

2023 - 2027 **PLANO MUNICIPAL DE TURISMO**

NOVA PALMA - RS



Geoparque
Quarta Colônia



unesco
Geoparque Mundial

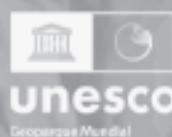
2023 - 2027

PLANO MUNICIPAL DE TURISMO

NOVA PALMA - RS



**Geoparque
Quarta Colônia**



EXPEDIENTE

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA

EQUIPE DE ELABORAÇÃO

Caroline Ciliane Ceretta
Dalva Maria Righi Dotto
Marcelo Ribeiro
Mônica Elisa Dias Pons
Adriano Figueiró

EQUIPE DE APOIO

PRÓ-REITORIA DE EXTENSÃO

Pró-Reitor de Extensão
Flavi Ferreira Lisbôa Filho

Pró-Reitora de Extensão Substituta
Jaciele Carine Vidor Sell

Desenvolvimento Regional e Cidadania
Leandro Nunes Gabbi
Bibiana Schiavini Gonçalves Toniazzo

CURSO DE GESTÃO DE TURISMO

Antônia Pacheco da Silveira
Gabriela Muniz
Maysa Segalla
Paola Goulart da Silva
Rômulo Almansa Klusener
Valéria Bones Costa

CURSO DE GEOGRAFIA

Ana Paula Kiefer
Gustavo Soares Arrial

CONSÓRCIO INTERMUNICIPAL DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DA QUARTA COLÔNIA

Presidente
Matione Sonogo

REPRESENTANTES DOS MUNICÍPIOS

AGUDO

SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO
ECONÔMICO, CULTURA E TURISMO
Djulia Regina Ziemann

DONA FRANCISCA

SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO
Ricardo Vicente Zimmer

FAXINAL DO SOTURNO

COORDENADORIA DE CULTURA E TURISMO
Vanessa Baccin

IVORÁ

NÚCLEO DE CULTURA, DESPORTO E TURISMO
Edicléia Aparecida Iensen Cherobini

NOVA PALMA

COORDENADORIA DE CULTURA E TURISMO
Diego Trindade Hahn

PINHAL GRANDE

DEPARTAMENTO DE CULTURA, TURISMO,
DESPORTO E LAZER
Maria Cristina Fachin

SÃO JOÃO DO POLÊSINE

COORDENADORIA MUNICIPAL DE TURISMO
Bianca da Silva Trindade

RESTINGA SÊCA

SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO
ECONÔMICO, CULTURA, TURISMO E ESPORTE
Shaiane Grigoletto Dotto

SILVEIRA MARTINS

SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO
Cátia Ferret

AUTORES LOCAIS PARTICIPANTES DA REUNIÃO DE DISCUSSÃO

Representantes do Conselho Municipal de Turismo
Comunidade em geral

FICHA TÉCNICA

CONSULTORIA TÉCNICA E ELABORAÇÃO DE CONTEÚDO

PLANO REGIONAL

Adriano Severo Figueiró
Ana Paula Kiefer
Gustavo Soares Arrial
Franqueline Monback Noschang

PLANOS MUNICIPAIS

Caroline Ceretta
Dalva Maria Righi Dotto
Marcelo Ribeiro
Mônica Elisa Dias Pons
Antônia Pacheco da Silveira
Gabriela Muniz
Maise Segalla
Paola Goulart da Silva
Rômulo Almansa Klusener
Valéria Bones Costa
Bibiana Schiavini Gonçalves Toniazzo

REVISÃO TEXTUAL

Camila Steinhorst

PROJETO GRÁFICO

Camila Steinhorst
Paola Goulart da Silva

DIAGRAMAÇÃO

Camila Steinhorst
Paola Goulart da Silva
Vitoria Moraes
Adriano Severo Figueiró

CAPA

Vitoria Moraes

SUMÁRIO

1	APRESENTAÇÃO DO MUNICÍPIO.....	06
2	INVENTÁRIO DA OFERTA TURÍSTICA MUNICIPAL.....	07
3	DIAGNÓSTICO DO DESTINO TURÍSTICO NOVA PALMA.....	09
3.1	ATRATIVOS, EQUIPAMENTOS, SERVIÇOS E INFRAESTRUTURA.....	09
3.1.1	Palavras que representam o destino turístico.....	10
3.1.2	O destino em relação a outros em proximidade.....	11
3.1.3	Meios de hospedagem, setor de alimentação e agenciamento.....	11
3.2	RASTROS DIGITAIS.....	14
3.2.1	Resultados da pesquisa dos rastros digitais.....	14
3.2.2	Tratamento dos dados digitais pelas prefeituras.....	15
3.3	PERCEPÇÃO DO TURISTA - PESQUISA DE OPINIÃO.....	16
3.4	SEGMENTOS PRIORITÁRIOS.....	16
3.5	MERCADO –ALVO.....	17
3.6	MATRIZ SWOT.....	17
3.7	DIMENSÃO PARTICIPATIVA DOS ATORES LOCAIS.....	18
3.7.1	Infraestrutura turística.....	18
3.7.2	Atrativos naturais e culturais (produto).....	19
3.7.3	Marketing e promoção turística.....	19
3.7.4	Proteção e reconhecimento do patrimônio.....	20
3.7.5	Qualificação dos serviços turísticos.....	21
4	DIRETRIZES, PROGRAMAS E AÇÕES ESTRATÉGICAS.....	22
5	PROGNÓSTICO.....	24
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	26
	REFERÊNCIAS.....	27
	APÊNDICES.....	28
	APÊNDICE A - PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	29
	APÊNDICE B - APRESENTAÇÃO DO CRONOGRAMA DE TRABALHO.....	29
	APÊNDICE C - PESQUISA DOS COMENTÁRIOS DA PREFEITURA.....	34

1 APRESENTAÇÃO DO MUNICÍPIO

O município de Nova Palma está situado na Região Central do Estado do Rio Grande do Sul (RS), na região da Quarta Colônia. Antes de se emancipar, o município era conhecido como Barracão e Soturno passou a se denominar Nova Palma em 1913, emancipando da cidade de Júlio de Castilhos em 1960. Esse nome se deve ao fato de possuir, na época, um grande número de plantas do tipo palma.

