

PLANO MUNICIPAL DE TURISMO



PATRIMÔNIO CULTURAL
BRASILEIRO



PELOTAS, RIO GRANDE DO SUL, BRASIL | 2020-2024

FOTOS DE CAPA: RODRIGO CHAGAS

cidade
de **pelotas**



PATRIMÔNIO CULTURAL
BRASILEIRO

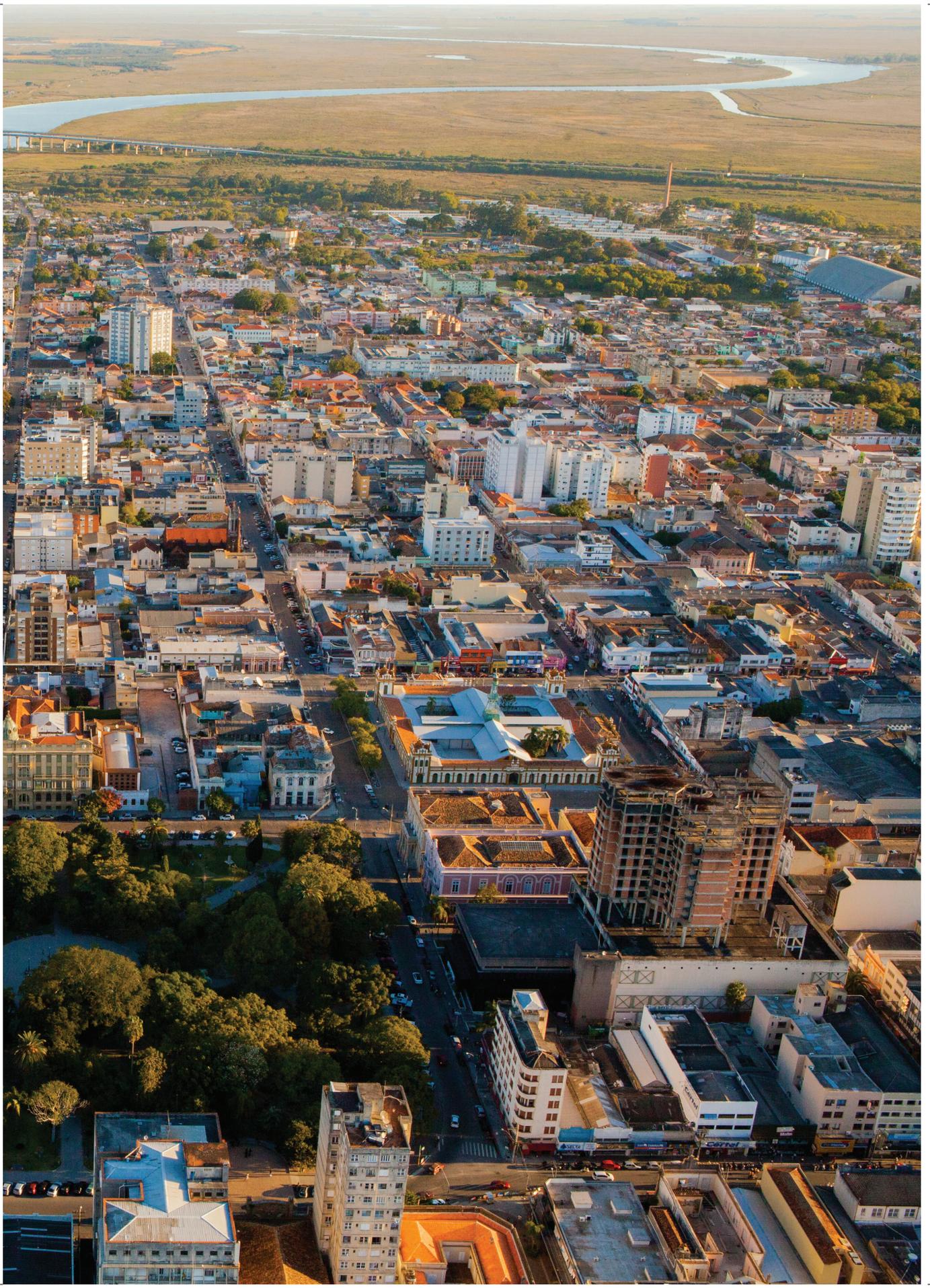


PLANO MUNICIPAL DE TURISMO

PELOTAS, RIO GRANDE DO SUL, BRASIL | 2020-2024



FOTO: FELIPE FREITAS



FICHA TÉCNICA

PREFEITURA MUNICIPAL DE PELOTAS

PAULA SCHILD MASCARENHAS

Prefeita de Pelotas

IDEMAR BARZ

Vice-Prefeito de Pelotas

GILMAR TADEU BAZANELLA

Secretário de Desenvolvimento, Turismo e Inovação

LIZANDRA MÁRCIA CARDOSO

Diretora de Turismo

CAMILE BILHARVA LOPES

DENISE DA SILVA HERES

LEONARDO FERREIRA RESENDE

LILIANE DA CRUZ CALDAS

MARIANA LOPES VEIGA

Equipe técnica

ANDRÉIA SKUPIEN BIANCHINI

INARA DE OLIVEIRA DA LUZ

LARA OLIVEIRA

NATHALIA FABIANE DA CRUZ LEAL

Estagiários colaboradores

SEBRAE RS

AMANDA BONOTTO HOFFMAN PAIM

CIRO VIVES

JUSSARA CRUZ ARGOD

FLÁVIA BEATRIZ MARQUES GROSS

Equipe Técnica

TUR^o MS. IVANE MARIA REMUS FÁVERO

Consultoria Técnica

LISTA DE SIGLAS

ABRASEL	<i>Associação Brasileira Bares e Restaurantes</i>
AZONASUL	<i>Associação dos Municípios da Zona Sul</i>
CAT	<i>Centro de Atenção ao Turista</i>
CDL	<i>Câmara de Dirigentes Lojistas de Pelotas</i>
COMTUR	<i>Conselho Municipal de Turismo</i>
COREDE-SUL	<i>Conselho Regional de Desenvolvimento da Região Sul</i>
ETERPEL	<i>Empresa Municipal do Terminal Rodoviário de Pelotas</i>
FEE	<i>Fundação de Economia e Estatística</i>
IBGE	<i>Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística</i>
MERCOSUL	<i>Mercado Comum do Sul</i>
PC&V	<i>Pelotas Convention & Visitors Bureau</i>
PMT	<i>Plano Municipal do Turismo de Pelotas</i>
PNUD	<i>Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento</i>
SANEP	<i>Serviço Autônomo de Abastecimento de Água de Pelotas</i>
SDET	<i>Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Turismo</i>
SDR	<i>Secretaria Municipal de Desenvolvimento Rural</i>
SEBRAE	<i>Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas</i>
SECULT	<i>Secretaria Municipal de Cultura</i>
SEDACTEL	<i>Secretaria de Estado da Cultura, Turismo, Esporte e Lazer</i>
SGCMU	<i>Secretaria de Gestão da Cidade e Mobilidade Urbana</i>
SHBRS	<i>Sindicato dos Hotéis, Bares, Restaurantes e Similares de Pelotas</i>
SMU	<i>Secretaria Municipal de Urbanismo</i>
SQA	<i>Secretaria Municipal Qualidade Ambiental</i>
SSUI	<i>Secretaria de Serviços Urbanos e Infraestrutura</i>
STT	<i>Secretaria Municipal de Transporte e Trânsito</i>
UCPEL	<i>Universidade Católica de Pelotas</i>
UFPEL	<i>Universidade Federal de Pelotas</i>
SEPLAG	<i>Secretaria de Planejamento e Gestão</i>



FOTO: GUSTAVO MANSUR



PALAVRA DA PREFEITA

Ninguém desconhece a importância do Turismo como dado civilizatório, capaz de estimular as interações socioculturais, ampliar os horizontes do conhecimento e das experiências humanas e constituir-se em respeitável componente de natureza econômica, gerando emprego e renda.

Pelotas pode ser considerada uma cidade abençoada em suas potencialidades turísticas. Cabe a todos nós - ao Poder Público e à iniciativa privada - trabalharmos para estimular e difundir o que temos de melhor.

Em tal sentido, o Plano Municipal de Turismo constitui-se em um instrumento da maior relevância, na medida em que enuncia e sistematiza iniciativas e permite um planejamento de ações que integre todos os segmentos envolvidos.

Sabemos que quanto mais diversificadas são as potencialidades turísticas de uma cidade ou região, mais desafiador é articulá-las em torno de objetivos comuns. Em Pelotas, temos o patrimônio histórico, o turismo rural, náutico e de eventos - com destaque para a Fenadoce -, as iniciativas promovidas por nossas Universidades, enfim, uma constelação de possibilidades para todos os gostos, durante o ano inteiro. E é tal diversidade que torna ainda mais importante e indispensável a existência de um Plano Municipal de Turismo.

PAULA SCHILD MASCARENHAS

Prefeita de Pelotas



FOTO: RAFA MARIN



PALAVRA DO SECRETÁRIO

A Secretaria de Desenvolvimento, Turismo e Inovação trabalha intensamente no fomento, na integração, na captação de investimentos e participação do setor privado, além de avançar na regulamentação e no monitoramento dos atores desta engrenagem tão motivadora e frutífera. Não só Pelotas, mas os municípios da Costa Doce têm despertado para esta realidade, e percebem que, como destino indutor que somos, há a necessidade de ampliar a união dos esforços.

Com o título de Patrimônio Cultural Brasileiro recebido em 2018, Pelotas assume uma responsabilidade ainda maior na salvaguarda de seus bens, assim como no desafio de tornar cada vez mais dinâmico este patrimônio. E nada melhor que o turismo para unir estes objetivos!

Muito ainda temos por conquistar e amadurecer, mas muitos passos sólidos já foram dados nesses últimos anos, pois as ações foram pautadas entre poder público e Conselho Municipal de Turismo, através da construção do Plano Municipal de Turismo, que se debruçou em cada uma das propostas, buscando soluções e alternativas para o desenvolvimento turístico local.

O turismo é uma das ferramentas mais importantes do qual temos que nos apropriar cada vez mais para alavancar o desenvolvimento econômico da nossa cidade. É uma realidade que está à porta e deve ser estimulada por meio de ações do poder público e da iniciativa privada, gerando trabalho, renda e desenvolvimento econômico, social, ambiental e cultural de Pelotas.

GILMAR TADEU BAZANELLA

Secretário de Desenvolvimento, Turismo e Inovação



FOTO: MICHEL CORVELLO



PALAVRA DO **SEBRAE**

O que é o Turismo senão uma experiência? O que é o Turismo senão viver uma emoção? O que é o Turismo se não poder compartilhar de momentos especiais em lugares especiais? E experiências, emoções e lugares especiais é o que a Costa Doce do RS possui de melhor. É nisso que o SEBRAE acredita e, por isso, tem investido continuamente seu conhecimento no desenvolvimento do potencial desta região.

Pensar o Turismo é, sim, pensar em desenvolvimento. É entender que a beleza natural e histórica de uma região e todos os seus atrativos se tornam parte de algo maior. É buscar o estímulo ao crescimento sustentável, algo que aqui se possui de sobra com as lagoas, as reservas naturais, a gastronomia, a cultura e a história.

Mas, ainda há muito a ser feito. Há um desafio a ser superado que, somente com a união e colaboração de todos, pode ser alcançado: o desafio de ampliar a visibilidade, a estrutura e a melhoria das condições para o pleno estado de desenvolvimento turístico. E este é o propósito desta construção, este é o objetivo que nos faz acreditar que vamos seguir em frente e fazer desta região a melhor para se conhecer, a melhor para se viver.

