

MUNICÍPIO DE CARLOS BARBOSA
SECRETARIA MUNICIPAL DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO

PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE CARLOS BARBOSA
2019 – 2028

Carlos Barbosa, dezembro de 2018



SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO	3
2. CARLOS BARBOSA: HISTÓRIA E DADOS DO MUNICÍPIO	5
3. PROCESSO DE ELABORAÇÃO DO PLANO.....	6
3.1 JUSTIFICATIVA	6
3.2 OBJETIVOS	6
3.3 METODOLOGIA	8
3.4 CONSIDERAÇÕES SOBRE O PLANO ANTERIOR	8
4. DIAGNÓSTICO DA ATIVIDADE TURÍSTICA	10
4.1 ROTEIROS TURÍSTICOS	11
4.2 ATRATIVOS	12
4.3 MEIOS DE HOSPEDAGEM.....	13
4.4 GASTRONOMIA	14
4.5 COMÉRCIO E SERVIÇOS	15
4.6 EVENTOS.....	15
5. ESTRATÉGIAS E AÇÕES.....	17
5.1 ORDENAMENTO, GESTÃO E MONITORAMENTO	17
5.2 ESTRUTURAÇÃO DO TURISMO	20
5.2 FORMALIZAÇÃO E QUALIFICAÇÃO NO TURISMO	25
6. MONITORAMENTO DAS AÇÕES.....	39
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	40
8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	41



1. APRESENTAÇÃO

A Secretaria Municipal de Desenvolvimento Turístico, Indústria e Comércio de Carlos Barbosa - SMDTIC apresenta o Plano Municipal de Turismo, elaborado para o período de 1º de janeiro de 2019 a 31 de dezembro de 2028. O Plano Municipal de Turismo tem por objetivo estabelecer uma ação coordenada para o desenvolvimento do setor com a participação integrada do Setor Público, Iniciativa Privada e Sociedade Civil.

Assim como o primeiro plano, instituído em 2008, este também foi proposto considerando as características específicas do município de Carlos Barbosa, visto que o turismo deve desenvolver-se respeitando as peculiaridades locais visando proporcionar o desenvolvimento da atividade em todos os seus aspectos, sejam eles econômicos, culturais ou sociais. Desta forma, pretende-se que a atividade turística resulte em benefícios duradouros para toda a população barbosense, contemplando todos os segmentos da sociedade.

O presente plano é fruto do trabalho da equipe da SMDTIC, que realizou a análise do plano anterior, dados técnicos, estatísticas e diagnósticos e classificou as linhas de atuação do Plano Municipal em consonância com o Plano Nacional de Turismo. No processo de construção coletiva do PMT, foram realizadas reuniões setoriais, com o intuito de promover uma reflexão dos presentes sobre a importância do Turismo para o município, na valorização da cultura e consequente aumento do sentimento de pertencimento da comunidade local. Na etapa seguinte foi viabilizado espaço democrático para a contribuição dos presentes nos encontros setoriais, que colaboraram com a elaboração do Plano Municipal de Turismo através de sugestões e reivindicações necessárias para o progresso sustentável do Turismo no município de Carlos Barbosa.. As reuniões setoriais abrangeram os segmentos da Hotelaria, Gastronomia, Prestadores de Serviços Turísticos, Comércio, Roteiros Turísticos, Entidades Esportivas e Culturais, Agências e Operadoras Turísticas, Classe Cultural (Conselho Municipal de Política Cultural de Carlos Barbosa (CONCULT)), Câmara de Vereadores e Trade Turístico, e ocorreram nos meses de agosto e setembro de 2018. Após a compilação das demandas do Setor Turístico e da comunidade barbosense, realizou-se uma Audiência Pública ocorrida no mês de outubro, que contou com a participação do Poder Público Municipal, Câmara de Vereadores, Conselho Municipal de Turismo, Conselho Municipal de Política Cultural, membros da comunidade e Trade Turístico. Também houve uma importante e aprofundada análise realizada pelo recém-empossado Conselho Municipal de Turismo (COMTUR), que avalizou os desafios e objetivos propostos nas reuniões dos segmentos, endossando as reais e exequíveis necessidades prioritárias para proporcionar o desenvolvimento turístico no município para os próximos 10 anos (2019-2028).

Dessa forma, convidamos a todos para que, assim como nas etapas de elaboração deste



documento norteador da gestão das Políticas Públicas de Turismo, sintam-se parte integrante do processo de desenvolvimento do Turismo em Carlos Barbosa, e que possamos juntos (Prefeitura Municipal, Câmara de Vereadores, Iniciativa Privada, Comunidade e Sociedade Civil Organizada), colher os benefícios desta atividade em nosso município.

Pretende-se desta forma, reforçar a união de todos os setores da comunidade local com a finalidade de implementar as ações necessárias para o desenvolvimento sustentável do Turismo em Carlos Barbosa, visando fomentar o comércio, a hotelaria, a prestação de serviços e a gastronomia; promover maior arrecadação de impostos que irão repercutir em investimentos nos bairros e localidades rurais do município; estimular a geração de renda e emprego; potencializar e salvaguardar a identidade cultural local e suas manifestações tradicionais; revitalizar e criar novos atrativos e produtos turísticos; auxiliar e maximizar a divulgação do Destino Barbosa; fomentar novos negócios e a economia; viabilizar ações e obras de infraestrutura, sinalização turística, paisagismo, limpeza urbana e segurança pública; desenvolver os eventos turísticos, culturais e esportivos e criar novas atrações que possibilitem o incremento da visitação turística no município; promover o Agroturismo, o Ecoturismo, o Turismo de Compras, Corporativos e de Negócios e, por fim, despertar o sentimento de pertencimento na comunidade barbosense e aumentar de forma gradativa os índices de desenvolvimento humano e qualidade de vida da população.

2. CARLOS BARBOSA: HISTÓRIA E DADOS DO MUNICÍPIO

Localizado na Serra Gaúcha, na região turística Uva e Vinho, Carlos Barbosa é conhecida como “A Terra da Faca, do Queijo e do Futsal”. A cidade é berço de empresas centenárias como a Tramontina - que recebe turistas do Brasil e do exterior na T-Factory Store-, e da Cooperativa Santa Clara-, que produz uma grande variedade de queijos de alta qualidade. A força do futsal é representada pela Associação Carlos Barbosa de Futsal – ACBF, que possui diversos títulos, inclusive a nível mundial, sendo que em 1º de novembro de 2017 o município recebeu oficialmente o título de Capital Nacional do Futsal.

Pertencente à Primeira Colônia da Imigração Italiana no Rio Grande do Sul, Carlos Barbosa é também formada por várias outras etnias que aqui se estabeleceram no século XIX, enriquecendo e diversificando a cultura local. As etnias formadoras da comunidade são a italiana, francesa, alemã, suíço valesiana, polonesa, portuguesa e espanhol.

Os principais produtos turísticos atuais são o passeio de Maria Fumaça e a visita à T-Factory Store da Tramontina. Entretanto, há uma grande variedade de atrativos, com destaque para a religiosidade e os eventos, além de roteiros nas localidades rurais do município, que contemplam cultura e paisagens, aliadas à farta e diversificada gastronomia. O FestiQueijo,- o melhor festival gastronômico da Serra Gaúcha-, é realizado anualmente no mês de julho, atraindo grande número de turistas provenientes de várias regiões do país. E o Natal no Caminho das Estrelas tem apresentado um crescimento gradativo nos últimos anos, atraindo um grande número de visitantes no período do final de ano. Verifica-se ainda um grande potencial a ser desenvolvido na área dos eventos públicos e privados no município e que, se desenvolvidos de forma participativa, poderão incrementar a oferta turística de Carlos Barbosa e proporcionar a vinda de um maior número de visitantes.

Emancipado em 1959, o município possui uma população estimada de 29.409 habitantes (IBGE, 2018), em uma área territorial de 229,993 km². O índice IDESE, que considera as variáveis Saúde, Educação e Renda, tem mantido Carlos Barbosa em primeiro lugar no estado do Rio Grande do Sul por seis anos consecutivos – de 2010 a 2015, refletindo diretamente na qualidade de vida da população barbosense.



3. PROCESSO DE ELABORAÇÃO DO PLANO

3.1 JUSTIFICATIVA

O Plano Municipal de Turismo é um documento norteador para as ações relativas às atividades turísticas, a curto, médio e longo prazos, e tem como função principal orientar os empreendedores e o Poder Público, aliando suas ações em busca de um objetivo comum – o desenvolvimento sustentável do turismo.

A atualização do Plano Municipal de Turismo justifica-se pela necessidade de determinar os objetivos, integrar as ações públicas e privadas e acompanhar os resultados que conduzirão ao desenvolvimento sustentável, que respeita o meio ambiente, valoriza a cultura local e contribui para o bem-estar social.

3.2 OBJETIVOS

Objetivo Geral

Estabelecer uma ação coordenada para o desenvolvimento sustentável do setor do turismo, com a participação integrada do setor público, iniciativa privada e sociedade civil, buscando a competitividade enquanto destino turístico.

Objetivos Específicos

Assim como no plano anterior, os objetivos listados abaixo se baseiam no artigo 5º da Lei Geral do Turismo com adaptações para a escala municipal. Assim, são objetivos da Política Municipal de Turismo:

- I - reduzir as disparidades sociais e econômicas de ordem local, promovendo a inclusão social pelo crescimento da oferta de trabalho e melhor distribuição de renda;
- II - ampliar os fluxos turísticos, a permanência e o gasto médio dos visitantes no município, mediante a promoção e o apoio ao desenvolvimento do produto turístico barbosense;
- III - estimular a criação, a consolidação e a difusão dos produtos e do destino turístico barbosense, com vistas a atrair visitantes nacionais e estrangeiros, diversificando os fluxos e buscando beneficiar, especialmente, as localidades de menor nível de desenvolvimento econômico e social;
- IV – estimular a implantação de empreendimentos destinados às atividades de expressão cultural, de animação turística, entretenimento e lazer e de outros atrativos com capacidade de retenção e prolongamento do tempo de permanência dos turistas nas comunidades do município.
- V - propiciar a prática de turismo sustentável nas áreas naturais, promovendo a atividade como veículo de educação e interpretação ambiental e incentivando a adoção de condutas e práticas de



mínimo impacto compatíveis com a conservação do meio ambiente natural;

VI - preservar a identidade cultural das comunidades e populações tradicionais eventualmente afetadas pela atividade turística;

VII - desenvolver, ordenar e promover os diversos segmentos turísticos;

VII - propiciar a competitividade do setor por meio da melhoria da qualidade, eficiência e segurança na prestação dos serviços, da busca da originalidade e do aumento da produtividade dos agentes públicos e empreendedores turísticos privados;

IX - estabelecer padrões e normas de qualidade, eficiência e segurança na prestação de serviços por parte dos operadores, empreendimentos e equipamentos turísticos;

X - promover a formação, o aperfeiçoamento, a qualificação e a capacitação de recursos humanos para a área do turismo; e

XI - implementar a sistematização e o intercâmbio de dados estatísticos e informações relativas às atividades e empreendimentos turísticos instalados no município, na busca da melhoria da qualidade e credibilidade dos relatórios estatísticos sobre o setor turístico local.