Segundo a Prefeitura Municipal de Nova Palma (2022), atualmente, residem no município 5.586 pessoas (IBGE, 2022), e as principais atividades econômicas são a agropecuária, o comércio e a indústria, com o PIB per capita a preços correntes (2022): 58.703,35 reais.

A atividade turística e as agroindústrias têm crescido nos últimos anos, resultado da valorização da diversidade e dos atrativos culturais.

Com um conjunto arquitetônico de mais de 40 capitéis recentemente restaurados e identificados, o município de Nova Palma tem como principais elementos de identidade na área de turismo, edificações relacionados à religiosidade, o que também inclui a Igreja Matriz. Além disso, possui um centro cultural que abriga um acervo relevante com informações sobre os imigrantes italianos no Brasil e seus descendentes. Em suma, apresenta diversos atrativos culturais e naturais, com destaque para o Balneário Municipal Atílio Aléssio, que recebe um fluxo significativo de visitantes anualmente.

Figura 1 - Amanhecer em Nova Palma.



Fonte: Arquivo Municipal de Nova Palma, 2022.

2 INVENTÁRIO DA OFERTA TURÍSTICA MUNICIPAL

Para facilitar o levantamento de dados gerais de cada município, o Ministério do Turismo recomenda o uso do inventário da oferta turística. A partir desse instrumento, é possível identificar a situação e propor ações que poderão contribuir para a ampliação das atividades turísticas e o possível desenvolvimento do setor a médio e longo prazo. No inventário da oferta turística, são reunidos os dados para identificar, registrar e divulgar os atrativos locais, os serviços, os equipamentos turísticos, as estruturas de apoio ao turismo, as instâncias de governança e outros fatores que viabilizam o desenvolvimento do turismo. É com base nas informações do inventário que se planeja e gerencia adequadamente o processo de desenvolvimento turístico no município. A partir de uma constante atualização desse instrumento, pode-se elaborar planos, projetos e programas de turismo de forma participativa e realista.

Nesse sentido, por meio do inventário realizado no primeiro semestre de 2022, o município de Nova Palma encontra-se em fase de desenvolvimento da atividade turística, onde os atrativos turísticos e a governança local aparecem alinhados, principalmente no que tange à importância do turismo no município.

O Balneário Municipal é um atrativo turístico consolidado, com infraestrutura receptiva, porém carece de significativa apropriação dos atores locais e da iniciativa privada nas ações de investimentos no local. Constantemente recebendo manutenção, por conta de aspectos ambientais, o Balneário possui infraestrutura para receber e alojar visitantes no período de veraneio (dezembro a março).

Outro atrativo de longa data, com visitantes de diferentes lugares do país, é o Centro de Pesquisas Genealógicas (CPG), localizado no Centro Cultural Padre Luiz Sponchiado, que possui um dos maiores acervos das famílias de imigrantes e descendentes de Italianos no território.

De forma abrangente, o inventário da oferta turística de Nova Palma indica 13 atrativos municipais, sendo sete atrativos naturais e seis atrativos culturais (Quadro 1).

Quadro 1 - Atrativos turísticos municipais

Atrativos naturais	Atrativos culturais
Balneário Municipal Atilio Aléssio	Centro Cultural Padre Luiz Sponchiado
Gruta Indígena do Caemborá	Caminho dos Capitéis
Mirante com vista para a Usina Hidrelétrica Dona Francisca	Igreja Matriz Santíssima Trindade
Gruta de Nossa Senhora de Lourdes	Rota das Esculturas
Cascata do Pingo	Praça Padre João Zanella
Cascata das Pedras Brancas	Monumento a Nossa Senhora da Salete
Caverna de Nossa Senhora de Fátima	Cruz do Silêncio
Trilhas do Seu Vitélio	

Fonte: Ficha do inventário Municipal, 2022.

O trabalho proposto neste plano será de responsabilidade do Conselho Municipal de Turismo (CMT), que deverá atualizá-lo, pelo menos, a cada dois anos para identificar forças, fraquezas, possíveis oportunidades e estratégias mercadológicas que serão estabelecidas de modo participativo.

Sobre a governança de turismo, o CMT está ativo desde 2017 e conta em sua maioria com representantes públicos e entidades do terceiro setor. Por outro lado, o município possui um servidor turismólogo concursado, único em exercício na Quarta Colônia, o que demonstra o compromisso da administração pública com as atividades de turismo no município. Outro aspecto importante é o CAT, Centro de Atendimento ao Turista que está ativo. O serviço de comunicação de informações turísticas aparece em folders, nas páginas web e redes sociais oficiais do município.

3 DIAGNÓSTICO DO DESTINO TURÍSTICO NOVA PALMA

O diagnóstico considerou o levantamento preenchido por representantes da Prefeitura Municipal, em específico as informações gerais sobre os atrativos, os equipamentos, os serviços e a infraestrutura existente (inventário); a pesquisa dos rastros digitais; e o resultado das reuniões e discussões quanto às dimensões do setor de turismo, com a participação dos atores locais.

3.1 ATRATIVOS, EQUIPAMENTOS, SERVIÇOS E INFRAESTRUTURA

O inventário do município de Nova Palma apontou que o destino turístico tem um conjunto de atrativos naturais e culturais que contemplam a visitação ao longo do ano, de modo que minimizam a sazonalidade, característica do setor. Nova Palma tem como principais pontos positivos o envolvimento do poder público com o turismo, mas ainda carece de empresários e de maior participação da própria comunidade nesse processo.