CIRO VIVES

Gerência Regional Sul SEBRAE- Pelotas

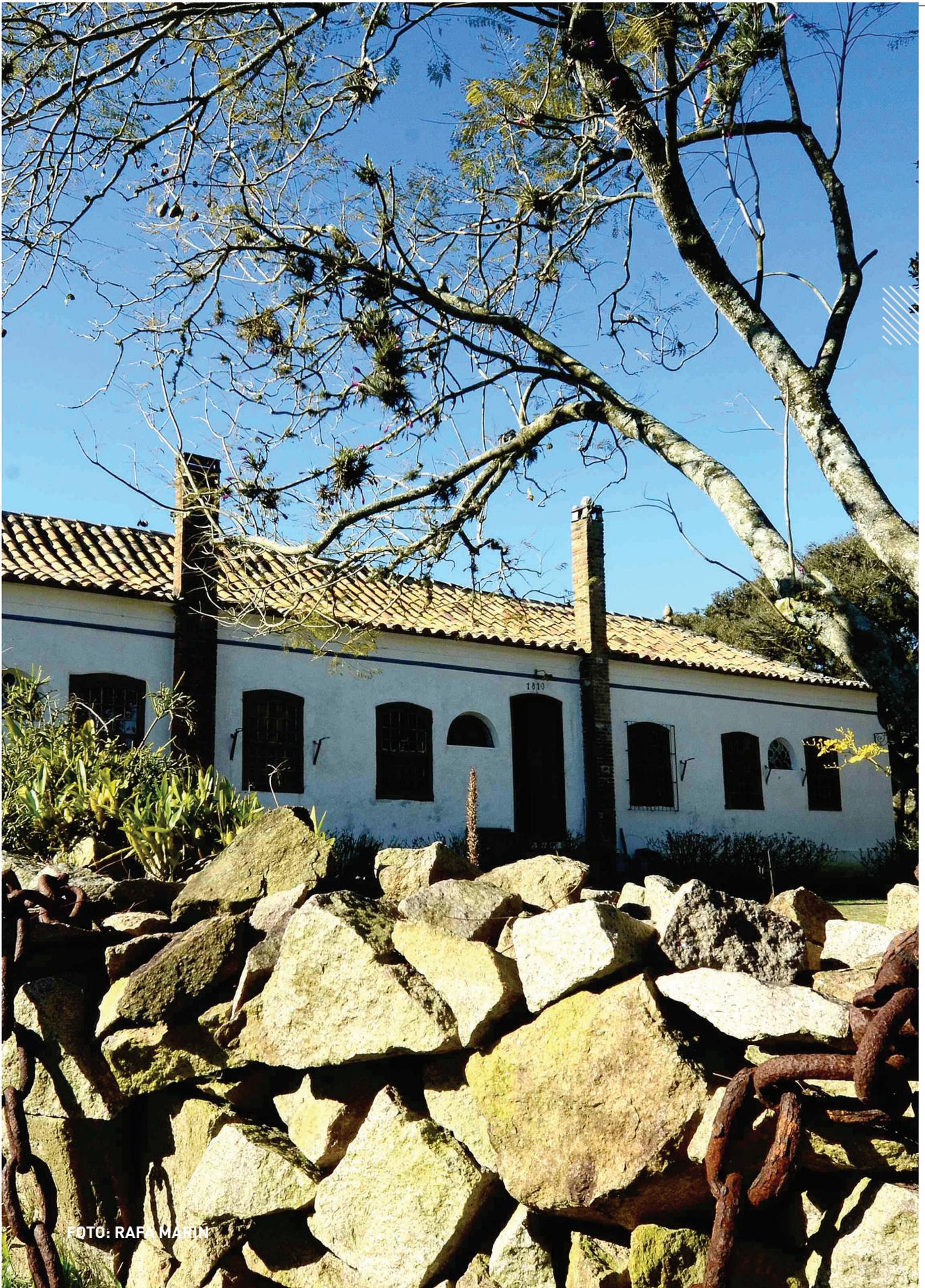


FOTO: RAFA MARIN



SUMÁRIO

	APRESENTAÇÃO DA METODOLOGIA	17
1.	APRESENTAÇÃO DO TERRITÓRIO	21
	<i>1.1 Síntese Histórica</i>	
	<i>1.2 Localização Geográfica</i>	
	<i>1.3 Dados Gerais</i>	
	<i>1.4 Economia Local</i>	
	<i>1.5 Gestão Pública</i>	
2.	DIAGNÓSTICO	27
	<i>2.1 Identidade do Território</i>	
	<i>2.1.1 Posicionamento de Pelotas na Costa Doce Gaúcha</i>	
	<i>2.1.2 Certificação de Patrimônio Cultural Brasileiro</i>	
	<i>2.2 Características da Oferta</i>	
	<i>2.2.1 Eixos Temáticos</i>	
	<i>2.2.2 Análise de Atrativos</i>	
	<i>2.2.3 Infraestrutura Turística</i>	
	<i>2.2.4 Síntese da Promoção</i>	
	<i>2.3 Características da Demanda</i>	
	<i>2.4 Matriz SWOT</i>	
	<i>2.5 Visão</i>	
	<i>2.6 Projeções Futuras</i>	
3.	PLANO DE AÇÕES	59
4.	Considerações finais	67
5.	Referências	69



FOTO: TIAGO BASTOS

APRESENTAÇÃO DA METODOLOGIA

O presente documento é um compilado de diferentes trabalhos realizados em prol do desenvolvimento de ferramentas de gestão turística no município gaúcho de Pelotas, localizado na Região Sul do Brasil.

A partir do lançamento do Plano Municipal de Turismo para o período de 2017 a 2024, um grande esforço foi despendido na execução do planejamento proposto, buscando-se soluções para cada uma das questões elencadas, independente de suas nuances, dificuldades e desafios. Muitas ações foram executadas enquanto outras requerem um desenvolvimento contínuo. Apesar do avanço registrado nos primeiros dois anos de trabalho por meio da atuação de gestores públicos, Conselho Municipal de Turismo, empresários locais, comunidade e demais envolvidos, sentiu-se a necessidade de reavaliar o documento, realinhar as ações e elencar os novos desafios.

Foi assim que no ano de 2018 iniciou-se uma nova análise turística territorial junto ao Instituto de Pesquisa de Mercado da Unisinos, coordenado pelo Prof. Dr. Marcelo Jacques Fonseca e pelo Prof. Dr. Guilherme Trez. O estudo foi realizado através de visitas ao município, entrevistas dirigidas às pessoas que contribuem com o desenvolvimento do turismo (direta e indiretamente), aos profissionais e empreendedores da área, além de executar visitas aos empreendimentos e atrativos locais, com o objetivo de identificar oportunidades para o desenvolvimento do turismo em Pelotas e na região turística da Costa Doce Gaúcha.

No ano de 2019, realizou-se outro processo para completar esta atualização através do planejamento participativo e integrado, viabilizado por meio de diversos encontros e oficinas promovidos pelo SEBRAE RS. Dentro do Projeto de Cooperação e Governança para o Turismo da Costa Doce (COOPERGOV), por intermédio de seus gestores e/ou consultores, foram realizadas oficinas de revisão do PMT coordenadas pela Maja Consultoria, através da consultora responsável Tur^a Ms. Ivane Maria Remus Fávero.

Esse trabalho foi norteado pela busca de: bem estar da comunidade; natureza protegida; crescimento econômico; satisfação do cliente; e cultura autêntica.

Já em 2020, houve um fato inesperado que surpreendeu não só a região da Costa Doce Gaúcha e o Brasil, mas o mundo todo: a pandemia ocasionada pelo novo Coronavírus. Cabe ressaltar que a referida situação impactou drasticamente nos planejamentos, previsões, perspectivas e tendências para o turismo e demais atividades econômicas. Foi então que mais uma vez contou-se com o Projeto COOPERGOV para criação do Plano Emergencial para a Retomada do Turismo Pós-pandemia da Covid-19.

Com estes diferentes estudos e análises foi possível estruturar o presente documento, que apresenta um compilado de todas as reavaliações e ajustes necessários. Ele vem em um momento oportuno para a continuidade e o avanço do desenvolvimento do turismo no município de Pelotas e na região da Costa Doce Gaúcha.



FOTO: MICHEL CORVELLO

1. APRESENTAÇÃO DO TERRITÓRIO

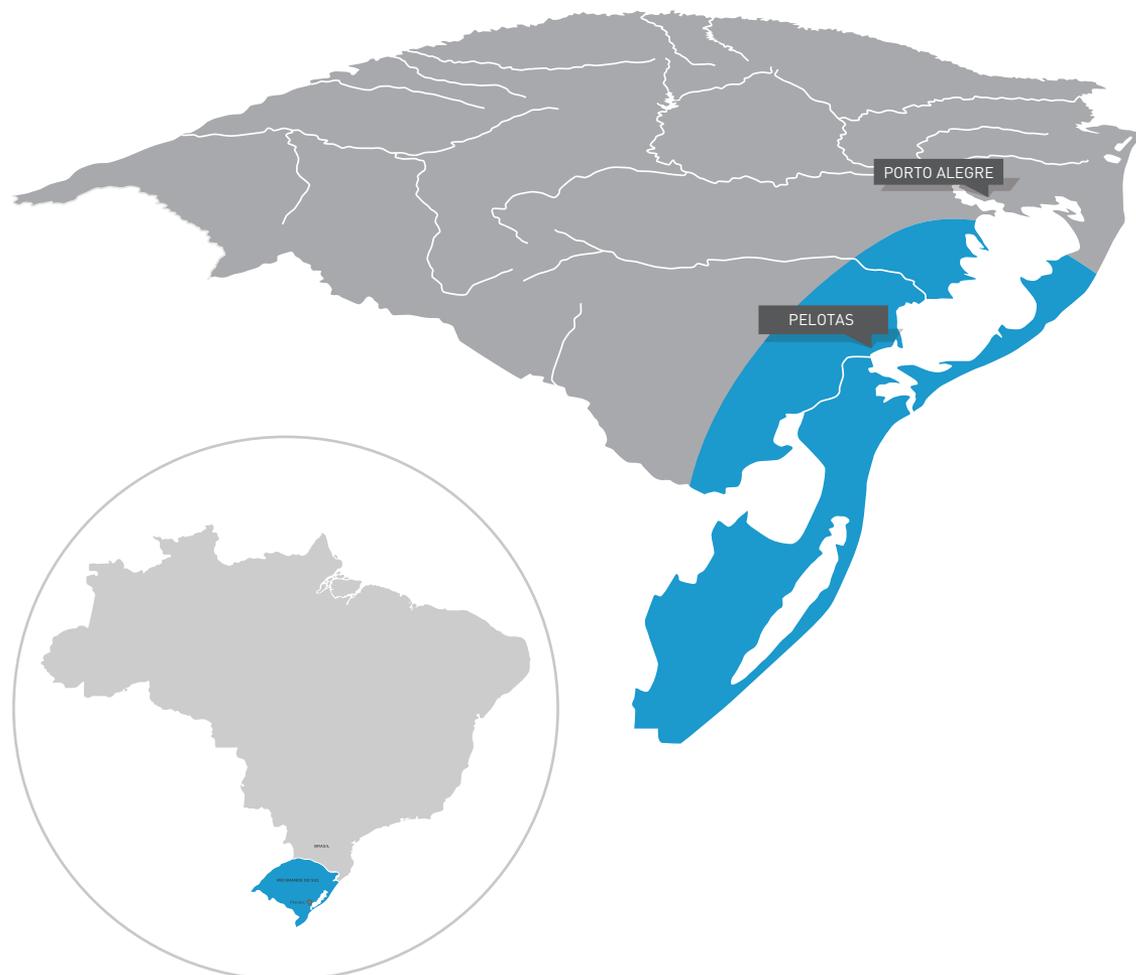
1.1 Síntese Histórica

Os primeiros registros do início da povoação de Pelotas datam de 1758. Este processo se deu a partir da doação de terras que ficavam às margens da Laguna dos Patos, do Conde de Bobadela ao Coronel Thomaz Luiz Osório. Por volta de 1763, habitantes da Vila de Rio Grande se refugiaram nessas terras para fugir da invasão espanhola. Em 1777, juntaram-se a eles os retirantes da Colônia de Sacramento, entregue aos espanhóis pelos portugueses em decorrência do tratado de Santo Ildefonso, assinado entre os dois países.

O ano de 1780 marca a fundação da primeira charqueada com produção industrial na região: José Pinto Martins & Cia, na margem direita do Arroio Pelotas – que, mais tarde, inspirou a denominação da cidade – por um português produtor de charque vindo do Ceará, em razão da seca naquela região. O empreendimento prosperou, muito em função da boa localização próxima ao arroio, incentivando o surgimento de outras charqueadas e fomentando o desenvolvimento da região. Assim, Pelotas, que atualmente é a Capital Nacional do Doce, surgiu e desenvolveu-se em torno da produção do charque: carne salgada e seca ao sol, resistente ao processo de deterioração e que, em função desta característica, era um produto de destaque no mercado interno de alimentos daquela época. Devido a sua representatividade no desenvolvimento econômico do Rio Grande do Sul, Pelotas também recebeu o apelido de “Princesa do Sul”.

Sua primeira nomenclatura oficial foi São Francisco de Paula, em 1812, quando uma Resolução a estabeleceu como Distrito do município de Rio Grande. Em 1830, o então Distrito São Francisco de Paula foi elevado à categoria de Vila, mantendo o nome e desmembrando-se de Rio Grande. Somente em 1835 que a Vila São Francisco de Paula foi elevada à condição de Cidade, passando a chamar-se Pelotas. Este nome tem origem nas embarcações feitas de varas de corticeira, forradas em couro animal, que eram utilizadas para travessias dos rios no período das charqueadas.

1.2 Localização Geográfica



Unidade Federativa	<i>Rio Grande do Sul (RS)</i>
Mesorregião	<i>Sudeste Rio-Grandense</i>
Microrregião	<i>Pelotas</i>
Região Turística	<i>Costa Doce</i>
Latitude	<i>31.7654° S</i>
Longitude	<i>52.3376° W</i>

1.3 Dados Gerais

Área de unidade territorial	1.609,708 km ²
Estimava da população residente (2015)	343.142
Gentílico	Pelotense
Distritos	Sede (1º), Colônia Z3 (2º), Cerrito Alegre (3º), Triunfo (4º), Cascata (5º), Santa Silvana (6º), Quilombo (7º), Rincão da Cruz (8º) e Monte Bonito (9º)
Regiões administrativas	Areal, Barragem, Centro, Fragata, Três Vendas, São Gonçalo e Laranjal.
Principais acessos	BR 116, BR 392, BR 471 e Aeroporto Internacional João Simões Lopes Neto
Principais distâncias rodoviárias	Porto Alegre (RS): 250 Km Florianópolis (SC): 695 Km Curitiba (PR): 935 km São Paulo (SP): 1.365 Km Brasília (DF): 2290 Km Montevideo: (UY): 570 Km Buenos Aires (AR): 1.340km

1.4 Economia

PIB per Capita	24.894,68 R\$
Receitas oriundas de fontes externas	61,4% (2015)
Índice de Desenvolvimento Humano Municipal	0,739 (2010)

Produto Interno Bruto de Pelotas Por Setor:



Serviços (83%), Indústria (14%) e Agropecuária (4%)

1.5 Gestão Pública

Compete à **Secretaria Municipal de Desenvolvimento, Turismo e Inovação** a execução, coordenação e controle de esforços para materialização do planejamento estratégico e desenvolvimento industrial, comercial, de serviços, científico, tecnológico, econômico, social e turístico de Pelotas. Dentre as ações promovidas pelo órgão, estão: a integração regional; os convênios com entidades federais, estaduais, municipais e de iniciativa privada; as alternativas de crédito popular; as políticas de turismo e de inovação.

A sede da SDETI está localizada na Rua Félix Xavier da Cunha, nº 603, em um prédio tombado do Centro Histórico de Pelotas, nomeado historicamente como Antigo Quartel Legalista e popularmente conhecido como Casa da Banha.

Secretariado pela SDETI, o **Conselho Municipal de Turismo** é um órgão consultivo e de assessoramento à administração pública e aos órgãos de representatividade afins ao segmento turístico. É regulamentado pela Lei Ordinária nº 5.900, de 18 de maio de 2012, com atuais membros nomeados pela Portaria nº 32, de 16 de setembro de 2020. Outra ferramenta para gestão turística de Pelotas é o Fundo Municipal de Turismo, atualmente formatado e no aguardo de sua homologação junto à legislação que instituirá o Sistema Municipal de Turismo.



