentadas as características da rede viária nas rotas turísticas.

3.1.1 Vale do Rio das Antas

Figura 16 – Mapa da Rota Vale do Rio das Antas



Fonte: Vale do Rio das Antas (s.d).

Os atrativos turísticos do Vale do Rio das Antas têm, como acesso principal, a BR-470, que está em boas condições, porém sem acostamento e sem áreas de conversão à esquerda, devendo ser feito deslocamento até retornos existentes, para realizar um acesso seguro. As demais vias que dão acesso aos demais destinos deste roteiro são pavimentadas, seja com asfalto ou com paralelepípedos, permitindo o tráfego em velocidade compatível com o turismo. Em alguns casos, a largura das vias locais não permite tráfego de ônibus com segurança. Não há espaço exclusivo para ciclistas.

As rotas Cantinas Históricas e do Vale do Rio das Antas possuem acesso no mesmo ponto, através do trevo de Faria Lemos em direção a Cotiporã e Guaporé, na BR-470. Ainda há acesso secundário no trevo de Tuyuti, pela mesma BR-470, em direção a Veranópolis, tendo os dois acessos sinalizados. A primeira rota é estruturada através da RS-431 em direção ao distrito de Faria Lemos, em via asfaltada, sinalizada, sem acostamento, calçamento e ciclovia. Já o roteiro para o Vale do Rio das Antas, ora pela BR-470, ora por vias com pavimentação precária e vias estreitas. Ambos roteiros apresentam baixo fluxo turístico nesta região,

preponderando, no primeiro roteiro, os deslocamentos da população local. A Imagem 31, a seguir, apresenta uma via deste roteiro.

Imagem 31 – Rua Mário Salton – Pavimentação em paralelepípedos

Fonte: Acervo Entre Rios (2019).

Conforme pode ser visto, não há grandes deformações na pavimentação existente. Nas vias em asfalto, há presença de trincas e alguma desagregação. Há sinalização viária horizontal e vertical.

3.1.2 Cantinas Históricas

Figura 17 – Mapa da Rota Cantinas Históricas

Fonte: Cantinas Históricas (s.d).

A ERS-431 é a principal rodovia de acesso à Rota das Cantinas Históricas. A estrada inicia na BR-470, com boa condição do pavimento, embora apresente trincamentos e algumas deformações pequenas. A sua largura permite trânsito de ônibus. A rodovia está asfaltada em todo o percurso deste roteiro, mas não possui acostamentos e é composta por pista simples e com baias nas paradas de ônibus, conforme mostra a Imagem 32.

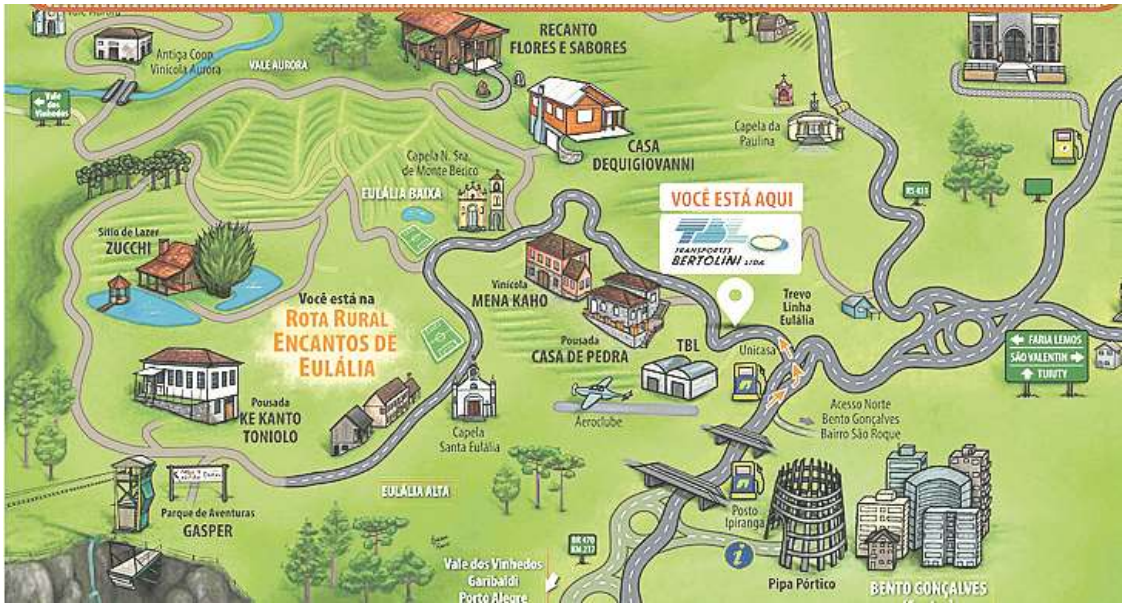
Imagem 32 – ERS-431 – Pavimentação em asfalto

Fonte: Acervo Entre Rios (2019).

A interseção entre as rodovias é realizada por meio de rótula alongada, porém o grande número de acessos à rodovia na área da interseção contribui com a falta de segurança viária. Nas vias de acesso particulares, há necessidade de melhoramentos para garantir a segurança viária e o conforto ao passageiro, pois os raios de conversão e acesso são pequenos, os greides dos acessos são elevados e não há áreas de desaceleração para entrar nos acessos. Há sinalização viária horizontal e vertical em boas condições.

3.1.3 Encantos de Eulália

Figura 18 – Mapa da Rota Rural Encantos de Eulália



Fonte: Encantos de Eulalia (s.d).

A Rota Rural Encantos da Eulália tem seu principal acesso pela BR-470, mas também pelo Vale Aurora, vindo da comunidade de Faria Lemos. O fluxo turístico é inferior aos roteiros anteriores, não demonstrando grande concentração de veículos. A via é parcialmente asfaltada, necessitando de qualificação, além de não haver acostamento, calçamento e ciclovia. Como a via torna-se estreita em alguns pontos, há dificuldade da ocorrência de turismo em maior escala, com acesso por ônibus e minivans. O acesso à esta Rota ocorre na interseção da BR-470 com a Rua Joaquim Toniolo. Há uma pequena pista para conversão à esquerda, que é o único meio de acessar a essa rua com segurança. A interseção poderia ser reestudada, melhorando a segurança e conforto viário. A Rua Joaquim Toniolo tem pavimentação em paralelepípedos e asfalto, conforme demonstrado nas Imagens 33 e 34, na sequência.

Imagem 33 – Rua Joaquim Toniolo – Pavimentação em paralelepípedo

Fonte: Acervo Entre Rios (2019).

Imagem 34 – Rua Joaquim Toniolo – Pavimentação em asfalto

Fonte: Acervo Entre Rios (2019).

A rede viária nesta rota é a que apresenta maior necessidade de melhorias, pois, em grande parte, sobretudo no acesso aos meios de hospedagens, não possui largura que permita retornos, nem pavimentação em asfalto. As vias têm declividade acentuada, dificultando o trânsito.

A Imagem 35 apresenta a continuação da Rua Joaquim Toniolo, com largura estreita e pista com revestimento primário. Nos trechos pavimentados, há sinalização viária em boas condições.

Imagem 35 – Rua Joaquim Toniolo Trecho sem pavimentação

Fonte: Acervo Entre Rios (2019).

3.1.4 Caminhos de Pedra

Figura 19 – Mapa da Rota Caminhos de Pedra

Fonte: Folder do Roteiro Caminhos de Pedra (2019).

Para a Rota Caminhos de Pedra, o acesso dá-se comumente pela Estrada do Barracão, próxima à zona urbana, ou pela ERS-448, vindo de Farroupilha em direção a Nova Roma do Sul. O percurso é asfaltado, porém sem conformação de

acostamento, ciclovia e calçadas. Os empreendimentos e atrativos turísticos que compõem o roteiro possuem sinalização diversa e, por vezes, deficiente, atrapalhando a identificação dos locais de parada. A circulação de automóveis particulares, vans, micro ônibus e ônibus é recorrente, havendo, às vezes, conflito entre estes meios de transporte. Um dos acessos a esta rota dá-se pela Cidade, pela Estrada para São Pedro. A via é toda asfaltada, porém sem acostamento. Apresenta boas condições, embora tenha fissuras. A falta de acostamento gera um problema de segurança viária, principalmente no caso de uso da rodovia por ciclistas, conforme mostrado na Imagem 36.

Imagem 36 – Cicloturismo na Rodovia - Caminhos de Pedra

Fonte: Acervo Entre Rios (2019).

Os atrativos turísticos têm, em sua maioria, estacionamento para carros de passeio e ônibus. O Caminho tem outro acesso, pela Estrada do Barracão, que inicia na interseção com a ERS-444. A Estrada do Barracão necessita de recuperação asfáltica, porém, conta com iluminação pública e meio fio até a Estrada para São Pedro. A sinalização viária na Estrada para São Pedro está em boas condições.

3.1.5 Vale dos Vinhedos

Figura 20 – Mapa da Rota Vale dos Vinhedos

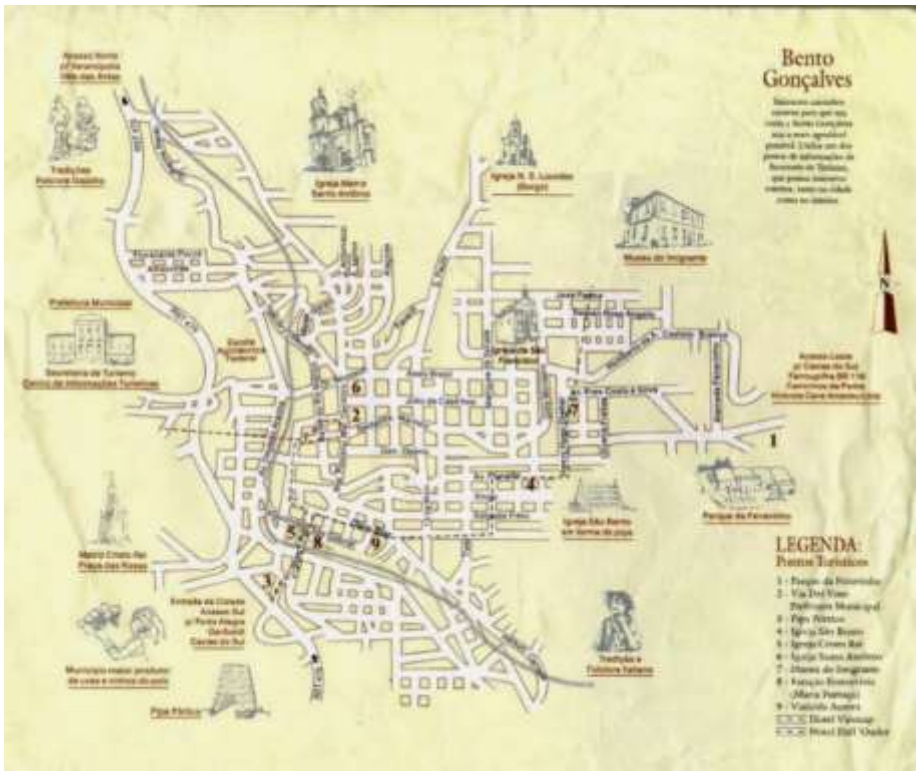
Fonte: Vale dos Vinhedos (s.d).

O acesso às rotas turísticas já estabelecidas inicia a partir da BR-470 ou da área urbana central da cidade. O acesso ao Vale dos Vinhedos, rota com maior fluxo de visitantes, dá-se na BR-470, ao sul da cidade de Bento Gonçalves, tendo início no entroncamento com a RS-444 (comumente denominada de Estrada do Vinho), via estruturadora da região, tendo seu percurso no sentido oeste em direção a Monte Belo do Sul e Santa Tereza. A via é asfaltada, sem acostamento, sem calçada e sem ciclovia, necessitando de reparos e adequações quanto à sinalização turística. Há circulação intensa de veículos, especialmente em finais de semana, feriados e período de alta temporada da visita turística, sendo importante a implantação de pontos de apoio ao longo de seu percurso.

A rede viária desta rota é composta pela ERS-444, pela Estrada do Vinho e pela Via Trento. O acesso inicia na interseção da ERS-444 com a BR-470, com delimitação de faixas e com utilização de sinalização viária, sem separadores ou canteiro físicos. Conforme relatos de alguns comerciantes, seria interessante que houvesse um pórtico no local, para ressaltar o acesso à rota. O Departamento Autônomo de Estradas e Rodagem (DAER) recuperou o recapeamento da pista em oito quilômetros da rodovia, entre o entroncamento da BR-470 e o acesso a Monte Belo do Sul, no ano de 2018, com isso, a pavimentação e a sinalização viária neste trecho estão em excelentes condições. Já o acesso a Monte Belo do Sul apresenta fissuras severas, buracos e deformações. A sinalização viária necessita de repintura e troca de placas.

3.1.6 Área Urbana

Figura 21 – Mapa da Região Urbana



Fonte: Bento Tur (c2020).

A malha viária urbana que dá acesso aos **atrativos** turísticos dentro de Bento Gonçalves é toda pavimentada. De uma maneira geral, está em condição boa a regular, porém permite o trânsito de veículos com segurança. O governo federal tem contribuído com a boa condição do asfalto na cidade, desde 2013, por meio do Programa do Crescimento, PAC2 - Pavimentação e Qualificação de Vias Urbanas em Bento Gonçalves. Cabe, por fim, salientar a existência de projeto específico para a qualificação das estradas turísticas de Bento Gonçalves, indicando, além do tratamento paisagístico da região, a implantação de paradouros ao longo das vias. Embora este projeto tenha, inclusive, sua importância citada no Plano Diretor vigente, ainda não houve movimentos para sua efetiva implantação.

3.1.7 Rede Ferroviária

Atualmente, a rede ferroviária que passa por Bento Gonçalves é somente turística, porém, já houve a exploração da ferrovia, ocorrida no início do Século 20. Na Cidade, a estação do município foi inaugurada em 1919. Bento Gonçalves estava incluída no trajeto ferroviário, integrante da linha Porto Alegre-Caxias. Em 1997, a Rede Ferroviária Federal estabeleceu concessão para operação na malha ferroviária. Na ocasião, a Giordani Turismo passou a ser responsável pelo trecho concessionado e vem realizando, desde então, as manutenções e reformas necessárias para continuidade de funcionamento.

3.1.8 Aeroportos

Há dois aeroportos comerciais em municípios próximos a Bento Gonçalves. O principal é o Aeroporto de Porto Alegre, que recebe voos nacionais e internacionais. Secundariamente, há o Aeroporto Regional Hugo Cantergiani, em Caxias do Sul, que atende voos regionais e nacionais.

Em Bento Gonçalves, há uma opção para voos particulares, o Aeroclube de Bento Gonçalves. Este aeroclube está situado na Rua Roberto Vargas Ros, 120 - São Vendelino. O Aeroclube conta com dois pátios, sendo que um deles é próprio, com espaço para cinco aeronaves pequenas, enquanto o outro pertence à Prefeitura, com capacidade para seis aeronaves pequenas ou três grandes. A pista asfáltica possui dimensões de 1.260 m de comprimento e 23 m de largura, apta a receber aeronaves de pequeno e médio porte, a pistão, turbo hélice ou jatos. O Aeroclube opera, em média, de três a quatro voos por mês, na maioria nacional. O maior período de pousos e decolagens de aeronaves com turistas ou empreendedores do turismo é no inverno, com cinco a seis voos mensais. Porém, a pista ainda não foi homologada pela Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC), sendo que, recentemente, foram realizados todos os ajustes exigidos pela entidade e aguarda-se a nova visita para vistoria. O Aeroclube oferece passeios de planador aos turistas, o tour pelos roteiros turísticos da cidade dura em torno de 25min e custa R$ 250,00 por pessoa. Esse produto não está sendo divulgado e quando perguntado sobre algum passeio aéreo pela cidade, através do número 0800, a atendente informou que existem passeios aéreos somente durante os grandes eventos.

Imagem 37 - Entrada Aeroclube

Fonte: Acervo Entre Rios (2019).

3.2 SISTEMA DE ABASTECIMENTO DE ÁGUA

Em visita de campo aos roteiros turísticos definidos no Plano, foram verificadas redes de abastecimento de água tratada, fornecida pela Companhia Rio-grandense de Saneamento (CORSAN). Segundo os moradores e comerciantes, não há falta de abastecimento.

Em consulta à CORSAN, foi informado que toda a área urbana do município e algumas áreas contíguas a essa zona, no interior, são atendidas. Ademais, são feitas manutenções preventivas e corretivas conforme demanda.

Atualmente, conforme informações da CORSAN, existem dois pontos de captação de água bruta (superficial e subterrânea), sendo eles a Barragem de São Miguel, no Rio Burati (75%), e a Barragem Arroio Barracão (25%). A estação de tratamento de água tem uma capacidade máxima de produção de aproximadamente 430 l/s, com volume tratado de 12.108.256m³ (superficial) e 25.267m³ (subterrâneo).

Complementarmente, está em operação um poço na comunidade Seis da Leopoldina, que atende parte da localidade, com capacidade máxima de 11 m³/h. Estes dados comprovam que a demanda foi atendida.

3.3 SISTEMA DE ESGOTAMENTO SANITÁRIO

O Sistema de Esgotamento Sanitário, em termos de infraestrutura, é o item mais falho, uma vez que não há sistema de esgotamento sanitário. Os lotes têm seu esgoto tratado a partir de sistema com fossa séptica e filtro anaeróbio ou sumidouro, com seu dejeto tratado e lançado no terreno natural ou no sistema de drenagem existente. Conforme informações da CORSAN, há uma estação de tratamento de esgoto em fase final de construção, porém ainda não operante. Os loteamentos mais novos possuem uma estação própria para cada um, conforme legislação.

3.4 SISTEMA DE LIMPEZA URBANA

O sistema de limpeza urbana tem frequência variável, porém, contempla coleta seletiva. Em Bento Gonçalves, há seis tipos de coleta: orgânico, reciclável, vidro, entulhos, móveis e de resíduos especiais. Conforme dados constantes na página da Prefeitura na internet e relato dos comerciantes no local, a coleta está sendo realizada.

Comerciantes referem a importância de instalação de containêres de lixo em todas as cinco rotas turísticas, evitando, assim, propagação de mau cheiro e aglomeração de animais, além da poluição visual para o turista.

3.5 REDE DE DRENAGEM PLUVIAL

A rede de drenagem pluvial está presente nos roteiros turísticos, seja por meio de rede enterrada ou por sistema de drenagem de rodovias. A topografia da região contribui com o escoamento superficial das águas de chuva, evitando, assim, alagamentos nos locais turísticos. Conforme informações do Município, cerca de 90% das vias pavimentadas do Município têm sistema de drenagem superficial implantado e funcionando. Não há zonas de alagamento. A captação é feita por meio de caixa coletora com grelha, na maioria da rede.

3.6 SISTEMAS DE COMUNICAÇÃO: COBERTURA DOS SERVIÇOS DE TELEFONIA FIXA E MÓVEL E INTERNET

3.6.1 Redes móveis celulares

A prestação de serviços de uma operadora de telefonia é o resultado da qualidade e quantidade de equipamentos que ela disponibiliza para a prestação de serviços. Os serviços prestados pelas operadoras: Claro Mobile, Nextel, Tim Mobile e Vivo Mobile, embora semelhantes, possuem diferentes qualidades de cobertura e velocidade na comunicação por dados.

As principais operadoras nacionais possuem boa cobertura na região estudada, proporcionando significativo êxito na comunicação por voz e/ou dados, em uma velocidade aceitável, **porém em diferentes situações nos trajetos que fazem parte das Rotas Turísticas, houve dificuldade em obter sinal adequado para completar ligações, enviar mensagens ou acessar a internet.** Os telefones celulares funcionam através da comunicação via ondas de rádio, usando um sistema de estações base (às vezes conhecidas como "*sites* de células"), que enviam e recebem chamadas e transmitem-nas para outras redes, como a rede telefônica pública comutada (PSTN). Como os telefones celulares comunicam-se usando ondas de rádio, sua confiabilidade é influenciada por muitos fatores, como a proximidade do telefone à estação base com a qual está se comunicando, obstáculos físicos e interferências ou ruídos. O ruído refere-se a sinais eletrônicos indesejados, introduzidos por componentes do circuito ou distúrbios naturais que tendem a distorcer as comunicações. Mesmo quando a operadora publica mapas que mostram cobertura em uma determinada área geográfica, como os mapas apresentados anteriormente, referentes ao Município de Bento Gonçalves, um assinante talvez não seja capaz de completar uma chamada devido a limitações na topografia (o ambiente), à capacidade (quantos chamadores estão se comunicando com o mesmo *site* celular em um determinado momento) e arquitetura de rede (onde as antenas estão localizadas).

3.7 ILUMINAÇÃO PÚBLICA

Há iluminação púbica na maioria das localidades turísticas, facilitando a visibilidade dos acessos aos atrativos. Porém, a iluminação atual pode ser atualizada para novas tecnologias, como o uso de luminárias em *Light-emitting Diodes* (LED), bem como redimensionada para atender melhor ao turista. Conforme

informações do *site* da prefeitura, 95% das solicitações de iluminação pública são atendidas. Além disso, foi apresentado pela gestão atual um modelo de parceria público privada para modernização do sistema de iluminação pública. Salienta-se que, nos Caminhos de Eulália, há necessidade de ampliação da rede de iluminação pública, sobretudo, nas vias não pavimentadas.

3.8 ATENDIMENTO DOS SERVIÇOS PÚBLICOS

O Município de Bento Gonçalves possui serviços de saúde como hospitais e postos de pronto atendimento, conforme relação que segue.

3.8.1 Rede de Atendimento

A Secretaria Municipal de Saúde conta com uma rede de atendimento formada por:

- quatro Unidades Básicas de Saúde (UBS) na zona rural;
- 18 Unidades Básicas de Saúde na zona urbana (destas, 12 contam com equipes de Estratégia Saúde da Família – ESFs).

O município também conta com:

- uma Unidade de Pronto Atendimento – UPA III;
- um Pronto Atendimento Zona Norte – PA Zona Norte;
- um Centro de Referência Materno Infantil – CRMI;
- três Centros de Atendimento Psicossocial – CAPS;
- um Centro Municipal de Fisioterapia – CMF;
- um Serviço de Atendimento Especializado e Centro de Testagem e Aconselhamento – SAE/CTA;
- um Centro de Especialidades Odontológicas – CEO;
- um Programa Melhor em Casa;
- um Espaço de Saúde do Idoso;
- uma Unidade Móvel de Saúde.

Serviços de apoio como laboratório de análises clínicas, raio-X, mamografia, eletrocardiograma, audiometria e especialidades médicas também estão disponíveis, por atendimento próprio ou serviço comprado (terceirizado).

O atendimento terciário é realizado por um hospital filantrópico, conveniado pelo Sistema Único de Saúde (SUS), com leitos destinados aos pacientes do SUS.

3.8.2 Serviços Primários

a) Unidades Básicas de Saúde – UBS;
b) Unidades da Estratégia Saúde da Família – ESF;
c) Espaço de Saúde do Idoso;
d) Unidade Móvel.

3.8.3 Serviços Secundários

a) Unidade de Pronto Atendimento – UPA 24h;
b) Pronto Atendimento Zona Norte – PA Zona Norte;
c) Centro de Referência Materno Infantil – CRMI;
d) Centros de Atendimento Psicossocial:
- Centro de Atendimento Psicossocial – CAPS II;
- Centro de Atenção Psicossocial Álcool e Drogas – CAPS AD;
- Centro de Atenção Psicossocial Infantil – CAPSI;
e) Centro Municipal de Fisioterapia – CMF;
f) Serviço de Atendimento Especializado e Centro de Testagem e Aconselhamento – SAE/CTA;
g) Centro de Especialidades Odontológicas – CEO tipo I;
h) Serviço de Assistência Domiciliar – SAD | Programa Melhor em Casa.

3.8.4 Atendimentos especializados

A Secretaria Municipal da Saúde atende também às seguintes áreas especializadas: Clínica Geral, Cirurgia Geral, Dermatologia, Endocrinologia, Pneumologia, Ortopedia e Traumatologia, Pediatria, Nutrição, Reumatologia, Neurologia, Fonoaudiologia, Cardiologia, Ginecologia e Obstetrícia, Psiquiatria, Psicologia, Urologia, Radiologia (Terceirizado), Hematologia (Terceirizado), Oftalmologia (Terceirizado), Cirurgia vascular (Terceirizado), Proctologia

(Terceirizado), Gastroenterologia (Terceirizado), Otorrinologia (Terceirizado). Bloco Cirúrgico: sendo realizados procedimentos em nível ambulatorial.

3.8.5 Serviços Terciários

Comunidade Terapêutica Rural de Bento Gonçalves: Tratamento para alcoolismo e drogadição.

3.9 SEGURANÇA PÚBLICA

O Município de Bento Gonçalves é uma cidade polo em vários segmentos; com isso, crescente número de profissionais prestam e beneficiam-se de serviços oferecidos no município; quer seja na construção civil, na área especializada de saúde, em escritórios de advocacia e até mesmo os próprios turistas. Assim como não se pode identificar a ação incorreta pelo simples local de moradia do cidadão, também não se pode relacionar qualquer tipo de crime com a escolaridade do infrator. Não há relação válida. As nuances e as propensões são matéria estratégia e exclusiva dos prestadores de Serviço de Segurança.

Sabidamente, o turista busca uma experiência quando visita determinado local, envolve-se com as atrações oportunizadas e vive o momento de maneira única. Este conjunto de fatores pode acabar influenciando no relaxamento demasiado de algo que deveria sempre ser zelado: sua vida e de sua família. Também contribui neste item o inesperado, o absoluto desconhecimento sobre o local que está sendo visitado - comportamento bastante comum para quaisquer turistas, não somente no Município de Bento Gonçalves.

Bento Gonçalves conta com aparatos de segurança pública. O Corpo de Bombeiros dispõe da capacidade operacional de 34 bombeiros militares, quatro veículos para combate a incêndios, dois veículos de salvamento e resgate, um veículo de salvamento em altura, sete veículos leves, duas motocicletas para execução da prevenção de incêndios e de veículo de comando.

Ainda fazem parte da segurança pública do Município, o Batalhão de Policiamento de Áreas Turísticas, o Batalhão Rodoviário da Brigada Militar, o 1º e 2º Distrito Policial, a Delegacia de Polícia de Pronto Atendimento (DPPA) e a Delegacia

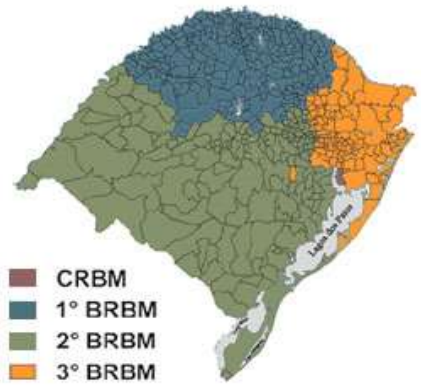
Especializada de Atendimento à Mulher (DEAM), além das Polícias Civil e Rodoviária.

A Cidade ainda conta com uma Coordenadoria de Defesa Civil. Porém, conforme relato de comerciantes na região, a violência tem aumentado significativamente no Município. Segundo pesquisa publicada no Atlas da Violência, feito pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - IPEA (2019) juntamente com o Fórum Brasileiro de Segurança Pública, Bento Gonçalves registra mais homicídios do que a média admitida pelo número de população.

3.9.1 Estrutura da organização

O Comando Rodoviário da Brigada Militar (CRBM) do Rio Grande do Sul está subdividido em três grandes áreas, representadas no mapa a seguir, sob a responsabilidade de três Batalhões Rodoviários. Bento Gonçalves pertence à área de abrangência do 3º Batalhão Rodoviário da Brigada Militar - 3º BRBM. A estrutura organizacional do CRBM está dividida em duas Companhias, seis Pelotões e dezesseis Grupos Rodoviários, a saber: Veranópolis, Bento Gonçalves, Farroupilha, Bom Princípio, Portão, Montenegro, Gravataí, Viamão, Sapiranga, Taquara, Gramado, Santo Antônio da Patrulha, Capivari do Sul, Tramandaí, Xangri-lá e Torres.

Figura 22 – Mapa da Área de Atuação do 3º BRBM

	**Área de atuação:** A área de responsabilidade do 3º BRBM, em laranja no mapa ao lado, abrange as regiões da Serra Gaúcha, Hortênsias, Vale dos Sinos, Vale do Paranhana, Região Metropolitana e Litoral Norte do Estado, totalizando 112 municípios, divididos em 16 Frações Rodoviárias.

Fonte: Brigada Militar (s.d).

3.9.2 Delegacia de Polícia de Pronto Atendimento

Funcionam junto à DPPA:

- Plantão 24 horas;
- Central de Termos Circunstanciados;
- Posto Policial para a Mulher.

3.9.3 Delegacia Especializada de Atendimento à Mulher – DEAM

As Delegacias Especializadas de Atendimento à Mulher - DEAMs compõem a estrutura da Polícia Civil, devendo realizar ações de prevenção, apuração, investigação e enquadramento legal.

3.10 FORNECIMENTO DE ENERGIA

O fornecimento de energia na região de Bento Gonçalves é bem atendido pela distribuidora da região (RGE). Na última década, foram feitos investimentos para aumentar a capacidade de consumo de energia, visando sustentar a população e o Turismo.

Em entrevista aos empreendedores das Rotas Turísticas, identificou-se que a rede de fornecimento de energia elétrica não é estável, obrigando alguns estabelecimentos ao uso de geradores.

4 ANÁLISE DO QUADRO INSTITUCIONAL DE BENTO GONÇALVES

A seguir, estão apresentados os principais órgãos e instituições (Estadual, da Região e Municipal), públicas e privadas, que atuam na gestão do turismo.

4.1 ÓRGÃOS E INSTITUIÇÕES QUE ATUAM NA GESTÃO DO TURISMO NA ÁREA TURÍSTICA

4.1.1 Órgãos e Instituições Públicas

4.1.1.1 Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo – SEDETUR

A Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo – SEDETUR do Governo do Estado do Rio Grande do Sul foi criada pela Lei nº 15.246 de dois 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. 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 (SEDETUR, s.d).

4.1.1.2 Conselho Estadual de Turismo – CONETUR

O Conselho Estadual de Turismo – CONETUR, criado pela Lei nº 14.129, de 12 de novembro de 2012, é um órgão colegiado de caráter consultivo, propositivo e deliberativo e órgão superior de assessoramento ao titular da Secretaria do Turismo

– SETUR/RS. O Conselho Estadual de Turismo tem como finalidade propor, deliberar e ser consultado na formulação e aplicação da Política Estadual de Turismo e dos planos, programas, projetos e atividades derivados dela.

4.1.2.3 Federação das Associações de Municípios do RS – FAMURS

A Federação das Associações de Municípios do Rio Grande do Sul – FAMURS trabalha, junto aos municípios, no apoio da criação e formulação de políticas voltadas à criação do Sistema Municipal de Turismo – que compreende o Conselho Municipal de Turismo, o Fundo Municipal de Turismo e o Plano Municipal de Turismo. Participa de órgãos do Governo do Estado, como o CONETUR, defendendo ações focadas no desenvolvimento turístico do Estado. Além disso, abarca o Conselho de Dirigentes Municipais de Turismo (CODITUR). Quem coordena o departamento de Turismo da FAMURS é Mário Augusto Ribas do Nascimento. O CODITUR possui um Plano de desenvolvimento turístico para Rotas Turísticas, denominado “PROJETO DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO – Mundo Gaúcho – Organização da Governança e Formação de Roteiros Sustentáveis, integrando os países do MERCOSUL”.

4.1.2.4 Secretaria Municipal de Turismo de Bento Gonçalves – SEMTUR

Figura 23 – Marca Município de Bento Gonçalves

Fonte: Bento Tur (c2020).

Com sede no Complexo Administrativo - Rua 10 de novembro, 190 - sala 1, (54)30557130, a Secretaria Municipal de Turismo tem como principais atribuições:

- A organização e execução de planos, programas e eventos que tenham como objetivo incentivar o Turismo no Município;
- A proposição de projetos e investimentos que busquem valorizar e explorar o potencial turístico do Município em benefício da economia local;
- A administração de parques e outros estabelecimentos de apoio às atividades turísticas;
- A promoção de congressos e exposições que visem à divulgação do Turismo;
- A organização e manutenção do cadastro relativo aos estabelecimentos turísticos, especialmente hotéis, restaurantes e similares e a manutenção e administração do Parque de Eventos.

No âmbito do Município de Bento Gonçalves, existem dois convênios em andamento, um com o Governo Federal do Brasil – Ministério do Turismo – MTur – Convênio 880005/2018 e um outro com o Governo do Estado do Rio Grande do Sul – Sedetur – Convênio 137/2018.

Secretário: Rodrigo Ferri Parisotto

4.1.2.5 Conselho Municipal de Turismo – COMTUR

O Conselho Municipal de Turismo de Bento Gonçalves foi criado em 11 de maio de 1965, através da Lei Municipal nº 171/1965.

Atualmente, o Regimento Interno do Conselho foi aprovado através do Decreto 8696 de 10 de Dezembro de 2014. A atual gestão do Conselho é composta:

Presidente: Marcos Giordani

1º Vice–presidente: Alexandra Garbin

2º Vice–presidente: Eliane Bertinatto

A legislação do Conselho segue as modificações impostas pela Lei Municipal nº 2.411, de 28 de dezembro de 1994, que cria o Conselho Municipal de Turismo e dá outras providências, tendo somente modificado ao longo dos anos o número de entidades que a compõem.

Bento *Film Commission*

Imagem 38 – Bento *Film Comission*

Fonte: Bento Tur (c2020).

A Bento *Film Comission* foi criada para tratar da captação de produções cinematográficas diversas. Composta por entidades diretamente ligadas à atividade turística, procura estabelecer parcerias com o trade Turístico para receber equipes de filmagens, além de certas facilidades como descontos em refeições e diárias, permissões de filmagens nos mais variados locais, trabalhando, inclusive, na articulação com municípios vizinhos. Também proporciona consultoria sobre locações, relação de fornecedores associados, apoio nas ações necessárias para as produções. Sua divulgação é focada nas locações disponíveis para filmagens dentro da cidade e área rural. O município de Bento Gonçalves oferece toda a infraestrutura necessária para que os visitantes possam desfrutar da gastronomia, do lazer, dos costumes e das tradições do hospitaleiro povo bento-gonçalvense. A cidade também possui áreas cobertas que podem servir como locações de filmagens, como o Parque de Eventos, que conta com pavilhões que somam 58.000m² cobertos e climatizados. A Bento *Film Comission* foi criada em 2010 e, desde então, várias produções foram filmadas na cidade.

4.1.2 Entidades Sem Fins Lucrativos e Movimentos Sociais

4.1.2.1 Associação de Turismo da Serra do Nordeste – ATUASERRA

Figura 24 – Marca ATUASERRA

Fonte: Serra Gaúcha (s.d).

A ATUASERRA possui sede na Rua Herny Hugo Dreher, 227, sala 09, no bairro São Bento, e também atua na Coordenação do Desenvolvimento do Turismo Regional sustentável na Região Uva e Vinho, através da articulação dos municípios, integração dos atores sociais e aporte de conhecimentos, buscando a melhoria da qualidade de vida nas comunidades envolvidas. A ATUASERRA possui diversos associados nos seguintes segmentos: hotéis, pousadas, restaurantes, cafés, vinícolas, atrativos turísticos, lojas, artesanato, parques, clubes, shopping, entidades de classe, veículos de comunicação e editoras, agências de viagem e turismo, transportadoras turísticas, serviços de traslados, organizadoras de eventos, floriculturas, cerimonialista, serviços de limpeza e segurança, sonorização e iluminação, locação de equipamentos, fornecedor de uniformes, gráficas e demais prestadores de serviços para eventos.

A Associação, fundada em 25 de outubro de 1985, na Cidade de Caxias do Sul, teve como sócios iniciais onze Secretarias de Turismo dos municípios de Caxias do Sul, Antônio Prado, Flores da Cunha, Garibaldi, Farroupilha, Bento Gonçalves, Veranópolis, Serafina Corrêa, Nova Prata, Guaporé e São Marcos. Na ocasião, os envolvidos pretendiam unificar suas ações voltadas à promoção dos atrativos da região dos vinhedos, de forma a fortalecer e resgatar o turismo, presente até a década de 50 e substituído pela atividade industrial, cujo apogeu deu-se na década de 70.

Hoje, a ATUASERRA coordena as ações de desenvolvimento do Turismo regional, assim como a sustentabilidade das comunidades, a manutenção da cultura e do ecossistema em potencial existente na Instância de Governança Regional (IGR)

da Região Uva e Vinho da qual BG pertence, contando com um quadro de associados que engloba 24 Prefeituras e 15 Entidades Privadas. Entre suas ações, está a preocupação de planejar mecanismos que tragam o desenvolvimento sustentável para a região, que possui riquezas em aspectos naturais e culturais. As atividades fundamentam-se no conhecimento técnico do local, na criatividade, na compreensão da realidade como um todo, além dos recursos financeiros disponíveis e o envolvimento ativo da comunidade alvo, em todas as etapas do trabalho. Promover o desenvolvimento do Turismo Sustentável na Região Uva e Vinho através da articulação dos municípios, integração dos atores sociais e aporte de conhecimentos, buscando a melhoria da qualidade de vida nas comunidades envolvidas constitui objetivo da Associação. A entidade possui um assento no CONETUR, onde participa ativamente, inclusive sempre contribuindo com suas experiências de sucesso, tendo em vista que já é reconhecida como IGR modelo para o Brasil..

4.1.2.2 Sindicato Empresarial de Gastronomia e Hotelaria /SEGH – Região Uva e Vinho

Figura 25 – Marca da entidade SEGH

Fonte: SEGH Uva e Vinho (s.d).

O Sindicato é uma Entidade Patronal, com sede no Município de Caxias do Sul e Subsede no Município de Bento Gonçalves, Rua Avelino Luis Zat, 95 - 2º andar, bairro Fenavinho, abrangendo 19 municípios, representando aproximadamente 2.100 estabelecimentos, das seguintes categorias: Hotéis,

Pousadas, Restaurantes, Churrascarias, Pizzarias, Cantinas, Bares, Bares, Boates, Dançantes, Casas Noturnas, Casas de Shows, Casas de Lanches, Pastelarias, Motéis e outros similares.

O objetivo principal do Sindicado é assegurar a representação e defesa dos interesses das categorias e apoiar o desenvolvimento sustentável. Através do incentivo à inovação e a qualificação de produtos e serviços, a gestão eficaz e proativa, integrando e fomentando a cooperação, atuando também no desenvolvimento e promoção turística, sempre respeitando a cultura regional.

4.1.2.3 Associações Turísticas

- Associação Caminhos de Pedra;
- Associação Caminhos de Faria Lemos;
- Associação Turística Encantos de Eulália;
- Associação Vale do Rio das Antas;
- APROVALE.

4.1.2.4 Bento *Convention Bureau*

Figura 26 – Marca Bento *Convention Bureau*

Fonte:Bento Convention Bureau (s.d).

O Bento *Convention Bureau* é uma entidade sem fins lucrativos que tem como objetivo captar, atrair e apoiar a criação de eventos capazes de gerar oportunidades

a empreendedores locais, trazendo turistas ao município e região, dinamizando a economia, promovendo toda a cadeia turística e o potencial de negócios e lazer deste destino. Com cerca de 150 associados de diversos segmentos como: Centro de Eventos, Meios de Hospedagem, Restaurantes e Similares, Agências de Viagem, Organizadoras de Eventos, Atrativos Turísticos, Vinícolas e Destilarias, Lojas, Cerimonialistas, Serviços de Limpeza e Segurança, Equipamento de Luz e Sonorização, Gráficas, Floriculturas, Locação de Materiais para Eventos, Agências de Publicidade e Propaganda, Assessoria de Imprensa, Imprensa, Jornais, Revistas, Blogs, *Sites*, entidades, entre outros. A entidade trabalha com recursos do quadro associativo e da arrecadação da taxa de Turismo (*room tax*) de alguns meios de hospedagem, que contribuem com o desenvolvimento das ações em prol do turismo de eventos, negócios e lazer (BENTO CONVENTION BUREAU, s.d).

4.1.2.5 Demais entidades:

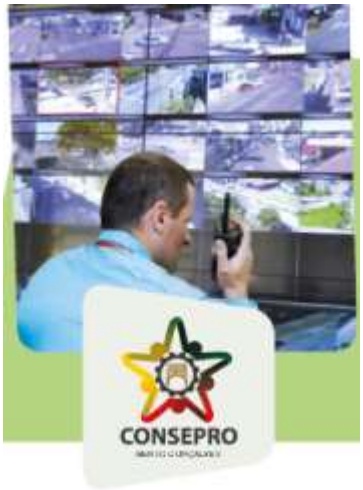
BENTO + 20

Figura 27 – Marca Bento + 20

Fonte: CIC BG (s.d).

4.1.2.6 Conselho Comunitário Pró-Segurança Pública - CONSEPRO

Figura 28 – Ações CONSEPRO



Fonte:CONSEPRO (s.d).

4.1.2.7 Centro da Indústria, Comércio e Serviços de Bento Gonçalves – CIC BG

Figura 29 – Marca CIC BG

Fonte: CIC BG (s.d).

Câmara de Dirigentes Lojistas de Bento Gonçalves – CDL BG

Figura 30 – Marca CDL BG

Fonte: CDL Bento Gonçalves (s.d).

4.1.3 Projetos, Programas e Parcerias

- Leãozinho do Bem;
- Parceiros Voluntários;
- Programa Gaúcho da Qualidade e Produtividade – PGQP;
- G-30 – Núcleo de Estudos do Desenvolvimento Empresarial e Econômico;
- Instituto Tarcísio Michelon – ITM;
- Observatório Social do Brasil.

4.2 IMPACTOS E LIMITAÇÕES DAS AÇÕES POLÍTICAS PÚBLICAS

Segundo Vargas (1998), em um passado não muito distante, a atividade turística resumia-se a um deslocamento em busca de visitação de lugares com a predominância das atividades de contemplação, ou seja, visita a monumentos e edifícios históricos, apreciação de eventos esportivos e religiosos, da paisagem natural, como praias, montanhas, florestas, etc. Entretanto, ao final do século XX, em decorrência de uma série de mudanças na forma de produção industrial, na intensificação do processo de terceirização e informatização da sociedade e na criação de novos mercados, o Turismo passou a adquirir um novo formato. A atividade turística deixa de se identificar diretamente com elementos físicos do ambiente natural e construído, de forma isolada, e seu produto passa ser a cidade, no sentido da incorporação do urbano, aqui entendido como uma definição ampla, ou seja, além dos elementos edificados da cidade, inclui suas manifestações e hábitos de vida urbanos. Dessa forma, o Turismo acrescenta a atividade de contemplação às atividades de participar e envolver-se com a cultura local, com o desejo de novas descobertas ao encontrar pessoas, adquirir cultura, vivenciar o novo, em que a surpresa e a emoção passam a estar presentes, tendo assim a cidade como novo objeto de destino.

A construção de uma cidade é realizada a partir da manifestação física da evolução das sociedades que habitam nela, são locais únicos e singulares, pela conjuntura de suas características geográficas, históricas e de suas influências culturais que lhe deram origem. Cabe salientar que a constituição das cidades dá-se ao longo do tempo, durante gerações, resultando num tecido urbano heterogêneo, em que diferentes e complexas camadas da cultura da sociedade fundem-se. Estes ricos espaços, com seus legados especiais na malha urbana, acabam por apresentar uma grande potencialidade para o desenvolvimento do Turismo. A

apropriação deste espaço pelos visitantes dá-se inicialmente a partir da disponibilidade de infraestrutura para o desenvolvimento de atividades econômicas diversas, além de serviços que possibilitem a visitação e acolhimento (VARGAS, 1998).

Segundo Cruz (2002), as políticas públicas são as norteadoras da demanda turística, sendo responsáveis pelo estabelecimento de metas e diretrizes para o desenvolvimento da atividade, tanto nos temas que tangem à esfera pública como à iniciativa privada.

Entendendo que as cidades são singulares, o planejamento urbano, tanto do ponto de vista regional, como local, é um dos mais relevantes instrumentos para o ordenamento e organização do espaço urbano e rural, visando não só à melhoria da qualidade de vida da sua população, mas construindo, ou mantendo imagens, e proporcionando oportunidades de novas atividades econômicas, como o Turismo, que se apropria dos espaços valorizados, dando-lhes novos significados. O poder público tem a capacidade de exercer um papel de extrema importância na produção do espaço turístico, na medida em que suas ações definem a concepção da forma de produção desse espaço. O tema do Turismo deve estar presente nos Planos de Desenvolvimento Regional e, principalmente, nos Planos Diretores, regulamentação urbanística que atua diretamente no território municipal. É o resultado da aplicação dos regramentos desta regulamentação, décadas após décadas, que acaba por configurar a imagem da cidade, que é vivenciada e experimentada por todos os usurários da urbe. Assim como as normativas estipuladas nos Planos Diretores podem incentivar a qualificação do ambiente construído e do desenvolvimento turístico nas cidades, também podem causar sérias interferências em importantes áreas, especialmente no patrimônio edificado e natural, elementos que são os grandes responsáveis pela consolidação de uma imagem de cidade (CRUZ, 2002).

Cabe, por fim, antes de adentrar ao diagnóstico da atual legislação urbanística do município de Bento Gonçalves, atentar que a atividade turística pode, quando superadas as complexas questões do processo de planejamento urbano, ser uma alternativa para um desenvolvimento socialmente mais justo, economicamente viável e ecologicamente correto, afinal o melhor atrativo que uma cidade pode proporcionar ao turista é ela mesma.

4.2.1 Política de Planejamento Regional

Analisando o contexto de Bento Gonçalves do ponto de vista do planejamento regional, verificou-se que, em 2013, houve, por parte do Governo Estadual, sob a coordenação da Fundação Estadual de Planejamento Metropolitano e Regional (METROPLAN) e através da Lei Complementar nº 14.293, a instituição da Região Metropolitana da Serra Gaúcha (RMSG), a qual tem Caxias do Sul como cidade polo, por abrigar a maior quantidade da população da região, com aproximadamente 510.000 habitantes (IBGE, 2019) e por concentrar indústrias e um importante setor de comércio e serviços, destacando-se na área de saúde e no ensino universitário. Nesta conformação, Bento Gonçalves aparece como o segundo município mais populoso e com maior taxa de urbanização[1] (IBGE, 2019). Ao todo, a RMSG é composta por 13 municípios, conformando um território de 4.604,80km² e aproximadamente 840.117 habitantes (IBGE, 2019). Cabe ressaltar que esta conformação regional corresponde à antiga Aglomeração Urbana do Nordeste (AUNe), acrescida dos municípios de Antônio Prado, Ipê e Pinto Bandeira, sendo este último emancipado de Bento Gonçalves e instalado em 2012. A instituição da RMSG teve como intuito a melhor articulação política em nível nacional, devido à maior representatividade das forças políticas dos municípios. Dessa forma, fica facilitada a tomada de decisões para política econômica a fim de reduzir as disparidades de ordem política, econômica e social entre os municípios, bem como na busca por atingir objetivos comuns, como a criação de novos empregos, aproveitamento de recursos naturais e de planejamento de funções públicas de uso comum (transporte coletivo, destinação de resíduos sólidos, saneamento básico, política habitacional, etc.).

Com relação à estrutura urbana, observa-se uma forte tendência à conurbação, no sentido Oeste-Leste, entre Caxias do Sul e Farroupilha, tendo a RS-453 como eixo estruturante. Por outra parte, verifica-se a formação de uma mancha urbana única, no sentido Norte-Sul, entre Bento Gonçalves, Garibaldi e Carlos Barbosa, tendo a RS-470 como eixo estruturante. Pode-se afirmar que há um eixo urbano-industrial estrutural deste espaço metropolitano que conecta Caxias do Sul, Farroupilha e Bento Gonçalves, que acaba por concentrar mais de 80% do PIB da

[1] 92,3%, acima da média do Estado do Rio Grande do Sul, que é de 85,1%.

aglomeração. Segundo Soares e Schneider (2012), a RMSG apresenta ainda tendência à formação de um eixo urbano-industrial com a Região Metropolitana de Porto Alegre, uma vez que Caxias do Sul situa-se a 90km de Novo Hamburgo (polo econômico do norte da RMPA) e a 130 Km da capital.

Também para fins de planejamento das regiões do Estado, foram instituídos os Conselhos Regionais de Desenvolvimento (COREDES), que são agrupados em nove Regiões Funcionais de Planejamento, com base em critérios de homogeneidade econômica, ambiental e social e em variáveis relacionadas à identificação das polarizações de emprego, dos deslocamentos por tipo de transporte, da hierarquia urbana, da organização da rede de serviços de saúde e educação superior, entre outros. Bento Gonçalves está inserido no COREDE SERRA (integrante da Região Funcional 1), composto por 32 municípios, inclusos aqueles pertencentes à RMSG.

O que cabe destacar são os diferentes objetivos de cada um destes agrupamentos regionais, embora haja sombreamentos de atuação, enquanto que a RMSG possui maior capacidade de estabelecer relações com programas estruturantes vinculados ao Governo Federal, inclusive voltados à área turística, como o PRODETUR[2]. Já os COREDES atuam como referência para a elaboração de instrumentos de planejamento, como o Plano Plurianual (PPA) e o Orçamento do Estado (LOA), bem como para elaboração de diagnósticos e estudos prospectivos sobre as diferentes regiões no âmbito do RS. Também é possível através dos COREDES obter recursos para as atividades turísticas, como a recente obtenção de apoio ao circuito integrado de Turismo da Serra Gaúcha, cujo objetivo é promover os produtos turísticos das regiões dos COREDES Serra, Hortênsias e Campos de Cima da Serra de forma integrada, cujo roteiro é interligado por 575km de rodovias. O COREDE Serra também possui um Plano Estratégico de Desenvolvimento Regional 2015-2030 que indica que um planejamento efetivo regional perpassa condições mínimas, como o reconhecimento da capacidade e das estruturas dos equipamentos voltados para o Turismo; o inventário dos atrativos turísticos e sua hierarquia; o

[2] Os Programas Regionais de Desenvolvimento do Turismo (PRODETUR) buscam organizar as intervenções públicas para o desenvolvimento da atividade turística, através de prévios processos de planejamento das regiões turísticas. A partir do planejamento das áreas turísticas prioritárias, são propostas intervenções públicas a serem implantadas de forma que o turismo venha a constituir uma verdadeira alternativa econômica geradora de emprego e renda, principalmente para a população local (MTUR, 2013).

estudo dos portões de entrada, formação e distribuição de fluxos turísticos e a compreensão da formação da gestão institucional e territorial dos atrativos turísticos.

Este Plano acaba por apontar apenas diretrizes e ações para os municípios dos Campos de Cima da Serra, indicando que a região da Serra já possui um Turismo consolidado como região.

4.2.2 Política de Planejamento Urbano Municipal

O Rio Grande do Sul é considerado o Estado pioneiro no tema da legislação do planejamento urbanístico, tendo Porto Alegre como a primeira capital do país a ter um Plano Urbano na tentativa de organizar o crescimento da cidade. Isto se deu em 1914, através do "Plano Geral de Melhoramentos", coordenado pelo arquiteto João Moreira Maciel. Também foi no Estado que foram gestados os estudos, na década de 70, para o estabelecimento das Regiões Metropolitanas no país.

Este pioneirismo, especialmente quanto aos planos urbanos da capital dos gaúchos, acabou por influenciar os municípios do interior do Estado, incitando a muitos elaborarem seus planos diretores, em períodos em que a legislação urbanística federal ainda não se encontrava consolidada. Foi neste contexto que Bento Gonçalves desenvolveu seu primeiro Plano Diretor Municipal, em 1958, substituído, posteriormente, por novas legislações nos anos de 1971 (Plano Diretor), 1992 (Lei de Uso e Ocupação do Solo Urbano) e 1996 (Plano Diretor).

4.3 PROCESSOS DE PLANEJAMENTO TURÍSTICO

4.3.1 Plano Diretor de Bento Gonçalves

O atual Plano Diretor de Bento Gonçalves, Lei Complementar nº 200 de 2018, foi elaborado sob o arcabouço legal urbanístico do Estatuto da Cidade (Lei Federal nº 10.257), criado em 2001, que se propõe a estabelecer diretrizes gerais da política urbana, que se traduz no conjunto de ações que devem ser promovidas pelo Poder Público, para garantir que todos os cidadãos tenham acesso à moradia, saneamento ambiental, infraestrutura urbana, transporte, serviços públicos, trabalho e lazer. Assim o objetivo do Estatuto da Cidade é “ordenar o pleno desenvolvimento das funções sociais da cidade e da propriedade urbana”. Segundo esta lei, a cidade

apenas cumpre sua função social quando se torna acessível a todos os seus cidadãos, isto significa que os equipamentos urbanos, de saúde, educação, assistência social, habitação, saneamento, lazer, emprego e renda devem ser usufruídos por todos, independentemente de sua condição social.

Já a função social da propriedade, preconizada de forma clara na legislação, está relacionada ao bem-estar geral da coletividade. A propriedade não deve atender exclusivamente aos interesses do indivíduo-proprietário, mas da sociedade que compartilha o espaço. Pode-se tomar, como exemplo, o tombamento de uma edificação histórica. Sua importância é relevante perante a história de toda comunidade mais do que ao interesse individual de seu proprietário, assim o "congelamento do bem" justifica-se pela sua função social. Tendo isto em vista, os municípios devem estabelecer regras que propiciem o pleno desenvolvimento econômico, social e ambiental, com vistas a garantir o direito à cidade para todos os que vivem nela. O Estatuto da Cidade também trouxe a obrigatoriedade de elaboração de Plano Diretor para municípios segundo alguns critérios, como possuir população superior a 20 mil habitantes, ser integrante de regiões metropolitanas ou aglomerações urbanas, estar inserido em áreas de especial interesse turístico, entre outros condicionantes.

O que se observa é que o município de Bento Gonçalves acaba atendendo uma série destes condicionantes, reforçando o papel do Plano Diretor como instrumento crucial para o desenvolvimento da cidade. Pode-se resumir que o Plano Diretor é uma legislação municipal que estabelece orientações e diretrizes para o desenvolvimento urbano, de modo a propiciar, ao longo dos anos, a melhoria na qualidade de vida de seus habitantes, do ponto de vista espacial, econômico e social, através de uma série de instrumentos e conjunto de regras que normatizam o uso e ocupação do solo e que acabam por regular a ação de agentes sociais e econômicos sobre o território. Ressalta-se ainda a importância do desenvolvimento de uma legislação direcionada para as vocações locais, não perdendo de vista a sua inserção regional.

A legislação em vigor foi fruto de um processo iniciado em 2014, em que o município estabeleceu um convênio com a Universidade Federal do Rio Grande do Sul, tendo o trabalho técnico coordenado pelo Prof. PhD. Romulo Krafta, da Faculdade de Arquitetura, que gerou uma série de propostas que foram sendo ajustadas e alteradas a partir da participação de grupos da sociedade civil

organizada. O que se observa na atual legislação é que, apesar de citar logo no Artº 1 (primeiro) a intenção de “articular ações públicas e privadas de transformação e agenciamento do território urbano e rural, com vistas ao bem-estar da população, ao desenvolvimento econômico e das funções sociais da cidade [...]”, de fato, em seu conteúdo, os preceitos do Estatuto da Cidade com vistas à diminuição das desigualdades sociais não são aplicados. Assim, o Plano Diretor acaba por repetir as legislações que, por vezes, privilegiam a atuação do mercado imobiliário, desconectando-se das tendências contemporâneas com a inclusão em sua pauta instrumentos urbanísticos capazes de socializar os ganhos da produção da cidade.

O Plano Diretor Estratégico de São Paulo e, recentemente, o Plano Diretor de Belo Horizonte conseguiram incluir algumas destas diretrizes e normativas, possibilitando, por exemplo, o adensamento populacional em localizações com disponibilidade de transporte público, o desestímulo ao uso de carros, a restrição de altura das edificações de forma contínua na cidade, o incentivo às atividades miscigenadas, a qualificação urbanística de vias comerciais, a isenção fiscal para estimular a criação de negócios em áreas estratégicas, a aplicação do IPTU progressivo a áreas ociosas, a recriação da zona rural para deter o crescimento urbano, a delimitação de áreas de interesse social em regiões bem localizadas na cidade, a criação da cota solidária que induz a grandes empreendimentos privados destinarem um percentual de recursos para a construção de moradias populares, entre outros. Estes instrumentos inovadores estão se mostrando eficazes em fomentar e viabilizar a qualidade do espaço público através da iniciativa privada.

Verifica-se, na própria composição dos conselhos do Plano Diretor, o grande peso da participação das entidades vinculadas à construção civil, ou com atividades afins a estas (CRECI, ASCON, ASCORI, entre outras), que visam unicamente ao lucro, relegando a qualidade da cidade e do ambiente urbano. Pode-se afirmar que as regras do uso e ocupação do solo do Plano Diretor de Bento Gonçalves ainda seguem os preceitos do urbanismo moderno, incentivando o remembramento de lotes com parcelamento do solo tradicional, assim como a substituição de ocupações mais antigas para a implantação de grandes edificações soltas no lote, resultando, ao longo do tempo, numa cidade de imagem disforme, perdendo, assim, suas referências. O Plano Diretor acaba por dividir o território do município em diferentes áreas, cada qual com suas regras de uso e ocupação do solo. Estas áreas, denominadas de zonas ou zoneamento, têm o intuito de incentivar ou ainda de

restringir determinadas atividades em detrimento a outras com objetivos específicos, de acordo com os preceitos descritos na legislação.

Dentre estas zonas, observou-se positivamente a instituição do zoneamento Zona Gastronômica Turística (ZGT), que, segundo a legislação, já é uma área reconhecida como corredor gastronômico com padrão urbanístico consolidado. Entretanto, verificou-se que, apesar do Anexo 3.1 indicar que serão incentivadas atividades ligadas ao tema desta zona, assim como usos complementares, atenta-se que este incentivo não é claramente previsto, seja através de isenção fiscal, maior potencial construtivo, previsão de maior área para expansão destas atividades, etc.

Ainda sobre o zoneamento, verifica-se a falta de áreas de transição entre um espaço com previsão de maior densificação em relação a outros. É possível observar, no Anexo 6 do PD, áreas com índices de aproveitamento de 2,5 e 3,5 ao lado de regiões com índices de 0,4. Esta discrepância acabará por resultar em um grande contraste entre estes espaços urbanos.

Quanto ao patrimônio histórico-cultural edificado, o atual Plano Diretor indica, no Anexo 5.4, que são protegidos os imóveis integrantes do inventário do IPHAN e IPHAE, os conjuntos formados pelas sedes comunitárias e edificações com mais de 50 anos no entorno de bens culturais inventariados (situados nas Zonas Especiais de Proteção ambiental, paisagística, histórica, cultural e turística, bem como nas áreas de Interesse Histórico e Paisagístico Urbanas), edificações localizadas na zona rural junto a Roteiros Turísticos e zoneamentos indicados no Anexo 5.3-ME, assim como a paisagem cultural formada pelos vinhedos e pelos espaços da ferrovia.

Entretanto, entende-se que ainda há indicações genéricas, cabendo, assim, a atualização do inventário para o melhor esclarecimento sobre quais edificações devem ser efetivamente protegidas e com qual nível de proteção. Esta atualização acarretaria na diminuição da pressão sobre a equipe técnica do IPURB e do COMPAHC, que acabam tendo que analisar individualmente cada demanda de aprovação de projeto.

O zoneamento da área central (ZC1 - Zona Central 1), onde ocorre a maior presença de edificações históricas, permite a construção de novas edificações em grande altura (com a justificativa de densificação da região). Entretanto, não se observa na lei diretrizes que possibilitem a resolução da interface entre as novas

edificações e as históricas, deixando, assim, a análise caso-a-caso para resolução do COMPAHC.

Verificou-se também, de forma positiva, a possibilidade do Sistema de Planejamento de Gestão (SPG)[3] - reduzir ou isentar o IPTU para proprietários de edificações tombadas ou inventárias, como forma de incentivo à manutenção destes imóveis. No entanto, salienta-se o pequeno percentual, 30% para a conservação preventiva anual e 100% somente durante o período de obras de restauro. Estes descontos acabam sendo irrisórios face aos altos custos de manutenção de imóveis antigos e a burocracia envolvida para a sua obtenção.

Ainda sobre a temática do patrimônio histórico-cultural, observou-se a Lei Municipal nº 6.042/2016, que trata da regulamentação do instrumento de Transferência do Direito de Construir (TDC)[4], previsto no Plano Diretor, explicitando que edificações que sejam objeto de preservação e recuperação em virtude de valor cultural, histórico e arquitetônico, devidamente inventariados, e que tenham seu potencial construtivo restringido, possam negociar seus índices excedentes no mercado. Entretanto, esta regulamentação não indica que os recursos obtidos com tal operação sejam efetivamente utilizados para a manutenção ou recuperação do bem histórico, o que acaba por não ser efetiva sua aplicação para o fim ao qual deveria destinar-se – a manutenção dos bens históricos do município.

De forma geral, o regime urbanístico[5] é excessivamente flexível, dada a falta de clareza nos limites dos instrumentos de uso e ocupação do solo, tendo ainda uma série de “bonificações”, que acabam por privilegiar as proposições dos *players* do mercado imobiliário. Essa flexibilização pode ser exemplificada pela falta de uma listagem de usos/atividades previstas para cada área da cidade, ou ainda a indicação do grau de impacto de cada uma delas, já que seu regramento é utilizado de forma conceitual (usos adequados, usos inadequados e usos incentivados), permitindo, assim, diferentes interpretações da legislação.

---

[3] O SPG (Sistema de Planejamento e Gestão), regulamentado pelo Prefeito Municipal, tem como objetivo geral criar condições para o exercício dinâmico e sistemático do processo de planejamento e gestão, que articule as políticas da administração municipal com os diversos interesses da sociedade, promovendo e aperfeiçoando instrumentos para o gerenciamento do desenvolvimento urbano e municipal.

[4] Mecanismo legal que permite a proprietários transferir para a parte remanescente do terreno ou outros locais, previamente especificados pelo Plano Estratégico, os índices de aproveitamento de terrenos doados à Prefeitura para fins de instalação de equipamentos ou conservação do patrimônio histórico, ambiental e cultural.

[5] Regramentos que definem a forma de ocupações das edificações nos lotes.

O Art. 154 trata da flexibilização dos regramentos para projetos que não atendam os requisitos estabelecidos em lei, assim, o proponente tem liberdade para requerer a análise e aprovação da edificação mesmo em desacordo com a legislação. Essa aprovação seria dada após uma avaliação da qualidade espacial da proposta, segundo uma lista de itens em forma de ranking, que resultaria em sua aprovação ou não. Entretanto, os critérios para avaliação e pontuação deste ranking não são claros, possibilitando diferentes interpretações, de modo que a cidade pode passar a ser construída por edificações como exceções ao regramento do Plano Diretor, facilitando a atuação dos interesses do mercado imobiliário.