Entre os pontos fortes, a atribuição principal do município é o Balneário Municipal Atílio Alessio, com infraestrutura receptiva adequada para o período de veraneio. Além desse, destacam-se aspectos da cultura italiana inventariados no Centro de Pesquisa genealógica de Nova Palma e o Centro Cultural Padre Luiz Sponchiado, que atende um fluxo significativo de turistas no município.

Os atrativos culturais são importantes para o turismo religioso vocacionado, pois o município tem um vasto patrimônio cultural representado por Capitéis, Igreja Matriz e Capelas da religião Católica Apostólica Romana, herdadas desde o início da Imigração Italiana e em bom estado de conservação, tanto na cidade quanto no interior.

Na governança do turismo local, a presença de um Centro de Atendimento ao Turismo (CAT) são fatores importantes no desenvolvimento do turismo, além de possuir um servidor público concursado na área de turismo. Por outro lado, questões de telefonia e serviços de alimentação são aspectos que merecem atenção para atender o receptivo ao longo do ano. Por fim, há necessidade do CAT estar em funcionamento aos finais de semana e acessível aos visitantes, pois é nesse período que o fluxo turístico é mais significativo. A figura 2 mostra um dos diversos Capitéis existentes nas estradas da área rural do município.

Figura 2 - Capitéis e Paróquia Santíssima Trindade

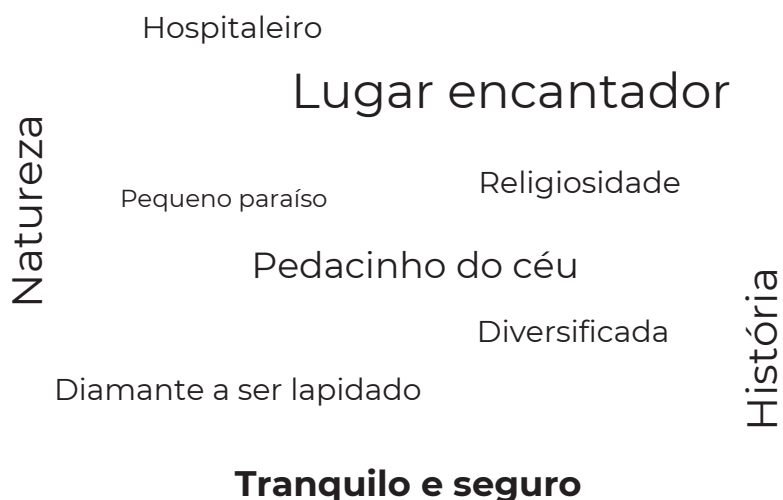


Fonte: Arquivo Municipal de Nova Palma, 2022.

3.1.1 Palavras que representam o destino turístico

Para que se tenha uma melhor distinção de Nova Palma, as palavras que mais representam o município como um destino turístico trazem o sentimento de pertencimento ao lugar como manifestação cultural identitária, as vivências e o posicionamento do destino turístico (Figura 3).

Figura 3 - Nuvem de palavras que representa o município como destino turístico Nova Palma

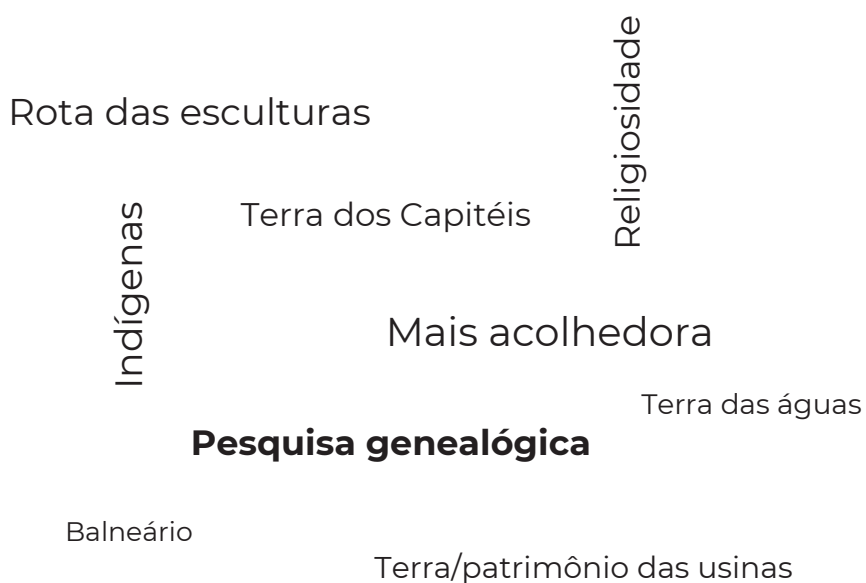


Fonte: Dados resultantes da reunião para alinhamento dos Planos Municipais de Turismo, 2022.

3.1.2 O destino em relação a outros em proximidade

Entre as palavras que representam o destino em relação a outros em proximidade, os atores locais apontaram elementos que mostram a valorização de aspectos indidentitários.

Figura 4 - Nuvem de palavras que representam o destino turístico em relação a outros em proximidade



Fonte: Dados resultantes da reunião para alinhamento dos Planos Municipais de Turismo, 2022.

3.1.3 Meios de hospedagem, setor de alimentação e agenciamento

A identificação dos meios de hospedagem permite aos clientes maior confiabilidade nos produtos e serviços ofertados, oportunizando a escolha antecipada da sua hospedagem. O trade turístico é o conjunto de equipamentos de estrutura do produto turístico, formado por empresas capazes de oferecer produtos e serviços, de apoio ao turista, e, nesse sentido, Nova Palma possui três meios de hospedagem, 14 estabelecimentos de alimentação e nenhuma agência de turismo receptiva.