FOTO: MICHEL CORVELLO

2. DIAGNÓSTICO

Neste capítulo, encontram-se diferentes levantamentos e análises sobre as características do município. Para sua elaboração, foram utilizados diversos estudos e pesquisas de diferentes instituições: os dados referentes às características da oferta e da demanda e o detalhamento da gestão turística do município, foram levantados pela Secretaria de Desenvolvimento, Turismo e Inovação (SDETI) e estão disponíveis nos Informes Estatísticos do Turismo publicados anualmente desde 2017; As características gastronômicas, atrativos históricos e culturais, naturais, economia, eventos, acesso e os aspectos impulsionadores e limitantes foram extraídos do Projeto de Turismo na Costa Doce, executado pelo Instituto de Pesquisa de Mercado da Unisinos; e as tendências futuras e o perfil da demanda no período pós-pandêmico foram retiradas do Plano Emergencial para a Retomada do Turismo Pós-pandemia da Covid-19, conforme detalhados a seguir.

2.1 Identidade do Território

2.1.1 Posicionamento de Pelotas na Costa Doce Gaúcha

A Costa Doce Gaúcha é uma região turística localizada no extremo sul do Brasil. Composta por 20 municípios, é composta por Arambaré, Arroio Grande, Barra do Ribeiro, Camaquã, Canguçu, Chuí, Cristal, Guaíba, Jaguarão, Morro Redondo, Pelotas, Piratini, Rio Grande, Santa Vitória do Palmar, São José do Norte, São Lourenço do Sul, Sertão Santana, Tapes, Tavares e Turuçu. Com o objetivo de atender as diferentes características apresentadas por cada localidade, a região foi subdividida em territórios – Vida na Lagoa, Pelotas Criativa, Meu Pago e Costa do Mar – para agrupamento dos municípios em temáticas relacionadas ao perfil de seus atrativos. A estrutura desses quatro ecossistemas foi embasada nos resultados do relatório “Oportunidades para o Desenvolvimento do Turismo na Região Sul do Rio Grande do Sul”, estudo encomendado pelo SEBRAE RS ao IPM UNISINOS.

Polo regional da Costa Doce Gaúcha, Pelotas recebeu um território único devido a extensão de sua área e as características apresentadas pela oferta turística local. Sua nomenclatura, Pelotas Criativa, destaca a vibração e a vocação do município, que mescla passado, presente e futuro em uma combinação que atrai turistas de diversas partes do mundo para conhecer mais de perto seus atrativos singulares. A proposta de valor do território pelotense é estruturada em quatro pilares principais:

- **Diversidade Cultural:** expõe o lado artístico e boêmio da cidade, com seus teatros, companhias artísticas e cena noturna, além de destacar as belezas arquitetônicas;
- **Educação e Inovação:** evidencia a importância da vida universitária e seu viés de geração de novos conhecimentos, atraindo olhares para eventos ligados ao segmento;
- **Territórios Criativos:** abre espaço para intervenções em partes icônicas da cidade, que podem realçar seu passado e inspirar novidades para o futuro;
- **Economia Criativa:** conecta o que a cidade produz de melhor e mais relevante para potencializar seus valores, gerando mais destaque midiático e de significado.

2.1.2 Certificação de Patrimônio Cultural Brasileiro

No ano de 2018, pela primeira vez na trajetória do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), uma cidade do país recebeu o duplo reconhecimento pelo seu Patrimônio Material e Imaterial. O tombamento e o registro dos atrativos mais significativos da história pelotense marcou uma nova etapa na gestão do Patrimônio Cultural Brasileiro.



**PATRIMÔNIO CULTURAL
BRASILEIRO**

A certificação da cidade contempla o tombamento do patrimônio material que integra o Conjunto Histórico de Pelotas (Praças José Bonifácio, Coronel Pedro Osório, Piratinino de Almeida e Cipriano Barcelos; Parque Dom Antônio Zattera; Chácara da Baronesa; e Charqueada São João) que está intrinsecamente ligado à constituição das Tradições Doceiras da Região de Pelotas e Antiga Pelotas (composta por Arroio do Padre, Capão do Leão, Morro Redondo, Pelotas e Turuçu).

O registro do patrimônio imaterial abarca uma multiplicidade de saberes e identidades em relação à produção de doces finos e à produção de doces coloniais. Essas tradições, passadas de geração em geração, desempenham um papel peculiar na composição da sociedade regional, sendo um elemento cultural que amarra uma diversidade de grupos étnicos e sociais, seja no meio rural, através dos doces de frutas, ou no meio urbano com seus doces à base de ovos.

Hoje, com o título de Patrimônio Cultural Brasileiro, o município de Pelotas recebe a responsabilidade de seguir buscando alternativas para salvaguarda de seu patrimônio, visando manter este reconhecimento que divulga suas identidades e potencialidades turísticas em níveis nacional e internacional.

2.2 Características da Oferta

2.2.1 Eixos Temáticos

A oferta turística pelotense está estruturada em quatro eixos temáticos principais. Essa setorização dos atrativos locais auxilia na formação de roteiros, produtos, serviços e ações promocionais do município.



• Pelotas Cultural

A trajetória de desenvolvimento do município é narrada e vivida através de seus patrimônios históricos. Essa herança ainda se mantém presente em diversas manifestações de cunho artístico, cultural, esportivo, religioso e social que utilizam a cidade como palco principal. Pelotas recebe a designação de Capital Nacional do Doce por conta das singulares tradições doceiras locais, formadas em paralelo à constituição do seu Conjunto Histórico, hoje retratado por prédios centenários, charqueadas, teatros, museus, praças e inúmeros marcos arquitetônicos. O cenário pelotense também foi oficialmente certificado como Patrimônio Cultural Brasileiro, evidenciando a importância da preservação e valorização das raízes históricas do município.

• Doces Águas de Pelotas

A região pelotense foi naturalmente abençoada com lindas paisagens e um extenso manancial de águas navegáveis. Essa complexa rede hidrológica está inserida em uma rica área arqueológica, união que resulta em um ecossistema único e objeto de estudos ambientais. Seus atrativos naturais de maior destaque são a Laguna dos Patos, o Arroio Pelotas e o Canal São Gonçalo, patrimônios que apresentam vocação para o turismo náutico. As doces águas do município são usadas para além da pesca tradicional, servindo de palco para atividades esportivas, turísticas e de lazer durante o ano inteiro.

• Pelotas Rural e Natureza

Os imigrantes que antigamente se estabeleceram na Serra dos Tapes introduziram culturas de diversas etnias na região pelotense, hoje observadas na arquitetura rural, gastronomia colonial e costumes locais. Com paisagens naturais deslumbrantes, o interior do município é formado por oito distritos e mais de mil quilômetros de estradas rurais. Em constante expansão, sua atual oferta agrega pousadas, campings, restaurantes, cafés, agroindústrias, vinícolas, museus e inúmeras opções de lazer ao ar livre, tais como trilhas, cachoeiras, arroios, pescaria, ciclismo, escalada e outras atividades.

• Negócios e Eventos

Pelotas é referência regional em negócios e eventos, áreas de crescimento considerável devido a uma combinação de diferentes atributos como posicionamento geográfico estratégico, facilidades de acesso, integração intermodal e oportunidades de investimento. A cidade dispõe de profissionais qualificados e oferece uma excelente infraestrutura para realização de diferentes eventos. Programações culturais, opções gastronômicas e alternativas dinâmicas de entretenimento agregam mais valor à oferta local, transformando o município no espaço ideal para realização de acordos comerciais e experiências marcantes.

2.2.2 Análise de Atrativos

A partir das dimensões gastronômica, histórico-cultural, natural, econômica e de eventos, a cidade apresenta elementos que ajudam a ilustrar a ampla oferta de atrativos disponíveis para usufruto da atividade turística local, além de apontar algumas potenciais fragilidades. Esses dados são provenientes do “Relatório da Cidade de Pelotas”, resultado da pesquisa empreendida no contexto de projetos de Turismo na Costa Doce, encomendado pelo SEBRAE RS ao IPM UNISINOS. Cabe ressaltar que algumas informações do estudo supracitado foram atualizadas visando a qualificação do presente documento.

• Atrativos Gastronômicos

Analisando o cenário gastronômico de Pelotas, é possível afirmar que o município apresenta qualificadas e diversificadas opções de alimentação – restaurantes, cafés, bares, padarias, lancherias – o que lhe confere uma vida noturna bastante ativa. Há gastronomia para todos os gostos: churrasco gaúcho, carnes no estilo uruguaio, frutos do mar, culinária oriental, alternativas veganas e vegetarianas, pizzas, hambúrgueres, comidas de boteco, lanches rápidos, vinhos e cervejas artesanais, até pratos mais sofisticados, caseiros e temáticos, além das tradicionais confeitarias pelotenses.

A variada oferta composta por esses estabelecimentos motivou a criação, no ano de 2018, do evento Comida de Rua Pelotas, realizado em praças e parques da cidade com o intuito de promover a gastronomia local, ao mesmo tempo em busca atrair novos visitantes para a região. Neste evento, a estrutura de bares, restaurantes e food trucks de Pelotas é reunida em um só lugar, oferecendo ao público um menu diversificado de comidas e bebidas em conjunto com outras atrações culturais.

O doce, produto mais característico da gastronomia pelotense, é bastante valorizado pela população, sendo fácil de encontrá-lo em diversos pontos do município, seja nas lojas de fábricas, docerias, cafés e lancherias ou na zona rural. Um fato curioso é que não é tão comum encontrar os doces de Pelotas servidos nos restaurantes locais. Diferentemente, o charque, iguaria representativa na história e no desenvolvimento econômico do município, é pouco encontrado nas receitas, cardápios de restaurantes ou até mesmo como produto para venda, o que pode ser mais trabalhado e revertido em potencial turístico para a localidade.

• Atrativos Históricos e Culturais

A dimensão de atrativos históricos e culturais, possivelmente, é a mais rica e diversificada devido à numerosidade de patrimônios pelotenses. São compreendidos nesta categoria: Centro Histórico, charqueadas, museus, parques e praças, casarões e prédios históricos, tradições doceiras, manifestações artísticas e culturais, entre outras atrações.

Os Setores de Proteção correspondem às praças José Bonifácio, Coronel Pedro Osório, Piratinino de Almeida, Cipriano Barcelos e o Parque Dom Antônio Zattera, junto com a Charqueada São João e a Chácara da Baronesa. Esses bens apresentam valor histórico diretamente relacionado a, pelo menos, dois momentos de desenvolvimento econômico regional: o do charque (1800 a 1900) e o do início da industrialização (1900 a 1930).

O valor artístico está presente nos remanescentes da arquitetura colonial luso-brasileira e da arquitetura eclética, especialmente no que diz respeito às composições de fachada e emprego de elementos decorativos, assim como pela qualidade dos elementos complementares e de acabamento. Já o valor urbanístico existe pela relação entre a regularidade do traçado urbano, com a presença de espaços públicos marcados pela intensa massa de vegetação, de equipamentos de abastecimento de água do século XIX e de esgotamento pluvial representativo do urbanismo sanitário do início do século XX.

Destacam-se no cenário pelotense as representativas charqueadas, visto que esses estabelecimentos industriais e comerciais foram fundamentais para o desenvolvimento econômico e cultural do município. Com mão de obra essencialmente escravizada, as charqueadas eram grandes propriedades rurais localizadas às

margens do Arroio Pelotas, nas quais viviam os “Barões da Carne Salgada”, que se dedicavam à produção do charque — durante o apogeu econômico do município, existiram cerca de 40 complexos charqueadores. Atualmente, três delas estão em funcionamento, dedicando-se a atividades turísticas distintas: Charqueada Boa Vista, Charqueada Santa Rita e Charqueada São João.

Um dos pontos de referência da cidade e do Centro Histórico é a Praça Coronel Pedro Osório, considerada o “coração da cidade”, com grande fluxo e convivência de pessoas de todas as classes e culturas. Ela possui oito entradas e é bastante arborizada. No ponto central, encontra-se o chafariz Fonte das Nereidas, importado da França pela Companhia Hidráulica Pelotense no ano de 1875, com o intuito de, além de ornamentar os jardins públicos, abastecer de água a população que habitava as proximidades da Praça. Outros monumentos encontrados na Praça são as obras do escultor pelotense Antônio Caringi, criador do monumento ao Coronel Pedro Osório, monumento à Mãe Pelotense e o Relógio Solar. Há também uma estátua do escritor pelotense João Simões Lopes Neto.

São prédios encontrados no entorno da Praça Coronel Pedro Osório: Casa de Pompas Fúnebres Moreira Lopes, Grande Hotel, Casas Geminadas, Theatro Sete de Abril, Antigo Prédio do Banco do Brasil, Mercado Central de Pelotas Bibliotheca Pública Pelotense e Museu da Bibliotheca, Prefeitura Municipal de Pelotas (Paço Municipal e Memorial dos Prefeitos), Secretaria Municipal de Cultura de Pelotas (Casarão 2 ou Centro Cultural Adail Bento Costa), Museu da Cidade de Pelotas (Casarão 6), Museu do Doce (Casarão 8), Quartel Legalista (popularmente conhecido como Casa da Banha e atual sede da SDETI) e Clube Caixeiral. Outros locais compõem o Centro Histórico: Theatro Guarany, Antiga Residência do Barão de Irapuã, Centro de Integração do Mercosul, Antiga Escola de Agronomia Eliseu Maciel, Residência da Família Assumpção, Clube Comercial e Chafariz das Três Meninas.

Com relação a importantes Museus de Pelotas, destaca-se o Museu Municipal Parque da Baronesa, Museu CTG Thomaz Luiz Osório, Museu Etnográfico da Colônia Maciel, Museu Farmacêutico Moura, Museu de Ciências Naturais Carlos Ritter, Museu de História Natural da UCPel, Museu de Arte Leopoldo Gotuzzo (UFPel), Museu do Colégio Municipal Pelotense, Museu e Espaço Cultural da Etnia Francesa e o Memorial do Theatro Sete de Abril; Instituto Nacional Brasileiro Senador Joaquim Augusto (INBRAJA) e Instituto João Simões Lopes Neto.