A legislação também é permissiva quanto ao parcelamento do solo na área rural para fins de implantação de condomínios e sítios de recreio, com lotes que variam, conforme enquadramento e local, de 800m² a 2.500m². Esta possibilidade de parcelamento do solo rural em terrenos de pequenas dimensões[6] indica, de forma clara, um favorecimento ao mercado imobiliário, já que os empreendedores podem apropriar-se de áreas de pouco valor (comparado ao custo de glebas mais próximas a núcleo urbano central) e vendê-las por altos valores, tomando as características da região e o Turismo como justificativa para tal valorização. Cabe ressaltar que esta falta de amarras ao parcelamento do solo na área rural apresenta sérios riscos ao meio ambiente natural (já que inevitavelmente haverá intervenções que resultem na diminuição da permeabilidade do solo, alteração da topografia e da vegetação, e, consequentemente, na fauna local), bem como à manutenção da qualidade da paisagem, que é ponto primordial para o desenvolvimento do Turismo local.

Entende-se que esta flexibilização de ocupação do espaço rural com atividades imobiliárias possa, ao longo dos anos, descaracterizar a paisagem e o espaço que propicia a cultura vitivinícula e o Turismo vinculado a esta atividade.

Compreende-se, por fim, que há possibilidade de ajustes no Plano Diretor de Bento Gonçalves de forma que reconheça a atividade turística como um dos fatores mais significativos para o desenvolvimento local na promoção de uma sociedade mais justa. Trata-se de um tema sensível por envolver grandes e inúmeros agentes, tantos públicos como privados, com interesses diversos e, muitas vezes, divergentes quanto ao futuro do município.

[6] A dimensão mínima do módulo rural segundo o INCRA é de 3 hectares (30.000m²).

5 ANÁLISE DOS ASPECTOS SOCIOAMBIENTAIS NA ÁREA TURÍSITCA DO MUNICÍPIO DE BENTO GONÇALVES

A cidade de Bento Gonçalves, desbravada pelos imigrantes italianos a partir de 1876, foi passando por inúmeras modificações ao longo das últimas décadas. Seguem, aqui, breves descrições sobre suas características ambientais, de acordo com relatos do Plano de Gerenciamento Integrado de Resíduos Sólidos, elaborado pelo Consórcio Intermunicipal de Desenvolvimento Sustentável da Serra Gaúcha (CISGA, 2018).

5.1 ASPECTOS FÍSICOS E AMBIENTAIS

Clima: o clima é subtropical, com temperatura média de 17,7ºC. Nos meses de inverno, é possível encontrar geadas e precipitações em forma de neve. A temperatura média anual é da ordem de 17,7°C, com média das máximas anuais de 22,9°C e a média das mínimas anuais de 13,4°C. A umidade relativa anual é, em média, de 76,6% e não sofre muitas alterações. A velocidade média anual dos ventos é de 1,7m/s com direção predominante de NE-SE, sendo mais significativo nos meses de inverno.

Hidrografia: O município faz parte da bacia hidrográfica do sistema Taquari-Antas e situa-se na região nordeste do estado do Rio Grande do Sul, abrangendo uma área de 26.428km^2, equivalente a 9% do território estadual, tendo 98 municípios inseridos total ou parcialmente.

Geologia: No município de Bento Gonçalves, a ocorrência de águas subterrâneas dá-se nos derrames vulcânicos da unidade hidroestratigráfica Serra Geral. As águas armazenadas em aquíferos no basalto não apresentam particularidades marcantes, não mostram forte mineralização, destacado o ferro, que, por vezes, ocorre em doses demasiadas devido à composição da rocha.

Vegetação: a região possui Floresta Ombrófila Mista, caracterizada pela presença da *Araucaria angustifolia*. Seu estrato inferior é formado por árvores e arbustos pertencentes às Mirtáceas.

Uso do solo: o solo é utilizado principalmente para atividade agrícola, turística, agroindustrial e de conservação (PGIRS, 2018).

5.2 IDENTIFICAÇÃO E AVALIAÇÃO DOS IMPACTOS NO MEIO AMBIENTE

Bento Gonçalves conta com potencial turístico de expressiva atratividade, destacando-se:

Atratividade natural e integração com a cultural local: representada pela singularidade dos ecossistemas que formam a região da Uva e Vinho e que abriga um belo conjunto de elevações do relevo brasileiro. Contém vários caminhos com possibilidade de visitação, como os acessos ao *Vale dos Vinhedos* e sua riqueza paisagística, com uma diferença peculiar diante de tantos outros destinos brasileiros: a presença marcante dos vinhedos. Elementos como os parreirais despertam o interesse dos visitantes, encantam e motivam a voltar nestes espaços para continuar descobrindo, através do vinho, todos os aspectos ambientais, culturais e, consequentemente, gastronômicos de uma região. Nos espaços que compõem o roteiro *Encantos de Eulália,* tem-se um dos locais onde é possível, mediante visitas a vinhedos e colheita da uva, participar do "ritual de Pisa da Uva", procedimento utilizado antigamente para o preparo de vinhos e, assim, ter contato direto com o produtor, ou seja, atividades que também valorizam os aspectos ambientais. Geograficamente, esta área integra-se aos espaços das *Cantinas Históricas* no Vale Aurora, inserido no distrito de Faria Lemos, bem como ao *Vale do Rio das Antas*, onde também se utiliza, para as atividades turísticas, toda a riqueza ambiental formada por diversas nascentes de água, pela riqueza e importância do Rio das Antas para a cidade e região. Nestas áreas, também podem ser encontrados outros elementos marcantes como o plátano, as araucárias e diversas espécies da flora e fauna local. Em mais um dos espaços, onde, atualmente, ocorrem as atividades turísticas do município, no *Caminhos de Pedra*, destacam-se interessantes descrições, como as do Consul Italiano em estada na região no ano de 1880: *"Visitei uma colônia na Linha Palmeiro e encontrei na terra de um só agricultor todas as frutas da Itália: Castanhas, maçãs, peras, laranjas, cerejas e nozes, juntamente com plantas de café, cana-de-açucar e fumo"* (ROVÍLIO COSTA et al., 1992 apud LAVANDOSKI, 2008).

A formação cultural com a influência italiana evidencia a riqueza do Turismo rural e cultural. Estas manifestações culturais estão expressas na vida dos homens na cidade e no campo; na gastronomia; na arquitetura local; na música; no trabalho do campo com a riqueza das vestimentas, etc. que fortalecem o potencial turístico

da cidade. Estes são alguns dos elementos naturais e culturais que merecem cuidados especiais para que não sofram interferências negativas no processo de desenvolvimento turístico do município. O entendimento de riquezas paisagísticas destacado anteriormente nos itens ‘atratividade natural e integração com a cultura local’ enquadram-se no conceito de Rozendahl e Corrêa (1999 apud LAVANDOSKI, 2008) que consideram que seja uma associação distinta de formas, ao mesmo tempo físicas e culturais e a paisagem constitui as expressões próprias de uma sociedade no decorrer de sua história, de longa duração. De acordo com Lavandoski (2008) a paisagem na região do Vale dos Vinhedos caracteriza-se por ser uma paisagem culturalmente modificada, por intermédio da colonização por imigrantes italianos que, ao chegarem à região, logo introduziram o cultivo da uva e a fabricação do vinho. Assim sendo, o cenário paisagístico do Vale dos Vinhedos retrata toda a história desse imigrante e seu progresso. Assim,

> [...] a paisagem dessa região possui uma dimensão cultural marcante devido ao valor emocional que esta possui, tanto para a população local quanto para o turista que percebe a diversidade cultural existente (PIRES, 2001b). Corrobora-se, então, o que também é afirmado por Bailly et al. (1980) de que a paisagem é um depósito de histórias e um produto da prática de determinada sociedade com sua realidade material. (LAVANDOSKI, 2008, p. 96).

Lavandoski (2008) ainda destaca que o visitante mesmo não percebendo os parreirais como elementos culturais, mas sim elementos naturais, ele refere-se a essa paisagem como sendo algo autêntico, o que é justamente o que ele deseja e busca ver na região. Dessa forma, a paisagem do Vale dos Vinhedos pode ser identificada como autêntica pelo aspecto cultural e não natural, pois a sua autenticidade está representada pelos parreirais que estão diretamente ligados a cultura local. Pelo olhar da paisagem cultural traz a reflexão de Dubois (1981 apud LAVANDOSKI, 2008, p. 98): “[...] a paisagem cultural compreende um ambiente artificial, no sentido em que o ser humano se estabeleceu modificando a fauna e a flora selvagens, tornando o ambiente modificado tão familiar a ponto de passar por natural, o que tem origem cultural”.

Sendo assim, o mosaico de beleza natural, associado à diversidade cultural, apresenta um contexto de oportunidades variadas para o desenvolvimento dos atuais e de novos produtos turísticos. Em Bento Gonçalves, os serviços e equipamentos turísticos já existem, mas apresentam possibilidades reais de

ampliação, porém, os cuidados com o ambiente também precisam ser ampliados. Com isso, recomenda-se lembrar que:

- A demanda existente hoje pode ainda não ter determinado um impacto ambiental significativo em todo o território, porém o aumento do fluxo está ocorrendo, assim sendo, alguns trechos ao longo dos mananciais de água representados pelo Rio das Antas e cursos d'água ao seu redor podem já estar impactados pelo despejo de águas residuárias das diferentes moradias, comércios, etc. que desembocam neste rio. Em 2011, a Prefeitura Municipal iniciou obras de construção da primeira Estação de Tratamento de Esgotos (E.T.E.), mas ela foi interrompida após seis anos de impasses com a empresa contratada que impediram a construção total da obra. A área para instalação de uma nova E.T.E. será na localidade de Barracão e deve atender toda a região sul do município, onde a rede coletora já está instalada (LEOUVE, 2017).

Imagem 39 – ETE de BG em construção na localidade do Barracão, as margens da ERS 444

Fonte: Portal Saneamento Básico (2018).

- Alguns trechos que levam às diferentes comunidades do município podem ser considerados inadequados para o deslocamento de um número maior de visitantes. Caso o fluxo por estes trechos avolume-se, torna-se necessário um estudo complementar do tipo de estrutura a ser implantada, com um mínimo de impacto ambiental. Não se recomenda a instalação de estruturas de visitação de maior escala, em nenhum dos principais locais de visitação do município, sem este estudo prévio das áreas de acesso, bem como das áreas de relativo significado paisagístico.

- No Vale dos Vinhedos, o acesso dá-se pela BR 470, ERS 444 - Estrada do Vinho, bem como pela Via Trento. Em diferentes espaços destes percursos, a circulação de automóveis particulares, vans, micro ônibus e ônibus torna-se difícil nos finais de semana da alta temporada e feriados.

É necessário lembrar que, em determinadas áreas, como o Vale dos Vinhedos, a DOVV define todas as normas e características dos padrões de plantio e produção dos vinhos e espumantes, conforme Legislação Ambiental Municipal, Estadual e Federal.

5.2.1 Para refletir sobre a Zona Rural

Ampliação significativa do deslocamento de automóveis particulares, bem como vans, micro ônibus e ônibus pode significar um aumento também significativo na eliminação de gases poluentes (monóxido de Carbono - CO, monóxido de Nitrogênio – NO) na atmosfera pela combustão de gasolina, álcool ou diesel, de acordo com os combustíveis utilizados. Além do aumento da produção de gases, o de resíduos sólidos pelo número de atividades naturalmente desenvolvidas ao longo das visitas nestes espaços turísticos.

5.2.2 Para refletir sobre a Zona Urbana

Os três espaços dos principais atrativos urbanos permitem uma grande concentração de visitantes, portanto, é provável um maior volume da geração de resíduos sólidos. Embora existam lixeiras adequadas nestas áreas, não foi possível identificar um acompanhamento até o destino final dos resíduos gerados, bem como ações efetivas junto aos visitantes para a redução na sua produção.

Imagem 40 – Coletores de Resíduos Giordani Turismo – Coleta Seletiva

Fonte: Nascimento, R.A. Arquivo pessoal (2020).

5.3 GESTÃO AMBIENTAL PÚBLICA

5.3.1 Órgão Municipal

O poder público municipal conta com a SECRETARIA MUNICIPAL DE MEIO AMBIENTE (SMMAM). Esta Secretaria está composta por diferentes setores de atendimento, a saber:

- Atendimento – F: (54) 3055-7190 – 8h às 11h45 | 13h30 às 17h45 meioambiente@bentogoncalves.rs.gov.br
- Fiscalização Ambiental – F: (54) 3055-7211 fiscalizacaoambiental@bentogoncalves.rs.gov.br
- Setor de Resíduos – F: (54) 3055-7052 gestaoderesiduos@bentogoncalves.rs.gov.br
- Educação Ambiental – F: (54) 3055-7214 educacao-ambiental@bentogoncalves.rs.gov.br
- Licenciamento Ambiental – F: (54) 3055-7222 licenciamentoambiental@bentogoncalves.rs.gov.br

5.3.2 Conselhos

A SMMAM conta ainda com Conselhos Municipais que são vinculados à Secretaria:

- **Conselho do Bem Estar dos Animais - COMBEA**
- **Conselho Municipal de Defesa do Meio Ambiente – COMDEMA**

5.3.3 Projetos de Educação Ambiental

Através do setor de Educação Ambiental da SMAMM, estão sendo desenvolvidos diversos Projetos junto à comunidade de Bento Gonçalves. A grande maioria atinge a comunidade estudantil de Ensino Fundamental e Médio, mas alguns também estão direcionados ao comércio e às empresas da cidade. Na sequência, encontram-se informações destes projetos, segundo repasse feito pela equipe técnica desta Secretaria:

- **Programa Fazendo Mais em Favor da Vida**
- **Projeto Sensibilização Ambiental**
- **Projeto Agentes Ecológicos Mirins**
- **Projeto Agentes Ecológicos - Melhor Idade**
- **Projeto Florescendo para a Vida**

Imagem 41 – Projeto Florescendo Para a Vida

Fonte: SMMAM (2018).

- **Projeto Ame seu Bairro**
- **Projeto Recicle com a Gente - Óleo de Cozinha**
- **Projeto Recicle com a Gente - Resíduos Eletrônicos e Linha Branca**
- **Projeto Recicle com a Gente – Pneus**
- **Projeto Recicle com a Gente - Embalagens de Agrotóxicos**
- **Projeto Trilhas**

- **Projeto Viva a Natureza**
- **Projeto eu Jogo Limpo com**
- **Projeto Ciclo de Consumo Consciente**
- **Projeto Formação**
- **Projeto Posse Responsável**
- **Projeto Poda**
- **Projeto Bento + Verde**
- **Projeto Jantar Sob as Estrelas**
- **Projeto Recicle com a Gente – Lâmpadas Fluorescentes**

5.3.4 Associações e Consórcios

Representantes de Bento Gonçalves também fazem parte de diferentes associações com objetivo maior de desenvolvimento regional. São elas:

- **Associação dos Municípios da Encosta Superior do Nordeste (AMESNE)**;
- **Associação de Turismo da Serra Nordeste – ATUASERRA**;
- **Associação Ativista Ecológica – AAECO;**
- **Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos – APROVALE;**
- **Associação Bento-Gonçalvense de Proteção ao Ambiente Natural – ABEPAN.**

Outra forma de organização pública, em que são discutidos e encaminhados temas referentes ao meio ambiente, é através de Consórcios Intermunicipais. Um deles é o:

- **Consórcio Intermunicipal de Desenvolvimento Sustentável da Serra Gaúcha – CISGA**

No que se refere ao Meio Ambiente, uma das ações foi a elaboração do **Plano de Gerenciamento Integrado de Resíduos Sólidos** (PGIRS).

5.4 GESTÃO AMBIENTAL NAS EMPRESAS PRIVADAS

5.4.1 Programas de Certificação Ambiental das Empresas Turísticas (consolidadas ou em implementação)

Visitas individuais não foram realizadas nos empreendimentos com o foco de reconhecimento de Sistemas de Gestão Ambiental ou assemelhados, porém, durante diálogos realizados com diferentes entrevistados, incluindo os presidentes e/ou representantes das Associações dos Roteiros, eles referem a não existência ou implementação de Programas de Certificação Ambiental ou de Sistema de Gestão ambiental (SGA) na maioria das empresas.

Obs.: Vale registrar que, para a DOVV, foi necessária a definição de uma série de critérios, conforme segue:

A Denominação de Origem do Vale dos Vinhedos: O Vale dos Vinhedos foi a primeira região com classificação de Denominação de Origem (DO) de vinhos no país. Sua norma estabelece que toda a produção de uvas e o processamento da bebida sejam realizadas na região delimitada do Vale dos Vinhedos. A DO também apresenta regras de cultivo e de processamento mais restritas que as estabelecidas para a IP, em vigor até a obtenção do registro da DO, outorgado pelo INPI.

Além destas regras da DO do Vale dos Vinhedos, a APROVALE apresenta convênios com empresas que oferecem consultorias para implementação de controles ambientais, porém não foi possível identificar se as empresas estão utilizando estas consultorias. É possível que outras empresas de médio porte na cidade também devam seguir um SGA ou SGI, porém, conforme citado anteriormente, não foi feita a visitação individual para reconhecimento deste tema. Empreendimentos na zona rural visitados não apresentam SGA, apenas algumas práticas de sustentabilidade foram identificadas de forma isolada.

5.5 INSTRUMENTOS DE PLANEJAMENTO E CONTROLE TERRITORIAL

5.5.1 Zoneamento Econômico-Ecológico / Plano Diretor

O Plano Diretor de Bento Gonçalves passou por uma proposta de Projeto de Lei Complementar elaborada com as contribuições do IPURB – UFRGS/FAURGS

2015. Através de Lei Complementar, o Plano Diretor foi aprovado em 2018. Na sequência, apresentam-se trechos de significância para o desenvolvimento econômico e turístico do município:

> Através da **LEI COMPLEMENTAR Nº 200**, de 27 de julho de 2018: DISPÕE SOBRE A ORDENAÇÃO TERRITORIAL DO MUNICÍPIO DE BENTO GONÇALVES E SOBRE A POLÍTICA DE DESENVOLVIMENTO MUNICIPAL E DE EXPANSÃO URBANA, APROVA O PLANO DIRETOR MUNICIPAL E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.
> GUILHERME RECH PASIN, Prefeito Municipal de Bento Gonçalves, Faço saber, que a Câmara Municipal de Bento Gonçalves aprovou e eu sanciono e promulgo a seguinte Lei Complementar:
> TÍTULO III
> DO MODELO ESPACIAL
> **Art.14** O Modelo Espacial tem por finalidade prover adequação do território para o desenvolvimento do município, mediante uma distribuição equilibrada da população, das atividades produtivas, dos equipamentos e serviços públicos, bem como uma rede de circulação viária compatível com as demandas atuais e futuras da cidade.
> **Art.15** O Modelo Espacial é composto por 5 (cinco) componentes interdependentes:
> I - Mapa do Perímetro Urbano: estabelece os limites da zona urbana, bem como dos distritos, identificado como ANEXO 1-ME desta Lei;
> II - Mapa Descritivo de Uso do Solo: divide o território municipal em zonas. O mapa de Uso do Solo, identificado como ANEXO 2-ME desta Lei, abrange a totalidade do território municipal, distinguindo a parte urbana e a rural;
> III - Regime Urbanístico: é o conjunto de descrições das características existentes a serem preservadas, e das características e prescrições de uso e ocupação do solo desejado. O Regime Urbanístico está identificado como ANEXO 3-ME desta Lei e abrange descrição dos padrões previstos e prescrições para as zonas urbanas e rurais;
> IV - Sistema Viário: é o conjunto de vias do Município, caracterizadas conforme sua função na circulação urbana. O Sistema Viário está identificado como Sistema Viário Urbano (Plano de Mobilidade Urbana) e Sistema Viário Rural ANEXO 4-ME;
> V - **Patrimônio Histórico e Ambiental**: Serão objeto de Lei e identificado como ANEXO 5-ME desta Lei, dividido entre patrimônio histórico e modelo ambiental.
> CAPÍTULO I
> DOS COMPONENTES DO MODELO ESPACIAL
> **Art.16** O Mapa de Uso do Solo organiza o território municipal segundo os princípios de eficiência, equidade, qualidade espacial e sustentabilidade, conforme segue:
> I - Área Urbana: visa concentrar a maioria da população, dos empregos, atividades produtivas, serviços e equipamentos de apoio, subdividida em zonas, cujas características estão descritas no ANEXO 8-PR (Padrões Espaciais Urbanos) e ANEXO 3-ME (Regime Urbanístico).
> Parágrafo único. As áreas urbanas que mantiverem ocupação rural devidamente comprovada por laudo e vistoriadas da Secretaria Municipal de Desenvolvimento da Agricultura, quanto ao uso agrícola e agropecuário, poderão continuar pagando o INCRA. O Município só tributará o IPTU quando alterarem a sua destinação.
> **II - Área Rural**: reservada às atividades agrícola, agroindustrial, residencial e complementares, está dividida em:
> a) Modelo Espacial Básico (MEB), voltadas ao uso agrícola e agropecuário, integrados ao uso turístico e temático;

b) Aglomerados Multifuncionais e Sedes de Distritos, de uso misto e baixa densidade;
c) Aglomerados Funcionais Turísticos, de uso misto e baixa densidade;
d) Áreas Especiais de Interesse Histórico, Temático e Social (AEITS): **Áreas de interesse social ou temático situadas na zona rural, em locais de interesse histórico e paisagístico**, passíveis de regularização fundiária e estratégias de promoção econômica e turística, através de regulamentação específica,
e) Áreas de proteção à paisagem cultural (APPAC), junto às sedes comunitárias e entornos de bens culturais inventariados, voltadas à compatibilização da **preservação da paisagem cultural e ambiental** com a ocupação tradicional e o desenvolvimento local.

Posteriormente, o documento refere-se a:

Capítulo I
DO ZONEAMENTO RURAL
SEÇÃO I - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS
Art.32 Constitui-se zona rural o que está fora do perímetro urbano e que tem **uso predominantemente agrícola, turístico, agroindustrial e de conservação**, podendo sediar outras atividades, tais como: **residenciais, artesanais, comerciais e de serviços, desde que associadas às atividades predominantes ou necessárias à população residente**, em localizações e escalas compatíveis com a manutenção do caráter da região e do padrão básico da atividade produtiva.

E seguem abaixo definições importantes que constam neste Plano Diretor:

Art.35 Para efeito da aplicação desta lei são instituídas as seguintes macrozonas de uso do solo rural:
I - Distrito do Vale dos Vinhedos: Área de Proteção à Paisagem Cultural Vale dos Vinhedos (APPAC VALE);
II - Distrito de São Pedro: Área de Proteção à Paisagem Cultural São Pedro (APPAC São Pedro);
III - Distrito de Tuiuty: Área de Proteção à Paisagem Cultural Tuiuty (APPAC Tuiuty);
IV - Distrito de Faria Lemos: Área de Proteção à Paisagem Cultural Faria Lemos (APPAC Faria Lemos).
SEÇÃO II
DO DISTRITO DO **VALE DOS VINHEDOS**
Art.36 Distrito do Vale dos Vinhedos - (APP VALE) tem como vocação natural consolidada, a vitivinicultura e o enoturismo, aliados à agricultura e turismo rural, cujas culturas, ocupação do solo e paisagem rural e vitícola, bem como o patrimônio histórico integrante da paisagem cultural, ficam protegidos na forma desta lei.
Art.37 Ficam estabelecidas como normas de proteção do Vale dos Vinhedos:
I - Delimitação: A totalidade da área do Distrito do Vale dos Vinhedos, conforme mapa do zoneamento;
II - Elementos protegidos: Os vinhedos, a linha do horizonte e as edificações históricas;
III - Condições de proteção: As áreas hoje destinadas à viticultura ficam protegidas de forma permanente e somente poderão ser utilizadas para outros fins que excluam a viticultura se substituídos por novas áreas de cultivo dessa cultura na mesma propriedade, bem como será incentivado o

desenvolvimento de novas áreas de cultivo, integradas com os sistemas tradicionais;
IV - **As áreas de ocupação consolidada junto às Áreas de Preservação Permanente - APPs, faixas de domínio ou não edificáveis, ocupadas por comunidades tradicionais da imigração, serão objeto de estudos para compatibilizar preservação ambiental e cultural.**
Art.38 Serão permitidos usos do solo temporários e simultâneos à cultura principal que é a viticultura.
Art.39 A linha do horizonte está protegida de forma que nenhuma edificação poderá secioná-la, observada desde qualquer ponto da via pública da qual a propriedade tem acesso.
Parágrafo único. No Vale dos Vinhedos, ficam instituídos os aglomerados considerados "Exceções Devidas a Padrão Emergente - EPE", cujas delimitações, padrões de ocupação, parcelamento e uso estão especificados no Título IV, Capítulo I, Seção II, desta Lei e no ANEXO 3.3-ME. Mesmo nestes casos os parâmetros de proteção da paisagem prevalecem, são eles:
I - Aglomerado Funcional Ceará da Graciema;
II - Aglomerado Funcional 8 da Graciema;
III - Aglomerado Multifuncional 15 da Graciema;
IV - Aglomerado Funcional 40 da Leopoldina;
V - Aglomerado Funcional da Suvalan;
VI - Aglomerado Multifuncional 6 da Leopoldina;
VII - Áreas Especiais de Interesse Temático Paisagístico da Linha Leopoldina e Linha Graciema, de ligação entre os Aglomerados;
VIII - Área Especial de Interesse Temático Histórico Santa Lúcia;
IX - Área Especial de Interesse Temático Histórico 40 da Graciema.
SEÇÃO III
DO DISTRITO DE SÃO PEDRO
Art.40 O Distrito de São Pedro é área de Proteção Paisagística, Ambiental e do Patrimônio Histórico e Cultural (APPAHC) e tem, como vocação natural consolidada, a agropecuária, a fruticultura e o turismo rural, aliadas à agroindústria e ao lazer, cujas culturas, ocupação do solo e paisagem rural, bem como o patrimônio histórico material e imaterial integrante da paisagem cultural, ficam protegidos na forma desta lei.
Art.41 Ficam estabelecidas como normas de proteção do Distrito de São Pedro:
I - Delimitação: A totalidade da área do Distrito de São Pedro;
II - Elementos Protegidos: Sítios históricos e de interesse turístico e a paisagem natural, rural e cultural;

III - Condições de Proteção: As edificações, sítios históricos e de interesse turístico, bem como trechos remanescentes da paisagem original da região, distribuídos e dispersos no município, **ficam declarados de preservação à paisagem cultural e protegidos pela presente legislação;**
IV - As áreas de ocupação consolidada junto às Áreas de Preservação Permanente - APPs, faixas de domínio ou não edificáveis, ocupadas por comunidades tradicionais da imigração, serão objeto de estudos para compatibilizar preservação ambiental e cultural.
Parágrafo único. O inventário e Projeto Cultural Caminhos de Pedra, aprovado pelo Conselho Estadual de Cultura, é o documento básico do projeto de resgate da herança cultural do Distrito de São Pedro e constitui-se parte integrante da presente Lei, conforme ANEXO 7.4-PE, o qual será observado na preservação, nas novas edificações e reformas.
Art.42 No Distrito de São Pedro, ficam instituídos aglomerados - Exceções Devidas a Padrão Emergente - EPE - cujas delimitações, padrões de ocupação, parcelamento e uso do solo estão especificados no Título IV, Capítulo I, Seção III desta Lei e no ANEXO 3.3-ME. Mesmo nestes casos os parâmetros de proteção da paisagem prevalecem, são eles:
I - Aglomerado Multifuncional de São Pedro - Sede Distrital;

II - Aglomerado Funcional de São Miguel;
III - Área Especial de Interesse Temático Santo Antoninho;
IV - Área Especial de Interesse Temático Moinho e Ferraria;
V - Área Especial de Interesse Temático Santo Antônio.

SEÇÃO IV

DO **DISTRITO DE TUIUTY**

Art.43 O Distrito de Tuiuty tem, como vocação natural consolidada, a agropecuária, a vitivinicultura e a fruticultura, aliadas à agroindústria, ao turismo e ao lazer vinculado à paisagem natural e cultural do Vale do Rio das Antas, integradas a uma área de expansão urbana e transição entre usos urbanos e rurais, cuja cultura, ocupação do solo e paisagem rural e cultural, bem como o patrimônio histórico e natural, ficam protegidos na forma desta lei.

Art.44 Ficam estabelecidas como normas de proteção do Distrito de Tuiuty:

I - Delimitação: A totalidade da área do Distrito de Tuiuty;

II - Elementos Protegidos: **Sítios históricos e de interesse turístico**, o patrimônio ferroviário, a paisagem natural e cultural do Vale do Rio das Antas;

III - Condições de Proteção: As edificações, sítios históricos e de interesse turístico, bem como atividades e comunidades tradicionais e trechos remanescentes da paisagem original da região, distribuídos e dispersos no município, ficam declarados de preservação à paisagem cultural e protegidos pela presente legislação;

IV - As áreas de ocupação consolidada junto às **Áreas de Preservação Permanente - APPs,** faixas de domínio ou não edificáveis, ocupadas por comunidades tradicionais da imigração, serão objeto de estudos para compatibilizar preservação ambiental e cultural;

V - As atividades rurais existentes na área de expansão urbana e de transição entre usos urbanos e rurais poderão ser mantidas, mediante atendimento aos critérios da Secretaria Municipal de Desenvolvimento da Agricultura e atendimento aos requisitos ambientais e de vizinhança.

Art.45 No Distrito de Tuiuty, ficam instituídos os aglomerados considerados "Exceções Devidas a Padrão Emergente - EPE", cujas delimitações, padrões de ocupação, parcelamento e uso estão especificados no Título IV, Capítulo I, Seção IV, desta Lei e no ANEXO 3.3-ME:

I - Da Sede Distrital, que se encontra no interior da zona urbana e pauta-se pelas suas regras gerais, caracterizado como local de concentração de atividades e equipamentos diversificados que agreguem **valor turístico, com ênfase cultural, a Festa da Colheita e roteiros turísticos, de preservação do Parque Temático da Vinícola Salton, agregada a Rota Turística do Vale do Rio das Antas**;

II - Aglomerado Funcional Passo Velho, com característica residencial, complementar **turística e de lazer, vinculado à preservação e revitalização do patrimônio histórico, do patrimônio ferroviário e do patrimônio natural do Vale do Rio das Antas**;

III - Área Especial de Interesse Temático Paisagístico do Vale do Rio das Antas;

IV - Área Especial de Interesse Histórico e Social "KM2", com característica residencial de baixa renda e temática, vinculada à preservação do patrimônio histórico ferroviário e revitalização social;

V - Áreas Especiais de Interesse Histórico e Social das vilas ferroviárias de São Luiz, Jaboticaba e Verissimo de Matos, com característica residencial de baixa renda e temática, vinculada à preservação do patrimônio histórico ferroviário e revitalização social;

VI - Área Especial de Interesse Temático Rosário, tendo como característica do uso do solo residencial temático e sítios de recreio.

SEÇÃO V

DO DISTRITO DE FARIA LEMOS

Art.46 O Distrito de Faria Lemos tem, como vocação natural consolidada, a vitivinicultura, associada à agroindústria e indústrias artesanais e de

pequeno porte, integradas à a **paisagem natural e cultural da Rota das Cantinas Históricas e do Roteiro Encantos da Eulália, cuja cultura, ocupação do solo e paisagem rural e cultural**, bem como o patrimônio histórico ficam protegidos na forma desta Lei.

Art.47 Ficam estabelecidas como normas de proteção do Distrito de Faria Lemos:

I - Delimitação: A totalidade da área do Distrito de Faria Lemos;

II - Elementos Protegidos: Sítios históricos e de interesse turístico, o patrimônio ferroviário, a paisagem natural e cultural;

III - Condições de Proteção: As edificações, sítio históricos e de interesse turístico, bem como atividades e comunidades tradicionais e trechos remanescentes da paisagem original da região, distribuídos e dispersos no município, ficam declarados de preservação à paisagem cultural e protegidos pela presente legislação;

IV - As áreas de ocupação consolidada junto às **Áreas de Preservação Permanente - APPs**, faixas de domínio ou não edificáveis, ocupadas por comunidades tradicionais da imigração, serão objeto de estudos para compatibilizar preservação ambiental e cultural.

Art.48 No Distrito de Faria Lemos, ficam instituídos os aglomerados considerados "Exceções Devidas a Padrão Emergente - EPE", cujas delimitações, padrões de ocupação, parcelamento e uso estão especificados no Título IV, Capítulo I, Seção V, desta Lei e no ANEXO 3.3-ME:

I - Aglomerado Funcional Paulina de **Preservação do Patrimônio Histórico e Cultural**, que tem, como diretriz, a preservação das características de um núcleo rural, onde as edificações antigas e a pavimentação retratam a origem e história do mesmo, objeto de inventário, com fins de preservação e com vistas à exploração do turismo, como elemento de auto sustentabilidade;

II - Aglomerado Multifuncional Faria Lemos - Sede Distrital - tendo como característica o uso do solo temático e multifuncional aliados à **preservação do patrimônio histórico e à paisagem**, como locais de concentração de atividades e equipamentos diversificados;

III - Aglomerado Funcional Alcântara, tendo como característica do uso do solo, residencial, temático e sítios de recreio;

IV - Área Especial de Interesse Temático Sítios da Alcântara, tendo como característica o uso do solo através de sítios de lazer e recreio consolidados a serem regularizados;

V - Aglomerado Funcional **Eulália Alta, tendo como característica o uso temático, turístico, residencial e complementar, aliados à preservação do patrimônio histórico e da paisagem**;

VI - Área Especial de Interesse Temático da Linha Faria Lemos, entre os Aglomerados Paulina e Faria Lemos, tendo como característica o uso do solo distribuído ao longo da linha da rodovia.

Quanto a elementos do Plano Diretor vinculados as Restrições Ambientais, bem como as Unidades de Conservação, segue abaixo:

SEÇÃO XI

DAS EXCEÇÕES DEVIDAS A RESTRIÇÕES AMBIENTAIS – ERA

Art. 86 As Exceções devidas a Restrições Ambientais englobam o conjunto de determinações preconizadas para proteção da paisagem e do meio ambiente, expressas na forma de áreas de proteção delimitadas por perímetros específicos e classificadas por tipos.

Art. 87 A instituição de Áreas de Proteção tem por objetivo caracterizar unidades espaciais, ou parcelas destas, que, em função de suas peculiaridades locacionais, forma de ocupação do solo e valores ambientais, exigem controle específico, com vista a compatibilizar o

desenvolvimento social e econômico com a preservação do meio ambiente e o equilíbrio ecológico, bem como propiciar a articulação das iniciativas ambientais municipais com ações federais, estaduais, regionais e intermunicipais.

Art. 88 Outras Áreas de Proteção não constantes nesta lei poderão ser estabelecidas através de Lei específica que definirá suas características, seu padrão de uso e manejo e as condições de aplicação dos instrumentos institucionais destinados a promover o cumprimento de suas funções na estruturação do Modelo Espacial.

§ 1º A institucionalização de novas áreas de proteção será proposta pelo IPURB, após a realização de estudos que caracterizem a necessidade de sua implantação, os quais serão apreciados pela comunidade em audiência pública.

§ 2º Até a definição do padrão próprio de cada área de proteção, mediante lei específica, será concedido licenciamento para uso e edificação, através de avaliação de impacto, desde que fiquem resguardadas as condições ambientais intrínsecas que determinaram a sua instituição, vedada a concessão de licença para parcelamento.

Art. 89 Será priorizada a instituição das seguintes Áreas de Proteção, sem prejuízo de que, no futuro, venham a ser estudadas e propostas outras, com características diversas:

I - Áreas de Preservação Permanente (APP);

II - Unidades de Conservação (UC);

III - Áreas de Proteção à Paisagem Cultural (APPAC);

IV - Unidades de Recuperação Ambiental (URA);

V - Áreas de Controle Especial (ACE).

Art. 90 Nas Áreas de Proteção à Paisagem Cultural (APPAC), identificadas no ANEXO 5.3-ME, os elementos sob proteção podem ser do terreno natural e seu relevo, da cobertura vegetal nativa ou resultante da atividade agrícola, de vinhedos ou plantações históricas, das características da ocupação territorial, dos itinerários culturais, do patrimônio histórico, das edificações e das combinações destes; em que as condições de sua proteção podem ser referidas a gestão, conservação, manejo, substituição, reforma ou justaposição, com o objetivo de compatibilização da preservação da paisagem cultural e ambiental com a ocupação tradicional e o desenvolvimento local, as quais deverão ser aprovadas pelo COMPAHC, cuja chancela deverá ser acordada através de normatização específica.

§ 1º É considerada Paisagem Cultural a porção do território representativa do processo de interação do homem com o meio natural em que vive, onde a ocupação por comunidades tradicionais imprimiu marcas ou atribuiu valores através de suas ações e formas de expressão, passíveis de leituras espaciais e temporais.

§ 2º É considerado Itinerário Cultural, o patrimônio e a paisagem cultural disposta ao longo das ferrovias e das estradas tradicionais reconhecidas como linhas, identificadas conforme ANEXO 5.3-ME e ANEXO 5.4-ME conforme Projeto Paisagístico das Estradas Turísticas de Bento Gonçalves - RS ANEXO 7.5-PE, cujo perímetro de preservação deverá ser definido mediante inventário.

§ 3º É considerado patrimônio histórico e cultural edificado os imóveis integrantes do inventário do Patrimônio Cultural Edificado do Rio Grande do Sul (1994-1996) e os conjuntos formados pelas sedes comunitárias e edificações com mais de 50 anos no entorno de bens culturais inventariados.

Art. 91 Nas Unidades de Recuperação Ambiental, os elementos sob proteção podem ser do terreno natural, do ecossistema, dos mananciais e combinações destes; as condições de sua recuperação podem ser referidas a conservação, manejo, ou ações específicas de recuperação.

Art. 92 A determinação de áreas classificadas como UPP e URA, bem como dos elementos e condições específicos de proteção e recuperação serão revisados sempre que for necessária como parte da atualização sistemática

do Plano Diretor, ou a qualquer momento, através do planejamento estratégico.

5.5.2 Unidade de Conservação Municipal

Reserva Biológica Dárvin João Geremia

O município de Bento Gonçalves conta com uma área de 2,6ha com uma representação pelo Bioma de Mata Atlântica. A Reserva Biológica foi criada através do decreto n° 1.339, de 11 de abril de 1980, com o objetivo da preservação, proteção integral e permanente do ecossistema e recursos naturais da área de 2,6 hectares inserida no meio urbano de Bento Gonçalves.

Imagem 42 – Pórtico de Entrada UC Municipal

Fonte: Acervo Entre Rios (2020).

E-mail: educacao-ambiental@bentogoncalves.rs.gov.br

Responsáveis: Simone Dalla Costa Lemos

Caroline Roberta Todeschini Lazzarotto

6 CONSOLIDAÇÃO DO DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO

O município de Bento Gonçalves, antes da crise pelo Covid-19 encontrava-se em “ebulição turística”. Um conjunto de ações coordenadas e planejadas estava sendo realizado de forma engajada com o apoio da comunidade, poder público e privado. Essas ações não surgiram de um dia para outro, elas são frutos de várias gestões públicas que estruturaram e ordenaram o fenômeno do Turismo, empoderando os *stakenholders* de forma positiva. Segundo Rosa, Carvalhinho e Soares (2016) um *stakeholder* no setor do Turismo é alguém que é impactado pelo desenvolvimento do Turismo de forma positiva ou negativa. A participação ativa deles nos processos de planeamento e gestão é característica de diversas áreas da sociedade, com destaque ao nível do planejamento urbano e regional. A continuidade e o aumento do engajamento dos *stakeholders* do município de Bento Gonçalves nesta gestão é muito visível e, inclusive, comentada no trade turístico. É consenso dos pesquisadores que ao envolverem-se vários *stakeholders* no desenvolvimento do Turismo, a destinação envolvida tende a competir melhor frente a outras destinações (ARAUJO, 2008).

6.1 ANÁLISE DOS PRODUTOS E SEGMENTOS ATUALMENTE CONSOLIDADOS NA ÁREA TURÍSTICA

6.1.1 Segmentos Consolidados

A análise da oferta turística do município de Bento Gonçalves permitiu a identificação de segmentos desta oferta consolidada, também conhecidos como segmentos âncora e os emergentes, também conhecidos como secundários. Os segmentos identificados no destino turístico estão demonstrados na Figura 31, a seguir.

Figura 31 – Segmentos turísticos identificados no município de Bento Gonçalves

Fonte: Entre Rios Consultoria (2020).

Dentre os segmentos identificados pode-se afirmar, que o Turismo Cultural (com destaque para o Étnico e o Enoturismo), o Turismo Rural e o Turismo de Negócios e Eventos, constituem-se como segmentos turísticos consolidados, isto é, âncoras de Bento Gonçalves, pois devido à característica dos seus atrativos, infraestrutura oferecida, capacidade de atendimento dos turistas e competitividade, são responsáveis pelo maior número de atração do fluxo turístico e, portanto, devem receber maior atenção, maiores investimentos e devem possuir destaque na divulgação para os mercados-alvo.

Turismo Cultural compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura (MTUR, 2010). Dentro desse segmento integram o Arqueológico, Enoturismo, Étnico, Ferroviário, Gastronômico e Religioso. Em Bento Gonçalves o destaque é para o Étnico e Gastronômico. O Étnico ocorre principalmente em razão do legado dos fortes traços da cultura italiana existentes no município. Em decorrência do grande fluxo de imigrantes italianos para a região serrana do Estado do Rio Grande do Sul, o território herdou uma importante influência da cultura desse país europeu onde oferece gastronomia e arquitetura em vários pontos de visitação e observação. Destaque para a Rota Turística Caminhos de Pedra que possui exemplares da arquitetura colonial italiana de alta qualidade, representada por casas de pedra centenárias com moinhos, cantinas coloniais, casa de massas caseiras, teares, entre outros elementos que retratam através de experiências de vida dos imigrantes e

seus descendentes, um resgate constante da herança cultural preservados através do tempo.

Outro destaque no segmento Cultural é a gastronomia, em especial o vinho, que resultou em excelentes produtos de Enoturismo. Destaca-se a Rota Turística Vale dos Vinhedos que no ano de 2013, foi eleita pela revista americana *Wine Enthusiast* como um dos 10 melhores destinos enoturísticos do mundo para visitar, ao lado do Vale do Rio Douro (Portugal), *Stellenbosch*, na África do Sul; *Hunter Valley*, na Austrália; *Monterey County*, na Califórnia e *La Rioja*, na Espanha.

Figura 32 – Elementos destaque no Turismo Cultural

Fonte: Entre Rios Consultoria (2020).

Os produtos com destaque no Turismo Cultural, estão identificados através da Figura 33.

Figura 33 – Atividades destaques do Turismo Cultural

Fonte: Entre Rios Consultoria (2020).

Turismo Rural é o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade (MTUR, 2010). A maioria dos produtos turísticos do destino encontram-se no meio rural, sendo assim, é um segmento consolidado, pois atrai muita demanda, sendo representado pelas Rotas Turísticas as quais possuem cada qual uma associação que faz a gestão com planejamento e execução de ações coletivas. Possui sinalização eficiente, porém necessita ser padronizada, as Rotas contam com o apoio do poder público para assuntos de infraestrutura e divulgação.

O Turismo Rural ocorre de forma integrada com o Turismo Cultural, pois os produtos propiciam experiências que ressaltam a cultura do território e é nesse encontro de segmentos que ocorre a consolidação de ambos.

Conforme Figura 34, destacam-se como atividades principais neste segmento:

Figura 34 – Principais produtos do Turismo Rural

Fonte: Entre Rios Consultoria (2020).

Outro segmento consolidado no município é o Turismo de Negócios e Eventos o qual compreende o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social. O Turismo de Negócios e Eventos pode ser combinado com qualquer outro tipo de Turismo durante uma mesma viagem (MTUR, 2010). Esse segmento, apesar de consolidado tem potencial para crescer, pois o principal equipamento, a FUNDAPARQUE, é pouco aproveitada. As atividades que se destacam nesse segmento estão representadas na Figura 35.

Figura 35 – Principais tipologias do Turismo de Eventos

Fonte: Entre Rios Consultoria (2020).

Esse segmento também é ofertado integrado com os demais, muitas vezes, os eventos são organizados nos espaços das Rotas Turísticas, promovendo assim ainda mais a interação entre eles.

6.1.2 Segmentos Emergentes

Foram identificados segmentos turísticos emergentes (ou secundários) no destino com potencial de desenvolvimento, mas que atualmente apresentam pouca relevância para a economia do turismo, geralmente em virtude de fatores ligados à infraestrutura.

Os segmentos emergentes de Bento Gonçalves são aqueles que, embora possuam atrativos estruturados, uma boa infraestrutura, capacidade de atendimento dos turistas ainda não são os principais motivos de atração dos visitantes. Devem receber atenção, prioridade nos investimentos e possuir destaque na divulgação para os mercados-alvo. Os segmentos emergentes identificados estão demonstrados na Figura 36.

Figura 36 – Segmentos Emergentes

Fonte: Entre Rios Consultoria (2020).

No decorrer do reconhecimento do território de Bento Gonçalves, o segmento de Turismo Náutico também foi identificado como potencial pelas inúmeras possibilidades de atividades que o município pode desenvolver no Rio das Antas. São várias as oportunidades de negócios como passeios de barco ou lancha, aluguel de caiaque, rafting nas corredeiras, entre outras. Algumas atividades já são realizadas por diferentes moradores, mas não de forma estruturada para a comercialização. Empreendedores locais também desenvolvem atividades contempladas no Turismo Náutico como lazer e manifestaram interesse em transformar essas atividades em negócios, ou seja, em novos produtos turísticos.

Identificou-se ainda que todos os segmentos acima possuem produtos estruturados, exceto Turismo Náutico, e apresentam grande potencial para atrair mais demanda de turistas. Salienta-se a necessidade de concentrar esforços na estruturação, organização e desenvolvimento de produtos turísticos dos segmentos emergentes com o intuito de ampliar a competitividade dos mesmos, bem como a demanda de turistas no município.

O Turismo de Negócios e Eventos ainda poderá ampliar seus produtos, conforme apontado na Figura 37.

Figura 37 – Produtos Emergentes do Segmento de Negócios e Eventos

Fonte: Entre Rios Consultoria (2020).

A oferta segmentada é um fator de extrema importância para definir o posicionamento que uma localidade ou região terá para o perfil de turista que deseja atrair. A disponibilidade e a variedade de produtos turísticos também são fatores de atratividade de turistas para a localidade (MTUR, 2009). Mas para que isso ocorra é necessário um trabalho conjunto e estruturado que Bento Gonçalves demonstra ter onde o poder público se responsabiliza pela ordenação das atividades e de forma cooperada ao setor privado organizam a prestação de serviços ao turista de forma estruturada conforme os segmentos, utilizando posteriormente, a promoção e a comercialização para atingir os mercados emissores.

6.2 ANÁLISE DA HIERARQUIZAÇÃO DOS ATRATIVOS

A hierarquização é um recurso importante que auxilia na avaliação do grau de importância dos atrativos identificados para inclusão em roteiros turísticos ou inovação de roteiros. A metodologia utilizada é uma adaptação da adotada pela OMT e pelo Centro Interamericano de Capacitação Turística (CICATUR), sugerida pelo MTur (2007a). A equipe definiu hierarquizar as Rotas Turísticas pelos seus conjuntos de atrativos, os atrativos turísticos urbanos mais visitados e alguns atrativos identificados com potencial de pertencer a roteiros turísticos, sendo utilizados os critérios para a escolha dos atrativos: a representatividade, a singularidade ou o fluxo turístico. O processo de hierarquização inicia-se pela análise do Potencial de Atratividade dos elementos selecionados, com base nas

características, apresentadas no Quadro 3, que estabelece uma ordem quantitativa para o desenvolvimento desse potencial para o Turismo e atribuição de um valor quantitativo às suas características. As pesquisadoras avaliaram os atrativos selecionados seguindo as características identificadas a seguir.

Quadro 3 – Hierarquia de desenvolvimento do potencial de um atrativo turístico

Hierarquia	Características
3 (alto)	É todo atrativo turístico excepcional e de grande interesse, com significação para o mercado turístico internacional, capaz de, por si só, motivar importantes correntes de visitantes, atuais e potenciais.
2 (médio)	Atrativos com aspectos excepcionais em um país, capazes de motivar uma corrente atual ou potencial de visitantes deste país ou estrangeiros, em conjunto com outros atrativos próximos a ele.
1 (baixo)	Atrativos com algum aspecto expressivo, capazes de interessar visitantes oriundos de lugares no próprio país, que tenham chegado à área por outras motivações turísticas, ou capaz de motivar fluxos turísticos regionais e locais (atuais e potenciais).
0 (nenhum)	Atrativos sem méritos suficientes, mas que são parte do patrimônio turístico como elementos que podem complementar outros de maior hierarquia. Podem motivar correntes turísticas locais, em particular, a demanda de recreação popular.

Fonte: MTur(2007a).

Em segundo momento, foram avaliados os aspectos que auxiliam na definição dessa hierarquia: grau de uso atual; representatividade; apoio local e comunitário; estado de conservação da paisagem circundante; infraestrutura e acesso. Esses critérios permitem classificar cada atrativo, de acordo com uma escala preestabelecida. Desse modo, esses critérios fornecem subsídios para a diferenciação objetiva das características e dos graus de importância de cada atrativo, conforme Quadro 4, a seguir.

Quadro 4 – Critérios para Hierarquização dos Atrativos

Critérios	**Valores**			
	0	**1**	**2**	**3**
(a) Potencial de atratividade	**Nenhum**	**Baixo**	**Médio**	**Alto**
Grau de uso atual (b)	Fluxo turístico insignificante	Pequeno fluxo	Média intensidade e fluxo	Grande fluxo
Representatividade (c)	Nenhuma	Elemento bastante comum	Pequeno grupo de elementos Similares	Elemento singular, raro
Apoio local e comunitário(d)	Nenhum	Apoiado por uma pequena parte da comunidade	Apoio razoável	Apoiado por grande parte da comunidade
Estado de conservação da paisagem circundante (e)	Estado de conservação péssimo	Estado de conservação regular	Bom estado de Conservação	Ótimo estado de conservação
Infraestrutura (f)	Inexistente	Existente, porém em estado precário	Existente, mas necessitando de intervenções/ melhorias	Existente e em ótimas condições
Acesso (g)	Inexistente	Em estado precário	Existente, mas necessitando de intervenções/ melhorias	Em ótimas condições

Fonte: MTur (2007a).

Por último, somam-se os pontos obtidos e, a partir daí, pode-se definir o *ranking* de atrativos. Quanto mais pontos um atrativo apresentar, maior sua importância e necessidade de ser incluído nos roteiros turísticos. Importante ressaltar que os itens **potencial de atratividade do elemento** e **representatividade** recebem a pontuação em dobro, ou seja, têm peso dois, por serem mais significativos em comparação com os demais itens avaliados.

Na sequência, é apresentado o resultado final da hierarquização dos atrativos com potencial para compor um produto turístico. Os valores atribuídos em cada categoria são demonstrados no Quadro 5:

Quadro 5 – Cálculo da Hierarquização dos Atrativos Turísticos de Bento Gonçalves

Atrativos	Potencial de atratividade (Valor multiplicado por 2)	Grau de uso atual	Representatividade (Valor multiplicado por 2)	Apoio local e comunitário	Estado de conservação da paisagem circundante	Infra estrutura	Acesso	Total
Rota Caminhos de Pedra	2x2 = 4	2	3x2 = 6	3	2	2	2	**21**
Rota Cantinas Históricas	1x2 – 2	2	3x2 = 6	1	2	2	3	18
Rota Encantos de Eulália	1x2 = 2	1	2x2 = 4	2	2	2	2	15
Rota Vale das Antas	1x2 = 2	2	2x2 = 4	1	2	2	3	16
Rota Vale dos Vinhedos	2x2 = 4	3	3x2 = 6	3	3	2	3	**24**
Vinícola Aurora	1x2 = 2	3	2x2 = 4	3	2	3	3	20
Trem Maria Fumaça	2x2 = 4	3	3x2 = 6	2	2	3	3	**23**
Epopeia Italiana	1x2 = 2	3	2x2 = 4	2	2	3	3	19
Malhas G'Dom	1x2 = 2	3	3x2 = 6	1	2	3	3	20
Unidade de Conservação	1x2 = 2	0	2x2 = 4	1	2	2	3	14
Cascata dos Amores	1x2 = 2	1	1x2 = 2	0	2	0	2	9
Paredão da Eulália	1x2 = 2	2	2x2 = 4	1	3	3	2	17
Ponte Ernesto Dorneles	1x2 = 2	2	3x2 = 6	2	3	2	3	20

Fonte: Equipe Entre Rios Consultoria e Eventos Ltda (2020).

6.3 ESTRUTURAÇÃO DA MATRIZ SWOT

A Análise SWOT que o *trade* de Bento Gonçalves elaborou durante encontros para enfrentamento da pandemia também foi analisada, revisada e complementada na visão da equipe. A análise SWOT é uma ferramenta utilizada para fazer análises de ambientes ou cenários. Por sua simplicidade e resultados, pode ser utilizada para diversos fins.

O resultado da revisão da Matriz SWOT do destino turístico Bento Gonçalves é apresentado a seguir:

Quadro 6 – Resultado da Análise SWOT do Destino Bento Gonçalves

(continua)

FORÇAS	OPORTUNIDADES
– Marca Bento Consolidada; – Alto Capital Social; – Atuação da SEMTUR; – Atuação do COMTUR e demais Conselhos Municipais – Atuação da SECULT e IPURB; – Atuação das Associações de Turismo; – Forte empreendedorismo; – Enoturismo consolidado; – Preservação da identidade cultural e da paisagem; – Diversidade de atrativos turísticos; – Existência de Conselhos Distritais; – Comunidade envolvida com o Turismo; – Capacidade inovadora; – Posição geográfica do município – próximo aos destinos emissores; – FUNDAPARQUE; – Existência de cinco CATs; – Farto material de divulgação dos atrativos com mapas; – Existência de aplicativo funcional dedicado ao Turismo; – Investimento contínuo em eventos de divulgação e comercialização com produção de material promocional de qualidade; – Coleta de dados sobre o número de visitantes; – Aplicação de pesquisa nos CATs visando à obtenção de dados do perfil do turista; – Sinalização turística. – Grande oferta de experiências turísticas	– Era da Comunicação Digital, mídias sociais – cursos, vendas *online*, shows culturais; – Atrelar as viagens a questão de saúde e bem estar; – Dólar alto, que estimula Turismo interno; – Crescente interesse dos consumidores no enoturismo e atividades ao ar livre; – Parcerias entre empresas de diferentes segmentos (ex. Vinícola + restaurante + parque de aventura + hotéis + agência); – Foco na experiência do cliente e no atendimento personalizado; – Agências com foco em viagens para o exterior estão voltando sua atenção para o Turismo nacional; – Público local permanecerá no local – Alto poder aquisitivo regional e necessidade de sair de casa, mas não ir para longe – Eventos sociais como casamentos ao ar livre e com menor aglomeração de pessoas; – Segmento de luxo; – Reestruturação dos eventos com novas tecnologias e processos para aumentar o nível de segurança do participante; – Crescimento do segmento de Luxo e Pós-Luxo; – Inúmeras ofertas de capacitação no formato virtual para vários setores da economia e, principalmente, para o Turismo

(conclusão)

FRAQUEZAS	AMEAÇAS
– Recursos financeiros limitados para a promoção do destino; – Falta de cooperação (Capital Social) por parte de alguns empreendedores (minoria); – Desconforto diante das necessidades de mudança; – Falta de conhecimento do turista e do empresário sobre aplicativos de mobilidade local; – Ausência de transporte direto entre Gramado/Bento/Gramado e outras cidades turísticas; – Dificuldades no transporte do centro da cidade para a Zona Rural e entre as Rotas, ocasionando um problema de mobilidade da mão de obra e de turistas; – Instabilidade na Rede Elétrica; – Falta de controle da Capacidade de Carga em atrativos e empreendimentos; – Falta de acostamento em algumas estradas; – Pouco evidenciadas às ações de práticas sustentáveis nos empreendimentos; – Poucos empreendimentos com acessibilidade; – Vinhos caros se comparados a importados; – Falta de compreensão e conhecimento do funcionamento do setor turístico por parte de empreendedores; – Falta de periodicidade nos Fóruns Municipais; – Falta de controles (ou divulgação) de fluxo nos eventos; – Pesquisa para o setor econômico da Cultura e Turismo; – Falta de recursos para a manutenção e revitalização do FUNDAPARQUE	– População geral com medo; – Interesses políticos e partidários gerando instabilidade; – Falta de vacinas para o Covid19; – Falta de parâmetros para estabelecer cronologia de trabalho; – Instabilidade do mercado, perdas econômicas e fechamento de estabelecimentos; – Restrições de viagens; – Aproximação do inverno; – Desatenção em todos os níveis públicos para este fato novo; – Individualismo por parte de empreendedores; – Pandemias e a possibilidade do aumento da curva de contaminação; – População da zona rural de idade avançada; – Descaracterização da região turística; – Burocracia governamental (decretos); – Situação mundial de contágio; – Falta de consciência de uma parcela da população, o que resulta em aglomerações e falta de cuidado; – Descontinuidade de projetos em função de mudanças de governos; – Integração com o setor público e divisão clara de atribuições de forma a viabilizar o marketing completo do destino.

Fonte: Equipe Entre Rios Consultoria e Eventos Ltda (2020).

6.4 MISSÃO E VISÃO

6.4.1 Missão

Proporcionar experiências turísticas memoráveis com responsabilidade social e ambiental, integrando todos os setores da sociedade.

6.4.2 Visão

Ser um destino turístico sustentável, alinhado com a Agenda 2030, reconhecido como um destino desejável e seguro.

7 ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

7.1 IDENTIFICAÇÃO DAS ESTRATÉGIAS MACRO

A Figura 38 apresenta as estratégias macro.

Figura 38 – Estratégias Macro

Estratégia Macro 1 – Cooperação, Parcerias e Legislação
Estratégia Macro 2 – Meio Ambiente e Cultura – Boas Práticas de Sustentabilidade
Estratégia Macro 3 – Divulgação e Comercialização do Destino – Ampliação da Oferta de Produtos Turísticos
Estratégia Macro 4 – Infraestrutura Local – Melhorias de Estruturas e Serviços
Estratégia Macro 5 – Gestão e Monitoramento – Controles Internos no Destino
Estratégia Macro 6 – Transformação Digital – Migração para a Era Digital

Fonte: Elaboração Entre Rios Consultoria e Eventos Ltda

7.1.1 Estratégias de Desenvolvimento Turístico de Bento Gonçalves/RS

As estratégias determinam as grandes linhas de ação necessárias para a consecução dos objetivos propostos. Em função do diagnóstico realizado e das áreas críticas de intervenção identificadas, as estratégias devem determinar as prioridades de desenvolvimento da atividade turística na Área, considerando-se, pelo menos, os seguintes âmbitos de atuação:

(i) o posicionamento turístico desejável para a Área e as estratégias de comercialização necessárias para sua consolidação;

(ii) a valorização e a exploração dos atrativos turísticos principais; os produtos e os tipos/segmentos turísticos nos quais é necessário concentrar esforços e a seleção do portfólio estratégico de produtos-segmentos de demanda-meta;

(iii) as infraestruturas e os serviços básicos requeridos;

(iv) o quadro institucional requerido, com especial ênfase no apoio ao investimento turístico e ao fortalecimento da gestão pública de turismo e meio ambiente em nível local;

(v) as diretrizes socioambientais requeridas para preservar os ativos naturais e patrimoniais da Área Turística durante o desenvolvimento da atividade turística.

A Matriz SWOT construída nas Oficinas com os representantes dos diversos setores do Turismo foi de extrema importância na elaboração das estratégias e ações para promover o desenvolvimento turístico de Bento Gonçalves, pois foram criadas a partir da análise de forças, fraquezas, ameaças e oportunidades identificadas pelo diagnóstico estratégico, utilizando-se a ferramenta da Matriz SWOT que foi detalhada e ampliada nas oficinas públicas com o *trade* turístico, para cada um dos 08 eixos do PRT.

Com isso, neste momento serão apresentadas para cada uma das Estratégias Macro citadas anteriormente, os objetivos apresentados inicialmente neste relatório, que poderão ser atingidos com os itens correspondentes da Matriz SWOT. Desta Matriz serão aqui destacados apenas os pontos fortes e fracos que se referem as Estratégias Macro em análise.

7.1.1.1 Estratégia Macro 1 – Cooperação, Parcerias e Legislação

Quanto a esta Estratégia Macro 1, os objetivos a serem atingidos são:

- Estabelecer a política e a estratégia de desenvolvimento turístico no município elaborando a estrutura necessária para promover o alinhamento, a colaboração e a sinergia na execução das ações dos diversos atores envolvidos no processo;
- Incentivar a participação das organizações locais e regionais, tendo como base uma ampla e total integração e participação dos diversos grupos sociais que tornam viável o desenvolvimento do turismo: poder público, empresários, sociedade civil e instituições de ensino;
- Definir políticas públicas de maneira descentralizada, que contribuam com a organização e o protagonismo da comunidade local frente ao desenvolvimento turístico;

- Fortalecer parcerias, construir novas relações, dividir as responsabilidades e, principalmente, agir e executar, transformando o planejamento em ações práticas concretas;
- Estimular o Capital Social (este entendido como a capacidade que uma sociedade possui para cooperar e confiar) entre todos e a formação de parcerias serão de importância fundamental para o sucesso da implementação deste documento.

Os pontos fortes e fracos identificados na Matriz SWOT para essa Estratégia Macro, relacionam-se com os Eixos 1 e 3 do PRT e são:

Quadro 7 – Pontos Fortes e Fracos dos Eixos 1 e 3

EIXO 1 – GESTÃO DESCENTRALIZADA DO TURISMO
Pontos Fortes
- Conselho Forte de Turismo, Cultura, Meio Ambiente, Agricultura, Patrimônio Histórico; - Governanças locais; - Organizações das Rotas; - Governança Regional Representativa; - Disseminação / informações do Turismo – Trade – Conselhos Regionais.
Pontos Fracos
- Elo de relacionamento e comunicação entre conselhos é falho; - Não há participação (assento) do Poder Público; - Mecanismo (Legislação) que dê suporte para cumprir em todas as esferas o que foi aprovado pelo Conselho e que abarque as necessidades; - Há fragilidade econômica para desenvolver ações e implementar políticas públicas; - Não há legislação que proteja as Rotas; - Ampliação da disseminação entre Região, Estado e País; - Manutenção da base em BG mesmo com a mudança do poder.
EIXO 3 – QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL DOS SERVIÇOS E DA PRODUÇÃO ASSOCIADA
Pontos Fortes
- Falta de fiscalização (CADASTUR das empresas)

De acordo com estes levantamentos de pontos fortes e fracos, percebeu-se a necessidade de ter ações relacionadas: - ao fortalecimento para que ocorra a integração e legitimidade entre os Conselhos, visto que vários destes são fortes, porém com atividades isoladas; - a ampliação das relações que facilitem o Desenvolvimento Sustentável Regional integrado e compartilhado, estimulando o capital social; - revisão e fortalecimento das Zonas de Interesse Turístico, discutindo a importância de inserção do Distrito de Eulália no Plano Diretor; - aproveitamento

das Rotas organizadas para ampliar o reconhecimento das mesmas, promovendo visitas para a comunidade local tomar conhecimento de todos os atrativos e produtos da cidade; - estímulo aos prestadores de serviços a realizarem seu registro no CADASTUR; - aumento dos estudos sobre legislação específica com incentivos fiscais para que atividades comerciais e de serviços se instalem em edificações protegidas pelo Patrimônio Histórico municipal; - ampliação de Políticas Públicas já existentes e estudo de novas para valorização do Patrimônio Cultural e Natural; - estudos de legislação específica para permitir atividades comerciais em edificações históricas, protegendo o Patrimônio Cultural do município.