E, também, alinhado ao Plano Nacional de Turismo 2018-2022, as iniciativas serão divididas em cinco linhas de atuação, e em cada uma delas há, pelo menos, duas metas do Plano Nacional a serem estabelecidas no turismo barbosense, com as devidas adaptações à escala municipal, conforme segue:

Linha de Atuação	Iniciativa
Ordenamento, gestão e monitoramento	Fortalecer a gestão descentralizada do turismo
	Ampliar e aprimorar os estudos e as pesquisas em turismo
Estruturação do turismo	Melhorar a infraestrutura no destino turístico barbosense
	Aprimorar a oferta turística do município
Formalização e qualificação no turismo	Ampliar a formalização dos prestadores de serviços turísticos
	Intensificar a qualificação no turismo
Incentivo ao turismo responsável	Estimular a adoção de práticas sustentáveis no setor turístico
	Promover a integração da produção local à cadeia produtiva do turismo e desenvolver o turismo de base local
Marketing e apoio à comercialização	Incrementar a promoção do Destinos Turísticos, seus roteiros, eventos e atrativos
	Definir o posicionamento estratégico de Carlos Barbosa como produto turístico



3.3 METODOLOGIA

Para a elaboração do presente plano, procedeu-se inicialmente a revisão do Plano de Turismo 2008-2018, instituído pela Lei Municipal 2181, de 16 de dezembro de 2008. Com metodologia e dinâmica de participação comunitária inovadores, a construção do novo PMT de Carlos Barbosa possibilitou o debate democrático entre todos os segmentos da sociedade, cujo principal objetivo é viabilizar o desenvolvimento da atividade turística no município e coletar as demandas e as reivindicações dos trabalhadores, empresários e gestores do turismo. A análise de dados, estatísticas e informações foi realizada internamente pela equipe da SMDTIC, e considerou diversos levantamentos técnicos e pesquisas especializadas, em especial a realizada no FestiQueijo 2018 (que entrevistou uma amostra de 1.104 pessoas, num público total de 25.532) e pesquisa realizada junto ao comércio em 2018.

Após a etapa de análise dos dados, estatísticas e pesquisas, foram realizados encontros por segmentos específicos, em que os mesmos puderam avaliar e sugerir suas demandas e pleitos e que, posteriormente, foram agregados ao novo texto, consolidando a participação comunitária na elaboração do Plano Municipal de Turismo de Carlos Barbosa.

3.4 CONSIDERAÇÕES SOBRE O PLANO ANTERIOR

Para a elaboração deste plano, partimos da revisão do plano anterior, considerando assim aspectos importantes levantados por ocasião de sua elaboração, no ano de 2008. Assim, seguem alguns conceitos e observações, aqui apresentados de forma sintetizada e atualizada.

Definição de Turismo

Conforme artigo 2º da Lei Geral do Turismo nº 11.771, de 17 de setembro de 2008, utiliza-se a seguinte definição de turismo:

“Art. 2º Para os fins desta Lei, considera-se turismo as atividades realizadas por pessoas físicas durante viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período inferior a 1 (um) ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras.

Parágrafo único. As viagens e estadas de que trata o caput deste artigo devem gerar movimentação econômica, trabalho, emprego, renda e receitas públicas, constituindo-se instrumento de desenvolvimento econômico e social, promoção e diversidade cultural e preservação da biodiversidade.”

Competências da Secretaria de Turismo

De acordo com a Lei Municipal nº 3347/2016, temos as seguintes competências para a



Secretaria de Desenvolvimento Turístico, Indústria e Comércio de Carlos Barbosa:

“Art. 92: Compete a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Turístico, Indústria e Comércio desenvolver o turismo, fomentando o aperfeiçoamento da infraestrutura turística, da gastronomia, do artesanato e da hotelaria; promover eventos voltados ao turismo, integrando suas atividades com as dos Órgãos Estaduais e Federais; desenvolver projetos e ações para a instalação e ampliação de negócios nas áreas industrial, comercial e de serviços; articular-se com a região para formação de parcerias em projetos regionais; desenvolver estudos visando identificar oportunidades de negócios de interesse do Município; desenvolver missões empresariais e missões de captação de investimentos industriais; coordenar e executar promoções de apoio ao comércio, tais como feiras, eventos em datas promocionais e desenvolver junto à comunidade iniciativas que auxiliem o incremento de negócios; propor e executar estudos periódicos sobre o perfil de desenvolvimento da indústria, do comércio e de prestação de serviços no Município apresentando relatórios que servirão para a elaboração de Planos de Desenvolvimento Municipal; promover a articulação com organismos tanto de âmbito governamental como da iniciativa privada, visando o aproveitamento de incentivos e recursos para o desenvolvimento da indústria e do comércio; estimular a instalação e localização de indústrias com a menor agressão possível ao meio ambiente; elaborar estudos de mercado a fim de apurar nichos de mercado para instalação de empresas afins; incentivar a promoção de cursos que objetivam a qualificação profissional; promover o apoio as entidades econômicas alternativas e microempresas, como forma de incentivos à geração de rendas e empregos; organizar e difundir programas anuais de festas e diversões públicas que tenham interesse turístico; analisar e propor políticas de ação visando a valorizar os aspectos de interesse turístico do Município; organizar e difundir informações úteis sobre o Município, para a população e visitantes; apoiar e manter articulação com o empresariado e entidades locais para a promoção de feiras, congressos e eventos no Município; estudar e propor planos de estímulo ao desenvolvimento de atividades de interesse turístico; incentivar a implantação de novos empreendimentos; promover, organizar e fomentar todas as atividades industriais, comerciais e de serviços do Município; atrair novos investimentos industriais, através da criação e manutenção de distritos industriais; buscar recursos dos orçamentos estadual e federal, assim como em instituições de crédito, públicas ou privadas, para investimentos na área industrial do Município; desenvolver regime de colaboração e parceria entre o Poder Público Municipal e as entidades empresariais do Município; promover, organizar e fomentar todas as atividades relativas à produção primária e do abastecimento público, bem como as atividades vinculadas às empresas de prestação de serviços; propor e discutir, com entidades prestadoras de serviços, políticas municipais de eficácia e qualificação para o setor; buscar recursos dos orçamentos estadual e federal, assim como em instituições de crédito, públicas ou privadas, para investimentos na área de produção do Município; desempenhar outras competências afins.”

Missão da Prefeitura

A missão da Prefeitura de Carlos Barbosa de acordo com a Lei Orgânica do município, artigo 5, é:

“A Administração Pública de Carlos Barbosa tem por missão coordenar ações planejadas, transparentes, sistemáticas, participativas, visando a melhoria da qualidade de vida, buscando a satisfação dos seus munícipes e a garantia dos serviços públicos, de modo eficiente e eficaz.”

Conselho Municipal de Turismo – COMTUR

Tendo sido criado no ano de 1969, pela Lei nº 12, e alterado em 1975, pela Lei nº 337, o Conselho Municipal de Turismo estava inativo há alguns anos, mas em 2018 foi reestruturado para



voltar às atividades. Assim, a Lei nº 3.548, de 12 de julho de 2018, em seu artigo 2º, cita as novas atribuições do COMTUR, que seguem abaixo:

- “I - elaborar o regimento interno;
- II - analisar as questões referentes ao turismo, sugerindo medidas que colaborem para seu desenvolvimento no Município;
- III - apoiar o desenvolvimento sustentável do turismo, visando o correto aproveitamento dos recursos naturais e histórico-culturais;
- IV - colaborar na sensibilização, educação e divulgação para a população local, da importância da atividade turística no Município;
- V - estimular a iniciativa privada a investir na diversificação das atividades oferecidas, de modo a ampliar a oferta turística;
- VI - propor e apoiar a realização de eventos, incentivando as festividades de cunho artístico e folclórico, com o objetivo de atrair turistas;
- VII - articular com órgãos públicos e privados para assegurar a convergência de esforços e recursos para o desenvolvimento do turismo no Município;
- VIII - contribuir com a divulgação dos produtos turísticos do Município;
- IX - sugerir ações diversas no sentido de qualificação dos recursos humanos que atuam no atendimento ao turista;
- X - opinar sobre assuntos relacionados ao turismo, que lhe forem submetidos pelo Poder Público, pela iniciativa privada ou pela sociedade civil organizada;
- XI - revisar, atualizar e estabelecer prioridades a serem implementadas em relação ao Plano Municipal de Turismo;
- XII - indicar possibilidades de buscar recursos financeiros visando suprir as necessidades do desenvolvimento turístico;
- XIII - promover a integração do município a programas regionais, estaduais, federais e outros, pertinentes à concepção de seus objetivos;
- XIV - analisar e autorizar o repasse de incentivos, provenientes de fundo municipal, a empreendimentos e associações com a finalidade de desenvolver a atividade turística.”

Desta forma, a atuação do COMTUR como órgão colegiado de representação da sociedade civil e do poder público municipal, vem ao encontro à ideia de participação comunitária na gestão da atividade, de modo que os diferentes segmentos envolvidos na atividade e integrantes do conselho possam sugerir, acompanhar e participar do processo de monitoramento e desenvolvimento da atividade turística em Carlos Barbosa.

4. DIAGNÓSTICO DA ATIVIDADE TURÍSTICA

Em relação ao diagnóstico apresentado no Plano Municipal de 2008, a atividade turística no município de Carlos Barbosa segue apresentando como fluxo principal o passeio da Maria Fumaça, as visitas a T-Factory Store da Tramontina e o comércio da Rua Rio Branco. Da mesma forma, o ambiente rural continua oferecendo produtos inovadores, com grande potencial para o crescimento deste segmento na economia do Turismo. O turismo de eventos, através especialmente do FestiQueijo e do Natal no Caminho das Estrelas, tem demonstrado potencial cada vez maior no município, atraindo um número cada vez maior de visitantes para Carlos Barbosa.

A seguir, serão analisados diferentes setores envolvidos na atividade, a fim de mensurar a



importância do turismo em Carlos Barbosa.

4.1 ROTEIROS TURÍSTICOS

Passados dez anos do primeiro Plano Municipal, atualmente estão em atividade três roteiros turísticos pelo interior do município: “Recanto Bergamasco”, na comunidade de Cinco da Boa Vista, e que está em atividade desde o ano de 2015; “L'Amore Di Colonia”, na localidade de Santo Antônio de Castro - , que iniciou em 2016; e o “Marcas do Tempo”, contemplando atrativos na área urbana e nas comunidades de Santa Clara, Linha Dezenove e Linha Doze, - em atividade desde o início de 2017.

Em comum entre os três roteiros de agroturismo, têm-se a valorização da cultura dos antepassados e a diversificada gastronomia. Ambos são roteiros que promovem a vivência das atividades que fazem parte da vida no campo, proporcionando ao turista uma experiência autêntica e que exalta a identidade cultural de Carlos Barbosa.

Como dificuldades, apresentam-se situações pontuais, como a necessidade de agendamento prévio em alguns estabelecimentos, em função da alimentação que é servida aos visitantes e, também, pelo fato de o turismo não ser a única e principal atividade destes empreendedores. A falta de sinalização turística, nas rodovias e nos próprios estabelecimentos, as limitações de acesso à telefonia móvel e à internet nas comunidades e a falta de acessibilidade são outras demandas a serem solucionadas

Sobre o número de visitantes em cada roteiro, registram-se os seguintes dados, relativos ao ano de 2017: Recanto Bergamasco: 250; L'Amore Di Colonia: 350; Marcas do Tempo: 695. Total: 1.295 visitantes nos três roteiros. Cabe ressaltar que, além disso, o Rancho Andreola recebeu 517 pessoas, empreendimento do roteiro L'Amore Di Colonia. Sendo assim, o número total de visitantes fechou em 1.812 em 2017 (dados coletados com os empreendimentos). Sabe-se, também, que outros empreendimentos destes roteiros recebem turistas de maneira isolada, mas os dados não foram fornecidos. A partir das estatísticas levantadas, percebe-se que há um grande potencial à ser explorado, visto que os números apresentados indicam esta possibilidade de crescimento no fluxo turístico dos roteiros rurais de Carlos Barbosa, à medida que os problemas estruturais, de acessibilidade, de divulgação e de operação comercial forem equacionados.