Outra fonte de orgulho para os pelotenses é o grupo circense Tholl. A Oficina Permanente de Técnicas Circenses (OPTC) foi despretensiosamente criada em 1987, quando seu fundador João Bachilli e um grupo de amigos, apaixonados pela arte circense, resolveram criar um grupo circense, aliando acrobacias, teatro e dança, começando sua atuação em teatros e nas ruas. Atualmente, o Tholl já contabiliza mais de mil apresentações com milhares de espectadores, seis espetáculos e 196 integrantes.

Além de rica em patrimônio cultural material – conjuntos arquitetônicos, bens históricos, acervos museológicos, documentais, entre outros – Pelotas também ostenta abastado patrimônio imaterial. Sua tradição doceira é a representante mais importante desta dimensão, e em maio de 2018, também foi declarada Patrimônio Cultural Imaterial Brasileiro pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN).

Pelotas encontra-se no epicentro de uma região doceira que abarca uma multiplicidade de saberes e identidades sob a forma de duas tradições: a de doces finos e a de doces coloniais. O doce desempenha um papel peculiar na composição da sociedade regional, sendo um elemento cultural que amarra a diversidade de grupos étnicos e sociais que a compõe.

Na sua maioria, essas doceiras e doceiros compreendem seu ofício como a continuidade das trajetórias de suas famílias, num templo ampliado. Essa relação está posta, sobretudo, no meio rural, entre os produtores de doces de frutas, que se encontram profundamente ligados à região colonial, como um espaço de vivências, trabalho e afetos. Assim, o registro contempla o espaço de ocorrência das duas tradições doceiras e os sentidos que a elas são atribuídos, por grupos detentores, e se justifica tendo em vista seu valor identitário e a relação demonstrada entre o saber doceiro.

Tal tradição também tem sua origem relacionada ao ciclo do charque. Os navios que transportavam o charque foram fundamentais para o aumento da participação dos doces no cotidiano dos pelotenses, pois, ao negociar com o nordeste do Brasil, o açúcar era a moeda de troca. Assim, os navios partiam cheios de charque e retornavam cheios de açúcar, que iam diretamente às cozinhas das fazendas.

Do ponto de vista das manifestações artísticas e culturais, Pelotas também apresenta diversidade, história e tradição. Nesta dimensão é relevante mencionar o Conservatório de Música da Univer-

sidade Federal de Pelotas, devido a sua representatividade nessa área, sendo a segunda entidade do gênero a ser fundada no Rio Grande do Sul e a quinta no Brasil. Além de estar localizado em prédio histórico, inaugurado em 1918, o conservatório completou, em 2018, 100 anos de atividades ininterruptas. Seu salão de concertos é um dos mais antigos no Brasil em atividade.

Pelotas possui muitas facetas, considerando a diversidade dos elementos que compõem a sua história e a sua cultura. Muitos desses estão representados por meio do seu patrimônio material e imaterial; alguns, bastante consolidados do ponto de vista do turismo, como por exemplo os doces, as charqueadas e o patrimônio cultural. A existência de tamanha diversidade de atrativos históricos e culturais em Pelotas, é um desafio na articulação de todos esses pontos a fim de que convirjam e tornem-se uma grande e consolidada dimensão turística no município.

• Atrativos Naturais

Pelotas está situada em uma região de águas abundantes denominada Costa Doce Gaúcha. A região considerada um complexo lacustre formado pelo Lago Guaíba, a Laguna dos Patos, a Lagoa Mangueira, a Lagoa Mirim e o Oceano Atlântico, apresenta a beleza da imensidão das águas, extensas faixas de areia com muitos trechos inabitados e a riqueza do Bioma Pampa. As belezas naturais são um dos pontos fortes desta região.

Como não poderia ser diferente, Pelotas também se destaca em função de atrativos nesta categoria. Os principais são: a Praia do Laranjal e os seus balneários, o Arroio Pelotas e o Canal São Gonçalo. Os mesmos oportunizam a prática desportiva em contato com a natureza.

O Arroio Pelotas, desde 2003 considerado Patrimônio Cultural do Rio Grande do Sul, é um importante manancial de água doce do município, além de ter inspirado seu próprio nome. Cerca de 60 quilômetros depois da sua nascente, o Arroio deságua no Canal São Gonçalo, que liga a Laguna dos Patos à Lagoa Mirim. O Canal, por sua vez, também tem representatividade histórica, pois durante a Revolução Farroupilha foi um obstáculo natural, fronteira entre o território imperial e o dos Farrapos.

Outro local em processo de desenvolvimento e consolidação no sentido do turismo, especificamente o rural, é a região compreendida

entre Pelotas e Canguçu. Neste trajeto existem empreendimentos como campings, chácaras, sítios, parques e pousadas, cujo ponto forte é o contato com a natureza e as atividades rurais. Esta região é chamada de “colônia” de Pelotas.

• Eventos

O principal e mais reconhecido evento de Pelotas é a Feira Nacional do Doce – Fenadoce. Realizado anualmente, entre maio e junho, tem como principal objetivo promover a cultura doceira da cidade de Pelotas. Criada em 1986 pelo poder público em conjunto com outras entidades, consolidou-se ao longo dos anos e hoje recebe entre 200 e 300 mil pessoas, das mais diversas localidades, durante todo o período em que ocorre; em 2019, estima-se que houve 246 mil visitantes e 1,3 milhão de doces vendidos na Feira. Além da atração principal – o doce – a Fenadoce também apresenta atrações culturais, musicais e comerciais. A edição de 2020 foi reformulada em virtude do novo coronavírus.

A Expofeira Pelotas é outro evento tradicional que em 2020 teve sua 94ª edição, de forma totalmente virtual, de forma a acompanhar os protocolos sanitários e de segurança em virtude do novo coronavírus. Trata-se de um evento de referência do agronegócio na região sul do Estado, sendo considerada a segunda maior exposição agropecuária em número de animais do Rio Grande do Sul. São 8 dias de feira e uma programação que inclui palestras, exposições, venda de produtos agrícolas, leilões, fóruns, seminários e shows musicais.

Por se tratar de uma cidade que abriga importantes instituições de ensino, como a Universidade Católica de Pelotas, a Universidade Federal de Pelotas e o Instituto Federal Sul-Riograndense, a cidade também sedia e se envolve com eventos técnicos, científicos e acadêmicos. Workshops, seminários, mostras, semanas acadêmicas, encontros de pesquisadores, simpósios, fóruns, congressos nacionais e internacionais movimentam a comunidade acadêmica local, regional, nacional e internacional. Além disso, as formaturas das instituições também contribuem para atrair visitantes.

O Festival Internacional SESC de Música, que ocorre normalmente no mês de janeiro na cidade, é outro importante acontecimento. Movimenta, além dos pelotenses, artistas de dezenas de nacionalidades e aproximadamente 500 profissionais da música, entre professores, alunos, músicos e técnicos. O Festival tem cunhos

pedagógico e sociocultural, oferecendo cursos direcionados a estudantes e profissionais da música, além de concertos e recitais gratuitos à comunidade. Estas atividades ocorrem descentralizadas, no Theatro Guarany e em palcos em áreas externas em diferentes locais. Nos mais de 10 dias de programação, o público tem a oportunidade de prestigiar recitais de piano e canto, concertos de música, orquestras, bandas e shows com diferentes instrumentos musicais. Em 2020 foi realizada a 10ª edição do Festival em Pelotas.

A Secretaria de Cultura de Pelotas também é responsável pela organização do Dia do Patrimônio. O Dia Nacional do Patrimônio Histórico é comemorado nacionalmente em 17 de agosto e inspirou os festejos da data em Pelotas. O evento em si foi inspirado no “Dia del Património” Uruguaio. A Secretaria recebe inscrições de artistas de teatro, circo, dança e música. São montados palcos e estruturas de sonorização para realização de apresentações culturais em diferentes pontos da cidade, como o Largo do Mercado, Museu da Baronesa, Largo da Estação Férrea, em frente ao Teatro 7 de Abril e Praça Cipriano Barcelos.

O Carnaval é outro evento que merece destaque, também por sua relevância como manifestação cultural. O festejo já ocorria em Pelotas desde antes de 1895. Teve sua origem nas elites da cidade; o chamado “Grande Carnaval” foi inspirado nas cidades de Veneza, Nice e Paris. Seus bailes de salão eram inacessíveis ao grande público pois, para participar, era necessário ser associado e adquirir uma fantasia, para tanto, ter condições financeiras. Os desfiles de carros alegóricos pela cidade visavam mostrar todo o luxo e refinamento da elite.

Já nos meses finais do ano, acontece o evento Pelotas Doce Natal, que envolve a cidade em decoração natalina e a Praça Coronel Pedro Osório recebe águas dançantes no chafariz Fonte das Nereidas. Há show de luzes com jatos d’água e música, o que atrai a comunidade pelotense ao entorno do Chafariz. Neste período também é realizada uma programação cultural e artística, como a presença do Papai Noel, árvore de Natal e espetáculos como o Doce Natal, com a participação de bailarinos, atores e músicos. Em 2020, em virtude da pandemia de coronavírus, a programação do Pelotas Doce Natal foi reformulada, atendendo aos protocolos de biossegurança.

2.2.3 Infraestrutura Turística

Foram utilizados diferentes levantamentos realizados pela Secretaria Municipal de Desenvolvimento, Turismo e Inovação para apresentação das principais características referentes à infraestrutura turística de Pelotas.

• Equipamentos de Interesse Turístico

	2010	2015	2020
Serviços e equipamentos de hospedagem	37	45	68
Serviços e equipamentos de gastronomia de interesse turístico	164	253	377
Serviços e equipamentos de agenciamento	19	24	37
Casas de câmbio	03	04	05
Serviços e equipamentos para transporte	16	23	82
Serviços e equipamentos de lazer e entretenimento	18	38	44
TOTAL	257	387	613

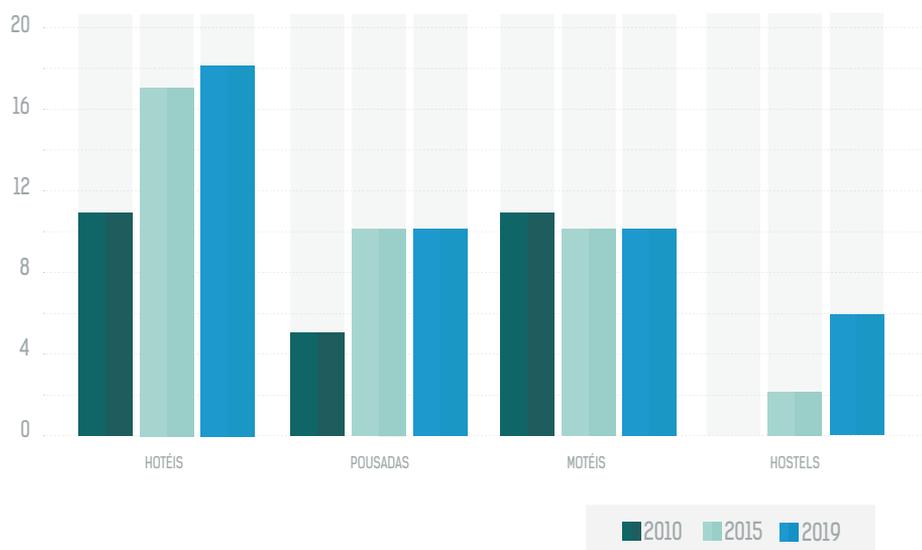
Fonte: Aplicativo Pelotas Tem. Assessoria de Marketing e Comunicação. Diretoria de Turismo da SDETI.

• Meios de Hospedagem

O município conta com diferentes empreendimentos de hospedagem, desde pousadas e hotéis centrais até alternativas na zona rural, com variadas opções de custo-benefício. O total de meios de hospedagens disponíveis em Pelotas é de 41 estabelecimentos, com capacidade aproximada de 2.644 leitos. Durante o período de levantamento (2010 a 2019), o segmento apresentou uma variação de 35% na abertura de hotéis, 37% de pousadas e 600% de hostels; na tipologia motéis, houve um decréscimo de 10%. Os dados acima descritos estão apresentados a seguir.

	2010			2015			2019		
	Estab.	UHs	Leitos	Estab.	UHs	Leitos	Estab.	UHs	Leitos
Hotéis	11	689	1.307	17	797	1.811	18	820	1.877
Pousadas	5	27	78	10	90	329	8	81	254
Motéis	11	272	544	10	261	522	10	245	490
Hostels	-	-	-	2	20	79	6	61	113
TOTAL	32	988	1.929	46	1.284	2.674	42	1.207	2.734

MEIOS DE HOSPEDAGEM | PELOTAS/RS (2010/2015/2019) - Departamento de Planejamento e Projetos Turísticos. Diretoria de Turismo da SDETI.



MEIOS DE HOSPEDAGEM | PELotas/RS (2010/2015/2019) - Adaptação SDETI

• Facilidade de Acesso

Pelotas está situada geograficamente entre as principais capitais da América do Sul, englobando uma perfeita integração intermodal. É possível chegar ao município pela BR-116, rodovia que atravessa o país ou pelas estradas que cruzam o estado, como a BR-392 e a BR-471. A cidade está localizada a cerca de 255 km de distância de Porto Alegre, apresentando sinalização viária adequada no trajeto, cuja viagem de carro dura em torno de 3h. Também são disponibilizados horários de partida diários no Terminal Rodoviário do município para quem opta por viajar de ônibus, com percurso de aproximadamente 3h50min. Outra possibilidade é o deslocamento pelo Aeroporto Internacional João Simões Lopes Neto.