Dessa forma, entende-se que os objetivos relacionados a esta Estratégia Macro1 – Cooperação, Parcerias e Legislação tornam-se também alcançados.

7.1.1.2 Estratégia Macro 2 – Meio Ambiente e Cultura – Boas Práticas de Sustentabilidade

No que se refere a esta Estratégia Macro 2, os objetivos a serem atingidos são:

- Assegurar uma forma de desenvolvimento economicamente eficiente, socialmente justo e ambientalmente equilibrado, compatível com o uso racional dos recursos naturais, com a conservação da biodiversidade local, sem desconsiderar as particularidades culturais, sociais, históricas e étnicas do destino;
- Assegurar a valorização das populações e comunidades locais, seus saberes, conhecimentos, práticas e valores étnicos, assim como possibilitar a preservação e a inserção das populações tradicionais na dinâmica da economia local;
- Estabelecer o papel de cada um dentro do processo de desenvolvimento do Turismo; cada parte tem um papel a cumprir, cada qual tem sua cota de responsabilidade e devem ser agentes de transformação, tornando-se, assim, protagonistas desse processo;
- Estabelecer as diretrizes em ressonância com o Plano Nacional de Turismo 2018-2022 e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis da ONU.

Além dos objetivos, os pontos fortes e fracos identificados na Matriz SWOT relacionam-se com os eixos 2, 4, 5 e 6 do PRT:

Quadro 8 – Pontos Fortes e Fracos dos Eixos 2, 4, 5 e 6

EIXO 2 – PLANEJAMENTO E POSICIONAMENTO DE MERCADO
Pontos Fortes
- História / Cultura; - Conhecimento do produto; - Diversidade de produtos; - Riqueza do patrimônio cultural composto por exemplares da arquitetura colonial italiana de alta qualidade, que concentram grande acervo arquitetônico da imigração italiana em meio rural do país; - Preocupação com a preservação do patrimônio histórico material e imaterial; - Riqueza do Patrimônio Natural.
Pontos Fracos
- Falta de divulgação de alguns atrativos naturais e culturais; - Perda da Identidade (colono / italiano; colono / gaúcho); - Falta de controle de capacidade de carga em atrativos e empreendimentos.
EIXO 4 – EMPREENDEDORISMO, CAPTAÇÃO E PROMOÇÃO DE INVESTIMENTO
Pontos Fortes
- Características culturais, históricas e paisagísticas.
EIXO 5 – INFRAESTRUTURA TURÍSTICA
Pontos Fortes
- Na área rural existe a cultura da compostagem; - Bom abastecimento de água potável; - Os loteamentos novos tem obrigação de ter estação de tratamento de esgoto; - Muitos empreendimentos possuem gerador de energia próprios.
Pontos Fracos
- Falta de lixeiras; - O fornecimento de energia elétrica ainda não é suficiente; - Não ter políticas públicas para restauração / preservação do Patrimônio Histórico, cultural e Paisagístico.
EIXO 6 – INFORMAÇÕES TURÍSTICAS
Pontos Fracos
- Informações adequadas ao turista, principalmente de Práticas Sustentáveis.

Para dar conta desta Estratégia Macro 2 vinculada a Meio Ambiente e Cultura, deverão ter ações relacionadas a: - Ter projetos de trabalho com escolas para conhecer as Rotas Turísticas e atrativos (naturais e culturais), pois assim estes atrativos passarão a ser mais valorizados; - estudo para reconhecimento de boas práticas de Sustentabilidade para o Turismo, pois quanto maior o número de empreendimentos e ambientes públicos onde houver a aplicação de práticas sustentáveis, melhor para o desenvolvimento do destino; - levantamento completo do Patrimônio Cultural do município; - entendimento da Rede de Cidades Criativas

da UNESCO para integrar a Gastronomia / Enoturismo; - identificação de métodos de gerenciamento de aspectos e impactos ambientais; - estudos que permitam a implantação de atividades comerciais e de serviços em edificações históricas para ampliar a valorização do Patrimônio Cultural; - ampliação de Políticas Públicas de preservação do Patrimônio Natural; - realização de estudos para uso de energias limpas; - desenvolvimento de materiais informativos que sejam disponibilizados aos visitantes com Práticas Sustentáveis no Turismo, incluindo a capacidade de carga.

Com isso, entende-se que os objetivos relacionados a esta Estratégia Macro 2 – Meio Ambiente e Cultura tornam-se também alcançados.

7.1.1.3 Estratégia Macro 3 – Divulgação e Comercialização do Destino – Ampliação da Oferta de produtos turísticos

Nesse caso os objetivos relacionados são:

- Aumentar a demanda turística do município de forma organizada, sistematizada e sustentável promovendo a integração da comunidade local junto à atividade turística;
- Estabelecer o papel de cada um dentro do processo de desenvolvimento do Turismo; cada parte tem um papel a cumprir, cada qual tem sua cota de responsabilidade e devem ser agentes de transformação, tornando-se, assim, protagonistas desse processo;
- Aprimorar a oferta turística;
- Tornar o destino turístico Bento Gonçalves como uma referência internacional de Enoturismo;
- Tornar o destino turístico Bento Gonçalves como uma referência internacional de Turismo de Luxo e Turismo de Pós-Luxo.

Os pontos fortes e fracos da Estratégia Macro 3 identificados na Matriz SWOT relacionam-se com os eixos 2 e 7 do PRT e são:

Quadro 9 – Pontos Fortes e Fracos dos Eixos 2 e 7

EIXO 2 – PLANEJAMENTO E POSICIONAMENTO DE MERCADO
Pontos Fortes
- Conhecimento do produto; - Diversidade de produtos; - Riqueza do patrimônio cultural composto por exemplares da arquitetura colonial italiana de alta qualidade, que concentram grande acervo arquitetônico da imigração italiana em meio rural do país.
Pontos Fracos
- Falta de divulgação de alguns atrativos; - Perda da Identidade (colono / italiano; colono / gaúcho).
EIXO 7 – PROMOÇÃO E APOIO A COMERCIALIZAÇÃO
Pontos Fortes
- Quantidade de atrativos; - Mudança de paisagem nas 4 estações do ano; - Cenários naturais com belas paisagens para explorar na comunicação; - Investimento continuo na participação em feiras de Turismo; - Empresas com *Know how* em comercialização internacional; - Capacidade inovadora e empreendedora; - Possui articulação pública e privada onde trabalham juntos em parceria (constroem juntos).
Pontos Fracos
- Inexistência de um posicionamento claro do destino em sua comercialização; - Falta de união do *trade* para a comercialização; - Falta de planejamento de ações anuais para direcionamento do *trade* em diferentes frentes; - Segmento secundário: Turismo de Compras; - Política Pública que impede a participação do destino em eventos das principais operadoras nacionais. O destino não aparece nas ações de comercialização das grandes operadoras e outros destinos sim. A legislação municipal não permite.

Com relação a esta Estratégia Macro 3 vinculada a Divulgação e Comercialização e diante dos pontos fortes e fracos levantados na Matriz SWOT, supõe-se a necessidade de atenção de ações para: - Atividades com diferentes grupos para reconhecimento das Rotas Turísticas e atrativos (naturais e culturais); - implantação de novas linhas turísticas para ampliar as possibilidades de visitantes e comunidade em geral circular e reconhecer as Rotas Turísticas; - novos produtos que atendam as necessidades de um público infanto-juvenil; - diversificação de produtos nos segmentos de Turismo de Aventura, Ecoturismo e Turismo Náutico, aproveitando a capacidade inovadora e empreendedora existente em Bento Gonçalves; - fortalecimento da identidade do colono/italiano e do colono/gaúcho; - elaboração de Campanha de Comunicação do destino reforçando seus pilares natural, rural e cultural; - construção de um Plano de Ação completo de Promoção e Comercialização, onde sejam identificadas ações que estimulem e permitam que os

comércios fiquem abertos aos finais de semana e com horários ampliados de atendimento aos visitantes; - revisão de legislação municipal para permitir a comercialização do município de Bento Gonçalves através da participação de agências e operadoras em eventos de Turismo e não somente participação do poder público nestes espaços.

Certamente, os objetivos relacionados a esta Estratégia Macro 3 – Divulgação e Comercialização do Destino poderão ser alcançados com as ações acima definidas.

7.1.1.4 Estratégia Macro 4 – Infraestrutura local – Melhoria de Estruturas e Serviços

Para esta Estratégia Macro 4 identificam-se os objetivos a seguir, bem como os pontos fortes e fracos identificados na Matriz SWOT que são:

- Estabelecer a política e a estratégia de desenvolvimento turístico no município elaborando a estrutura necessária para promover o alinhamento, a colaboração e a sinergia na execução das ações dos diversos atores envolvidos no processo;
- Tornar o destino turístico Bento Gonçalves como uma referência internacional de Enoturismo;
- Tornar o destino turístico Bento Gonçalves como uma referência internacional de Turismo de Luxo e Turismo de Pós-Luxo.

Quadro 10 – Pontos Fortes e Fracos dos Eixos 4 e 5

EIXO 4 – EMPREENDEDORISMO, CAPTAÇÃO E PROMOÇÃO DE INVESTIMENTO
Pontos Fortes
- Entidades fortes; - Forte integração e parceria pública privada; - Forte concentração de Capital Social; - Linhas de incentivo para novas construções e empreendedorismo; - Cultura ao empreendedorismo; - Cooperação e reciprocidade entre os atores sociais envolvidos nas rotas proporciona a quebra de barreiras para o crescimento das empresas.
Pontos Fracos
- Burocratização de alguns processos e demora nas orientações e aprovações para novas obras e projetos; - Acesso a informação sobre linhas de crédito e incentivo para abertura de novas empresas/projetos, principalmente na comunidade rural; - Investimentos em infraestrutura (transporte e sinalização).

EIXO 5 – INFRAESTRUTURA TURÍSTICA
Pontos Fortes
- Acesso aos roteiros turísticos; - Existência de CATs com boa estrutura; - Boa localização do município, da Estação Rodoviária, próximo aos Aeroportos de Caxias do Sul e Porto Alegre; - Bom abastecimento de água potável, E.T.E.nos loteamentos novos, empreendimentos com gerador de energia próprios.
Pontos Fracos
- Falta de ligação e sinalização adequadas entre as rotas; - Poluição visual e sobreposição de sinalização; - Falta de placas indicativas das ruas do município; - Rodovias com infraestrutura fraca; - Falta de transporte urbano; - Falta de investimento no transporte rodoviário; - Falta de lixeiras; - Falta de agências bancárias; - Falta de farmácias; - Falta de posto de saúde com horário adaptado ao turismo; - O fornecimento de energia elétrica ainda não é suficiente; - Sinal para telefonia móvel.

Para a Estratégia Macro 4 de Infraestrutura Local, os pontos fortes e fracos discutidos na Matriz SWOT, permitem sugerir ações para: - Captação de investimentos com integração entre rotas, secretaria, investidores e conselhos; - articulação com as associações e as entidades financeiras para estimular investimentos em Turismo e em empreendimentos de serviços públicos,tais como fármácias, mais agências bancárias, etc; - realização de estudos para implantação de transporte turístico para deslocamento entre as cinco rotas turísticas; - divulgação das ações da Sala do Empreendedor relacionadas a Turismo no município; - articulação junto às operadoras de celulares para ampliação do acesso à internet e telefonia móvel; - estudo para implementação de ciclovias e retorno a malha ferroviária; - levantamento e elaboração de projetos para padronização da Sinalização Turística.

Assim tem-se os objetivos relacionados a esta Estratégia Macro4 – Infraestrutura Local sendo contemplados em busca de serem atingidos.

7.1.1.5 Estratégia Macro 5 – Gestão e Monitoramento – Controles Internos no Destino

Para esta Estratégia Macro 5 os objetivos propostos são:

- Fornecer dados, informações e elementos confiáveis aos órgãos públicos e demais segmentos envolvidos (como a iniciativa privada), para que favoreçam a integração e a coordenação de ações entre eles, a fim de reduzir ou eliminar entraves e barreiras à atividade turística do município;
- Criar uma sistemática para monitoramento e implementação do plano, fazendo com que este seja parte integrante da rotina de gestão do turismo no município, garantindo o bom desempenho do plano, visando a identificação de distorções, erros, fatores externo, inadequações que necessitem de ajustes para sucesso da implantação do plano;
- Estabelecer o papel de cada um dentro do processo de desenvolvimento do Turismo; cada parte tem um papel a cumprir, cada qual tem sua cota de responsabilidade e devem ser agentes de transformação, tornando-se, assim, protagonistas desse processo.

Neste caso, os pontos fortes e fracos identificados na Matriz SWOT estão relacionadas com o eixo 8 do PRT e são:

Quadro 11 – Pontos Fortes e Fracos do Eixo 8

EIXO 8 – MONITORAMENTO – CONTROLES INTERNOS NO DESTINO
Pontos Fortes
- Monitoramentos internos; - CAT – Centro de Atendimento ao Turista.
Pontos Fracos
- Falta de uma pessoa específica para o Monitoramento; - Qualificar o empreendedor, entender a necessidade do Portal de Empreendedor; - Falta de Padronização das Amostragens das Rotas; - Elencar mais indicadores; - Falta de investimento no Turismo e monitoramento.

Sendo assim, para a Estratégia Macro 5 de Monitoramento Interno os pontos fortes e fracos discutidos na Matriz SWOT, permitem sugerir ações para: - Elaboração de sites com dados, mapas, informações diversas; - implantação de CATs fixos e itinerantes para ampliar as possibilidades de busca de dados sobre perfil do visitante; - realização de cursos que qualifiquem os empreendedores e *trade* sobre a importância de obter e usar os dados gerados no Turismo; - implantação de um Observatório do Turismo; - desenvolvimento de metodologia para a coleta do fluxo de visitantes de forma padronizada; - estudo de Sistemas integrados entre

poder público e privado para reconhecimento das características dos serviços da cidade que possam ser disponibilizadas ao público em geral (comunidade e visitantes); - sistemas que possam ser usados pelas empresas para monitoras reclamações / sugestões / elogios dos clientes de forma inteligente e integrada.

Estratégia Macro 5 – Gestão e Monitoramento terão, desse modo, seus objetivos alcançados.

7.1.1.6 Estratégia Macro 6 – Transformação Digital – Migração para a Era Digital

E por fim, para esta Estratégia Macro 6, os objetivos propostos são:

- Aprimorar a oferta turística;
- Tornar o destino turístico Bento Gonçalves como uma referência internacional de Enoturismo;
- Tornar o destino turístico Bento Gonçalves como uma referência internacional de Turismo de Luxo e Turismo de Pós-Luxo.

E os pontos fortes e fracos identificados na Matriz SWOT que estão relacionadas com o eixo 3, 4 e 6 do PRT são:

Quadro 12 – Pontos Fortes e Fracos dos Eixos 3, 4 e 6

EIXO 3 – QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL, DOS SERVIÇOS E DA PRODUÇÃO ASSOCIADA
Pontos Fracos
- Falta de um padrão de atendimento; - Falta de informação / ferramenta dinâmica de onde encontrar guias de turismo credenciados.
EIXO 4 – EMPREENDEDORISMO, CAPTAÇÃO E PROMOÇÃO DE INVESTIMENTO
Pontos Fortes
- Cooperação e reciprocidade entre os atores sociais envolvidos nas rotas proporciona a quebra de barreiras para o crescimento das empresas; - Cultura ao empreendedorismo.
Pontos Fracos
- Resistência nas ações turísticas por parte dos empreendedores da área urbana (comércio).
EIXO 6 – INFORMAÇÕES TURÍSTICAS
Pontos Fortes
- Site da Secretaria de com o Aplicativo; - Atendimento dos profissionais do Turismo.

Pontos Fracos
- Melhor utilização do site central com o maior número de empreendimentos, sendo ou não associada; - Melhorar a integração e comunicação entre a Secretaria de Turismo com empreendimentos, associações e empresas; - Publicidade voltada as Operadoras e Campanhas de grande alcance com a valorização do interior e RS; - Pouca informação em pontos chaves como postos, lojas, restaurantes e pousadas.

Nesta Estratégia Macro 6 de Transformação Digital os pontos fortes e fracos discutidos na Matriz SWOT, permitem sugerir ações para: - Elaboração de possíveis menus digitais para a rede gastronômica, permitindo padrões de atendimento e maior disponibilidade de informações para o visitante; - elaboração de estratégias para tornar Bento Gonçalves uma Cidade Inteligente, ampliando o empreendedorismo e a cooperação entre diferentes atores do desenvolvimento turístico de Bento Gonçalves; - estudos para implantação de sistemas com geolocalização dos ônibus com informações de horários e itinerários; - revisão e atualização de todos os possíveis Sitese Aplicativos usados pelo poder públco e privado que disponibilizem informações turísticas; - elaboração de materiais informativos unificados para agências e operadoras que comercializam e que virão a comercializar o destino Bento Gonçalves; - elaboração de manual ou *brandbook* sempre atualizado para padronizar os materiais para a “marca” do Destino – “Bento Pura Inspiração”; - atividades buscando influenciadores digitais que fortaleçam a experiência dos usuáriosno turismo em geral, foco no Turismo Rural, Enoturismo, Turismo de Luxo e Pós-Luxo; - campanhas digitais para reforçar as características naturais, culturais e rurais do destino.

7.2 DESCRIÇÃO DAS APDs A SEREM PROPOSTAS AGRUPADAS POR EIXO DE ATUAÇÃO DO PRT

Após a realização das Oficinas I, II, *Braisntroming* e Audiência Pública, ou seja, com ampla participação coletiva, houve a elaboração de uma proposta contendo 67 Ações Promotoras do Desenvolvimento (APD) e estratégias organizadas de acordo com os oito Eixos do PRT, bem como integrados aos ODS onde foram mapeados 67 indicadores relacionados como forma de contribuir para a municipalização da Agenda 2030, conforme apresentadas nos Quadros, a seguir.

Quadro 13 – Eixo 1 Gestão Descentralizada do Turismo

(continua)

ESTRATÉGIAS MACRO	AÇÃO	INDICADOR	COMO FAZER	ODS	PRAZO	RESPONSÁVEL
Fortalecimento para a integração entre os Conselhos, atores públicos e privados com interface na dimensão socioeconômica do Turismo local para execução de projetos que resultem em ações efetivas e sustentáveis. **Estratégia Macro 1**	1 - Alinhamento das Governanças locais para que os diferentes conselhos sejam fortalecidos e integrados através de Projetos que resultem no desenvolvimento de ações efetivas e sustentáveis.	Iniciativas em conjunto.	Promovendo, nas reuniões mensais dos representantes de diferentes Conselhos de Turismo, de Meio Ambiente, da Cultura, etc, o alinhamento das ações dos Planos Municipais de cada um deles. Monitorando a execução das ações anteriormente alinhadas.		2022	SEMTUR BG Conselhos Municipais de Cultura, Turismo, Meio Ambiente, Agricultura, Lideranças do setor e IES; Câmara de Vereadores *Trade* responsável
Criação ou alteração legislação / estatuto / regimento interno dos mecanismos que garantam que as decisões dos **Conselhos Distritais (CD)** sejam legitimadas e respeitadas. **Estratégia Macro 1**	2 - Democratização e Legitimação dos Conselhos Distritais.	Conselhos Distritais deliberativos.	Na próxima revisão dos Regimentos Internos dos CD, incluir mecanismos que possam garantir a autonomia e legitimidade das decisões tomadas por estes órgãos. Após inclusão destes mecanismos, promover ampla divulgação das alterações realizadas na legislação / estatuto / regimento interno.		2022	Lideranças Distritais Câmara de Vereadores Administração Pública IPURB COMTUR
Fortalecimento da cooperação entre os associados. **Estratégia Macro 1**	3 - Fortalecimento das redes de cooperação.	Aumento do Capital Social.	Buscando metodologias e atividades que proporcionem a integração, a parceria e a confiança em encontros e reuniões de rotina. Proporcionando discussões sobre a importância de atividades cooperadas.		Imediato	Associações *Trade* turístico COMTUR

(continua)

ESTRATÉGIAS MACRO	AÇÃO	INDICADOR	COMO FAZER	ODS	PRAZO	RESPONSÁVEL
Promoção das relações que facilitem o Desenvolvimento Sustentável Regional integrado e compartilhado. **Estratégia Macro 1 e 2**	4 - Promoção de alianças com as Governanças Regionais que atuam no Desenvolvimento Sustentável da Região Uva e Vinho.	Incremento da participação social no processo de desenvolvi-mento turístico	Buscando metodologias e atividades que proporcionem a integração, a parceria e a confiança durante encontros e reuniões de rotina. Proporcionando eventos para reconhecimento das ações desenvolvidas pelas Governanças Regionais sobre Desenvolvimento Sustentável da Região Uva e Vinho.		Continuo	ATUASERRA COMTUR SEGH IES Sistema S Emater
Fortalecimento e Sustentabilidade do Turismo. **Estratégia Macro 2**	5 - Disseminação e suporte para a implementação do Plano Municipal de Turismo.	80% das ações do PMT implementadas.	Definindo logística para a execução do Plano, bem como sua constante avaliação e monitoramento junto aos diferentes parceiros responsáveis por estas ações.		2025	COMTUR
Fortalecimento das Zonas de Interesse Turístico. No Capítulo I - DO ZONEAMENTO RURAL / SEÇÃO I DAS DISPOSIÇÕES GERAIS, Art.32 – Inserir o "**V - Distrito de Eulália**" (como área rural). Neste mesmo capítulo, inserir **SEÇÃO IV – DO DISTRITO DE EULÁLIA** (com detalhamento semelhante às V SEÇÕES anteriores. **- Estratégia Macro 1**	6 - Fortalecimento das Zonas de Interesse Turístico, no Zoneamento Rural – Distrito de Eulália na próxima revisão do Plano Diretor Municipal de Bento Gonçalves.	Plano Diretor revisado.	Revisando itens específicos na próxima atualização do **Plano Diretor de Bento Gonçalves** para incluir Distrito de Eulália de forma diferenciada, conforme já ocorre com os demais Distritos Turísticos. Reeditando e encaminhando a Câmara de Vereadores a Lei do Perímetro Urbano, da Lei do Parcelamento doSolo, Legislação de Impacto de Vizinhança, Zoneamento Econômico-Ecológico e demais diplomas legais.		2024	SEMTUR SMMAM IPURB COMPLAN Conselhos Distritais Câmara de Vereadores COMTUR

(conclusão)

ESTRATÉGIAS MACRO	AÇÃO	INDICADOR	COMO FAZER	ODS	PRAZO	RESPONSÁVEL
Alinhamento das ações de desenvolvimento que contemple o Turismo para a Região, através do representante de BG no **Comitê de Gerenciamento da Bacia do Taquari Antas.** **Estratégia Macro 2**	**7** - Solicitação de assento no Comitê de Gerenciamento da Bacia do Taquari Antas.	Assento no Comitê de Gerenciamen-to da Bacia do Taquari Antas.	Encaminhando uma solicitação ao **Comitê de Gerenciamento da Bacia do Taquari Antas** para integrar um representante do Turismo de BG.		2022	SEMTUR Gabinete Prefeito COMTUR
Alinhamento ao COREDE SERRA, desenvolvimento de Consórcios Técnicos para temas específicos. **Estratégia Macro 5**	8 - Alinhamento com o COREDE SERRA para elaboração de Planejamento Metropolitano da Serra Gaúcha.	Número de participações em reuniões do COREDE SERRA	Participando de forma ativa das reuniões do COREDE SERRA para que as ações do PMT possam ser alinhadas com as ações do COREDE.		2022	SEMTUR Gab. Prefeito Câmara dos Vereadores COMTUR

Quadro 14 – Eixo 2 Planejamento e Posicionamento de Mercado

(continua)

ESTRATÉGIAS MACRO	AÇÃO PROPOSTA	INDICADOR	COMO FAZER	ODS	PRAZO	RESPONSÁVEL
Fortalecimento das rotas turísticas e atrativos pela comunidade local. **Estratégia Macro 1, 2, 3**	**9** - Elaboração de projetos de trabalho com escolas para conhecer as Rotas Turísticas e atrativos (naturais e culturais).	Atender todas as escolas **municipais e particulares** na terceira série do ensino fundamental.	Realizando visitas às cinco rotas turísticas e mais cinco atrativos turisticos da área urbana do município com os alunos do terceiro ano do ensino fundamental.		2022	Secretaria de Educação SEMTUR SEMMA COMTUR
Preparação de visitas aos roteiros a serem oferecidos a comunidade local. **Estratégia Macro 1,3**	**10** - Visita / passeio a comunidade local.	Realização de 10 roteiros por ano para a comunidade local.	Oferecendo de forma gratuita visitas guiadas às cinco rotas turísticas e mais atrativos turisticos da área urbana do município para a comunidade local. Priorizar *Walking Tour* na Via del Vino.		2022	SEMTUR COMTUR

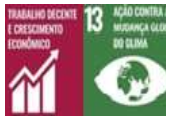
(continua)

ESTRATÉGIAS MACRO	AÇÃO PROPOSTA	INDICADOR	COMO FAZER	ODS	PRAZO	RESPONSÁVEL
Realização de estudos sobre novas linhas turísticas para circular entre as Rotas. **Estratégia Macro 3,4**	**11** - Estudo para Implantação de transporte turístico entre as cinco rotas turísticas.	Estudo finalizado.	Contratando empresa especializada para estudo de transporte turístico.		2022	SEMTUR COMTUR
Identificação de atividades práticas de Sustentabilidade para o Turismo. **Estratégia Macro 2**	**12** - Estudo para reconhecimento de boas práticas de Sustentabilidade para o Turismo.	Implantação de atividades práticas de sustentabilidade para o Turismo.	Relizando levantamento de empreendimentos e suas necessidades para implantação de boas práticas de Sustentabilidade para o Turismo. Contratando empresas especializadas para implantação e monitoramento de práticas sustentáveis transformadoras dos produtos turísticos.		2022 e 2023	Sec. Educação SEMTUR SEMMA COMTUR Empreendedores
Amplicação da oferta turistica no município formatando novos produtos turísitcos para o público infantojuvenil. **Estratégia Macro 3**	**13** - Diversificação das atividades turísticas para o público infantojuvenil.	Nº de novos produtos turísticos para o público infantojuvenil.	Identificando possiveis empresas ou atrativos turísticos que possam ser direcionados a esse público e fornecer apoio técnico.		2023	Agências receptivas Empreendedores COMTUR

(continua)

ESTRATÉGIAS MACRO	AÇÃO PROPOSTA	INDICADOR	COMO FAZER	ODS	PRAZO	RESPONSÁVEL
Amplicação das atividades de aventura e ecoturismo através de experiências do turista utilizando sons, sabores e costumes. Implementar atividades náuticas no Rio das Antas. **Estratégia Macro 2, 3**	14 - Diversificação das atividades turísticas de Turismo Aventura e Ecoturismo, bem como Turismo Náutico.	Novos produtos formatados no segmento de Turismo de Aventura, Ecoturismo e Turismo Náutico.	Identificando possiveis empresas ou atrativos turísticos que possam ser direcionados a esses segmentos turísticos e fornecer apoio técnico.		2023	Agências receptivas Empreendedores COMTUR
Inserção da cidade de Bento Gonçalves no mapa mundial da arquitetura internacional através de um edificio ícone an cidade. Exemplo: caso Museu Guggenheim em Bilbao. **Estratégia Macro 3,4**	15 - Estudo para implantação de um museu com projeto de arquiteto com referência internacional (*starchitech*).	Projeto aprovado.	Realizando um edital de nível internacional com o objetivo de contratar um arquiteto de renome para elaboração do projeto.		2025	PMBG IBURP Investidores COMTUR
Finalização da revisão e ampliação do Inventário do Patrimônio Cultural e classificação de seus bens em níveis de preservação e valorização. **Estratégia Macro 2**	**16** - Mapa completo do Patrimônio Cultural do município.	Conclusão do Inventário do Patrimônio Cultural.	Publicando edital para a realização da revisão e ampliação do Inventário do Patrimônio Cultural.		2022	IPURB COMPAHC SECULT COMTUR

(conclusão)

ESTRATÉGIAS MACRO	AÇÃO PROPOSTA	INDICADOR	COMO FAZER	ODS	PRAZO	RESPONSÁVEL
Formatação coletiva de uma Rota de Compras envolvendo o comércio do centro e das Rotas Turísticas. **Estratégia Macro 3**	**17** – Formatação de uma Rota de Compras.	Lançamento de uma **Rota de Compras.**	Articulando juntamente com o CDL e CIC reuniões com empresários do comércio para a formatação da Rota de Compras.		2022	Agências receptivas Empreendedores CDL CIC COMTUR
Elaboração de uma proposta alinhada com os preceitos da Rede de Cidades Criativas para inserção do município. **Estratégia Macro 2, 3**	**18** - Elaboração de uma proposta para integrar o município na Rede de Cidades Criativas da UNESCO no setor de **Gastronomia – Enoturismo.**	Proposta finalizada para ser enviada a candidatura formal a UNESCO.	Construindo proposta para encaminhar a UNESCO.		2022	SEMTUR COMTUR SECULT

Quadro 15 – Eixo 3 Qualificação Profissional dos Serviços e da Produção Associada

(continua)

ESTRATÉGIAS MACRO	AÇÃO PROPOSTA	INDICADOR	COMO FAZER	ODS	PRAZO	RESPONSÁVEL
Atendimento ao turista. **Estratégia Macro 3**	**19** - Elaboração de critérios mínimos para o atendimento ao turista.	Critérios elaborados no Manual de Atendimento.	Elaborando o Manual de Atendimento e realizando uma oficina com os responsáveis por esta ação para a elaboração dos critérios.		2022	SEMTUR COMTUR Associações

(continua)

ESTRATÉGIAS MACRO	AÇÃO PROPOSTA	INDICADOR	COMO FAZER	ODS	PRAZO	RESPONSÁVEL
Inclusão da cultura do Turismo na educação. **Estratégia Macro 2**	**20** - Estímulo ao desenvolvimento da cultura do Turismo em todos os segmentos, incluindo apopulação.	Aumento da sensibilização da importância do Turismo por parte do *trade* e da comunidade.	Elaboração de campanhas com vídeos e postagens nas redes sociais e realização de palestras.		Continuo	COMTUR SECULT Secretaria Municipal da Educação
Melhorias no atendimento; profissionais capacitados; Oferecer cursos, e treinamentos. **Estratégia Macro 3**	**21** - Identificação de necessidades para a qualificação do atendimento.	Resultados positivos nas pesquisas de satistação do turista.	Elaboração de campanhas com vídeos e postagens nas redes sociais, realização de palestras, cursos e treinamentos em parceria com diversas entidades.		Continuo	SENAC; SENAI; SEBRAE; COMTUR SEGH; Instituto Federal; SINDILOJAS; CDL
Estímulo aos prestadores de serviços a realizarem seu registro no CADASTUR. **Estratégia Macro 1**	**22** - Incentivo ao registro no CADASTUR.	Aumento do número de empreendimentos cadastrados.	Envio de informação sobre o CADASTUR para todos os estabelecimentos que são obrigados a se cadastrarem – como se cadastrar e como renovar.		2022	Entidades representativas COMTUR
Fortalecimento da comercialização do destino, levando conhecimento de prós e contras e como trabalhar com diferentes mercados e segmentos de públicos. Dessa forma multiplicam-se os agentes de comercialização do destino. **Estratégia Macro 3**	**23** – Realização de Programa de Capacitação para o *trade* com foco na comercialização do destino.	Programa de capacitação implementado.	Realizando *workshops*, *road shows*, oficinas. Gravar a capacitação e disponibilizar ao *trade* levando em consideração que novos empreendimentos surgem a cada ano.		2022	SEMTUR Agências receptivas SEGH COMTUR

Elaboração de tabela com a escala de funcionamento da rede gastronômica (menu digital). **Estratégia Macro 5, 6**	**24** – Elaboração de escala de abertura organizada dos restaurantes.	Escala organizada e inserida nas principais plataformas digitais.	Articulando com o SEGH e demais entidades relacionadas com o setor, a elaboração dessa escala.		2022	SEGH SEMTUR REDE GASTRONÔMICA COMTUR
Divulgação da ampliação das atividades cadastradas no CADASTUR. Repassar informações aos contadores. **Estratégia Macro 1**	**25** - Divulgação das novas atividades que podem estar no CADASTUR.	Aumento do número de empresas no CADASTUR.	Após revisão dos CNAES pelo Ministério do Turismo, criação de campanhas para divulgação e orientação para as empresas obterem o registro do CADASTUR.		2023	SEMTUR COMTUR Entidades representativas

Quadro 16 – Eixo 4 Empreendedorismo, Captação e Promoção de Investimento

ESTRATÉGIAS MACRO	AÇÃO PROPOSTA	INDICADOR	COMO FAZER	ODS	PRAZO	RESPONSÁVEL
Captação investidores; facilitar o acesso a informação do investidor; dar condições financeiras e parâmetros de controle. **Estratégia Macro 3, 4, 5**	**26** - Criação de um portfolio específico para captação de investimentos com integração entre Rotas, Secretaria, investidores e Conselhos.	Portfolio finalizado.	Contratando empresa emprecializada neste serviço.		2022	Associações COMTUR Bento Convention

(continua)

ESTRATÉGIAS MACRO	AÇÃO PROPOSTA	INDICADOR	COMO FAZER	ODS	PRAZO	RESPONSÁVEL
Ampliação da participação em atividades oferecidas pela Sala do Empreendedor. **Estratégia Macro 1, 4**	**27** - Divulgação da Sala do Empreendedor e demais canais de informações voltados ao empreendedorismo vinculados a atividade turística.	Aumento da participação de empresas em atividades oferecidas pela Sala do Empreendedor Produtos da Sala do Empreendedor.	Divulgando e incentivando a participação das empresas nas atividades da Sala do Empreendedor.		2022 a 2024	SEBRAE COMTUR
Captação de recursos para que as Rotas possam ampliar e/ou incentivar o Turismo no interior. **Estratégia Macro 4**	**28** - Fomento as entidades representativas das Rotas para que tenham capacidade de estimular a comunidade a empreender (recurso financeiro e equipe qualificada).	Documento descritivo sobre captação de investimentos e financiamentos. Nº de empreen dedores investindo nas atividades de Turismo nas Rotas no interior.	Articulando com as associações e as entidades financeiras.		2023	Associações Entidades financeiras COMTUR
Captação de recursos para melhorias na infraestrutura do FUNDAPARQUE para grandes eventos e congressos. **Estratégia Macro 4**	**29** - Elaboração de Projetos para Captação de investimentos para melhorias na infraestrutura do FUNDAPARQUE.	Projetos elaborados. Melhorias realizadas na infraestrutura do FUNDAPARQUE.	Reunindo pessoas ligadas ao setor de captação de recursos para a elaboração de projetos com foco nas necessidades de melhorias do local.		2024	FUNDAPARQUE COMTUR Entidades Empresas organizadoras de eventos.
Realização do Gerenciamento de Aspectos e Impactos Ambientais (GAIA). **Estratégia Macro 2, 5**	**30** - Implementação **Método GAIA** nos empreendimentos turísticos.	Grau de Sustentabilidade das empresas. Nº de empreendimentos com Gerenciamento de Aspectos e	Utilizando ferramentas adequadas para identificação dos aspectos e impactos gerados pelos diferentes empreendimentos.		2022 a 2025	SEMTUR SMMAM COMTUR Associações

		Impactos Ambientais.				
Elaboração de estudos sobre legislação específica com incentivos fiscais para que atividades comerciais e de serviços se instalem em edificações protegidas pelo Patrimônio Histórico municipal, integrando as mesmas as atividades da cidade e garantindo a sua manutenção. **Estratégia Macro 1, 2**	31 - Criação de legislação específica para incentivo a implantação de atividades comerciais e de serviços em edificações históricas.	Potencialização dos comércios e serviços locais. Garantia de manutenção / divulgação da cultura arquitetônica local. Nº de projetos para atividades comerciais e de serviços em edificações de Patrimônio Histórico.	Criando legislação específica de incentivos fiscais ou isenção de cargas tributárias; Sugere-se isenção de IPTU e redução da carga tributária do ISSQN		2022 a 2025	Secretaria de Finanças IPURB COMTUR
Estudo sobre Legislação específica concedendo incentivos fiscais (redução de tributos) e urbanísticos (flexibilidade de regramentos) para atividades de comércio e serviços afins as atividades turísticas que se instalarem em regiões com interesse de ampliação do desenvolvimento turístico. Tomando-se o	32 - Criação de legislação específica para incentivo a criação de Zonas de Comércio junto a áreas com potencial turístico.	Incremento da economia circular, emprego e negócio local. Estudos da Legislação específica com incentivos fiscais (redução de tributos) e urbanísticos (flexibilidade de regramentos) para atividades de comércio e serviços	Realizando estudos da Legislação específica com incentivos fiscais (redução de tributos) e urbanísticos (flexibilidade de regramentos) para atividades de comércio e serviços em áreas turísticas.		2022 a 2024	Secretaria de Finanças IPURB COMTUR

cuidado para não descaracterizar o ambiente. **Estratégia Macro 1**		em áreas turísticas.				
Elaboração de Menu Digital interativo nos restaurantes; Elaboração de sistemas com geolocalização dos ônibus com informações de horários e itinerários; **Estratégia Macro 5, 6**	33 - Elaboração de estratégias para tornar Bento Gonçalves uma **Cidade Inteligente.**	Novo sistema integrado entre poder público e entidades com informações dos serviços, atrativos, Eventos de BG. Nº de QR Code nos atrativos turísticos.	Criando sistema integrado entre poder público e estabelecimentos; Implementação de QR Code em cada atrativo turístico com link para site com explicação e demais informações; Elaborando um sistema integrado entre poder público e entidades para congregar informações dos participantes de todos (ou principais) Eventos de BG; Elaborando Menu Digital interativo nos restaurantes; um sistema com geolocalização dos ônibus com informações de horários e itinerários; e um sistema integrado entre poder público e estabelecimentos; Implementando QR Code em cada atrativo turístico com link para site com explicação e demais informações;.		2022 a 2024	Empresas SEMTUR SEGH COMTUR Representantes de Atrativos

Quadro 17 – Eixo 5 Infraestrutura Turística

ESTRATÉGIAS MACRO	AÇÃO PROPOSTA	INDICADOR	COMO FAZER	ODS	PRAZO	RESPONSÁVEL
Ampliação do acesso à tecnologia. Facilitação da comunicação e dos negócios. **Estratégia Macro 4**	34 - Ampliação do acesso à internet e telefonia móvel.	Projeto de ampliação aprovado com Nº de novos pontos de acesso à tecnologia.	Articulando juntamente com as operadoras de serviços de telefonia e poder público.		2023	SEMTUR COMTUR Associações Operadoras de Telefonia
Realização de levantamento das necessidades para implementação de projetos de ciclovias; Considerar projetos existentes e malha ferroviária. **Estratégia Macro 4**	35 – Realização de levantamentos para ligação entre as Rotas e atrativos, inclusive intermunicipais , inserindo ciclovias.	Ciclovias implantadas entre as Rotas Turísticas.	Identificando possiveis empresas ou investidores que possam ter interesse em implantar esses passeios e prestar assistência técnica.		2025	SEMTUR COMTUR SEC OBRAS Associções das Rotas Turrísitcas
Reativação e reutilização da malha ferroviária **Estratégia Macro 4**	36 – Estudo de viabilidade para reativação e reutilização da malha ferroviária	Nº de passeios utilizando malha ferroviária (carrinhos adaptados nos trilhos, passeios de bike ao lado dos trilhos).	Realizar estudos para implantar passeios de formas criativas e com veículos alternativos (carrinhos adaptados nos trilhos, passeios de *bike* ao lado dos trilhos.			

Revisao das políticas públicas já existentes no município e de outros municípios para compor as politicas de preservação do Patromônio Natural **Estratégia Macro 4**	37 - Implementação de Políticas Públicas de preservação do **Patrimônio Natural.**	Existência de políticas públicas para preservação do Patrimônio Natural.	Implantando políticas públicas que garantam a preservação do Patrimônio Natural.		2022 a 2024	SEMTUR, SMAMM, Associações das Rotas, SMED
Realização de estudos para implementação de pontos de recarga de Energias Limpas; **Estratégia Macro 2**	38 - Implementação de pontos de recarga de **Energias Limpas** em áreas específicas das Rotas e atrativos.	Nº de equipamentos geradores de energias limpas, por exemplo, bicicletas.	Publicando edital para contratação de empresa especializada no serviço e implantando os pontos de recarga de energia. Realizando estudos para implantação de equipamentos geradores de energias limpas, por exemplo bicicletas.		2022 a 2023	SEMTUR, SMMAM, Associações, SEGH
Realização de planos e projetos para melhorias nos espaços urbanos. **Estratégia Macro 4**	39 - Desenvolvimento de Planos e Projetos Setoriais de Infraestrutura e **Qualificação do Espaço Urbano.**	Melhoria na infraestrutura urbana e de qualificação dos espaços públicos da cidade.	Estabelecendo, de forma clara e sistematizada, as demandas específicas de infraestrutura urbana e de qualificação dos espaços públicos. Plano de ação vinculado de forma integrada ao Plano Diretor Municipal e Plano de Turismo.		2022 a 2024	SEMTUR, IPURB, Secretaria da Mobilidade Urbana

Realização de estudos para dotar o município de uma sinalização viária completa e padronizada. **Estratégia Macro 4**	40 - Levantamento, Revisão, Complementação e Padronização da **Sinalização Turística Viária.**	Nº de estudos de sinalização viária completa e padronizada. Sinalização padrão implantada, mantendo identificação de rotas, atrativos e empreendimen-tos.	Realizando estudos para dotar o município de uma sinalização viária completa e **padronizada.** Propõe-se um trabalho unificado em todo o município considerando seus acessos, suas rotas e atrativos. Deverá seguir o padrão do Guia Brasileiro de Sinalização Turística EMBRATUR / IPHAN / DENATRAN reservando o desenho específico de cada rota para a identificação do empreendimento/atrativo.		2022	SEMTUR COMTUR SEC. DE OBRAS IPURB Associações Secretaria da MobilidadeUrbana
Formatação do traçado necessário para o Caminho do Peregrino para ampliar a oferta turística. **Estratégia Macro 3, 4**	41 - Criação do **Caminho do Peregrino** integrando os Santuário de Santo Antônio, em Bento Gonçalves, com o de N.S. de Caravaggio, em Farroupilha.	Estudo para a integração entre os dois santuários através de uma via segura e prazerosa, propício à peregrinação.	Este caminho deverá ser formatado com um traçado alternativo à rede viária existente. Deverá, sempre quando possível, ser feito através das propriedades particulares em ambiente mais seguro, menos poluído e mais propício à peregrinação. Isto irá demandar um grande acordo com os proprietários para que o acesso não inviabilize suas atividades cotidianas, ao mesmo tempo o apelo religioso é um forte argumento para tal intento; A prioridade neste caminho deve ser do pedestre, o que não impede seu uso por ciclistas ou cavaleiros, sempre em velocidade e número adequados mantendo a preferência ao caminhante.		Até 2024	SEMTUR SMMAM SECULT COMTUR SEC. DE OBRAS Associações

Quadro 18 – Eixo 6 Informações Turísticas

ESTRATÉGIAS MACRO	AÇÃO PROPOSTA	INDICADOR	COMO FAZER	ODS	PRAZO	RESPONSÁVEL
Valorização do Patrimônio, trabalho maior para evitar a evitar a poluição visual. **Estratégia Macro 3, 4**	**42** - Unificação das informações das Rotas e seus empreendimentos.	Materiais informativos unificados.	Produzindo novos materiais informativos. Materiais digitalizados.		2022 a 2023	SEMTUR Associações COMTUR
Estabelecimento de parceriaspara a doações de *stands*, para divulgação dos atrativos e produtos turísticos do município. **Estratégia Macro 3**	**43** - Participação nas Feiras e Eventos para repassarem as Informações vinculadas ao Turismo.	Parcerias efetivadas para doações e/ou patrocínio de *stands* e divulgação dos atrativos e produtos turísticos.	Articulando com entidades que possam realizar esse tipo de investimento.		2022	SEMTUR CIC CDL Sindicatos COMTUR

(continua)

Manutenção de um elo rápido e eficiente para atualizar os dados, mapas. **Estratégia Macro 5, 6**	44 - Atualização de todos os sites e aplicativos do município relacionados ao Turismo.	Sites atualizados com dados, mapas.	Organizando uma logística para inserção e manutenção de dados.		2022	SEMTUR COMTUR Associações SEGH
Facilitação ao acesso às informações dos atrativos e Rotas juntamente com os serviços e comércio. **Estratégia Macro 5, 6**	**45** - Implantação de CATS itinerantes nos principais *Shoppings* e Centros Comerciais.	Nº de CATs itinerantes implantados.	Buscando recursos e parcerias com o *trade* turístico para a implantação de CATs itinerantes e realizando parcerias em eventos e		2023	SEMTUR CDL COMTUR

			locais de grande circulação de turistas.			
Ampliação da divulgação de informações turísticas nas grandes agências, operadoras, aeroportos, entre outros espaços. **Estratégia Macro 6**	**46** - Elaboração de materiais informativos unificados para grandes agências e operadoras, aeroportos, etc.	Agências, operadoras, aeroportos, entre outros espaços contemplados com os materiais.	Articulando com as empresas e atrativos turísticos para a elaboração de materiais de divulgação.		2023	SEMTUR COMTUR Associações SEGH
Ampliação da Educação para o Turismo. Divulgar materiais em plataformas digitais. **Estratégia Macro 2**	**47** - Elaboração de materiais informativos com **Práticas Sustentáveis para o Turista**.	Nº de materiais em plataformas digitais.	Realizando parcerias com plataformas digitais de Turismo para a inserção de materiais de divulgação.		2022	SEMTUR SEMMA SEGH COMTUR

Quadro 19 – Eixo 7 Promoção e Apoio à Comercialização

(continua)

ESTRATÉGIAS MACRO	AÇÃO PROPOSTA	INDICADOR	COMO FAZER	ODS	PRAZO	RESPONSÁVEL
Posicionamento do destino reforçando seus pilares **natural, rural e cultural**; Esses materiais precisam reforçar os pilares e mostrar a diversidade de atrativos, reforçando que existem atividades para o cliente permanecer vários	48 - Realização de campanha de Comunicação do Destino.	Implantação de Campanha de Comunicação do destino reforçando seus pilares **natural, rural e cultural**. Nº de peças produzidas.	Unificando o discurso de comunicação; Produzindo materiais e disponibilizar para o Trade; Produzindo vídeos e *cards* para Redes Sociais; Produzindo fotos, *folders, press kit* do destino não somente para a imprensa,		1ª sem 2022	SEMTUR COMTUR Associação das Rotas SEGH

dias aumentando o tempo de permanência na cidade; Trabalhar *storytelling;* **Estratégia Macro 3, 5, 6**			mas também para operadores e organizadores de eventos; Observando os canais de comunicação do destino de forma integrada (site Prefeitura). Pensar na Jornada de busca do Usuário.			
Desenvolvimento do Plano de Ação de Promoção e Comercialização do Destino. **Estratégia Macro 3, 5**	**49** - Construção do Plano de Ação de Promoção e Comercialização anual.	Plano de Ação e de Comercailização elaborado e implantado.	Esse plano precisa ser construído no ano anterior disponibilizado para o *trade* antes do término do ano (sugestão: outubro no máximo); Contemplando ações para diferentes mercados, segmentos e nichos de público. Por ações entende-se feiras, eventos, *press trip,* etc.		Até outubro de cada ano	SEMTUR COMTUR BENTO CONVENTION

(continua)

ESTRATÉGIAS MACRO	AÇÃO PROPOSTA	INDICADOR	COMO FAZER	ODS	PRAZO	RESPONSÁVEL
Ampliação da imagem de destino sustentável pelas novas ações implementadas pelo poder público e privado. **Estratégia Macro 2**	**50** - Elaboração de campanha específica para fortalecimento da imagem de Cidade Sustentável.	Implantação de novas ações de destino sustentável.	Realizando ações que reforcem a identidade de um destino sustentável e sempre divulgá-las.		2023	SEMTUR SEMMA COMTUR
Abertura aos domingos e feriados; Ampliação de horários de atendimento; Ampliação de parcerias para divulgar produtos turísticos do Município; Elaboração de campanhas de compras / fidelidade / descontos nos produtos turísticos e do comércio em geral. **Estratégia Macro 3, 4**	**51** - Incentivo do comércio para elaboração de ações para o turista.	Comércios abertos aos finais de semana e com horários ampliados de atendimento. Campanhas de compras / fidelidade / descontos nos produtos turísticos e do comércio em geral.	Em parceria com CDL e Sindilojas estimular a ampliação de horários de atendimento, principalmente nos domingos e feriados; Criando programa de fidelização e/ou descontos alinhados com a Rota de Compras a ser formatada.		2023	CDL Sindilojas COMTUR
Potencialização da comercialização do destino. Atualmente trabalham apenas a promoção. Ações de comercialização precisam ser contempladas. **Estratégia Macro 3**	**52** - Alteração da Lei Municipal que impede a participação do destino em eventos organizados por operadoras de turismo.	Alteração da Lei Municipal para ampliar ações de comercialização que precisam ser contempladas.	Solicitando a Câmara de Vereadores a alteração dessa Lei com a justificativa bem detalhada.		2022	SEMTUR Câmara de Vereadores COMTUR

(continua)

ESTRATÉGIAS MACRO	AÇÃO PROPOSTA	INDICADOR	COMO FAZER	ODS	PRAZO	RESPONSÁVEL
Formação de Equipe de Marketing Multidisciplinar. **Estratégia Macro 6**	53 - Formação de Equipe de Marketing multidisciplinar.	Equipe formada e atuante.	Definindo a equipe de marketing multidisciplinar .		2022	SEMTUR COMTUR
Elaboração de manual ou *brandbook* com atualização das diretrizes para a comunicação do destino em peças de diferentes entidades para formar uma unificação e reconhecimento de marca. **Estratégia Macro 6**	**54** -Padronização dos materiais para a "marca" do Destino – "Bento Pura Inspiração".	Manual ou *brandbook* atualizado.	Elaborando o *Brandbook o qual* é uma espécie de Manual da Marca, porém mais completo. Apresenta um conjunto de informações que estabelecem a essência e a cultura da marca e visa guiar o padrão da comunicação.		2023	SEMTUR COMTUR
Elaboração de um portfólio contendo todos os produtos e serviços oferecidos pelo destino para que o cliente final, seja ele para Turismo de lazer, negócios ou outro, consiga visualizar todas as possibilidades que o destino oferece. Material em Português, Inglês e Espanhol. **Estratégia Macro 3, 6**	**55** - Criação de portofólio de Produtos e Serviços do destino – trilíngue.	Portfólio trilíngue com todos os produtos e serviços oferecidos pelo destino.	Contratando empresa especializada nesse serviço para a elaboração deste portfólio. Integrar com a Campanha do Destino – ação 48.		2022	SEMTUR COMTUR

(continua)

ESTRATÉGIAS MACRO	AÇÃO PROPOSTA	INDICADOR	COMO FAZER	ODS	PRAZO	RESPONSÁVEL
Realização de **Campanhas Nichadas** de vendas. **Estratégia Macro 3, 6**	56 - Realização de campanhas nichadas de vendas.	Nº de Campanhas Nichadas para cada segmento dos produtos do destino. segmentado.	Criação de Campanhas Nichadas utilizando o marketing de nichos que tem foco em um público específico e segmentado. Integrar com a ação 48.		2022 a 2024	SEMTUR COMTUR
Trabalho com **influenciadores digitais** (foco na experiência do usuário). **Estratégia Macro 3, 6**	57 - Trabalho com influenciadores digitais (foco na experiência do usuário).	Nº de influenciadores envolvidos para a divulgação do destino.	Convidando influenciadores que aceitem esse desafio: de focar na experiência do usuário.		2022	SEMTUR COMTUR Associações
Montagem de banco de imagens / vídeos do destino. **Estratégia Macro 3, 6**	58 - Montagem de banco de imagens / vídeos do destino.	Montagem de um banco de imagens e vídeos a serem utilizados em todas as campanhas da equipe de *marketing*.	Contratando uma empresa para a criação de um banco de imagens e vídeos para manter a qualidade da divulgação e os direitos autorais sobre as imagens, mas com a possibilidade de poderem ser usadas com fins lucrativos.		2022 a 2024	SEMTUR, COMTUR, Associações, SEGH, CDL

(conclusão)

ESTRATÉGIAS MACRO	AÇÃO PROPOSTA	INDICADOR	COMO FAZER	ODS	PRAZO	RESPONSÁVEL
Programa de Descontos para responder pesquisas sobre o perfil dos turistas. **Estratégia Macro 3**	59 - Elaboração de Programa de Descontos para responder pesquisas sobre o perfil dos turistas.	Nº de empresas envolvidas no Programa de descontos e/ou brindes.	Criando uma logística de aplicação da pesquisa e da distribuição dos brindes.		2023	SEMTUR COMTUR CDL Associações SEGH
Criação de módulos leves, móveis e interativos para o letreiro tipo “**Eu amo Bento”** **Estratégia Macro 3**	60 - Implantação de módulos leves, móveis e interativos para o letreiro tipo “Eu amo Bento”	Módulos instalados com letreiros tipo “Eu amo Bento”. Módulos plásticos leves, móveis e componíveis que possam ser montados pelos próprios visitantes customizando sua foto como uma espécie de poema-concreto.	O que se propõe para Bento são módulos plásticos leves, móveis e componíveis que possam ser montados pelos próprios visitantes customizando sua foto como uma espécie de poema-concreto. Além de leves para serem deslocados deverão ser resistentes para seu empilhamento e possibilidade de que as pessoas subam nos mesmos. Propõe-se dois tipos: Um menor para pequenos espaços e outro maior. O menor terá 4 módulos com os dizeres: BEN | TO | TÔ | BEM. Com isso se cria possibilidade de diversas combinações que ficará a critério do visitante. Ex: TÔ BEM BENTO; TÔ BENTO BEM; BEMBEN TO TÔ. O maior será composto dois módulos: BENTO | IO TI | VOGLIO |TANTO | BENE.		2023	SEMTUR COMTUR

			O uso do idioma italiano faz clara referência à cidade e é de fácil compreensão. Assim como o anterior permite diversas combinações e até supressões com a possibilidade de grupos maiores serem fotografados sobre os módulos montados por eles mesmos. O menor pode ficar localizado na Via del Vino e o maior na Praça Achyles Mincarone, mas pode-se optar para que estejam em outros atrativos turísticos. Em escala reduzida, poderão ser licenciados para produção e venda aos turistas que levarão Bento para casa e poderão montar seus próprios poemas-concretos.			

Quadro 20 – Eixo 8 Monitoramento

(continua)

ESTRATÉGIAS MACRO	AÇÃO PROPOSTA	INDICADOR	COMO FAZER	ODS	PRAZO	RESPONSÁVEL
Utilização de estatísticas de sites como *Booking.com* e *Airbnb* em encontros virtuais de disseminação do conhecimento. **Estratégia Macro 5**	**61** - Realização de qualificação para o empreendedor/*trade* sobre a importância da obtenção, geração e uso de dados do Turismo.	Empreendimentos que usam estatísticas de Sites como *Booking* e *Airbnb*.	Elaborando planilhas de acompanhamento e monitoramento de dados gerados a partir da utilização dos sites por parte dos usuários.		2022 a 2023	IES COMTUR

Intensificação da disseminação de informações, dados e indicadores. **Estratégia Macro 5**	**62** - Implantação do Observatório de Turismo elaboração de método para busca de informações/Dados Observatório Social e Turístico.	Método implantado para disseminação de informações, dados e indicadores.	Realizando parcerias com as IES para a montagem e implantação do Observatório de Turismo.		Continuo	SEMTUR COMTUR ATUASERRA SEGH IES
Identificação de metodologia específica para que todas as Rotas realizem a coleta do fluxo de visitantes de forma unificada. **Estratégia Macro 5**	**63** - Padronização da coleta e registro de dados das Rotas Turísticas.	Nº de Rotas com metodologia específica para a coleta do fluxo de visitantes de forma unificada.	Criando uma nova metodologia que possa realmente identificar o real fluxo de visitantes nas Rotas Turísticas e demais atrativos.		2023	SEMTUR COMTUR Associações
Identificação de áreas turísticas do município que estão sofrendo maior pressão imobiliária. **Estratégia Macro 4, 5**	**64** - Implantação de **sistema para monitoramento do crescimento / adensamento urbano** em áreas de interesse turístico.	Estudo de identificação de áreas turísticas do município que estão sofrendo maior pressão imobiliária.	Realizando uma parceria com o IPURB para a implantação de um sistema capaz de monitorar o adensamento urbano nas áreas de interesse turístico.		Próxima revisão do Plano Diretor.	IPURB COMTUR

(conclusão)

ESTRATÉGIAS MACRO	AÇÃO PROPOSTA	INDICADOR	COMO FAZER	ODS	PRAZO	RESPONSÁVEL
Criação de um banco de dados centralizado com a utilização de uma API *(“Application Programming Interface“)* para comunicação entre as partes. **Estratégia Macro 5**	**65** - Criação de um Sistema integrado entre Prefeitura e estabelecimentos comerciais.	Banco de dados centralizado com a utilização de uma API *(“Application Programming Interface“)*.	Contratando uma empresa que irá criar esse banco de dados.		2023	SEMTUR COMTUR SEGH Associações
Atenção às reclamações / sugestões / elogios dos clientes de forma inteligente e integrada. **Estratégia Macro 5**	**66** - Utilização de um **Sistema Inteligente** de *feedbacks.*	Nº de empresas que utilizam as reclamações / sugestões / elogios dos clientes de forma inteligente e integrada.	Criando um sistema integrado para monitorar as reclamações e sugestões dos visitantes e aplicando nas empresas selecionadas.		2023	SEMTUR COMTUR SEGH Associações
Atenção ao Estudo de Capacidade de Carga. **Estratégia Macro 2, 5**	**67 -** Realização de Estudo de Capacidade de Carga específica para atrativos turísticos e/ou empreendimentos.	Nº de empresas que implantarem o monitoramento da capacidade de carga nos atrativos e empreendimentos	Realizando estudos diferenciados para implantar a capacidade de carga em atrativos e empreendimentos que recebem visitantes		2023	SEMTUR COMTUR SEGH Associações

8 PLANO DE AÇÃO: SELEÇÃO DE PROCEDIMENTOS, AÇÕES E PROJETOS

8.1 VISÃO GERAL E AÇÕES PREVISTAS

Além das definições e estratégias macro identificadas nos quadros anteriores por eixo de atução do PRT, as 67 ações serão agora detalhadas de acordo com os seguintes itens que estão em consonância com o descrito no Termo de Referência do MTur:

A) Ação proposta;

B) Descrição das Ações;

C) Objetivos;

D) Justificativa;

E) Benefícios e Beneficiários;

F) Normas de Licenciamento Ambiental exigidas por Lei;

G) Custo estimado (sempre que possível);

H) Produtos;

I) Resultados.

Observação: As ações que seguem estão apresentadas por Eixo do PRT da MTur, sendo que inicialmente será identificado o Eixo em questão, bem como os objetivos do Plano ao qual as ações estarão vinculadas. As ações descritas e detalhadas referem-se àquelas sugeridas pela Equipe Técnica e pelo *Trade* Turístico elaboradas nas oficinas. As imagens apresentadas no início de cada eixo são referentes aos 17 objetivos de desenvolvimento sustentável, que estão presente na agenda 2030 da ONU.

EIXO 1 – GESTÃO DESCENTRALIZADA DO TURISMO

OBJETIVOS:

- Estabelecer a política e a estratégia de desenvolvimento turístico no município, elaborando a estrutura necessária para promover o alinhamento, a colaboração e a sinergia na execução das ações dos diversos atores envolvidos no processo;
- Incentivar a participação das organizações locais e regionais, tendo como base uma ampla e total integração e participação dos diversos grupos sociais

que tornam viável o desenvolvimento do turismo: poder público, empresários, sociedade civil e instituições de ensino;

- Assegurar a valorização das populações e comunidades locais, seus saberes, conhecimentos, práticas e valores étnicos, assim como possibilitar a preservação e a inserção das populações tradicionais na dinâmica da economia local;

- Estimular o Capital Social (este entendido como a capacidade que uma sociedade possui para cooperar e confiar) entre todos e a formação de parcerias que serão de importância fundamental para o sucesso da implementação deste documento;

- Estabelecer as diretrizes em ressonância com o PNT 2018-2022 e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis da ONU;

Ação proposta 1: Alinhamento das Governanças locais para que os diferentes conselhos sejam fortalecidos e integrados através de Projetos que resultem no desenvolvimento de ações efetivas e sustentáveis. **Estratégia Macro: 1**

A) Descrição da Ação: Esta ação se propõe ao alinhamento das governanças existentes no Município e na região para o desenvolvimento regional visando a sustentabilidade do Turismo local: Governanças Turísticas alinhadas as diretrizes e estratégias do PMT, visando a sustentabilidade do Turismo local;

B) Objetivos: Fortalecer e alinhar a integração entre Conselhos, atores públicos e privados com interface na dimensão socioeconômica do Turismo local para a execução de projetos que resultem em ações efetivas e sustentáveis;

C) Justificativa: Esta ação se justifica devido a necessidade de alinhamento das governanças existentes como Conselhos de Turismo, Cultura, Desenvolvimento, entre outros, e os membros representantes atuantes a fim de conhecerem as ações propostas para o setor turístico e se unirem para analisar e promover o desenvolvimento turístico local através das metas estabelecidas;

D) Benefícios e Beneficiários: Pacto pelo Turismo. Empreendedores do Turismo*, trade*, poder público e privado e, indiretamente, a comunidade como um todo;

E) Normas de Licenciamento Ambiental exigidas por Lei: Não existem

Normas ambientais exigidas por lei para fortalecimento da integração entre conselhos municipais;

F) Custo Estimado: O custo estimado desta ação é o custo individual de cada representante membro dos Conselhos em participar das reuniões previamente agendadas. Não existe um valor geral total, porque todos são voluntários e convidados do poder executivo**.** R$ 0,00;

G) Produtos: Pactos pelo Turismo, neste caso haverá amplo conhecimento dos demais conselhos do executivo municipal e os interesses comuns e parcerias para secretarias e segmentos;

H) Resultados: Conselhos Municipais em alinhamento com o desenvolvimento sustentável para o Turismo, Meio Ambiente e a Cultura.