A Secretaria de Desenvolvimento Turístico, Indústria e Comércio viabiliza espaço para a divulgação dos empreendedores dos roteiros turísticos em todos os eventos promovidos pelo Poder Público, e promove a divulgação em todos os eventos que a SMDTIC participa. A partir de pesquisa realizada no FestiQueijo 2018, verificou-se que 90% dos entrevistados não conhecem nenhum dos três roteiros. Foi constatado, ainda, que 45% dos entrevistados vieram ao festival com transporte próprio, e, diante deste dado, constatou-se a necessidade de refletir sobre a possibilidade dos

roteiros atenderem grupos menores. Porém, a mesma pesquisa indicou que 32% dos entrevistados são excursionistas, atendendo o número mínimo estipulado pelos empreendedores do agroturismo (15 pessoas) para a maioria dos roteiros rurais do município.

4.2 ATRATIVOS

Os atrativos de Carlos Barbosa incluem pontos consolidados, como a T-Factory Store da Tramontina e o Passeio da Maria Fumaça, e também potenciais, com valor histórico ou paisagístico, mas carentes de estruturas de apoio.

Assim, entre os pontos que estão consolidados e que são reconhecidos por receberem visitantes de várias partes do Brasil, está o tradicional Passeio da Maria Fumaça, que ocorre entre as cidades de Bento Gonçalves, Garibaldi e Carlos Barbosa. Durante o trajeto, o visitante pode celebrar a cultura italiana e realizar degustações de vinho, suco de uva e espumante moscatel. A bordo do trem, durante o passeio, ocorrem apresentações de tarantela, coral típico italiano, músicas gaúchas e apresentação de um divertido teatro. Todas essas ações tornam a viagem um passeio inesquecível. A Maria Fumaça transportou, no ano de 2017, 340 mil pessoas (CONTEXTO, 2018), que retrata a solidez e consolidação do atrativo.

A empresa Tramontina investiu recentemente na ampliação do seu Varejo, expandindo sua capacidade de atendimento, passando de 200 mil visitantes para uma expectativa de 300 mil visitantes ano. O visitante tem a oportunidade de conhecer toda a linha de mais de 18 mil produtos da centenária empresa barbosense, na recém-inaugurada T Factory Store da Tramontina.

A seguir, demais atrativos que não possuem dados estatísticos específicos sobre a atividade turística. Citamos os principais:

- Parque da Estação: o local abriga o prédio histórico da antiga Estação Férrea, inaugurado em 1909, em torno do qual se desenvolveu a cidade. Possui como principal ponto positivo o fato de estar localizado na área central do município e contar com amplo espaço externo que possibilita a realização de diversos eventos. O local abriga a Casa do Artesanato, local com venda de artigos diversos e lembranças do município, agregando valor à visitação turística do espaço público. Como aspecto a melhorar, mas já previsto para ser realizado a curto prazo, está a revitalização do prédio, que deverá oferecer espaço para mostras fixas e itinerantes, no intuito de transmitir ao visitante a história do local e de Carlos Barbosa de forma lúdica, utilizando as modernas tecnologias digitais que possibilitam maior atratividade ao conteúdo histórico e viabilizam projetos de educação patrimonial.
- ACBF: o título conquistado por Carlos Barbosa de “Capital Nacional do Futsal” abre grandes possibilidades para explorar este tema junto ao time campeão mundial. O Centro

Municipal de Eventos Sérgio Luiz Guerra, que sedia grandes jogos e campeonatos, ainda é pouco explorado para a atividade turística, necessitando de estrutura e serviços receptivos, a fim de poder receber visitantes regularmente e potencializar sua vocação turística.

- Morro do Diabo: com uma vista privilegiada e atividades de voo livre, o local é uma propriedade privada e é fechado à visitação por motivos de vandalismo. Além disso, o acesso ao local é difícil pela carência de sinalização e pela ausência de estrutura e de serviços receptivos.
- Igreja Matriz Nossa Senhora Mãe de Deus: inaugurada em 1947, possui localização central privilegiada, podendo ser visitada todos os dias. Uma menção especial aos sinos da Igreja que tem 54 anos de história, confeccionados com 3 mil quilos de bronze, doados pelos moradores de Carlos Barbosa. Em momentos especiais é possível ouvir as badaladas que ecoam pela cidade.
- Morro do Calvário: possui um belíssimo morro, com uma cruz e uma pequena igreja no alto, aberto a visitação das 8h às 20h. Recebe anualmente em torno de 8 mil pessoas na procissão de Corpus Christi, percorrendo as estações da Via Sacra, em seu acesso, e, culminando com a ressurreição de Cristo. O Morro do Calvário é um local com potencial paisagístico e religioso, mas que necessita sanar as deficiências estruturais de apoio ao visitante.
- Capela Santo Antônio Abade: igreja situada na comunidade do Forromeco, foi construída em 1882. Hoje, totalmente revitalizada. A capela é considerada a construção religiosa mais antiga existente na região serrana. As imagens de Santo Antônio Abade e da Nossa Senhora do Rosário, são originais trazidas da Itália há mais de um século pelos próprios imigrantes. A pedra, material muito utilizado pelos imigrantes italianos em suas construções pode ser observada em vários locais, dentro e fora da Capela, assim como o altar em madeira, que foi preservado neste processo de revitalização. Os campanários, símbolo forte da religiosidade, ergue-se perto da construção, também conhecidos como sentinelas da fé. Atualmente a capela necessita de estrutura receptiva em seu entorno, pois não oferece nenhum serviço de apoio aos visitantes.
- Gruta Nossa Senhora de Lourdes: construída em 1929, através da união das famílias da comunidade, e com boa localização, às margens da rodovia RST 470, é visitada por muitas pessoas, apesar de não oferecer serviços de apoio e atendimento aos visitantes. Reza a crença que a água que brota das entranhas da gruta faz bem não somente para o corpo, como para a alma.

4.3 MEIOS DE HOSPEDAGEM



Em relação aos meios de hospedagem, essenciais para a atividade turística, Carlos Barbosa mantém os estabelecimentos que estão em operação há alguns anos e, a partir de 2018, contou com um novo empreendimento hoteleiro que possibilitou o incremento da oferta de leitos, duplicando sua capacidade de atendimento e fomentando o desenvolvimento turístico do município, com exceção dos finais de semana do mês de julho, em que as cidades vizinhas acolhem grande número de turistas por ocasião da realização do FestiQueijo.

Em geral, a taxa de ocupação dos estabelecimentos de hospedagem, segundo informações do Sindicato Empresarial de Gastronomia e Hotelaria, durante o ano de 2017 e os seis primeiros meses de 2018, é de 44%, indicando a disponibilidade de atendimento de maior demanda.

Mesmo com a redução do déficit de leitos viabilizado por conta da abertura de um novo hotel, percebe-se claramente a necessidade de expansão e desenvolvimento das demais áreas e setores relacionados à economia do turismo: uma das demandas recorrentes e imprescindíveis para o progresso do turismo em Carlos Barbosa está atrelada aos segmentos da gastronomia e do comércio, que necessitam ampliar seus horários de atendimento ao público para que possa ser inserido no rol de atrativos turísticos do Destino Barbosa. Também é sabido que os problemas de infraestrutura de serviços públicos serão potencializados após a implantação de novos empreendimentos turísticos, principalmente com relação à sustentabilidade ambiental, mobilidade urbana, sinalização turística, acessibilidade, tratamento de esgoto, abastecimento de água, densidade populacional temporária, especulação imobiliária, aumento do custo de vida da comunidade e outros fatores resultantes do crescimento econômico e turístico, mas que, através de um planejamento organizado, conjugação de esforços entre poder público e sociedade civil, poderão ser antecipados e controlados com o objetivo de garantir o crescimento ordenado do município e a melhora da qualidade de vida da comunidade.

Na pesquisa realizada no FestiQueijo 2018, verificou-se que 64% dos entrevistados vieram para Carlos Barbosa unicamente para o festival, 18% pernoveram em hotéis da região, 11% pernoveram na cidade e 7% residem na cidade. Estes dados demonstram que a demanda já existe, o que nos falta é estrutura para receber e prolongar a permanência dos visitantes no município, além de implementar ações que possibilitem uma maior participação da comunidade no evento.

4.4 GASTRONOMIA

Os estabelecimentos gastronômicos no município, incluindo-se nestes restaurantes, bares e cafés, localizados na área urbana e no interior, oferecem variedade e qualidade. Entretanto, os dias e horários de atendimento ainda são restritos, e percebe-se restrições na oferta em alguns momentos, especialmente domingos, segundas-feiras à noite, e almoços após às 14 horas.

Assim, acredita-se que o desafio maior neste quesito seja ampliar os turnos de atendimento



dos estabelecimentos já existentes, para que possam atender aos visitantes de acordo com a demanda do mercado turístico.

Além disso, acredita-se que haveria demanda para maior diversificação de cardápios, oferecendo uma culinária diferenciada, e o resgate de pratos típicos das mais diversas etnias, valorizando ainda mais a riqueza gastronômica da região.

Cabe uma análise aprofundada quanto à viabilidade e a necessidade de novas opções gastronômicas estilizadas e contemporâneas, além de churrascarias, fondue, galeterias e outros empreendimentos gastronômicos com motes e pratos diferenciados.

4.5 COMÉRCIO E SERVIÇOS

O comércio local é beneficiado pela movimentação de turistas apenas em alguns pontos específicos, como o entorno da T-Factory Store da Tramontina. Percebe-se nestes estabelecimentos próximos a movimentação gerada em alguns horários, no entanto os turistas não circulam em outros locais, concentrando suas compras em poucas lojas.

Além disso, constata-se o mesmo problema na área da gastronomia, pois os dias e horários de atendimento dos estabelecimentos não possuem muita variação, restando assim poucos empreendimentos abertos em sábados à tarde, domingos e feriados. Também nas ocasiões em que há eventos acontecendo na cidade, os quais geram uma movimentação maior de potenciais clientes, uma parte do comércio reluta em expandir seu horário de atendimento, limitando-se a reclamar sobre a interrupção do trânsito nas ruas, deixando de valorizar a movimentação de pessoas gerada na cidade e o que as mesmas podem consumir em produtos e serviços.

Já os serviços de apoio ao turista carecem de muitas melhorias. Atualmente não há em todo o município um Centro de Atendimento ao Turista, para dar informações aos visitantes. Este quadro deverá ser amenizado quando a obra, referente a criação da central de atendimento ao turista, na plataforma da Maria Fumaça, estiver concluída. Também há a necessidade de melhor organização de serviços receptivos, pois um turista que já está na cidade encontra dificuldades na sinalização, como a ausência de placas autointerpretativas nos atrativos e placas de acessibilidade. Quanto a sinalização turística do município, a Administração Municipal ainda em 2018 elaborou o projeto visando a instalação de placas indicativas de sinalização de trânsito.

4.6 EVENTOS

Os eventos são hoje os atrativos com maior potencial turístico, visto a nossa capacidade hoteleira e demais barreiras percorridas ao longo deste plano, como indisponibilidade da oferta turística.

O FestiQueijo traz a Carlos Barbosa público de todo o estado, além de outras partes do Brasil, e também dos países vizinhos. Trata-se do maior evento, já consolidado ao longo de suas edições, sempre valorizando a qualidade dos produtos servidos. Nos últimos 12 anos, a média anual é de 24 mil pagantes. Porém, estima-se que cerca de 80 mil visitantes passem por Carlos Barbosa neste período. Uma pesquisa realizada no FestiQueijo 2018 apontou que 99% dos entrevistados indicaria o festival para outras pessoas.