A seguir, estão listados os restaurantes e meios de hospedagem identificados no município de Nova Palma¹ (Quadros 2 e 3).

¹ A pesquisa sobre o levantamento de restaurantes e meios de hospedagem está atualizada até abril de 2023, e agrega outras informações, além daquelas apontadas no inventário.

Quadro 2 - Capitéis e Paróquia Santíssima Trindade

Serviços de alimentação	Endereço
Restaurante e Lancheria do Jaci	Balneário, do outro lado do rio
Restaurante Sabor da Casa	R. Quatro – Caemborá
Churrascaria do Trevo	RS-149, 453
Pizzaria Pança Piena	R. Silvio Groto, 335
Bar e Restaurante Ponto 206	R. Silvio Groto, 210-298
Kabana Bar	R. Silvio Groto, 227
Padaria, Confeitaria, Cafeteria, Pizzaria Sapore Nostro	R. Constante Prendin, 720
Lancheria do Padilha	Constante Prendin, 36
Lancheria Campal	Av. Emancipação, 100-182
Lancheria e Confeitaria Special-Galeto e Caffé	R. Dom Antônio Réis
Lancheria Triângulo	Avenida Dom Érico Ferrari
Meze Burguer e Dog	R. Barracão, 688
Kitutes da Madu	Ângelo Antônio Pigatto, 127
Viking Rock Bar	R. João Volcato, S/N Centro

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Sobre os meios de hospedagem, Nova Palma possui duas pousadas e um *camping* municipal, sendo as pousadas de gestão familiar.

Quadro 3 - Meios de hospedagem e sua localização em Nova Palma

Meios de hospedagem	Endereço
Pousada Cabanas do Dutra	Rua Raimundo Alessio, 003 – frente balneário
Pousada do Padilha	Rua Constante Prendin, sem número, em frente à Praça Padre João Zanella
Camping Municipal	Balneário Municipal Atilio Aléssio

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Complementando o sistema de turismo, o município não possui uma agência de turismo que atenda a demanda, configurando uma necessidade para o receptivo turístico e sua organização. O trade turístico representativo de Nova Palma apresenta os principais elementos estruturais de turismo demonstrado na figura 5:

Figura 5 - Mapa do trade turístico Municipal



Fonte: Dados do Inventário Municipal de Nova Palma, 2022.

3.2 RASTROS DIGITAIS

A pesquisa dos rastros digitais serve para analisar as necessidades reais do ponto de vista digital. Para isso, foram utilizadas ferramentas de análise das marcas, informações e dados que os turistas deixaram registrados na web, de modo que se possa conhecer o perfil socioeconômico, os hábitos de consumo e as necessidades desses internautas/turistas que visitaram a cidade. Toda a coleta de dados e informações se deu a partir da web por meio da pesquisa em postagens e interações dos turistas em redes sociais, no primeiro semestre de 2022.

3.2.1 RESULTADOS DA PESQUISA DOS RASTROS DIGITAIS

A pesquisa teve origem, inicialmente, pela busca em redes sociais, como *Facebook*, *Instagram* e no site de avaliação *TripAdvisor*. A partir disso, foram selecionadas as páginas oficiais dos atrativos turísticos e, caso não houvesse referências, foram buscadas *hashtags*, como *#BalneárioNovaPalma*, para o Balneário Atílio Aléssio.

Assim, com base nas publicações com comentários dos usuários sobre **atrativos turísticos** do município de Nova Palma, obteve-se os resultados positivos e negativos.

a) Rota das Esculturas

Positivo:

- mãos indicam o caminho até o jardim;
- obras esculpidas em pedras; e
- espetáculo da natureza.

b) Gruta Nossa Senhora de Lourdes

Positivo:

- lugar lindo, simples e organizado.

Negativo:

- não há lugares para sentar;
- não recomendável para idosos; e
- pouco investimento em estrutura e limpeza.

c) Igreja Matriz Santíssima Trindade

Positivo:

- estilo renascentista.

d) Praça Padre João Zanella

Positivos:

- escultura em arenito;
- quadra esportiva;
- banheiro público; e
- gazebo e espaço para lazer.

e) **Balneário Atilio Aléssio**

Positivos:

- local bonito;
- boa infraestrutura;
- calçamento e represas para banho; e
- bar e restaurante.

Negativo:

- local sem nenhuma sinalização;
- buracos e pedras perigosas; e
- desvalorização do local pela administração pública.

Com relação aos **meios de hospedagem**, a pesquisa dos rastros digitais identificou nos sites *Booking*, *Facebook* e *Instagram* somente comentários na *Pousada Cabanas do Dutra* e todos positivos, conforme o que se segue:

Positivos:

- | | |
|-----------------------|-----------------------------|
| ✓ lugar de muita paz; | ✓ ótimo para a família; |
| ✓ tranquilidade; | ✓ tudo limpo; e |
| ✓ aconchegante; | ✓ excelente infraestrutura. |
| ✓ bem organizado; | |

3.2.2 Tratamento dos dados digitais pelas prefeituras

Para identificar qual o posicionamento do poder público sobre os comentários dos visitantes na página oficial, buscou-se conhecer qual o tratamento dos dados coletados, uma vez que ajudam a entender as preferências, as escolhas e a expectativa dos internautas sobre o município.

Quando perguntados se havia uma aba/formulário disponível (contate-nos, mais informações ou opinião) (cf. Apêndice C), no site da prefeitura, a respeito do turismo ou outro tópico relevante, o município informou que existe uma aba para coletar esses dados. Relacionado a isso, na segunda questão, a coordenação de turismo afirmou que há um servidor responsável para ler os/as comentários/sugestões no site da prefeitura. A terceira questão, por sua vez, buscava compreender o encaminhamento dado a esses comentários (se eram arquivados, lidos ou encaminhados). O município informou que não é aplicado nenhum procedimento.