Ação proposta 2: Democratização e Legitimação dos Conselhos Distritais. **Estratégia Macro: 4.**

A) Descrição da Ação: Esta ação tem como proposição identificar e valorizar os Conselhos Distritais e uniformizar interesses comuns e dar transparência as legitimações propostas pelas comunidades através do orçamento participativo;

B) Objetivos: Criar legislação / estatuto, garantindo que as decisões dos Conselhos Distritais sejam legitimadas e respeitadas;

C) Justificativa: Faz-se necessário esta transparência pelos poderes públicos e privados e se identificam por características próprias de cada segmento. A criação de estatutos próprios e regimentos internos facilitarão o cumprimento das metas estabelecidas por cada distrito e a fusão dos interesses comuns;

D) Benefícios e Beneficiários: Identificação das prioridades dos Conselhos Distritais e a criação de legislações e pactos para o desenvolvimento do Turismo beneficiando os empreendedores envolvidos*, trade*, poder público e privado e, indiretamente, a comunidade em geral;

E) Normas de Licenciamento Ambiental exigidas por Lei: Decreto Nº 10.860, de 16 de março de 2021;

F) Custo Estimado: O custo estimado é nulo, porque são custos individuais de representação por membro ou entidade de forma voluntária. R$ 0,00;

G) Produtos: Conselhos Distritais Deliberativos e fortalecidos;

H) Resultados: Interesses comunitários contemplados e respeitados.

Ação proposta 3: Fortalecimento das redes de cooperação. **Estratégia Macro: 1**

A) Descrição da Ação: Esta ação tem como propósito a formação de líderes por segmentos, pois é imprescindível para a manutenção dos interesses e negócios dos diversos segmentos;

B) Objetivos: Fortalecer as associações e redes de cooperação entre os investidores e empresários, ampliando a cooperação entre os associados;

C) Justificativa: A liderança de empresários unida ao cooperativismo trazem a segurança de realização de bons negócios e a manutenção de produtos com qualidade e competitividade. Fortalecem a rede de empresários dos diferentes setores;

D) Benefícios e Beneficiários: Fortalecimento da cooperação nas Associações com líderes representativos. Fortalecer as Associações Turísticas;

E) Normas de Licenciamento Ambiental exigidas por Lei: Não existem Normas de licenciamento ambiental exigidas por lei para formação de organizações associativas de líderes.

F) Custo estimado: O custo estimado é nulo, pois as associações já existem e a Rede de Cooperação será formada de forma voluntária. R$ 0,00;

G) Produtos: Novas Associações para lideranças representativas;

H) Resultados: Democratização, respeito, legitimidade e transparência – aumento do Capital Social.

Ação proposta 4: Promoção de alianças com as Governanças Regionais que atuam no Desenvolvimento Sustentável da Região Uva e Vinho. **Estratégia Macro: 1**

A) Descrição da Ação: Representantes da ATUASERRA, COMTUR, SEGH, IES, 4Ss e EMATER reunidos para definir: - critérios que determinarão a forma de atuação conjunta destas instituições; identificação de parceiros que atuam no Desenvolvimento Sustentável da Região; ações vinculadas aos propósitos do Desenvolvimento Sustentável para que, de fato, tornem-se presente nos empreendimentos turísticos, bem como nos órgãos públicos;

B) Objetivos: Promover relações que facilitam o Desenvolvimento Sustentável Regional integrado e compartilhado;

C) Justificativa: Para o Programa de Regionalização do Turismo, os princípios da Sustentabilidade são os seguintes: 1 – sustentabilidade ambiental; 2 – sustentabilidade sociocultural; 3 – sustentabilidade econômica; 4 – sustentabilidade político-institucional. Com isso, as relações entre Turismo e sustentabilidade devem ser abordadas por meio desses princípios que norteiam o entendimento de suas diferentes áreas;

D) Benefícios e Beneficiários: Inicialmente, empreendedores do Turismo, *trade*, poder público, visitantes e, indiretamente, a comunidade como um todo, pois terão à disposição informações e critérios para atuarem em conjunto e facilitarem o Desenvolvimento Sustentável Regional;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Não há normas ambientais exigidas para esta ação;

F) Custo Estimado: O custo será apenas para deslocamentos individuais dos participantes, tendo em vista que locais para reuniões poderão ser em ambientes de parceiros, sem pagamentos adicionais e alguns encontros poderão ser virtuais, também sem custos. R$ 0,00;

G) Produtos: Produção turística diversificada;

H) Resultados: Fortalecimento do Destino Uva e Vinho com apoio /aporte do destino indutor. Fortalecimento dos princípios de Desenvolvimento Sustentável; Preservação da Identidade Regional.

Ação proposta 5: Disseminação e suporte para a implementação do Plano Municipal deTurismo. **Estratégia Macro: 2.**

A) Descrição da Ação: Esta ação consiste em dar suporte para que todas as APDs possam ser executadas bem como seu monitoramento. Precisa ser priorizada e acompanhada pelo executivo e governanças sob a supervisão da Secretaria Municipal de Turismo;

B) Objetivos: Dar suporte para que seja possível implantar ações do Plano Municipal de Turismo com sustentabilidade no município;

C) Justificativa: Conforme diretrizes do Programa de Regionalização do MTur este documento é imprenscindível para o planejamento turístico a longo prazo, porque atende objetivos, prazos e metas a serem alcançadas para o desenvolvimento do setor de forma supervisionada pelo COMTUR e Entidades do Trade Turístico;

D) Benefícios e Beneficiários: Plano Municipal de Turismo implementado. Beneficiará os empreendedores do Turismo, *trade*, o poder público, visitantes e, indiretamente, a comunidade como um todo;

E) Normas de Licenciamento Ambiental exigidas por Lei: Lei municipal Nº 171/1965, de 11 de maio de 1965 – Criação do Conselho Municipal de Turismo de Bento Gonçalves;

F) Custo estimado: O custo estimado desta ação é o custo individual de cada representante membro dos Conselhos em participar das reuniões previamente agendadas. Não existe um valor geral total, porque todos são voluntários e convidados do poder executivo. R$ 0,00;

G) Produtos: Plano Municipal de Turismo monitorado;

H) Resultados: Os resultados podem ser esperados a partir dos 80% das ações do Plano a medida que forem sendo implantadas.

Ação proposta 6: Fortalecimento das Zonas de Interesse Turístico, no Zoneamento Rural – Distrito de Eulália na próxima revisão do Plano Diretor Municipal de Bento Gonçalves. **Estratégia Macro: 1.**

A) Descrição da Ação: Revisão do Macrozoneamento Rural constante no Plano Diretor Municipal de forma a fortalecer e valorizar o Aglomerado Funcional da Eulália;

B) Objetivos: Fortalecer as Zonas de Interesse Turístico. Revisar Zoneamento Rural – Distrito de Eulália do Plano Diretor Municipal;

C) Justificativa: Pela sua rica paisagem natural e cultural, e potencial turístico, a Linha Eulália, denominada no Plano Diretor Municipal como um Aglomerado Funcional, pode se caracterizar como uma Macrozona Rural (Distrito), a partir de uma nova configuração dos limites dos Distritos de Faria Lemos e do Vale dos Vinhedos. A criação do Distrito Eulália possibilita uma legislação de uso, ocupação e parcelamento do solo, e incentivos específicos apropriados às características da região e as demandas da população local;

D) Benefícios e Beneficiários: Plano Diretor revisado. Empreendedores do Turismo, poder público e, indiretamente, a comunidade como um todo;

E) Normas de Licenciamento Ambiental exigidas por Lei: Lei complementar Nº 200/2018, de 27 de julho de 2018 – Plano Diretor Municipal de Turismo de Bento Gonçalves. Cap. I – DO ZONEAMENTO RURAL / SEÇÃO I DAS

DISPOSIÇÕES GERAIS, Art.32;

F) Custo estimado: Recursos humanos do IPURB, eventualmente com consultoria externa, com honorários aproximados de R$ 350.000,00 (trezentos e cinquenta mil reais) quando ocorrer a revisão integral do Plano Diretor Municipal (possivelmente em 2028);

G) Produtos: Plano Diretor revisado;

H) Resultados: Reedição da Lei do Perímetro Urbano, da Lei de Parcelamento do solo, Legislação de Impacto de Vizinhança, Zoneamento Econômico-Ecológico e demais diplomas legais.

Ação proposta 7: Solicitação de assento no Comitê de Gerenciamento da Bacia do Taquari Antas. **Estratégia Macro: 2.**

A) Descrição da Ação: Solicitar participação de profissional com entendimento regional sobre Turismo, em caráter deliberativo no Comitê de Gerenciamento da Bacia do Taquari Antas;

B) Objetivos: Solicitar assento no Comitê de Gerenciamento da Bacia do Taquari Antas para discutir as atividades relacionadas às práticas de esportes náuticos, além da manutenção do insumo para os visitantes;

C) Justificativa: Manutenção e reconhecimento da importância dos usos múltiplos da água e seu papel como suporte ao desenvolvimento regional. Os Planos de Bacia servem de elementos motivadores e indutores da gestão descentralizada e participativa, uma vez que são aprovados pelo comitê de bacia. Estabelecem metas e soluções de curto, médio e longo prazos para os problemas da bacia relacionados à água;

D) Benefícios e Beneficiários: Empreendedores de atividades desenvolvidas na água. Como as metas e as soluções são negociadas entre os atores que atuam na bacia hidrográfica, representados pelos membros do respectivo Comitê, esses devem acompanhar a execução das ações propostas para o alcance de tais metas;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Lei Nº 10.350, de 30 de dezembro de 1994. Decreto 36.055, de 04 de julho de 1995. Resolução RS 03, de 28 de agosto de 1997. Cumprir os compromissos das agendas dos Comitês;

F) Custo Estimado: Não há custos. Apenas participação, quando houver reuniões presenciais – participação por adesão. R$ 0,00;

G) Produtos: Apoio e representatividade efetiva do Turismo no Comitê.

Participação da área de Turismo nas decisões desenvolvimento dentro da Bacia;

H) Resultados: Melhor desenvolvimento das ações de Turismo e possíveis encaminhamentos para o Turismo Náutico na região.

Ação proposta 8: Alinhamento com o COREDE SERRA para elaboração do Planejamento Metropolitano da Serra Gaúcha. **Estratégia Macro: 5.**

A) Descrição da Ação: Participação dos funcionários do quadro do município, no Planejamento Metropolitano da Serra Gaúcha;

B) Objetivos: Alinhar com o COREDE SERRA, desenvolvimento de Consórcios Técnicos para temas específicos;

C) Justificativa: Expectativa de participação para maior desenvolvimento das potencialidades de cada município e identificação da forma de trabalho em um município que atenda, de forma simultânea, mais de um município;

D) Benefícios e Beneficiários: Agilidade na tomada de decisões, beneficiando a todos os moradores do município, posto que uma ação de melhoria nas áreas como drenagem e resíduos sólidos acaba por beneficiar a região toda, inclusive sob a ótica da viabilidade econômica;

E) Normas de Licenciamento Ambiental exigidas por Lei: Lei 10257. LEI nº 10.257, DE 10 DE JULHO DE 2001; Constituição Federal, artigos 182 e 183, Lei Nacional nº 10.2574/ 2001 (Estatuto das Cidades), artigo 1º, IV; artigo 4º, III, a; artigos 39, 40, 41 e 42;

F) Custo estimado: Apenas participação, quando houver reuniões presenciais – participação por adesão. R$ 0,00;

G) Produtos: Definição do marco legal em todo o território do COREDE SERRA;

H) Resultados: Ações coletivas. Planejamento Metropolitano da Serra Gaúcha.

EIXO 2 – PLANEJAMENTO E POSICIONAMENTO DE MERCADO

OBJETIVOS:

- Incentivar a participação das organizações locais e regionais, tendo como base uma ampla e total integração e participação dos diversos grupos sociais que tornam viável o desenvolvimento do turismo: poder público, empresários, sociedade civil e instituições de ensino;

- Aumentar a demanda turística do município de forma organizada, sistematizada e sustentável promovendo a integração da comunidade local junto à atividade turística;
- Assegurar uma forma de desenvolvimento economicamente eficiente, socialmente justo e ambientalmente equilibrado, compatível com o uso racional dos recursos naturais, com a conservação da biodiversidade local, sem desconsiderar as particularidades culturais, sociais, históricas e étnicas do destino;
- Aprimorar a oferta turística;

Ação proposta 9: Elaboração de projetos com escolas para conhecer as Rotas turísticas e atrativos (Naturais e Culturais). **Estratégias Macro: 1, 2,3.**

A) Descrição da Ação: Turismo nas Escolas visa promover o Turismo estudantil junto aos produtos e Rotas turísticas consolidadas em Bento Gonçalves;

B) Objetivos: Elaborar projetos com escolas para fortalecer as rotas turísticas e atrativos pela comunidade local;

C) Justificativa: O Turismo vem fortalecer a autoestima dos alunos de Bento Gonçalves através do sentimento de pertencimento a localidade e a valorização das atividades econômicas que dão suporte a atividade turística. Sem dúvida, haverá a experiência do saber fazer junto aos empreendimentos e o conhecimento da história e da cultura ainda preservada na localidade;

D) Benefícios e Beneficiários: Maior reconhecimento dos produtos e atrativos do município, e os beneficiários são as famílias dos alunos e a comunidade escolar;

E) Normas de Licenciamento Ambiental exigidas por Lei: Não há necessidade de licenciamento ambiental, mas o guiamento profissional de um guia de turismo e o acompanhamento de um professor;

F) Custo estimado: O custo deverá ser o valor do transporte turístico e ou escolar além do valor de ingressos a alguns empreendimentos e de um lanche-alimentação. Dependerá do número de escolas e turmas de alunos a se beneficiarem desta ação. R$ 500,00 por Rota = R$ 2.500,00 (total de cinco rotas);

G) Produtos: Visitas de reconhecimento para escolas municipais e particulares;

H) Resultados: Inserção da comunidade estudantil no processo turístico do município.

Ação proposta 10: Visitas e passeios para a comunidade local. **Estratégia Macro: 1, 3.**

A) Descrição da Ação: Propor a oferta de visitas e passeios a comunidade local em períodos de baixa temporada no circuito histórico e central da cidade de Bento Gonçalves e no meio rural;

B) Objetivos: Oportunizar a comunidade visitas aos roteiros e atrativos turísticos para que conheçam e possam informar corretamente os turistas e estimular o espírito de pertencimento ao local;

C) Justificativa: Justifica-se pela questão de que uma comunidade valoriza e preserva o que conhece, sendo assim esta ação uma oportunidade de realizar visitação técnica para a comunidade interessada em melhor conhecer seu próprio território;

D) Benefícios e Beneficiários: Visitação aos roteiros, reconhecimento dos atrativos. Os beneficiários será a própria comunidade local;

E) Normas de Licenciamento Ambiental exigidas por Lei: Não há necessidade de licenciamento ambiental, mas o guiamento profissional de um guia de turismo;

F) Custo estimado: O custo deverá ser o valor do transporte turístico além do valor de ingressos a alguns empreendimentos e de alguma degustação e compras de lembranças Dependerá do valor do pacote oferecido por alguma agência de turismo receptiva: Transporte com valor acessível. R$ 500,00 por Rota = R$ 2.500,00 (cincorotas);

G) Produtos: *Walking Tour* da via Del Vino, entre outros, junto as rotas e o cicloturismo guiado;

H) Resultados: Inserção da comunidade local no processo turístico do município.

Ação proposta 11: Implantação de transporte turístico. **Estratégia Macro:3, 4.**

A) Descrição da Ação: Desenvolvimento de trajeto para transporte rodoviário,

através de ônibus ou micro-ônibus que percorra as cinco Rotas de maior circulação no município de Bento Gonçalves;

B) Objetivos: Realizar estudos sobre novas linhas turísticas para circular entre as Rotas;

C) Justificativa: Fomentar o desenvolvimento das rotas através da ligação entre elas, com o uso de transporte que permita o melhor aproveitamento do tempo e agilidade;

D) Benefícios e Beneficiários: Agilidade no deslocamento entre as Rotas Turísticas. Turistas e comunidade local;

E) Normas de Licenciamento Ambiental exigidas por Lei: Lei Municipal nº 5.433, de 16 de fevereiro de 2012;

F) Custo estimado: R$ 850.00,00 por Rota;

G) Produtos: Linha Turística semanal;

H) Resultados: Facilidade de acesso dos turistas às Rotas.

Ação proposta 12: Estudo para reconhecimento de boas práticas de Sustentabilidade para o Turismo. **Estratégia Macro: 2.**

A) Descrição da Ação: O estudo deverá identificar e descrever os conceitos para um pleno entendimento das dimensões ambiental, econômica, social, espacial e política das práticas de Sustentabilidade. Nesse contexto, a utilização de indicadores socioambientais passa a ser fundamental para alcançar a efetividade de um Turismo com práticas sustentáveis. Assim, os impactos e/ou conflitos gerados por um empreendimento deverá ter a aplicação de uma ação de monitoramento/mensuração para acompanhar esses impactos;

B) Objetivos: Identificar atividades práticas de sustentabilidade para o Turismo;

C) Justificativa: O estudo a ser desenvolvido permitirá que os empreendedores possam fortalecer a ideia de sustentabilidade ambiental no âmbito do Turismo. A cada ano que passa, estabelecem-se princípios turísticos com características ambientalistas e educacionais que devem passar a ser inerentes nas diversas práticas do Turismo, ou seja, devem ser atividades que promovam o uso sustentável dos recursos, que sejam economicamente viáveis e envolvam as populações locais. Entre as muitas vantagens de se fomentar o estudo para reconhecimento de boas práticas de Sustentabilidade para o Turismo, destaca-se a

de ser uma atividade de baixo impacto ambiental. Com isso, pretende-se que os empreendedores entendam que estabelecer, na atividade turística, uma oportunidade econômica para a construção de uma região com bases em preceitos sustentáveis é um dos grandes desafios atuais;

D) Benefícios e Beneficiários: Todo o *trade* turístico com o aumento de empreendimentos voltados as práticas de Sustentabilidade associadas ao Turismo. Encaminhamentos para tornar o município reconhecido como Destino Sustentável, ampliando o fluxo e a permanência do visitante;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Constituição Federal de1988 – Art. 37, 70,170 (IV), 173, 174, 225; Lei nº 6.938 de 31/08/1981; Lei nº 10.295 de 17/10/2001; Lei Complementar nº 123 de 14/12/2006; Lei nº 12.349 de 15/12/2010; Lei nº 12.305, de 02/08/2010;

F) Custo Estimado: O estudo a ser desenvolvido e ofertado à iniciativa pública e privada poderá ser feito por equipe própria da prefeitura ou contratação de consultorias especializadas em princípios e práticas de Sustentabilidade, com valores a serem definidos de acordo com o número de envolvidos, bem como de ações priorizadas. R$ 35.000,00;

G) Produtos: Atividades diversificadas envolvendo os empreendedores;

H) Resultados: Implementação de Boas Práticas Sustentáveis para o Turismo. Atividades de baixo impacto ambiental. Imagem de Cidade Sustentável.

Ação proposta 13: Diversificação das atividades turísticas para público infantojuvenil. **Estratégia Macro: 3**

A) Descrição da Ação: Esta ação deverá contemplar a formatação de produtos para o público infantojuvenil e oportunizar criar mais um nicho de Mercado para gerar mais atividades e animação e lazer em Bento Gonçalves e região;

B) Objetivos: Ampliar a oferta turística do município formatando novos produtos turísticos para o público infantojuvenil;

C) Justificativa: As atividades turísticas apresentadas no destino são, de um modo geral, mais voltadas aos adultos, sendo necessário a elaboração de novas atividades que possam ser disponibilizadas ao público infantojuvenil, que vem acompanhado dos pais e familiares. Além disso, essa ampliação de oferta turística poderá ampliar a presença destes visitantes no município por mais dias e pernoites;

D) Benefícios e Beneficiários: Essas atividades beneficiarão

empreendedores, *trade* e comunidade de toda a região do Vale do Rio das Antas;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: A Secretaria responsável pelo Turismo e pelo Meio Ambiente precisarão criar uma sinergia e regramento para utilização do espaço público e para o lazer e entretenimento seguro e responsável;

F) Custo Estimado: Consultas e autorizações junto aos órgãos responsáveis deverão ser feitas por equipe da própria prefeitura, envolvendo a esfera da administração municipal para contratação de consultorias especializadas para a definição e formatação de novas atividades de Ecoturismo, Turismo de Aventura e Turismo Rural, com valores a serem definidos de acordo com o número de envolvidos, bem como de ações priorizadas. R$ 35.000,00;

G) Produtos: Novos produtos turísticos de Ecoturismo, Turismo de Aventura e Turismo Rural no município de Bento Gonçalves;

H) Resultados: Aumento da oferta de produto turístico para atendimento do público infantojuvenil; aumento da permanência do turista; aumento da divulgação através das fotos postadas; integração com a região; aumento do fluxo turístico no Vale do Rio das Antas e seu Turismo Náutico; incremento do **Turismo Aventura, Ecoturismo, Turismo Náutico e Rural;** ampliação de ações do Turismo Sustentável.

Ação proposta 14: Diversificação das atividades turísticas de Turismo Aventura e Ecoturismo, bem como Turismo Náutico. **Estratégia Macro: 2, 3.**

A) Descrição da Ação: Este estudo deverá contemplar a possibilidade de diversificar a oferta turística através de atividades ainda não realizadas no destino ou ampliar as atividades já desenvolvidas. Definição de atividades de aventura e ecoturismo com identificação de possíveis empreendedores para a sua realização. Propõe-se estudo sobre atividades náuticas às margens do Rio das Antas para uso pela população e turista com integração ao Turismo Náutico existente, porém incipiente. Neste local, poderá existir um Memorial sobre a ponte e sua construção e sobre o Rio das Antas – sua formação e importância no imaginário da região e seu papel na economia por ser uma via de acesso e escoamento da produção realizada pelos balseiros;

B) Objetivos: Ampliar as atividades de aventura e ecoturismo através de experiências do turista utilizando sons, sabores e costumes e implementar atividades

náuticas no Rio das Antas;

C) Justificativa: As atividades turísticas que envolvem experiências, “experimentar”, “vivenciar” são uma forma diferenciada de oferecer os produtos turísticos e envolver o cliente a partir de momentos significativos para conseguir atraí-lo e fidelizá-lo. A OMT escreveu que o turista do novo milênio deseja “viajar para destinos onde mais do que visitar e contemplar fosse possível também sentir, viver, emocionar-se e ser personagem de sua própria viagem” (OMT, 2019, p.1). Baseado nesses preceitos, sabe-se que a Região Uva & Vinho é uma referência nacional no Turismo de Experiência, portanto, torna-se mais fácil implantar novas atividades, em que se utilize mais ainda sons, sabores e costumes associados aos ambientes naturais onde podem ser realizadas as atividades náuticas;

D) Benefícios e Beneficiários: Essas atividades beneficiarão empreendedores e comunidade de toda a região do Vale do Rio das Antas, o Turismo regional com o município de Veranópolis, o município de Bento Gonçalves e a economia com aporte de investimento e geração de emprego e renda com as novas atividades;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Lei nº 11.771/2008. Decreto 7.381, de dezembro de 2010. ABNT NBR ISO 21101:2014. Norma ISO 21.101/2018;

F) Custo Estimado: Consultas e autorizações junto aos órgãos responsáveis deverão ser feitas por equipe da própria prefeitura, envolvendo a esfera da administração municipal para realização de práticas do Turismo Náutico. Contratação de consultorias especializadas para a definição e formatação de novas atividades de Ecoturismo, Turismo de Aventura e Turismo Náutico, com valores a serem definidos de acordo com o número de envolvidos, bem como de ações priorizadas. R$ 35.000,00;

G) Produtos: Novos produtos turísticos de Ecoturismo, Aventura e Náutico no município de Bento Gonçalves;

H) Resultados: Aumento da oferta de produto turístico; aumento da permanência do turista; aumento da divulgação através das fotos postadas; integração com a região; aumento do fluxo turístico no Vale do Rio das Antas e seu Turismo Náutico; incremento do Turismo de Aventura, Ecoturismo e Turismo Náutico; ampliação de ações do Turismo Sustentável.

Ação proposta 15: Estudo para implantação de um museu com projeto de arquiteto de referência internacional (*starchitect*). **Estratégia Macro: 3, 4.**

A) Descrição da Ação: Realização de concurso público internacional para seleção de projeto de arquitetura excepcional para implantação de edifício de uso cultural na cidade;

B) Objetivos: Elaborar projeto para implantar um edifício ícone – Museu – para colocar a cidade de Bento Gonçalves no mapa mundial da arquitetura contemporânea internacional;

C) Justificativa: Muitas cidades já utilizaram essa estratégia, da criação de edifícios-símbolo, para posicionarem-se no cenário internacional dos destinos turísticos, tomando-se como exemplo, o caso da cidade de Bilbao (Espanha) com a implantação do Museu Guggenheim, projetado pelo arquiteto norte-americano Frank Gehry, ou ainda Sydney (Austrália), que definitivamente entrou no imaginário mundial após a construção da Opera House, resultado de um concurso internacional de projetos, que foi vencido pelo premiado arquiteto dinamarquês Jørn Utzon;

D) Benefícios e Beneficiários: O reconhecimento da cidade como um local aberto à arquitetura contemporânea de qualidade indica novas possibilidades de exploração do Turismo (arquitetônico e internacional), beneficiando a cidade como um todo, elevando o orgulho da população local, desenvolvendo a cultura da região, incrementando o fluxo turístico e potencializando as atividades ligadas ao setor turístico;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Deverão ser consultadas a Lei Complementar 200/2018 (que dispõe sobre a ordenação territorial, política de desenvolvimento e expansão urbana e institui o Plano Diretor municipal), a Lei Complementar 191/2016 (institui o Código de Edificações municipal), assim como na legislação ambiental municipal, sendo as princípais referências a Lei Ordinária 4000/2006 (dispõe sobre a política ambiental do meio ambiente), Decreto Municipal 10.819/2021 (dispõe sobre o licenciamento ambiental municipal), e as Resoluções do CONSEMA 372/2018 e 437/2020. Ainda quando ao desenvolvimento do projeto da edificação em si, deverão ser atendidas todas as Normas Técnicas (NBR) pertinentes ao tema, podendo se destacar como as mais relevantes a 15.575 (Norma de Desempenho) e 9050 (Norma de Acessibilidade), 9077 (Saídas de Emergência), e 13.532 (Elaboração de Projeto de Edificações - Arquitetura);

F) Custo Estimado: Valor estimado para desenvolvimento de um concurso

internacional de projeto, contratação dos projetos de arquitetura e complementares de engenharia, e execução da obra. Não está incluso nesta estimativa valor do terreno onde a edificação será implantada. R$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais);

G) Produtos: Edificação de uso público, preferencialmente cultural (p.e. museu, centro de visitantes etc.), com arquitetura de qualidade excepcional;

H) Resultados: Atração de turistas interessados em arquitetura, desenvolvimento da cultura local, criação de uma imagem internacional da cidade a partir de um edifício- símbolo.

Ação proposta 16: Conclusão do Inventário do Patrimônio Cultural. **Estratégia Macro: 2.**

A) Descrição da Ação: O Inventário do Patrimônio Cultural deverá ser complementado e atualizado. fornecendo um retrato completo e atualizado da situação do Patrimônio Cultural. As fichas deverão fornecer as informações completas do proprietário, localização, levantamento fotográfico e arquitetônico, análise da sua conservação e importância para preservação;

B) Objetivos: Concluir a revisão e ampliação do Inventário do Patrimônio Cultural e classificação de seus bens em níveis de preservação e valorização;

C) Justificativa: O atual inventário foi realizado entre 1994 e 1996, estando defasado, visto que 11% dos imóveis já foram demolidos, 3% estão em ruínas e 15% têm informações incompletas. Um inventário completo e atualizado é fundamental para a preservação e valorização do patrimônio cultural e orientação das políticas culturais e turísticas;

D) Benefícios e Beneficiários: O inventário atualizado beneficiará toda a comunidade, os empreendedores do *trade* turístico que terão à disposição informações e regras claras para o aproveitamento desse patrimônio e os turistas que poderão conhecer e usufruir dele;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Atender à Lei Nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998 que dispõe sobre as sanções penais e administrativas derivadas de condutas e atividades lesivas ao meio ambiente, e dá outras providências, principalmente a Seção IV que trata dos Crimes contra o Ordenamento Urbano e o Patrimônio Cultural e considere a alteração dada pela Lei Lei nº 12.408, de 2011;

F) Custo Estimado: O inventário pode ser realizado por equipe de funcionários municipais ou com estabelecimento de convênios com universidades. Para contratação por edital, estima-se um custo de aproximadamente R$ 350.000,00;

G) Produtos: Mapa completo do Patrimônio Cultural do município;

H) Resultados: Conhecimento da extensão do patrimônio cultural e seus graus de importância com regras claras sobre seu uso, preservação e ampliação.

Ação proposta 17: Formatação de uma Rota de Compras. **Estratégia Macro: 3.**

A) Descrição da Ação: Formatação de forma coletiva, uma Rota de Compras, envolvendo as Rotas Turísticas e o comércio do centro da cidade;

B) Objetivos: Formatar uma Rota de Compras, ampliando as possibilidades do comércio local;

C) Justificativa: O Turismo de Compras é um segmento da oferta turística que vem crescendo e destacando-se em âmbito mundial. O brasileiro recebe destaque em grandes destinos internacionais de compras pelo seu hábito de comprar. As viagens motivadas por compras possuem papel importante na escolha de alguns destinos turísticos, os quais necessitam estruturar-se e preparar-se para receber esse tipo de visitante. Bento Gonçalves já formatou, no passado, uma Rota de Compras que não se identificou na fase do diagnóstico deste trabalho. O município possui inúmeros produtos com qualidade e diversidade, propiciando um ambiente ideal para o desenvolvimento do Turismo de Compras;

D) Benefícios e Beneficiários: Estas atividades beneficiarão os empreendedores das Rotas e do centro da cidade, oportunizando aos turistas a identificação do quê e o quê comprar de forma orientada;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Os licenciamentos serão aqueles já autorizados para a produção dos insumos e os produtos estarão sendo oferecidos nas empresas já estabelecidas ou a estabelecer-se. Lei nº 11.771/08, de 17 de setembro de 2008;

F) Custo Estimado: Contratação de consultorias especializadas para a definição e formatação da nova Rota com valores a serem definidos de acordo com o número de envolvidos, bem como de ações priorizadas. R$ 30.000,00. O SEBRAE possui uma metodologia para a formatação de produtos turísticos – recomenda-se

consultar essa entidade;

G) Produtos: uma Rota Turística de Compras;

H) Resultados: Aumento da oferta de produto turístico; aumento da permanência do turista; aumento da comercialização de produtos do município; orientação aos turistas sobre onde e o quê comprar.

Ação proposta 18: Elaboração de uma proposta para integrar o município na Rede de Cidades Criativas no setor da Gastronomia: Enoturismo. **Estratégia Macro: 1.**

A) Descrição da Ação: Estabelecimento de um grupo de trabalho para estruturar uma proposta, que inclui o planejamento e a perspectiva do que a cidade pretende fazer para potencializar, ainda mais, o cenário gastronômico. Apesar de tratar-se de uma disputa concorrida, o município possui todos os atributos para integrar a Rede de Cidades Criativas da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO);

B) Objetivos: Elaborar uma proposta a ser encaminhada a UNESCO para que Bento Gonçalves integre a **Rede Mundial de Cidades Criativas** com o intuito de acelerar o desenvolvimento, a partir da produção e das competências socioeconômicas locais, desenvolvendo e implementando projetos de qualificação focados na gastronomia – Enoturismo. A UNESCO criou essa REDE no ano de 2004 com o objetivo de seus membros compartilharem as melhores práticas e desenvolvem parcerias pela promoção e valorização da criatividade e integração da cultura em planos de desenvolvimento urbano, em um ou mais de um dos sete campos criativos definidos pela própria UNESCO, são eles: Artesanato, Design, Cinema, Gastronomia, Literatura, Mídia e Música;

C) Justificativa: Reis (2011 apud Ashton 2018) afirma que as cidades estão em transformação constante e devem ter suas bases calcadas na economia da cultura criativa, baseada na inovação, que possa gerar competitividade econômica e qualidade de vida urbana. Considera as cidades criativas como exemplo de inovação e criatividade fundadas na cultura. Landry (2013 apud Ashton 2018) criou o termo e o conceito das cidades criativas como espaços para pensar, planejar e agir com imaginação, criando oportunidades e resolvendo seus problemas locais de forma criativa. Na perspectiva de Howkins (2013 apud Ashton 2018), a Cidade Criativa tem muitas pessoas e mercados mais ativos, ambientes construídos apropriados,

conectados e com aprendizado mais rápido, colaboração mais fácil e novidade mais estimulante. **O patrimônio cultural e os ativos criativos atuais da cidade devem ser os pilares para construir um plano de ação voltado para o desenvolvimento sustentável**. Eles representam a valorização e aproveitamento de todo o patrimônio local, ou seja, do capital humano e seus saberes e fazeres; do natural e suas paisagens; do urbano e seu cotidiano; do industrial e sua produção.Todo esse capital disponível foi formado a partir das habilidades e capacidades dos habitantes, formando a tradição criativa local e a vocação do lugar (CHAGAS; STORINO, 2014; UNESCO CREATIVE CITIES, 2015 apud ASTHON; NUNES, 2018);

D) Benefícios e Beneficiários: Acelerar o desenvolvimento da cidade através da nova economia baseada na cultura da criatividade, exaltando e valorizando a vocação cultural local e as novas tecnologias para a inovação. Os beneficiários serão os próprios moradores, a região e seus visitantes;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Não há licenciamento para a elaboração de uma proposta para integrar a Rede Mundial de Cidades Criativas;

F) Custo Estimado: Contratação de consultoria especializada para a definição e elaboração da proposta. R$ 40.000,00;

G) Produtos: Proposta para integrar a Rede Mundial de Cidades Criativas da UNESCO;

H) Resultados: Integrar a Rede Mundial de Cidades Criativas da UNESCO no escopo da Gastronomia – Enoturismo.

EIXO 3 – QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL DOS SERVIÇOS E DA PRODUÇÃOASSOCIADA

OBJETIVOS:

- Estabelecer a política e a estratégia de desenvolvimento turístico no município, elaborando a estrutura necessária para promover o alinhamento, a colaboração e a sinergia na execução das ações dos diversos atores envolvidos no processo;
- Fortalecer parcerias, construir novas relações, dividir as responsabilidades e, principalmente, agir e executar, transformando o planejamento em ações práticas concretas;

- Estabelecer o papel de cada um dentro do processo de desenvolvimento do Turismo; cada parte tem um papel a cumprir, cada qual tem sua cota de responsabilidade e devem ser agentes de transformação, tornando-se, assim, protagonistas desse processo;
- Aprimorar a oferta turística;
-Tornar o destino turístico Bento Gonçalves como uma referência internacional de Enoturismo;

Ação proposta 19: Elaboração de critérios mínimos para o atendimento ao turista. **Estratégia Macro: 3.**

A) Descrição da Ação: em consenso com os membros do COMTUR, deverão ser elaborados critérios mínimos para a o atendimento ao turista;

B) Objetivos: Aprimorar o atendimento ao turista através de procedimentos padrão a ser desempenhado pelos profissionais de serviços turísticos dos diversos setores como hospedagem, agenciamento, transportes, comércio, transportes e guiamento;

C) Justificativa: A qualificação é um dos programas essenciais do MTur para todos os municípios turísticos que fazem parte do mapa do Turismo do Brasil, sendo assim Bento Gonçalves é um dos destinos indutores e precisa ter indicadores junto aos prestadores de serviços turísticos da ampla cadeia produtiva local;

D) Benefícios e Beneficiários: Melhoria no atendimento e acolhimento ao turista. Visitantes, empreendedores e poder público;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Não é exigida esta Norma de licenciamento ambiental nesta ação;

F) Custo Estimado: Os critérios poderão ser elaborados pela equipe da SEMTUR com apoio do COMTUR, não gerando custo ao município. R$ 0,00;

G) Produtos: Manual de atendimento, cursos *on line*, treinamentos operacionais presenciais;

H) Resultados: Melhoria no atendimento e acolhimento ao turista. Aumento de empregos e de renda para a comunidade local.

Ação proposta 20: Desenvolvimento da cultura do Turismo em todos os segmentos, incluindo a população. **Estratégia Macro: 2.**

A) Descrição da Ação: Através de campanhas publicitárias divulgadas

através de vídeos e redes sociais, através de palestras de sensibilização, entre outras ações que visem estimular a cultura turística no município;

B) Objetivos: Incentivar a inclusão da cultura do Turismo em diferentes segmentos, permitindo a inclusão da população;

C) Justificativa: um município que visa desenvolver o Turismo necessita implantar a cultura do Turismo na sua população;

D) Benefícios e Beneficiários: Envolvimento maior com a cultura do Turismo. Representantes do poder público e privado;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: não há;

F) Custo Estimado: Os custos podem ser estimados pela SEMTUR conforme as campanhas e demais produtos a serem validados pelo COMTUR e Governanças locais. A estimativa para esta ação deverá ficar em R$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) inicialmente, ou curto prazo;

G) Produtos: Palestras, vídeos, campanhas publicitárias e promocionais;

H) Resultados: Maior sensibilização da importância do Turismo por parte do *trade* e da comunidade;

Ação proposta 21: Identificação de Necessidades para a Qualificação do Atendimento ao Turista/Visitante. **Estratégia Macro: 3.**

A) Descrição da Ação: Aplicação de pesquisa para identificação das necessidades de qualificação para os prestadores de serviços turísticos e do comércio. Este estudo deverá contemplar uma estrutura de conteúdos informativos sobre a oferta turística local e regional que permitam ao turista ter segurança durante sua estada no município. Deverão ser contemplados assuntos de interesse da Secretaria de Turismo para o envolvimento da comunidade;

B) Objetivos: Identificar as necessidades de qualificação para os prestadores de serviços turísticos e do comércio;

C) Justificativa: Somente com o conhecimento da realidade é possível realizar ações assertivas. Esta ação justifica-se para melhor compreender as necessidades de capacitação dos atores sociais que atuam no Turismo e atividades relacionadas;

D) Benefícios e Beneficiários: Atores sociais capacitados têm seu crescimento pessoal e profissional reconhecido, beneficiam a empresa com o aumento da produtividade e proporcionam uma experiência positiva ao visitante;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Lei 11.771/2008;

F) Custo Estimado: O estudo poderá ser realizado pela equipe da SEMTUR com apoio do COMTUR através de plataformas digitais não gerando custos ao poder executivo do município. R$ 0,00;

G) Produtos: Mapa das necessidades de capacitação;

H) Resultados: Aumento da oferta de cursos de capacitação. Profissionais mais qualificados e melhoria do atendimento e consequente fidelização de clientes e visitantes.

Ação proposta 22: Incentivo ao registro CADASTUR. **Estratégia Macro: 1.**

A) Descrição da Ação: Esta ação visa incentivar o *trade* turístico local para cumprir com a obrigatoriedade deste cadastramento de âmbito nacional. A Secretaria de Turismo poderá realizar oficinas de qualificação e premiações para atividades realizadas para a hospedagem, agenciamento, locação de veículos, transportes turísticos, guiamento, alimentação em restaurantes turísticos, vinícolas e locais para eventos, lazer e entretenimento;

B) Objetivos: Incentivar a todos os prestadores de serviços das Atividades Características do Turismo (ACT) a realizarem seu cadastro no CADASTUR;

C) Justificativa: O Cadastro dos Prestadores de Serviços do Ministério do Turismo (CADASTUR) é um instrumento para ordenar e conhecer a oferta de serviços nos municípios turísticos. Com esse incentivo, haverá uma maior aproximação do poder público e o privado. O CADASTUR tem se tornado uma importante ferramenta de planejamento e atuação do governo para fomentar o desenvolvimento de políticas públicas para o setor de Turismo e uma referência para consulta do mercado turístico brasileiro;

D) Benefícios e Beneficiários: O CADASTUR atualizado beneficiará toda a comunidade, os empreendedores do *trade* turístico que terão à disposição informações e serviços, além de Normas definidas pelo poder público federal, estadual e municipal. O aproveitamento dessas informações para a Secretaria de Turismo de Bento Gonçalves e para os turistas que poderão conhecer e usufruir dos produtos oferecidos com mais segurança;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Lei 11.771/2008;

F) Custo Estimado: O CADASTUR é gratuito e pode ser realizado por equipe de funcionários das empresas privadas e por profissionais como guias de turismo e

consultores com CNPJ. R$ 0,00;

G) Produtos: Gerar uma rede de empresas ligadas ao turismo no mapa turístico do município e do estado do RS. Entre os resultados esperados, pode-se criar uma consciência de boas práticas e obrigações a todos que optaram pelo setor turístico;

H) Resultados: Conhecimento da extensão dos cadastros junto ao MTUR e suas atividades, confiança e zelo no atendimento ao visitante e atendimento a um dos critérios para a atualização do Mapa Turístico do Programa de Regionalização doTurismo (PRT).

Ação proposta 23: Realização de Programa de Capacitação para o *Trade* com foco na comercialização do destino Bento Gonçalves. **Estratégia Macro: 3**

A) Descrição da Ação: Este programa deverá contemplar a realização de oficinas e/ou seminários específicos para a comercialização turística;

B) Objetivos: Realizar programa de capacitação para o *Trade* aprimorar seus conhecimentos para a venda dos produtos turísticos de forma adequada e eficaz;

C) Justificativa: Este programa é necessário e surge pelo anseio de melhorar avenda produtos turísticos e a divulgação do destino;

D) Benefícios e Beneficiários: Esta ação trará benefícios para os prestadores de serviços de hospedagem, operadoras turísticas receptivas e toda cadeia produtiva da região da Uva e do Vinho e de toda a região do Vale do Rio das Antas. Entre os beneficiários, estão todos os envolvidos no Turismo regional e no município de Bento Gonçalves gerando resultados positivos na economia e geração de emprego e renda;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Lei 11.771/2008;

F) Custo Estimado: Os custos estimados para esta ação serão de acordo aos serviços de uma empresa de consultoria para o planejamento e execução do programa de capacitação para todo o *trade*, pode-se estimar em R$ 100.000,00 para os quatro anos de implantação. Também é possível realizar parcerias com entidades, nesse caso o custo diminui consideravelmente. R$ 100.000,00;

G) Produtos: Profissionais e Empresas mais eficientes, mais parceiros do poder público;

H) Resultados: Profissionais de diversos segmentos capacitados para receber o turista em todas suas necessidades; aumento da oferta de produto turístico; aumento da permanência do turista, boa avaliação do município em aplicativos de avaliação de destinos turísticos.

Ação proposta 24: Elaboração de escala de abertura organizada dos restaurantes. **Estratégia Macro: 5, 6.**

A) Descrição da Ação: Reunião entre os empreendedores para montagem de tabela com escala de funcionamento da rede gastronômica (menu digital);

B) Objetivos: Elaborar uma escala de funcionamento para proporcionar ao visitante opções variadas de restaurantes em todos os dias da semana, de domingo a domingo;

C) Justificativa: Nas segundas-feiras a grande maioria da rede gastronômica encontra-se fechada deixando assim o visitante com poucas opções ou nenhuma, dependendo do tipo de refeição desejada. Com a elaboração de uma escala, manteriam-se abertos mais restaurantes na segunda-feira, fazendo um rodízio entre eles;

D) Benefícios e Beneficiários: Maior informação ao turista sobre lugares, horários de funcionamento da rede gastronômica do destino. Turistas, empreendedores e comunidade em geral com maiores opções de locais de alimentação em todos os dias da semana;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: para esta ação não há legislação envolvida;

F) Custo Estimado: R$ 0,00;

G) Produtos: Tabela com escala. Informação da escala de funcionamento. Menu digital;

H) Resultados: Opções variadas em todos os dias da semana com ampliação da divulgação da rede gastronômica do destino.

Ação proposta 25: Após revisão dos CNAES pelo Ministério do Turismo, criação de campanhas para divulgação e orientação para as empresas obterem o registro no CADASTUR. **Estratégia Macro: 1**

A) Descrição da Ação: Esta ação visa incentivar o *trade* turístico local para cumprir com a obrigatoriedade deste cadastramento de âmbito nacional nas **novas**

modalidades a serem revistas pelo MTur. A SEMTUR juntamente com o COMTUR deverá realizar campanhas de sensibilização junto ao *trade* turístico e aos contadores do município;

B) Objetivos: Criar campanhas para esclarecer e incentivar a todos os prestadores de serviços das ACTs a realizarem o cadastramento. Esclarecer os contadores sobre quais CNAES serão obrigatórios no registro do CADASTUR. Estimular os prestadores de serviços turísticos a inserirem entre suas obrigações legais o cadastro junto ao MTur;

C) Justificativa: O CADASTUR é um instrumento para ordenar e conhecer a oferta de serviços nos municípios turísticos. Com esse incentivo, haverá uma maior aproximação do poder público e o privado. O CADASTUR tem se tornado uma importante ferramenta de planejamento e atuação do governo para fomentar o desenvolvimento de políticas públicas para o setor de Turismo e uma referência para consulta do mercado turístico brasileiro. Justifica-se também pelo grande desconhecimento por parte de contadores do município que fazem a formalização legal das empresas, havendo o despreparo para a realização das atividades competentes;

D) Benefícios e Beneficiários: O CADASTUR atualizado beneficiará toda a comunidade, os empreendedores do *trade* turístico que terão à disposição informações e serviços, além das Normas exigidas pelo poder público federal, estadual e municipal. O aproveitamento dessas informações para a SEMTUR de Bento Gonçalves e para os turistas que poderão conhecer e usufruir dos produtos oferecidos com mais segurança;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Lei nº 11.771/2008;

F) Custo Estimado: O CADASTUR é gratuito e pode ser realizado pela equipe de funcionários das empresas privadas e por profissionais como guias de turismo e consultores especializados com CNPJ. R$ 0,00;

G) Produtos: Geração de uma rede de empresas ligadas ao Turismo no mapa turístico do município e do estado do RS. Entre os resultados esperados, pode-se criar uma consciência de boas práticas e obrigações a todos que optaram pelo setor turístico;

H) Resultados: Conhecimento da extensão dos cadastros junto ao MTUR e suas atividades. Confiança e zelo no atendimento ao visitante e atendimento a um dos critérios para a atualização do Mapa Turístico do PRT.

EIXO 4 – EMPREENDEDORISMO, CAPTAÇÃO E PROMOÇÃO DE INVESTIMENTO

OBJETIVOS:

- Estabelecer a política e a estratégia de desenvolvimento turístico no município, elaborando a estrutura necessária para promover o alinhamento, a colaboração e a sinergia na execução das ações dos diversos atores envolvidos no processo;

- Incentivar a participação das organizações locais e regionais, tendo como base uma ampla e total integração e participação dos diversos grupos sociais que tornam viável o desenvolvimento do turismo: poder público, empresários, sociedade civil e instituições de ensino;

- Assegurar uma forma de desenvolvimento economicamente eficiente, socialmente justo e ambientalmente equilibrado, compatível com o uso racional dos recursos naturais, com a conservação da biodiversidade local, sem desconsiderar as particularidades culturais, sociais, históricas e étnicas do destino;

- Fortalecer parcerias, construir novas relações, dividir as responsabilidades e, principalmente, agir e executar, transformando o planejamento em ações práticas concretas;

- Estabelecer o papel de cada um dentro do processo de desenvolvimento do Turismo; cada parte tem um papel a cumprir, cada qual tem sua cota de responsabilidade e devem ser agentes de transformação, tornando-se, assim, protagonistas desse processo;

Tornar o destino turístico Bento Gonçalves como uma referência internacional de Enoturismo;

Tornar o destino turístico Bento Gonçalves como uma referência internacional de Turismo de Luxo e Turismo de Pós-Luxo.

Ação proposta 26: Criação de um portfolio específico para captação de investimentos com integração entre Rotas, Secretaria, Investidores e Conselhos. **Estratégias Macro: 3, 5.**

A) Descrição da Ação: Elaboração de um portfólio com a descrição de todas as demandas necessárias e listadas no Plano Municipal de Turismo;

B) Objetivos: Criar um protfólio para captar recursos de forma ordenada, identificando as necessidades e apontando as possibilidades de investimento tanto da iniciativa privada quanto pública;

C) Justificativa: Identificação pontual das necessidades de captação de recursos;

D) Benefícios e Beneficiários: Empreendedores, poder público e visitantes;

E) Normas de Licenciamento Ambiental exigidas por Lei: Decreto nº 10.245, de 17 de julho de 2019 – Licenciamento Ambiental Municipal;

F) Custo estimado: R$ 15.000,00 através de empresa especializada na captação de investimentos;

G) Produtos: Portfólio para a captação de investimentos;

H) Resultados: Ampliação de investidores no município.

Ação proposta 27: Divulgação da Sala do Empreendedor e demais canais de informações voltados ao empreendedorismo vinculados a atividade turística. **Estratégias Macro: 1, 4.**

A) Descrição da Ação: Atividade comandada pelo SEBRAE, através dos seus funcionários do quadro;

B) Objetivos: Divulgar a Sala do Empreendedor para fomentar o empreendedorismo na região com atividades necessárias ao desenvolvimento do Turismo através de ações do SEBRAE que podem ser parceiras desse processo;

C) Justificativa: Estímulo ao empreendedorismo através do aproveitamento do potencial do município de Bento para criar e gerir seus próprios negócios;

D) Benefícios e Beneficiários: Maior número de empreendedores envolvidos;

E) Normas de Licenciamento Ambiental exigidas por Lei: Lei nº 13.874/2019, a Lei da Liberdade Econômica e Lei nº 15.410, DE 19 DE DEZEMBRO DE 2019. Altera a Lei nº 12.616, de 8 de novembro de 2006, que institui a Política Estadual de Empreendedorismo;

F) Custo estimado: R$ 0,00;

G) Produtos: Produtos diversos disponibilizados na Sala do Empreendedor (Cursos, Palestras, Oficinas);

H) Resultados: Ampliação do número de empreendedores com envolvimento e capacitação empreendedora.

Ação proposta 28: Fomento as entidades representativas das rotas que tenham capacidade de estimular a comunidade a empreender (recurso financeiro e equipe qualificada). **Estratégias Macro: 4, 5.**

A) Descrição da Ação: Repasse de recursos as associações de rotas do município;

B) Objetivos: Estimular parcerias comerciais em segmentos distintos, até mesmo consórcio já existente entre municípios, que atendam os requisitos da Secretaria do Tesouro Nacional e possuam Capacidade de Pagamento de um eventual financiamento;

C) Justificativa: Identificação de ações complementares entre segmentos distintos. Analisar a capacidade de pagamento apurar a situação fiscal do município, para contrair novos empréstimos com garantia da União;

D) Benefícios e Beneficiários: Fortalecimento do Turismo: diretamente através de parcerias comerciais e indiretamente através de eventual contratação de empréstimo, em área de saneamento, mobilidade, segurança, saúde; posto que todas elas possuem interface com o Turismo, atuando em conjunto com o Governo e a Sociedade Civil, tendo em vista o desenvolvimento sustentável. O próprio empreendedor e os municípios do entorno de Bento Gonçalves, através da arrecadação direta e indireta que esse fortalecimento oportunizará;

E) Normas de Licenciamento Ambiental exigidas por Lei: Resolução COFIEX nº 1 de 29 de janeiro de 2020 e Portaria MF nº 501/2017, de 23 de novembro de 2017. Os licenciamentos ambientais dependem do escopo do financiamento;

F) Custo estimado: Contratação de empresa especializada. R$ 150.000,00;

G) Produtos: Documento descritivo sobre captação de investimentos e financiamentos;

H) Resultados: Entidades representativas com maior conhecimento sobre captação de recursos para o destino.

Ação proposta 29: Captação de investimentos para melhorias na infraestrutura do FUNDAPARQUE. **Estratégia Macro: 4**

A) Descrição da Ação: Identificação de Editais de financiamento nacionais através dos Ministérios da Economia, Turismo, e estudos através de captação de financiamento externo para obras de infraestrutura;

B) Objetivos: Captar recursos para realização de melhorias na infraestrutura do FUNDAPARQUE;

C) Justificativa: O local necessita de melhorias e modernização para o fomento de negócios em diferentes dimensões e segmentos;

D) Benefícios e Beneficiários: Melhorias na infraestrutura do FUNDAPARQUE. Poder público e privado, comunidade em geral participantes dos eventos que ocorrem no local;

E) Normas de Licenciamento Ambiental exigidas por Lei: Resolução COFIEX nº 1 de 29 de janeiro de 2020 e Portaria MF nº 501/2017, de 23 de novembro de 2017. Os licenciamentos ambientais dependem do escopo do financiamento. Decreto nº 10.245, de 17 de julho de 2019 – Licenciamento ambiental municipal;

F) Custo estimado: Mão de obra especializada. R$ 200.000,00;

G) Produtos: Infraestrutura do FUNDAPARQUE;

H) Resultados: Infraestrutura do FUNDAPARQUE. Ampliação no número de eventos e, consequentemente, no número de visitantes;

Ação proposta 30: Implementação Método GAIA nos empreendimentos turísticos. **Estratégias Macro: 2, 5.**

A) Descrição da Ação: Definição das etapas de implementação do Método GAIA. Descrição das ações de cada etapa para ser aplicada pelos empreendedores. Reconhecimento dos participantes da cadeia produtiva vinculada aos diferentes serviços turísticos do município. Aplicação de uma lista de verificação para definir os graus de sustentabilidade da empresa. Identificação e monitoramento de indicadores. Sugestões de melhorias;

B) Objetivos: Implementar Método de Gerenciamento de Aspectos e Impactos Ambientais nos empreendimentos turísticos;

C) Justificativa: O Método GAIA prevê o Gerenciamento de Aspectos e Impactos Ambientais, analisando a Cadeia Produtiva dos diferentes níveis da

empresa que vai sendo comunicado através da tomada de decisões no tema Sustentabilidade. Empresas com Método GAIA implantado têm conhecimento e aplicabilidade dos conceitos e práticas sustentáveis, que poderão facilitar o reconhecimento de Bento Gonçalves como destino de Turismo Sustentável e Turismo Responsável;

D) Benefícios e Beneficiários: Os principais beneficiados serão os empreendedores, que terão o entendimento e a prática de controles de Aspectos e Impactos Ambientais revertidos em reconhecimento de seus empreendimentos, além dos visitantes e comunidade em geral que terão um destino turístico com princípios adequados ao que é preconizado nos principais destinos turísticos bem-sucedidos do mundo;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Durante as avaliações dos diferentes itens do GAIA, diversas normas ambientais serão identificadas, entre elas: Lei nº 12.305, de 02 de agosto de 2010; Lei nº 6.938, de 31 de agosto de 1981; Lei nº 9.433, de 08 de janeiro de 1997; Instrução Normativa IBAMA 06 de 15 de março de 2013; Resolução CONAMA 237 de 19 de dezembro de 1997;

F) Custo Estimado: Consultoria para implantação e acompanhamento do Método GAIA varia de acordo com tamanho da empresa, número de colaboradores e fornecedores. R$ 20.000,00/empresa. Total para 10 empresas: R$ 200.000,00;

G) Produtos: Definição do Grau de sustentabilidade das empresas. Gerenciamento de Aspectos e Impactos Ambientais;

H) Resultados: Gestão da Sustentabilidade nos empreendimentos; ampliação do Turismo Sustentável e Turismo Responsável; imagem positiva do destino Bento Gonçalves.

Ação proposta 31: Criação de legislação específica para incentivo à implantação de atividades comerciais e de serviços em edificações históricas. **Estratégia Macro: 1**

A) Descrição da Ação: Desenvolvimento de legislação de incentivo à utilização e manutenção do patrimônio histórico-cultural edificado de Bento Gonçalves;

B) Objetivos: Criar legislação específica com incentivos fiscais para que atividades comerciais e de serviços instalem-se em edificações protegidas pelo

patrimônio histórico municipal, integrando-as às atividades da cidade, e garantindo a sua manutenção. Sugere-se isenção de IPTU, e redução da carga tributária de ISSQN;

C) Justificativa: O patrimônio histórico-cultural das cidades possui enorme importância na construção de sua imagem, tanto para sua população, como para visitantes. São os elementos edificados, visíveis a todos, que acabam por estruturar o espaço urbano e dar características próprias a cada região, sendo, muitas vezes, o principal atrator de alguns destinos turísticos. Podemos listar como desafios para a valorização dos bens edificados com valor histórico-cultural, a adaptação de antigas estruturas para novos usos, bem como os investimentos necessários de manutenção e obras de reforma/restauração. Para tanto, incentivar a ocupação desses edifícios, com novas atividades, de forma a mantê-los integrados às novas dinâmicas da cidade faz-se imperativo, tanto do ponto de vista cultural como econômico;

D) Benefícios e Beneficiários: População da cidade, que terá maior garantia da manutenção do seu patrimônio histórico-cultural, empresas que se instalarem nestes locais, que serão reconhecidas por sua preocupação e valorização com a história da cidade, e o turista, pelo reconhecimento e identificação com a cultura local;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Deve-se consultar a Lei Complementar 200/2018 (que dispõe sobre a ordenação territorial, política de desenvolvimento e expansão urbana e institui o Plano Diretor municipal), assim como na legislação ambiental municipal, sendo as principais referências a Lei Ordinária 4000/2006 (dispõe sobre a política ambiental do meio ambiente), Decreto Municipal 10.819/2021 (dispõe sobre o licenciamento ambiental municipal), e as Resoluções do CONSEMA 372/2018 e 437/2020;

F) Custo Estimado: Necessário estudo específico a ser realizado pela Secretaria da Fazenda Municipal para verificar impactos na arrecadação de impostos. R$ 0,00;

G) Produtos: Legislação específica sobre o tema;

H) Resultados: Potencializar comércios e serviços e garantir a manutenção/divulgação da cultura arquitetônica local.

Ação proposta 32: Criação de legislação específica para incentivo à criação de Zonas de Comércio junto a áreas com potencial turístico. **Estratégia Macro: 1**

A) Descrição da Ação: Desenvolvimento de legislação de incentivo à implantação de atividades de comércio e serviços complementares as atividades turísticas;

B) Objetivos: Criar legislação específica concedendo incentivos fiscais (redução de tributos) e urbanísticos (flexibilidade de regramentos) para atividades de comércio e serviços afins às atividades turísticas que se instalarem em regiões com interesse que haja maior desenvolvimento turístico;

C) Justificativa: A implantação de áreas comerciais próximas às áreas com potencial turístico, reforçando a sinergia e complementariedade entre essas duas atividades, potencializando a atração de visitantes. Ainda cabe destacar a imperativa necessidade de reforçar o desenvolvimento do comércio local, frente a expansão de redes internacionais e de franquias sobre as cidades de médio e pequeno porte, através da implantação de políticas e incentivos voltados à pequena/média empresa. O comércio local também possui potencial de reforçar o turismo, já que traz consigo características da cultura local;

D) Benefícios e Beneficiários: Desenvolvimento e potencialização do comércio local;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: O incentivo a criação de novas zonas de comércio junto as áreas com potencial turísticos devem se basear nas diretrizes de desenvolvimento municipal constantes na Lei Complementar 200/2018 (que dispõe sobre a ordenação territorial, política de desenvolvimento e expansão urbana e institui o Plano Diretor municipal), assim como na legislação ambiental municipal, sendo as principais referências a Lei Ordinária 4000/2006 (dispõe sobre a política ambiental do meio ambiente), Decreto Municipal 10.819/2021 (dispõe sobre o licenciamento ambiental municipal), e as Resoluções do CONSEMA 372/2018 e 437/2020;

F) Custo Estimado: Estes estudos devem ser realizados pelo corpo técnico da prefeitura municipal, das Secretarias de Urbanismo, Turismo e Comércio, sendo assim, não haverá custos diretos ao município – R$ 0,00;

G) Produtos: Legislação específica sobre o tema;

H) Resultados: Potencializar economia circular, emprego e negócio local. Necessidade de reforçar o desenvolvimento do comércio local, frente a expansão de

redes internacionais e de franquias sobre as cidades de médio e pequeno porte, através da implantação de políticas e incentivos voltados à pequena/média empresa. O comércio local também possui potencial de reforçar o turismo, já que traz consigo características da cultura local.

Ação proposta 33: Elaboração de estratégias para tornar Bento Gonçalves uma Cidade Inteligente. **Estratégias Macro: 5, 6.**

A) Descrição da ação: Elaboração de diversas estratégias no setor de tecnologia para tornar Bento Gonçalves uma Cidade Inteligente reconhecida mundialmente. Uma delas seria a criação/aquisição de sistemas interativos em restaurantes para facilitar o atendimento de clientes. Os chamados **Menus Digitais** agilizam os pedidos dos clientes, pois cada mesa possui um tablet/monitor, não havendo necessidade de aguardar o garçom ficar disponível para fazer o pedido. No momento que o cliente quiser fazer o pedido, basta preencher no sistema, que será enviado, no instante, o pedido para a cozinha para preparar. Isso também evita erros nos pedidos, além de incremento em produtos adicionais aumentando o *ticket* médio. O Menu Digital terá imagens de todos os pratos, bebidas e sobremesas do cardápio, além de descrições e dicas de acompanhamentos para auxiliar os clientes. É possível também inserir diferentes idiomas, para atender diferentes nacionalidades. E não há necessidade de "imprimir" novos cardápios a cada alteração de preço, inclusão de idioma, inclusão de novos pratos, tudo é feito digitalmente. As opções que estiverem indisponíveis no restaurante naquele dia também são possíveis de retirar do cardápio de forma que não atrapalhe a escolha do cliente. Com a pandemia do Covid-19, também surgiu a necessidade de evitar aglomerações e lugares cheios, portanto o aplicativo já pode gerenciar a ocupação das mesas e disponibilizar essa informação atualizada em tempo real. Esses dados também podem ser compartilhados com o município para apresentar essas estatísticas no aplicativo/site de Bento. Exemplos de sistemas existentes hoje no mercado: *Goomer, Qrpedir, OiMenu, Get In App*, entre outros.