Outros eventos atraem visitantes dos municípios da região e estão em gradativo crescimento, como o Natal no Caminho das Estrelas, com sua belíssima decoração, com grandioso espetáculo de abertura, paradas e paradinhas de Natal, Show da Virada, entre outros, totalizando aproximadamente 45 dias de programação, chegando a atrair em torno de 60 mil visitantes. Com crescente investimento do poder público e através das leis de incentivo à cultura, o Natal no Caminho das Estrelas vem ganhando visibilidade junto ao empresariado, à comunidade e outros municípios da região.

Eventos com grande potencial para atração de público também são realizados ao longo do ano. Como exemplos, se pode citar a Encenação da Paixão de Cristo, Corpus Christi, os *Happy Hours*, o Festival da Canção, Olimpíadas Coloniais, eventos esportivos e de lazer, entre outros tantos que ainda podem ser trabalhados para maior divulgação do município como destino turístico.

Sobre o turismo de eventos, trata-se de uma atividade que já está acontecendo, porém com o desafio de ampliar o tempo de permanência dos visitantes, levando-os a conhecer outros atrativos e consumir mais produtos e serviços, aumentando a geração de divisas e fomentando a economia do Turismo.

Sabe-se que o apelo da Região Uva e Vinho é bastante significativo, mas Carlos Barbosa precisa ganhar mais força dentro do contexto regional, inserindo mais atrativos para aumentar o tempo de permanência dos turistas no município, e aproveitando-se do fluxo de visitantes gerado por este atrativo que está entre os mais consagrados da Serra Gaúcha.

5. ESTRATÉGIAS E AÇÕES

Baseado nas cinco linhas de atuação constantes no Plano Nacional de Turismo, partiu-se para uma análise de inúmeros itens, especialmente os citados na versão anterior do Plano Municipal.

Desta forma, considerados os quatorze macroprogramas do Plano 2008-2018, os mesmos foram agrupados da seguinte forma:

Macroprograma PMT 2008-2018	Linha de Atuação PMT 2019-2028
Aprimoramento institucional	Ordenamento, gestão e monitoramento
Planejamento e gestão do turismo	
Ampliação e diversificação da oferta turística	Estruturação do turismo
Financiamento do turismo	
Infraestrutura turística	
Capacitação de recursos humanos	Formalização e qualificação no turismo
Proteção dos recursos turísticos locais	Incentivo ao turismo sustentável
Responsabilidade socioambiental	
Conservação de locais de interesse turístico	
Apoio ao visitante	Marketing e apoio à comercialização
Comercialização	
Cooperação regional	
Divulgação do destino e serviços	
Eventos turísticos	

Assim, em relação a cada uma das linhas de atuação, seguem agora as ações a serem desenvolvidas.

5.1 ORDENAMENTO, GESTÃO E MONITORAMENTO

De acordo com as necessidades apontadas no Plano Municipal de Turismo de Carlos Barbosa/2008-2018, as principais fraquezas que necessitavam ser superadas à época de sua construção eram as seguintes (pág. 29):

“Concentração das ações de Planejamento e Gestão no Setor Público, resultando em fragilidade institucional e descontinuidade de ações. (...)
Necessidade de qualificação e aprofundamento das ações de planejamento e gestão do turismo.”

Entre as ações apontadas, as principais executadas foram o estreitamento de parcerias com o Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares (atualmente Sindicato Empresarial de Gastronomia e Hotelaria) e com a Atuaserra, através de realização de cursos de degustação em

parceria; confecção de material de divulgação dos estabelecimentos gastronômicos e de hospedagem; participação em reuniões, assembleias e eventos em conjunto com as entidades mencionadas. Também a reestruturação do Conselho Municipal de Turismo – COMTUR, após longo período de estudos, foi recentemente concretizada com a aprovação da Lei nº 3.548/2018; salienta-se que o Conselho já estava criado desde 1969, porém há muitos anos estava inativo.

Já o estreitamento da parceria com a EMATER, para o desenvolvimento do turismo rural, ocorreu através de visitas a inúmeros estabelecimentos e propriedades, divulgação do turismo rural em parcerias, entre outros.

Sobre a estruturação da Comissão do Patrimônio Histórico, Artístico e Cultural, ressalta-se que a mesma foi instituída através do Decreto nº 1.222, de 03 de maio de 1999, e atualmente, sob coordenação da Proarte – Fundação de Cultura e Arte, está devidamente estruturada e em atividade.

Já a criação de um departamento de eventos da Secretaria, o que foi criado e está em atividade é uma Supervisão de Eventos, com competências definidas conforme segue:

“Acompanhar o titular da pasta na organização e direção de todos os eventos realizados pela secretaria e supervisionar a criação de projetos e atividades diversas nessas áreas; supervisionar os processos de busca de intercâmbios culturais com outros municípios e entidades; supervisionar a organização e execução de confraternizações e outros eventos realizados pelo município por outras Secretarias; desempenhar outras competências afins.”
(Lei nº 3.347/2016)

O município de Carlos Barbosa também aderiu a programas federais como o de Regionalização do Turismo e o Pronatec Turismo. Já o desenvolvimento de um programa de estímulos ao setor do turismo, até o momento, foi inserida nas leis municipais nº 1562/2002 – estímulos para empresas, e nº 3154/2015 – Plano de estímulo ao desenvolvimento agropecuário.

Assim, apresenta-se o seguinte cenário como desafio, analisado sob a matriz SWOT:

S – FORÇAS	W – FRAQUEZAS
<ul style="list-style-type: none"> Existência de Secretaria de Desenvolvimento Turístico, Indústria e Comércio. Existência de Conselho Municipal de Turismo – COMTUR. Existência e atualização de Plano Municipal de Turismo. Participação do município em órgão de instância regional do turismo (Atuaserra). 	<ul style="list-style-type: none"> Baixos índices de dados que qualifiquem a demanda turística. Inexistência de programas para o desenvolvimento do segmento turístico. Falta de visão de turismo como negócio. Má gestão do equipamento e dos empreendimentos turísticos (horário de funcionamento).
O – OPORTUNIDADES	T – AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> Parcerias em prol do desenvolvimento da atividade turística (Atuaserra, SEGH, Emater, etc.). Articulações com o Ministério do Turismo e com a Secretaria de Cultura, Turismo, Esporte e Lazer do Rio Grande do Sul. 	<ul style="list-style-type: none"> Pouca parceria com entidades ligadas ao comércio local. Pouca comunicação entre os diferentes setores. Ausência parceria público-privada.

- Fortalecimento da gestão descentralizada do turismo local, através do COMTUR, e também de associações de roteiros.

Seguem metas baseadas nos encontros segmentados e na audiência pública, com prazo:

DESAFIO: Estabelecer critérios para mensurar e qualificar o fluxo turístico local de forma eficaz.

JUSTIFICATIVA: Levantar dados sobre quem é o turista que visita Carlos Barbosa, e assim poder direcionar os esforços de marketing para o público-alvo certo, além de obter informações sobre o impacto direto da atividade turística na economia local.

CAMINHOS: Estabelecer critérios a serem avaliados e coletá-los, através de pesquisa, com auxílio dos estabelecimentos locais.

PRAZO DE EXECUÇÃO: Imediato.

DESAFIO: Criar programas para incentivar o desenvolvimento do turismo.

JUSTIFICATIVA: Proporcionar incentivos para novos investimentos na área do turismo.

CAMINHOS: Leis de incentivo, concessão de uso de equipamentos turísticos.

PRAZO DE EXECUÇÃO: Médio.

DESAFIO: Aumentar parcerias com entidades ligadas ao comércio.

JUSTIFICATIVA: O trabalho em conjunto permite uma união de esforços em prol de um resultado que beneficie os estabelecimentos locais, aumentando as divisas ao município.

CAMINHOS: Estabelecer parcerias entre Poder Público e entidades representativas do comércio para a realização de campanhas, feiras e ações de conscientização sobre a importância de dias e horários flexíveis de atendimento ao público.

PRAZO DE EXECUÇÃO: Médio.

DESAFIO: Aumentar a comunicação entre os diferentes envolvidos na atividade turística.

JUSTIFICATIVA: O turismo envolve diferentes setores, tanto públicos como privados. Entretanto, ainda falta maior cooperação entre estes setores, pois todos são beneficiados pela atividade e precisam trabalhar juntos.

CAMINHOS: Maior articulação entre os segmentos que estão representados no COMTUR.

PRAZO DE EXECUÇÃO: Imediato e contínuo.

DESAFIO: Estimular a parceria público-privada.

JUSTIFICATIVA: A busca de recursos junto à iniciativa privada é necessária uma vez que o

desenvolvimento turístico favorece diretamente os empresários e indiretamente toda a sociedade.
CAMINHOS: Leis de incentivo, patrocínio, ações que evidenciem que vale a pena investir no Turismo de Carlos Barbosa.
PRAZO DE EXECUÇÃO: Curto.

DESAFIO: Convencer que o turismo é um negócio rentável para o trade turístico e toda a comunidade.
JUSTIFICATIVA: Os empreendedores barbosenses têm que se adaptar ao negócio turístico: horários diferenciados, atendimento, comissões, negociação com agências e operadoras, comercialização de seus produtos e profissionalização do negócio.
CAMINHOS: Visitas técnicas a outros empreendimentos, parcerias com SEBRAE e SENAC, troca de experiências, Projeto Cliente Oculto e/ou Turismólogo em Ação.
PRAZO DE EXECUÇÃO: Curto.

5.2 ESTRUTURAÇÃO DO TURISMO

De acordo com o Plano Municipal de Turismo de Carlos Barbosa – 2008/2018, os problemas citados em 2008 (pág. 29) eram os seguintes:

“Turismo bastante concentrado espacialmente na área urbana, com pouca diversificação da oferta e baixo tempo de permanência do visitante. (...) Falta de financiamento para o setor. Falta de infraestrutura urbana, de acesso e de apoio a visitação turística.”

Entre os itens apontados no Plano 2008-2018, foi desenvolvido o projeto Pousadas Rurais, nos anos 2009 a 2012, e retomado em 2015, porém nenhum estabelecimento surgiu até o momento atual. Apenas uma família estruturou uma pequena pousada, na comunidade do Cinco da Boa Vista, dentro do roteiro Recanto Bergamasco. A iniciativa teve o apoio da Associação do Comércio, Indústria e Serviços de Carlos Barbosa – ACI, Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Carlos Barbosa e Serviço Nacional de Aprendizagem Rural – SENAR.

Já a ideia de criação do roteiro L'Amore Di Colonia, na comunidade de Santo Antônio de Castro foi implantada, por iniciativa das mesmas entidades, no ano de 2016.

Além disso, houve a criação de um fundo de turismo junto à ACI, no ano de 2009. Todavia, o mesmo seguiu sendo gerido pela Associação de Cultura e Turismo – ACT/CB, não constituindo um fundo municipal para financiamento da atividade turística.

Já as questões relativas à infraestrutura urbana e rural, foram realizadas algumas ações através das demandas passadas pelos roteiros turísticos barbosenses em reuniões mensais, como: melhorar vias de acesso aos empreendimentos, fornecimento de material e manutenção de estradas.