Por fim, a quarta questão investigava o direcionamento realizado aos comentários das redes sociais (se eram discutidos com algum dirigente/funcionário e formulada uma resposta conjunta). Em resposta, a coordenação de turismo declarou que os comentários são lidos, arquivados e/ou encaminhados para o setor responsável.

3.3 PERCEPÇÃO DO TURISTA - PESQUISA DE OPINIÃO

Um importante instrumento para confirmar e conhecer a demanda turística no município é a pesquisa de opinião, pois traz a percepção dos consumidores sobre os atrativos visitados, a infraestrutura, os equipamentos, os serviços existentes e as características da visita no município e no território Quarta Colônia. Para tanto, foi elaborado um questionário a ser disponibilizado nos locais de serviços turísticos para preenchimento por visitantes.

Coube ao poder público disponibilizar tal instrumento e realizar a análise de dados. Entretanto, o município não obteve respostas ou não aplicou o questionário e, por este motivo, a percepção dos turistas não foi contemplada na elaboração deste Plano de Turismo.

3.4 SEGMENTOS PRIORITÁRIOS

A estruturação da oferta turística segmentada pressupõe o desenvolvimento e a promoção dos produtos gerados a partir do levantamento de necessidades e expectativas dos visitantes e a avaliação técnica da oferta turística que já existe no destino. Nesse sentido, os segmentos não são criados pelo órgão oficial do Turismo, mas são identificados de acordo com as motivações e perfis dos consumidores que visitam o destino.

A seleção de segmentos permite alinhar as capacidades do produto e suas respectivas atividades. Tem grande importância definir padrões de consumo, segmento de demanda e o segmento de oferta, entre outros, em um contexto geral de cada localidade. Essa forma de organização se traduz em uma série de produtos estruturados em diferentes momentos e é uma ferramenta fundamental para orientar o trabalho de promoção do turismo.

Nesse sentido, Nova Palma tem como principais segmentos o turismo cultural de valorização da cultura de origem, através de aspecto da religiosidade e da cultura identitária vinculada à Imigração Italiana do final do século XIX, a comunidade de etnia afrodescendente (Rincão Santo Inácio) e a comunidade de etnia alemã (Caemborá), o turismo de natureza, que contempla a exploração turística do Balneário Municipal e de cascatas, grutas e mirantes.

3.5 MERCADO –ALVO

Por meio das pesquisas de campo e dos rastros digitais, foi possível identificar as características dos turistas que visitam o município de Nova Palma, identificando um mercado-alvo, oriundo de cidades do entorno, num raio de até 120 km de distância, aproximadamente.

Dando prioridade aos turistas com interesses nos mercados próximos e seguindo a tendência do efeito gravitacional do turismo, a seleção dos mercados locais apresenta as melhores possibilidades de compra do destino (BENI, 2003). Os mercados emissores, mais distantes, sempre exigirão um esforço de promoção maior do que aquele disposto a atrair uma demanda potencial reprimida em mercados próximos, tais como das cidades do centro do Estado. Assim, Nova Palma se destaca por atrair visitantes com foco no turismo de natureza e cultural.

3.6 MATRIZ SWOT

A elaboração da matriz Swot baseou-se nas informações levantadas sobre o destino turístico e seu resultado é apresentado no Quadro 4.

Quadro 4 - Matriz SWOT

FORÇAS • Turismo cultural de interesse nos estudos da herança cultural italiana, afrodescendente e alemã; • Turismo religioso; e • Intenso fluxo de visitantes no Balneário Municipal.	FRAQUEZAS • Falta atendimento turístico receptivo aos finais de semana; • CAT em funcionamento com acesso aos turistas nos finais de semana; e • Falta de investimento turístico por parte do setor privado.
OPORTUNIDADES • Investimentos em infraestrutura e atrativos naturais e rurais; e • Investimento no "trade turístico".	AMEAÇAS • Falta de formatação de roteiro local; • Estudo sobre a capacidade de carga e infraestrutura turística para visitação no Balneário Municipal; e • Baixo número de guias de turismo local.

Fonte: Dados da pesquisa, 2022

3.7 DIMENSÃO PARTICIPATIVA DOS ATORES LOCAIS

Os atores sociais são os membros/indivíduos da sociedade civil, de movimentos cooperativistas e associativistas e de sindicatos ou associações comunitárias. Como atores organizacionais, entende-se as empresas, as organizações de economia social, as empresas coletivas e beneficiárias das organizações privadas, enquanto os atores institucionais são os representantes do Estado nas três esferas (federal, estadual e municipal). Nesse sentido, a dimensão participativa dos atores em Nova Palma se deu a partir do convite feito pela coordenação de turismo da prefeitura municipal aos integrantes do CMT e demais interessados (Figura 6).

As dimensões participativas estão relacionadas à posição dos atores sobre aspectos, como infraestrutura, atrativos turísticos e produtos turísticos; *marketing* e promoção turística; proteção ao patrimônio cultural e natural; qualificação de recursos humanos, palavras que representam o destino turístico e palavras que representam o destino turístico em relação a outros em proximidade.

Figura 6 - Encontro realizado em Nova Palma para a composição do Plano Municipal de Turismo



Fonte: Dados resultantes da reunião para alinhamento dos Planos Municipais de Turismo, 2022.

Os principais aspectos das dimensões do processo de desenvolvimento do turismo do município, fruto das discussões em reuniões com os atores locais, estão descritos a seguir.