Outra estratégia interessante a ser adotada é a utilização de GPS nos ônibus, assim, a partir de um aplicativo, seria possível acompanhar o trajeto ao vivo de cada linha, previsão de chegada, além de informações básicas como itinerários e horários. Outra funcionalidade importante em tempos de pandemia é a informação de lotação dos coletivos, de modo que o usuário pode decidir se aguarda ou não o

próximo ônibus mais vazio. Assim como no Menu Digital, esses dados podem ser compartilhados com o aplicativo/site principal de BG. Exemplos de sistemas existentes hoje no mercado: *OnibusGV, CittaMobi*, entre outros. Cada atrativo turístico poderia ter um *QR Code* gigante no local, no qual o turista ao acessar em seu celular seria redirecionado ao aplicativo/site de BG que traria todas as informações, como descrição, uma breve história, horários de funcionamento, fotos, vídeos etc. No setor de eventos, a estratégia é manter uma comunicação entre os organizadores de eventos e a SEMTUR, proporcionando uma maior visibilidade de todos os escopos e o monitoramento da demanda.

B) Objetivos: Elaborar Menu Digital interativo nos restaurantes; elaborar um sistema com geolocalização dos ônibus com informações de horários e itinerários; criar um sistema integrado entre poder público e estabelecimentos; implementar QR Code em cada atrativo turístico com link para site com explicação e demais informações; elaborar um sistema integrado entre poder público e entidades para congregar informações dos participantes de todos (ou principais) Eventos de BG;

C) Justificativa: Tornar o destino mais inteligente, oportunizando a interatividade do dia a dia da comunidade e dos turistas, disseminando importantes informações que facilitarão a mobilidade, o entretenimento e os negócios;

D) Benefícios e beneficiários: Turistas, empresários, sistema de saúde, prefeitura;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Aplicável a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, Lei nº 13.709 de 14 de agosto de 2018;

F) Custo estimado: Menu Digital (por restaurante): R$ 1.500,00 Implementação + R$ 770,00 mensais (p/ 10 meses). R$ 9.200,00 / empresa. Total para 50 empresas = R$ 460.000,00;

G) Produtos: Novos sistemas, sites e aplicativos;

H) Resultados: Maior comodidade aos turistas; migração para a transformação digital; inclusão da imagem de BG como "Cidade Inteligente"; aumento nas vendas dos restaurantes e aumento da segurança sanitária.

EIXO 5 – INFRAESTRUTURA TURÍSTICA

OBJETIVOS:

- Assegurar uma forma de desenvolvimento economicamente eficiente, socialmente justo e ambientalmente equilibrado, compatível com o uso

racional dos recursos naturais, com a conservação da biodiversidade local, sem desconsiderar as particularidades culturais, sociais, históricas e étnicas do destino;

- Fornecer dados, informações e elementos confiáveis aos órgãos públicos e demais segmentos envolvidos (como a iniciativa privada), para que favoreçam a integração e a coordenação de ações entre eles, a fim de reduzir ou eliminar entraves e barreiras à atividade turística do município;

- Criar uma sistemática para monitoramento e implementação do plano, fazendo com que este seja parte integrante da rotina de gestão do turismo no município, garantindo o bom desempenho do plano, visando a identificação de distorções, erros, fatores externo, inadequações que necessitem de ajustes para sucesso da implantação do plano;

- Estabelecer o papel de cada um dentro do processo de desenvolvimento do Turismo; cada parte tem um papel a cumprir, cada qual tem sua cota de responsabilidade e devem ser agentes de transformação, tornando-se, assim, protagonistas desse processo;

- Aprimorar a oferta turística;

- Tornar o destino turístico Bento Gonçalves como uma referência internacional de Enoturismo;

- Tornar o destino turístico Bento Gonçalves como uma referência internacional de Turismo de Luxo e Turismo de Pós-Luxo.

Ação proposta 34: Ampliação do acesso à internet e telefonia móvel. **Estratégia Macro: 4.**

A) Descrição da ação: Ampliação das redes de serviço de todas as operadoras que prestam serviço em Bento Gonçalves;

B) Objetivos: Ampliar o acesso à tecnologia; facilitar a comunicação e os negócios, oferecer segurança, agilidade e rastreabilidade;

C) Justificativa: Oferecer o acesso à comunicação tornou-se uma obrigação para os municípios. Muitos turistas, hoje em dia, não podem desconectar-se do seu trabalho e da sua família, além disso, a comunicação agrega segurança e monitoramento;

D) Benefícios e beneficiários: Segurança nas operações que envolvam

cartões bancários; Identificação de outros prestadores de Serviço (saúde, segurança, demais atrativos), oportunizando agilidade para os turistas e toda a comunidade;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Instalação de antenas. Estudo de locais estratégicos e suas normas. Lei nº 3.288 de 28 de novembro de 2002;

F) Custo estimado: O valor necessário para ampliação de acesso à internet ficará por conta das operadoras atuantes na região. R$ 0,00;

G) Produtos: Redes mais potentes e de maior abrangência;

H) Resultados: Redução nos problemas de conexão à internet e telefonia móvel para a comunidade local e visitantes.

Ação proposta 35: Realização de levantamento para ligação entre as rotas e atrativos, inclusive intermunicipais, inserido ciclovias. **Estratégia Macro: 4.**

A) Descrição da ação: Realização de levantamento das necessidades para implementação de projetos de ciclovias, através de um estudo de viabilidade para desenvolver Ciclovia em malha ferroviária desativadas do município;

B) Objetivos: Realizar levantamento das necessidades para implementação de projetos de ciclovias. Considerar projetos existentes e malha ferroviária. Devolver espaço à comunidade e oferecer alternativa de atividade em ambiente aberto – contato com a natureza;

C) Justificativa: A implantação e estímulos ao uso de novos modais de transporte de acordo com Costa (2008) devem ser prioridades na gestão das cidades, visando à melhor utilização das características das vias urbanas e melhor uso desses recursos. Nesse contexto, a adoção da bicicleta como transporte alternativo vem a ser uma mudança sociocultural necessária nas cidades, na contramão do imaginário cultural que associa o contexto citadino aos automóveis, edifícios, isolamento social, poluição, medo da violência, local de consumo e busca insaciável de lucro. O cicloturismo é uma modalidade que conquista cada vez mais adeptos no Brasil e no mundo, de modo que os municípios devem criar estruturas e medidas simples e eficazes para atrair seus praticantes, contribuindo para o incremento da economia local, além de outros efeitos ambientais e culturais positivos;

D) Benefícios e beneficiários: Redução de veículos motorizados; prática de

atividades físicas. De alguma maneira, os ciclistas, ao passarem pelas comunidades, contribuem para melhorar a autoestima dos seus habitantes, pois estes passam a valorizar mais o seu lugar, lugar onde outras pessoas vêm, às vezes, de tão longe e de forma tão inusitada e ousada, conhecer e ter novas experiências. Além disso, a bicicleta está sendo cada vez mais associada a um modo de vida ambientalmente correto, por não poluir e demandar pouquíssimos recursos naturais para sua fabricação e manutenção; do mesmo modo, a infraestrutura pública requisitada pelos ciclistas também custa muito pouco para os recursos públicos e requer pouca matéria-prima da natureza. Por esse motivo, a bicicleta é um dos meios de transporte mais eficientes e de menor impacto ambiental e econômico;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Código Brasileiro de Trânsito (CTB) e as Resoluções Nº 599/82, Nº 666/86 e Nº 160/04 do Contran.

F) Custo estimado: R$ 53.000,00;

G) Produtos: Ciclovias entre as Rotas Turísticas;

H) Resultados: vias de acesso interligando as rotas turísticas; surgimento de novas oportunidades de empreender; maior valorização dos trechos de intersecção.

Ação proposta 36: Reativação e reutilização da malha ferroviária. **Estratégia Macro: 4**

A) Descrição das ações: Estudo de viabilidade para reativação e reutilização da malha ferroviária;

B) Objetivos: Realizar estudos para implantar passeios de formas criativas e com veículos alternativos (carrinhos adaptados nos trilhos, passeios de *bike* ao lado dos trilhos) reutilizando a malha ferroviária;

C) Justificativas: Resgate cultural e histórico, através de meios de transporte menos poluentes, tipo *hover board, hover car*, patinetes elétricos e carros elétricos. Ofertade novas atividades ao ar livre e serviços diferenciados como pontos de apoio aociclista – rotas, indicação de atrativos a serem visitados. Oferecimento de serviço diferenciado, contando com ponto de apoio ao turista e possíveis trilhas em ciclovia;

D) Benefícios e beneficiários: Concessão de Serviço ao empreendedor. Novas oportunidades de negócio, contrato de arrecadação para a PMBG. Atrativo diferenciado;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Código Brasileiro

de Trânsito (CTB) e as Resoluções nº 599/82, nº 666/86 e nº 160/04 do Contran;

F) Custo estimado: R$ 80.000,00;

G) Produtos: Serviços diferenciados de transporte para o turista, quer seja na reativação de linhas de trem, com estrutura convencional, quer seja em carros elétricos sob trilhos e, inclusivel sem trilhos e rotas pré-estabelecidas (*hover car*). Passeios turísticos e revitalização de malha;

H) Resultados: Revitalização dos locais e fortalecimento da economia criativa. Possibilidade de variados atrativos para diferentes faixas etárias, visando atender a família do visitante, de forma plena.

Ação proposta 37: Implementação de Políticas Públicas de Preservação do Patrimônio Natural. **Estratégia Macro: 1**

A) Descrição da Ação: Revisão das Políticas Públicas já existentes no município – sugere-se iniciar pelo Plano Diretor de Bento Gonçalves. Essa revisão poderá demonstrar os itens já descritos e de interesse para serem implementados e acompanhados no município. Estudo de outras políticas públicas municipais, estaduais e nacionais para compor as políticas de preservação do patrimônio natural;

B) Objetivos: Validar as Políticas Públicas de preservação de patrimônio natural existentes e sensibilizar a sociedade civil;

C) Justificativa: Nos últimos dois séculos, a humanidade vem acompanhando acontecimentos que afetaram profundamente a vida do planeta e seus recursos naturais. Diante disso, surgem desafios tanto para o poder público, quanto para a sociedade em geral. Assim sendo, o poder público deve atuar de forma eficaz para defender o meio ambiente e evitar sua degradação. Mas essa ação não é apenas do governo, a participação da sociedade na proteção e preservação do patrimônio natural também é de extrema importância;

D) Benefícios e Beneficiários: Poder público e privado, bem como comunidade em geral;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Lei nº 6.938, de 31 de agosto de 1981;

F) Custo Estimado: Custo zero se os funcionários do poder público e representantes das Fundações, Instituições e Conselhos de Meio Ambiente puderem assumir a revisão das Políticas Públicas existentes. R$ 0,00;

G) Produtos: Políticas Públicas para preservação do Patrimônio Natural;

H) Resultados: Garantias na preservação do Patrimônio Natural.

Ação proposta 38: Implementação de pontos de recarga de Energias Limpas em áreas específicas das Rotas e atrativos. **Estratégia Macro: 2**

A) Descrição da Ação: Identificação de diferentes locais onde possam ser implementados pontos de recargas de Energias Limpas nas diferentes rotas e atrativos. Descrição das formas de obtenção de pontos de recarga, como, por exemplo, bicicletas elétricas a partir de energia solar;

B) Objetivos: Ampliar as ações para uso eficiente dos recursos naturais através da utilização de energias limpas, realizando estudos para implantação de equipamentos geradores de energias limpas, por exemplo, bicicletas elétricas;

C) Justificativa: A grande maioria dos países, inclusive o Brasil, produz energia através do uso de combustíveis fósseis, ou seja, com recursos não renováveis e, portanto, finita. Já as energias renováveis são fontes de energia limpa, inesgotáveis e cada vez mais competitivas em relação às tradicionais. De acordo com AmbSciense Engenharia, a energia limpa difere dos combustíveis fósseis, principalmente em sua diversidade, abundância e potencial para uso em qualquer lugar do planeta, mas, acima de tudo, porque não produzem gases de efeito estufa – que causam mudanças climáticas – e poluem menos o meio ambiente. Seus custos também estão caindo, enquanto a tendência geral de custo para os combustíveis fósseis é na direção oposta, apesar de sua volatilidade atual. Com isso, a implantação de pontos de recarga de Energias Limpas torna-se de interesse para as rotas e atrativos;

D) Benefícios e Beneficiários: Poder público e privado, bem como comunidade em geral;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Resolução CONAMA 237, de 19 de dezembro de 1997; Medida Provisória 14/2001 e transformada em Lei nº 10.438/02; Resolução Normativa da Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL) nº 77, publicada em 18 de agosto de 2004;

F) Custo Estimado: O custo estimado de cada bicicleta é, em torno, de R$ 4.000,00. Além das *bikes*, é necessário prever custos com os pontos de recarga e estruturas de instalação. R$ 50.000,00;

G) Produtos: Pontos de recarga de energias limpas Bicicletário Sustentável;

H) Resultados: Reconhecimento de práticas sustentáveis. Ampliação da imagem de Cidade Sustentável e Turismo Sustentável.

Ação proposta 39: Desenvolvimento de Planos e Projetos Setoriais de Infraestrutura e Qualificação do Espaço Urbano. **Estratégia Macro: 4**

A) Descrição da Ação: Desenvolvimento de Planos Setoriais complementares ao Plano Diretor Municipal;

B) Objetivos: Desenvolver, de forma clara e sistematizada, as demandas específicas de infraestrutura urbana e de qualificação dos espaços públicos da cidade;

C) Justificativa: O Plano Diretor possui papel de indicar diretrizes gerais de uso e ocupação do solo do município, não abrangendo de forma pormenorizada as demais demandas de qualificação da infraestrutura e do espaço urbano da cidade. Assim, o desenvolvimento de Planos Setoriais faz-se necessário por serem capazes de aprofundar questões específicas, estabelecendo metas e prazos de execução. As metas desses planos devem ser elaboradas em conjunto com a comunidade e serem incluídas no planejamento plurianual da administração municipal;

D) Benefícios e Beneficiários: Melhor planejamento e execução do atendimento das demandas de qualificação de infraestrutura e de qualificação do espaço urbano do município, resultando em melhoria de vida para a população e para recepção de visitantes;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Os Planos Setoriais deverão ser embasados nas diretrizes de desenvolvimento municipal constantes na Lei Complementar 200/2018 (que dispõe sobre a ordenação territorial, política de desenvolvimento e expansão urbana e institui o Plano Diretor municipal), assim como na legislação ambiental municipal, sendo as principais referências a Lei Ordinária 4000/2006 (dispõe sobre a política ambiental do meio ambiente), Decreto Municipal 10.819/2021 (dispõe sobre o licenciamento ambiental municipal), e as Resoluções do CONSEMA 372/2018 e 437/2020;

F) Custo Estimado: Recursos humanos do IPURB, eventualmente com consultoria externa, podendo ser realizado através de convênio com universidade, com custos para honorários de profissionais especializados. R$ 300.000,00 (trezentos mil reais);

G) Produtos: Planos e Projetos Setoriais;

H) Resultados: Plano de ação vinculado de forma integrada ao Plano Diretor Municipal e Plano de Turismo.

Ação proposta 40: Levantamento, Revisão, Complementação e Padronização da Sinalização Turística Viária. **Estratégia Macro: 4**

A) Descrição da Ação: A ação deverá seguir o padrão proposto no Guia Brasileiro de Sinalização Turística EMBRATUR/IPHAN/DENATRAN reservando o desenho específico de cada rota para a identificação do empreendimento/atrativo;

B) Objetivos: Realizar estudos para dotar o município de uma sinalização viária completa e padronizada. Propõe-se um trabalho unificado em todo o município, considerando seus acessos, suas rotas e atrativos;

C) Justificativa: A sinalização viária foi realizada em vários períodos e por cada rota em particular, o que, por vezes, causa confusão e poluição visual. Há a necessidade de um ordenamento da sinalização turística em todo o município;

D) Benefícios e Beneficiários: O principal beneficiado será o turista que disporá de informação segura para seus deslocamentos, assim como o empreendedor turístico que terá o acesso facilitado. A sinalização servirá igualmente para o morador do município;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Atender à Lei Nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998 que dispõe sobre as sanções penais e administrativas derivadas de condutas e atividades lesivas ao meio ambiente, e dá outras providências, principalmente a Seção IV que trata dos Crimes contra o Ordenamento Urbano e o Patrimônio Cultural e considerar a alteração dada pela Lei nº 12.408, de 2011;

F) Custo Estimado: Projeto de levantamento, revisão e complementação da sinalização turística: R$ 500.000,00. Implantação da sinalização: R$ 1.500.000,00. R$ 2.000.000,00;

G) Produtos: Sinalização viária turística municipal completa e padronizada;

H) Resultados: Fornecimento ao turista de informações completas para acesso e deslocamento aos atrativos e ausência de poluição visual.

Ação proposta 41: Criação do Caminho do Peregrino integrando os Santuários de Santo Antônio em Bento Gonçalves com o de Nossa Senhora de Caravaggio em Farroupilha. **Estratégia Macro: 3, 4.**

A) Descrição da Ação: A distância aproximada é de 20 km, dos quais 15 km no município de Bento Gonçalves. São 350 metros de subida e 250 metros descida, podendo ser percorrido a pé em 5 horas. O trecho entre o entroncamento com a RS-444 e a RS-448 é de 12 km, que é o trecho de implantação do caminho no município de Bento Gonçalves. Esse caminho deverá ser formatado com um traçado alternativo à rede viária existente. Deverá, sempre quando possível, ser feito através das propriedades particulares em um ambiente mais seguro, menos poluído e mais propício à peregrinação. Isso demandará um grande acordo com os proprietários para que o acesso não inviabilize suas atividades cotidianas e que, em contrapartida, poderão explorar atividades comerciais e de serviços para atendimento ao turista;

B) Objetivos: Criar Roteiro do Caminho do Peregrino integrando os dois santuários através de uma via segura e prazerosa para ser utilizada todo o ano e não somente quando ocorremas festas de cada santuário;

C) Justificativa: O apelo religioso é um forte argumento para que se logre tal intento. O próprio termo “peregrino” tem sua origem etimológica no latim “per agrare” pelo campo. O que reforça a ideia de que a peregrinação deve ser feita pelo ambiente agrário. A prioridade nesse caminho deve ser do pedestre, o que não impede seu uso por ciclistas ou cavaleiros, sempre em velocidade e número adequados, mantendo a preferência ao caminhante;

D) Benefícios e Beneficiários: A área dos Caminhos de Pedra será a principal beneficiada com mais esse atrativo, principalmente com os proprietários ao longo da via, que poderão beneficiar-se desse novo fluxo de visitantes. O município vizinho de Farroupilha também se beneficiará com a integração turística, religiosa, cultural e natural;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Há necessidade de elaboração de EIA-RIMA, visto que o traçado deverá seguir ao longo de arroio e cruzar área de matas. Lei nº 6.938, de 31 de agosto de 1981;

F) Custo Estimado: O custo maior inicial deverá ser de dispêndio de tempo para convencimento dos proprietários de aceitação do traçado e da integração com o município de Farroupilha, o que poderá ser feito por pessoal da própria prefeitura. O Estudo Preliminar do traçado e do paisagismo é estimado em R$ 150.000,00, os projetos completos em R$ 400.000,00 e a implantação da obra em R$ 1.200.000,00. Total: R$ 1.750,00;

G) Produtos: Visita de pedestres de forma atrativa, agradável e segura a ser utilizada, tanto para fins religiosos, como turístico e de lazer;

H) Resultados: Propiciar mais um atrativo turístico saudável e ecológico. Integração com a região. Alternativa de acesso ao já congestionado Caminhos de Pedra.

EIXO 6 – INFORMAÇÃO AO TURISTA

OBJETIVOS:

- Incentivar a participação das organizações locais e regionais, tendo como base uma ampla e total integração e participação dos diversos grupos sociais que tornam viável o desenvolvimento do turismo: poder público, empresários, sociedade civil e instituições de ensino;
- Aprimorar a oferta turística;
- Tornar o destino turístico Bento Gonçalves como uma referência internacional de Enoturismo;
- Tornar o destino turístico Bento Gonçalves como uma referência internacional de Turismo de Luxo e Turismo de Pós-Luxo;

Ação proposta 42: Unificação das informações das Rotas e seus empreendimentos. **Estratégias Macro: 3, 4**

A) Descrição da Ação: Esta ação propõe a elaboração de um estudo dos dados e informações dos produtos existentes e em especial das rotas turísticas com seus empreendimentos já consolidados para uniformizar num padrão único;

B) Objetivos: Facilitar a todos os usuários dos serviços turísticos para informações mais úteis e precisas. Valorizar e preservar os bens e patrimônios, natural e cultural; evitar a poluição visual junto ao meio urbano e rural;

C) Justificativa: Esta ação se justifica para evitar a poluição visual e informativa dos produtos já comercializados e para que se faça uma padronização de apresentação das informações em materiais impressos e expositivos em empreendimentos e atrativos turísticos**;**

D) Benefícios e Beneficiários: Melhorias no visual do destino. Poder público e privado, comunidade em geral;

E) Normas de Licenciamento Ambiental exigidas por Lei: Serão exigidas

todas as Normas técnicas e as legislações de segurança pelo poder executivo quanto ao licenciamento ambiental para os empreendimentos turísticos existentes e os novos;

F) Custo estimado: O custo será de acordo com a localização, do tipo de material a ser produzido, da tecnologia a ser utilizada, ou seja, é bastante variável e poderá ser compartilhado com o poder público e os empreendimentos da cidade e das Rotas. R$ 100.000,00;

G) Produtos: Novos materiais informativos. Materiais digitalizados;

H) Resultados: Unificação de informações.

Ação proposta 43: Participação nas Feiras e Eventos para divulgação das informações vinculadas ao Turismo. **Estratégia Macro: 3.**

A) Descrição da Ação: Priorizar e elencar eventos regionais, nacionais e internacionais para que Bento Gonçalves se faça presente com a representação institucional e empresarial para fins de divulgação de produtos e das ações pró Turismo;

B) Objetivos: Estabelecer parcerias para a participação em estandes, para a divulgação dos atrativos e produtos turísticos do município;

C) Justificativa: Esta ação é fundamental para a visibilidade do destino e seus atrativos. Para minimizar custos sempre é recomendável participar de eventos de forma cotizada e com o apoio dos governos estadual e federal;

D) Benefícios e Beneficiários: Maior divulgação dos atrativos, produtos e serviços turísticos. Poder público e privado*, trade* e comunidade em geral;

E) Normas de Licenciamento Ambiental exigidas por Lei: Não há impedimentos e Normas de licenciamento ambiental, uma vez que sempre a ação será realizada em ambientes específicos para eventos comerciais e que previamente terão autorizações legais dos espaços e dos organizadores de eventos;

F) Custo estimado: Estima-se um valor médio de R$ 15.000,00 por evento em âmbito estadual e de R$ 30.000,00 para eventos internacionais para participação de equipe de trabalho (observa-se que depende do período de realização de varia de 03 a 05 dias). R$ 75.000,00 (3 eventos nacionais e 1 internacional);

G) Produtos: Espaços físicos em Estandes nos eventos;

H) Resultados: Maior divulgação dos atrativos, produtos e serviços turísticos. Espaços nos estandes de parceiros para a participação em eventos.

Ação proposta 44: Atualização de todos os sites e aplicativos do município relacionados ao Turismo. **Estratégias Macro: 5, 6**

A) Descrição da Ação: Realizar uma campanha para que todos os estabelecimentos do município mantenham suas informações atualizadas em seus respectivos sites, aplicativos e redes sociais. Essa campanha poderá ser realizada através dos canais de comunicação da SETUR e, em reuniões do COMTUR e demais encontros do *trade*;

B) Objetivos: Atualizar sites e aplicativos de Turismo através de um elo rápido e eficiente entre Prefeitura Municipal e empreendimentos para atualizar dados, mapas, etc.;

C) Justificativa: Muitas vezes os turistas pesquisam na internet sobre o local onde irão visitar restaurantes e atrativos turísticos próximos ao seu hotel ou pousada. Portanto, manter o cadastro atualizado pode facilitar o encontro entre ambas as partes. Outras vezes o turista deseja ir a determinado lugar, e apenas digita o nome da localidade para se dirigir até lá, caso o endereço não esteja cadastrado corretamente, o cliente pode ser perdido. Manter o telefone e e-mail para contato também podem ser importantes para tirar dúvidas de futuros consumidores;

D) Benefícios e Beneficiários: Facilidades e integração na busca de informações. Poder público e privado*, trade*, comunidade em geral e visitantes;

E) Normas de Licenciamento Ambiental exigidas por Lei: Aplicável a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, Lei nº 13.709 de 14 de agosto de 2018;

F) Custo estimado: Sem custo, pois a campanha poderá ser realizada através dos canais de comunicação da SETUR, encontros do *trade* e mobilização pelas associações envolvidas com o Turismo. R$ 0,00;

G) Produtos: Sites, aplicativos e redes sociais atualizados;

H) Resultados: Eficácia na busca de informações.

Ação proposta 45: Implantação de CATs itinerantes nos principais Shoppings e Centros Comerciais. **Estratégia Macro: 5**

A) Descrição da Ação: Realização de estudos para implantar estruturas itinerantes junto aos principais shoppings comerciais da região. Propõe-se um trabalho diferenciado para maior divulgação do Turismo do município. Deverá seguir o padrão operacional proposto pelos demais CATs existentes no município de Bento

Gonçalves;

B) Objetivos: Implantar CATs itinerantes para atender aos turistas em locais de grande circulação em períodos de alta estação, em Shoppings Centers e, em eventos pré-selecionados como estratégicos;

C) Justificativa: Necessidade de maior divulgação da oferta turística local e regional;

D) Benefícios e Beneficiários: O principal beneficiado será o turista que obterá informação atualizada e segura para deslocamentos e experiências. Sob á ótica do empreendedor turístico que se beneficiará por esse serviço de forma padronizada e ampliada;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Dependerá do local a ser instalado o CAT itinerante. Devido a sugestão de ser em espaços públicos comerciais não será exigido esse licenciamento ambiental;

F) Custo Estimado: Projeto de levantamento e implantação deverá ser estimado em aluguel de espaço contratação de funcionários e maior produção de material informativo: R$ 150.000,00;

G) Produtos: Centros de Atenção ao Turista em locais estratégicos. Ampliação da coleta de dados para dados estatísticos;

H) Resultados: Fornecimento ao turista de informações completas para acessos, deslocamento internos junto aos atrativos turísticos, meios de hospedagens, restaurantes, parques temáticos e eventos em geral.

Ação proposta 46: Elaboração de materiais informativos unificados para grandes Agências e Operadoras, Aeroportos, etc. **Estratégias Macro: 3, 6**

A) Descrição da Ação: Esta ação refere-se à criação de um manual informativo e de catálogo de produtos e preços estimativos para as atividades turísticas no município. Sugere a oferta de pacotes para mais de um pernoite, um final de semana ou mais de cinco dias no destino, como período de férias e feriadões prolongados;

B) Objetivos: Elaborar materiais informativos para potencializar a comercialização e divulgação das informações turísticas junto as Agências, Operadoras, CATs oficiais, nos Terminais Turísticos como Aeroportos, Rodoviárias e, em outros espaços estratégicos;

C) Justificativa: Na atividade turística a competitividade é uma constante e a

comercialização só acontece com as ferramentas de marketing e da comercialização e das relações públicas junto as operadoras e agências de viagens e turismo. Portanto, existe a necessidade de ampla divulgação da oferta turística local em âmbito regional, estadual e internacional;

D) Benefícios e Beneficiários: o principal beneficiado será o turista que disporá de informações atualizadas, preços e custos dos produtos, seguras para seus deslocamentos e para o empreendedor turístico que terá esse material a mais para divulgar;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Esta ação não exige licenciamento ambiental;

F) Custo Estimado: Para esta ação que será uma publicação impressa ou digital com uma formatação de cinquenta páginas com estrutura segmentada, se estima um custo de produção, editoração e de divulgação em torno de R$ 65.000,00;

G) Produtos: Manual de Operações e Comercialização das Atividades Turísticas de Bento Gonçalves. Materiais informativos impressos e de forma digital simultaneamente;

H) Resultados: Ampliação da divulgação do Destino, Serviços e Comércio de Bento Gonçalves e da Região da Uva e Vinho do Rio Grande do Sul.

Ação proposta 47: Elaboração de materiais informativos com Práticas Sustentáveis para o Turista. **Estratégia Macro: 2**

A) Descrição da Ação: Essa ação prevê a descrição de diferentes materiais informativos que contenham temas relacionados a possíveis atividades que possam ser realizadas pelo poder público e privado, *trade* turístico, entidades e comunidade em geral para que, de fato, se tenha na cidade 'Práticas Sustentáveis'. Deverão ser elaborados materiais com exemplos práticos a serem sugeridos aos envolvidos no desenvolvimento turístico de Bento Gonçalves;

B) Objetivos: Elaborar materiais informativos sobre Práticas Sustentáveis para o Turista, ampliando a Educação para o Turismo. Divulgar materiais em plataformas digitais;

C) Justificativa: O Turismo Sustentável e Responsável está, cada vez mais, de acordo com vários dos 17 ODS da ONU, portanto, todos os municípios que desejam valorização de seus patrimônios naturais e culturais devem estar em

conformidade com estes objetivos. Os materiais informativos com Práticas Sustentáveis permitirão que diversos envolvidos em atividades turísticas, bem como comunidade em geral, possam ter conhecimento de ações alinhadas com esses 17 ODS;

D) Benefícios e Beneficiários: Poder público e privado, visitantes, bem como comunidade em geral;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Constituição Federal de1988 – Art. 37, 70,170 (IV), 173, 174, 225; Lei nº 6.938 de 31/08/1981; Lei nº 10.295 de 17/10/2001; Lei Complementar nº 123 de 14/12/2006; Lei nº 12.349 de15/12/2010; Lei nº 12.305, de 02/08/2010;

F) Custo Estimado: O custo será para criação de materiais informativos sobre o tema através de empresas especializadas. R$ 32.000,00;

G) Produtos: Atividades envolvendo *trade*, poder público e privado, parte da população e turistas;

H) Resultados: Reconhecimento dos ODS vinculados ao Turismo. Reconhecimento do destino como Cidade Sustentável e Turismo Sustentável.

EIXO 7 – PROMOÇÃO E APOIO A COMERCIALIZAÇÃO

OBJETIVOS:

- Assegurar a valorização das populações e comunidades locais, seus saberes, conhecimentos, práticas e valores étnicos, assim como possibilitar a preservação e a inserção das populações tradicionais na dinâmica da economia local;
- Estabelecer o papel de cada um dentro do processo de desenvolvimento do Turismo; cada parte tem um papel a cumprir, cada qual tem sua cota de responsabilidade e devem ser agentes de transformação, tornando-se, assim, protagonistas desse processo;
- Estabelecer as diretrizes em ressonância com o PNT 2018-2022 e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis da ONU;
- Aprimorar a oferta turística;
- Tornar o destino turístico Bento Gonçalves como uma referência internacional de Enoturismo;

- Tornar o destino turístico Bento Gonçalves como uma referência internacional de Turismo de Luxo e Turismo de Pós-Luxo;

Ação proposta 48: Realização de campanha de comunicação do Destino. **Estratégia Macro: 3 5, 6**

A) Descrição da Ação: Organização de uma campanha com os diversos atrativos, produtos e serviços de Turismo do município, com alcance regional, nacional e internacional, tendo a participação das universidades e do poder público para discutir e divulgar as características do patrimônio natural e cultural de Bento Gonçalves, em especial nas áreas de interesse turístico como as Rotas Turísticas e áreas de entorno dos principais atrativos das áreas urbanas. Identificação de atividades socioambientais educativas durante realização da campanha;

B) Objetivos: Realizar campanha de comunicação para ampliar o posicionamento do destino, reforçando seus pilares natural, rural e cultural, unificando o discurso de comunicação e produzindo materiais e disponibilizar para o *trade*;

C) Justificativa: Torna-se evidente e necessário o reforço do posicionamento estratégico do destino, ampliando a imagem a ser comunicada, a utilização de materiais para o *trade*, redes sociais e imprensa. Esses materiais precisam reforçaros pilares e mostrar a diversidade de atrativos, demonstrando que existem atividades para o visitante permanecer vários dias, aumentando o tempo de permanência na cidade. Importante pensar na jornada de busca do usuário;

D) Benefícios e Beneficiários: Aumento das taxas de permanência e, consequentemente, o gasto médio dos visitantes. Poder público e privado, *trade*, visitantes, bem como comunidade em geral;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Aplicável a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, Lei nº 13.709 de 14 de agosto de 2018;

F) Custo Estimado: O custo será para elaboração e execução da campanha. R$ 200.000,00;

G) Produtos: Nova campanha de comercialização e divulgação do destino;

H) Resultados: Ampliação do reconhecimento do destino. Aumento da geração de renda.

Ação proposta 49: Plano de Ação de Promoção e Comercialização anual. **Estratégias Macro: 3, 5.**

A) Descrição da Ação: Desenvolvimento do Plano de Ação de Promoção e Comercialização do Destino;

B) Objetivos: Desenvolver Plano de Ação de Promoção e Comercialização do Destino. Esse Plano deverá ser construído no ano anterior e disponibilizado para o*trade* antes do término de cada ano (sugestão: mês de outubro, no máximo). Deve contemplar ações para diferentes mercados, segmentos e nichos de público. Por ações entende-se feiras, eventos, *press trip,* uso de mídias sociais, etc.;

C) Justificativa: O Plano de Ação e Comercialização do Destino servirá para ampliar e diversificar o consumo turístico no mercado nacional, vislumbrando estimular diferentes clientes possam usufruir de diversas experiências e vivências desejadas para se concretizarem em Bento Gonçalves;

D) Benefícios e Beneficiários: Incremento na qualidade e competitividade dos produtos deste destino. Poder público e privado, *trade* e empreendedores em geral;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Aplicável a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, Lei nº 13.709 de 14 de agosto de 2018;

F) Custo Estimado: O Plano poderá ser elaborado por membros do COMTUR, Bento Convention e SEMTUR. Nesse caso, não haverá custos. R$ 0,00.

G) Produtos: Plano de Ação anual;

H) Resultados: Planejamento da Promoção e Comercialização do Destino Turístico de forma alinhada as necessidades do ano em questão.

Ação proposta 50: Elaboração de campanha específica para fortalecimento da imagem de Cidade Sustentável. **Estratégia Macro: 2**

A) Descrição da Ação: Organização de uma campanha sobre Cidades Sustentáveis X Turismo de alcance regional com a participação das universidades e do poder público para discutir e divulgar as características do patrimônio natural e cultural de Bento Gonçalves, em especial nas áreas de interesse turístico como as Rotas Turísticas e áreas de entorno dos principais atrativos das áreas urbanas. Identificação de atividades socioambientais educativas durante realização da campanha;

B) Objetivos: Elaborar campanha para ampliar a imagem de destino

sustentável pelas novas ações implementadas pelo poder público e privado;

C) Justificativa: Cada vez mais, os conceitos de sustentabilidade vêm sendo discutidos no dia a dia das pequenas e grandes cidades, porém muito pouco é pensado e praticado com relação ao assunto. Por essa razão, torna-se significativa a realização de campanhas que continuem inovando na região e incluam fatores que demonstrem sua preocupação com o patrimônio natural e cultural, tais como redução da produção de resíduos, diminuição do uso de energias convencionais, valorização da identidade cultural, entre tantas outras ações possíveis;

D) Benefícios e Beneficiários: Poder público e privado, visitantes, bem como comunidade em geral;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Lei nº 10.257, de 10 de junho de 2001, Artº 2, I;

F) Custo Estimado: O custo estimado será para elaboração e execução da campanha. R$ 80.000,00;

G) Produtos: Nova campanha de comercialização e divulgação do destino;

H) Resultados: Reconhecimento do destino como Cidade e Comunidade Sustentável.

Ação proposta 51: Incentivo do comércio para elaboração de ações para o turista. **Estratégia Macro: 3, 4**

A) Descrição da Ação: Organização de ações com os representantes do comércio local para ampliar as possibilidades dos turistas também utilizarem os serviços comerciais existentes no destino, tais como abertura aos domingos e feriados; ampliação de horários de atendimento; ampliação de parcerias para divulgar o comércio local; elaboração de campanhas de compras / fidelidade / descontos nos produtos turísticos;

B) Objetivos: Incentivar diferentes ações junto ao comércio local para permitir a realização de compras por parte dos turistas que chegam ao destino;

C) Justificativa: As atividades desenvolvidas pelos visitantes em Bento Gonçalves são, prioritariamente, nas rotas turísticas que se localizam nos distritos e comunidades do município. Desta forma, a circulação no centro da cidade ou em pontos mais comerciais é reduzida com relação aos outros locais. Por essa razão, atividades do comércio que envolvam o Turismo poderá ampliar essa circulação e, consequentemente permitir um aumento das vendas dos produtos

disponíveis neste comércio;

D) Benefícios e Beneficiários: Comércio local, visitantes, bem como comunidade em geral;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Aplicável a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, Lei nº 13.709 de 14 de agosto de 2018;

F) Custo Estimado: As atividades serão desenvolvidas em parceria com CDL. Sem custos. R$ 0,00;

G) Produtos: *Voucher* para comércio e produtos turísticos;

H) Resultados: Aproximação do comércio local com as atividades de Turismo.

Ação proposta 52: Alteração da Lei Municipal que impede a participação do destino em eventos organizados por operadoras de Turismo. **Estratégia Macro: 1**

A) Descrição da Ação: alteração na Lei que impede a participação do destino em eventos organizados por operadoras de Turismo, através de ação da Câmara de Vereadores para solução desse problema;

B) Objetivos: Alterar a Lei Municipal para potencializar a comercialização do destino, durante participação em eventos;

C) Justificativa: Possibilitar a inserção do destino em eventos organizados por operadoras posto que se concentram diversas oportunidades de negócios, de maneira ordenada já motivados para o trabalho;

D) Benefícios e Beneficiários: Participação em feiras de forma mais comercial. Aproveitamento das melhores oportunidades, tanto para o Poder público e inciativa privada;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Aplicável a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, Lei nº 13.709 de 14 de agosto de 2018;

F) Custo Estimado: R$ 0,00;

G) Produtos: Legislação atualizada;

H) Resultados: Ampliação das estratégias de comercialização do destino.

Ação proposta 53: Formação de Equipe de Marketing multidisciplinar. **Estratégia Macro: 6**

A) Descrição da ação: Montar uma equipe de marketing multidisciplinar com profissionais da área como designers, publicitários, jornalistas, fotógrafos,

videomakers, analista de dados, pesquisadores, entre outros. Essa equipe completa terá todas as ferramentas e capacitações para realização de campanhas e ações de marketing para a marca destino;

B) Objetivos: Reunir uma equipe de marketing multidisciplinar para realização das ações propostas de maneira assertiva;

C) Justificativa: A equipe funciona como uma entidade centralizadora de todas as campanhas, tornando, assim, toda a comunicação padronizada e com o nível de profissionalismo que Bento Gonçalves exige;

D) Benefícios e beneficiários: Todos os públicos beneficiam-se, tais como entidades privadas, públicas e público final, pois a padronização fortalece a marca de Bento Gonçalves e torna-a mais memorável, além da qualidade dos materiais passarem pelo crivo da equipe;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Aplicável a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, Lei nº 13.709 de 14 de agosto de 2018;

F) Custo Estimado: Realizar a ação com equipe prefeitura e parceiros. R$ 170.000,00;

G) Produtos: Equipe multidisciplinar focada na elaboração dos produtos de marketing;

H) Resultados: Resultados de campanhas assertivos e mensuráveis pela equipe formada.

Ação proposta 54: Padronização dos materiais para a “marca” do Destino – “Bento Pura Inspiração”. **Estratégia Macro: 6**

A) Descrição da ação: *Brandbook* é uma espécie de Manual da Marca, porém mais completo. Apresenta um conjunto de informações que estabelecem a essência e a cultura da marca e visa guiar o padrão da comunicação;

B) Objetivos: Padronizar os materiais da “marca” do Destino – “Bento Pura Inspiração” através da elaboração de manual ou *Brandbook* com atualização das diretrizes para a comunicação em peças de diferentes entidades para formar uma unificação e reconhecimento dessa marca;

C) Justificativa: Um material de comunicação com possibilidades de indefinição no padrão, desvia o público para pontos diversos. Se existe a marca destino para ser comunicada, ela exige um padrão de comunicação, para que todo o material seja percebido pelo público como único, tornando, assim, a possibilidade de

vender um conjunto de experiências maior do que apenas produtos separadamente;

D) Benefícios e beneficiários: A identidade da marca destino será muito mais percebida, sendo assim, aumentando o alcance da marca. Empresários e entidades públicas beneficiam- se;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Aplicável a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, Lei nº 13.709 de 14 de agosto de 2018;

F) Custo Estimado: Elaboração de *Brandbook* de acordo com as diferentes peças a serem criadas. R$ 50.000,00;

G) Produtos: Manual ou *Brandbook* do destino atualizado;

H) Resultados: Unificação e reconhecimento de marca em diversos materiais.

Ação proposta 55: Criação de portfólio de produtos e serviços do destino – Trilingue. **Estratégia Macro: 3, 6**

A) Descrição da ação: Elaboração de um portfólio online com todos os produtos e serviços do destino, organizado por categorias, unificando onde o turista pode descobrir tudo o que o destino tem a oferecer. Por exemplo: categoria de hospedagem para selecionar o seu hotel; categoria de alimentação para selecionar onde fazer o café da manhã, almoço e lanche; categoria de turismo para selecionar os passeios que realizará; categoria de transporte para escolher o transfer; categoria de produtos para encontrar onde fará suas compras; categoria de profissionais para escolher o guia do passeio, etc.;

B) Objetivos: Criar um portfólio contendo todos os produtos e serviços oferecidos pelo destino, para que o cliente final, seja para turismo de lazer, negócios ou outro, consiga visualizar todas as possibilidades que o destino oferece. Material em Português, Inglês e Espanhol;

C) Justificativa: Quando os produtos e serviços não estão unificados, o cliente final pode não saber sobre as possibilidades que existem para tornar a experiência ainda mais completa. Centralizar todas as opções torna mais fácil a aquisição de vários produtos e serviços no destino;

D) Benefícios e beneficiários: O turista porque pode encontrar todas as possibilidades em um só local, facilitando a experiência, e as entidades, estando na mesma “vitrine”, podem vender dentro da experiência completa, além de criar produtos em conjunto, ampliando as parcerias locais;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Aplicável a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, Lei nº 13.709 de 14 de agosto de 2018;

F) Custo Estimado: Elaboração de *website*. R$ 30.000,00;

G) Produtos: Portfólio de produtos e serviços trilingue;

H) Resultados: Centralização de todos os produtos e serviços prestados para o cliente em um só local, facilitando a sua venda.

Ação proposta 56: Realização de campanhas nichadas de vendas. **Estratégia Macro: 3, 6**

A) Descrição da ação: Com uma grande gama de clientes, campanhas nichadas segmentam esse público para atingi-lo com mais assertividade, ao invés de fazer campanhas genéricas para públicos diversos, onde a taxa de conversão é baixa e o investimento é alto, as campanhas nichadas conseguem atingir exatamente o público-alvo e a taxa de conversão torna-se muito maior, compensando o investimento. Campanhas nichadas significam o uso do marketing de nichos que tem foco em um público específico e segmentado;

B) Objetivos: Realizar campanhas nichadas para cada segmento dos produtos do destino, de acordo com o estudo do público-alvo para cada nicho, podendo essas campanhas serem em mídias digitais, eventos ou feiras, etc.;

C) Justificativa: Para aumentar o número de pessoas atingidas e com potencial de conversão, otimizando o orçamento das campanhas;

D) Benefícios e beneficiários: Públicos que não eram atingidos anteriormente serão impactados e a conversão desse público para potenciais compradores beneficia todas as entidades do destino;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Aplicável a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, Lei nº 13.709 de 14 de agosto de 2018;

F) Custo Estimado: De acordo com cada estratégia de campanha, visto que serão diferentes em cada nicho. R$ 32.000,00;

G) Produtos: Campanhas e ações específicas de cada segmento do destino;

H) Resultados: Ampliação do ponto de contato de cada segmento para realização de campanhas nichadas.

Ação proposta 57: Realização de trabalho com influenciadores digitais (foco na experiênciado usuário). **Estratégia Macro: 3, 6**

A) Descrição da ação: A ação com influenciadores leva o destino ao público de maneira muito mais próxima e real, ainda mais com o foco na experiência do usuário. A curadoria desses influenciadores deve ser minuciosa, pois vincula a marca aos valores que o influenciador transmite, o que pode intensificar muito as vendas do destino. Essa ação pode ser realizada através de parcerias entre empreendimentos turísticos e *trade* para receber os influenciadores digitais do RS, SC, PR, SP, inicialmente;

B) Objetivos: Realizar ações com influenciadores digitais para a divulgação do destino, por meio de permuta, encontrar influenciadores digitais que conversam com o público-alvo para que ele divulgue o produto turístico do destino com foco na experiência do usuário;

C) Justificativa: Ações com influenciadores ainda são canais pouco explorados e que têm um grande potencial na comunicação e veiculação do destino. Por essa razão, merecem atenção especial dentro das estratégias de comercialização e divulgação;

D) Benefícios e beneficiários: Entidades que já oferecem experiências são o principal foco, porém, todas as outras que podem unir-se para formar uma experiência completa e beneficiarem-se. Destino turístico como um todo;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Aplicável a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, Lei nº 13.709 de 14 de agosto de 2018;

F) Custo Estimado: De acordo com cada influenciador, mas com parcerias entre empreendedores. R$ 0,00;

G) Produtos: Divulgação dos produtos por meio de influenciadores, fazendo-o nas suas plataformas digitais;

H) Resultados: Atingir uma parcela dos seguidores desses influenciadores dentro do público-alvo do destino.

Ação proposta 58: Montagem de banco de imagens / vídeos do destino. **Estratégia Macro: 3, 6**

A) Descrição da ação: Produção de um banco de imagens e vídeos com a retenção dos direitos para ser utilizado nas campanhas da equipe de marketing, dessa forma garantindo a qualidade e a possibilidade de direcionar esse banco para os fins específicos das campanhas e qualquer outro material. O Projeto “Fotógrafos do Turismo” possui um banco de imagens, mas não se pode usar com

fins lucrativos;

B) Objetivos: Contratar um fotógrafo / *videomaker* para montagem de um banco de imagens e vídeos a serem utilizados em todas as campanhas da equipe de marketing, dessa forma, mantendo a qualidade da divulgação e os direitos autorais sobre as imagens, mas com a possibilidade de poderem ser usadas também com fins lucrativos;

C) Justificativa: Como o banco existente tem restrições de direitos, assim como fontes externas (sites em que não se tem essa informação sobre os direitos), essa ação visa à construção desse novo banco para o uso com fins lucrativos, além da possibilidade de orientar os profissionais de acordo com a necessidade da campanha;

D) Benefícios e beneficiários: Principalmente para equipe que terá acesso ao banco, mas indiretamente todas as entidades, *trade* turístico, poder público e privado, que terão seus materiais com uma qualidade de imagem superior e focada nas campanhas;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998;

F) Custo Estimado: R$ 68.000,00;

G) Produtos: Banco de imagens / vídeos de qualidade e com direitos reservados;

H) Resultados: Maior liberdade nas campanhas podendo direcionar o profissional para o objetivo de cada ação.

Ação proposta 59: Elaboração de Programa de Descontos para responder pesquisas sobre o perfil dos turistas. **Estratégia Macro: 3**

A) Descrição da ação: Criar um questionário *on line* e oferecer o link para o turista responder a pesquisa, ao final do questionário, o turista recebe um brinde ou um desconto nos empreendimentos do *trade* turístico;

B) Objetivos: Elaborar um Programa de Descontos e/ou brindes para clientes que responderem as pesquisas completas;

C) Justificativa: O conhecimento detalhado da demanda é fundamental para o planejamento turístico, uma base de dados fiel à realidade tem um valor inestimado.

D) Benefícios e beneficiários: O destino turístico como um todo;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Não Aplicável;

F) Custo estimado: Os brindes serão doados pelo *trade*. Sem custos. R$ 0,00;

G) Produtos: Descontos / brindes;

H) Resultados: Abastecimento do sistema integrado do município com dados de maior precisão para posterior análise do perfil dos turistas e elaboração das estratégias de desenvolvimento do Turismo.

Ação proposta 60: Implantação de módulos leves, móveis e interativos para o letreiro tipo “Eu amo Bento”. **Estratégia Macro: 3**

A) Descrição da Ação: O que se propõe para Bento Gonçalves são módulos plásticos leves, móveis e componíveis que possam ser montados pelos próprios visitantes customizando sua foto como uma espécie de poema-concreto. Esses módulos, além de leves para serem deslocados, deverão ser resistentes para seu empilhamento e possibilidade de que as pessoas subam neles. Serão de dois tipos: Um menor para pequenos espaços e outro maior. O menor será composto por quatro módulos com os dizeres: BEN | TO | TÔ | BEM. Com isso se cria a possibilidade de diversas combinações que ficarão a critério do visitante. Ex: TÔ BEM BENTO; TÔ BENTO BEM; BEMBEN TOTÔ, etc. O maior será composto pelos módulos: BENTO | IO TI | VOGLIO | TANTO | BENE. O uso do idioma italiano faz clara referência à cidade e é de fácil compreensão. Assim como o anterior, permite diversas combinações e até supressões com a possibilidade de grupos maiores serem fotografados sobre os módulos montados por eles mesmos. O menor pode ficar localizado na Via Del Vino e o maior na Praça Achyles Mincarone, mas nada impede que qualquer um esteja em outros pontos turísticos;

B) Objetivos: Implantar uma instalação de módulos interativa para que o turista que visita a cidade interaja montando seu próprio letreiro, fotografe e compartilhe a foto, assim divulgando o destino. Esses módulos, em escala reduzida, poderão ser licenciados para produção e venda aos turistas que levarão Bento para casa, onde poderão montar seus próprios poemas concretos;

C) Justificativa: Letreiros tipo “Eu amo Bento” ou “*I love NY*”, ou *“I am sterdam*” têm sido instalados em diversas cidades pelo mundo e servem como locais de fotos e prova de passagem de visitantes. Esses módulos, em escala reduzida, poderão ser licenciados para produção e venda aos turistas que levarão Bento para casa, onde poderão montar seus próprios poemas-concretos;

D) Benefícios e Beneficiários: Os turistas terão uma atividade lúdica para realizar na visita à cidade, os comerciantes terão um produto típico para vender e o destino ganha pela divulgação das fotos;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Atender à Lei Nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998 que dispõe sobre as sanções penais e administrativas derivadas de condutas e atividades lesivas ao meio ambiente, e dá outras providências, principalmente a Seção IV que trata dos Crimes contra o Ordenamento Urbano e o Patrimônio Cultural e considerar a alteração dada pela Lei Lei nº 12.408, de 2011;

F) Custo Estimado: O custo estimado é de R$ 50.000,00 para o projeto e de R$ 100.000,00 para a execução. O licenciamento das miniaturas deve prever participação da prefeitura no lucro da venda. R$ 150.000,00;

G) Produtos: Letreiros de instalação interativos. Possibilidade de produção e venda desses módulos em escala reduzida para souvenir através de licenciamento;

H) Resultados: Aumentar a divulgação do destino. Propiciar atividade lúdica ao turista.

EIXO 8 – MONITORAMENTO

OBJETIVOS:

- Fornecer dados, informações e elementos confiáveis aos órgãos públicos e demais segmentos envolvidos (como a iniciativa privada), para que favoreçam a integração e a coordenação de ações entre eles, a fim de reduzir ou eliminar entraves e barreiras à atividade turística do município;
- Criar uma sistemática para monitoramento e implementação do plano, fazendo com que este seja parte integrante da rotina de gestão do turismo no município, garantindo o bom desempenho do plano, visando a identificação de distorções, erros, fatores externo, inadequações que necessitem de ajustes para sucesso da implantação do plano;
- Estimular o Capital Social (este entendido como a capacidade que uma sociedade possui para cooperar e confiar) entre todos e a formação de parcerias que serão de importância fundamental para o sucesso da implementação deste documento;

- Estabelecer o papel de cada um dentro do processo de desenvolvimento do Turismo; cada parte tem um papel a cumprir, cada qual tem sua cota de responsabilidade e devem ser agentes de transformação, tornando-se, assim, protagonistas desse processo.

Ação proposta 61: Qualificação do empreendedor / *trade* sobre a importância da obtenção, geração e uso de dados do Turismo. **Estratégia Macro: 5**

A) Descrição da Ação: Formatar cursos de qualificação para o *trade* tomar conhecimento de qual estratégia a ser utilizada para a obtenção, geração e análise dos dados para o uso do planejamento turístico do município e dos empreendimentos;

B) Objetivos: Utilizar estatísticas de sites como Booking.com, Airbnb, entre outros, em encontros virtuais de disseminação do conhecimento;

C) Justificativa: A necessidade de conhecer o perfil do turista monitorando suas preferências e analisando todos os dados disponíveis é fundamental para o desenvolvimento do planejamento estratégico do destino, sendo assim a coleta, análise e interpretação de dados é vital para o êxito dos destinos turísticos, seja para a adequação da oferta frente a necessidade e desejos de seus consumidores ou para produção de novos produtos e serviços;

D) Benefícios e Beneficiários: Uso adequado de dados. Poder público e privado, *trade* e empreendedores em geral;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Aplicável a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, Lei nº 13.709 de 14 de agosto de 2018;

F) Custo Estimado: A definição dos dados poderá ser elaborada em parceria entre as IES e SEMTUR. Nesse caso, não haverá custos. R$ 0,00;

G) Produtos: Encontros virtuais. Material informativo para empreendedores e *trade*;

H) Resultados: Ampliação no uso de dados do Turismo.

Ação proposta 62: Implantação do Observatório de Turismo. **Estratégia Macro: 5**

A) Descrição da Ação: Implantação de um Observatório de Turismo com a elaboração de método para a busca de informações e Dados de

Observatório Social e Turística. Essa ação deve ser realizada em parceria com as IES de Turismo e Hotelaria da região, pois as mesmas possuem capital humano e recursos para aplicar em pesquisas;

B) Objetivos: Implantar o Observatório de Turismo, visando intensificar a disseminação de informações, dados e indicadores sobre Turismo;

C) Justificativa: a complexidade de construir caminhos e soluções para a sustentabilidade do Turismo no processo de desenvolvimento exige o conhecimento da realidade do ambiente, do resultado do visitante e do visitado, dos impactos gerados pela ampliação da atividade turística e as constantes mudanças de cenário que são impostas ante a inevitabilidade de transformação do real. Esse conhecimento só será possível através de constantes pesquisas para o monitoramento do que se refere às estruturas, aos atrativos, às potencialidades e aos diferenciais do destino frente aos mercados efetivos e potenciais, aos benefícios econômicos a auferir ou auferidos com a atividade turística;

D) Benefícios e Beneficiários: Segurança, transparência, decisões assertivas, previsões e estratégias. Poder público e privado, *trade* e empreendedores em geral;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Lei nº 22.765, de 20/12/2017, e pelo Decreto nº 47.526, de 06/11/2018 (MG);

F) Custo Estimado: Fortalecer parcerias com IES de Turismo e Hotelaria para que essas entidades possam assumir essa responsabilidade. Sem custo para o município: R$ 0,00;

G) Produtos: Banco de Dados e Observatório Big Data;

H) Resultados: Organização de um sistema de informações coletadas e dispostas de forma periódica, para balizar e fundamentar o planejamento e a gestão da atividade turística com vistas à sustentabilidade, especialmente no que tange às organizações dos setores que constituem o Turismo, sejam privadas ou públicas.

Ação proposta 63: Padronização da coleta e registro de dados das Rotas Turísticas. **Estratégia Macro: 5.**

A) Descrição da Ação: Identificação e definição de metodologia específica para que todas as Rotas realizem a coleta do fluxo de visitantes de forma unificada;

B) Objetivos: Padronizar metodologia específica para que todas as Rotas

realizem a coleta do fluxo de visitantes de forma unificada;

C) Justificativa: A sistematização dos dados coletados para o fluxo de visitantes nas cinco diferentes rotas dentro do município são obtidas de forma diferente entre um grupo de empreendedores e outro. Por esta razão, torna-se necessário identificar uma mesma metodologia de captação das informações sobre o fluxo de visitantes para que a coleta dos dados se realize de forma unificada;

D) Benefícios e Beneficiários: Unificação na coleta de dados do fluxo de visitantes. Poder público e privado, empreendedores em geral;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Aplicável a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, Lei nº 13.709 de 14 de agosto de 2018;

F) Custo Estimado: A metodologia poderá ser elaborada por membros da SEMTUR, COMTUR e/ou *Bento Convention* e em conjunto com empresa especializada. R$ 35.000,00;

G) Produtos: Metodologia de coleta de dados;

H) Resultados: Maior confiabilidade dos dados coletados.

Ação proposta 64: Implantação de sistema para monitoramento do crescimento / adensamento urbano em áreas de interesse turístico. **Estratégias Macro: 4, 5.**

A) Descrição da Ação: Implantação de sistema de monitoramento de desempenho do Plano Diretor Municipal, a partir de *software* SIG (Sistema de Informações Geográficas);

B) Objetivos: Implantar sistema de monitoramento para a identificação de áreas turísticas do município que estão sofrendo maior pressão imobiliária;

C) Justificativa: A construção civil e o desenvolvimento imobiliário são reconhecidamente importantes setores para o desenvolvimento econômico e social de uma comunidade, visto sua extensa cadeia produtiva e a grande capacidade de geração de empregos. Entretanto, também é reconhecida que a sua expansão de forma descontrolada e pouco planejada resulta no aumento da desigualdade sócio espacial, assim como é ameaça constante ao meio-ambiente natural e ao patrimônio histórico-cultural, elementos importantes na atração e desenvolvimento turístico. Dessa forma, cabe ao poder municipal monitorar as dinâmicas do mercado como forma de planejar e equilibrar as pressões sobre áreas de interesse turístico, de modo que não haja prejuízo para ambas as atividades econômicas;

D) Benefícios e Beneficiários: Maior controle da pressão do mercado imobiliário sobre área de interesse turístico e cultural, possibilitando ajustes nas políticas públicas de planejamento urbano;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Lei Complementar nº 200, de 27 de julho de 2018 – do Plano Diretor de Bento Gonçalves;

F) Custo Estimado: Recursos humanos do IPURB e consultoria especializada para capacitação e implementação do Sistema. R$ 200.000,00 (duzentos mil reais);

G) Produtos: Sistema de Monitoramento do Plano Diretor;

H) Resultados: Obtenção de informações para subsídio na tomada de decisão do Planejamento Urbano Municipal.

Ação proposta 65: Criação de um Sistema Integrado entre prefeitura e empreendimentos. **Estratégia Macro: 5.**

A) Descrição da ação: Unificação de todas as informações em um único banco de dados centralizado que será alimentado por todos os estabelecimentos em tempo real para acompanhamento de ocupação e com dados mais detalhados para serem analisados posteriormente;

B) Objetivos: Criar um banco de dados centralizado com a utilização de uma API ("*Application Programming Interface*") para comunicação entre poder público e privado;

C) Justificativa: O conhecimento detalhado da demanda e do movimento turístico de um destino é fundamental para o planejamento e desenvolvimento do Turismo, faz-se necessário unificar as informações para aplicação das estratégias cabíveis;

D) Benefícios e beneficiários: O destino turístico;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Lei nº 14.010, de 10 de junho de 2020 – Entra em vigor em 01 de Agosto de 2021;

F) Custo estimado: R$ 360.000,00;

G) Produtos: API, banco de dados, site e aplicativos;

H) Resultados: Estatísticas precisas dos turistas para melhor aproveitamento da informação; Informações em tempo real de ocupação dos estabelecimentos.

Ação proposta 66: Utilização de um Sistema Inteligente de *feedbacks.* **Estratégia Macro: 5.**

A) Descrição da ação: Atualmente, tem-se diversas ferramentas para buscar informações de meios de hospedagem, restaurantes, lojas, museus, etc. Em quase todas elas, os clientes podem deixar suas notas, comentários, críticas e sugestões, tornando-se difícil de acompanhar/analisar todas elas diariamente. Com isso, surgiram novas tecnologias para agrupar esses desempenhos em um único serviço, capaz de otimizar o seu tempo e apontar pontos positivos e negativos;

B) Objetivos: Utilizar um sistema inteligente para tomar conhecimento das reclamações/sugestões/elogios dos clientes de forma inteligente e integrada;

C) Justificativa: A gestão do *feedback* e da experiência do consumidor terão um papel fundamental nas suas estratégias de fidelização e aquisição de novos clientes. A relação entre o destino turístico e o turista está mais digital do que nunca. Os visitantes estão se comunicando com os empreendimentos e serviços através de diversos canais digitais e ao mesmo tempo. Eles também querem frequentar lugares de confiança – bem avaliados por outros consumidores, desejando relacionar-se com empresas mais humanizadas, que escutem o que eles têm a dizer sobre a experiência entregue;

D) Benefícios e beneficiários: Empresas e seus clientes;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Lei nº 14.010, de 12 de junho de 2020 – Entra em vigor em 01 de Agosto de 2021;

F) Custo estimado: R$ 7.762,00 implementação p/ 250 estabelecimentos + R$ 69,00 mensais (p/ cada). R$ 18.000,00;

G) Produtos: Um Sistema (por exemplo, HARMO);

H) Resultados: Melhoria na qualidade dos produtos e serviços; aumento no número de informações para uso dos empreendedores; ganho de qualidade e agilidade na análise de dados; ganho de inteligência para tomada de decisões centradas nos desejos dos clientes; ganho na atração de novos clientes; aumento na retenção/fidelidade dos clientes; aumento da confiança e admiração dos consumidores pela marca.

Ação proposta 67: Realização de Estudo de Capacidade de Carga específica para atrativos turísticos e/ou empreendimentos. **Estratégias Macro: 2, 5.**

A) Descrição da ação: Através de estudos em convênio com as IES de

Turismo, identificar a Capacidade de Carga dos atrativos turísticos ou empreendimentos que mais recebem visitantes (no primeiro momento) para, posteriormente, abranger os principais atrativos e empresas do Turismo do município;

B) Objetivos: Realizar estudos diferenciados para implantar a capacidade de carga em atrativos e empreendimentos que recebem visitantes;

C) Justificativa: O conceito de Capacidade de Carga (também conhecido como Capacidade de Suporte) tem sido de grande importância no planejamento de Turismo, em virtude das teorias de sustentabilidade (BARRETTO, 2009). Ruschmann (2006) entende por Capacidade de Carga Turística o número máximo de visitantes (por dia/mês/ano) que uma área pode suportar antes que ocorram alterações nos meios físicos e sociais. Segundo Cooper e Fletcher (1997 apud BARRETTO, 2009), a capacidade varia conforme a duração da estada dos turistas, as características destes, assim como as características dos anfitriões, a concentração geográfica dos habitantes e a intensidade do período sazonal. Identificar a capacidade de carga de um atrativo ou empresas que recebem turistas é fundamental para a conservação ambiental e social do local. Ruschmann (2006) afirma que a Capacidade de Carga Social estará ultrapassada quando os moradores da localidade já não aceitarem os turistas e passarem a hostilizá-los. Torna-se, portanto, fundamental identificar a Capacidade de Suporte para que se possa preservar o meio ambiente e não esgotar a comunidade receptora;

D) Benefícios e beneficiários: os atrativos turísticos e empresas, a comunidade receptora e os turistas;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Lei nº 9.985, de 18 de julho de 2000;

F) Custo estimado: O custo estimado dependerá de uma série de critérios espaciais, temporais e sociais que diferem na aplicação de coeficientes para a base de cálculo do local a ser implantado. Sugere-se parcerias com as IES de Turismo para baixar o custo do projeto. R$ 125.000,00;

G) Produtos: Capacidade de Carga implantada nos principais atrativos turísticos e empreendimentos do município;

H) Resultados: Preservação da atratividade do negócio, fornecimento de serviços de qualidade, ótima experiência do turista, não esgotamento dos recursos naturais e controle da saturação da comunidade receptora.