2.2.4 Síntese da Oferta

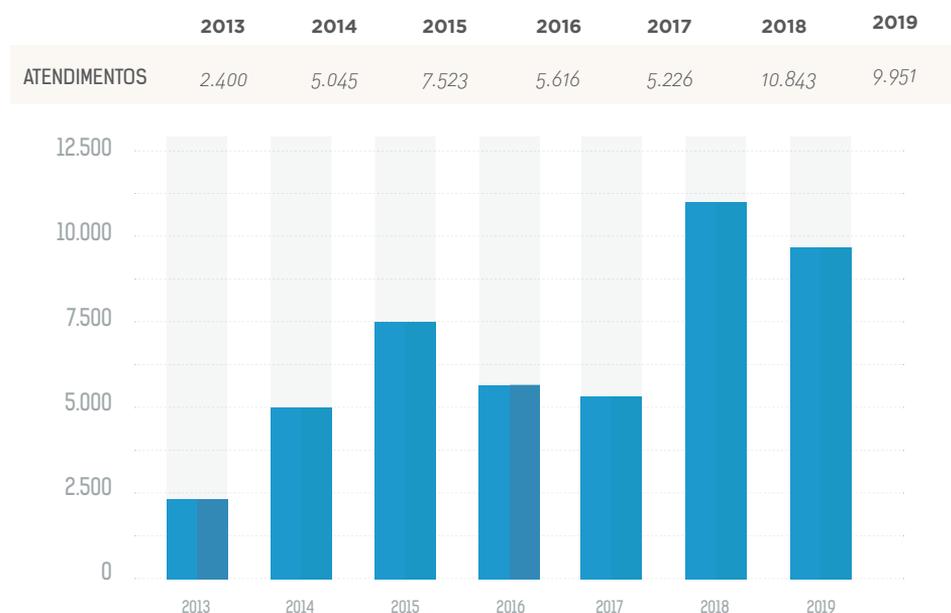
Verifica-se que Pelotas é, sem dúvida, uma cidade que se destaca dos demais municípios da região da Costa Doce Gaúcha na dimensão turística. Além de reconhecer as suas potencialidades e atrativos históricos, culturais, econômicos e naturais, o município realiza diversas ações e iniciativas nesse sentido: possui um site dedicado especialmente a atividade turística local (Pelotas Turismo), desenvolve um aplicativo turístico referente à oferta de serviços (Pelotas TEM) possui um Plano Municipal de Turismo e desenvolveu a presente atualização, recriou o Conselho Municipal de Turismo com a participação de empresários, entidades do setor e correlacionadas, detém diagnósticos e mapeamentos de diferentes categorias de atrativos, disponibiliza materiais de divulgação qualificados, entre outros exemplos.

Em contrapartida, essa diversidade e numerosidade de atrativos em diferentes dimensões por vezes interfere na alavancagem satisfatória da oferta de turismo no município. Isso porque é uma tarefa árdua definir projetos e ações focais para desenvolvê-los plenamente, desde a criação do produto, conscientização e engajamento dos envolvidos, principalmente do setor privado que é o maior beneficiário com o desenvolvimento do turismo local, e até a operacionalização, divulgação e sistematização. Soma-se a isso a necessidade de maior integração das instituições e entidades em prol do turismo e a realização de trabalhos conjuntos, considerando as diferentes categorias de atrativos.

Fonte: Relatório da Cidade de Pelotas, 2018. Instituto de Pesquisa de Mercado da Unisinos.

2.3 Características da Demanda

Para análise do perfil da demanda turística de Pelotas são utilizadas as pesquisas aplicadas nos Centros de Atenção ao Turista (CATs) localizados em diferentes pontos da cidade. O registro dos atendimentos é realizado desde 2013, mas algumas modificações foram implementadas a partir de 2016, o que possibilitou uma avaliação mais detalhada dos dados obtidos. Estes resultados estão disponíveis nos Informes Estatísticos do Turismo de Pelotas, publicados anualmente no Portal do Turismo do município.



ATENDIMENTO NOS CENTROS DE ATENÇÃO AO TURISTA POR ANO.

Fonte: Diretoria de Turismo SDETI

Durante 2019, foram realizados 9.951 atendimentos nos CATs do município. Identificou-se que 87% dos visitantes eram provenientes do Rio Grande do Sul, sendo a capital gaúcha o maior centro emissor. Quanto ao tipo de acompanhante, a maioria veio com a família ou em grupos. O tempo médio de permanência foi de 01 (um) ou de 02 (dois) a 03 (três) dias. O meio de transporte mais utilizado foi o carro. O hotel e a casa de amigos ou familiares aparecem como as hospedagens mais escolhidas. Destaca-se que o principal motivo da viagem entre os entrevistados foi o turismo de lazer.

Cabe ressaltar que conforme sondagem realizada nos hotéis de Pelotas, os quais recebem um número de hóspedes superior aos atendimentos realizados nos CATs, identifica-se o turismo de negócios como principal motivador de visitação ao destino. Entretanto, como esse público acaba não realizando passeios ou utilizando os serviços de informações turísticas, os mesmos não são contabilizados e não possuem seu perfil identificado pelas estatísticas.

Outra fonte de informação para mensuração do fluxo de visitantes foi uma pesquisa contratada pelo SEBRAE RS através do produto LUCA TOURISM, que utiliza tecnologias de Big Data por meio de dados captados pelas antenas de celulares, possibilitando identificar o volume, perfil e padrão de comportamento dos visitantes para realizar segmentação e campanhas dirigidas. Os resultados registraram 631.391 turistas e visitantes únicos em Pelotas durante 2019. Sendo a primeira contabilização do tipo a ser feita no município, não há possibilidade de comparação com estatísticas anteriores.

As pesquisas vêm sendo incrementadas, mas já é possível identificar um significativo aumento de visitantes nos últimos anos através dos dados até agora coletados. Isso demonstra que o resultado dos esforços para posicionar Pelotas como um dos principais destinos turísticos do Estado vem apresentando significativo sucesso.

2.4 Matriz SWOT

A elaboração da Matriz SWOT, ferramenta de gestão que identifica as ameaças e oportunidades do ambiente externo, bem como as forças e fraquezas do ambiente interno, foi realizada durante a Oficina de Planejamento coordenada pela Maja Consultoria, através da consultora responsável Tur^a Ms. Ivane Maria Remus Fávero, dentro do Projeto COOPERGOV, além de itens apontados pelo Instituto de Pesquisa de Mercado da Unisinos.

S

FORÇAS
(strengths)

W

FRAQUEZAS
(weaknesses)

INFRAESTRUTURA E ACESSO

- Sinalização turística e sinalização de trânsito existente;
 - Fluxo do trânsito tranquilo e ordenado – em alguns locais ou se comparado com as grandes cidades;
 - Requalificação das principais vias;
 - Ciclofaixas implantadas;
 - Existência de vários aplicativos de informações;
 - Integração dos ônibus – permite diferentes roteiros envolvendo as rotas municipais (urbanas e rurais);
 - Paradas de ônibus requalificadas;
 - Serviços alternativos de transporte (Uber, 99Taxi, além de táxi e ônibus);
- Necessidade de ampliação da sinalização turística;
 - Fluxo no trânsito – locais com trânsito congestionado e desordenado;
 - Falta de duplicação de algumas vias;
 - Ciclofaixas ainda precisam de melhorias e qualificação;
 - Necessidade de melhorias na conexão de internet gratuita;
 - Não há diferentes meios de transportes (por ex: trens ou por meio fluvial);
 - Colaboradores das empresas de ônibus ainda não sabem informar sobre como chegar aos atrativos turísticos e rurais;
 - Não há muitas opções de horários de transporte público para os bairros;

S

FORÇAS
(strengths)

- Aeroporto Internacional implantado na cidade;
- Avenidas com nova iluminação em led;
- Calçada com iluminação em led;
- Saneamento com novas obras de estações de tratamento de esgoto;
 - Novos ecopontos para recolhimento de lixo (móveis, restos de obras, galhos e podas de árvore, lixo eletrônico, eletrodomésticos e materiais recicláveis);
 - Criação do projeto Óleo Sustentável do SANEP, com instalação de pontos de coleta de óleo de cozinha residencial e de empreendimentos gastronômicos.

W

FRAQUEZAS
(weaknesses)

INFRAESTRUTURA E ACESSO

- Aeroporto com poucas linhas operadas;
- Queda no fornecimento de energia em alguns bairros em períodos de alta demanda;
- Alguns locais ainda estão com iluminação pública deficitária;
- Saneamento atinge somente 28% do total da cidade;
- Abastecimento de água é deficitário em alguns momentos de alta demanda em alguns bairros – temporada de verão especialmente;
- Empreendedores e população em geral realizam descarte de resíduos de forma irregular e inadequada.

S

FORÇAS
(strengths)

W

FRAQUEZAS
(weaknesses)

POLÍTICAS PÚBLICAS E DESENVOLVIMENTO REGIONAL | SUSTENTABILIDADE

- Existência do APL Turismo na Costa Doce;
- Existência do Conselho Municipal de Turismo;
- Existência e constante revisão do Plano Municipal de Turismo;
- Estruturação de Serviços, como a Rua do Doce, Mercado Central e outras políticas públicas de obras e melhorias;
- Aumento dos estudos sobre a oferta e a demanda do turismo;
- Proatividade da SDETI para o desenvolvimento de ações que visam qualificar a oferta turística de Pelotas;
- Baixa participação dos demais municípios da região – cooperação regional;
- Falta criar uma Política Municipal do Turismo que garanta a continuidade das ações;
- Falta aumentar a estruturação e fiscalização dos serviços de turismo;
- Incompletos índices e indicadores de crescimento do turismo;
- Não há controle ou acesso às informações sobre a abertura e fechamento de empreendimentos;
- Falta de acesso aos dados econômicos sobre o setor;

S

FORÇAS
(strengths)

- Proximidade dos órgãos públicos e privados com o SEBRAE de Pelotas, que apoia diversas iniciativas por meio de seus projetos;
- Proatividade e engajamento de alguns empresários do turismo, para a realização de ações, projetos e/ou produtos que visam movimentar a economia local e, conseqüentemente, promover o turismo em Pelotas;
- Existência de mapeamento e categorização dos atrativos e da oferta turística de Pelotas, pela SDETI, e apresentação de informações completas e organizadas através de material digital e impresso;
- Desenvolvimento e exploração das alternativas (hospedagem, gastronomia, entretenimento e lazer) voltadas ao turismo rural por meio da região da Colônia;

W

FRAQUEZAS
(weaknesses)

POLÍTICAS PÚBLICAS E DESENVOLVIMENTO REGIONAL | SUSTENTABILIDADE

- Poucos projetos para captação de recursos;
- Desarticulação das ações do poder público, privado, instituições de ensino e outras entidades que atuam para o desenvolvimento do turismo (muitas ações, porém isoladas ou desintegradas);
- Falta de integração dos representantes da hotelaria nas atividades de desenvolvimento do turismo;
- Dificuldade em manter os atrativos turísticos abertos aos finais de semana.

S

FORÇAS
(strengths)

W

FRAQUEZAS
(weaknesses)

TURISMO E ECONOMIA

- Quantidade de equipamentos, atrativos e serviços em bom número;
 - Título de Patrimônio Cultural Material e Imaterial Brasileiro;
 - Disponibilização de informações sobre os atrativos de forma virtual e em materiais de promoção turística;
 - Polo regional de serviços e destino indutor do turismo regional;
 - Destino indutor do turismo na região;
 - Existência de polo educacional universitário e formação de mão-de-obra qualificada;
 - Oferta de cursos técnicos e superiores relacionados ao turismo;
- Insuficiente fiscalização municipal;
 - Falta de segurança – especialmente na Colônia e Praia do Laranjal;
 - Trânsito liberado de veículos de grande porte no centro histórico e entorno dos atrativos turísticos;
 - Falta de treinamento no comércio para atender o turista;
 - Falta de integração do empresariado local;
 - Deficiente posicionamento de Pelotas como destino indutor do turismo regional;
 - Falta sensibilização da população com relação a preservação do patrimônio histórico e bens públicos;
 - Fiação de rede elétrica aérea exposta no centro histórico

S

FORÇAS
(strengths)

- Sinalização turística existente e qualificada;
- Qualificação, em parceria com o SEBRAE e SENAC, para as equipes que trabalham nos atrativos;
 - Mercado promissor para investimentos na área do turismo
- Oferta gastronômica qualificada;
- Comércio diversificado e ampla oferta de estabelecimentos;
- Reconhecimento como Capital Nacional do Doce;
- Existência de rotas organizadas dentro dos eixos estabelecidos pelo Plano Municipal de Turismo;
 - Educação para o turismo nas escolas municipais;
 - Diversidade étnica e cultural;

W

FRAQUEZAS
(weaknesses)

TURISMO E ECONOMIA

- Falta de uma linha de turismo com oferta regular;
- Falta de agências formais de turismo receptivo;
- Insuficientes estudos sobre o perfil e o impacto do turismo – pesquisas continuadas e divulgadas;
- Falta de entidades representativas do setor do turismo;
- Pouca capacidade ou falta de interesse em investir no turismo;
- Individualidade de alguns empreendedores;
- Recurso da SDETI insuficiente para a realização de todos os projetos previstos;
- Falta de exploração do setor náutico;

S

FORÇAS
(strengths)

TURISMO E ECONOMIA

- Possui órgãos responsáveis pelas áreas de sustentabilidade (cultura, ambiental e social);
- Gastronomia de rica influência étnica e cultural (indígena, africana, campeira, portuguesa, etc) com potencial de maior exploração;
- Ofertas qualificadas em termos de gastronomia e hospedagem;
 - Potencial de exploração do charque como um produto local, a exemplo do doce;
 - Projeção nacional e internacional por meio do doce, tradição doceira e da Fenadoce;
- Oportunidade de retenção do público que vai à Pelotas por motivos profissionais ou de negócios, por mais dias, atraindo para a visitação turística.