Além de ações realizadas no Morro do Calvário, Avenida Presidente Kennedy, projeto de mobiliário urbano, reformulação da Rua Coberta, criação de subprefeituras, revitalização do prédio da antiga escola Ângelo Regla, por iniciativa da própria comunidade da Linha 19. Já o Parque da Estação segue na pauta para ser requalificado em breve, com sua ocupação sendo redefinida para fins culturais e de preservação da memória. Além disso, o poder público tem cadastrado anualmente diversos projetos junto ao portal SICONV, a fim de buscar verbas federais para melhorias diversas na infraestrutura, bem como tem buscado alternativas para viabilizar e qualificar a sinalização turística no município.

Segue o resumo do atual cenário local:

<p>S – FORÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Existência de estradas pavimentadas na maior parte do município, inclusive ligando a sede aos distritos. • Existência de roteiros turísticos constituídos. • Crescente implantação de condições de acessibilidade nas calçadas das ruas centrais. 	<p>W – FRAQUEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inexistência de um Centro de Atendimento ao Turista. • Deficiências na sinalização interna do município. • Inexistência de sinalização acessível e em outros idiomas. • Falta de acessibilidade em estruturas de apoio, como banheiros públicos. • Falta de espírito empreendedor para ampliar e diversificar a oferta turística local. • Falta de um transporte turístico que interligue os diferentes pontos e atrativos da cidade. • Paradas de ônibus e pontos de táxis carentes de estruturas. • Fios elétricos expostos que comprometem a paisagem. • Falta de padronização em calçadas e praças, como floreiras e iluminação. • Falta de estruturas para a oferta de ciclo turismo. • Empreendimentos de difícil acesso. • Manutenção e preservação do equipamento turístico.
<p>O – OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facilidades de acesso ao município – estradas pavimentadas. • Proximidade da capital do estado, e das principais regiões turísticas (Hortênsias e Uva e Vinho). • Existência de aeroportos em uma distância de até 100 km. • Possibilidade de ampliar a quantidade de bancos no calçadão, especialmente no trecho entre as ruas Assis Brasil e Rio 	<p>T – AMEAÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dificuldades nos sinais de telefonia móvel e de internet nas comunidades do interior.

<p>Branco.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Possibilidade de criação, a longo prazo, de novos roteiros turísticos. • Criação de um espaço cultural para realização de mostras, apresentações artísticas e exposições, junto ao prédio da antiga Estação Férrea. • Oferta de leitos na região. 	
--	--

Seguem desafios estabelecidos com base em contribuições comunitárias, com justificativas e prazos para execução:

DESAFIO: Estabelecer um Centro de Atendimento ao Turista, com pessoa qualificada para prestar o atendimento.
JUSTIFICATIVA: Divulgação dos atrativos locais, atendendo como ponto de informações turísticas.
CAMINHOS: Construção nova, adaptação em prédio existente, parceria com terceiros para utilização de espaço.
PRAZO DE EXECUÇÃO: Médio.

DESAFIO: Melhorar a sinalização de atrativos turísticos dentro do território do município.
JUSTIFICATIVA: Atualmente faltam placas de sinalização dos atrativos, especialmente dos situados no interior do município e que precisam ser sinalizados junto às rodovias, facilitando a chegada dos turistas.
CAMINHOS: Viabilização de recursos públicos junto ao Governo Federal, parcerias com órgãos regionais como CISGA ou Atuaserra, disponibilização de recursos municipais, parcerias público-privadas.
PRAZO DE EXECUÇÃO: Médio/longo.

DESAFIO: Implantar sinalização acessível e em outros idiomas.
JUSTIFICATIVA: A atividade turística deve estar acessível a todos, assim é importante iniciar a implantação da mesma para que, ao longo dos anos, Carlos Barbosa esteja adaptada a receber a todos sem distinção. Também devem ser disponibilizadas placas nos idiomas estrangeiros (principalmente espanhol), pois é crescente a vinda de pessoas de outros países, especialmente pela realização de campeonatos de futsal e de bochas, que envolvem equipes de toda a América do Sul.
CAMINHOS: Viabilização de recursos públicos junto ao Governo Federal, parcerias com órgãos regionais como CISGA ou Atuaserra, parcerias público-privadas.
PRAZO DE EXECUÇÃO: Longo.

DESAFIO: Implantar condições de acessibilidade em estruturas de apoio ao turista.

JUSTIFICATIVA: A acessibilidade é um importante critério para turistas e população local, e deve ser implantada em todos os locais, incluindo os locais públicos (banheiros, praças) e os privados (meios de hospedagem, espaços para eventos, restaurantes, comércio, roteiros e pontos turísticos etc).

CAMINHOS: Melhorias e adaptações em estruturas já existentes e observação das normas para novas construções.

PRAZO DE EXECUÇÃO: Longo.

DESAFIO: Instigar e desenvolver pensamento empreendedor turístico nos possíveis empreendedores e empresários locais.

JUSTIFICATIVA: Oportunidades de diversificação na oferta de produtos e serviços, tanto para exposição (locais para o turista conhecer a história local), como para comercialização (lojas de produtos produzidos no município), aumentando o tempo de permanência e o gasto médio dos turistas na cidade.

CAMINHOS: Viabilizar visitas a locais bem sucedidos, proporcionar conversas com empreendedores de sucesso no segmento turístico, e adaptar estes exemplos a nossa realidade, dialogar com o trade turístico e verificar as demandas existentes no mercado para melhor atender os turistas.

PRAZO DE EXECUÇÃO: Imediato e contínuo.

DESAFIO: Implantação de um transporte turístico atrativo para levar o visitante a diferentes locais da cidade.

JUSTIFICATIVA: Fazer com que o turista circule e conheça novos locais da cidade.

CAMINHOS: Maria Barbosa, veículo turístico com características de uma Maria Fumaça, através de concessão de uso.

PRAZO DE EXECUÇÃO: Médio.

DESAFIO: Melhorar os abrigos de embarque e desembarque de passageiros (paradas de ônibus e pontos de táxis).

JUSTIFICATIVA: Necessário melhorar a estrutura, deixando estes locais mais acolhedores, prezando pela segurança, conforto e limpeza, além de criar um padrão de identidade visual que remeta à identidade arquitetônica do município.

CAMINHOS: Investimentos em mobiliário urbano, com recursos próprios do município ou



viabilização de verbas federais através de convênios de repasse, e parcerias público-privadas.

PRAZO DE EXECUÇÃO: Longo.

DESAFIO: Eliminar os fios elétricos expostos, através do cabeamento subterrâneo nas ruas centrais e praça.

JUSTIFICATIVA: Deixar a paisagem urbana mais bonita, eliminando ou reduzindo a poluição visual.

CAMINHOS: Designar verbas para este fim, buscar recursos federais e parcerias público-privada.

PRAZO DE EXECUÇÃO: Longo.

DESAFIO: Padronizar calçadas da área central e praças com floreiras e luminárias.

JUSTIFICATIVA: Deixar o centro da cidade mais bonito e acolhedor.

CAMINHOS: Adequações no Plano Diretor, projeto de mobiliário urbano com recursos municipais, federais e privados.

PRAZO DE EXECUÇÃO: Longo.

DESAFIO: Diversificação de oferta de atividades, através do cicloturismo e implantação de estrutura necessária ao mesmo.

JUSTIFICATIVA: O cicloturismo é uma atividade que pode atrair muitos visitantes para o município, mas que necessita de algumas estruturas, como placas indicando a presença de ciclistas, ciclofaixas interligando as ciclovias já existentes, aluguel de bicicletas, pontos para lavar a bicicleta e calibrar os pneus em áreas estratégicas, entre outros equipamentos necessários para a prática do cicloturismo.

CAMINHOS: Captação de recursos públicos e parceria com as entidades ligadas ao ciclismo.

PRAZO DE EXECUÇÃO: Médio.

DESAFIO: Empreendimentos de fácil acesso.

JUSTIFICATIVA: O turismo rural, especialmente, pode apresentar dificuldades de acesso aos seus empreendimentos, dificultando a negociação do mesmo e/ou interferindo na satisfação do turista.

CAMINHOS: Estudar e planejar alternativas para que o acesso às propriedades rurais seja adequado, antes e durante o seu funcionamento.

PRAZO DE EXECUÇÃO: Médio e contínuo.

DESAFIO: Manter a preservação dos equipamentos turísticos.

JUSTIFICATIVA: Diante de alguns atos de vandalismo e da ação do próprio tempo, é preciso criar estratégias para que os equipamentos turísticos não sejam danificados ou para que sejam restaurados recuperados em prazo satisfatório.

CAMINHOS: Planejar a manutenção dos equipamentos, e a utilização adequada dos mesmos, e conscientizar a comunidade sobre a importância desses equipamentos e, e quanto ao desperdício do dinheiro público gerado para os reparos dos mobiliários urbanos danificados.

PRAZO DE EXECUÇÃO: Imediato e permanente.

DESAFIO: Disponibilização de sinais de telefonia móvel e internet no interior do município.

JUSTIFICATIVA: O crescente desenvolvimento da atividade turística nas comunidades do interior requer, tanto para os empreendimentos como também para o turista, disponibilidade de telefonia móvel e internet banda larga.

CAMINHOS: Mobilização das comunidades e de seus representantes junto às empresas prestadoras destes serviços de telefonia e internet.

PRAZO DE EXECUÇÃO: Longo.

5.2 FORMALIZAÇÃO E QUALIFICAÇÃO NO TURISMO

No Plano Municipal de Turismo de Carlos Barbosa/2008-2018, foi apontada a seguinte informação em relação à qualificação profissional (pág. 29): *“Pouca oferta de recursos humanos e baixa qualificação profissional no atendimento ao visitante”*.

Ao longo dos últimos anos, foram desenvolvidas ações de qualificação com segmentos específicos, como taxistas, monitores do estacionamento rotativo, atendentes da Casa do Artesanato, estabelecimentos de comércio e serviços, garçons, empreendedores rurais e participantes de roteiros turísticos. Também foi viabilizado um curso de qualificação específico para os artesãos locais, numa parceria entre a Fundação de Cultura e Arte com a Atuaserra. A colaboração de outras entidades também foi fundamental para as qualificações; entre os principais parceiros cita-se o Sindicato Empresarial de Gastronomia e Hotelaria – SEGH, Serviço Nacional de Aprendizagem Rural – SENAR, Sindicato dos Trabalhadores Rurais, EMATER, e Secretarias Municipais. Palestras também foram oferecidas para o trade turístico e para o público em geral, uma vez que a comunidade ainda precisa amadurecer diante quanto à percepção da importância do turismo e compreender os benefícios sociais, culturais e econômicos proporcionados pela atividade. Para tanto, gestores públicos apresentaram *cases* de sucessos, de municípios que são exemplos da exploração da atividade turística. Cientes da necessidade de despertar a educação turística, na “Semana Mundial do Turismo” a SMDTIC investe constantemente em ações pedagógicas com foco

na atividade turística.

Também, aderindo aos programas do Governo Federal, foram oferecidas vagas em qualificação modalidade à distância em cursos do Pronatec, do Programa Brasil Braços Abertos e do curso Gestor de Turismo.

A seguir o quadro das atuais condições:

S – FORÇAS <ul style="list-style-type: none">• Cursos de qualificação e treinamentos sendo oferecidos periodicamente.• Ações junto às escolas para tratar da importância do turismo.	W – FRAQUEZAS <ul style="list-style-type: none">• Existência de estabelecimentos sem a devida formalização exigida para a atividade.• Insuficiência de fiscalização do setor público sobre a prestação de serviços aos turistas.• Deficiência da conscientização sobre a importância do trabalho de segunda a segunda.• Pouco interesse em qualificação contínua, consequentemente baixa oferta de cursos de qualificação específicos para categorias.
O – OPORTUNIDADES <ul style="list-style-type: none">• Proximidade com universidades: UCS, UNIVATES, FISUL, FSG, CNEC, IFRS-BG, FTEC.• Parceria com segmentos representativos: SEGH.• Transporte universitário.• Proximidade e contato com municípios de sucesso turístico.	T – AMEAÇAS <ul style="list-style-type: none">• Cidades vizinhas podem absorver nossas demandas turísticas em função da falta de qualidade dos serviços prestados.• Descrédito da atividade turística perante a sociedade.