8.2 DIMENSIONAMENTO DO INVESTIMENTO TOTAL

Após apresentação dessas APDs de forma detalhada no item 6, apresenta-se o Quadro 21 com informações de investimentos necessários em cada eixo previsto no PRT e nas 67 ações elaboradas para este Plano e, posteriormente, uma previsão de investimentos totais a serem realizados para a implantação das ações e estratégias propostas.

Quadro 21 - Identificação de Investimentos para Implantação das ações do Plano Municipal de Turismo de Bento Gonçalves/RS

(continua)

Eixo	Ação promotora de desenvolvimento	Investimento previsto	Valor do investimento previsto (R$)
1	1 - Alinhamento das Governanças locais para que os diferentes conselhos sejam fortalecidos e integrados através de Projetos que resultem no desenvolvimento de ações efetivas e sustentáveis.	Apenas para deslocamentos individuais que serão pagos pelos próprios participantes, por adesão.	R$ 0,00
1	2 - Democratização e Legitimação dos Conselhos Distritais.	Apenas para deslocamentos individuais que serão pagos pelos próprios participantes, por adesão.	R$ 0,00
1	3 - Fortalecimento das redes de cooperação.	Dinâmicas que serão trabalhadas nas reuniões de rotina das Governanças.	R$ 0,00
1	4 - Promoção de alianças com as Governanças Regionais que atuam no Desenvolvimento Sustentável da Região Uva e Vinho.	Identificação das oportunidades de crescimento conjunto nas reuniões de Governança.	R$ 0,00
1	5 - Disseminação e suporte para a implementação do Plano Municipal de Turismo.	O COMTUR irá fomentar esta ação.	R$ 0,00
1	6 - Fortalecimento das Zonas de Interesse Turístico, no Zoneamento Rural – Distrito de Eulália na próxima revisão do Plano Diretor Municipal de Bento Gonçalves.	Contratação de mão de obra especializada.	R$ 350.000,00
1	7 - Solicitação de assento no Comitê de Gerenciamento da Bacia do Taquari Antas.	Apenas para deslocamentos individuais que serão pagos pelos próprios participantes, por adesão.	R$ 0,00

1	8 - Alinhamento com o COREDE SERRA para elaboração de Planejamento Metropolitano da Serra Gaúcha.	Apenas para deslocamentos individuais que serão pagos pelos próprios participantes, por adesão.	R$ 0,00
2	9 - Elaboração de projetos de trabalho com escolas para conhecer as Rotas Turísticas e atrativos (naturais e culturais).	Ação desenvolvida pelos funcionários do quadro das Secretarias municipais envolvidas na ação. O custo será para o transporte.	R$ 2.500,00
2	10 - Visita/passeio a comunidade local.	Mobilização interna do município e suas Secretarias.	R$ 2.500,00
2	11 - Implantação de transporte turístico.	Contratação de serviço de transporte e/ou fomento a parceria.	R$ 850.000,00
2	12 - Estudo para o reconhecimento de boas práticas de sustentabilidade para o Turismo.	Capacitação dos profissionais do quadro.	R$ 35.000,00
2	13 - Diversificação das atividades turísticas para público infanto juvenil.	Contratação de mão de obra especializada em Formatação de Produtos para o Turismo.	R$ 35.000,00
2	14 - Diversificação das atividades turísticas de Turismo Aventura e Ecoturismo, bem como Turismo Náutico.	Contratação de mão de obra especializada em Formatação de Produtos para o Turismo.	R$ 35.000,00
2	15 - Estudo para implantação de um museu com projeto de arquiteto com referência internacional (*starchitech*).	Contratação de mão de obra especializada para Construção.	R$ 50.000.000,00
2	16 - Conclusão do Invetário do Patrimônio Cultural do município.	Contratação de mão de obra especializada em Patrimônio Histórico.	R$ 350.000,00
2	17 - Formatação de uma Rota de Compras.	Contratação de mão de obra especializada em Turismo.	R$ 30.000,00
2	18 - Elaboração de uma proposta para integrar o município na Rede de Cidades Criativas da UNESCO no setor de gastronomia (Enoturismo).	Contratação de mão de obra especializada.	R$ 40.000,00
3	19 - Elaboração de critérios mínimos para o atendimento ao turista.	Ação desenvolvida pelos funcionários do quadro das Secretarias municipais envolvidas na ação e entidades.	R$ 0,00
3	20 - Desenvolvimento da cultura do Turismo em todosos segmentos, incluindo a população.	Sensibilização da iniciativa privada / parcerias comerciais / contratação de mão de obra especializada.	R$ 50.000,00
3	21 - Identificação de necessidades para	Curso de Capacitação – Sistema S, CDL,Sindilojas.	R$ 0,00

	qualificação do atendimento.		
3	22 - Incentivo ao registro no CADASTUR.	Ação desenvolvida pelos funcionários do quadro da SEMTUR.	R$ 0,00
3	23 - Realização de Programa de Capacitação para o *trade* com foco na comercialização do destino.	Contratação de mão de obra especializada	R$ 100.000,00
3	24 - Escala de abertura organizada dos restaurantes.	Apenas para deslocamentos individuais que serão pagos pelos próprios participantes, por adesão.	R$ 0,00
3	25 - Após revisão **dos CNAEs** pelo Ministério do Turismo, criação de campanhas para divulgação e orientação para as empresas obterem o registro do CADASTUR	Ação desenvolvida pelos funcionários do quadro da SEMTUR.	R$ 0,00
4	26 - Criação de um portfolio específico para captação de investimentos com integração entre Rotas, Secretaria, Investidores e Conselhos.	Contratação de mão de obra especializada para Captação de Invesimentos.	R$ 15.000,00
4	27 - Divulgação da Sala do Empreendedor e demais canais de informações voltados ao empreendedorismo vinculados a atividade turística	Será realizado pelo quadro de funcionários do SEBRAE.	R$ 0,00
4	28 - Fomento as entidades representativas das Rotas para que tenham capacidade de estimular a comunidade a empreender (recurso financeiro e equipe qualificada).	Contratação de mão de obra especializada para Captação de Investimentos.	R$ 150.000,00
4	29 - Captação de investimentos para melhorias na infraestrutura do FUNDAPARQUE.	Contratação de mão de obra especializada para Captação de Invesimentos.	R$ 200.000,00
4	30 - Implementação Método Gestão de Aspectos e Impactos Ambientais - GAIA nos empreendimentos turísticos.	Contratação de ão de obra especializada para Estudos Ambientais.	R$ 200.000,00
4	31 - Criação de legislação específica para incentivo a implantação de atividades comerciais e de serviços em edificações históricas.	Esforço conjunto das Secretarias do Município.	R$ 0,00
4	32 - Criação de legislação específica para incentivo a criação de Zonas de Comércio	Esforço conjunto das Secretarias do Município.	R$ 0,00

	junto aáreas com potencial turístico.		
4	33 - Elaboração de estratégias para tornar Bento Gonçalves uma Cidade Inteligente.	Contratação de mão de obra especializada em Tecnologia e Inovação.	R$ 460.000,00
5	34 - Ampliação do acesso à internet e telefonia móvel.	Ação privada de cada operadora, sem custo para o município.	R$ 0,00
5	35 - Ligação entre as rotas e atrativos, inclusive intermunicipais, inserindo ciclovias.	Contratação de mão de obra especializada	R$ 53.000,00
5	36 - Reativação e reutilização da malha ferroviária.	Contratação de mão de obra especializada	R$ 80.000,00
5	37 – Implementação de Políticas Públicas de Preservação do Patrimônio Natural.	Esforço conjunto das Secretarias do Município.	R$ 0,00
5	38 - Implementação de pontos de recarga de Energias Limpas em áreas específicas das Rotas e atrativos.	Contratação de empresa especializada.	R$ 50.000,00
5	39 - Desenvolvimento de Planos e Projetos Setoriais de Infraestrutura e Qualificação do Espaço Urbano.	Contratação de mão de obra especializada.	R$ 300.000,00
5	40 - Levantamento, Revisão, Complementação e Padronização da Sinalização Turística Viária.	Contratação de mão de obra especializada.	R$ 2.000.000,00
5	41 - Criação do Caminho do Peregrino integrando o Santuário de Santo Antônio em Bento Gonçalves como de N.S. de Caravaggio em Farroupilha.	Contratação de mão de obra especializada.	R$ 1.750.000,00
6	42 - Unificação das informações das Rotas e seus empreendimentos.	Contratação de empresa especializada.	R$ 100.000,00
6	43 - Participação nas Feiras e Eventos para repassarem as Informações vinculadas ao Turismo.	Espaço físico nos estandes das feiras, com gratuidade entre os parceiros. Custo para outras despesas de participação em Feiras e Eventos.	R$ 75.000,00
6	44 - Atualização de todos os sites e aplicativos do município relacionados ao Turismo.	Campanha envolvendo SEMTUR, COMTUR, CDL e associações.	R$ 0,00
6	45 - Implantação de CATs itinerantes nos principais Shoppings e Centros Comerciais.	Estruturação física dos CATs.	R$ 150.000,00
6	46 - Elaboração de materiais informativos unificados para	Contratação de empresa especializada (projeto e	R$ 65.000,00

	grandes Agências e Operadoras, Aeroportos, etc.	impressão).	
6	47 - Elaboração de materiais informativos com Práticas Sustentáveis para o Turista.	Contratação de empresa especializada (projeto e impressão).	R$ 32.000,00
7	48 - Realização de campanha de Comunicação do Destino.	Contratação de empresa especializada.	R$ 200.000,00
7	49 - Plano de Ação de Promoção e Comercialização anual.	Ação desenvolvida em parceria com representates do Poder Público e iniciativa privada.	R$ 0,00
7	50 - Elaboração de campanha específica para fortalecimento da imagem de Cidade Sustentável.	Contratação de empresa especializada multidisciplinar.	R$ 80.000,00
7	51 - Incentivo do comércio para elaboração de ações para o turista.	Ação desenvolvida em parceria com representates do Poder Público e iniciativa privada	R$ 0,00
7	52 - Alteração da Lei Municipal que impede a participação do destino em eventos organizados por operadoras de Turismo.	Esforço do Governo municipal.	R$ 0,00
7	53 - Formação de Equipe de Marketing multidisciplinar.	Contratação de mão de obra especializada.	R$ 170.000,00
7	54 - Padronização dos materiais para a “marca” do Destino – “Bento Pura Inspiração”.	Contratação de mão de obra especializada.	R$ 50.000,00
7	55 - Criação de portfólio de produtos e serviços do destino – Trilíngue.	Contratação de mão de obra especializada.	R$ 30.000,00
7	56 - Realização de campanhas nichadas de vendas.	Contratação de mão de obra especializada.	R$ 32.000,00
7	57 - Trabalho com influenciadores digitais (foco na experiência do usuário).	Permuta entre *trade* e influenciadores.	R$ 0,00
7	58 - Montagem de banco de imagens / vídeos do destino.	Contratação de mão de obra especializada.	R$ 68.000,00
7	59 - Elaboração de Programa de Descontos para responder pesquisas sobre o perfil dos turistas.	Ação será desenvolvida entre trade e entidades envolvidas	R$ 0,00
7	60 - Implantação de módulos leves, móveis e interativos para o letreiro tipo “Eu amo Bento”	Contratação de mão de obra especializada.	R$ 150.000,00
8	61 - Qualificação do empreendedor / trade sobre a importância da obtenção, geração e uso de dados do turismo.	Será realizados pelas IES.	R$ 0,00

modalidades a serem revistas pelo MTur. A SEMTUR juntamente com o COMTUR deverá realizar campanhas de sensibilização junto ao *trade* turístico e aos contadores do município;

B) Objetivos: Criar campanhas para esclarecer e incentivar a todos os prestadores de serviços das ACTs a realizarem o cadastramento. Esclarecer os contadores sobre quais CNAES serão obrigatórios no registro do CADASTUR. Estimular os prestadores de serviços turísticos a inserirem entre suas obrigações legais o cadastro junto ao MTur;

C) Justificativa: O CADASTUR é um instrumento para ordenar e conhecer a oferta de serviços nos municípios turísticos. Com esse incentivo, haverá uma maior aproximação do poder público e o privado. O CADASTUR tem se tornado uma importante ferramenta de planejamento e atuação do governo para fomentar o desenvolvimento de políticas públicas para o setor de Turismo e uma referência para consulta do mercado turístico brasileiro. Justifica-se também pelo grande desconhecimento por parte de contadores do município que fazem a formalização legal das empresas, havendo o despreparo para a realização das atividades competentes;

D) Benefícios e Beneficiários: O CADASTUR atualizado beneficiará toda a comunidade, os empreendedores do *trade* turístico que terão à disposição informações e serviços, além das Normas exigidas pelo poder público federal, estadual e municipal. O aproveitamento dessas informações para a SEMTUR de Bento Gonçalves e para os turistas que poderão conhecer e usufruir dos produtos oferecidos com mais segurança;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Lei nº 11.771/2008;

F) Custo Estimado: O CADASTUR é gratuito e pode ser realizado pela equipe de funcionários das empresas privadas e por profissionais como guias de turismo e consultores especializados com CNPJ. R$ 0,00;

G) Produtos: Geração de uma rede de empresas ligadas ao Turismo no mapa turístico do município e do estado do RS. Entre os resultados esperados, pode-se criar uma consciência de boas práticas e obrigações a todos que optaram pelo setor turístico;

H) Resultados: Conhecimento da extensão dos cadastros junto ao MTUR e suas atividades. Confiança e zelo no atendimento ao visitante e atendimento a um dos critérios para a atualização do Mapa Turístico do PRT.

EIXO 4 – EMPREENDEDORISMO, CAPTAÇÃO E PROMOÇÃO DE INVESTIMENTO

OBJETIVOS:

- Estabelecer a política e a estratégia de desenvolvimento turístico no município, elaborando a estrutura necessária para promover o alinhamento, a colaboração e a sinergia na execução das ações dos diversos atores envolvidos no processo;

- Incentivar a participação das organizações locais e regionais, tendo como base uma ampla e total integração e participação dos diversos grupos sociais que tornam viável o desenvolvimento do turismo: poder público, empresários, sociedade civil e instituições de ensino;

- Assegurar uma forma de desenvolvimento economicamente eficiente, socialmente justo e ambientalmente equilibrado, compatível com o uso racional dos recursos naturais, com a conservação da biodiversidade local, sem desconsiderar as particularidades culturais, sociais, históricas e étnicas do destino;

- Fortalecer parcerias, construir novas relações, dividir as responsabilidades e, principalmente, agir e executar, transformando o planejamento em ações práticas concretas;

- Estabelecer o papel de cada um dentro do processo de desenvolvimento do Turismo; cada parte tem um papel a cumprir, cada qual tem sua cota de responsabilidade e devem ser agentes de transformação, tornando-se, assim, protagonistas desse processo;

Tornar o destino turístico Bento Gonçalves como uma referência internacional de Enoturismo;

Tornar o destino turístico Bento Gonçalves como uma referência internacional de Turismo de Luxo e Turismo de Pós-Luxo.

Ação proposta 26: Criação de um portfolio específico para captação de investimentos com integração entre Rotas, Secretaria, Investidores e Conselhos. **Estratégias Macro: 3, 5.**

A) Descrição da Ação: Elaboração de um portfólio com a descrição de todas as demandas necessárias e listadas no Plano Municipal de Turismo;

B) Objetivos: Criar um protfólio para captar recursos de forma ordenada, identificando as necessidades e apontando as possibilidades de investimento tanto da iniciativa privada quanto pública;

C) Justificativa: Identificação pontual das necessidades de captação de recursos;

D) Benefícios e Beneficiários: Empreendedores, poder público e visitantes;

E) Normas de Licenciamento Ambiental exigidas por Lei: Decreto nº 10.245, de 17 de julho de 2019 – Licenciamento Ambiental Municipal;

F) Custo estimado: R$ 15.000,00 através de empresa especializada na captação de investimentos;

G) Produtos: Portfólio para a captação de investimentos;

H) Resultados: Ampliação de investidores no município.

Ação proposta 27: Divulgação da Sala do Empreendedor e demais canais de informações voltados ao empreendedorismo vinculados a atividade turística. **Estratégias Macro: 1, 4.**

A) Descrição da Ação: Atividade comandada pelo SEBRAE, através dos seus funcionários do quadro;

B) Objetivos: Divulgar a Sala do Empreendedor para fomentar o empreendedorismo na região com atividades necessárias ao desenvolvimento do Turismo através de ações do SEBRAE que podem ser parceiras desse processo;

C) Justificativa: Estímulo ao empreendedorismo através do aproveitamento do potencial do município de Bento para criar e gerir seus próprios negócios;

D) Benefícios e Beneficiários: Maior número de empreendedores envolvidos;

E) Normas de Licenciamento Ambiental exigidas por Lei: Lei nº 13.874/2019, a Lei da Liberdade Econômica e Lei nº 15.410, DE 19 DE DEZEMBRO DE 2019. Altera a Lei nº 12.616, de 8 de novembro de 2006, que institui a Política Estadual de Empreendedorismo;

F) Custo estimado: R$ 0,00;

G) Produtos: Produtos diversos disponibilizados na Sala do Empreendedor (Cursos, Palestras, Oficinas);

H) Resultados: Ampliação do número de empreendedores com envolvimento e capacitação empreendedora.

Ação proposta 28: Fomento as entidades representativas das rotas que tenham capacidade de estimular a comunidade a empreender (recurso financeiro e equipe qualificada). **Estratégias Macro: 4, 5.**

A) Descrição da Ação: Repasse de recursos as associações de rotas do município;

B) Objetivos: Estimular parcerias comerciais em segmentos distintos, até mesmo consórcio já existente entre municípios, que atendam os requisitos da Secretaria do Tesouro Nacional e possuam Capacidade de Pagamento de um eventual financiamento;

C) Justificativa: Identificação de ações complementares entre segmentos distintos. Analisar a capacidade de pagamento apurar a situação fiscal do município, para contrair novos empréstimos com garantia da União;

D) Benefícios e Beneficiários: Fortalecimento do Turismo: diretamente através de parcerias comerciais e indiretamente através de eventual contratação de empréstimo, em área de saneamento, mobilidade, segurança, saúde; posto que todas elas possuem interface com o Turismo, atuando em conjunto com o Governo e a Sociedade Civil, tendo em vista o desenvolvimento sustentável. O próprio empreendedor e os municípios do entorno de Bento Gonçalves, através da arrecadação direta e indireta que esse fortalecimento oportunizará;

E) Normas de Licenciamento Ambiental exigidas por Lei: Resolução COFIEX nº 1 de 29 de janeiro de 2020 e Portaria MF nº 501/2017, de 23 de novembro de 2017. Os licenciamentos ambientais dependem do escopo do financiamento;

F) Custo estimado: Contratação de empresa especializada. R$ 150.000,00;

G) Produtos: Documento descritivo sobre captação de investimentos e financiamentos;

H) Resultados: Entidades representativas com maior conhecimento sobre captação de recursos para o destino.

Ação proposta 29: Captação de investimentos para melhorias na infraestrutura do FUNDAPARQUE. **Estratégia Macro: 4**

A) Descrição da Ação: Identificação de Editais de financiamento nacionais através dos Ministérios da Economia, Turismo, e estudos através de captação de financiamento externo para obras de infraestrutura;

B) Objetivos: Captar recursos para realização de melhorias na infraestrutura do FUNDAPARQUE;

C) Justificativa: O local necessita de melhorias e modernização para o fomento de negócios em diferentes dimensões e segmentos;

D) Benefícios e Beneficiários: Melhorias na infraestrutura do FUNDAPARQUE. Poder público e privado, comunidade em geral participantes dos eventos que ocorrem no local;

E) Normas de Licenciamento Ambiental exigidas por Lei: Resolução COFIEX nº 1 de 29 de janeiro de 2020 e Portaria MF nº 501/2017, de 23 de novembro de 2017. Os licenciamentos ambientais dependem do escopo do financiamento. Decreto nº 10.245, de 17 de julho de 2019 – Licenciamento ambiental municipal;

F) Custo estimado: Mão de obra especializada. R$ 200.000,00;

G) Produtos: Infraestrutura do FUNDAPARQUE;

H) Resultados: Infraestrutura do FUNDAPARQUE. Ampliação no número de eventos e, consequentemente, no número de visitantes;

Ação proposta 30: Implementação Método GAIA nos empreendimentos turísticos. **Estratégias Macro: 2, 5.**

A) Descrição da Ação: Definição das etapas de implementação do Método GAIA. Descrição das ações de cada etapa para ser aplicada pelos empreendedores. Reconhecimento dos participantes da cadeia produtiva vinculada aos diferentes serviços turísticos do município. Aplicação de uma lista de verificação para definir os graus de sustentabilidade da empresa. Identificação e monitoramento de indicadores. Sugestões de melhorias;

B) Objetivos: Implementar Método de Gerenciamento de Aspectos e Impactos Ambientais nos empreendimentos turísticos;

C) Justificativa: O Método GAIA prevê o Gerenciamento de Aspectos e Impactos Ambientais, analisando a Cadeia Produtiva dos diferentes níveis da

empresa que vai sendo comunicado através da tomada de decisões no tema Sustentabilidade. Empresas com Método GAIA implantado têm conhecimento e aplicabilidade dos conceitos e práticas sustentáveis, que poderão facilitar o reconhecimento de Bento Gonçalves como destino de Turismo Sustentável e Turismo Responsável;

D) Benefícios e Beneficiários: Os principais beneficiados serão os empreendedores, que terão o entendimento e a prática de controles de Aspectos e Impactos Ambientais revertidos em reconhecimento de seus empreendimentos, além dos visitantes e comunidade em geral que terão um destino turístico com princípios adequados ao que é preconizado nos principais destinos turísticos bem-sucedidos do mundo;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Durante as avaliações dos diferentes itens do GAIA, diversas normas ambientais serão identificadas, entre elas: Lei nº 12.305, de 02 de agosto de 2010; Lei nº 6.938, de 31 de agosto de 1981; Lei nº 9.433, de 08 de janeiro de 1997; Instrução Normativa IBAMA 06 de 15 de março de 2013; Resolução CONAMA 237 de 19 de dezembro de 1997;

F) Custo Estimado: Consultoria para implantação e acompanhamento do Método GAIA varia de acordo com tamanho da empresa, número de colaboradores e fornecedores. R$ 20.000,00/empresa. Total para 10 empresas: R$ 200.000,00;

G) Produtos: Definição do Grau de sustentabilidade das empresas. Gerenciamento de Aspectos e Impactos Ambientais;

H) Resultados: Gestão da Sustentabilidade nos empreendimentos; ampliação do Turismo Sustentável e Turismo Responsável; imagem positiva do destino Bento Gonçalves.

Ação proposta 31: Criação de legislação específica para incentivo à implantação de atividades comerciais e de serviços em edificações históricas. **Estratégia Macro: 1**

A) Descrição da Ação: Desenvolvimento de legislação de incentivo à utilização e manutenção do patrimônio histórico-cultural edificado de Bento Gonçalves;

B) Objetivos: Criar legislação específica com incentivos fiscais para que atividades comerciais e de serviços instalem-se em edificações protegidas pelo

patrimônio histórico municipal, integrando-as às atividades da cidade, e garantindo a sua manutenção. Sugere-se isenção de IPTU, e redução da carga tributária de ISSQN;

C) Justificativa: O patrimônio histórico-cultural das cidades possui enorme importância na construção de sua imagem, tanto para sua população, como para visitantes. São os elementos edificados, visíveis a todos, que acabam por estruturar o espaço urbano e dar características próprias a cada região, sendo, muitas vezes, o principal atrator de alguns destinos turísticos. Podemos listar como desafios para a valorização dos bens edificados com valor histórico-cultural, a adaptação de antigas estruturas para novos usos, bem como os investimentos necessários de manutenção e obras de reforma/restauração. Para tanto, incentivar a ocupação desses edifícios, com novas atividades, de forma a mantê-los integrados às novas dinâmicas da cidade faz-se imperativo, tanto do ponto de vista cultural como econômico;

D) Benefícios e Beneficiários: População da cidade, que terá maior garantia da manutenção do seu patrimônio histórico-cultural, empresas que se instalarem nestes locais, que serão reconhecidas por sua preocupação e valorização com a história da cidade, e o turista, pelo reconhecimento e identificação com a cultura local;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Deve-se consultar a Lei Complementar 200/2018 (que dispõe sobre a ordenação territorial, política de desenvolvimento e expansão urbana e institui o Plano Diretor municipal), assim como na legislação ambiental municipal, sendo as principais referências a Lei Ordinária 4000/2006 (dispõe sobre a política ambiental do meio ambiente), Decreto Municipal 10.819/2021 (dispõe sobre o licenciamento ambiental municipal), e as Resoluções do CONSEMA 372/2018 e 437/2020;

F) Custo Estimado: Necessário estudo específico a ser realizado pela Secretaria da Fazenda Municipal para verificar impactos na arrecadação de impostos. R$ 0,00;

G) Produtos: Legislação específica sobre o tema;

H) Resultados: Potencializar comércios e serviços e garantir a manutenção/divulgação da cultura arquitetônica local.

Ação proposta 32: Criação de legislação específica para incentivo à criação de Zonas de Comércio junto a áreas com potencial turístico. **Estratégia Macro: 1**

A) Descrição da Ação: Desenvolvimento de legislação de incentivo à implantação de atividades de comércio e serviços complementares as atividades turísticas;

B) Objetivos: Criar legislação específica concedendo incentivos fiscais (redução de tributos) e urbanísticos (flexibilidade de regramentos) para atividades de comércio e serviços afins às atividades turísticas que se instalarem em regiões com interesse que haja maior desenvolvimento turístico;

C) Justificativa: A implantação de áreas comerciais próximas às áreas com potencial turístico, reforçando a sinergia e complementariedade entre essas duas atividades, potencializando a atração de visitantes. Ainda cabe destacar a imperativa necessidade de reforçar o desenvolvimento do comércio local, frente a expansão de redes internacionais e de franquias sobre as cidades de médio e pequeno porte, através da implantação de políticas e incentivos voltados à pequena/média empresa. O comércio local também possui potencial de reforçar o turismo, já que traz consigo características da cultura local;

D) Benefícios e Beneficiários: Desenvolvimento e potencialização do comércio local;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: O incentivo a criação de novas zonas de comércio junto as áreas com potencial turísticos devem se basear nas diretrizes de desenvolvimento municipal constantes na Lei Complementar 200/2018 (que dispõe sobre a ordenação territorial, política de desenvolvimento e expansão urbana e institui o Plano Diretor municipal), assim como na legislação ambiental municipal, sendo as principais referências a Lei Ordinária 4000/2006 (dispõe sobre a política ambiental do meio ambiente), Decreto Municipal 10.819/2021 (dispõe sobre o licenciamento ambiental municipal), e as Resoluções do CONSEMA 372/2018 e 437/2020;

F) Custo Estimado: Estes estudos devem ser realizados pelo corpo técnico da prefeitura municipal, das Secretarias de Urbanismo, Turismo e Comércio, sendo assim, não haverá custos diretos ao município – R$ 0,00;

G) Produtos: Legislação específica sobre o tema;

H) Resultados: Potencializar economia circular, emprego e negócio local. Necessidade de reforçar o desenvolvimento do comércio local, frente a expansão de

redes internacionais e de franquias sobre as cidades de médio e pequeno porte, através da implantação de políticas e incentivos voltados à pequena/média empresa. O comércio local também possui potencial de reforçar o turismo, já que traz consigo características da cultura local.

Ação proposta 33: Elaboração de estratégias para tornar Bento Gonçalves uma Cidade Inteligente. **Estratégias Macro: 5, 6.**

A) Descrição da ação: Elaboração de diversas estratégias no setor de tecnologia para tornar Bento Gonçalves uma Cidade Inteligente reconhecida mundialmente. Uma delas seria a criação/aquisição de sistemas interativos em restaurantes para facilitar o atendimento de clientes. Os chamados **Menus Digitais** agilizam os pedidos dos clientes, pois cada mesa possui um tablet/monitor, não havendo necessidade de aguardar o garçom ficar disponível para fazer o pedido. No momento que o cliente quiser fazer o pedido, basta preencher no sistema, que será enviado, no instante, o pedido para a cozinha para preparar. Isso também evita erros nos pedidos, além de incremento em produtos adicionais aumentando o *ticket* médio. O Menu Digital terá imagens de todos os pratos, bebidas e sobremesas do cardápio, além de descrições e dicas de acompanhamentos para auxiliar os clientes. É possível também inserir diferentes idiomas, para atender diferentes nacionalidades. E não há necessidade de "imprimir" novos cardápios a cada alteração de preço, inclusão de idioma, inclusão de novos pratos, tudo é feito digitalmente. As opções que estiverem indisponíveis no restaurante naquele dia também são possíveis de retirar do cardápio de forma que não atrapalhe a escolha do cliente. Com a pandemia do Covid-19, também surgiu a necessidade de evitar aglomerações e lugares cheios, portanto o aplicativo já pode gerenciar a ocupação das mesas e disponibilizar essa informação atualizada em tempo real. Esses dados também podem ser compartilhados com o município para apresentar essas estatísticas no aplicativo/site de Bento. Exemplos de sistemas existentes hoje no mercado: *Goomer, Qrpedir, OiMenu, Get In App*, entre outros.

Outra estratégia interessante a ser adotada é a utilização de GPS nos ônibus, assim, a partir de um aplicativo, seria possível acompanhar o trajeto ao vivo de cada linha, previsão de chegada, além de informações básicas como itinerários e horários. Outra funcionalidade importante em tempos de pandemia é a informação de lotação dos coletivos, de modo que o usuário pode decidir se aguarda ou não o

próximo ônibus mais vazio. Assim como no Menu Digital, esses dados podem ser compartilhados com o aplicativo/site principal de BG. Exemplos de sistemas existentes hoje no mercado: *OnibusGV, CittaMobi*, entre outros. Cada atrativo turístico poderia ter um *QR Code* gigante no local, no qual o turista ao acessar em seu celular seria redirecionado ao aplicativo/site de BG que traria todas as informações, como descrição, uma breve história, horários de funcionamento, fotos, vídeos etc. No setor de eventos, a estratégia é manter uma comunicação entre os organizadores de eventos e a SEMTUR, proporcionando uma maior visibilidade de todos os escopos e o monitoramento da demanda.

B) Objetivos: Elaborar Menu Digital interativo nos restaurantes; elaborar um sistema com geolocalização dos ônibus com informações de horários e itinerários; criar um sistema integrado entre poder público e estabelecimentos; implementar QR Code em cada atrativo turístico com link para site com explicação e demais informações; elaborar um sistema integrado entre poder público e entidades para congregar informações dos participantes de todos (ou principais) Eventos de BG;

C) Justificativa: Tornar o destino mais inteligente, oportunizando a interatividade do dia a dia da comunidade e dos turistas, disseminando importantes informações que facilitarão a mobilidade, o entretenimento e os negócios;

D) Benefícios e beneficiários: Turistas, empresários, sistema de saúde, prefeitura;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Aplicável a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, Lei nº 13.709 de 14 de agosto de 2018;

F) Custo estimado: Menu Digital (por restaurante): R$ 1.500,00 Implementação + R$ 770,00 mensais (p/ 10 meses). R$ 9.200,00 / empresa. Total para 50 empresas = R$ 460.000,00;

G) Produtos: Novos sistemas, sites e aplicativos;

H) Resultados: Maior comodidade aos turistas; migração para a transformação digital; inclusão da imagem de BG como "Cidade Inteligente"; aumento nas vendas dos restaurantes e aumento da segurança sanitária.

EIXO 5 – INFRAESTRUTURA TURÍSTICA

OBJETIVOS:

- Assegurar uma forma de desenvolvimento economicamente eficiente, socialmente justo e ambientalmente equilibrado, compatível com o uso

racional dos recursos naturais, com a conservação da biodiversidade local, sem desconsiderar as particularidades culturais, sociais, históricas e étnicas do destino;

- Fornecer dados, informações e elementos confiáveis aos órgãos públicos e demais segmentos envolvidos (como a iniciativa privada), para que favoreçam a integração e a coordenação de ações entre eles, a fim de reduzir ou eliminar entraves e barreiras à atividade turística do município;

- Criar uma sistemática para monitoramento e implementação do plano, fazendo com que este seja parte integrante da rotina de gestão do turismo no município, garantindo o bom desempenho do plano, visando a identificação de distorções, erros, fatores externo, inadequações que necessitem de ajustes para sucesso da implantação do plano;

- Estabelecer o papel de cada um dentro do processo de desenvolvimento do Turismo; cada parte tem um papel a cumprir, cada qual tem sua cota de responsabilidade e devem ser agentes de transformação, tornando-se, assim, protagonistas desse processo;

- Aprimorar a oferta turística;

- Tornar o destino turístico Bento Gonçalves como uma referência internacional de Enoturismo;

- Tornar o destino turístico Bento Gonçalves como uma referência internacional de Turismo de Luxo e Turismo de Pós-Luxo.

Ação proposta 34: Ampliação do acesso à internet e telefonia móvel. **Estratégia Macro: 4.**

A) Descrição da ação: Ampliação das redes de serviço de todas as operadoras que prestam serviço em Bento Gonçalves;

B) Objetivos: Ampliar o acesso à tecnologia; facilitar a comunicação e os negócios, oferecer segurança, agilidade e rastreabilidade;

C) Justificativa: Oferecer o acesso à comunicação tornou-se uma obrigação para os municípios. Muitos turistas, hoje em dia, não podem desconectar-se do seu trabalho e da sua família, além disso, a comunicação agrega segurança e monitoramento;

D) Benefícios e beneficiários: Segurança nas operações que envolvam

cartões bancários; Identificação de outros prestadores de Serviço (saúde, segurança, demais atrativos), oportunizando agilidade para os turistas e toda a comunidade;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Instalação de antenas. Estudo de locais estratégicos e suas normas. Lei nº 3.288 de 28 de novembro de 2002;

F) Custo estimado: O valor necessário para ampliação de acesso à internet ficará por conta das operadoras atuantes na região. R$ 0,00;

G) Produtos: Redes mais potentes e de maior abrangência;

H) Resultados: Redução nos problemas de conexão à internet e telefonia móvel para a comunidade local e visitantes.

Ação proposta 35: Realização de levantamento para ligação entre as rotas e atrativos, inclusive intermunicipais, inserido ciclovias. **Estratégia Macro: 4.**

A) Descrição da ação: Realização de levantamento das necessidades para implementação de projetos de ciclovias, através de um estudo de viabilidade para desenvolver Ciclovia em malha ferroviária desativadas do município;

B) Objetivos: Realizar levantamento das necessidades para implementação de projetos de ciclovias. Considerar projetos existentes e malha ferroviária. Devolver espaço à comunidade e oferecer alternativa de atividade em ambiente aberto – contato com a natureza;

C) Justificativa: A implantação e estímulos ao uso de novos modais de transporte de acordo com Costa (2008) devem ser prioridades na gestão das cidades, visando à melhor utilização das características das vias urbanas e melhor uso desses recursos. Nesse contexto, a adoção da bicicleta como transporte alternativo vem a ser uma mudança sociocultural necessária nas cidades, na contramão do imaginário cultural que associa o contexto citadino aos automóveis, edifícios, isolamento social, poluição, medo da violência, local de consumo e busca insaciável de lucro. O cicloturismo é uma modalidade que conquista cada vez mais adeptos no Brasil e no mundo, de modo que os municípios devem criar estruturas e medidas simples e eficazes para atrair seus praticantes, contribuindo para o incremento da economia local, além de outros efeitos ambientais e culturais positivos;

D) Benefícios e beneficiários: Redução de veículos motorizados; prática de

atividades físicas. De alguma maneira, os ciclistas, ao passarem pelas comunidades, contribuem para melhorar a autoestima dos seus habitantes, pois estes passam a valorizar mais o seu lugar, lugar onde outras pessoas vêm, às vezes, de tão longe e de forma tão inusitada e ousada, conhecer e ter novas experiências. Além disso, a bicicleta está sendo cada vez mais associada a um modo de vida ambientalmente correto, por não poluir e demandar pouquíssimos recursos naturais para sua fabricação e manutenção; do mesmo modo, a infraestrutura pública requisitada pelos ciclistas também custa muito pouco para os recursos públicos e requer pouca matéria-prima da natureza. Por esse motivo, a bicicleta é um dos meios de transporte mais eficientes e de menor impacto ambiental e econômico;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Código Brasileiro de Trânsito (CTB) e as Resoluções Nº 599/82, Nº 666/86 e Nº 160/04 do Contran.

F) Custo estimado: R$ 53.000,00;

G) Produtos: Ciclovias entre as Rotas Turísticas;

H) Resultados: vias de acesso interligando as rotas turísticas; surgimento de novas oportunidades de empreender; maior valorização dos trechos de intersecção.

Ação proposta 36: Reativação e reutilização da malha ferroviária. **Estratégia Macro: 4**

A) Descrição das ações: Estudo de viabilidade para reativação e reutilização da malha ferroviária;

B) Objetivos: Realizar estudos para implantar passeios de formas criativas e com veículos alternativos (carrinhos adaptados nos trilhos, passeios de *bike* ao lado dos trilhos) reutilizando a malha ferroviária;

C) Justificativas: Resgate cultural e histórico, através de meios de transporte menos poluentes, tipo *hover board, hover car*, patinetes elétricos e carros elétricos. Ofertade novas atividades ao ar livre e serviços diferenciados como pontos de apoio aociclista – rotas, indicação de atrativos a serem visitados. Oferecimento de serviço diferenciado, contando com ponto de apoio ao turista e possíveis trilhas em ciclovia;

D) Benefícios e beneficiários: Concessão de Serviço ao empreendedor. Novas oportunidades de negócio, contrato de arrecadação para a PMBG. Atrativo diferenciado;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Código Brasileiro

de Trânsito (CTB) e as Resoluções nº 599/82, nº 666/86 e nº 160/04 do Contran;

F) Custo estimado: R$ 80.000,00;

G) Produtos: Serviços diferenciados de transporte para o turista, quer seja na reativação de linhas de trem, com estrutura convencional, quer seja em carros elétricos sob trilhos e, inclusivel sem trilhos e rotas pré-estabelecidas (*hover car*). Passeios turísticos e revitalização de malha;

H) Resultados: Revitalização dos locais e fortalecimento da economia criativa. Possibilidade de variados atrativos para diferentes faixas etárias, visando atender a família do visitante, de forma plena.

Ação proposta 37: Implementação de Políticas Públicas de Preservação do Patrimônio Natural. **Estratégia Macro: 1**

A) Descrição da Ação: Revisão das Políticas Públicas já existentes no município – sugere-se iniciar pelo Plano Diretor de Bento Gonçalves. Essa revisão poderá demonstrar os itens já descritos e de interesse para serem implementados e acompanhados no município. Estudo de outras políticas públicas municipais, estaduais e nacionais para compor as políticas de preservação do patrimônio natural;

B) Objetivos: Validar as Políticas Públicas de preservação de patrimônio natural existentes e sensibilizar a sociedade civil;

C) Justificativa: Nos últimos dois séculos, a humanidade vem acompanhando acontecimentos que afetaram profundamente a vida do planeta e seus recursos naturais. Diante disso, surgem desafios tanto para o poder público, quanto para a sociedade em geral. Assim sendo, o poder público deve atuar de forma eficaz para defender o meio ambiente e evitar sua degradação. Mas essa ação não é apenas do governo, a participação da sociedade na proteção e preservação do patrimônio natural também é de extrema importância;

D) Benefícios e Beneficiários: Poder público e privado, bem como comunidade em geral;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Lei nº 6.938, de 31 de agosto de 1981;

F) Custo Estimado: Custo zero se os funcionários do poder público e representantes das Fundações, Instituições e Conselhos de Meio Ambiente puderem assumir a revisão das Políticas Públicas existentes. R$ 0,00;

G) Produtos: Políticas Públicas para preservação do Patrimônio Natural;

H) Resultados: Garantias na preservação do Patrimônio Natural.

Ação proposta 38: Implementação de pontos de recarga de Energias Limpas em áreas específicas das Rotas e atrativos. **Estratégia Macro: 2**

A) Descrição da Ação: Identificação de diferentes locais onde possam ser implementados pontos de recargas de Energias Limpas nas diferentes rotas e atrativos. Descrição das formas de obtenção de pontos de recarga, como, por exemplo, bicicletas elétricas a partir de energia solar;

B) Objetivos: Ampliar as ações para uso eficiente dos recursos naturais através da utilização de energias limpas, realizando estudos para implantação de equipamentos geradores de energias limpas, por exemplo, bicicletas elétricas;

C) Justificativa: A grande maioria dos países, inclusive o Brasil, produz energia através do uso de combustíveis fósseis, ou seja, com recursos não renováveis e, portanto, finita. Já as energias renováveis são fontes de energia limpa, inesgotáveis e cada vez mais competitivas em relação às tradicionais. De acordo com AmbSciense Engenharia, a energia limpa difere dos combustíveis fósseis, principalmente em sua diversidade, abundância e potencial para uso em qualquer lugar do planeta, mas, acima de tudo, porque não produzem gases de efeito estufa – que causam mudanças climáticas – e poluem menos o meio ambiente. Seus custos também estão caindo, enquanto a tendência geral de custo para os combustíveis fósseis é na direção oposta, apesar de sua volatilidade atual. Com isso, a implantação de pontos de recarga de Energias Limpas torna-se de interesse para as rotas e atrativos;

D) Benefícios e Beneficiários: Poder público e privado, bem como comunidade em geral;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Resolução CONAMA 237, de 19 de dezembro de 1997; Medida Provisória 14/2001 e transformada em Lei nº 10.438/02; Resolução Normativa da Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL) nº 77, publicada em 18 de agosto de 2004;

F) Custo Estimado: O custo estimado de cada bicicleta é, em torno, de R$ 4.000,00. Além das *bikes*, é necessário prever custos com os pontos de recarga e estruturas de instalação. R$ 50.000,00;

G) Produtos: Pontos de recarga de energias limpas Bicicletário Sustentável;

H) Resultados: Reconhecimento de práticas sustentáveis. Ampliação da imagem de Cidade Sustentável e Turismo Sustentável.

Ação proposta 39: Desenvolvimento de Planos e Projetos Setoriais de Infraestrutura e Qualificação do Espaço Urbano. **Estratégia Macro: 4**

A) Descrição da Ação: Desenvolvimento de Planos Setoriais complementares ao Plano Diretor Municipal;

B) Objetivos: Desenvolver, de forma clara e sistematizada, as demandas específicas de infraestrutura urbana e de qualificação dos espaços públicos da cidade;

C) Justificativa: O Plano Diretor possui papel de indicar diretrizes gerais de uso e ocupação do solo do município, não abrangendo de forma pormenorizada as demais demandas de qualificação da infraestrutura e do espaço urbano da cidade. Assim, o desenvolvimento de Planos Setoriais faz-se necessário por serem capazes de aprofundar questões específicas, estabelecendo metas e prazos de execução. As metas desses planos devem ser elaboradas em conjunto com a comunidade e serem incluídas no planejamento plurianual da administração municipal;

D) Benefícios e Beneficiários: Melhor planejamento e execução do atendimento das demandas de qualificação de infraestrutura e de qualificação do espaço urbano do município, resultando em melhoria de vida para a população e para recepção de visitantes;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Os Planos Setoriais deverão ser embasados nas diretrizes de desenvolvimento municipal constantes na Lei Complementar 200/2018 (que dispõe sobre a ordenação territorial, política de desenvolvimento e expansão urbana e institui o Plano Diretor municipal), assim como na legislação ambiental municipal, sendo as principais referências a Lei Ordinária 4000/2006 (dispõe sobre a política ambiental do meio ambiente), Decreto Municipal 10.819/2021 (dispõe sobre o licenciamento ambiental municipal), e as Resoluções do CONSEMA 372/2018 e 437/2020;

F) Custo Estimado: Recursos humanos do IPURB, eventualmente com consultoria externa, podendo ser realizado através de convênio com universidade, com custos para honorários de profissionais especializados. R$ 300.000,00 (trezentos mil reais);

G) Produtos: Planos e Projetos Setoriais;

H) Resultados: Plano de ação vinculado de forma integrada ao Plano Diretor Municipal e Plano de Turismo.

Ação proposta 40: Levantamento, Revisão, Complementação e Padronização da Sinalização Turística Viária. **Estratégia Macro: 4**

A) Descrição da Ação: A ação deverá seguir o padrão proposto no Guia Brasileiro de Sinalização Turística EMBRATUR/IPHAN/DENATRAN reservando o desenho específico de cada rota para a identificação do empreendimento/atrativo;

B) Objetivos: Realizar estudos para dotar o município de uma sinalização viária completa e padronizada. Propõe-se um trabalho unificado em todo o município, considerando seus acessos, suas rotas e atrativos;

C) Justificativa: A sinalização viária foi realizada em vários períodos e por cada rota em particular, o que, por vezes, causa confusão e poluição visual. Há a necessidade de um ordenamento da sinalização turística em todo o município;

D) Benefícios e Beneficiários: O principal beneficiado será o turista que disporá de informação segura para seus deslocamentos, assim como o empreendedor turístico que terá o acesso facilitado. A sinalização servirá igualmente para o morador do município;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Atender à Lei Nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998 que dispõe sobre as sanções penais e administrativas derivadas de condutas e atividades lesivas ao meio ambiente, e dá outras providências, principalmente a Seção IV que trata dos Crimes contra o Ordenamento Urbano e o Patrimônio Cultural e considerar a alteração dada pela Lei nº 12.408, de 2011;

F) Custo Estimado: Projeto de levantamento, revisão e complementação da sinalização turística: R$ 500.000,00. Implantação da sinalização: R$ 1.500.000,00. R$ 2.000.000,00;

G) Produtos: Sinalização viária turística municipal completa e padronizada;

H) Resultados: Fornecimento ao turista de informações completas para acesso e deslocamento aos atrativos e ausência de poluição visual.

Ação proposta 41: Criação do Caminho do Peregrino integrando os Santuários de Santo Antônio em Bento Gonçalves com o de Nossa Senhora de Caravaggio em Farroupilha. **Estratégia Macro: 3, 4.**

A) Descrição da Ação: A distância aproximada é de 20 km, dos quais 15 km no município de Bento Gonçalves. São 350 metros de subida e 250 metros descida, podendo ser percorrido a pé em 5 horas. O trecho entre o entroncamento com a RS-444 e a RS-448 é de 12 km, que é o trecho de implantação do caminho no município de Bento Gonçalves. Esse caminho deverá ser formatado com um traçado alternativo à rede viária existente. Deverá, sempre quando possível, ser feito através das propriedades particulares em um ambiente mais seguro, menos poluído e mais propício à peregrinação. Isso demandará um grande acordo com os proprietários para que o acesso não inviabilize suas atividades cotidianas e que, em contrapartida, poderão explorar atividades comerciais e de serviços para atendimento ao turista;

B) Objetivos: Criar Roteiro do Caminho do Peregrino integrando os dois santuários através de uma via segura e prazerosa para ser utilizada todo o ano e não somente quando ocorremas festas de cada santuário;

C) Justificativa: O apelo religioso é um forte argumento para que se logre tal intento. O próprio termo “peregrino” tem sua origem etimológica no latim “per agrare” pelo campo. O que reforça a ideia de que a peregrinação deve ser feita pelo ambiente agrário. A prioridade nesse caminho deve ser do pedestre, o que não impede seu uso por ciclistas ou cavaleiros, sempre em velocidade e número adequados, mantendo a preferência ao caminhante;

D) Benefícios e Beneficiários: A área dos Caminhos de Pedra será a principal beneficiada com mais esse atrativo, principalmente com os proprietários ao longo da via, que poderão beneficiar-se desse novo fluxo de visitantes. O município vizinho de Farroupilha também se beneficiará com a integração turística, religiosa, cultural e natural;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Há necessidade de elaboração de EIA-RIMA, visto que o traçado deverá seguir ao longo de arroio e cruzar área de matas. Lei nº 6.938, de 31 de agosto de 1981;

F) Custo Estimado: O custo maior inicial deverá ser de dispêndio de tempo para convencimento dos proprietários de aceitação do traçado e da integração com o município de Farroupilha, o que poderá ser feito por pessoal da própria prefeitura. O Estudo Preliminar do traçado e do paisagismo é estimado em R$ 150.000,00, os projetos completos em R$ 400.000,00 e a implantação da obra em R$ 1.200.000,00. Total: R$ 1.750,00;

G) Produtos: Visita de pedestres de forma atrativa, agradável e segura a ser utilizada, tanto para fins religiosos, como turístico e de lazer;

H) Resultados: Propiciar mais um atrativo turístico saudável e ecológico. Integração com a região. Alternativa de acesso ao já congestionado Caminhos de Pedra.

EIXO 6 – INFORMAÇÃO AO TURISTA

OBJETIVOS:

- Incentivar a participação das organizações locais e regionais, tendo como base uma ampla e total integração e participação dos diversos grupos sociais que tornam viável o desenvolvimento do turismo: poder público, empresários, sociedade civil e instituições de ensino;
- Aprimorar a oferta turística;
- Tornar o destino turístico Bento Gonçalves como uma referência internacional de Enoturismo;
- Tornar o destino turístico Bento Gonçalves como uma referência internacional de Turismo de Luxo e Turismo de Pós-Luxo;

Ação proposta 42: Unificação das informações das Rotas e seus empreendimentos. **Estratégias Macro: 3, 4**

A) Descrição da Ação: Esta ação propõe a elaboração de um estudo dos dados e informações dos produtos existentes e em especial das rotas turísticas com seus empreendimentos já consolidados para uniformizar num padrão único;

B) Objetivos: Facilitar a todos os usuários dos serviços turísticos para informações mais úteis e precisas. Valorizar e preservar os bens e patrimônios, natural e cultural; evitar a poluição visual junto ao meio urbano e rural;

C) Justificativa: Esta ação se justifica para evitar a poluição visual e informativa dos produtos já comercializados e para que se faça uma padronização de apresentação das informações em materiais impressos e expositivos em empreendimentos e atrativos turísticos**;**

D) Benefícios e Beneficiários: Melhorias no visual do destino. Poder público e privado, comunidade em geral;

E) Normas de Licenciamento Ambiental exigidas por Lei: Serão exigidas

todas as Normas técnicas e as legislações de segurança pelo poder executivo quanto ao licenciamento ambiental para os empreendimentos turísticos existentes e os novos;

F) Custo estimado: O custo será de acordo com a localização, do tipo de material a ser produzido, da tecnologia a ser utilizada, ou seja, é bastante variável e poderá ser compartilhado com o poder público e os empreendimentos da cidade e das Rotas. R$ 100.000,00;

G) Produtos: Novos materiais informativos. Materiais digitalizados;

H) Resultados: Unificação de informações.

Ação proposta 43: Participação nas Feiras e Eventos para divulgação das informações vinculadas ao Turismo. **Estratégia Macro: 3.**

A) Descrição da Ação: Priorizar e elencar eventos regionais, nacionais e internacionais para que Bento Gonçalves se faça presente com a representação institucional e empresarial para fins de divulgação de produtos e das ações pró Turismo;

B) Objetivos: Estabelecer parcerias para a participação em estandes, para a divulgação dos atrativos e produtos turísticos do município;

C) Justificativa: Esta ação é fundamental para a visibilidade do destino e seus atrativos. Para minimizar custos sempre é recomendável participar de eventos de forma cotizada e com o apoio dos governos estadual e federal;

D) Benefícios e Beneficiários: Maior divulgação dos atrativos, produtos e serviços turísticos. Poder público e privado*, trade* e comunidade em geral;

E) Normas de Licenciamento Ambiental exigidas por Lei: Não há impedimentos e Normas de licenciamento ambiental, uma vez que sempre a ação será realizada em ambientes específicos para eventos comerciais e que previamente terão autorizações legais dos espaços e dos organizadores de eventos;

F) Custo estimado: Estima-se um valor médio de R$ 15.000,00 por evento em âmbito estadual e de R$ 30.000,00 para eventos internacionais para participação de equipe de trabalho (observa-se que depende do período de realização de varia de 03 a 05 dias). R$ 75.000,00 (3 eventos nacionais e 1 internacional);

G) Produtos: Espaços físicos em Estandes nos eventos;

H) Resultados: Maior divulgação dos atrativos, produtos e serviços turísticos. Espaços nos estandes de parceiros para a participação em eventos.

Ação proposta 44: Atualização de todos os sites e aplicativos do município relacionados ao Turismo. **Estratégias Macro: 5, 6**

A) Descrição da Ação: Realizar uma campanha para que todos os estabelecimentos do município mantenham suas informações atualizadas em seus respectivos sites, aplicativos e redes sociais. Essa campanha poderá ser realizada através dos canais de comunicação da SETUR e, em reuniões do COMTUR e demais encontros do *trade*;

B) Objetivos: Atualizar sites e aplicativos de Turismo através de um elo rápido e eficiente entre Prefeitura Municipal e empreendimentos para atualizar dados, mapas, etc.;

C) Justificativa: Muitas vezes os turistas pesquisam na internet sobre o local onde irão visitar restaurantes e atrativos turísticos próximos ao seu hotel ou pousada. Portanto, manter o cadastro atualizado pode facilitar o encontro entre ambas as partes. Outras vezes o turista deseja ir a determinado lugar, e apenas digita o nome da localidade para se dirigir até lá, caso o endereço não esteja cadastrado corretamente, o cliente pode ser perdido. Manter o telefone e e-mail para contato também podem ser importantes para tirar dúvidas de futuros consumidores;

D) Benefícios e Beneficiários: Facilidades e integração na busca de informações. Poder público e privado*, trade*, comunidade em geral e visitantes;

E) Normas de Licenciamento Ambiental exigidas por Lei: Aplicável a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, Lei nº 13.709 de 14 de agosto de 2018;

F) Custo estimado: Sem custo, pois a campanha poderá ser realizada através dos canais de comunicação da SETUR, encontros do *trade* e mobilização pelas associações envolvidas com o Turismo. R$ 0,00;

G) Produtos: Sites, aplicativos e redes sociais atualizados;

H) Resultados: Eficácia na busca de informações.

Ação proposta 45: Implantação de CATs itinerantes nos principais Shoppings e Centros Comerciais. **Estratégia Macro: 5**

A) Descrição da Ação: Realização de estudos para implantar estruturas itinerantes junto aos principais shoppings comerciais da região. Propõe-se um trabalho diferenciado para maior divulgação do Turismo do município. Deverá seguir o padrão operacional proposto pelos demais CATs existentes no município de Bento

Gonçalves;

B) Objetivos: Implantar CATs itinerantes para atender aos turistas em locais de grande circulação em períodos de alta estação, em Shoppings Centers e, em eventos pré-selecionados como estratégicos;

C) Justificativa: Necessidade de maior divulgação da oferta turística local e regional;

D) Benefícios e Beneficiários: O principal beneficiado será o turista que obterá informação atualizada e segura para deslocamentos e experiências. Sob á ótica do empreendedor turístico que se beneficiará por esse serviço de forma padronizada e ampliada;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Dependerá do local a ser instalado o CAT itinerante. Devido a sugestão de ser em espaços públicos comerciais não será exigido esse licenciamento ambiental;

F) Custo Estimado: Projeto de levantamento e implantação deverá ser estimado em aluguel de espaço contratação de funcionários e maior produção de material informativo: R$ 150.000,00;

G) Produtos: Centros de Atenção ao Turista em locais estratégicos. Ampliação da coleta de dados para dados estatísticos;

H) Resultados: Fornecimento ao turista de informações completas para acessos, deslocamento internos junto aos atrativos turísticos, meios de hospedagens, restaurantes, parques temáticos e eventos em geral.

Ação proposta 46: Elaboração de materiais informativos unificados para grandes Agências e Operadoras, Aeroportos, etc. **Estratégias Macro: 3, 6**

A) Descrição da Ação: Esta ação refere-se à criação de um manual informativo e de catálogo de produtos e preços estimativos para as atividades turísticas no município. Sugere a oferta de pacotes para mais de um pernoite, um final de semana ou mais de cinco dias no destino, como período de férias e feriadões prolongados;

B) Objetivos: Elaborar materiais informativos para potencializar a comercialização e divulgação das informações turísticas junto as Agências, Operadoras, CATs oficiais, nos Terminais Turísticos como Aeroportos, Rodoviárias e, em outros espaços estratégicos;

C) Justificativa: Na atividade turística a competitividade é uma constante e a

comercialização só acontece com as ferramentas de marketing e da comercialização e das relações públicas junto as operadoras e agências de viagens e turismo. Portanto, existe a necessidade de ampla divulgação da oferta turística local em âmbito regional, estadual e internacional;

D) Benefícios e Beneficiários: o principal beneficiado será o turista que disporá de informações atualizadas, preços e custos dos produtos, seguras para seus deslocamentos e para o empreendedor turístico que terá esse material a mais para divulgar;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Esta ação não exige licenciamento ambiental;

F) Custo Estimado: Para esta ação que será uma publicação impressa ou digital com uma formatação de cinquenta páginas com estrutura segmentada, se estima um custo de produção, editoração e de divulgação em torno de R$ 65.000,00;

G) Produtos: Manual de Operações e Comercialização das Atividades Turísticas de Bento Gonçalves. Materiais informativos impressos e de forma digital simultaneamente;

H) Resultados: Ampliação da divulgação do Destino, Serviços e Comércio de Bento Gonçalves e da Região da Uva e Vinho do Rio Grande do Sul.

Ação proposta 47: Elaboração de materiais informativos com Práticas Sustentáveis para o Turista. **Estratégia Macro: 2**

A) Descrição da Ação: Essa ação prevê a descrição de diferentes materiais informativos que contenham temas relacionados a possíveis atividades que possam ser realizadas pelo poder público e privado, *trade* turístico, entidades e comunidade em geral para que, de fato, se tenha na cidade 'Práticas Sustentáveis'. Deverão ser elaborados materiais com exemplos práticos a serem sugeridos aos envolvidos no desenvolvimento turístico de Bento Gonçalves;

B) Objetivos: Elaborar materiais informativos sobre Práticas Sustentáveis para o Turista, ampliando a Educação para o Turismo. Divulgar materiais em plataformas digitais;

C) Justificativa: O Turismo Sustentável e Responsável está, cada vez mais, de acordo com vários dos 17 ODS da ONU, portanto, todos os municípios que desejam valorização de seus patrimônios naturais e culturais devem estar em

conformidade com estes objetivos. Os materiais informativos com Práticas Sustentáveis permitirão que diversos envolvidos em atividades turísticas, bem como comunidade em geral, possam ter conhecimento de ações alinhadas com esses 17 ODS;

D) Benefícios e Beneficiários: Poder público e privado, visitantes, bem como comunidade em geral;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Constituição Federal de1988 – Art. 37, 70,170 (IV), 173, 174, 225; Lei nº 6.938 de 31/08/1981; Lei nº 10.295 de 17/10/2001; Lei Complementar nº 123 de 14/12/2006; Lei nº 12.349 de15/12/2010; Lei nº 12.305, de 02/08/2010;

F) Custo Estimado: O custo será para criação de materiais informativos sobre o tema através de empresas especializadas. R$ 32.000,00;

G) Produtos: Atividades envolvendo *trade*, poder público e privado, parte da população e turistas;

H) Resultados: Reconhecimento dos ODS vinculados ao Turismo. Reconhecimento do destino como Cidade Sustentável e Turismo Sustentável.

EIXO 7 – PROMOÇÃO E APOIO A COMERCIALIZAÇÃO

OBJETIVOS:

- Assegurar a valorização das populações e comunidades locais, seus saberes, conhecimentos, práticas e valores étnicos, assim como possibilitar a preservação e a inserção das populações tradicionais na dinâmica da economia local;
- Estabelecer o papel de cada um dentro do processo de desenvolvimento do Turismo; cada parte tem um papel a cumprir, cada qual tem sua cota de responsabilidade e devem ser agentes de transformação, tornando-se, assim, protagonistas desse processo;
- Estabelecer as diretrizes em ressonância com o PNT 2018-2022 e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis da ONU;
- Aprimorar a oferta turística;
- Tornar o destino turístico Bento Gonçalves como uma referência internacional de Enoturismo;

- Tornar o destino turístico Bento Gonçalves como uma referência internacional de Turismo de Luxo e Turismo de Pós-Luxo;

Ação proposta 48: Realização de campanha de comunicação do Destino. **Estratégia Macro: 3 5, 6**

A) Descrição da Ação: Organização de uma campanha com os diversos atrativos, produtos e serviços de Turismo do município, com alcance regional, nacional e internacional, tendo a participação das universidades e do poder público para discutir e divulgar as características do patrimônio natural e cultural de Bento Gonçalves, em especial nas áreas de interesse turístico como as Rotas Turísticas e áreas de entorno dos principais atrativos das áreas urbanas. Identificação de atividades socioambientais educativas durante realização da campanha;

B) Objetivos: Realizar campanha de comunicação para ampliar o posicionamento do destino, reforçando seus pilares natural, rural e cultural, unificando o discurso de comunicação e produzindo materiais e disponibilizar para o *trade*;

C) Justificativa: Torna-se evidente e necessário o reforço do posicionamento estratégico do destino, ampliando a imagem a ser comunicada, a utilização de materiais para o *trade*, redes sociais e imprensa. Esses materiais precisam reforçaros pilares e mostrar a diversidade de atrativos, demonstrando que existem atividades para o visitante permanecer vários dias, aumentando o tempo de permanência na cidade. Importante pensar na jornada de busca do usuário;

D) Benefícios e Beneficiários: Aumento das taxas de permanência e, consequentemente, o gasto médio dos visitantes. Poder público e privado, *trade*, visitantes, bem como comunidade em geral;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Aplicável a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, Lei nº 13.709 de 14 de agosto de 2018;

F) Custo Estimado: O custo será para elaboração e execução da campanha. R$ 200.000,00;

G) Produtos: Nova campanha de comercialização e divulgação do destino;

H) Resultados: Ampliação do reconhecimento do destino. Aumento da geração de renda.