W

FRAQUEZAS
(weaknesses)

- Comércio e atrativos turísticos fechados aos domingos;
- Falta de divulgação das ações realizadas (cultural, ambiental e social) prévias e pós realização;
- Falta de um programa de educação ambiental com as comunidades do entorno dos atrativos;
- Falta de integração e um trabalho que valorize a diversidade étnica e cultural;
- Falta de iluminação no entorno dos atrativos;
- Falta do aproveitamento dos personagens ilustres (históricos e atuais);
- Alguns locais com representatividade histórica e cultural são privados e não tem interesse no desenvolvimento de atividades turísticas;
- Pouco destaque para o charque, em comparação ao doce;
- Necessidade de ampliar a produção de charque

S

FORÇAS
(strengths)

- Selo do Patrimônio Cultural Brasileiro – diferenciação;
- Indicação Geográfica do Doce de Pelotas (IG);
- Existência de uma marca da cidade (Cidade de Pelotas);
- Existência de dois aplicativos (Pelotas Tem e Turismo Virtual), com atrativos, agenda e serviços;
- Existência de perfil no Facebook, Instagram e Twitter;
 - Existência de folheteria institucional e de divulgação da oferta turística do município, impressas e qualificadas;
 - Bom posicionamento no TripAdvisor (muitas empresas cadastradas);
 - Quantidade de informações úteis (hospedagem, gastronomia, transporte) e em sites confiáveis disponíveis na Internet;

W

FRAQUEZAS
(weaknesses)

MARKETING

- Reduzida utilização do Selo de Patrimônio Nacional por parte do setor privado;
- Ainda não reconhecem e valorizam a IG do Doce;
- A marca Cidade de Pelotas ainda é pouco utilizada;
- Pouca divulgação e disseminação dos aplicativos (interna e externa);
- Necessidade de melhor usabilidade do app Pelotas Tem;
- Pouca abrangência das mídias sociais de Pelotas;
- Posicionamento online dos empreendimentos deficitária;
- Segmentação da oferta de turismo, sem posicionamento e impulsionamento online;
- Falta de uma folheteria qualificada por segmento;

S

FORÇAS
(strengths)

W

FRAQUEZAS
(weaknesses)

MARKETING

- Existência de Centros de Atenção ao Turista que funcionam o ano todo, localizados em pontos estratégicos;
- Diversidade cultural dos eventos;
- Existência de muitos atrativos;
 - Polo educacional atrai estudantes de todo o país, o que movimentava a economia e tem possibilidade de atrair seus familiares;
- O amor dos pelotenses que não vivem mais na cidade;

- Inexistência de um calendário de eventos turísticos definido;
- Falta de material em espanhol e inglês, urbano e rural;
- Falta de um plano de marketing;
- Não fazem promoção no Uruguai (corredor de turistas);
- Repercussão de notícias com enfoque negativo da mídia;
- Ausência de uma comitiva para divulgar Pelotas – aproveitando personalidades locais, como o Tholl e a Corte da Fenadoce;
- Não aproveitamento do bairrismo dos pelotenses natos e que vivem fora;
- Escassa apresentação do que fazer em Pelotas, no TripAdvisor, site e mídias sociais;

S

FORÇAS
(strengths)

- Realização de uma série de eventos: Fenadoce, Festival Sesc de Música, Feira do Livro, Virada Cultural, Pelotas Doce Natal, Expoarroz, Expofeira e Dia do Patrimônio;
- Existência de espaços diversificados para eventos;
- Potencialidade dos eventos rurais;
- Revitalização do Jockey Clube e entorno;
- Existência do Centro de Eventos Fenadoce;
- Potencial dos eventos universitários;
- Pelotas como catalisador de eventos regionais e nacionais;

W

FRAQUEZAS
(weaknesses)

EVENTOS

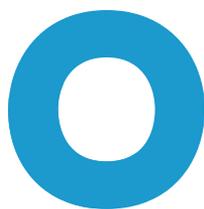
- Carnaval – ampliar a realização, reforçando sua identidade e resgatando sua opulência;
- Necessidade de inclusão dos jogos de futebol como aproveitando a participação dos times Grêmio Esportivo Brasil e Esporte Clube Pelotas em competições estaduais e nacionais;
- Eventos rurais podem ser mais explorados;
- Falta de planejamento do calendário de eventos, necessidade de melhor distribuí-los ao longo do ano;
- Necessidade de promoção integrada e regional dos eventos;
- Falta de um sistema para ordenação conjunta e coordenada para a realização de eventos, no sentido de oferecer as liberações dos espaços públicos;



FRAQUEZAS (weaknesses)

EVENTOS

- Necessidade de maior integração do Centro Comercial de Pelotas com as entidades, com relação a organização de eventos e outros assuntos inerentes à área central;
- Falta de um Centro de Eventos multifuncional;
- Falta qualificar os eventos que valorizem os produtos locais e regionais;
- Falta valorizar os produtos locais nos eventos diversos;
- Escassa programação com foco na atração de turistas na Semana Municipal, na Semana do Turismo e na Semana Farroupilha;
- Desarticulação do Convention Bureau;
- Pouco aproveitamento da cultura gaúcha;
- Charque não é aproveitado como produto gastronômico cultural – pouco servido pelos restaurantes – Não há mais produção de charque no município;



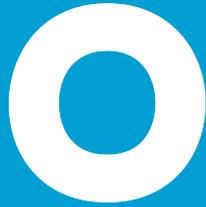
OPORTUNIDADES (opportunities)

- Localização estratégica;
- Existência de aeroporto internacional federal;
- Possibilidade de ampliar as linhas aéreas;
- Governador é natural de Pelotas (e foi Prefeito do Município);
- Estar na rota do Mercosul;
- Iphan reconheceu como Patrimônio Cultural Brasileiro (material e imaterial);
- Conjuntura política do estado e país, com representantes locais;
- Região reconhece Pelotas como polo regional;
- Existência de Arranjos Produtivos Locais na região;
- Integração com a Fronteira Sul (proximidade com a fronteira do Uruguai);



AMEAÇAS (threats)

- Poucas linhas aéreas sendo ofertadas;
- Longo período de obras de duplicação da BR-116;
- Acessos ferroviário, hidroviário e aéreo, pois não são completamente explorados;
- Pedágios com valor elevado;
- Distância da Capital;
- Poucos pontos de serviços na estrada/rodovia – sentido Uruguai – Pelotas;
- Situação econômica do país/ crise;
- Crise política – polarização;
- Carência nos orçamentos para investimentos no turismo
- Globalização gera maior competitividade entre os destinos;



OPORTUNIDADES (opportunities)

- Possibilidade de implementação de atividades de turismo náutico;
 - Possibilidade de empreender no turismo com investimentos menores;
- Regionalização: valorização dos aspectos regionais;
 - Tecnologias de rede: descentralização e senso cooperativo;
- Disputa pela atenção do turista: destinos criam diferenciais;
 - Marketing da Experiência: Demanda por “vivências” e experiência com a viagem, com a cultura, comunidade, natureza;
 - Turismo interno em crescimento.



AMEAÇAS (threats)

- Ciclo de vida mais curto do produto turístico: evolução constante; renovação para estar atual;
- Mudanças climáticas;
- Desvalorização da moeda brasileira em relação às grandes potenciais mundiais;

2.5 Visão

Durante a oficina, também foi apontado pelos grupos à visão até 2023 do destino, compilado e estruturado da seguinte forma:

“Ser reconhecido entre os cinco principais destinos turísticos culturais da região Sul do Brasil, mantendo o título de Patrimônio Cultural Brasileiro, sendo referência no setor de gastronomia, preservando a tradição doceira, turismo de negócios e eventos, com ações integradas entre o trade turístico, o setor público e uma população consciente, atraindo investidores, com a política de turismo estabelecida. Reconhecida como cidade indutora do turismo na Região da Costa Doce Gaúcha.”

2.6 Projeções Futuras

Os dados apresentados a seguir foram extraídos do “Plano Emergencial para a Retomada do Turismo Pós-Pandemia da Covid-19”, resultado do trabalho desenvolvido com os municípios da Costa Doce Gaúcha sob coordenação do SEBRAE RS.

• Tendências, Aspectos, Oportunidades e Ameaças Pós-Pandemia

Antes da pandemia, uma grande tendência do turismo mundial era a busca por experiências e vivências. A chamada “Economia da Experiência” seguirá sendo buscada pelos viajantes, mas com um novo foco: a segurança. A transparência sobre a higiene será um ponto primordial para qualquer viagem futura.

De acordo com o apurado por uma reportagem especial do Uol Notícias, a expectativa do mercado é que ocorra um boom nos roteiros de natureza no pós-pandemia, como resultado da busca por simplicidade e contemplação do meio ambiente, passeios ao ar livre e destinos selvagens com menor fluxo de visitantes. O desafio será acertar a hora certa de reabertura e voltar com protocolos de segurança que, certamente, afetará a logística dos passeios e suas capacidades. Os ganhos em 2021 com o turismo devem alcançar R\$ 259,4 bilhões, valor 4,2% inferior ao patamar de 2019, segundo o estudo da FGV Projetos.

Em junho de 2020 estimativas de pesquisas do SEBRAE-SP, tendo como base também uma pesquisa elaborada pelo Laboratório de Inteligência de Mercado em Viagens (TRLV Lab), avaliaram os impactos e tendências pós-pandemia no setor, sendo o turismo de

natureza apontado como um dos segmentos turísticos mais procurados pelos brasileiros após a pandemia da Covid-19. A tendência é que os turistas busquem por regiões próximas, que permitam viagens de carro, com atividades de lazer em ambientes abertos e contato com a natureza. Os dados também mostram que cerca de 38% da população pretende viajar com a família após a pandemia, sendo que 53% devem viajar nacionalmente, e 62% já estão pesquisando preços e promoções.

A seguir, estão elencadas algumas tendências e aspectos que devem ser levados em consideração nesta nova fase do turismo, bem como as oportunidades e ameaças que envolvem.

TENDENCIA	ASPECTOS	OPORTUNIDADE	AMEAÇAS
Valorização Local	<i>Consideração das variáveis locais e valorização dos Aspectos regionais.</i>	<i>Promover produtos com identidade.</i>	<i>Banalização do discurso por aproveitadores.</i>
Tecnologias de rede	<i>Descentralização e senso cooperativo.</i>	<i>Construção de uma Rede de Cooperação a partir do grupo de empreendedores.</i>	<i>O grupo não compreender sua responsabilidade no turismo.</i>
Proliferação de mídias	<i>Disputa pela atenção do consumidor; tem que ter valor e diferencial para ser percebido.</i>	<i>Comunicar durante a pandemia para ser lembrado depois.</i>	<i>Silenciar durante o momento em que as pessoas mais precisam de boas mensagens.</i>
Recessão econômica	<i>Consumidores comprando menos; crise é igual à oportunidade</i>	<i>Interesse se concentra na oferta turística regional, nas pequenas 'escapadas' de final de semana.</i>	<i>Medo e falta de recursos para investir em viagens.</i>
Eleições em nível municipal	<i>Eleições para Prefeito e Vereadores – outubro 2020.</i>	<i>Articulação e relacionamentos</i>	<i>Perda do foco no turismo.</i>

TENDENCIAS COMPORTAMENTAIS DO PÓS PANDEMIA

TENDENCIA	ASPECTOS	OPORTUNIDADE	AMEAÇAS
Turismo Brando	<i>O turista pós Coronavírus buscará por lugares com baixo fluxo de turistas e para viver experiências significativas.</i>	<i>Fazer com que o turista se sinta seguro e único na vivência, de modo a agregar valor e segurança ao produto.</i>	<i>Personalizações podem acarretar custos mais altos para trade e turista.</i>
Aventura da experiência	<i>Tendência comportamental de fuga das tensões atuais, buscando estímulos através de "experiências turísticas" memoráveis e seguras. Trata-se de uma demanda mista, baseada, de um lado, no "conforto", e de outro, na "aventura", priorizando espaços naturais.</i>	<i>Experiências em locais abertos, em contato com a natureza, com poucas pessoas, caminhadas, cicloturismo, esportes diversos, com pouco contato e toque. Comidas afetivas. Enogastronomia. Investimento maior nestas experiências diferenciadas.</i>	<i>Cair no "commoditie da experiência", ou seja, na percepção de falsidade. "Cópia-e-cola" de experiências. Des-cuidado com a segurança sanitária.</i>
Sentido da Vida	<i>A pandemia do Coronavírus demonstrou que de nada adianta TER. Ófato de ter recursos investidos, um carro de luxo, ou muitas roupas e calçados não amenizou o sofrimento do isolamento. Somente as memórias acalentaram a dor. Também se apresentou a necessidade de uma busca espiritual.</i>	<i>Busca por lugares autênticos, por encontros baseados na verdade. Querem conversar e trocar ideias, experiências. Calma e alma. Criar experiências que promovam o equilíbrio corpo-mente-alma.</i>	<i>Cuidado com a artificialidade dos produtos, que pode atestar contra o objetivo de encantamento. Focar somente no aspecto financeiro.</i>
Consciência socioecológica	<i>A fim de proteger nosso planeta, precisamos redescobrir uma consciência social, com base em uma mistura de ética, emoção e compaixão. Há uma demanda crescente de consumidores preocupados com o desenvolvimento turístico sustentável e comércio justo.</i>	<i>Contar a história da empresa, de suas pessoas, dos arredores. Valorizar os fornecedores locais. Produção orgânica valorizada. Manutenção dos colaboradores durante a crise será louvado. Slow Food e Slow Tour.</i>	<i>Inautenticidade, no sentido de os produtos "esconderem" os problemas socioecológicos dos locais. O turista quer saber a verdade por trás da marca. Cuidado com os discursos de "ganhos econômicos", tem queimado a imagem de muitas empresas.</i>

TENDENCIAS COMPORTAMENTAIS DO PÓS PANDEMIA

TENDENCIA	ASPECTOS	OPORTUNIDADE	AMEAÇAS
Valorização da família e dos afetos	<i>As relações que foram mantidas durante a pandemia se fortaleceram. Há o desejo de recompensar o isolamento com experiências compartilhadas.</i>	<i>Desenvolver produtos de acordo com o mercado. Experiências para casais, para famílias com filhos pequenos ou jovens. Também pensar na terceira idade.</i>	<i>Tomar cuidado para com isto não serem oferecidos produtos que possam causar percepção de danos ao turista e ao meio ambiente.</i>
Saudosismo	<i>Uma tendência que acompanha o fenômeno recente de retorno às raízes culturais, de um lado, e ao universo infantil, de outro.</i>	<i>Desenvolver inovações de caráter cultural e histórico nos produtos turísticos. Permite envolver o turista em situações lúdicas.</i>	<i>Não cair na percepção de falsidade, retratar a história de forma fiel à realidade histórica e ao mesmo tempo envolvente.</i>
Valorização do local	<i>A pandemia promoveu um aumento do nacionalismo.</i>	<i>Aproveitar e exaltar a história e a geolocalização do produto. Produtos orgânicos, vinhos locais, gastronomia "de raiz".</i>	<i>Não estar focado no consumidor e não perceber seus desejos e ter produtos e discursos obsoletos. Nacionalismo não é fascismo.</i>

• Perfil da Demanda Turística Pós-pandemia

Os dados do SEBRAE apontam que as palavras-chaves que lideram as pesquisas são: cachoeiras, trilhas, montanhas, cavernas e natureza. Somado a isso, há a preferência que essas atividades estejam em destinos próximos, com viagens que possam ser feitas de carro, em locais com baixa aglomeração e maior segurança.