3.7.1 Infraestrutura turística

Quadro 5 - Infraestrutura turística

	Pontos positivos	Pontos negativos
Alimentação	-	• Locais de alimentação.
Acesso e sinalização	• Placas de sinalização; • Acessos (estradas).	• Sinais de telefonia e <i>Internet</i> no interior; • Acesso a Caemborá.
CAT	-	• CAT aos finais de semana.
Hospedagem	-	• Sazonalidade.
Atrativos	• Cidade limpa e florida; • Infraestrutura do balneário; • Rota das esculturas; • Rua coberta (potencial atrativo fora de temporada).	• Sinalização ruim para chegar aos atrativos rurais; • Acolhimento receptivo; • Falta de adaptação às necessidades especiais.

Fonte: Dados resultantes da reunião para alinhamento dos Planos Municipais de Turismo, 2022.

3.7.2 Atrativos naturais e culturais (produto)

Quadro 6 - Atrativos naturais e culturais (produto)

	Pontos positivos	Pontos negativos
Atrativos culturais	• Rota dos Capitéis; • Cultura quilombola; • Diversidade cultural; • Gravura rupestre; • Atrativos culturais bem definidos; • Força atrativa rural (grutas, cascatas, mirante); • Cidade com monitoramento (regras para visitantes); • <i>Souvenirs</i>; • Museu histórico e centro cultural.	• Não tem roteiros estruturados; • Qualidade das lembrancinhas dos atrativos; • Acesso às usinas desativados; • Falta divulgação de venda de <i>souvenirs</i> nos atrativos; e • Falta de comercialização da rota dos capitéis.
Atrativos naturais	• Balneário.	• Não tem roteiros estruturados; • Falta de segurança/estrutura nos atrativos rurais.

Fonte: Dados resultantes da reunião para alinhamento dos Planos Municipais de Turismo, 2022.

3.7.3 Marketing e promoção turística

Quadro 7 - Marketing e promoção turística

Pontos positivos	Pontos negativos
• Materiais de divulgação. • Redes sociais da prefeitura; • Folder turístico; • Folder para o centro cultural; e • Calendário de eventos.	• Falta articulação; • Empreendedores no segmento turístico. • Falta organização para divulgar eventos; • Folders; • Articulação do <i>marketing</i>; • Página/aba específica para o turismo/informações atualizadas; • Falta agência receptiva; e • Falta divulgação por parte dos próprios atrativos (iniciativa privada).

Fonte: Dados resultantes da reunião para alinhamento dos Planos Municipais de Turismo, 2022.

3.7.4 Proteção e reconhecimento do patrimônio

Quadro 9 - Proteção e reconhecimento do patrimônio

	Pontos positivos	Pontos negativos	Demandas
Educação Patrimonial nas escolas .	• Ensino de educação patrimonial nas escolas.	• Desconhecimento de nossa própria história.	
Leis		• Lei de tombamento/ proteção dos bens patrimoniais.	• Falta de proteção das casa históricas, (atualização do inventário).
Centros/museus	• Centro de Pesquisa genealógica; • Centro cultural com parceria de todos da comunidade.		• Criação do museu e do centro cultural.
Preservação	• Preservação ambiental.		• Manter os cuidados necessários com o meio ambiente.
Caminho dos capitéis			• Revitalização do caminho dos capitéis.

Fonte: Dados resultantes da reunião para alinhamento dos Planos Municipais de Turismo, 2022.

3.7.5 Qualificação dos serviços turísticos

Quadro 9 - Qualificação dos serviços turísticos

	Pontos positivos	Pontos negativos
Qualificação	• Cursos Progredir, em parceria com a UFSM; • Guias de turismo cadastrados; • Condutor no Jardim das Esculturas; • Condutor de turismo de eventos; • Cursos de preparo para atendimento ao turista; e • Agroindústrias.	• Falta de preparo dos bares/locais para receber os turistas; e • Falta de capacitação, de orientação e de encaminhamento.
Hotelaria e alimentação		• Faltam serviços de atendimento; e • Poucos meios de hospedagem.

Fonte: Dados resultantes da reunião para alinhamento dos Planos Municipais de Turismo, 2022.

4 DIRETRIZES, PROGRAMAS E AÇÕES ESTRATÉGICAS

Considerando o levantamento realizado em estudos anteriores, o referencial teórico, a contribuição acadêmica e experiência do grupo de trabalho e as informações oriundas de dados primários (inventário, pesquisas de rastros digitais e das discussões com a participação dos atores locais), foi possível estabelecer algumas diretrizes estratégicas, programas e ações que podem ser realizados, no intuito de ampliar e qualificar o setor de turismo do município. Cada diretriz determina e orienta a definição dos programas e ações necessários à melhoria e ao desenvolvimento da atividade turística em Nova Palma, conforme descrito a seguir.

1

DIRETRIZ 1 - RECEPTIVO

Programa 1.1 - Nova Palma e o turista

Ação 1.1.1 - Promover a capacitação e a qualificação dos serviços turísticos;

Ação 1.1.2 - Oferecer guias de turismo e condutores para o receptivo local, inclusive aos finais de semana.

2

DIRETRIZ 2 - OFERTA TURÍSTICA

Programa 2.1 - Ampliação da oferta segmentada.

Ação 2.1.1 - Formatar e lançar produtos (roteiros locais);

Ação 2.1.2 - Desenvolver roteiros temáticos com abrangência regional (Quarta Colônia Geoparque Mundial da UNESCO);

Ação 2.1.3 - Formatar novos produtos alternativos de visitação no meio rural; e

Ação 2.1.4 - Sensibilizar a comunidade e buscar investidores para o turismo local.

Programa 2.2 - Estratégias de marketing.