Ação proposta 49: Plano de Ação de Promoção e Comercialização anual. **Estratégias Macro: 3, 5.**

A) Descrição da Ação: Desenvolvimento do Plano de Ação de Promoção e Comercialização do Destino;

B) Objetivos: Desenvolver Plano de Ação de Promoção e Comercialização do Destino. Esse Plano deverá ser construído no ano anterior e disponibilizado para o*trade* antes do término de cada ano (sugestão: mês de outubro, no máximo). Deve contemplar ações para diferentes mercados, segmentos e nichos de público. Por ações entende-se feiras, eventos, *press trip,* uso de mídias sociais, etc.;

C) Justificativa: O Plano de Ação e Comercialização do Destino servirá para ampliar e diversificar o consumo turístico no mercado nacional, vislumbrando estimular diferentes clientes possam usufruir de diversas experiências e vivências desejadas para se concretizarem em Bento Gonçalves;

D) Benefícios e Beneficiários: Incremento na qualidade e competitividade dos produtos deste destino. Poder público e privado, *trade* e empreendedores em geral;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Aplicável a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, Lei nº 13.709 de 14 de agosto de 2018;

F) Custo Estimado: O Plano poderá ser elaborado por membros do COMTUR, Bento Convention e SEMTUR. Nesse caso, não haverá custos. R$ 0,00.

G) Produtos: Plano de Ação anual;

H) Resultados: Planejamento da Promoção e Comercialização do Destino Turístico de forma alinhada as necessidades do ano em questão.

Ação proposta 50: Elaboração de campanha específica para fortalecimento da imagem de Cidade Sustentável. **Estratégia Macro: 2**

A) Descrição da Ação: Organização de uma campanha sobre Cidades Sustentáveis X Turismo de alcance regional com a participação das universidades e do poder público para discutir e divulgar as características do patrimônio natural e cultural de Bento Gonçalves, em especial nas áreas de interesse turístico como as Rotas Turísticas e áreas de entorno dos principais atrativos das áreas urbanas. Identificação de atividades socioambientais educativas durante realização da campanha;

B) Objetivos: Elaborar campanha para ampliar a imagem de destino

sustentável pelas novas ações implementadas pelo poder público e privado;

C) Justificativa: Cada vez mais, os conceitos de sustentabilidade vêm sendo discutidos no dia a dia das pequenas e grandes cidades, porém muito pouco é pensado e praticado com relação ao assunto. Por essa razão, torna-se significativa a realização de campanhas que continuem inovando na região e incluam fatores que demonstrem sua preocupação com o patrimônio natural e cultural, tais como redução da produção de resíduos, diminuição do uso de energias convencionais, valorização da identidade cultural, entre tantas outras ações possíveis;

D) Benefícios e Beneficiários: Poder público e privado, visitantes, bem como comunidade em geral;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Lei nº 10.257, de 10 de junho de 2001, Artº 2, I;

F) Custo Estimado: O custo estimado será para elaboração e execução da campanha. R$ 80.000,00;

G) Produtos: Nova campanha de comercialização e divulgação do destino;

H) Resultados: Reconhecimento do destino como Cidade e Comunidade Sustentável.

Ação proposta 51: Incentivo do comércio para elaboração de ações para o turista. **Estratégia Macro: 3, 4**

A) Descrição da Ação: Organização de ações com os representantes do comércio local para ampliar as possibilidades dos turistas também utilizarem os serviços comerciais existentes no destino, tais como abertura aos domingos e feriados; ampliação de horários de atendimento; ampliação de parcerias para divulgar o comércio local; elaboração de campanhas de compras / fidelidade / descontos nos produtos turísticos;

B) Objetivos: Incentivar diferentes ações junto ao comércio local para permitir a realização de compras por parte dos turistas que chegam ao destino;

C) Justificativa: As atividades desenvolvidas pelos visitantes em Bento Gonçalves são, prioritariamente, nas rotas turísticas que se localizam nos distritos e comunidades do município. Desta forma, a circulação no centro da cidade ou em pontos mais comerciais é reduzida com relação aos outros locais. Por essa razão, atividades do comércio que envolvam o Turismo poderá ampliar essa circulação e, consequentemente permitir um aumento das vendas dos produtos

disponíveis neste comércio;

D) Benefícios e Beneficiários: Comércio local, visitantes, bem como comunidade em geral;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Aplicável a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, Lei nº 13.709 de 14 de agosto de 2018;

F) Custo Estimado: As atividades serão desenvolvidas em parceria com CDL. Sem custos. R$ 0,00;

G) Produtos: *Voucher* para comércio e produtos turísticos;

H) Resultados: Aproximação do comércio local com as atividades de Turismo.

Ação proposta 52: Alteração da Lei Municipal que impede a participação do destino em eventos organizados por operadoras de Turismo. **Estratégia Macro: 1**

A) Descrição da Ação: alteração na Lei que impede a participação do destino em eventos organizados por operadoras de Turismo, através de ação da Câmara de Vereadores para solução desse problema;

B) Objetivos: Alterar a Lei Municipal para potencializar a comercialização do destino, durante participação em eventos;

C) Justificativa: Possibilitar a inserção do destino em eventos organizados por operadoras posto que se concentram diversas oportunidades de negócios, de maneira ordenada já motivados para o trabalho;

D) Benefícios e Beneficiários: Participação em feiras de forma mais comercial. Aproveitamento das melhores oportunidades, tanto para o Poder público e inciativa privada;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Aplicável a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, Lei nº 13.709 de 14 de agosto de 2018;

F) Custo Estimado: R$ 0,00;

G) Produtos: Legislação atualizada;

H) Resultados: Ampliação das estratégias de comercialização do destino.

Ação proposta 53: Formação de Equipe de Marketing multidisciplinar. **Estratégia Macro: 6**

A) Descrição da ação: Montar uma equipe de marketing multidisciplinar com profissionais da área como designers, publicitários, jornalistas, fotógrafos,

videomakers, analista de dados, pesquisadores, entre outros. Essa equipe completa terá todas as ferramentas e capacitações para realização de campanhas e ações de marketing para a marca destino;

B) Objetivos: Reunir uma equipe de marketing multidisciplinar para realização das ações propostas de maneira assertiva;

C) Justificativa: A equipe funciona como uma entidade centralizadora de todas as campanhas, tornando, assim, toda a comunicação padronizada e com o nível de profissionalismo que Bento Gonçalves exige;

D) Benefícios e beneficiários: Todos os públicos beneficiam-se, tais como entidades privadas, públicas e público final, pois a padronização fortalece a marca de Bento Gonçalves e torna-a mais memorável, além da qualidade dos materiais passarem pelo crivo da equipe;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Aplicável a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, Lei nº 13.709 de 14 de agosto de 2018;

F) Custo Estimado: Realizar a ação com equipe prefeitura e parceiros. R$ 170.000,00;

G) Produtos: Equipe multidisciplinar focada na elaboração dos produtos de marketing;

H) Resultados: Resultados de campanhas assertivos e mensuráveis pela equipe formada.

Ação proposta 54: Padronização dos materiais para a “marca” do Destino – “Bento Pura Inspiração”. **Estratégia Macro: 6**

A) Descrição da ação: *Brandbook* é uma espécie de Manual da Marca, porém mais completo. Apresenta um conjunto de informações que estabelecem a essência e a cultura da marca e visa guiar o padrão da comunicação;

B) Objetivos: Padronizar os materiais da “marca” do Destino – “Bento Pura Inspiração” através da elaboração de manual ou *Brandbook* com atualização das diretrizes para a comunicação em peças de diferentes entidades para formar uma unificação e reconhecimento dessa marca;

C) Justificativa: Um material de comunicação com possibilidades de indefinição no padrão, desvia o público para pontos diversos. Se existe a marca destino para ser comunicada, ela exige um padrão de comunicação, para que todo o material seja percebido pelo público como único, tornando, assim, a possibilidade de

vender um conjunto de experiências maior do que apenas produtos separadamente;

D) Benefícios e beneficiários: A identidade da marca destino será muito mais percebida, sendo assim, aumentando o alcance da marca. Empresários e entidades públicas beneficiam- se;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Aplicável a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, Lei nº 13.709 de 14 de agosto de 2018;

F) Custo Estimado: Elaboração de *Brandbook* de acordo com as diferentes peças a serem criadas. R$ 50.000,00;

G) Produtos: Manual ou *Brandbook* do destino atualizado;

H) Resultados: Unificação e reconhecimento de marca em diversos materiais.

Ação proposta 55: Criação de portfólio de produtos e serviços do destino – Trilingue. **Estratégia Macro: 3, 6**

A) Descrição da ação: Elaboração de um portfólio online com todos os produtos e serviços do destino, organizado por categorias, unificando onde o turista pode descobrir tudo o que o destino tem a oferecer. Por exemplo: categoria de hospedagem para selecionar o seu hotel; categoria de alimentação para selecionar onde fazer o café da manhã, almoço e lanche; categoria de turismo para selecionar os passeios que realizará; categoria de transporte para escolher o transfer; categoria de produtos para encontrar onde fará suas compras; categoria de profissionais para escolher o guia do passeio, etc.;

B) Objetivos: Criar um portfólio contendo todos os produtos e serviços oferecidos pelo destino, para que o cliente final, seja para turismo de lazer, negócios ou outro, consiga visualizar todas as possibilidades que o destino oferece. Material em Português, Inglês e Espanhol;

C) Justificativa: Quando os produtos e serviços não estão unificados, o cliente final pode não saber sobre as possibilidades que existem para tornar a experiência ainda mais completa. Centralizar todas as opções torna mais fácil a aquisição de vários produtos e serviços no destino;

D) Benefícios e beneficiários: O turista porque pode encontrar todas as possibilidades em um só local, facilitando a experiência, e as entidades, estando na mesma “vitrine”, podem vender dentro da experiência completa, além de criar produtos em conjunto, ampliando as parcerias locais;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Aplicável a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, Lei nº 13.709 de 14 de agosto de 2018;

F) Custo Estimado: Elaboração de *website*. R$ 30.000,00;

G) Produtos: Portfólio de produtos e serviços trilingue;

H) Resultados: Centralização de todos os produtos e serviços prestados para o cliente em um só local, facilitando a sua venda.

Ação proposta 56: Realização de campanhas nichadas de vendas. **Estratégia Macro: 3, 6**

A) Descrição da ação: Com uma grande gama de clientes, campanhas nichadas segmentam esse público para atingi-lo com mais assertividade, ao invés de fazer campanhas genéricas para públicos diversos, onde a taxa de conversão é baixa e o investimento é alto, as campanhas nichadas conseguem atingir exatamente o público-alvo e a taxa de conversão torna-se muito maior, compensando o investimento. Campanhas nichadas significam o uso do marketing de nichos que tem foco em um público específico e segmentado;

B) Objetivos: Realizar campanhas nichadas para cada segmento dos produtos do destino, de acordo com o estudo do público-alvo para cada nicho, podendo essas campanhas serem em mídias digitais, eventos ou feiras, etc.;

C) Justificativa: Para aumentar o número de pessoas atingidas e com potencial de conversão, otimizando o orçamento das campanhas;

D) Benefícios e beneficiários: Públicos que não eram atingidos anteriormente serão impactados e a conversão desse público para potenciais compradores beneficia todas as entidades do destino;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Aplicável a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, Lei nº 13.709 de 14 de agosto de 2018;

F) Custo Estimado: De acordo com cada estratégia de campanha, visto que serão diferentes em cada nicho. R$ 32.000,00;

G) Produtos: Campanhas e ações específicas de cada segmento do destino;

H) Resultados: Ampliação do ponto de contato de cada segmento para realização de campanhas nichadas.

Ação proposta 57: Realização de trabalho com influenciadores digitais (foco na experiênciado usuário). **Estratégia Macro: 3, 6**

A) Descrição da ação: A ação com influenciadores leva o destino ao público de maneira muito mais próxima e real, ainda mais com o foco na experiência do usuário. A curadoria desses influenciadores deve ser minuciosa, pois vincula a marca aos valores que o influenciador transmite, o que pode intensificar muito as vendas do destino. Essa ação pode ser realizada através de parcerias entre empreendimentos turísticos e *trade* para receber os influenciadores digitais do RS, SC, PR, SP, inicialmente;

B) Objetivos: Realizar ações com influenciadores digitais para a divulgação do destino, por meio de permuta, encontrar influenciadores digitais que conversam com o público-alvo para que ele divulgue o produto turístico do destino com foco na experiência do usuário;

C) Justificativa: Ações com influenciadores ainda são canais pouco explorados e que têm um grande potencial na comunicação e veiculação do destino. Por essa razão, merecem atenção especial dentro das estratégias de comercialização e divulgação;

D) Benefícios e beneficiários: Entidades que já oferecem experiências são o principal foco, porém, todas as outras que podem unir-se para formar uma experiência completa e beneficiarem-se. Destino turístico como um todo;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Aplicável a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, Lei nº 13.709 de 14 de agosto de 2018;

F) Custo Estimado: De acordo com cada influenciador, mas com parcerias entre empreendedores. R$ 0,00;

G) Produtos: Divulgação dos produtos por meio de influenciadores, fazendo-o nas suas plataformas digitais;

H) Resultados: Atingir uma parcela dos seguidores desses influenciadores dentro do público-alvo do destino.

Ação proposta 58: Montagem de banco de imagens / vídeos do destino. **Estratégia Macro: 3, 6**

A) Descrição da ação: Produção de um banco de imagens e vídeos com a retenção dos direitos para ser utilizado nas campanhas da equipe de marketing, dessa forma garantindo a qualidade e a possibilidade de direcionar esse banco para os fins específicos das campanhas e qualquer outro material. O Projeto “Fotógrafos do Turismo” possui um banco de imagens, mas não se pode usar com

fins lucrativos;

B) Objetivos: Contratar um fotógrafo / *videomaker* para montagem de um banco de imagens e vídeos a serem utilizados em todas as campanhas da equipe de marketing, dessa forma, mantendo a qualidade da divulgação e os direitos autorais sobre as imagens, mas com a possibilidade de poderem ser usadas também com fins lucrativos;

C) Justificativa: Como o banco existente tem restrições de direitos, assim como fontes externas (sites em que não se tem essa informação sobre os direitos), essa ação visa à construção desse novo banco para o uso com fins lucrativos, além da possibilidade de orientar os profissionais de acordo com a necessidade da campanha;

D) Benefícios e beneficiários: Principalmente para equipe que terá acesso ao banco, mas indiretamente todas as entidades, *trade* turístico, poder público e privado, que terão seus materiais com uma qualidade de imagem superior e focada nas campanhas;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998;

F) Custo Estimado: R$ 68.000,00;

G) Produtos: Banco de imagens / vídeos de qualidade e com direitos reservados;

H) Resultados: Maior liberdade nas campanhas podendo direcionar o profissional para o objetivo de cada ação.

Ação proposta 59: Elaboração de Programa de Descontos para responder pesquisas sobre o perfil dos turistas. **Estratégia Macro: 3**

A) Descrição da ação: Criar um questionário *on line* e oferecer o link para o turista responder a pesquisa, ao final do questionário, o turista recebe um brinde ou um desconto nos empreendimentos do *trade* turístico;

B) Objetivos: Elaborar um Programa de Descontos e/ou brindes para clientes que responderem as pesquisas completas;

C) Justificativa: O conhecimento detalhado da demanda é fundamental para o planejamento turístico, uma base de dados fiel à realidade tem um valor inestimado.

D) Benefícios e beneficiários: O destino turístico como um todo;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Não Aplicável;

F) Custo estimado: Os brindes serão doados pelo *trade*. Sem custos. R$ 0,00;

G) Produtos: Descontos / brindes;

H) Resultados: Abastecimento do sistema integrado do município com dados de maior precisão para posterior análise do perfil dos turistas e elaboração das estratégias de desenvolvimento do Turismo.

Ação proposta 60: Implantação de módulos leves, móveis e interativos para o letreiro tipo “Eu amo Bento”. **Estratégia Macro: 3**

A) Descrição da Ação: O que se propõe para Bento Gonçalves são módulos plásticos leves, móveis e componíveis que possam ser montados pelos próprios visitantes customizando sua foto como uma espécie de poema-concreto. Esses módulos, além de leves para serem deslocados, deverão ser resistentes para seu empilhamento e possibilidade de que as pessoas subam neles. Serão de dois tipos: Um menor para pequenos espaços e outro maior. O menor será composto por quatro módulos com os dizeres: BEN | TO | TÔ | BEM. Com isso se cria a possibilidade de diversas combinações que ficarão a critério do visitante. Ex: TÔ BEM BENTO; TÔ BENTO BEM; BEMBEN TOTÔ, etc. O maior será composto pelos módulos: BENTO | IO TI | VOGLIO | TANTO | BENE. O uso do idioma italiano faz clara referência à cidade e é de fácil compreensão. Assim como o anterior, permite diversas combinações e até supressões com a possibilidade de grupos maiores serem fotografados sobre os módulos montados por eles mesmos. O menor pode ficar localizado na Via Del Vino e o maior na Praça Achyles Mincarone, mas nada impede que qualquer um esteja em outros pontos turísticos;

B) Objetivos: Implantar uma instalação de módulos interativa para que o turista que visita a cidade interaja montando seu próprio letreiro, fotografe e compartilhe a foto, assim divulgando o destino. Esses módulos, em escala reduzida, poderão ser licenciados para produção e venda aos turistas que levarão Bento para casa, onde poderão montar seus próprios poemas concretos;

C) Justificativa: Letreiros tipo “Eu amo Bento” ou “*I love NY*”, ou *“I am sterdam*” têm sido instalados em diversas cidades pelo mundo e servem como locais de fotos e prova de passagem de visitantes. Esses módulos, em escala reduzida, poderão ser licenciados para produção e venda aos turistas que levarão Bento para casa, onde poderão montar seus próprios poemas-concretos;

D) Benefícios e Beneficiários: Os turistas terão uma atividade lúdica para realizar na visita à cidade, os comerciantes terão um produto típico para vender e o destino ganha pela divulgação das fotos;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Atender à Lei Nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998 que dispõe sobre as sanções penais e administrativas derivadas de condutas e atividades lesivas ao meio ambiente, e dá outras providências, principalmente a Seção IV que trata dos Crimes contra o Ordenamento Urbano e o Patrimônio Cultural e considerar a alteração dada pela Lei Lei nº 12.408, de 2011;

F) Custo Estimado: O custo estimado é de R$ 50.000,00 para o projeto e de R$ 100.000,00 para a execução. O licenciamento das miniaturas deve prever participação da prefeitura no lucro da venda. R$ 150.000,00;

G) Produtos: Letreiros de instalação interativos. Possibilidade de produção e venda desses módulos em escala reduzida para souvenir através de licenciamento;

H) Resultados: Aumentar a divulgação do destino. Propiciar atividade lúdica ao turista.

EIXO 8 – MONITORAMENTO

OBJETIVOS:

- Fornecer dados, informações e elementos confiáveis aos órgãos públicos e demais segmentos envolvidos (como a iniciativa privada), para que favoreçam a integração e a coordenação de ações entre eles, a fim de reduzir ou eliminar entraves e barreiras à atividade turística do município;
- Criar uma sistemática para monitoramento e implementação do plano, fazendo com que este seja parte integrante da rotina de gestão do turismo no município, garantindo o bom desempenho do plano, visando a identificação de distorções, erros, fatores externo, inadequações que necessitem de ajustes para sucesso da implantação do plano;
- Estimular o Capital Social (este entendido como a capacidade que uma sociedade possui para cooperar e confiar) entre todos e a formação de parcerias que serão de importância fundamental para o sucesso da implementação deste documento;

- Estabelecer o papel de cada um dentro do processo de desenvolvimento do Turismo; cada parte tem um papel a cumprir, cada qual tem sua cota de responsabilidade e devem ser agentes de transformação, tornando-se, assim, protagonistas desse processo.

Ação proposta 61: Qualificação do empreendedor / *trade* sobre a importância da obtenção, geração e uso de dados do Turismo. **Estratégia Macro: 5**

A) Descrição da Ação: Formatar cursos de qualificação para o *trade* tomar conhecimento de qual estratégia a ser utilizada para a obtenção, geração e análise dos dados para o uso do planejamento turístico do município e dos empreendimentos;

B) Objetivos: Utilizar estatísticas de sites como Booking.com, Airbnb, entre outros, em encontros virtuais de disseminação do conhecimento;

C) Justificativa: A necessidade de conhecer o perfil do turista monitorando suas preferências e analisando todos os dados disponíveis é fundamental para o desenvolvimento do planejamento estratégico do destino, sendo assim a coleta, análise e interpretação de dados é vital para o êxito dos destinos turísticos, seja para a adequação da oferta frente a necessidade e desejos de seus consumidores ou para produção de novos produtos e serviços;

D) Benefícios e Beneficiários: Uso adequado de dados. Poder público e privado, *trade* e empreendedores em geral;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Aplicável a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, Lei nº 13.709 de 14 de agosto de 2018;

F) Custo Estimado: A definição dos dados poderá ser elaborada em parceria entre as IES e SEMTUR. Nesse caso, não haverá custos. R$ 0,00;

G) Produtos: Encontros virtuais. Material informativo para empreendedores e *trade*;

H) Resultados: Ampliação no uso de dados do Turismo.

Ação proposta 62: Implantação do Observatório de Turismo. **Estratégia Macro: 5**

A) Descrição da Ação: Implantação de um Observatório de Turismo com a elaboração de método para a busca de informações e Dados de

Observatório Social e Turística. Essa ação deve ser realizada em parceria com as IES de Turismo e Hotelaria da região, pois as mesmas possuem capital humano e recursos para aplicar em pesquisas;

B) Objetivos: Implantar o Observatório de Turismo, visando intensificar a disseminação de informações, dados e indicadores sobre Turismo;

C) Justificativa: a complexidade de construir caminhos e soluções para a sustentabilidade do Turismo no processo de desenvolvimento exige o conhecimento da realidade do ambiente, do resultado do visitante e do visitado, dos impactos gerados pela ampliação da atividade turística e as constantes mudanças de cenário que são impostas ante a inevitabilidade de transformação do real. Esse conhecimento só será possível através de constantes pesquisas para o monitoramento do que se refere às estruturas, aos atrativos, às potencialidades e aos diferenciais do destino frente aos mercados efetivos e potenciais, aos benefícios econômicos a auferir ou auferidos com a atividade turística;

D) Benefícios e Beneficiários: Segurança, transparência, decisões assertivas, previsões e estratégias. Poder público e privado, *trade* e empreendedores em geral;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Lei nº 22.765, de 20/12/2017, e pelo Decreto nº 47.526, de 06/11/2018 (MG);

F) Custo Estimado: Fortalecer parcerias com IES de Turismo e Hotelaria para que essas entidades possam assumir essa responsabilidade. Sem custo para o município: R$ 0,00;

G) Produtos: Banco de Dados e Observatório Big Data;

H) Resultados: Organização de um sistema de informações coletadas e dispostas de forma periódica, para balizar e fundamentar o planejamento e a gestão da atividade turística com vistas à sustentabilidade, especialmente no que tange às organizações dos setores que constituem o Turismo, sejam privadas ou públicas.

Ação proposta 63: Padronização da coleta e registro de dados das Rotas Turísticas. **Estratégia Macro: 5.**

A) Descrição da Ação: Identificação e definição de metodologia específica para que todas as Rotas realizem a coleta do fluxo de visitantes de forma unificada;

B) Objetivos: Padronizar metodologia específica para que todas as Rotas

realizem a coleta do fluxo de visitantes de forma unificada;

C) Justificativa: A sistematização dos dados coletados para o fluxo de visitantes nas cinco diferentes rotas dentro do município são obtidas de forma diferente entre um grupo de empreendedores e outro. Por esta razão, torna-se necessário identificar uma mesma metodologia de captação das informações sobre o fluxo de visitantes para que a coleta dos dados se realize de forma unificada;

D) Benefícios e Beneficiários: Unificação na coleta de dados do fluxo de visitantes. Poder público e privado, empreendedores em geral;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Aplicável a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, Lei nº 13.709 de 14 de agosto de 2018;

F) Custo Estimado: A metodologia poderá ser elaborada por membros da SEMTUR, COMTUR e/ou *Bento Convention* e em conjunto com empresa especializada. R$ 35.000,00;

G) Produtos: Metodologia de coleta de dados;

H) Resultados: Maior confiabilidade dos dados coletados.

Ação proposta 64: Implantação de sistema para monitoramento do crescimento / adensamento urbano em áreas de interesse turístico. **Estratégias Macro: 4, 5.**

A) Descrição da Ação: Implantação de sistema de monitoramento de desempenho do Plano Diretor Municipal, a partir de *software* SIG (Sistema de Informações Geográficas);

B) Objetivos: Implantar sistema de monitoramento para a identificação de áreas turísticas do município que estão sofrendo maior pressão imobiliária;

C) Justificativa: A construção civil e o desenvolvimento imobiliário são reconhecidamente importantes setores para o desenvolvimento econômico e social de uma comunidade, visto sua extensa cadeia produtiva e a grande capacidade de geração de empregos. Entretanto, também é reconhecida que a sua expansão de forma descontrolada e pouco planejada resulta no aumento da desigualdade sócio espacial, assim como é ameaça constante ao meio-ambiente natural e ao patrimônio histórico-cultural, elementos importantes na atração e desenvolvimento turístico. Dessa forma, cabe ao poder municipal monitorar as dinâmicas do mercado como forma de planejar e equilibrar as pressões sobre áreas de interesse turístico, de modo que não haja prejuízo para ambas as atividades econômicas;

D) Benefícios e Beneficiários: Maior controle da pressão do mercado imobiliário sobre área de interesse turístico e cultural, possibilitando ajustes nas políticas públicas de planejamento urbano;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Lei Complementar nº 200, de 27 de julho de 2018 – do Plano Diretor de Bento Gonçalves;

F) Custo Estimado: Recursos humanos do IPURB e consultoria especializada para capacitação e implementação do Sistema. R$ 200.000,00 (duzentos mil reais);

G) Produtos: Sistema de Monitoramento do Plano Diretor;

H) Resultados: Obtenção de informações para subsídio na tomada de decisão do Planejamento Urbano Municipal.

Ação proposta 65: Criação de um Sistema Integrado entre prefeitura e empreendimentos. **Estratégia Macro: 5.**

A) Descrição da ação: Unificação de todas as informações em um único banco de dados centralizado que será alimentado por todos os estabelecimentos em tempo real para acompanhamento de ocupação e com dados mais detalhados para serem analisados posteriormente;

B) Objetivos: Criar um banco de dados centralizado com a utilização de uma API ("*Application Programming Interface*") para comunicação entre poder público e privado;

C) Justificativa: O conhecimento detalhado da demanda e do movimento turístico de um destino é fundamental para o planejamento e desenvolvimento do Turismo, faz-se necessário unificar as informações para aplicação das estratégias cabíveis;

D) Benefícios e beneficiários: O destino turístico;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Lei nº 14.010, de 10 de junho de 2020 – Entra em vigor em 01 de Agosto de 2021;

F) Custo estimado: R$ 360.000,00;

G) Produtos: API, banco de dados, site e aplicativos;

H) Resultados: Estatísticas precisas dos turistas para melhor aproveitamento da informação; Informações em tempo real de ocupação dos estabelecimentos.

Ação proposta 66: Utilização de um Sistema Inteligente de *feedbacks.* **Estratégia Macro: 5.**

A) Descrição da ação: Atualmente, tem-se diversas ferramentas para buscar informações de meios de hospedagem, restaurantes, lojas, museus, etc. Em quase todas elas, os clientes podem deixar suas notas, comentários, críticas e sugestões, tornando-se difícil de acompanhar/analisar todas elas diariamente. Com isso, surgiram novas tecnologias para agrupar esses desempenhos em um único serviço, capaz de otimizar o seu tempo e apontar pontos positivos e negativos;

B) Objetivos: Utilizar um sistema inteligente para tomar conhecimento das reclamações/sugestões/elogios dos clientes de forma inteligente e integrada;

C) Justificativa: A gestão do *feedback* e da experiência do consumidor terão um papel fundamental nas suas estratégias de fidelização e aquisição de novos clientes. A relação entre o destino turístico e o turista está mais digital do que nunca. Os visitantes estão se comunicando com os empreendimentos e serviços através de diversos canais digitais e ao mesmo tempo. Eles também querem frequentar lugares de confiança – bem avaliados por outros consumidores, desejando relacionar-se com empresas mais humanizadas, que escutem o que eles têm a dizer sobre a experiência entregue;

D) Benefícios e beneficiários: Empresas e seus clientes;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Lei nº 14.010, de 12 de junho de 2020 – Entra em vigor em 01 de Agosto de 2021;

F) Custo estimado: R$ 7.762,00 implementação p/ 250 estabelecimentos + R$ 69,00 mensais (p/ cada). R$ 18.000,00;

G) Produtos: Um Sistema (por exemplo, HARMO);

H) Resultados: Melhoria na qualidade dos produtos e serviços; aumento no número de informações para uso dos empreendedores; ganho de qualidade e agilidade na análise de dados; ganho de inteligência para tomada de decisões centradas nos desejos dos clientes; ganho na atração de novos clientes; aumento na retenção/fidelidade dos clientes; aumento da confiança e admiração dos consumidores pela marca.

Ação proposta 67: Realização de Estudo de Capacidade de Carga específica para atrativos turísticos e/ou empreendimentos. **Estratégias Macro: 2, 5.**

A) Descrição da ação: Através de estudos em convênio com as IES de

Turismo, identificar a Capacidade de Carga dos atrativos turísticos ou empreendimentos que mais recebem visitantes (no primeiro momento) para, posteriormente, abranger os principais atrativos e empresas do Turismo do município;

B) Objetivos: Realizar estudos diferenciados para implantar a capacidade de carga em atrativos e empreendimentos que recebem visitantes;

C) Justificativa: O conceito de Capacidade de Carga (também conhecido como Capacidade de Suporte) tem sido de grande importância no planejamento de Turismo, em virtude das teorias de sustentabilidade (BARRETTO, 2009). Ruschmann (2006) entende por Capacidade de Carga Turística o número máximo de visitantes (por dia/mês/ano) que uma área pode suportar antes que ocorram alterações nos meios físicos e sociais. Segundo Cooper e Fletcher (1997 apud BARRETTO, 2009), a capacidade varia conforme a duração da estada dos turistas, as características destes, assim como as características dos anfitriões, a concentração geográfica dos habitantes e a intensidade do período sazonal. Identificar a capacidade de carga de um atrativo ou empresas que recebem turistas é fundamental para a conservação ambiental e social do local. Ruschmann (2006) afirma que a Capacidade de Carga Social estará ultrapassada quando os moradores da localidade já não aceitarem os turistas e passarem a hostilizá-los. Torna-se, portanto, fundamental identificar a Capacidade de Suporte para que se possa preservar o meio ambiente e não esgotar a comunidade receptora;

D) Benefícios e beneficiários: os atrativos turísticos e empresas, a comunidade receptora e os turistas;

E) Normas de licenciamento ambiental exigido por lei: Lei nº 9.985, de 18 de julho de 2000;

F) Custo estimado: O custo estimado dependerá de uma série de critérios espaciais, temporais e sociais que diferem na aplicação de coeficientes para a base de cálculo do local a ser implantado. Sugere-se parcerias com as IES de Turismo para baixar o custo do projeto. R$ 125.000,00;

G) Produtos: Capacidade de Carga implantada nos principais atrativos turísticos e empreendimentos do município;

H) Resultados: Preservação da atratividade do negócio, fornecimento de serviços de qualidade, ótima experiência do turista, não esgotamento dos recursos naturais e controle da saturação da comunidade receptora.

8.2 DIMENSIONAMENTO DO INVESTIMENTO TOTAL

Após apresentação dessas APDs de forma detalhada no item 6, apresenta-se o Quadro 21 com informações de investimentos necessários em cada eixo previsto no PRT e nas 67 ações elaboradas para este Plano e, posteriormente, uma previsão de investimentos totais a serem realizados para a implantação das ações e estratégias propostas.

Quadro 21 - Identificação de Investimentos para Implantação das ações do Plano Municipal de Turismo de Bento Gonçalves/RS

(continua)

Eixo	Ação promotora de desenvolvimento	Investimento previsto	Valor do investimento previsto (R$)
1	1 - Alinhamento das Governanças locais para que os diferentes conselhos sejam fortalecidos e integrados através de Projetos que resultem no desenvolvimento de ações efetivas e sustentáveis.	Apenas para deslocamentos individuais que serão pagos pelos próprios participantes, por adesão.	R$ 0,00
1	2 - Democratização e Legitimação dos Conselhos Distritais.	Apenas para deslocamentos individuais que serão pagos pelos próprios participantes, por adesão.	R$ 0,00
1	3 - Fortalecimento das redes de cooperação.	Dinâmicas que serão trabalhadas nas reuniões de rotina das Governanças.	R$ 0,00
1	4 - Promoção de alianças com as Governanças Regionais que atuam no Desenvolvimento Sustentável da Região Uva e Vinho.	Identificação das oportunidades de crescimento conjunto nas reuniões de Governança.	R$ 0,00
1	5 - Disseminação e suporte para a implementação do Plano Municipal de Turismo.	O COMTUR irá fomentar esta ação.	R$ 0,00
1	6 - Fortalecimento das Zonas de Interesse Turístico, no Zoneamento Rural – Distrito de Eulália na próxima revisão do Plano Diretor Municipal de Bento Gonçalves.	Contratação de mão de obra especializada.	R$ 350.000,00
1	7 - Solicitação de assento no Comitê de Gerenciamento da Bacia do Taquari Antas.	Apenas para deslocamentos individuais que serão pagos pelos próprios participantes, por adesão.	R$ 0,00

1	8 - Alinhamento com o COREDE SERRA para elaboração de Planejamento Metropolitano da Serra Gaúcha.	Apenas para deslocamentos individuais que serão pagos pelos próprios participantes, por adesão.	R$ 0,00
2	9 - Elaboração de projetos de trabalho com escolas para conhecer as Rotas Turísticas e atrativos (naturais e culturais).	Ação desenvolvida pelos funcionários do quadro das Secretarias municipais envolvidas na ação. O custo será para o transporte.	R$ 2.500,00
2	10 - Visita/passeio a comunidade local.	Mobilização interna do município e suas Secretarias.	R$ 2.500,00
2	11 - Implantação de transporte turístico.	Contratação de serviço de transporte e/ou fomento a parceria.	R$ 850.000,00
2	12 - Estudo para o reconhecimento de boas práticas de sustentabilidade para o Turismo.	Capacitação dos profissionais do quadro.	R$ 35.000,00
2	13 - Diversificação das atividades turísticas para público infanto juvenil.	Contratação de mão de obra especializada em Formatação de Produtos para o Turismo.	R$ 35.000,00
2	14 - Diversificação das atividades turísticas de Turismo Aventura e Ecoturismo, bem como Turismo Náutico.	Contratação de mão de obra especializada em Formatação de Produtos para o Turismo.	R$ 35.000,00
2	15 - Estudo para implantação de um museu com projeto de arquiteto com referência internacional (*starchitech*).	Contratação de mão de obra especializada para Construção.	R$ 50.000.000,00
2	16 - Conclusão do Invetário do Patrimônio Cultural do município.	Contratação de mão de obra especializada em Patrimônio Histórico.	R$ 350.000,00
2	17 - Formatação de uma Rota de Compras.	Contratação de mão de obra especializada em Turismo.	R$ 30.000,00
2	18 - Elaboração de uma proposta para integrar o município na Rede de Cidades Criativas da UNESCO no setor de gastronomia (Enoturismo).	Contratação de mão de obra especializada.	R$ 40.000,00
3	19 - Elaboração de critérios mínimos para o atendimento ao turista.	Ação desenvolvida pelos funcionários do quadro das Secretarias municipais envolvidas na ação e entidades.	R$ 0,00
3	20 - Desenvolvimento da cultura do Turismo em todosos segmentos, incluindo a população.	Sensibilização da iniciativa privada / parcerias comerciais / contratação de mão de obra especializada.	R$ 50.000,00
3	21 - Identificação de necessidades para	Curso de Capacitação – Sistema S, CDL,Sindilojas.	R$ 0,00

	qualificação do atendimento.		
3	22 - Incentivo ao registro no CADASTUR.	Ação desenvolvida pelos funcionários do quadro da SEMTUR.	R$ 0,00
3	23 - Realização de Programa de Capacitação para o *trade* com foco na comercialização do destino.	Contratação de mão de obra especializada	R$ 100.000,00
3	24 - Escala de abertura organizada dos restaurantes.	Apenas para deslocamentos individuais que serão pagos pelos próprios participantes, por adesão.	R$ 0,00
3	25 - Após revisão **dos CNAEs** pelo Ministério do Turismo, criação de campanhas para divulgação e orientação para as empresas obterem o registro do CADASTUR	Ação desenvolvida pelos funcionários do quadro da SEMTUR.	R$ 0,00
4	26 - Criação de um portfolio específico para captação de investimentos com integração entre Rotas, Secretaria, Investidores e Conselhos.	Contratação de mão de obra especializada para Captação de Invesimentos.	R$ 15.000,00
4	27 - Divulgação da Sala do Empreendedor e demais canais de informações voltados ao empreendedorismo vinculados a atividade turística	Será realizado pelo quadro de funcionários do SEBRAE.	R$ 0,00
4	28 - Fomento as entidades representativas das Rotas para que tenham capacidade de estimular a comunidade a empreender (recurso financeiro e equipe qualificada).	Contratação de mão de obra especializada para Captação de Investimentos.	R$ 150.000,00
4	29 - Captação de investimentos para melhorias na infraestrutura do FUNDAPARQUE.	Contratação de mão de obra especializada para Captação de Invesimentos.	R$ 200.000,00
4	30 - Implementação Método Gestão de Aspectos e Impactos Ambientais - GAIA nos empreendimentos turísticos.	Contratação de ão de obra especializada para Estudos Ambientais.	R$ 200.000,00
4	31 - Criação de legislação específica para incentivo a implantação de atividades comerciais e de serviços em edificações históricas.	Esforço conjunto das Secretarias do Município.	R$ 0,00
4	32 - Criação de legislação específica para incentivo a criação de Zonas de Comércio	Esforço conjunto das Secretarias do Município.	R$ 0,00

	junto aáreas com potencial turístico.		
4	33 - Elaboração de estratégias para tornar Bento Gonçalves uma Cidade Inteligente.	Contratação de mão de obra especializada em Tecnologia e Inovação.	R$ 460.000,00
5	34 - Ampliação do acesso à internet e telefonia móvel.	Ação privada de cada operadora, sem custo para o município.	R$ 0,00
5	35 - Ligação entre as rotas e atrativos, inclusive intermunicipais, inserindo ciclovias.	Contratação de mão de obra especializada	R$ 53.000,00
5	36 - Reativação e reutilização da malha ferroviária.	Contratação de mão de obra especializada	R$ 80.000,00
5	37 – Implementação de Políticas Públicas de Preservação do Patrimônio Natural.	Esforço conjunto das Secretarias do Município.	R$ 0,00
5	38 - Implementação de pontos de recarga de Energias Limpas em áreas específicas das Rotas e atrativos.	Contratação de empresa especializada.	R$ 50.000,00
5	39 - Desenvolvimento de Planos e Projetos Setoriais de Infraestrutura e Qualificação do Espaço Urbano.	Contratação de mão de obra especializada.	R$ 300.000,00
5	40 - Levantamento, Revisão, Complementação e Padronização da Sinalização Turística Viária.	Contratação de mão de obra especializada.	R$ 2.000.000,00
5	41 - Criação do Caminho do Peregrino integrando o Santuário de Santo Antônio em Bento Gonçalves como de N.S. de Caravaggio em Farroupilha.	Contratação de mão de obra especializada.	R$ 1.750.000,00
6	42 - Unificação das informações das Rotas e seus empreendimentos.	Contratação de empresa especializada.	R$ 100.000,00
6	43 - Participação nas Feiras e Eventos para repassarem as Informações vinculadas ao Turismo.	Espaço físico nos estandes das feiras, com gratuidade entre os parceiros. Custo para outras despesas de participação em Feiras e Eventos.	R$ 75.000,00
6	44 - Atualização de todos os sites e aplicativos do município relacionados ao Turismo.	Campanha envolvendo SEMTUR, COMTUR, CDL e associações.	R$ 0,00
6	45 - Implantação de CATs itinerantes nos principais Shoppings e Centros Comerciais.	Estruturação física dos CATs.	R$ 150.000,00
6	46 - Elaboração de materiais informativos unificados para	Contratação de empresa especializada (projeto e	R$ 65.000,00

	grandes Agências e Operadoras, Aeroportos, etc.	impressão).	
6	47 - Elaboração de materiais informativos com Práticas Sustentáveis para o Turista.	Contratação de empresa especializada (projeto e impressão).	R$ 32.000,00
7	48 - Realização de campanha de Comunicação do Destino.	Contratação de empresa especializada.	R$ 200.000,00
7	49 - Plano de Ação de Promoção e Comercialização anual.	Ação desenvolvida em parceria com representates do Poder Público e iniciativa privada.	R$ 0,00
7	50 - Elaboração de campanha específica para fortalecimento da imagem de Cidade Sustentável.	Contratação de empresa especializada multidisciplinar.	R$ 80.000,00
7	51 - Incentivo do comércio para elaboração de ações para o turista.	Ação desenvolvida em parceria com representates do Poder Público e iniciativa privada	R$ 0,00
7	52 - Alteração da Lei Municipal que impede a participação do destino em eventos organizados por operadoras de Turismo.	Esforço do Governo municipal.	R$ 0,00
7	53 - Formação de Equipe de Marketing multidisciplinar.	Contratação de mão de obra especializada.	R$ 170.000,00
7	54 - Padronização dos materiais para a “marca” do Destino – “Bento Pura Inspiração”.	Contratação de mão de obra especializada.	R$ 50.000,00
7	55 - Criação de portfólio de produtos e serviços do destino – Trilíngue.	Contratação de mão de obra especializada.	R$ 30.000,00
7	56 - Realização de campanhas nichadas de vendas.	Contratação de mão de obra especializada.	R$ 32.000,00
7	57 - Trabalho com influenciadores digitais (foco na experiência do usuário).	Permuta entre *trade* e influenciadores.	R$ 0,00
7	58 - Montagem de banco de imagens / vídeos do destino.	Contratação de mão de obra especializada.	R$ 68.000,00
7	59 - Elaboração de Programa de Descontos para responder pesquisas sobre o perfil dos turistas.	Ação será desenvolvida entre trade e entidades envolvidas	R$ 0,00
7	60 - Implantação de módulos leves, móveis e interativos para o letreiro tipo “Eu amo Bento”	Contratação de mão de obra especializada.	R$ 150.000,00
8	61 - Qualificação do empreendedor / trade sobre a importância da obtenção, geração e uso de dados do turismo.	Será realizados pelas IES.	R$ 0,00

8	62 - Implantação do Observatório de Turismo (elaboração de método para busca de informações e Dados Observatório Social e Turístico).	Recursos humanos das IES (Turismo e Hotelaria) em parceria com a SEMTUR e ATUASERRA.	R$ 0,00
8	63 - Padronização da coleta e registro de dados das Rotas Turísticas.	Contratação de mão de obra especializada.	R$ 35.000,00
8	64 - Implantação de sistema para monitoramento do crescimento / adensamento urbano em áreas de interesse turístico.	Esforço conjunto das Secretarias do Município.	R$ 200.000,00
8	65 - Criação de um sistema integrado entre Prefeitura e estabelecimentos.	Contratação de mão de obra especializada.	R$ 360.000,00
8	66 - Utilização de um **Sistema Inteligente** de *feedbacks.*	Contratação de mão de obra especializada.	R$ 18.000,00
8	67 - Realização de Estudo de Capacidade de Cargas específicas para atrativos turísticos e/ou empreendimentos.	Contratação de mão de obra especializada.	R$ 125.000,00
	Total dos investimentos previstos		**R$ 59.078.000,00**

Fonte: Acervo Entre Rios Consultoria e Eventos Ltda (2020).

Importante: Os valores anteriormente mencionados são previsões, necessitam ser atualizados no momento da elaboração do Plano de Ação Específico do Projeto ou Programa.

8.3 AVALIAÇÃO DOS IMPACTOS POTENCIAIS DE IMPLEMENTAÇÃO DAS AÇÕES

O Turismo é uma atividade econômica fundamental para muitas regiões, pois, além de gerar emprego e renda, fortalece empreendedores locais e valoriza a cultura e as tradições das comunidades, bem como o ambiente natural. Portanto, é inegável que as atividades em Turismo sempre geram impactos, sejam eles positivos ou negativos. O fenômeno turístico tem gerado análises, estudos, pesquisas e monitoramentos diversos na tentativa de entender, cada vez mais, as relações que produz em consequência das viagens e dos efeitos – negativos ou positivos – produzidos nas populações receptoras. Diferentes autores descrevem a respeito

desse tema, bem como das percepções dos moradores de destinos turísticos sobre estes impactos.

O planejamento do Turismo ocupa-se em direcionar a construção de equipamentos e facilidades de forma adequada para evitar os efeitos negativos que destroem ou reduzem sua atratividade. Ao mesmo tempo em que o Turismo é um enorme gerador de riquezas, constitui uma força de agressão à natureza, às culturas, aos territórios e às sociedades. Não se pode subestimar o caráter potencialmente agressor de todos os tipos de Turismo e compreender aqueles que se apresentam como respeitadores do meio ambiente. Os impactos e suas consequências mudam constantemente como consequência dos objetivos, tanto dos turistas como das comunidades receptoras e, por essa razão, devem ser monitorados periodicamente (RUSCHMANN, 2006).

Dessa forma, nesta etapa do trabalho, são apresentados alguns Impactos Potenciais Ambientais, Sociais, Econômicos e Culturais da Implementação das principais Ações sugeridas anteriormente.

8.3.1 Matriz de Avaliação de Impactos Ambientais, Sociais, Econômicos e Culturais

Quadro 22 - Matriz de Impactos Potenciais da Implantação das APDs

(continua)

IMPACTOS POTENCIAIS								
AÇÕES	**AMBIENTAIS**		**SOCIAIS**		**ECONÔMICOS**		**CULTURAIS**	
	Positivos	**Negativos**	**Positivos**	**Negativos**	**Positivos**	**Negativos**	**Positivos**	**Negativos**
1	Alinhamento para desenvolvimento sustentável em consonância com os ODS, com ISOs, Cidades Inteligentes e Criativas.	Sem Impacto Significativo	Fortalecimento na integração dos Conselhos Municipais na dimensão socioeconômica.	Execução errônea das ações planejadas	Empenho conjunto para o município atingir níveis mais elevados de produtividade no Turismo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo
2	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Democratização e legitimação dos Conselhos Distritais ampliando os interesses comunitários e a participação nas decisões gerais.	Falta de informações para a tomada de decisões.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo
3	Formação de líderes com a conscicência da preservação ambiental.	Sem Impacto Significativo	União dos líderes ampliando os interesses comunitários e a participação nas decisões gerais. Aumento do capital social.	Falta de informações para a tomada de decisões.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Democratização, respeito, legitimidade e transparência entre parceiros.	Falta de cooperação entre as lideranças

(continua)

AÇÕES	AMBIENTAIS		SOCIAIS		ECONÔMICOS		CULTURAIS	
	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos
4	Alinhamento para o desenvolvimento sustentável em consonância com os ODS, com ISOs, Cidades Inteligentes e Criativas.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Fortalecimento na integração das Governanças Municipais na dimensão socioeconômica.	Sem Impacto Significativo	Fortaleci mento de esforços para proteger a cultura local.	Não formaliza ção de um pacto pelo Turismo
5	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Envolvimento dos atores locais na implementação de ações que favoreçam a comunidade local.	Falta de informações para a tomada de decisões.	Efeito multiplicador do Turismo.	Perda de rendimentos devido a crises econômicas externas.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo
6	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Empenho conjunto para o município atingir níveis mais elevados de produtividade no Turismo	Custos para preservação e conserva ção.	Preservação do patrimônio natural, histórico, artístico e cultural.	Dificuldades na manuten ção do patrimônio natural, histórico, artístico e cultural.
7	Reconhecimento dos limites de uso das águas.	Poluição das águas.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Alinhamento de ações que contemple os interesses econômicos do Turismo.	Sem Impacto Significativo	Difusão dos usos adequados dos recursos naturais.	Dificuldades na manuten ção do patrimônio natural, histórico, artístico e cultural.
8	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Aumento do Capital Social.	Falta de interesse para participar da elaboração do Planeja mento.	Aumento de ações que contemple os Interesses econômicos do Turismo.	Decisões contrárias aos interesses econômicos da Região.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo

(continua)

AÇÕES	AMBIENTAIS		SOCIAIS		ECONÔMICOS		CULTURAIS	
	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos
9	Reconhecimento dos atrativos naturais do destino por parte da comunidade.	Sem Impacto Significativo	Oportunidade para comunidade estudantil reconhecer e defender o destino turístico.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo
10	Reconhecimento dos atrativos naturais do destino por parte da comunidade	Sem Impacto Significativo	Oportunidade para comunidade em geral reconhecer-se como parte do destino turístico.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo
11	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Incremento do Turismo de Aventura, Ecoturismo e Turismo Náutico	Sem Impacto Significativo	Facilidade de acesso para reconher e valorizar o patrimônio cultural.	Sem Impacto Significativo
12	Estabelecimento de marcas ecológicas para fortalecer a imagem de destino sustentável.	Uso intensivo dos recursos naturais e a pouca preocupação com a conservação de atrativos naturais.	Melhoria nas práticas de sustentabilidade por parte de toda a cadeia do Turismo.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo
13	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Incremento do Turismo de Aventura, Ecoturismo e Turismo Rural.	Baixo valor agregado em ações para público infantoju venil.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo

(continua)

AÇÕES	AMBIENTAIS		SOCIAIS		ECONÔMICOS		CULTURAIS	
	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos
14	Valorização do patrimônio natural com definição de regras de uso.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Incremento do Turismo de Aventura, Ecoturismo e Turismo Náutico	Uso inadequado das águas, necessitando suporte financeiro para projetos de despoluição do rio e/ou outras áreas.	Valorização do patrimônio cultural com definição de regras de uso.	Sem Impacto Significativo
15	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Incremento financeiro para os empreendimentos envolvidos.	Sem Impacto Significativo	Valorização do patrimônio cultural com definição deregras de uso.	Descaracterização da cultura local, casoo projeto não posicionamento adequado.
16	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Reconhecimento dos atrativos culturais do destino por parte da comunidade.	Sem Impacto Significativo
17	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Oportunidades para visitantes e comunidade em geral usufruir dos produtos do destino turístico.	Sem Impacto Significativo	Incremento financeiro para os empreendimentos envolvidos. Gastos dos residentes com o uso de atrações criadas pelo desenvolvimento.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo

(continua)

AÇÕES	AMBIENTAIS		SOCIAIS		ECONÔMICOS		CULTURAIS	
	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos
18	Melhoria nas práticas de sustentabilidade por parte de toda a cadeia doTurismo.	Sem Impacto Significativo	Espaços mais equilibrados igualitários para moradores e turistas.	Sem Impacto Significativo	Aumento de ações que contemple os interesses econômicos do Turismo.	Decisões contrárias aos interesses econômicos da Região.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo
19	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Aumento do número de jovens e adultos capacitados com habilidades relevantes para o atendimento ao turista e /ou competências técnicas para o trabalho; Igualdade de oportunidades para o trabalho e para as lideranças.	A falta de qualificação permite a ocupação de vagas de trabalho por pessoas de fora ao invés de moradores da região.	Ampliação das Oportunidades de trabalho para moradores daregião.	Sem Impacto Significativo		Sem Impacto Significativo
20	Valorização do patrimônio natural.	Sem Impacto Significativo	Envolvimento da comunidadeem geral e representações do poder público e privado.	Sem Impacto Significativo	Ampliação das oportunidades de trabalho para moradores da região. Geração de emprego e renda.	Sem Impacto Significativo	Valorização do patrimônio cultural.	Sem Impacto Significativo

(continua)

AÇÕES	AMBIENTAIS		SOCIAIS		ECONOMICOS		CULTURAIS	
	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos
21	Incremento de mão de obra capacitada com conhecimentos e habilidades necessárias para valorizar e promover a proteção do meio ambiente e estilos de vidas sustentáveis.	Sem Impacto Significativo	Diversificação da oferta de cursos e treinamentos para a comunidade. Igualdade de oportunidades para o trabalho.	Sem Impacto Significativo	Geração de emprego e renda.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo
22	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Ampliação de serviços cadastrados. Maior envolvimento com políticas públicas do Turismo.	Sem Impacto Significativo	Aumento nas possibilidades de recursos em instituições financeiras.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo
23	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Aumento do número de representantes do *trade* capacitados para a comercialização do destino.	A falta de qualificação permite a ocupação de vagas de trabalho por pessoas de fora ao invés de moradores da região.	Incremento financeiro para os empreendimentos envolvidos.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo
24	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Igualdade de oportunidades para o trabalho dos envolvidos na gastronomia.	Sem Impacto Significativo	Ampliação das oportunidades de gastronomia disponível em todos os dias do ano.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo

(continua)

AÇÕES	AMBIENTAIS		SOCIAIS		ECONOMICOS		CULTURAIS	
	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos
25	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Ampliação de serviços cadastrados. Maior envolvimento com políticas públicas do Turismo.	Sem Impacto Significativo	Aumento nas possibilidades de recursos em instituições financeiras.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo
26	Sem Impacto Significativo	Surgimento de investidores que não respeitamo meio ambiente.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Ampliação de investidores no município, bem como de empreendedores no local.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo
27	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Ampliação da participação da comunidade em geral nas ações oferecidas.	Sem Impacto Significativo	Conhecimento adequado de diversas ferramentas para empreende dores.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo
28	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Cidades Inteligentes permitindo que a sociedade usufrua de seus benefícios	Sem Impacto Significativo	Aumento nos recursos financeiros para incentivar o Turismo na cidade.	Sem Impacto Significativo	Interação cultural entre os visitantes e os visitados.	Perda da identidade cultural na comunidade global. Transformação dos turistas em “objetos de consumo”.

(continua)

AÇÕES	AMBIENTAIS		SOCIAIS		ECONOMICOS		CULTURAIS	
	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos
29	Sem Impacto Significativo	Investimentos aplicados na construção de equipamentos causando a descaracterização da paisagem.	Ampliação de espaços adequadamente preparados para atividades a comunidade e visitantes.	Sem Impacto Significativo	Ampliação de investimento para o município.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo
30	Gerenciamento de diversos Aspectos e Impactos Ambientais com definição do grau de Sustentabilidade do destino.	Sem Impacto Significativo	Envolvimento positivo da comunidade em questões ambientais, sociais e econômicas.	Sem Impacto Significativo	Preparação dos empreendimen tos turísticos agregando valor aos seus produtos.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo
31	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Ocupação urbana participativa	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Interação cultural entre os visitantes e os visitados.	Sem Impacto Significativo
32	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Ampliação das oportunidades de trabalho para moradores da região. Geração de emprego e renda.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo

(continua)

AÇÕES	AMBIENTAIS		SOCIAIS		ECONOMICOS		CULTURAIS	
	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos
33	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Cidades Inteligentes permitirão que toda a sociedade usufrua de seus benefícios, com informações acessadas por todos.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo
34	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Mobilidade incrementada.	Sem Impacto Significativo	Incremento da inclusão social e econômica.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo
35	Deslocamentos com equipamentos não poluidores.	Sem Impacto Significativo	Facilitação nos deslocamentos internos para visitantes e comunidade.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Valorização do patrimônio cultural.	Sem Impacto Significativo
36	Deslocamentos com equipamentos não poluidores.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Incremento do Turismo de Aventura, Ecoturismo.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo
37	Reconhecimento da necessidade de preservação do patrimônio natural, atravésdas políticas públicas implantadas.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo

(continua)

AÇÕES	AMBIENTAIS		SOCIAIS		ECONOMICOS		CULTURAIS	
	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos
38	Uso de equipamentos para produção de energias renováveis, como uso de bicicletas na produção de Energia.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo
39	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Ampliação das áreas urbanas disponíveis à comunidade.	Sem Impacto Significativo	Oportunidades comerciais com a construção e melhoria de parques e praças	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo
40	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Melhoria na infraestrutura: sinalização.	Sem Impacto Significativo	Apreciação do patrimônio e da identidade étnica	Sem Impacto Significativo
41	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Incremento do Turismo Religioso, Ecoturismo.	Sem Impacto Significativo	Apreciação do patrimônio cultural.	Sem Impacto Significativo
42	Informações corretas evitam o desperdício de combustível.	Sem Impacto Significativo	Evita poluição visual.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo
43	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Ampliação na divulgação dos serviços e produtos turísticos.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo
44	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Facilitação na busca de informações por parte dos visitantes e comunidade.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo

(continua)

AÇÕES	AMBIENTAIS		SOCIAIS		ECONOMICOS		CULTURAIS	
	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos
45	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Facilitação na busca de informações por parte dos visitantes e comunidade.	Sem Impacto Significativo	Maior divulgação dos serviços e produtos turísticos.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo
46	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Maior divulgação e comercialização dos serviços e produtos turísticos.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo
47	Melhoria nas práticas de sustentabilidade	Sem Impacto Significativo	Reconhecimento dos ODS vicnulados ao Turismo.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo
48	Uso de estratégias digitais (evitando papelaria).	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Uso de estratégias digitais (evitando papelaria)	Sem Impacto Significativo	Valorização do patrimônio cultural através dos processos de comerciali zação	Sem Impacto Significativo
49	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Maior divulgação e comercialização dos serviços e produtos turísticos.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo
50	Alinhamento para o desenvolvimento sustentável em consonância com os princípios de Cidade Sustentável.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Fortalecimen to na integração das estratégias dedivulgação como Cidade Sustentável..	Sem Impacto Significativo	Fortaleci mento de esforços para proteger a cultura local.	Não formalização de umpacto peloTurismo

(continua)

AÇÕES	AMBIENTAIS		SOCIAIS		ECONOMICOS		CULTURAIS	
	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos
51	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Facilitação das compras para visitantes e comunidade em geral.	Sem Impacto Significativo	Ampliação das oportunidades de trabalho para moradores da região. Geração de emprego e renda.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Aumento nos preços de determina dos produtos.
52	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Potencialização da comercialização do destino.	Legislação desatualizada.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo
53	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Maior divulgação e comercialização dos serviços e produtos turísticos.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo
54	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Reconhecimento do destino pela unificaçãoda marca em diversos materiais.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Valorização do patrimônio natural e cultural através nos processos de comerciali zação.	Sem Impacto Significativo
55	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Maior divulgação e comercializa ção dos serviços e produtos turísticos. Geração de emprego e renda.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo

(continua)

AÇÕES	AMBIENTAIS		SOCIAIS		ECONOMICOS		CULTURAIS	
	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos
56	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Incremento do Enotruismo, Turismo de Aventura, Ecoturismo para públicos nichados.	Sem Impacto Significativo	Valorização do patrimônio natural e cultural através dos processos de comerciali zação.	Sem Impacto Significativo
57	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Reconhecimento do destino com foco na experiência dos visitantes.	Sem Impacto Significativo	Maior divulgação e comercialização dos serviços e produtos turísticos.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo
58	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Ampliação na divulgação do destino.	Sem Impacto Significativo	Valorização do patrimônio natural e cultural através das Imagens captadas.	Sem Impacto Significativo
59	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Facilitação na busca de informações por parte dos visitantes.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo
60	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Ampliação na divulgação do destino.	Sem Impacto Significativo	Valorização do patrimônio natural e cultural.	Sem Impacto Significativo
61	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Ampliação dos dados para gerenciamento adequado.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo

(continua)

AÇÕES	AMBIENTAIS		SOCIAIS		ECONOMICOS		CULTURAIS	
	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos
62	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Dados confiáveis sobre o fluxo de turistas nos atrativos naturais e culturais através de um Observatório ativo.	Sem Impacto Significativo	Implementação de ferramentas para monitorar os impactos do Turismo, gerando informações relevantes para a tomada de decisões.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo
63	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Dados confiáveis sobre o fluxo de turistas nas Rotas Turísticas.	Sem Impacto Significativo	Implementação de ferramentas para monitorar os impactos do turismo, gerando informações relevantes para tomada de decisões.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo
64	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Ampliação das áreas urbanas disponíveis com monitoramento adequado.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Preservação do patrimônio natural, histórico, artístico e cultural.	Sem Impacto Significativo
65	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Fortalecimento da pesquisa científica para reforço nas estratégias de comercialização.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo

(conclusão)

AÇÕES	AMBIENTAIS		SOCIAIS		ECONOMICOS		CULTURAIS	
	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos
66	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Geração de efeitos positivos produzidos nas populações receptoras.	Sem Impacto Significativo	Análises, estudos e pesquisas sobre relações produzidas entre visitantes e destino turístico.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo
67	Controle da Capacidade de Carga dos atrativos turísticos e empreendimentos.	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Sem Impacto Significativo	Ampliação dos conceitos de Turismo Responsável e Sustentável.	Sem Impacto Significativo

Fonte: Acervo Entre Rios Consultoria e Eventos Ltda (2020).

8.3.2 Parâmetros e Indicadores dos Impactos

O debate sobre a relação entre o Turismo e o desenvolvimento sustentável e os potenciais impactos gerados por ele tem levado tanto o setor público como o privado a trabalhar no desenvolvimento de indicadores para o Turismo, com o objetivo de monitorar e gerenciar os mesmos. Desta forma, na sequência, são apontados alguns parâmetros e indicadores com a intenção de acompanhamento e monitoramento das ações a serem desenvolvidas como estratégia mais eficiente de gestão pública para o desenvolvimento do turismo sustentável no município de Bento Gonçalves.

8.3.2.1 Parâmetros

Na elaboração de qualquer indicador é importante observar diferentes parâmetros. Para este Plano Municipal de Turismo, sugere-se que os parâmetros levem em conta características de acordo com o descrito por Zucarato (2006), tais como:

a) Comparabilidade (para permitir sua comparação em tempo e espaço);
b) Disponibilidade da informação (verificando se tem ou não tem as bases de dados e, de preferência, constituir séries históricas, para permitir a comparação entre fatores, evolução no tempo e desempenho);
c) Quantificáveis (que possam ser traduzidos em números e depois, a partir destes números que possam facilitar uma análise qualitativa do desempenho da gestão);
d) Simplicidade (devem ser de fácil compreensão).

8.3.2.2 Indicadores

Os indicadores de impactos estão diretamente relacionados a ação antrópica que cada ação irá gerar. Deverão, portanto, ser estabelecidos diretamente com os envolvidos na ação, pois conhecem seus limites e competências para essa análise. Estudos demonstraram que os impactos estão relacionados mais com o comportamento dos visitantes do que fluxo gerado por eles (SÃO PAULO, 2010).

Os métodos de planejamento da visitação caracterizam-se por serem dinâmicos. Sua ênfase está na condição futura desejada, designada através da utilização de indicadores que descrevem as condições atuais, fazendo com que os padrões desejáveis para a intensidade dos impactos ou na experiência do visitante, sejam alcançados através de ações administrativas (SÃO PAULO, 2010).

Desde a Conferência Rio 92, pesquisadores de diferentes países, segundo a *The United Nations Environment Programme* (UNEP, 2005), vêm trabalhando no desenvolvimento de indicadores de sustentabilidade para o Turismo com o objetivo de oferecer aos destinos ou regiões um conjunto de informações tangíveis, visando o diagnóstico da situação presente e contribuir para o planejamento e gerenciamento das atividades que afetam as condições do território, comunidades receptoras e, de maneira mais ampla, os ecossistemas do seu entorno, com o objetivo de que o negócio do Turismo continue viável no longo prazo.