Seguem metas baseadas nos encontros segmentados e na audiência pública, com prazo:

DESAFIO: Incentivar a formalização de todos os estabelecimentos que atendem turistas.
JUSTIFICATIVA: A venda de produtos e a prestação de serviços dentro das normas legais preserva o empreendedor de possíveis infrações, inspira confiança e credibilidade por parte dos clientes e ainda gera divisas aos cofres públicos por meio de impostos.
CAMINHOS: Orientar, especialmente, através do setor de turismo da SMDTIC, os estabelecimentos e prestadores de serviços para que busquem a formalização de suas atividades.

PRAZO DE EXECUÇÃO: Imediato e contínuo.

DESAFIO: Aumentar a fiscalização do setor público nos locais de atendimento a turistas, e também nos serviços prestados a estes.

JUSTIFICATIVA: Garantir a legalização dos empreendimentos turísticos e a correta prestação de serviços de qualidade aos turistas.

CAMINHOS: Intensificar a fiscalização.

PRAZO DE EXECUÇÃO: Imediato e contínuo.

DESAFIO: Conscientizar o comércio e os serviços sobre a importância do trabalho em tempo integral, incluindo os finais de semana.

JUSTIFICATIVA: Para atender aos visitantes, é necessário que se tenha sempre estabelecimentos abertos, atendendo diariamente e também com horários estendidos. Entretanto, muitos empreendimentos relutam em abrir em dias e horários diferenciados.

CAMINHOS: Campanhas de divulgação e de treinamento para proprietários e colaboradores de estabelecimentos (comércio e serviços). Persistir com horários diferenciados até a consolidação desta cultura. Pesquisa de mercado local e com a concorrência (municípios vizinhos), a fim de demonstrar a demanda que está sendo desprezada.

PRAZO DE EXECUÇÃO: Curto e contínuo.

DESAFIO: Sucesso só é possível com trabalho e trabalho inclui qualificação contínua; oportunizar mais cursos de qualificação, palestras e treinamentos para categorias específicas.

JUSTIFICATIVA: Algumas categorias exigem uma abordagem diferenciada nos cursos, havendo assim a necessidade de, além das palestras que são abertas ao público em geral, também promover ações pontuais para um dado segmento, focando em suas especificidades.

CAMINHOS: Promoção, em parceria com outros órgãos, de cursos específicos, pesquisa de satisfação do cliente.

PRAZO DE EXECUÇÃO: Imediato e contínuo.

DESAFIO: Atender com qualidade a demanda turística evitando perdê-la para outros destinos.

JUSTIFICATIVA: Embora ainda pequena, a demanda turística existe e precisa ser de qualidade para que se expanda significativamente.

CAMINHOS: Projetos como “Cliente Oculto”, “Turismólogo em Ação”, parcerias entre Universidades, instituições de ensino e entidades, ouvir casos de sucesso.

PRAZO DE EXECUÇÃO: Imediato e contínuo.

DESAFIO: Fortalecer o entendimento da comunidade de que o turismo é rentável econômica e socialmente.

JUSTIFICATIVA: A comunidade local tem que acreditar no turismo da cidade, pois é o nosso melhor e mais confiável marketing.

CAMINHOS: Atividades junto às escolas, como são feitas na Semana Mundial do Turismo e na divulgação de eventos do município, campanhas de conscientização, palestras, investimento em marketing, criar proximidade com a imprensa e com os empresários locais.

PRAZO DE EXECUÇÃO: Imediato e contínuo.

INCENTIVO AO TURISMO SUSTENTÁVEL

As demandas apontadas no Plano Municipal de 2008-2018 eram as seguintes (pág. 30):

“Necessidade de aumento da proteção dos recursos turísticos locais.

Necessidade de incorporação de princípios de responsabilidade socioambiental para o desenvolvimento do turismo.

Necessidade de implantação de mecanismos de conservação dos locais de interesse turístico.”

De todas as linhas de atuação, esta é talvez a que mais necessite do apoio de outros órgãos e secretarias para sua execução. Isso por envolver as áreas ambientais, de patrimônio histórico e arquitetônico, industrial, de segurança, entre outros setores sociais.

Assim, constitui-se em um grande desafio, porém fundamental, a fim de garantir as condições necessárias para a continuidade da atratividade turística, além de manter o ambiente favorável para a população local.

Ressalta-se a importância de ações em parceria público-privada, como, por exemplo, a proposta de intervenção na Igreja de Santo Antônio (centenária), na localidade de Santo Antônio de Castro, em que recursos públicos já foram repassados à Associação do Roteiro L'Amore Di Colonia, visando a melhoria e a conservação da capela. A Igreja foi construída em 1916, pelos padres jesuítas. Possui interior totalmente decorado com pinturas sacras.

A seguir, o quadro das atuais condições e necessidades apresentadas:

S – FORÇAS	W – FRAQUEZAS
<ul style="list-style-type: none">• Produtos de qualidade reconhecida para venda aos turistas (agroindústrias locais);• Atrativos e roteiros que proporcionam	<ul style="list-style-type: none">• Necessidade de ajardinamento e paisagismo padronizado na cidade e nas estradas do interior.

<p>experiências que retratam com autenticidade aspectos culturais locais.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tombamento municipal do Prédio da Estação. • Preservação da cultura através dos eventos, como exemplo FestiQueijo. • Convênios com entidades culturais. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pouco estímulo à preservação das memórias e à valorização da cultura local. • Poucos empreendimentos que contemplam a cultura local. • Falta de efetivo policial para maior segurança.
<p>O – OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desenvolvimento de projetos de conscientização em escolas para esclarecimentos sobre a importância da conservação do patrimônio público e histórico, como o Eu Projeto Educação. • Proximidade com cidade que têm um turismo mais expressivo como Garibaldi, Bento Gonçalves, Gramado e Canela, modelos que podem servir de base. 	<p>T – AMEAÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vandalismo nos atrativos e principalmente em itens de equipamentos turísticos.

Seguem metas definidas nos encontros segmentados e audiência pública, com prazos:

DESAFIO: Melhorar o ajardinamento e o paisagismo nas praças da cidade e das estradas do interior.
JUSTIFICATIVA: Um lugar com jardins floridos e bem cuidados revela as belezas do município para turistas e para a comunidade local, proporcionando um ambiente agradável.
CAMINHOS: Ações constantes de ajardinamento nas praças, por parte do Poder Público Municipal, podendo haver parcerias com escolas e associações comunitárias. Também é importante a conscientização da população em geral, do comércio e demais estabelecimentos.
PRAZO DE EXECUÇÃO: Imediato e contínuo.

DESAFIO: Estimular a produção literária que registre e valorize aspectos locais, como história, cultura, formação étnica, paisagem natural, entre outros, e também mapas culturais que registrem aspectos comuns presentes no território do município.
JUSTIFICATIVA: Registrar e despertar nas pessoas o interesse em conhecer e vivenciar as experiências que representam nossa cultura, reforçando e valorizando a identidade cultural da comunidade barbosense.
CAMINHOS: Parceria com a Proarte, CONCULT, e órgãos estaduais e federais de incentivo à cultura.
PRAZO DE EXECUÇÃO: Longo e contínuo.

DESAFIO: Promover uma maneira de diminuir o vandalismo no centro da cidade.
JUSTIFICATIVA: Especialmente no período de realização de eventos, o centro da cidade costuma

receber decoração alusiva à data, porém a mesma passa a ser alvo de ações de depredação. É necessário que a população local passe a zelar pela preservação destes itens, que embelezam a cidade.

CAMINHOS: Campanhas de conscientização da população local, intensificação da vigilância por câmeras de monitoramento, por equipe especializada e legalmente constituída, como vigilantes, guardas, Brigada Militar e Polícia Civil.

PRAZO DE EXECUÇÃO: Curto e contínuo.

DESAFIO: Aumentar o efetivo policial da cidade.

JUSTIFICATIVA: Para evitar maiores índices de criminalidade e de vandalismo, que possam vir a causar prejuízos, inclusive, aos negócios turísticos, é preciso garantir a segurança.

CAMINHOS: Unir esforços de diversos segmentos para sensibilizar o Governo do Estado.

PRAZO DE EXECUÇÃO: Imediato.

MARKETING E APOIO À COMERCIALIZAÇÃO

Nesta linha de atuação se enquadram a maior parte dos apontamentos realizados em 2008.

Naquela oportunidade, foram ressaltados os seguintes (pág. 29):

“Carência em serviços e material de apoio ao visitante: carência na oferta permanente de serviços de informações turísticas, alimentação, compras e operação receptiva, além de material informativo. (...)

Falta de uma política comercial eficaz que ofereça produtos turísticos locais integrados.

Pouca integração com produtos turísticos regionais e baixa cooperação com outros municípios.

Pouca divulgação do destino e dos empreendimentos turísticos.

Baixa oferta de eventos com real capacidade de atração de visitantes.”

Sobre os itens implementados nos últimos dez anos, podem ser destacados os seguintes: desenvolvimento de folder do município, em duas ocasiões – o primeiro incluindo mapa turístico, e o segundo em forma de livreto.

Houve uma aproximação com guias e operadoras de turismo, com o credenciamento dos mesmos junto à secretaria, realizado através do site do FestiQueijo, conforme previsto, mas ainda carecendo de continuidade de ações.

Foram realizados diversos *fan tours* por iniciativa de roteiros turísticos e também por iniciativa da Secretaria de Turismo.

A participação regional foi intensa, através de projetos envolvendo outros municípios, como o roteiro 1ª Colônia da Imigração Italiana, Região Metropolitana da Serra Gaúcha, projeto de sinalização regional, entre outros – geralmente com iniciativa do órgão de instância regional, a Atuaserra. Para este, o município de Carlos Barbosa contribui financeiramente, através de convênio, e participa ativamente em reuniões, assembleias e também eventos em que há divulgação turística,

como o Festival de Turismo de Gramado/FESTURIS.

Foram desenvolvidos cartões-postais e três vídeos institucionais (um deles específico do FestiQueijo).

Foi desenvolvido o site específico do turismo, com acesso disponível desde dezembro de 2016.

Os eventos municipais têm sido divulgados regularmente no calendário de eventos do estado, e inclusive no calendário de eventos do Ministério do Turismo.

Houve a criação da marca turística do município, escolhida através de concurso público, e instituída oficialmente através da Lei Municipal nº 2.506/2010.

Devido à constante evolução da área, foram desenvolvidas ações diversas, as quais não constavam no Plano de 2008, mas que hoje fazem parte da rotina de divulgação da Secretaria de Desenvolvimento Turístico, Indústria e Comércio. Salientamos especialmente o trabalho de divulgação feito pela rede social digital *Facebook*, o qual tem um alcance considerável em suas publicações diárias e estimula a participação da população através do envio de fotos, Projeto #EuCurtoBarbosa, e de frases, Projeto #viajandopeloturismo, além de ser um canal de diálogo com a comunidade. Os projetos seguem um cronograma de postagens avaliado e planejado para se tornar mais eficiente no decorrer dos anos, sendo que intitulamos os dois projetos citados acima, como também iniciativas que ligam turismo e comunidade, turismo e eventos etc.