Ação 2.2.1 - Ampliar a comunicação com o público-alvo;

Ação 2.2.2 - Monitorar a percepção dos turistas em relação aos atrativos e serviços ofertados;

Ação 2.2.3 - Desenvolver materiais de divulgação com a terminologia Geoparque; e

Ação 2.2.4 - Criar espaços interpretativos para integração e divulgação do Geoparque Quarta Colônia.

3

DIRETRIZ 3 – TRADE TURÍSTICO LOCAL - PERFIL E CARACTERÍSTICAS***Programa 3.1 - Trade turístico e parcerias locais.***

Ação 3.1.1 - Promover inter-relações da governança do turismo local junto ao trade;

Ação 3.1.2 - Realizar seminários anuais do trade turístico local; e

Ação 3.1.3 - Ampliar a participação do trade turístico local no COMTUR municipal.

4

DIRETRIZ 4 – DESENVOLVIMENTO DO QUARTA COLÔNIA GEOPARQUE***Programa 4.1 - Inclusão e Identidade territorial.***

Ação 4.1.1 - Incluir estratégias de desenvolvimento com os povos originários;

Ação 4.1.2 - Implementar atividades e cursos direcionados às mulheres do território; e

Ação 4.1.3 - Delimitar os geossítios com legislação específica municipal para sua proteção.

Programa 4.2 - Integração e redes.

Ação 4.2.1 - Implementar ações para disseminar educação patrimonial e turismo na rede de ensino;

Ação 4.2.2 - Ampliar a interação com outros geoparques (networking);

Ação 4.2.3 - Promover eventos regionais com foco no geoparque; e

Ação 4.2.4 - Desenvolver produtos com identidade regional (artesanato, gastronomia, artes).

5

DIRETRIZ 5 – DESENVOLVIMENTO DO QUARTA COLÔNIA GEOPARQUE***Programa 5.1 - Sinalização e acessos***

Ação 5.1.1 - Ampliar a sinalização dos atrativos turísticos, especialmente na área rural; e

Ação 5.1.2 - Realizar obras de melhorias nos acessos.

5 PROGNÓSTICO

O prognóstico é parte do processo de análise dos dados contidos no planejamento do turismo no território da Quarta Colônia. Esse instrumento deve prever e projetar o comportamento esperado para o fenômeno turístico no caso de não haver interferência sobre o seu desenvolvimento atual, seja ele favorável ou não (RUSCHMANN,1997).

No Plano Municipal de Turismo (PMT) de Nova Palma, foi usado o modelo de construção de cenários, conforme Cordeiro Braga (2007), por sua facilidade de compreensão, por meio do qual o pesquisador trabalha as tendências. Esse modelo consiste na descrição de uma sequência lógica de eventos, mostrando como um processo se desenvolve, qual a inter-relação entre os diversos fatores envolvidos e para onde o processo pode conduzir. O cenário se constitui pelo resultado de debates, quando a equipe de pesquisadores/planejadores envolvidos no processo de planejamento reúne e expõe seus diferentes pontos de vista sobre as tendências, os fundamentando com os conhecimentos teóricos e as experiências práticas.

O cenário ideal projetado para Nova Palma é que o município possua atrativos qualificados, produtos turísticos criados a partir dos serviços ofertados e que possa contribuir para um plano de turismo regional integrado aos atrativos turísticos regionais, dentro da proposta do Geoparque Quarta Colônia.

O aumento do turismo passa pelo fortalecimento de uma governança no município, independente das questões políticas partidárias, conectadas a um modelo de governança participativa, autônoma e com poder de criar políticas públicas e ações do planejamento do turismo.

Percebe-se a baixa oferta de meios de hospedagem durante o ano no município, uma vez que o serviço é ofertado principalmente nos meses de verão, portanto, sazonal. A falta de agência de turismo receptivo e a existência de estabelecimentos gastronômicos em pequena escala impedem um fluxo constante e sistematizado de turistas ao longo do ano.

Atrativos existentes, como dos Capitéis em particular, poderão ser inseridos em um roteiro turístico regional, a partir da articulação de divulgação e comercialização.

Para as usinas desativadas, citadas como atrativos e localizadas no meio rural, serão necessárias articulações entre proprietários e agentes de comercialização-promoção.

O município possui potencial para tornar o turismo um importante elemento de desenvolvimento, porém não depende de ações somente do poder público, pois a iniciativa privada necessita ser atuante e se tornar um dos atores importantes no processo do turismo, sob pena de que o município funcione como um satélite dos atrativos e produtos oferecidos por outros municípios da Quarta Colônia, sem gerar números expressivos de renda à sua população.

O cenário promissor deverá ser composto por ações públicas, como o fomento da ampliação de recursos humanos, infraestrutura e divulgação dos atrativos, o que não representam ser suficientes para desenvolver o turismo. Sem a criação de uma rede de atores que se envolvam na produção de produtos turísticos, compreendam a importância da atuação privada em oferecer serviços, o turismo não passará de uma promessa.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O PMT de Nova Palma é uma importante ferramenta que deve ser atualizada em um período de dois anos, de modo que o processo de planejamento e desenvolvimento do turismo do município não seja interrompido ou estagnado. Deve servir de base para as políticas públicas e para os investimentos na área. Cabe ressaltar que neste processo, o turismo necessita de um apoio regional, de modo que os atrativos possam ser selecionados, avaliados e transformados em produtos turísticos, com a devida estrutura, divulgação e comercialização. O tempo de permanência no município dependerá da conjugação entre atrativos, produtos turísticos e serviços ofertados. Para a elaboração do presente plano, seguiu-se a metodologia descrita no Apêndice A.

Nova Palma tem um conjunto de atrativos naturais e culturais que se destacam por representar uma importante fonte de trabalho e renda, principalmente em função do balneário municipal. Por outro lado, a oferta reprimida de serviços de hospedagem e de alimentação restringe a permanência do visitante no destino, o que também interfere na oferta de outros atrativos locais. Cabe ao município fomentá-los, através de políticas públicas, para direcionar e atrair investimentos em novos equipamentos receptivos para atendimento de visitantes em diferentes épocas do ano.