Mas dificuldades são encontradas no momento de identificar os indicadores do Turismo, como por exemplo:

a) Definição da escala espacial (de problemas globais, nacionais, regionais ou locais);
b) Abordagem integral (econômica, social, cultural e ambiental);
c) Caráter de subjetividade (um indicador pode ser mais subjetivo do que o outro. Como medir?);
d) Conflito de interesses (Como definir indicadores, de fato, representativos, dos 54 setores envolvidos na cadeia produtiva do Turismo com interesses diferentes?).

Reconhecendo estas diferentes dificuldades e, principalmente, os conflitos de interesses entre os participantes deste Plano Municipal de Turismo, sugere-se os seguintes indicadores, apresentados no Quadro 23.

Quadro 23 – Sugestão de indicadores para monitoramento das APDs

Grupo Representativo	Interesse	Indicador	Ações do Plano
Poder Público	Geração de desenvolvimento econômico e social	- Oferta de serviços públicos - Fluxo de visitantes	1, 2, 3, 5, 8, 52, 62, 63, 64
	Projeção como Destino Turístico	- Nº de eventos em ações de divulgação	4, 33, 42, 43, 48,49,50, 53, 54, 55, 57,58
	Incremento na arrecadação e circulação de renda	- % de impostos - Renda per capita	17, 27
Poder Privado	Oportunidade Econômica = Lucratividade	- Nº de novos produtos turísticos - Utilização de tecnologias de informação	13, 14, 17, 24, 31, 32, 46, 65, 66
	Recursos humanos capacitados	- Nª de capacitações	19, 21, 22, 23, 25,30, 61, 63, 67
	Infraestrutura, facilidades e acessos adequados	- Nº de novos espaços, estradas, sinalização	27, 29, 35, 36, 39, 40, 41, 60
Patrimônio Natural e Cultural	Proteção e recuperação	- Documentação e registros	6, 12, 15, 30, 47, 67
	Conservação e Preservação	- Legislação revisada	37
	Conscientização e Valorização	- Nº de atividades de educação	9, 10, 38
Comunidade	Saúde, Educação, Trabalho, Saneamento	- Nº de capacitações - Utilização tecnologias de informação	9, 10, 21,23
	Respeito aos Direitos e Tradições	- Legislação revisada	11
	Participação no desenvolvimento local	- Nº de ações coletivas	7, 8, 19, 20, 28, 59
Turistas	Preço, conforto, segurança	- Nível de satisfação	34, 44, 51,59
	Qualidade nos serviços	- Facilidade da compra	11, 19, 21,45
	Qualidade na Experiência da visitação	- Nível de satisfação	13, 14, 15, 60,67

Fonte: Elaboração própria Entre Rios Consultoria e Eventos Ltda

9 CONCLUSÃO

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

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

O cenário turístico do destino Bento Gonçalves antes da pandemia da COVID-19 apresentava-se em ampla expansão, de forma ordenada, crescente e competitiva. A pandemia pelo novo coronavírus veio interromper o ciclo de crescimento do Turismo onde o setor foi imediatamente afetado sofrendo com a paralização praticamente total de suas atividades. As recomendações de isolamento social, em nível mundial, tornaram o mercado de viagens inoperantes no mundo inteiro e, não foi diferente em Bento Gonçalves.

Porém o município reagiu rápido, criando de forma inédita protocolos de saúde para a implantação de um selo de segurança sanitária. A retomada da atividade turística foi planejada e observadas as recomendações da OMT para a retomada gradual da atividade turística. O processo foi gerenciado por um grupo de pessoas que agiram com responsabilidade e inovação e aos poucos as atividades turísticas foram emergindo com o perfil de um novo turista, aquele que busca isolamento, segurança sanitária, que viaja com a família ou em pequenos grupos. A capacidade de responder rapidamente e recuperar-se dessa crise sem precedentes significou uma recuperação muito acima da grande maioria dos destinos turísticos.

A pandemia atingiu fortemente as viagens e o Turismo, no entanto, ela oferece uma rara oportunidade de reflexão para crescer novamente e melhorar o

planeta e as pessoas. Isso é particularmente relevante, já que a comunidade global agora tem apenas 10 anos para atingir os 17 ODS descritos na Agenda 2030, ou seja, inicia-se a Década de Ação.

Este documento foi elaborado a partir de um diagnóstico da atividade turística e de sua infraestrutura para receber os visitantes; foram identificadas características locais, segmentos turísticos, dificuldades, necessidades, diferenciais e oportunidades. Essas informações estabeleceram ações necessárias a serem executadas para promover o desenvolvimento da atividade turística e o bem-estar da população local e dos turistas, consolidando definitivamente o município como destino turístico. Deverão também ser considerados os impactos positivos e negativos, além da capacidade de carga, para que estes não comprometam o sucesso do plano e, ao mesmo tempo, permitam o crescimento e evolução da atividade.

A situação estrutural da atividade turística em Bento Gonçalves foi apresentada através da identificação e valoração dos produtos já consolidados no município. Essa visão apresenta os produtos mais visitados e rentáveis, daqueles que precisam ser melhor estruturados, e uma potencial melhoria para atender os visitantes e a própria comunidade local.

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

Ressalta-se, neste trabalho, o grande envolvimento da comunidade a qual demonstrou preparo, grande interesse e conhecimento do fenômeno do Turismo, destacando o alto grau de Capital Social, que é a capacidade que uma sociedade possui para cooperar, confiar e criar alianças (ARAÚJO, 2008). Nas comunidades em que há coesão, certo grau de associativismo e viabilidade econômica, é possível uma maior autonomia. Os diferentes interesses e perspectivas encorajam a

consideração de uma variedade de elementos sociais, culturais, ambientais, econômicos e políticos que afetam o desenvolvimento sustentável (BENI, 2002).

A participação efetiva dos atores locais de um destino é fator fundamental para o seu sucesso com as atividades turísticas. Percebeu-se claramente, em Bento Gonçalves, que não somente os representantes da Secretaria de Turismo, mas de várias Secretarias municipais, envolveram-se com o processo de elaboração das Ações Promotoras de Desenvolvimento deste Plano. Assim como não só os proprietários de empreendimentos turísticos, mas diversos participantes de entidades representativas, bem como instituições de ensino, terceiro setor, e entidades associativas envolveram-se com as atividades propostas durante a execução das atividades que construíram de forma participativa e democrática as APDs. Essa participação fortalece a existência de um capital social elevado neste município, permitindo que o desenvolvimento de diferentes setores, direta ou indiretamente vinculados ao Turismo, esteja presente nas decisões de futuro para o destino.

A construção das ações estratégicas seguiram os 08 (oito) eixos previstos no Programa de Regionalização do Turismo e foram vinculadas aos 17 ODS, portanto, Bento Gonçalves estará assim, ajudando no cumprimento da Agenda 2030. Elaborar um planejamento para cumprir a Agenda 2030, trata-se de uma iniciativa que nasce da necessidade de engajar e conscientizar atores-chave da sociedade a respeito de seu papel e dos esforços necessários. É zelar para que o entendimento dos ODS transcenda a concepção de uma mera relação de aspirações e boas intenções, de forma que a complexidade característica dessa agenda seja objeto de diálogos e esforços conjuntos, e que os objetivos e princípios que os fundamenta sejam enraizados nas ações e condutas gerais de todos esses atores.

A permanente pesquisa de demanda e oferta turística são passos importantes para continuar entendendo o cenário e definir onde este destino quer chegar em 2030. Precisa-se permanentemente de dados para o gerenciamento adequado do processo turístico. Por outro lado, é necessário ampliar os conhecimentos com relação às tendências de mercado e neste aspecto a Instância de Governança Regional da ATUASERRA poderá contribuir, juntamente com o trade turístico da região, para o fortalecimento das ações pró-desenvolvimento econômico e social apoiando o setor turístico. Esta Instância possui programas e projetos em sinergia com os Governos Federal, Estadual e Regional e até internacionalmente através de

acordos, irmandades e parcerias com a Itália e está preparada para articular o desenvolvimento do fenômeno do Turismo de forma articulada e integrada.

Recomenda-se, portanto, que cada uma das 67 APDs elencadas para serem executadas nos próximos quatro anos no município de Bento Gonçalves sejam desdobradas em Planos de Ações, Projetos e/ou Programas e devem ser monitoradas pelo COMTUR, conforme definido pelos participantes desta construção coletiva e acompanhada pela IGR. Importante ainda salientar que as APDs aqui descritas foram criadas e aprovadas durante o período de pandemia da Covid-19.

O grande desafio deste plano será de ampliar as possibilidades de transformar Bento Gonçalves num reconhecido destino de **Turismo Sustentável e Turismo Responsável**, pois ainda existem questões a serem aprimoradas, conforme destacadas nas próprias ações sugeridas, tanto pelos atores locais quanto pela equipe técnica envolvida. Uma das questões a serem melhoradas refere-se aos itens relacionados ao Meio Ambiente. Neste sentido, um dos encaminhamentos desta equipe técnica de trabalho é a de um estudo específico para que, além dos 08 (oito) eixos previstos no Programa de Regionalização do Turismo pelo MTur, também seja inserido um “Eixo 9 – Meio Ambiente”.

Sabe-se que as questões relacionadas ao Meio Ambiente perpassam por diversas ações dos outros eixos e, dessa forma, torna-se ali representado, porém esse tema é cada vez mais significativo e foco não só do interesse dos clientes / turistas, transformando-se em “produto turístico”, mas também foco das nossas responsabilidades como cidadãos. Além disso, diversas referências para desenvolvimento no âmbito local, regional até o nível mundial, têm sido cada vez mais elaboradas para inserir meio ambiente nas práticas do dia a dia.

Assim, muito mais importante do que a elaboração de todas essas ações é, sem dúvida, a sua aplicação. Portanto, espera-se que o Plano Municipal de Turismo seja uma ferramenta facilitadora para todos os envolvidos no desenvolvimento coordenado e estratégico das atividades turísticas, aumentando a preservação do Patrimônio Natural e Cultural deste reconhecido destino do Brasil, mesmo diante dos enormes desafios que a situação atual apresenta para todo o país.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, L.M. Análise de Stakeholders para o Turismo Sustentável**. Caderno Virtual de Turismo**, v. 8, n.1, 2008. Disponível em <http://www.ivt.coppe.ufrj. br/caderno/index.php/caderno/article/view/260>. Acesso em: 25 jan. 2020.

ARAUJO, M. C. S. D'. **Capital Social**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003. 66p. Coleção Passo a Passo, v. 25.

ASHTON, Mary Sandra Guerra. Cidades Criativas: Contexto Histórico e Conceitual. **(**E-Book). In: ASHTON, Mary Sandra Guerra (Org.). **Vocação e Desenvolvimento**. Novo Hamburgo: Universidade FEEVALE, 2018.

ASHTON, M.S.G.; NUNES, R.S. Vocação: Tradição, Criatividade e Desenvolvimento. **(**E-Book). In: ASHTON, Mary Sandra Guerra (Org.). **Vocação e Desenvolvimento.** Novo Hamburgo: Universidade FEEVALE, 2018.

ASSOCIAÇÃO DOS MUNICÍPIOS DA ENCOSTA SUPERIOR DO NORDESTE. AMESNE. **Municípios da Amense assinam protocolo de intenções para PPP do saneamento básico**. [s.d]. Disponível em: <http://www.amesne.com.br/noticia/262/municipios-da-amense-assinam-protocolo-de-intencoes-para-ppp-do-saneamento-basico>. Acesso em: 22 jan. 2020.

ASSOCIAÇÃO DOS PRODUTORES DE VINHOS FINOS DO VALE DOS VINHEDOS (APROVALE). **Vale. Conteúdo.** [s.d]. Disponível em: <http://www.valedosvinhedos.com.br/vale/conteudo>. Acesso em: 15 dez. 2019.

ATUASERRA. **Instância de Governança Regional Serra Gaúcha Destino Uva e Vinho**. 2021. Disponível em: <https://www.atuaserra.com/atuaserra>. Acesso em: 10 jan. 2020.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2000.

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

BENI, M. C. **Análise Estrutural do Turismo**. 7. ed. São Paulo: SENAC, 2002.

BENTO CONVENTION BUREAU. **Eventos.** [s.d]. Disponível em: <www.bentoconvention.com.br/pt-br/eventos/espacos>. Acesso em: 30 jan. 2020.

BENTO GONÇALVES**. Lei Municipal nº 4.000, de 29 de setembro de 2006**. Disponível em: <http://sapl.camarabento.rs.gov.br/norma/5332>. Acesso em: 30 nov. 2019.

_____. **Lei Municipal nº 6.394, de 13 de Julho de 2018.** Disponível em: <http://sapl.camarabento.rs.gov.br/ norma/19769>. Acesso em: 30 nov. 2019.

_____. **Lei Complementar nº 200, de 27 de julho de 2018**. Disponível em: <https://leismunicipais.com. br/a/rs/b/bento-goncalves/lei-

complementar/2018/20/200/lei-complementar-n-200-2018>. Acesso em: 25 nov. 2019.

_____. **Decreto nº 9.952, de 09 de outubro de 2018**. Disponível em: http://sapl.camarabento.rs.gov.br/ norma/19906. Acesso em: 25 nov. 2019.

_____. **Decreto n° 10.245 de 17 de julho de 2019**. Disponível em: <http://sapl.camarabento.rs.gov.br/ norma/20326>. Acesso em: 20 nov. 2019.

_____. **Prefeitura Municipal**. [s.d]. Disponível em: <www.bentogoncalves.rs.gov.br>. Acesso em: 10 ago. 2019.

_____. **Secretaria do Meio Ambiente**. [s.d]. Disponível em: <http://www.bentogoncalves.rs.gov.br/secretaria-de-meio-ambiente>. Acesso em: 20 dez. 2019.

_____. **Secretaria Municipal de Turismo**. SEMTUR. [s.d]. Disponível em: <https://bentogoncalves.atende.net/cidadao/pagina/secretaria-de-turismo>. Acesso em: 20 dez. 2019.

_____. Saneamento Básico. **Estação de esgoto de Bento Gonçalves.** [s.d]. Disponível em: <https://www.saneamentobasico.com.br/estacao-esgoto-bento-goncalves/>. Acesso em: 22 dez. 2019.

_____. Segurança Pública. **Batalhão de policiamento de áreas turísticas.** [s.d]. Disponível em: <http://www.bentogoncalves.rs.gov.br/cidadao/seguranca-publica/batalhao-de-policiamento-de-areas-turisticas>. Acesso em: 20 jan. 2020.

_____. Segurança Pública. **Bombeiros da Brigada Militar**. [s.d]. Disponível em: <http://www.bentogoncalves.rs.gov.br/cidadao/seguranca-publica/bombeiros-da-brigada-militar>. Acesso em: 25 jan. 2020.

_____. Segurança Pública. **Batalhão Rodoviário da Brigada Militar**. [s.d]. Disponível em: <http://www.bentogoncalves.rs.gov.br/cidadao/seguranca-publica/batalhao-rodoviario-da-brigada-militar>. Acesso em: 25 jan. 2020.

_____. Segurança Pública. **Distrito Policial**. [s.d]. Disponível em: <http://www.bentogoncalves.rs.gov.br/cidadao/seguranca-publica/1-distrito-policial>. Acesso em: 20 jan. 2020.

_____. Segurança Pública. **Distrito Policial**. [s.d]. Disponível em: <http://www.bentogoncalves.rs.gov.br/cidadao/seguranca-publica/2-distrito-policial>. Acesso em: 20 jan. 2020.

_____. Segurança Pública. **Delegacia de policia de pronto atendimento.** [s.d]. Disponível em: <http://www.bentogoncalves.rs.gov.br/cidadao/seguranca-publica/dppa-delegacia-de-policia-de-pronto-atendimento>. Acesso em: 22 jan. 2020.

_____. **O que é um Observatório Social.** [s.d]. Disponível em: <http://bentogoncalves.osbrasil.org.br/o-que-e-um-observatorio-social-os/>. Acesso em: 19 jan. 2020.

_____. **Vale dos Vinhedos.** [s.d]. Disponível em: <http://www.bentogoncalves.rs.gov.br/galerias/vale-dos-vinhedos>. Acesso em: 20 jan. 2020.

_____. **Vale do Rio das Antas.** [s.d]. Disponível em: <http://www.bentogoncalves.rs.gov.br/galerias/vale-do-rio-das-antas>. Acesso em: 25 jan. 2020.

_____. **Noticia.** [s.d]. Diponível em: <www.bentogoncalves.rs.gov.br/noticia/>. Acesso em: 10 dez. 2019.

_____. Noticia. **Bento Gonçalves recebeu cerca de 1,7 milhão de visitantes em 2019**. 2020. Diponível em: <http://www.bentogoncalves.rs.gov.br/noticia/bento-goncalves-recebeu-cerca-de-1,7-milhao-de-visitantes-em-2019>. Acesso em: 20 fev. 2020.

BENTO TUR. **Período de celebrar a vindima 2020 abre oficialmente em Bento Gonçalves.** 2020. Disponível em: <https://bento.tur.br/periodo-de-celebrar-a-vindima-2020-abre-oficialmente-em-bento-goncalves/>. Acesso em: 18 jan. 2020.

_____. **Home.** [s.d]. Disponível em: <www.bento.tur.br>. Acesso em: 18 jan. 2020.

_____. **Casamentos e festas**. [s.d]. Disponível em: <https://bento.tur.br/casamentos-festas/>. Acesso em: 20 jan. 2020.

_____. **Dia do vinho.** [s.d]. Disponível em: <www.bento.tur.br/dia-do-vinho/>. Acesso em: 20 jan. 2020.

BRASIL. Governo Federal. **Lei nº. 6.513, de 20 de Dezembro de 1977**. Dispõe sobre a criação de áreas especiais e de locais de interesse turístico sobre o inventário com finalidades turística dos bens de valor cultural e natural. Brasília: Poder Executivo, 1977.

_____. Ministério da Economia. Instituto de Pesquisa Aplicada. (IPEA). **Atlas da Violência**: Retratos dos Municípios Brasileiros, 2019. Disponível em: *http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/relatorio_institucional/190802_atlas_da_violencia_2019_municipios.pdf*. Acesso em: 30 jan. 2020.

_____. Ministério do Turismo. Programa de Regionalização do Turismo. **Segmentação do Turismo**: Marcos Conceituais. Brasília, DF, 2006. Disponível em <*http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Marcos_Conceituais.pdf*> Acesso em: 20 jan. 2020.

_____Ministério do Turismo. Programa de Regionalização do Turismo. **Roteiros do Brasil**: Módulo Operacional 7 – Roteirização Turística – Anexo 1 – Sugestão de Metodologia de Hierarquização de Atrativos Turísticos. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização. Brasília, 2007a. Disponível em: <http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/roteiros_brasil/ roteirizacao_turistica.pdf>. Acesso em: 30 jan. 2020.

_____. Ministério do Turismo. Programa de Regionalização do Turismo. **Roteiros do Brasil**: Módulo Operacional 8 Promoção e Apoio à Comercialização. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização. Brasília, 2007b. Disponível em: <http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/roteiros_ brasil/roteirizacao_turistica.pdf>. Acesso em: 30 jan. 2020.

_____. Ministério do Turismo. **Proposta Estratégica de Organização Turística Copa do Mundo 2014 Brasil.** Fundação Getúlio Vargas. Brasília, 2009. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads _publicacoes/ BRASIL_final_NOVO.pdf>. Acesso em: 30 jan. 2020.

_____. Ministério do Turismo. **Segmentação do turismo e o mercado.** Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. Brasília: Ministério do Turismo, 2010. Disponível em <http://www.turismo.gov.br/sites/default/ turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Segmentaxo_do_Mercado _Versxo_ Final_IMPRESSxO_.pdf>. Acesso em: 30 jan. 2020.

_____. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo** – **Diretrizes.** Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização. Brasília, 2013.

_____ Ministério do Turismo. **Relatório de Impacto da Pandemia de COVID-19 nos setores de turismo e cultura no Brasil.** Boletim de Estatísticas Turísticas, publicado em 26 de outubro de 2020. Disponível em <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/boletins/item/401-relat%C3%B3rio-de-impacto-da-pandemia-de-covid-19-nos-setores-de-turismo-e-cultura-no-brasil/401-relat%C3%B3rio-de-impacto-da-pandemia-de-covid-19-nos-setores-de-turismo-e-cultura-no-brasil.html>. Acesso em: 20 fev. 2021.

CADASTUR. [s.d]. Disponível em: <https://cadastur.turismo.gov.br/hotsite/#!/public/capa/entrar#capaInicio>. Acesso em: 20 jan. 2020.

CAMARGO, F; SANTOS F. M. **Destination Wedding**: uma experiência turística para Florianópolis – SC. 2017. Disponível em: <https://repositorio.ifsc.edu.br/bitstream/ handle/123456789/877/Fernanda%20Leite%20de%20Camargo%20hotelaria%20%2 0IFSC%20 2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 30 jan. 2020.

CAMINHOS DE PEDRA. [s.d]. Disponível em: <http://www.caminhosdepedra.org.br/>. (s.d). Acesso em: 10 jan. 2020.

_____. **Mapa Caminhos de Pedra**. [blogspot]. [s.d]. Disponível em: <https://1.bp.blogspot.com/Mapa-Caminhos-de-Pedra>. Acesso em: 10 jan. 2020.

CANTINAS HISTÓRICAS. [s.d]. Disponível em: <www.cantinashistoricas.com.br>. Acesso em: 12 jan. 2020.

CDL BENTO GONÇALVES. [s.d]. **Marca.** Disponível em: <http://www.cdlbento.com.br/>. Acesso em: 15 jan. 2020.

CIC BG. **Produtos Bento + 20.** [s.d]. Disponível em: <http://www.cicbg.com.br/produtos/bento-mais-20>. Acesso em: 10 jan. 2020.

_____. **Marca.** [s.d]. Disponível em: <http://www.cicbg.com.br/>. Acesso em: 15 jan. 2020.

COMPANHIA RIOGRANDENSE DE SANEAMENTO. (CORSAN). **Serviços.** [s.d]. Disponível em: <https://servicos.corsan.com.br/#!/solicitacao/13/>. Acesso em: 12 jan. 2020.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DE MUNICÍPIOS. CNM. **Turismo em 360º:** Planejando o turismo no seu Município. Brasília: CNM, 2018.

CONSEPRO. [Blogspot]. [s.d]. Disponível em: <http://conseprobg.blogspot.com/>. Acesso em: 15 jan. 2020.

DAL PIZZOL, Rinaldo; PASTOR, Luis Vicente Elias. **Paisagens dos Vinhedos riograndenses**. Bento Gonçalves, 2016.

EMBRAPA. Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. **Indicações Geográficas de Vinhos do Brasil.** [s.d]. Disponível em: <https://www.embrapa.br/indicacoes-geograficas-de-vinhos-do-brasil/ig-registrada/do-vale-dos-vinhedos>. Acesso em: 15 jan. 2020.

ENCANTOS DE EULÁLIA. [s.d]. Disponível em: <www.encantosdeeulalia.com.br>. Acesso em: 10 jan. 2020.

_____. **Vindima pisa de uvas**. 2020. Disponível em: <http://www.encantosdeeulalia.com.br/pt/noticia/Vindima-Pisa-de-Uvas-2020>. Acesso em: 22 jan. 2020.

_____. **Parceria para divulgar os Encantos de Eulália.** [s.d]. Disponível em: <https://jornalsemanario.com.br/parceria-para-divulgar-os-encantos-de-eulalia/>. Acesso em: 22 jan. 2020.

ENVASE BRASIL. [s.d]. Disponível em: <www.envasebrasil.com.br/>. Acesso em: 20 jan. 2020.

ESTRATÉGIA ODS. **Como os ODS podem guiar ações de combate a Covid-19**. 2020. Disponível em: <www.estrategiaods.org.br/article/como-os-ods-podem-guiar-acoes-de-combate-a-covid-19/>. Acesso em: 10 jul. 2020.

EXCLUSIVE TURISMO. [s.d]. Disponível em: <http://www.exclusiveturismo.tur.br/tour-vale-dos-vinhedos>. Acesso em: 20 jan. 2020.

EXPOBENTO. [s.d]. Disponível em: <www.expobento.com.br>. Acesso em: 22 jan. 2020.

FENAVINHO. [s.d]. Acesso em: <www.facebook.com/fenavinho/>. Acesso em: 22 jan. 2020.

FEIRA DE NEGÓCIOS E TECNOLOGIA EM RESÍDUOS, ÁGUAS, EFLUENTES E ENERGIA. FIEMA. [s.d]. Disponível em: <www.fiema.com.br>. Acesso em: 20 jan. 2020.

FEIRA INTERNACIONAL DE MÁQUINAS, MATÉRIAS-PRIMAS E ACESSÓRIOS PARA A INDÚSTRIA MOVELEIRA. FIMMA. [s.d]. Disponível em: <www.fimma.com.br>. Acesso em: 20 jan. 2020.

FRENTE NACIONAL DE PREFEITOS E ESTRATÉGIA ODS. (FNP). **Planejamento Municipais e Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.** Brasília: DF, 2019. Disponível em <www.estrategiaods.org.br/multimedia/baixe-a-cartilha-planejamento-municipal-e-os-objetivos-de-desenvolvimento-sustentavel/>. Acesso em: 10 nov. 2020.

FUNDAPARQUE. **Parque de Eventos**. [s.d]. Disponível em: <www.fundaparque.com.br>. Acesso em: 20 jan. 2020.

GIORDANI TURISMO. **Home.** [s.d]. Disponível em: <www.giordaniturismo.com.br>. Acesso em: 10 jan. 2020.

_____. **Epopeia Italiana.** [s.d]. Disponível em: <https://www.giordaniturismo.com.br/epopeiaitaliana/>. Acesso em: 10 jan. 2020.

_____. **Maria Fumaça.** [s.d]. Disponível em: <https://www.giordaniturismo.com.br/mariafumaca/>. Acesso em: 10 jan. 2020.

_____. **Turismo Fotos**. 2020. Disponível em: <www.facebook.com/giordani.turismo/photos/>. Acesso em: 10 jan. 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. IBGE. 2019. Disponível em https://www. ibge.gov.br/cidades-e-estados/rs/bento-goncalves.html. Acesso em: 20 jan. 2020.

INSTITUTO DE PESQUISAS, ESTUDOS E CAPACITAÇÃO EM TURISMO. IPETURIS. **Estudos de Mercado dos Polos Turísticos do PRODETUR Nacional**

no Estado do Ceará. Produto 4 – Estudo de Demanda Potencial. São Paulo, 2011. Disponível em <https://www.setur.ce.gov. br/wp-content/uploads/sites/59/2016/11/produto-4-estudo-demanda-potencial.pdf>. Acesso em: 28 jan. 2020.

IRVING, Marta de Azevedo; COELHO, André Meyer; ARRUDA, Thaiane Oliveira. **Turismos, sustentabilidades e pandemias**: incertezas e caminhos possíveis para planejamento turístico no horizonte da agenda 2030**.** Vol. XIV, NO. Especial, 2020. Disponível em: <http://publicacoes.unigranrio.edu.br/index.php/raoit/article/view/6661>. Acesso em: 10 jan. 2020.

JANTAR SOB AS ESTRELA. 2020. Disponível em: <www.facebook.com/JantarSobAsEstrelas/>. Acesso em: 15 jul. 2020.

LAVANDOSKI, J. **A Paisagem na Rota Enoturística Vale dos Vinhedos (RS) na perspectiva do visitante**. Dissertação (Mestrado em Turismo) Programa de Pós-graduação em Turismo. Universidade de Caxias do Sul, UCS, 2008.

LEOUVE. **Obras de estação de tratamento de esgoto em Bento iniciam em janeiro.** Disponível em: <https://leouve.com.br/obras-de-estacao-de-tratamento-de-esgoto-em-bento-iniciam-em-janeiro#>. Acesso em: 10 jan. 2020.

MALHAS G'DOM. [Facebook]. 2019. Disponível em: <https://www.facebook.com/malhasgdom/>. Acesso em: 10 jan. 2020.

MATTOS, A. C. **Diretrizes para o dimensionamento do número de unidades habitacionais de hotéis resort**. Dissertação. (Mestrado em Engenharia). Escola Politécnica (Departamento de Engenharia de Construção Civil). USP. São Paulo, 2004. Disponível em: <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/3/3146/tde-13052004-125607/publico/ ANDREACILENEDEMATTOS.pdf>. Acesso em: 14 jan. 2020.

MOVELSUL. [s.d]. Disponível em: <www.movelsul.com.br>. Acesso em: 15 jan. 2020.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. OMT. **UNWTO Tourism Definitions**. Madrid, Spain, 2019. Disponível em: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>. Acesso em: 06 jan. 2020.

_____. **Supporting Jobs and Economies Through Travel & Tourism**. A Call for Action to Mitigate the Socio-Economic Impact of COVID-19 and Accelerate Recovery. Madrid, Spain, 1 April 2020. Disponível em <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-04/COVID19_Recommendations_English_1. pdf> Acesso em: 09 abr. 2020.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. ONU. **Apoio ao Emprego e a Economia através das Viagens e Turismo.** Chamada a Ação para Diminuir o Impacto socioeconômico do COVID-19 e Acelerar a Recuperação. Madrid, Espanha, abril, 2020. Disponivel em: <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020->. Acesso em: 20 nov. 2020.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS BRASIL. 2022. **Sobre o nosso trabalho para alcançar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável no Brasil**. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>. Acesso em: 20 nov. 2020.

PEREIRA, Luis N.; FERREIRA, Lara N. Determinantes da procura turística doméstica em Portugal numa conjuntura de crise económica e financeira. **Tourism & Management Studies,** v. 10, n. 2, 2014. Universidade do Algarve, FARO, Portugal. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/3887/388743882010.pdf>. Acesso em: 28 jan. 2020.

PIONEIRO ECONOMIA. GaúchaZH.Clicrbs. **Bento Gonçalves volta a figurar catálogo exclusivo da CVC.** 2019. Disponível em: <http://pioneiro.clicrbs.com.br/rs/economia/noticia/2019/12/bento-goncalves-volta-a-figurar-catalogo-exclusivo-da-cvc-11891839.html>. Acesso em: 10 jan. 2020.

PORTAL SANEAMENTO BÁSICO. **Estação esgoto Bento Gonçalves.** [s.d]. Disponível em: <https://www.saneamentobasico.com.br/estacao-esgoto-bento-goncalves/>. Acesso em: 20 jan. 2020.
RIO GRANDE DO SUL. **Brigada Militar**. [s.d]. Disponível em: <https://www.brigadamilitar.rs.gov.br/3bpat>. Acesso em: 12 jan. 2020.

ROSA, P.F.; CARVALHINHO, L. A.D.; SOARES, J.A.P. A participação de stakeholders no planeamento e gestão do turismo e da recreação em áreas protegidas: Fundamentos sobre o processo participativo. ***Tourism & Management Studies*****,** v.12 , n. 2, 2016.

RUSCHMANN, D.Van Meene. **Turismo e Planejamento Sustentável**: a Proteção do Meio Ambiente. Campinas, SP: Papirus, 2006.

SÃO PAULO. Secretaria do Meio Ambiente. Projeto de Desenvolvimento do Ecoturismo na Região da Mata Atlântica **Manual de Monitoramento e Gestão dos Impactos da Visitação em Unidades de Conservação**. Sâo Paulo, 2010. Disponivel em: <https://d3nehc6yl9qzo4.cloudfront.net/downloads/manual_monit_gestao_impactos_visit_ucs.pdf>. Acesso em: 08 jul. 2021.

SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO. SEDETUR. [s.d]. Disponível em: <https://sedetur.rs.gov.br/sedetur>. Acesso em: 11 jan. 2020.

SEMA. Reserva biológica Darvin João Geremia. [s.d]. Disponível em: <https://www.sema.rs.gov.br/reserva-biologica-darvin-joao-geremia>. Acesso em: 10 jan. 2020.

SERRA GAÚCHA. [s.d]. Disponível em: <http://www.serragaucha.com/pt>. Acesso em: 11 jan. 2020.

SERVIÇO DE APOIO AS MICROS E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Estudo de competitividade de produtos turísticos**. Organizador Luiz Gustavo Medeiros Barbosa. Plano Municipal de Turismo do Município de Bento Gonçalves/RS

Publicado em parceria com o Ministério do Turismo e FGV. Brasília, DF: SEBRAE, 2011. Disponível em <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Estudo_de_Competitividade_de_Produtos_Turxsticos.pdf> Acesso em: 08 jan. 2020.

SINDICATO EMPRESARIAL DE GASTRONOMIA E HOTELARIA REGIÃO UVA E VINHO. SEGH. [s.d]. Disponível em: <http://seghuvaevinho.com.br>. Acesso em: 12 jan. 2020.

SOARES, P. R. R.; SCHNEIDER, L. P. Notas sobre a desconcentração metropolitana no Rio Grande do Sul. **Boletim Gaúcho de Geografia**, v. 39, p. 113-128, 2012.

TOUR DA EXPERIÊNCIA. **Experiência Enoturismo**. [s.d]. Disponível em: <http://www.tourdaexperiencia.com.br/experiencia/enoturismo-vinhos-dal-pizzol>. Acesso em: 12 jan. 2020.

TOURISM FOR SDGS. [s.d]. Disponível em: <http://tourism4sdgs.org/>. Acesso em: 10 nov. 2010.

TRIPADVISOR. [s.d]. Disponível em: <www.tripadvisor.com.br>. Acesso em: 10 jan. 2020.

_____. **Avaliação Trem Maria Fumaça**. [s.d]. Disponível em: <https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g303536-d15805102-Reviews-or20-Trem_Maria_Fumaca-Gramado_State_of_Rio_Grande_do_Sul.html#REVIEWS>. Acesso em: 10 jan. 2020.

UN ENVIRONMENT PROGRAMME. (UNEP). ***Making Tourism More Susteinable****. A Guide for Policy maker,* 2005. Disponível em: <https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/34983/SGCSS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 08 jul. 2021.

VALE DOS VINHEDOS. [s.d]. Disponível em: <https://valedosvinhedos.files.wordpress.com/2019/02/vale-dos-vinhedos-2019>. Acesso em: 12 jan. 2020.

VALE DO RIO DAS ANTAS. [s.d]. Disponível em: <www.valedoriodasantas.com.br>. Acesso em: 12 jan. 2020.

VARGAS, H. C. **Turismo nas grandes cidades brasileiras**: o que falta? *O Estado de São Paulo*, 1998.
VINÍCOLA AUTORA. [s.d]. Disponível em: <http://www.vinicolaaurora.com.br/br>. Acesso em: 12 jan. 2020.

VINHOS CRISTÓFOLI. **Experiência edredom nos parreirais**. [s.d]. Disponível em: <https://vinhoscristofoli.com.br/experiencia/edredom-nos-parreirais>. Acesso em: 12 jan. 2020.

WINE AS. (s.d). Disponível em:<www.winesa.com.br>. Acesso em: 15 jan. 2020.

WINER FOR US. 2019. Disponível em: <www.facebook.com/Wine-For-Us>. Acesso em: 15 jan. 2020.

ZANINI, T.V. **Enoturismo no Brasil**: um estudo comparativo entre as regiões vinícolas do Vale dos Vinhedos (RS) e do Vale do São Francisco (BA/PE). Dissertação (Mestrado em Turismo). Programa de Pós-graduação em Turismo da Universidade de Caxias do Sul (UCS). Caxias do Sul, 2007.

ZUCARATO, A.G. **Uso de Indicadores na Pesquisa em Turismo.** Artigo apresentado no VI SeminTUR. Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul. UCS, Caxias do Sul, 2006.

APÊNDICE A - FORMULÁRIO DE ENTREVISTA COM PRESIDENTES DAS ROTAS TURÍSTICAS

Rota Turística:

Entrevistado:

1. Qual o perfil dos visitantes desta Rota Turística?
2. Qual o período de maior procura/fluxo?
3. Há controles do numero máximo de visitantes ao mesmo tempo n os empreendimentos que compõem a rota? Caso positivo de que forma foi estabelecido?
4. Qual o motivo das visitas dos turistas?
5. Caso existam reclamações, quais são elas?
6. Comente sobre a mão de obra.
7. Como é realizada a coleta de dados do fluxo turístico da rota?-
8. Como se encontra a questão da segurança ao turista na Rota?
9. Quantos empregos foram gerados em toda a rota?
10. Existe alguma ação conjunta para o encaminhamento dos resíduos sólidos gerados pelos turistas?
11. Como funciona o abastecimento de água?
12. E a rede de energia elétrica? Existem energias alternativas?
13. Há reaproveitamento de água?
14. Qual o atendimento de saúde mais próximo e como funciona?
15. Algum programa de certificação ambiental?
16. Planejamento e controle ambiental? Alguma área preservada?
17. O acesso ao financiamento é facilitado?
18. Quais as facilidades para trabalhar o Turismo no município?
19. Quais as dificuldades?
20. O que você espera do Plano Municipal de Turismo de Bento Gonçalves? OBS.:

APÊNDICE B - QUESTIONÁRIO PARA ENTIDADES E FORMADORES DE OPINIÃO BENTO GONÇALVES/RS

1. QUAL SUA VISÃO SOBRE O COMPROMETIMENTO DAS ENTIDADES PÚBLICAS E PRIVADAS COM O TURISMO DO MUNICÍPIO DE BENTO GONÇALVES?

1.1 Públicas
1.2 Privadas

2. VOCÊ PARTICIPOU DA ELABORAÇÃO DE PLANOS MUNICIPAIS DE TURISMO DE BENTO GONÇALVES ANTERIORES?
( ) SIM
( ) NÃO

Caso positivo de que forma?
Quais as dificuldades encontradas?

3. QUAIS OS SEGMENTOS DO TURISMO MAIS SIGNIFICATIVOS QUE ESTÃO SENDO TRABALHADOS PELA INICIATIVA PRIVADA? EXISTE ALGUM SEGMENTO QUE NA SUA OPINIAO NÃO ESTÁ SENDO TRABALHADO?

4. COMO SUA ENTIDADE VEM SE ENVOLVENDO NO CRESCIMENTO DO TURISMO DE BENTO GONCALVES?

5. COMENTE SOBRE O PAPEL DO COMTUR

6. QUAIS SÃO OS GARGALOS PARA O CRESCIMENTO DO CAPITAL SOCIAL (AQUI ENTENDIDO COMO A CAPACIDADE QUE UMA SOCIEDADE TEM DE FAZER PARCERIAS, CONFIAR E COOPERAR) DA CADEIA PRODUTIVA LOCAL?

7. SABEMOS QUE A SEGURANÇA PÚBLICA TEM IMPACTADO DE FORMA POSITIVA OU NEGATIVA EM UM DESTINO TURÍSTICO, QUAL A SUA VISÃO SOBRE ESTA QUESTÃO EM BENTO GONÇALVES?

8. SUA ENTIDADE E GESTORES TEM SE ENVOLVIDO COM O PODER PÚBLICO E GOVERNANÇA DE FORMA TOTALMENTE SATISFATÓRIA?

9. A COMUNICAÇÃO, PROMOÇÃO E A COMERCIALIZAÇÃO SÃO ATENDIDAS EM FUNÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA EXISTENTE?

10. NA SUA OPINIÃO EXISTE ALGUM SEGMENTO EM POTENCIAL QUE NÃO ESTÁ SENDO DESENVOLVIDO?

11. SUA VISÃO E EXPERIÊNCIA NAS DIVERSAS AREAS ECONÔMICAS E SOCIAIS, SÃO ATENDIDAS PELO PODER PÚBLICO OU PRIVADO?

12. CONSIDERA QUE O PODER PRIVADO EM BENTO GONÇALVES TEM PREOCUPAÇÃO COM AS QUESTÕES AMBIENTAIS NOS PROCESSOS DE DESENVOLVIMENTO DO MUNICÍPIO?

13. SUA ENTIDADE ACOMPANHA ALGUMA AÇÃO DE GESTÃO AMBIENTAL JUNTO AOS EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS? CASO AFIRMATIVO, QUAIS AÇÕES?

14. QUAIS AS FACILIDADES ENCONTRADAS PARA SUA ENTIDADE AJUDAR A DESENVOLVER O TURISMO NO MUNICÍPIO?

15. E QUAIS SÃO AS DIFICULDADES?

16. QUAIS DESTINOS VOCÊ CONSIDERA CONCORRENTES DE BG?

17. COMO VOCÊ AVALIA OS EQUIPAMENTOS DISPONIVEIS PARA ATENDER A DEMANDA ATUAL E POTENCIAL (MEIOS DE HOSPEDAGENS, ALIMENTAÇÃO, ANIMAÇÃO E LAZER, CONGRESSO E CONVENÇÕES, OPERADORES, RECEPTIVOS, INFOMAÇÕES TURÍSTICAS, ENTRE OUTROS)

18. QUAL A SUA AVALIAÇÃO SOBRE TIPOS E SERVIÇOS PRESTADOS AOS TURISTAS?

19. HÁ NECESSIDADE DE CURSOS DE CAPACITAÇÃO? QUAIS?

20. QUAL O QUADRO DE PESSOAL DA SUA ENTIDADE?

21. QUAL A FORMAÇÃO PROFISSIONAL DA EQUIPE?

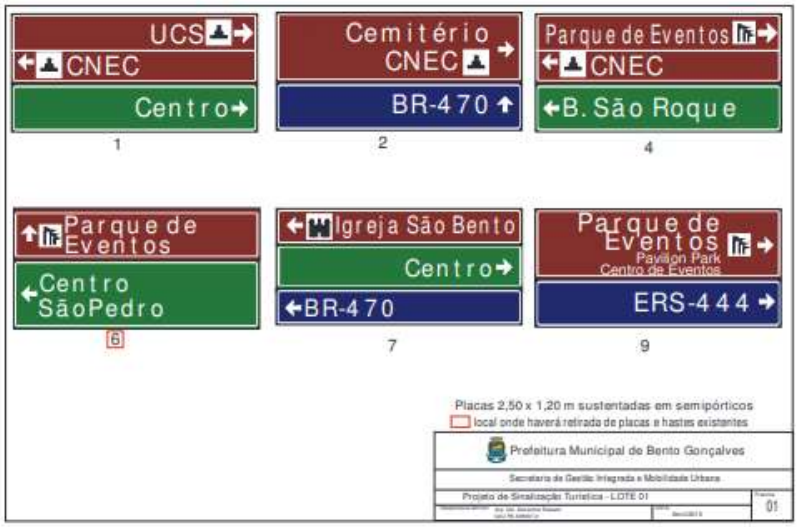
22. EXISTEM NOVOS INVESTIDORES EM BG? DE ONDE SÃO? EM QUE PRETENDEM INVESTIR, POR QUÊ?

23. NA SUA OPINIAO QUAIS SÃO OS PRINCIPAIS IMPACTOS GERADOS PELO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO EM BG?

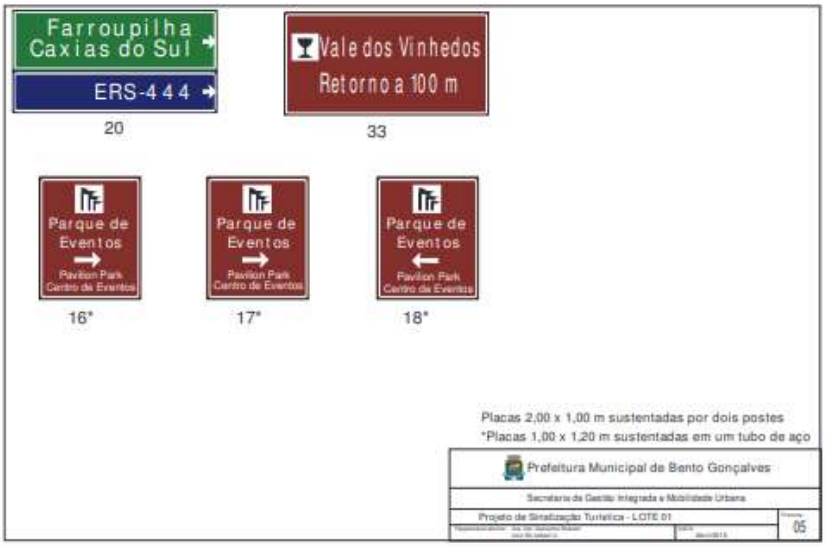
23.1 Positivos
23.2 Negativos

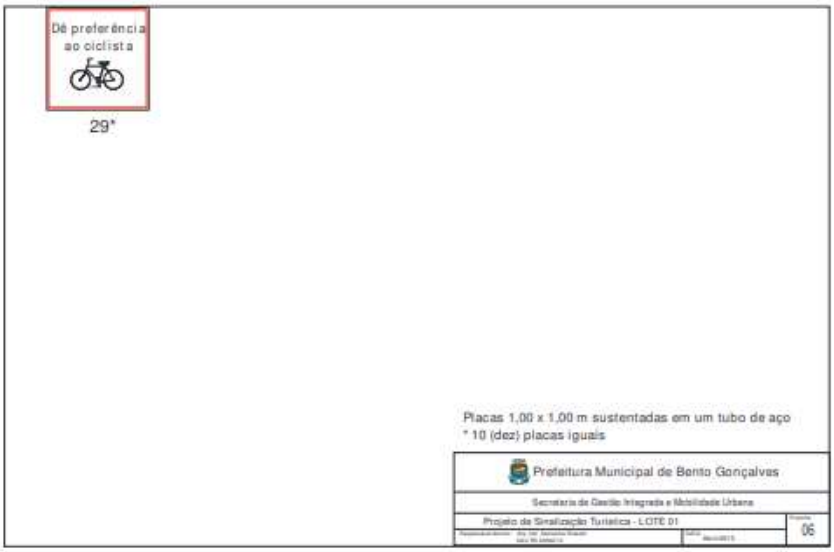
24. QUAL SUA EXPECTATIVA PARA O PLANO MUNICIPAL 2020/2024?

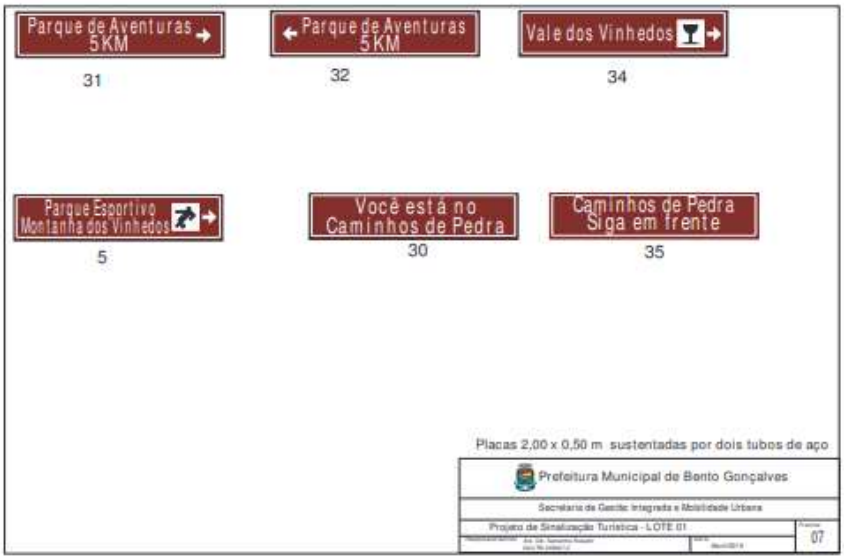
ANEXO C – PLACAS DE SINALIZAÇÃO TURISTICA 2015



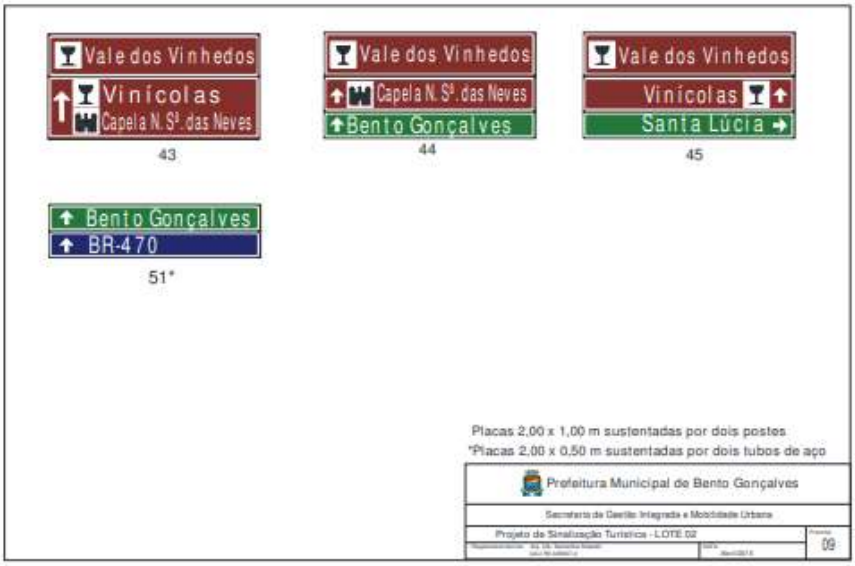
Parque de Eventos
Pipa Pórtico
Centro
26
Parque de Eventos
Centro Farroupilha
27
Vinícola
B. Borgo
Distrito Industrial
28
Parque de Eventos
Somente veículos leves
Pavilion Park
Centro de Eventos
12
Parque de Eventos
Pavilion Park
Centro de Eventos
8
Cemitério CNEC
Lar do Ancião
Centro Social Urbano
3
Placas 2,50 x 1,20 m sustentadas em semipórticos
Prefeitura Municipal de Bento Gonçalves
Secretaria de Gestão Integrada e Mobilidade Urbana
Projeto de Sinalização Turística - LOTE 01
04


Farroupilha
Caxias do Sul
ERS-444
20
Vale dos Vinhedos
Retorno a 100 m
33
Parque de Eventos
Pavilion Park
Centro de Eventos
16*
Parque de Eventos
Pavilion Park
Centro de Eventos
17*
Parque de Eventos
Pavilion Park
Centro de Eventos
18*
Placas 2,00 x 1,00 m sustentadas por dois postes
*Placas 1,00 x 1,20 m sustentadas em um tubo de aço
Prefeitura Municipal de Bento Gonçalves
Secretaria de Gestão Integrada e Mobilidade Urbana
Projeto de Sinalização Turística - LOTE 01
05

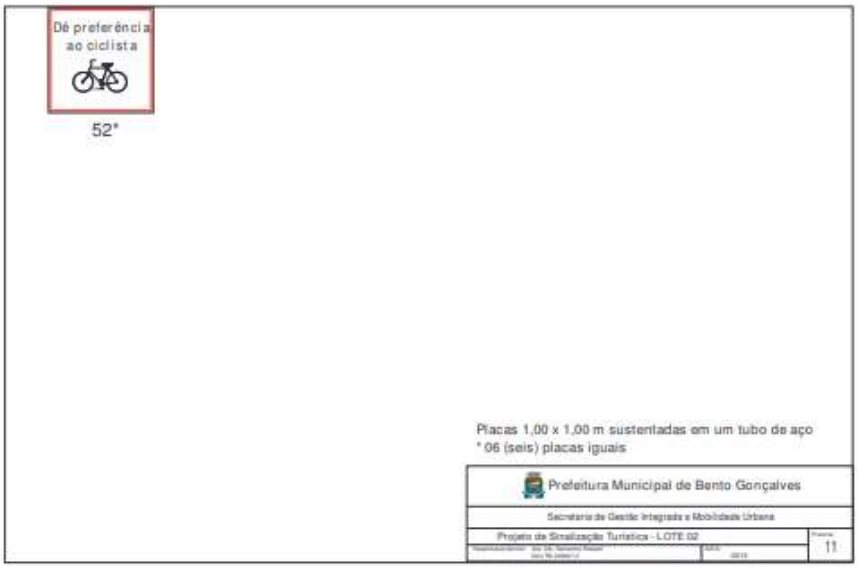

Dê preferência ao ciclista
29*
Placas 1,00 x 1,00 m sustentadas em um tubo de aço
* 10 (dez) placas iguais
Prefeitura Municipal de Bento Gonçalves
Secretaria de Gestão Integrada e Mobilidade Urbana
Projeto de Sinalização Turística - LOTE 01
06


Parque de Aventuras 5KM
31
Parque de Aventuras 5KM
32
Vale dos Vinhedos
34
Parque Esportivo Montanha dos Vinhedos
5
Você está no Caminhos de Pedra
30
Caminhos de Pedra Siga em frente
35
Placas 2,00 x 0,50 m sustentadas por dois tubos de aço
Prefeitura Municipal de Bento Gonçalves
Secretaria de Gestão Integrada e Mobilidade Urbana
Projeto de Sinalização Turística - LOTE 01
07

Rodoviária
UCS
Centro
BR-470
36
Parque de Eventos
Bairro Progresso
37
Centro
Porto Alegre
BR-470
38
Parque de Eventos
B. Vila Nova I-II-III
ERS-444
39
Vinícola
Distrito Industrial
B. Vila Nova I-II
40
Vinícola
Linha Salgado
Distrito Industrial
41
Bento Gonçalves
Vale do Rio das Antas
42*
Placas 2,50 x 1,20 m sustentadas em semipórticos
*Placas 3,00 x 1,50 m sustentadas em semipórticos
Prefeitura Municipal de Bento Gonçalves
Secretaria de Gestão Integrada e Mobilidade Urbana
Projeto de Sinalização Turística - LOTE 02
08


Vale dos Vinhedos
Vinícolas
Capela N. Sª. das Neves
43
Vale dos Vinhedos
Capela N. Sª. das Neves
Bento Gonçalves
44
Vale dos Vinhedos
Vinícolas
Santa Lúcia
45
Bento Gonçalves
BR-470
51*
Placas 2,00 x 1,00 m sustentadas por dois postes
*Placas 2,00 x 0,50 m sustentadas por dois tubos de aço
Prefeitura Municipal de Bento Gonçalves
Secretaria de Gestão Integrada e Mobilidade Urbana
Projeto de Sinalização Turística - LOTE 02
09

Estrada do Sabor
Monte Belo do Sul
Santa Tereza
BR-470
46
Estrada do Sabor
Linha Leopoldina
15 da Graciema
40 da Graciema
47
Estrada do Sabor
40 da Graciema
Santa Tereza
48
Estrada do Sabor
15 da Graciema
40 da Graciema
Monte Belo do Sul
49
Estrada do Sabor
15 da Graciema
40 da Graciema
BR-470
50
Placas 2,50 x 1,20 m sustentadas em semipórticos
Prefeitura Municipal de Bento Gonçalves
Secretaria de Gestão Integrada e Mobilidade Urbana
Projeto de Sinalização Turística - LOTE 02
10


Dê preferência
ao ciclista
52*
Placas 1,00 x 1,00 m sustentadas em um tubo de aço
* 06 (seis) placas iguais
Prefeitura Municipal de Bento Gonçalves
Secretaria de Gestão Integrada e Mobilidade Urbana
Projeto de Sinalização Turística - LOTE 02
11

ANEXO D - ANÁLISE DAS ENTREVISTAS DA ROTA

CATEGORIZAÇÃO ENTREVISTAS ROTAS TURISTICAS

1 - PERFIL DO TURISTA	ROTA	ROTA	ROTA	ROTA	ROTA 5	TOTAL
CASAIS	X		X		X	3
JOVENS	X	X	X	X	X	5
PEQUENOS GRUPOS	X	X				2
TERCEIRA IDADE			X	X		2
FAMILIAS COM CRIANÇAS	X	X	X	X		4
ALTO PODER AQUISITIVO	X	X			X	3
VEM DE CARRO	X	X			X	3
POUCOS VEM DE ONIBUS		X			X	2
VISITARAM BENTO A PARTIR DE GRAMADO		X				1
EMPRESAS			X			1
JÁ VISITARAM ROTA 1 E ROTA 5		X		X		2
VEM AUMENTANDO O FLUXO	X	X				2
ORIGEM						
MAIORIA RS	X					1
REGIAO METROPOLITANA	X		X	X	X	4
SC		X	X		X	3
PR					X	1
SP	X	X		X	X	4
RJ		X	X	X		3
MG		X	X			2
URUGUAY				X		1
PASSANTES DE OUTRAS CIDADES		X				1
2 - MAIOR FLUXO						
DEZ-JAN-FEV	X	X	X	X	X	5
JUL	X		X	X		3
FERIADOES				X		1
MENOR FLUXO						
ABR - SET					X	1
3 - CAPACIDADE DE CARGA						
NÃO	X	X	X	X	X	5
AS GRANDES EMPRESAS POSSUEM				X	X	2
ALGUMAS EMPRESAS POSSUEM CRITÉRIOS		X			X	2
ATÉ QUE PONTO SE DEVE CRESCER?	X					1
4- MOTIVO DA VISITA						
ENOTURISMO		X		X	X	3
GASTRONOMIA					X	1
CONHECER A CULTURA	X		X	X	X	4
PAISAGEM				X	X	2
ATENDIDO PELOS PROPRIETÁRIOS			X	X		2
VIVENCIAR UMA EXPERIÊNCIA		X	X	X		3
5 - RECLAMAM						
ESTRADAS/ACESSOS			X	X	X	3
FILAS DE ESPERA	X				X	2
TREVOS DE ACESSO					X	1
SINALIZAÇÃO					X	1

FALTA DE ACOSTAMENTO					X		1
POUCA MAO DE OBRA PARA ATENDIMENTO	X						1
AMBIGUIDADE NO CONCEITO DA ROTA		X					1
ENCONTRAM EMPRESAS FECHADAS		X					1
6- MÃO DE OBRA							
FALTA DE TRANSPORTE		x		X	X		3
NÃO QUEREM TRABALHAR FINAIS DE SEMANA		x			X		2
ESCASSA	X	x		X			3
UTILIZA MÃO DE OBRA DA FAMILIA		X					1
ALTA ROTATIVIDADE	X				X		2
FALTA DE CAPACITAÇÃO	X						1
7 - COMO É REALIZADO O CONTROLE DO FLUXO?							
PASSAM P/ A SETUR	X	x	X	X	X		5
NÃO CONFIAM NOS DADOS	X			X	X		3
NÃO HÁ REGISTRO DOS QUE NÃO COMPRAM		X					1
8 - SEGURANÇA							
PRECARIA				X	X		2
ROTAS DE FUGA					X		1
REGISTRO DE ROUBOS E FURTOS	X	X		X	X		4
TRANQUILA			X				1
SEGURANÇA PRIVADA	X				X		2
ROUBOS NOS ESTACIONAMENTOS					X		1
TOMAM PRECAUÇÃO		X		X	X		3
GRUPOS DE WHATSAPP COMO ALERTA	X				X		2
MUITAS EMPRESAS POSSUEM CÂMARAS	X				X		2
9 - NUMERO DE EMPREGADOS GERADOS							
Rota 1	200						
Rora 2		15					
Rota 3			NÃO SABE				
Rota 4				350			
Rota 5					###		
					TOTAL		2750
10 - SEPARAÇÃO DE RESIDUOS SÓLIDOS							
SEPARAM	X	X	X	X	X		5
PREFEITURA RECOLHE	X	X	X	X	X		5
VENDEM					X		1
TUDO É MISTURADO DEPOIS		X					1
ORGÂNICO VAI PARA A LAVOURA			X				1
COMPOSTAGEM	X			X			2
11 - ABASTECIMENTO DE ÁGUA							
CORSAN			X	X	X		3
POCO PRIVADO	X	X	X	X	X		5
POÇO COMUNITÁRIO	X				X		2
FAZEM ANÁLISE	X	X			X		3
12 - ENERGIA ELÉTRICA							
ENFRENTAM PROBLEMAS			X	X	X		3
ENFRENTAM PROBLEMAS EM TEMPORAIS	X						1
USAM GERADOR	X		X		X		3
VARIAÇÃO DE TENSAO NA COLHEITA					X		1
OCILA UM POUCO		X		X			2

ENERGIA SOLAR	X				X		2
13 - REAPROVEITAMENTO DE ÁGUA							
NÃO REAPROVEITAM	X	X	X		X		4
AGUA DA CHUVA	X			X			2
VINICOLAS TRATAM EFLUENTES				X	X		2
USO DE CISTERNAS		X					1
14 - SERVIÇO DE SAÚDE							
PRECÁRIO		X			X		2
SATISFATÓRIO	X		X				2
15 - CERTIFICAÇÃO AMBIENTAL							
NÃO	X	X	X		X		4
SIM				X			1
SOMENTE NAS VINÍCOLAS					X		1
16 - CONTROLE AMBIENTAL							
SOMENTE OBRIGATÓRIO POR LEI	X	X	X	X	X		5
17 - FACILIDADE DE FINANCIAMENTO							
SIM	X	X	X	X	X		5
NÃO					X		1
18 - FACILIDADES P/ ATUAR NO TURISMO							
AUMENTO DO PODER ECONÔMICO	X						1
AUMENTO DA AUTOESTIMA	X						1
DESTINO BENTO CONSOLIDADO		X		X	X		3
USO DE EXPERIENCIAS		X					1
O TURISMO FACILITA A VENDA DO VINHO		X					1
AJUDA SEBRAE			X				1
PARCEIROS DA ROTA			X				1
SECRETARIA DE TURISMO			X	X			2
INOVAÇÃO NOS PRODUTOS					X		1
NOVA GERAÇÃO NA GESTAO DAS EMPRESAS				X			1
GIORDANI TURISMO				X			1
19 - DIFICULDADES P/ATUAR NO TURISMO							
GESTAO DO MARKETING	X						1
PENSAMENTO COLETIVO	X	X					2
REALIDADES DISTINTAS		X					1
FALTA DE TRANSPORTE P/MAO DE OBRA		X			X		2
POUCOS PARCEIROS		X					1
QUESTOES BUROCRÁTICAS		X			X		2
FALTA DE MÃO DE OBRA		X					1
POLUIÇÃO VISUAL					X		1
ESPECULAÇÃO IMOBILIARIA					X		1
CRISE			X				1
FALTA DE AGENTES EXTERNOS			X				1
CAT FECHADO				X			1
ESTRADAS / ACESSOS AS EMPRESAS				X			1
FALTA DE RECURSOS				X			1
20 - O QUE VC ESPERA DO PLANO MUNICIPAL							
PROTEÇÃO DA ROTA	X						1
MANUTENÇÃO DA CULTURA	X			X			2
MECANISMOS DE PROTEÇÃO DA PAISAGEM CÊNICA	X	X		X			3
MAIS INVESTIMENTOS NO TURISMO	X						1

MAIOR INFRAESTRUTURA NOS CATS	X						1
AEREAS DE INTERESSE DO TURISMO PROTEGIDAS		X					1
LEGISLAÇAO PADRAO SINALIZAÇÃO					X		1
UNIÃO			X				1
EVITAR A URBANIZAÇÃO NA ZONA RURAL	X	X	X	X			4
OBSERVAÇÕES							
ILUMINAÇÃO PUBLICA PRECARIA							
PREOCUPAÇAO COM A SEGURANÇA DOS CLIENTES							