Em relação aos eventos, foram implementadas inúmeras melhorias a cada nova edição. Salienta-se a programação do Natal no Caminho das Estrelas, que atualmente eleva o evento a um dos melhores em sua categoria dentro do estado, e que inseriu possibilidades de maior envolvimento comunitário, como as Paradas de Natal (participação de escolas, entidades e público em geral), e de setores como o comércio (Feira de Natal, Festival dos Pinheirinhos) e serviços (Happy Hour).

Além disso, desde 2012, realiza-se a inscrição de projetos do município, como o FestiQueijo e o Natal no Caminho das Estrelas, nas leis de incentivo a cultura de nível estadual e federal, buscando mais recursos para a realização, qualificação e evolução dos mesmos.

S – FORÇAS	W – FRAQUEZAS
<ul style="list-style-type: none">Existência de eventos consolidados como o FestiQueijo e o Natal no Caminho das Estrelas.Profissional da área Marketing atuando na SMDTIC, bem como da área de Jornalismo e de Relações Públicas.	<ul style="list-style-type: none">Pouca exploração da marca Uva e Vinho nos materiais de divulgação local.Insuficiência na atualização de informações de empreendimentos locais no site do turismo.Falta de divulgação dos estabelecimentos locais no site do turismo.Falta de divulgação conjunta entre roteiros e meios de hospedagem junto as



operadoras de turismo e agências de viagens; esses meios são os propagadores e divulgadores do turismo no país e no mundo, uma parceria com esses canais é de fundamental importância para o desenvolvimento do Turismo em Carlos Barbosa, a exemplo de cidades vizinhas como Bento Gonçalves, Canela, Gramado.

- Carência de exploração e divulgação do destino turístico de Carlos Barbosa, como turismo de negócios e de eventos específicos.
- Falta de divulgação de Carlos Barbosa como destino para o turismo de negócios e de eventos específicos.
- Falta de mobilização da população local para esclarecimentos dos benefícios da atividade turística.
- Pouca divulgação de Carlos Barbosa como destino turístico.
- Falta de mapas de localização de atrativos em locais como paradas de ônibus e de táxis e outros locais de maior fluxo de visitantes.
- Falta de mapa gastronômico e turístico atualizado impresso e/ou digital.
- Falta de envolvimento e conhecimento dos empreendedores e prestadores de serviços locais, em campanhas e eventos do município.
- Baixa participação em feiras do setor de turismo.
- Pouca exploração de diferenciais que podem atrair o turista.
- Falta de estratégias para aumentar as vendas aos turistas, como por exemplo o pagamento de comissão para os guias.
- Falta de eventos de diferentes modalidades para atração de público em determinados períodos realizadas pelo setor privado.
- Falta de parcerias entre os diversos setores para oferecer serviços ao turista em dias de eventos.
- Falta de exploração, entendimento e investimento em mídias digitais para divulgação de maior alcance aos empreendedores locais.
- Falta de produção audiovisual sobre o município (documentários que registrem

	e divulguem os potenciais).
<p>O – OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Criação de uma mascote que represente Carlos Barbosa. • Readequação da identidade visual para divulgação do Destino Barbosa. • Desenvolvimento de Plano de Mídia para veiculação da divulgação dos eventos e atrativos do município; • Viabilizar a divulgação do Destino através da mídia espontânea (releases publicitários e institucionais) em sites, blogs, jornais, rádios e demais canais de comunicação. • Criação de roteiros turísticos rurais. • Apoio de empresas e associação esportiva reconhecidas nacionalmente e internacionalmente. • Relacionamento sustentável com mídias locais (jornal e rádio). • Alcance de reconhecimento já nacional através do FestiQueijo. • Buscar referências em outra região a nível nacional para reestruturação do roteiro “Via do Leite e do Queijo”. 	<p>T – AMEAÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de um mapa gastronômico do município. • Falta de comercialização / negociação / vendas dos produtos turísticos locais. • Roteiros da região são mais indicados pelos munícipes do que os próprios roteiros da cidade. • Ausência de parceria de propaganda institucional da marca Carlos Barbosa com o Governo Estadual e Federal. • Falta de propaganda institucional e comercial da cidade de Carlos Barbosa na TV.

Seguem metas definidas nos encontros segmentados e audiência pública, com prazos.

DESAFIO: Aumentar a utilização do nome Região Uva e Vinho em benefício do município.
JUSTIFICATIVA: aproveitar a motivação que traz turistas de todo o do Brasil para a região, ofertando os produtos que complementam a uva e o vinho, como os queijos, a paisagem, a cultura, entre outros atrativos, aproveitando e capitalizando o fluxo destes visitantes também para Carlos Barbosa.
CAMINHOS: Reestruturação dos roteiros turísticos rurais. Apoio a empresas e associações esportivas reconhecidas nacionalmente e internacionalmente. Relacionamento sustentável com mídias locais (jornal e rádio). Utilização da mídia do FestiQueijo, que possui um alcance, credibilidade e reconhecimento nacional. Buscar referências para reestruturação e colocar em operação o roteiro “Via do Leite e do Queijo”.estabelecer contatos, com o objetivo de buscar parcerias, com operadoras, agências e receptivos
PRAZO DE EXECUÇÃO: Imediato.

DESAFIO: Aumentar a divulgação dos estabelecimentos locais no site do Turismo Carlos Barbosa.
JUSTIFICATIVA: O site do turismo deve oportunizar condições para os estabelecimentos barbosenses criarem uma espécie de cadastro, que permita aos mesmos atualizar informações de

divulgação de seus produtos e serviços.

CAMINHOS: Essa fiscalização na atualização de informações e cadastramento destes empreendedores deve ser feito pelo setor de turismo, indústria e comércio da SMDTIC.

PRAZO DE EXECUÇÃO: Médio e contínuo.

DESAFIO: Realizar a divulgação em conjunto dos roteiros turísticos com os meios de hospedagem.

JUSTIFICATIVA: A divulgação de forma conjunta oferece a oportunidade do turista fazer as visitas durante o dia e pernoitar na cidade para, no dia seguinte, visitar mais atrativos, movimentando assim a economia local.

CAMINHOS: Fortalecer a divulgação junto a operadoras e agências de viagens, aquelas que já se fazem presente na cidade para visita da Tramontina e Maria Fumaça. Este contato deverá ser feito pelos empreendedores dos roteiros turísticos, mas tendo assessoria do poder público.

PRAZO DE EXECUÇÃO: Imediato.

DESAFIO: Aumentar a divulgação de Carlos Barbosa como destino para o turismo de negócios e de eventos.

JUSTIFICATIVA: Atrair público em períodos de baixa temporada, a fim de movimentar o setor de hospedagens e de gastronomia, além de toda a cadeia produtiva local.

CAMINHOS: Direcionar a divulgação de Carlos Barbosa e seus meios de hospedagem para associações, sindicatos e entidades profissionais.

PRAZO DE EXECUÇÃO: Médio.

DESAFIO: Criar campanhas de esclarecimento para a população local sobre a importância do turismo e da preservação da cultura.

JUSTIFICATIVA: Conscientizar a população sobre os benefícios (econômicos, culturais e sociais) gerados pela atividade turística, e sobre a necessidade de preservação da cultura local como atrativo (patrimônio imaterial).

CAMINHOS: Campanhas nas escolas como a implantação de disciplinas ou trabalhos com o tema “turismo” e fortalecer o contato com o barbosense.

PRAZO DE EXECUÇÃO: Imediato e contínuo.

DESAFIO: Aumentar a divulgação de Carlos Barbosa como destino turístico.

JUSTIFICATIVA: Criar uma identidade para o turismo, fazendo com que o nome Carlos Barbosa associe qualidade, gastronomia, cultura e opções de compras.

CAMINHOS: Utilização de ferramentas modernas e práticas, como aplicativos, redes sociais, entre outras. Campanhas voltadas às escolas e comunidade local de valorização da identidade cultural e suas manifestações tradicionais (etnias formadoras da população). Participar de Feiras e Festivais de Turismo.

PRAZO DE EXECUÇÃO: Imediato.

DESAFIO: Colocação de mapas de localização de atrativos junto aos abrigos de embarque / desembarque de ônibus e táxis entre outros pontos de maior fluxo de visitantes.

JUSTIFICATIVA: É uma forma de divulgação de atrativos, além de situar o visitante em relação a distâncias e acessos.

CAMINHOS: Elaboração de mapas atrativos, como totem interativos, e a instalação dos mesmos nos pontos turísticos da cidade e abrigos de embarque e desembarque de passageiros – podendo ocorrer em parceria do município com empresas e / ou entidades privadas.

PRAZO DE EXECUÇÃO: Médio.

DESAFIO: Aumentar o envolvimento e conhecimento dos empreendedores e prestadores de serviços locais em campanhas, ações e eventos do município.

JUSTIFICATIVA: Estimular a participação dos mesmos como agentes divulgadores e facilitadores para a chegada dos visitantes ao município.

CAMINHOS: Valorizar a importância de seu trabalho e estabelecer ações que possam estimular o envolvimento, como, por exemplo, sorteios de ingressos, planos de descontos, comissionamento e outras ações comerciais.

PRAZO DE EXECUÇÃO: Imediato e contínuo.

DESAFIO: Aumentar a participação em feiras do setor de turismo.

JUSTIFICATIVA: As feiras específicas do setor turístico são um meio de atingir diretamente as operadoras, viabilizando a venda dos produtos turísticos locais.

CAMINHOS: Participação da Secretaria de Desenvolvimento Turístico, com o apoio do COMTUR e do empresariado local.

PRAZO DE EXECUÇÃO: Imediato.

DESAFIO: Aumentar a exploração de diferenciais que podem atrair o turista, como, por exemplo, o esporte.

JUSTIFICATIVA: Atrações diferenciadas têm o poder de atrair um público diferenciado que busca



conhecer novos atrativos, culinária típica e produtos identitários.

CAMINHOS: Deve-se fazer uma pesquisa de mercado com o enfoque turístico e avaliar atividades/produtos/serviços que nosso município é capaz de adotar. Buscar parcerias com entidades esportivas diversas. Sedar eventos como cicloturismo, maratonas, festivais de: música, culinária típica, mostras e eventos.

PRAZO DE EXECUÇÃO: Médio.

DESAFIO: Promover maior união entre o comércio, a fim de criar estratégias para aumentar as vendas aos turistas, como, por exemplo, o pagamento de comissão para os guias.

JUSTIFICATIVA: Aumentar as vendas de produtos aos turistas, aumentando a geração de divisas para Carlos Barbosa.

CAMINHOS: Esclarecimentos aos comerciantes, por parte da Secretaria de Desenvolvimento Turístico, Indústria e Comércio, com o apoio do COMTUR e entidades comerciais.

PRAZO DE EXECUÇÃO: Médio.

DESAFIO: Criar eventos constantes para atração de público, podendo explorar novos segmentos, estimulando também o aumento do tempo de permanência do turista.

JUSTIFICATIVA: atrair o fluxo turístico em períodos de baixa temporada, através de eventos que gerem a atração de turistas e possibilitem maior tempo de permanência dos visitantes em Carlos Barbosa.

CAMINHOS: Intensificar a divulgação fora do município de eventos mesmo de porte pequeno mas que tenham foco em compras, esportes, religiosidade ou eventos que exijam a permanência do visitante por mais um dia.

PRAZO DE EXECUÇÃO: Médio.

DESAFIO: Aumentar as parcerias entre os diversos setores para oferecer serviços ao turista em dias de eventos.