Após a pandemia, o desenvolvimento do turismo se dará em espiral, indo do local, ao regional, estadual, até o nacional. A tendência é de que os primeiros turistas que visitarem a Costa Doce utilizarão automóvel e virão de um raio de até 300 quilômetros, aproximadamente.

Desta forma, todo o esforço de comunicação deverá entender essa realidade e se focar do local ao nacional, paulatinamente.





FOTO: MICHEL CORVELLO

3. PLANO DE AÇÕES

O presente Plano de Ações está estruturado a partir dos diferentes trabalhos já destacados na Apresentação da Metodologia e deverá ser constantemente avaliado e monitorado pelo Conselho Municipal de Turismo.

As ações estão estruturadas em Políticas Públicas, Infraestrutura e Acesso, Marketing e Promoção do Destino e elencados Quem realiza e o Prazo.

Com relação ao tempo de execução das ações, se convencionou da seguinte forma: curto –ano 2020 ; médio – 2021; longo – a partir de 2022. O documento busca atender as fraquezas, ou oportunidades de melhorias, do Relatório do Município, nas seguintes áreas:

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

Os programas e projetos que são desenvolvidos anualmente, são definidos pela SDETI e pelo COMTUR ao início de cada ano.

LEGENDA:

 CURTO PRAZO  MÉDIO PRAZO  LONGO PRAZO  CONTÍNUO

PRAZO PARA EXECUÇÃO:

AÇÕES DE CURTO PRAZO: janeiro de 2020 a dezembro de 2021;

AÇÕES DE MÉDIO PRAZO: janeiro de 2022 a dezembro de 2022;

AÇÕES DE MÉDIO PRAZO: janeiro de 2023 a dezembro de 2024;

AÇÕES CONTÍNUAS: estratégias permanentes;

POLÍTICAS PÚBLICAS, INFRAESTRUTURA E ACESSO

AÇÃO	PRAZO	EXECUTORES	RECURSO
Estabelecer o Sistema Municipal de Turismo: órgão oficial, regionalização, COMTUR, Plano e Fundo Municipal de Turismo;		SDETI e COMTUR	-
Fomentar o monitoramento do impacto do trânsito de veículos pesados nos sítios históricos tombados;		Poder Público e Privado	Poder Público e Privado
Fomentar capacitações aos profissionais do turismo para o adequado atendimento às pessoas com deficiência;		Poder Público e Privado; Sistema S	Poder Público e Privado; Sistema S
Fomentar a acessibilidade nos espaços culturais;		Poder Público e Privado	Poder Público e Privado; Sistema S
Estabelecer e desenvolver a Política Municipal de Turismo, através da implementação do Sistema Municipal de Turismo (SISTUR), abrangendo: o órgão oficial de turismo no município, Conselho Municipal de Turismo (COMTUR), Plano Municipal de Turismo (PMT), Fundo do Municipal de Turismo (FUMTUR), regionalização e calendário de eventos;		Poder Público e COMTUR	Poder Público e COMTUR
Fomentar e promover atividades culturais que visem à intensificação da participação das pessoas com deficiência na comunidade;		Poder Público e Privado; Sistema S	Poder Público e Privado; Sistema S
Ampliar e manter a sinalização nas entradas da cidade e em todo município;		Poder Público e Privado	Poder Público e Privado;
Monitorar e realizar a manutenção das placas de sinalização no município;		Poder Público e Privado	Poder Público e Privado;
Implantar sinalização turística em idioma estrangeiro em pontos estratégicos;		Poder Público e Privado	Poder Público e Privado;

AÇÃO	PRAZO	EXECUTORES	RECURSO
Articular estudos visando qualificar a mobilidade, e de acordo com a necessidade, duplicar as vias/ eixos, visando à preservação do patrimônio histórico;		Poder Público	Poder Público e Privado
Articular para intensificar a frota de ônibus em horários de pico e finais de semana;		Poder Público	Poder Público e Privado;
Fomentar a utilização do transporte público e alternativo, visando diminuir o número de automóveis nas ruas;		Poder Público e Privado	Poder Público e Privado
Fomentar o investimento na infraestrutura de ferrovias e hidrovias;		Poder Público e Privado	Poder Público e Privado
Ampliar a divulgação dos meios de transportes públicos e os trajetos aos acessos dos atrativos turísticos;		Poder Público e Privado	Poder Público e Privado
Capacitar os colaboradores do transporte público, com atenção especial para os da região rural, quanto à prestação de informações sobre os atrativos e serviços turísticos;		Poder Público e Privado; Sistema S	Poder Público e Privado; Sistema S
Firmar parceria com os pedágios para o repasse de dados e informações sobre fluxo de veículos nas praças;		Poder Público	-
Estimular manufatura de produtos típicos e artesanais de Pelotas;		Poder Público e Privado; Sistema S	Poder Público e Privado; Sistema S
Tomar medidas a fim de estimular a produção, o consumo e a comercialização do charque;		Poder Público e Privado; Sistema S e Terceiro Setor	Poder Público e Privado; Sistema S e Terceiro Setor
Fomentar a instalação de hotéis de redes nacionais ou internacionais e ampliação e qualificação da oferta existente;		Poder Público e Privado	Poder Privado
Fomentar a ampliação ou a qualificação de espaços e centros de eventos;		Poder Público e Privado	Setor Privado
Ampliar e qualificar a rede de Wi-fi da cidade e pontos gratuitos, especialmente no entorno dos atrativos turísticos – alinhados com o marco civil da internet;		Poder Público e Privado;	Poder Público e Privado;
Ampliar e manter os Centros de Atenção ao Turista (CATs) na cidade;		Poder Público e Privado	Poder Público e Privado
Qualificar e implantar sanitários públicos, no entorno de atrativos turísticos;		Poder Público e Privado;	Poder Público e Privado;
Qualificar a iluminação pública no entorno dos atrativos turísticos;		Poder Público e Privado	Poder Público e Privado

AÇÃO	PRAZO	EXECUTORES	RECURSO
Articular a ampliação e fiscalização dos serviços de saneamento, água, esgoto, recolhimento de resíduos nas zonas de interesse turístico;		Poder Público	Poder Público e Privado
Articular a intensificação na limpeza das vias públicas no entorno dos atrativos turísticos;		Poder Público e Privado	Poder Público e Privado
Articular a qualificação no fornecimento de água;		Poder Público e Privado	Poder Público e Privado
Fomentar a capacitação para o atendimento bilíngue nos serviços turísticos, em especial ao idioma espanhol;		Poder Público e Privado	Poder Público e Privado
Qualificar as vias de acessos aos atrativos turísticos;		Poder Público e Privado	Poder Público e Privado
Articular a manutenção da poda das árvores, permitindo a passagem dos ônibus turísticos;		Poder Público	Poder Público
Articular a qualificação dos equipamentos de esporte e lazer do município;		Poder Público e Privado	Poder Público e Privado
Articular a implantação e manutenção do mobiliário urbano, respeitando a identidade visual já instituído;		Poder Público e Privado;	Poder Público e Privado;
Ampliar cadastro dos empreendimentos com acessibilidade ou quesitos acessíveis, para ampla divulgação;		Poder Público e Privado;	Poder Público e Privado;
Adaptar materiais de promoção e orientação turística, conforme os protocolos internacionais de acessibilidade;		Poder Público e Privado	Poder Público e Privado
Fomentar o cadastro das empresas no CADASTUR;		Poder Público e Privado	-
Ampliar e qualificar banco de pré-projetos prioritários, de acordo com as demandas do PMT;		Poder Público e COMTUR	Poder Público e COMTUR
Dar continuidade na parceria com o APL do Turismo da Costa Doce;		Poder Público e Privado; SEBRAE; AZONASUL	Poder Público e Privado; SEBRAE; AZONASUL
Promover a regularidade das atividades do COMTUR;		SDETI e COMTUR	-
Acompanhar os objetivos da Política Estadual e Federal do Turismo;		Poder Público e COMTUR	-
Atualizar o PMT com periodicidade de 4 anos, para o mesmo período de vigência do Plano Plurianual que determina o orçamento a médio prazo;		SDETI e COMTUR	Poder Público e Privado; Terceiro Setor

AÇÃO	PRAZO	EXECUTORES	RECURSO
Elencar as ações prioritárias do PMT a serem executadas, alinhando-as com a Lei Orçamentária Anual.		SDETI	-
Criar e divulgar relatório Anual de Monitoramento de execução do PMT com as metas trabalhadas;		SDETI e COMTUR	-
Estabelecer indicadores das ações do PMT e realizar monitoramento de sua execução;		Poder Público e COMTUR	-
Qualificar a representatividade dos setores no COMTUR (público e privado);		Poder Público e SEBRAE	Poder Público e SEBRAE
Ampliar os estudos estratégicos e pesquisas do turismo local (oferta e demanda);turísticos;		Poder Público e Privado; Terceiro Setor	Poder Público e Privado; SEBRAE
Elaborar relatórios da conjuntura turística e ampliar a difusão dos relatórios;		Poder Público	Poder Público
Estabelecer observatório do turismo no município;		Poder Público e Privado; Terceiro Setor; Instituições de ensino superior	Poder Público e Privado; Terceiro Setor; Instituições de ensino superior
Fomentar parcerias para ampliar as linhas aéreas;		Poder Público e Privado;	Poder Público e Privado;
Firmar parcerias com países do Mercosul, para promoção do destino e criação de projetos integrados;		Poder Público e Privado; Terceiro Setor	Poder Público e Privado; Terceiro Setor
Estabelecer PPPs para soluções e realizações no turismo;		Poder Público e Privado	Poder Público e Privado
Fiscalizar e ampliar locais de estacionamento reservados ao transporte turístico;		Poder Público	Poder Público
Ampliar o monitoramento para a fiscalização dos empreendimentos turísticos;		Poder Público	Poder Público
Fomentar o aumento da oferta de meios de transporte nos diferentes modais;		Poder Público e Privado;	Poder Público e Privado;
Avaliar o Código de Posturas e ampliar a fiscalização e punição com relação à depredação do patrimônio;		Poder Público e COMTUR	Poder Público e COMTUR
Promover a qualificação das áreas de lazer no município;		Poder Público e Privado	Poder Público e Privado
Promover e fomentar programas e ações em prol da educação patrimonial, para sensibilizar a comunidade quanto ao uso e a preservação do patrimônio;		Poder Público e COMTUR	Poder Público e COMTUR

AÇÃO	PRAZO	EXECUTORES	RECURSO
Ampliar a fiscalização quanto à depredação do patrimônio		Poder Público	Poder Público
Trabalhar no desenvolvimento e execução do plano de trabalho da comissão da Salvaguarda da tradição doceira de Pelotas e antiga Pelotas;		Comissão da Salvaguarda da Tradição Doceira	Comissão da Salvaguarda da Tradição Doceira
Articular o desenvolvimento das ações previstas no Projeto de Qualificação da Região Rural;		Poder Público e Privado; COMTUR e Terceiro Setor	Poder Público e Privado; COMTUR e Terceiro Setor
Articular o desenvolvimento das ações previstas no Projeto de Qualificação Praias do Laranjal		Poder Público e Privado; COMTUR e Terceiro Setor	Poder Público e Privado; COMTUR e Terceiro Setor
Criar e desenvolver o Projeto de Turismo Criativo na Vila da Palha - Rota das Charqueadas		Poder Público e Privado; COMTUR e Terceiro Setor	Poder Público e Privado; COMTUR e Terceiro Setor

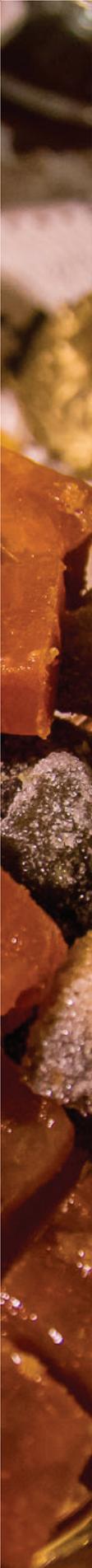
MARKETING E PROMOÇÃO DO DESTINO

AÇÃO	PRAZO	EXECUTORES	RECURSO
Fortalecer a marca "Cidade de Pelotas, do Sal ao Açúcar" como Patrimônio Cultural Brasileiro;		Poder público e Privado; Terceiro Setor	Poder público e Privado; Terceiro Setor
Fomentar e intensificar a comercialização e o posicionamento online da cidade;		Poder público e Privado; Terceiro Setor	Poder público e Privado; Terceiro Setor
Promover a divulgação do portal do turismo e dos aplicativos Pelotas Tem e Turismo Virtual em Pelotas;		Poder Público e Privado;	Poder Público e Privado;
Estruturar o calendário oficial de eventos do município, com regulamentação específica, a fim de viabilizar apoio institucional e dar suporte para obtenção de recursos com os órgãos competentes;		Poder público e Privado; Terceiro Setor	Poder público e Privado;
Intensificar a interação com a imprensa, fortalecendo a imagem positiva da cidade;		Poder público e Privado; Terceiro Setor	Poder público e Privado; Terceiro Setor
Incentivar a criação de uma folheteria segmentada da iniciativa privada;		Poder público e Privado; Terceiro Setor	Poder público e Privado; Terceiro Setor
Elaborar material bilingue para a promoção da cidade;		Poder público e Privado; Terceiro Setor	Poder público e Privado; Terceiro Setor
Executar o Plano de Marketing;		Poder público e Privado; Terceiro Setor	Poder público e Privado; Terceiro Setor
Prospectar pequenos eventos existentes, urbanos e rurais, com potencial turístico, auxiliando na capacitação, organização e divulgação;		Poder Público e Privado; Terceiro Setor; Instituições de Ensino	Poder Público e Privado; Terceiro Setor; Instituições de Ensino