JUSTIFICATIVA: Em dias de eventos diversos, como, por exemplo, jogos esportivos, há necessidade de serviços como restaurantes, lojas, postos de combustíveis, entre outros, estarem em funcionamento. É necessário um trabalho conjunto entre os diversos envolvidos, a fim de que os serviços estejam disponíveis ao visitante, e deve se promover parcerias para que este atendimento ocorra de forma profissional e com qualidade.

CAMINHOS: estabelecer contato com os segmentos ligados ao turismo que tem como finalidade a satisfação das necessidades dos turistas e ou visitantes e fortalecendo parcerias. É necessário um trabalho conjunto entre os diversos envolvidos, poder público através de palestras e cursos de

qualificação, e o empreendedor através do interesse na qualificação e no entendimento de parcerias a fim de que os serviços estejam disponíveis ao visitante.

PRAZO DE EXECUÇÃO: Imediato.

DESAFIO: Aumentar a utilização de meios digitais para divulgação de maior alcance.

JUSTIFICATIVA: Atualmente, grande parte da população busca informações sobre destinos de viagem através da internet, utilizando buscadores, aplicativos, entre outros. É preciso inserir os atrativos nestas ferramentas.

CAMINHOS: Realização de cursos e treinamentos para o trade local, esclarecendo e estimulando a utilização. Inserir maior investimento em redes sociais digitais em forma de impulsionamento de publicações, anúncios, Google Adwords pelo setor público e privado.

PRAZO DE EXECUÇÃO: Médio.

DESAFIO: Estimular maior produção audiovisual sobre o município (documentários, vídeos e fotografias).

JUSTIFICATIVA: Registrar e divulgar os potenciais turísticos de Carlos Barbosa.

CAMINHOS: Contratação de serviços profissionais para registrar os eventos, captação de produções cinematográficas, formatação de projetos de captação de recursos incentivados, vídeos publicitários e institucionais sobre os eventos e atrativos do município.

PRAZO DE EXECUÇÃO: Médio.

DESAFIO: Criar um mapa gastronômico do município

JUSTIFICATIVA: Facilitar a divulgação da culinária local, dos estabelecimentos gastronômicos e o deslocamento do turista até os mesmos, fazendo com que mais visitantes façam suas refeições no município.

CAMINHOS: Criação de mapa gastronômico e turístico do município impresso e digital, sendo ele através de aplicativo próprio do município, onde pode ser inserido eventos e outras finalidades. Investir com a inserção de ícones de localização em aplicativos de localização. Parceria entre estabelecimentos gastronômicos, Sindicato Empresarial da Gastronomia e Hotelaria, Prefeitura Municipal, setor público e privado, e firmar parceria com aplicativos gastronômicos.

PRAZO DE EXECUÇÃO: Médio.

DESAFIO: Efetuar a comercialização / negociação / vendas dos produtos turísticos locais.

JUSTIFICATIVA: Além da divulgação, é necessário concretizar as vendas, especialmente junto às



operadoras e agências turísticas.

CAMINHOS: Setor responsável da SMDTIC pelo Turismo, através do corpo técnico, orientar novos empreendedores e ofertar assessoria técnica aos que apresentam dificuldades.

PRAZO DE EXECUÇÃO: Imediato.

DESAFIO: Intensificar a divulgação interna dos roteiros barbosenses.

JUSTIFICATIVA: Percebe-se que os roteiros da região são, ainda, mais indicados pelos barbosenses do que os roteiros deste município.

CAMINHOS: Intensificar divulgação, *Fan tour* para entidades municipais, promoções para barbosenses, participação dos roteiros em todos os eventos do Município, visitação aos estabelecimentos pelos roteiros turísticos, totem com material gráfico (porta-folder) padronizado para o comércio e estabelecimentos turísticos.

PRAZO DE EXECUÇÃO: Imediato e permanente.

DESAFIO: Investir em propaganda institucional da marca Carlos Barbosa junto ao Governo do Estado e à União.

JUSTIFICATIVA: Há uma carência da marca Carlos Barbosa em propagandas realizadas pelo Governo do Estado e à União, tanto em mídia paga como orgânica.

CAMINHOS: Fazer o cadastro do município regularmente no calendário de eventos do Estado e União, investir na propaganda realizada na TV.

PRAZO DE EXECUÇÃO: Longo.

6. MONITORAMENTO DAS AÇÕES

A aprovação do presente Plano Municipal de Turismo é apenas o primeiro passo para a efetivação das Políticas Públicas de Turismo do município. Todavia, o caminho à ser trilhado durante os dez anos seguintes é longo, e requer a participação e o envolvimento de diferentes atores locais, entre eles o poder público, a comunidade e a iniciativa privada.

Um novo e importante ator de processo - que deverá promover a implantação do Plano, além de monitorar suas ações e resultados - é o Conselho Municipal de Turismo – COMTUR. O colegiado que passou recentemente por reestruturação, possui em suas atribuições revisar, atualizar e estabelecer prioridades a serem implementadas no âmbito turístico no município de Carlos Barbosa. Assim, por ser uma instância que reúne representantes de segmentos e áreas diretamente ligadas ao turismo, tem plenas condições de avaliar periodicamente quais as necessidades mais relevantes para um dado espaço de tempo, oferecendo um enfoque mais direcionado de esforços para satisfação das metas e o atingimento dos objetivos. Entende-se que as ações devam ser revisadas anualmente, a fim de que o plano possa manter-se alinhado às reais necessidades que surgirem com o passar do tempo no decorrer do tempo, cumprindo assim seu papel de norteador das ações do setor turístico.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Foram inúmeras as contribuições recebidas durante as reuniões de segmentos, sendo que muitas delas eram comuns para diferentes áreas. Nestes casos, as mesmas foram compiladas e agregadas, a fim de contemplar um leque maior de possibilidades.

Salientamos que o Conselho Municipal de Turismo terá uma contribuição fundamental para a implantação dos desafios propostos neste Plano, uma vez que no COMTUR estão reunidos representantes dos diversos segmentos envolvidos no turismo. Assim, cada um dos conselheiros deverá ter uma importante tarefa no diálogo entre o setor que representa e o poder público, visto que o turismo é uma atividade dinâmica, em constante evolução, e que deverá apresentar novas necessidades de forma contínua, tornando-se imprescindível a atualização destas demandas em prol do desenvolvimento turístico do município.

Assim, a Administração Municipal pretende, desde já, manter um canal aberto com a comunidade, ouvindo suas demandas e contando com sua colaboração, visando alcançar o êxito nas atividades propostas para o turismo dos próximos dez anos. O COMTUR é, desde sua reativação recém-ocorrida, o responsável pelo diálogo com a comunidade local e o trade turístico - que serão os maiores beneficiários do progresso econômico, social e sustentável promovido pela atividade turística no município de Carlos Barbosa.

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. **Lei Federal nº 11.771, de 17 de setembro de 2008.** Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/111771.htm>. Acesso em: 19 maio 2018.

BRASIL. **Plano Nacional de Turismo 2018-2022: mais emprego e renda para o Brasil.** Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/images/mtur-pnt-web2.pdf>>. Acesso em: 07 agosto 2018.

DEMARI, Eliseu. **Jornal Contexto.** Carlos Barbosa/RS. Edição 1586, de 03 fev. 2018. Caderno impressões, pág. 03.

FACCHINI, Ricardo. **Jornal Contexto.** Carlos Barbosa/RS. Edição 1584, de 20 jan. 2018. Caderno geral, pág. 08.

MUNICÍPIO DE CARLOS BARBOSA. **Lei Municipal nº 1562, de 01 de outubro de 2002.** Disponível em: <<https://leismunicipais.com.br/a/rs/c/carlos-barbosa/lei-ordinaria/2002/157/1562/lei-ordinaria-n-1562-2002-autoriza-o-poder-executivo-a-conceder-estimulos-para-a-instalacao-de-empresas-no-municipio-e-da-outras-providencias?q=1562%2F2002>>. Acesso em: 13 agosto 2018.

MUNICÍPIO DE CARLOS BARBOSA. **Lei Municipal nº 2181, de 16 de dezembro de 2008.** Disponível em: <<https://leismunicipais.com.br/a/rs/c/carlos-barbosa/lei-ordinaria/2008/219/2181/lei-ordinaria-n-2181-2008-adota-plano-municipal-de-turismo-de-carlos-barbosa-2008-2018?q=2181>>. Acesso em: 19 maio 2018.

MUNICÍPIO DE CARLOS BARBOSA. **Lei Municipal nº 2506, de 27 de outubro de 2010.** Disponível em: <<https://leismunicipais.com.br/a/rs/c/carlos-barbosa/lei-ordinaria/2010/251/2506/lei-ordinaria-n-2506-2010-cria-e-oficializa-a-marca-do-municipio-de-carlos-barbosa-e-da-outras-providencias?q=2506>>. Acesso em: 15 agosto 2018.

MUNICÍPIO DE CARLOS BARBOSA. **Lei Municipal nº 3154, de 30 de março de 2015.** Disponível em: <<https://leismunicipais.com.br/a/rs/c/carlos-barbosa/lei-ordinaria/2015/316/3154/lei-ordinaria-n-3154-2015-institui-o-plano-de-estimulo-ao-desenvolvimento-agropecuário-no-municipio-de-carlos-barbosa-e-da-outras-providencias?q=3154>>. Acesso em: 13 agosto 2018.

MUNICÍPIO DE CARLOS BARBOSA. **Lei Municipal nº 3347, de 14 de dezembro de 2016.** Disponível em: <<https://leismunicipais.com.br/a/rs/c/carlos-barbosa/lei-ordinaria/2016/334/3347/lei-ordinaria-n-3347-2016-altera-estrutura-organizacional-da-administracao-direta-do-municipio-de-carlos-barbosa-constante-na-lei-municipal-n-2870-de-09-de-abril-de-2013-cria-extingue-e-altera-cargos-em-comissao-cc-e-funcoes-gratificadas-fg-cria-cargo-de-procurador-na-lei-municipal-n-685-de-26-de-junho-de-1990-e-da-outras-providencias>>. Acesso em: 22 maio 2018.

MUNICÍPIO DE CARLOS BARBOSA. **Lei Municipal nº 3548, de 12 de julho de 2018.** Disponível em: <<https://leismunicipais.com.br/a/rs/c/carlos-barbosa/lei-ordinaria/2018/355/3548/lei-ordinaria-n-3548-2018-reestrutura-o-conselho-municipal-de-turismo-comtur-e-da-outras-providencias?q=3548>>. Acesso em: 25 jul. 2018.

MUNICÍPIO DE CARLOS BARBOSA. **Lei Orgânica do município de Carlos Barbosa, de 02 de abril de 1990.** Disponível em: <<https://leismunicipais.com.br/lei-organica-carlos-barbosa-rs>>. Acesso em: 25 jul. 2018.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **IBGE Cidades – Carlos Barbosa: panorama.** Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/carlos-barbosa/panorama>>. Acesso em: 22 maio 2018.

FUNDAÇÃO DE ECONOMIA E ESTATÍSTICA DO RIO GRANDE DO SUL. **Idese – Série histórica nova metodologia.** Disponível em: <<https://www.fee.rs.gov.br/indicadores/indice-de-desenvolvimento-socioeconomico/serie-historica-nova-metodologia/?ano=2015&letra=A&ordem=idese>>. Acesso em: 22 maio 2018.

SER, Desenvolvimento Humano e Empresarial, **Pesquisa de Opinião Pública 29º FestiQueijo no município de Carlos Barbosa - RS.** Concórdia - SC, 2018.

SER, Desenvolvimento Humano e Empresarial, **Pesquisa de Opinião Pública acerca do comércio do Município de Carlos Barbosa - RS.** Concórdia - SC, 2018.