AÇÃO	PRAZO	EXECUTORES	RECURSO
Fortalecer a promoção e a comercialização internacional do destino, por meio de parcerias com cidades e países vizinhos;		Poder Público e Privado; Terceiro Setor	Poder Público e Privado; Terceiro Setor
Realizar road shows em destinos vizinhos para promover Pelotas		Poder Público e Privado; Terceiro Setor	Poder Público e Privado; Terceiro Setor
Fomentar a integração da oferta turística de Pelotas junto aos eventos realizados no município, e fora dele, focando no atendimento e promoção aos participantes;		Poder Público e Privado; Terceiro Setor	Poder Público e Privado; Terceiro Setor
Participar e realizar rodadas de negócios para que os empresários do setor do turismo firmem acordos comerciais;		Poder Público e Privado; Terceiro Setor	Poder Público e Privado; Terceiro Setor
Realizar campanhas de promoção do destino, com a realização de mostras dos produtos e roteiros turísticos;		Poder Público e Privado; Terceiro Setor	Poder Público e Privado; Terceiro Setor
Veicular anúncios na mídia impressa, outdoors, guias turísticos, entre outros;		Poder Público e Privado; Terceiro Setor	Poder Público e Privado; Terceiro Setor
Incentivar a criação de pacotes promocionais, através de parcerias entre hotéis e demais estabelecimentos do trade turístico;		Poder Público e Privado; Terceiro Setor	Poder Público e Privado; Terceiro Setor
Fortalecer a divulgação do calendário anual de eventos, sobretudo com a mídia estadual;		Poder Público e Privado; Terceiro Setor	Poder Público e Privado; Terceiro Setor
Realizar presstrips para imprensa, influenciadores digitais e blogueiros do turismo, criando um calendário estratégico e buscando parcerias para sua viabilização;		Poder Público e Privado; Terceiro Setor	Poder Público e Privado; Terceiro Setor
Criar o Pelotas Film Commission, comissão responsável por captar e viabilizar a realização de produções audiovisuais no município, contribuindo para o desenvolvimento econômico e atração de turistas;		Poder Público e Privado; Terceiro Setor	Poder Público e Privado; Terceiro Setor
Incentivar a criação de produtos turísticos voltados ao turismo de experiência, pedagógico, universitário, comunitário, etc;		Poder Público e Privado; Terceiro Setor; Instituições de Ensino	Poder Público e Privado; Terceiro Setor; Instituições de Ensino
Estimular a criação de produtos turísticos que valorizem a economia criativa, através do artesanato, da gastronomia, cultura, educação, ciência, tecnologia e do empreendedorismo;		Poder Público e Privado; Terceiro Setor; Instituições de Ensino	Poder Público e Privado; Terceiro Setor; Instituições de Ensino
Criar uma central de eventos responsável por regulamentar o uso dos espaços públicos, por meio de protocolo digital integrado dos órgãos públicos, definindo um fluxo ágil;		Poder Público	Poder Público
Estimular a formatação de um calendário de eventos regional (Costa Doce Gaúcha);		Poder Público e Privado; Terceiro Setor	Poder Público e Privado; Terceiro Setor



FOTO: RAFAEL TAKAKI



4. CONSIDERAÇÕES

A atualização do Plano Municipal do Turismo busca atender as necessidades para o próximo quadriênio, onde as ações foram projetadas com base no atual diagnóstico turístico local, regional e global.

Cabe ressaltar que as adversidades futuras ainda são desconhecidas, visto que o cenário de tendências e oportunidades, estão suscetíveis a muitas mudanças. A única certeza é a necessidade de seguir fortalecendo o engajamento e a participação dos diferentes agentes na mobilização em prol do desenvolvimento do turismo no município. E para isto, os diferentes estudos e pesquisas aqui apresentados, resultam em uma importante e qualificada ferramenta de gestão e planejamento turístico que deve seguir sendo abraçada e trabalhada por todos.



FOTO: LEANDRO KARAM



5. REFERÊNCIAS

Informe Estatístico de Pelotas: Anos de 2016, 2017, 2018 e 2019. Prefeitura Municipal de Pelotas, Secretaria de Desenvolvimento, Turismo e Inovação. Disponível em: <http://www.pelotasturismo.com.br/observatorio>.

Oportunidades para o Desenvolvimento do Turismo na Região Sul do Rio Grande do Sul (Costa Doce). SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Outubro, 2018. Disponível em: <http://www.pelotasturismo.com.br/observatorio>.

Pesquisa de Fluxo turístico de Pelotas. LUCA Tourism e SEBRAE RS. Disponível em: <http://www.pelotasturismo.com.br/observatorio>.

Plano Emergencial para a Retomada do Turismo Pós-pandemia da Covid-19. SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Julho, 2020. Disponível em: <http://www.pelotasturismo.com.br/observatorio>.

Portal da Prefeitura de Pelotas. Disponível em: www.pelotas.com.br

Portal Pelotas Turismo. Disponível em <http://www.pelotasturismo.com.br>

Posicionamento e Estratégias para o Turismo na Costa Doce Gaúcha. IPM-UNISINOS e SEBRAE RS. Disponível em <http://www.pelotasturismo.com.br>

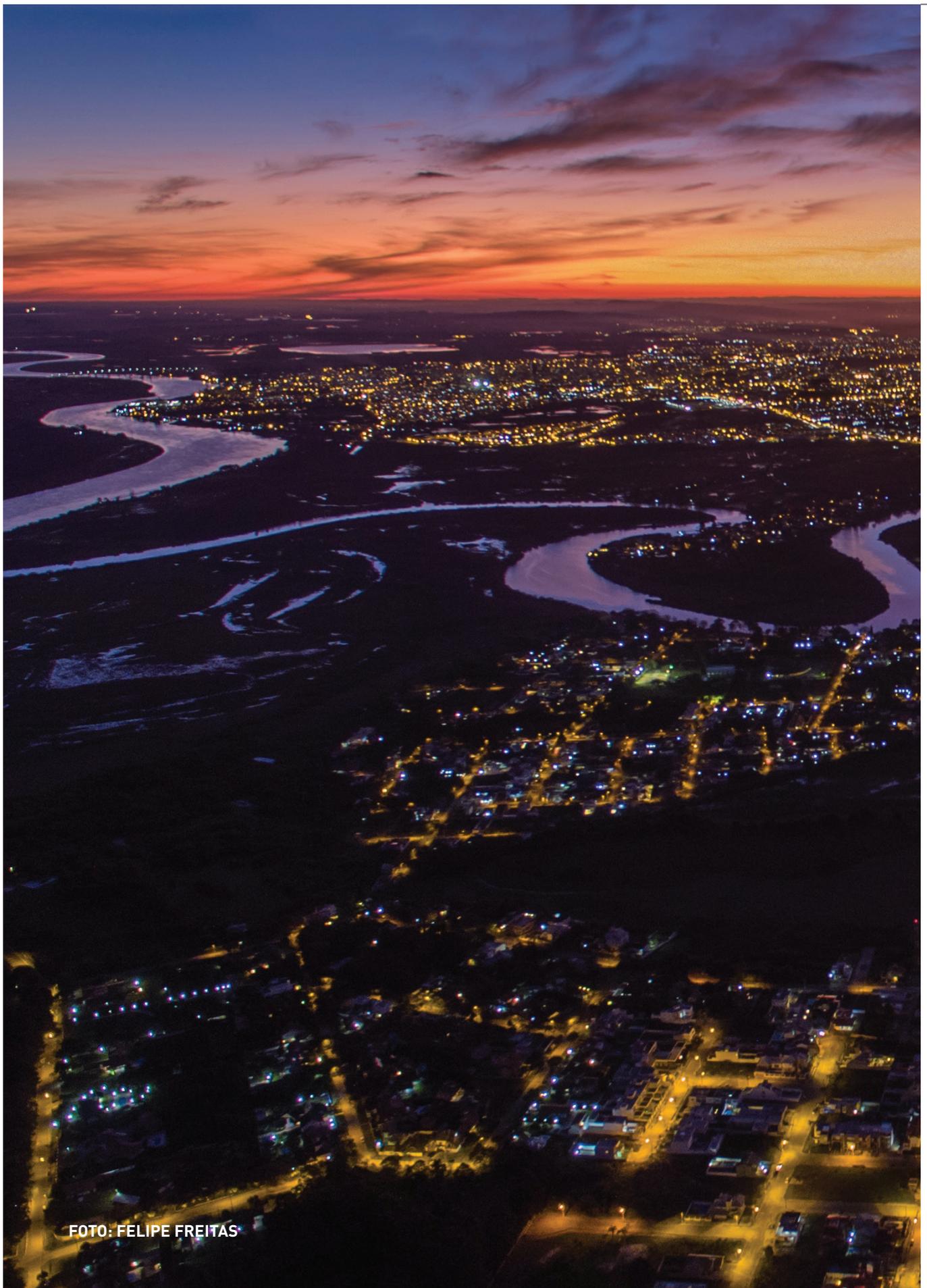
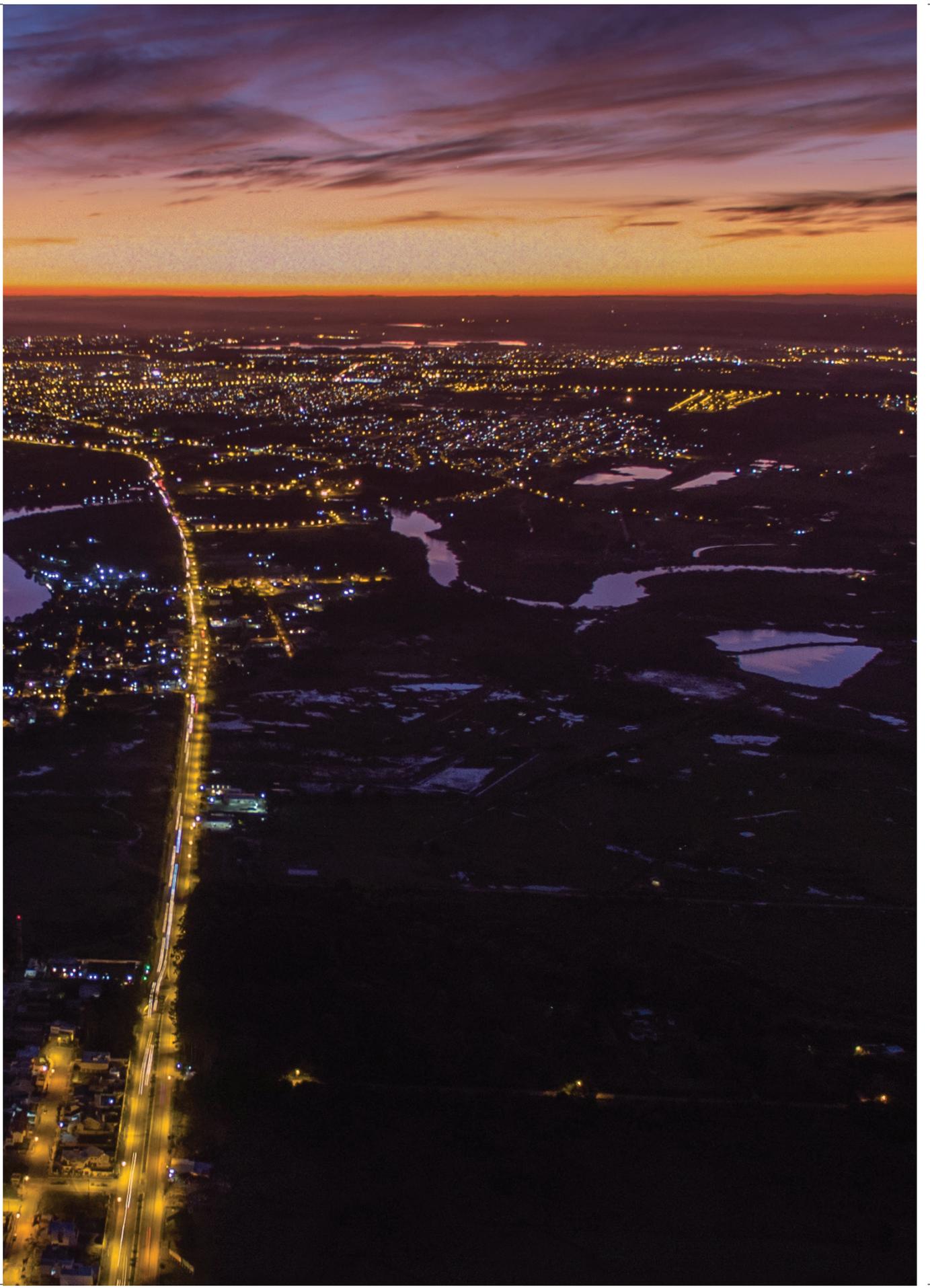
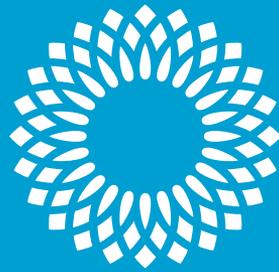


FOTO: FELIPE FREITAS





PATRIMÔNIO CULTURAL
BRASILEIRO

cidade
de **pelotas**

**COSTA
DOCE
GAUCHA**
EXTREMO SUL DO BRASIL

SEBRAE



pelotaturismo.com.br

Secretaria de Desenvolvimento, Turismo e Inovação de Pelotas, MAR/2021
+ 55 53 3225 7755 | sdet.turismo@pelotas.rs.gov.br | @pelotaturismo

MATERIAL DE DISTRIBUIÇÃO GRATUITA