REFERÊNCIAS

BENI, M. C. **Análise Estrutural do Turismo**. 9 ed. São Paulo. Editora Senac, 2003.

BRAGA, D. C. **Planejamento turístico**: Teoria e prática. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

GEOPARQUE QUARTA COLONIA. **Quem somos?** 2022. Disponível em: <https://www.geoparquequartacolonia.com.br/quem-somos/os-nove-municipios-da-quarta-colonia>. Acesso em: 10 ago. 2022.

PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA PALMA. **O município**. 2022. Disponível em: <https://www.novapalma.rs.gov.br/home>. Acesso em: 10 ago. 2022.

RUSCHMANN, D. van de M. **Turismo e planejamento sustentável** – a proteção do meio ambiente. Campinas: Papirus, 1997.

SÃO PAULO. **Plano de Marketing turístico estratégico de Ilhabela**. 2020-2030. Disponível em: https://www.ilhabela.sp.gov.br/wp-content/uploads/2018/02/Plano-de-Marketing-Tur%C3%ADstico-Estrat%C3%A9gico-de-Ilhabela_Vers%C3%A3o-Completa_Web_Final.pdf. Acesso em: 10 ago. 2023.

APÊNDICE A - PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A elaboração do Plano Municipal de Turismo (PMT) é resultado de um processo de desenvolvimento do turismo na Quarta Colônia, baseado historicamente no cenário de recuperação do turismo, após a situação pandêmica no período de 2020 a 2021. Em termos regionais, a elaboração do PMT cumpre a necessidade de estruturação do sistema de turismo para sua efetiva realização.

Coube à UFSM o papel provocativo e desafiador de reunir lideranças públicas e privadas do setor de turismo para construir, participativamente, os PMT, bem como o seu alicerce regional, o Plano Regional de Turismo da Quarta Colônia. Nesse processo, a aliança público-privada e institucional permite que o turismo seja uma alternativa de renda e trabalho importante para o município.

A elaboração do Plano contemplou seis fases sequenciais, quais sejam: a) inventário da oferta turística; b) análise preliminar do inventário; c) levantamento de dados e informações; d) envolvimento dos atores nas discussões e decisões; e) elaboração do diagnóstico; e f) definição de diretrizes, programas e ações.

O diagnóstico utilizou como base a análise dos resultados do levantamento completo do inventário turístico, realizado por representantes do município, complementados por observação *in loco*, abrangendo todos os equipamentos e serviços ofertados no município; as informações coletadas por meio de pesquisas dos rastros digitais; os dados sobre a percepção dos turistas (quando houve retorno da pesquisa por parte dos municípios); o resultado das discussões realizadas junto de atores locais, com o envolvimento dos Conselheiros Municipais de Turismo e de atores interessados no turismo para levantar a percepção local frente ao setor; e o tratamento dos dados realizado pela equipe de profissionais da UFSM, que gerou a descrição dos segmentos prioritários, do mercado-alvo e a elaboração da matriz SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats*).

A partir da análise dos dados obtidos, foram definidas diretrizes estratégicas, com seus respectivos programas e ações, enfatizando o desenvolvimento do setor de turismo, para o período de 2023 a 2027. Por fim, foi elaborado um prognóstico, que projeta o comportamento esperado para o fenômeno turístico do município. Ressalta-se a importância de que as diretrizes, programas e ações sejam implementados de forma adequada, com celeridade, e monitoradas constantemente. Também é relevante que o Plano seja revisado anualmente pelos responsáveis pelo setor de turismo da Prefeitura.

APÊNDICE B - APRESENTAÇÃO DO CRONOGRAMA DE TRABALHO

Para a consolidação do Plano Regional de Turismo (PRT) no Quarta Colônia Geoparque Aspirante UNESCO foi, inicialmente, a elaboração do Plano Municipal de Turismo (PMT) de cada um dos nove municípios que integram o território, resultante de um processo de desenvolvimento do turismo na Quarta Colônia (QC), baseado no cenário de recuperação do turismo após a situação pandêmica entre os anos 2020-2022. No contexto turístico regional, a elaboração do PMT cumpre a necessidade de estruturação do sistema de turismo para sua efetiva realização.

Conforme o Ministério do Turismo (2022), os geoparques são uma estratégia para melhoria da infraestrutura, empregabilidade, renda e atração numa determinada região com base na gestão territorial com foco no tripé: turismo, educação e geoconservação. Nesse processo, a aliança público-privada e institucional permitiu que o planejamento turístico regional caminhasse de forma articulada e com estratégias para o desenvolvimento do turismo de acordo com a realidade de cada município junto às administrações municipais.

Para tanto, faz necessário a “atuação regional e local dos atores sociais e ações realizadas, potencializando os atrativos turísticos, os mecanismos e as medidas de conservação, e as atividades educativas, bem como a competitividade desse produto turístico, do tipo geoparque” (MTUR, 2022, p. 57).

Coube à Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) o papel provocativo e desafiador de reunir lideranças públicas do setor de turismo para construir, de modo participativo, os planos municipais de turismo juntamente ao seu alicerce regional, o plano regional de turismo. As ações da equipe multidisciplinar de trabalho do PRT no Geoparque iniciaram, efetivamente, em março de 2022. A equipe foi composta por docentes e estudantes da UFSM ligados aos cursos de Turismo e Geografia da UFSM, pela Técnica em Turismo que atua na Subdivisão de Geoparques da UFSM, pelo representante do Consórcio de Desenvolvimento Sustentável (CONDESUS) e pelos dirigentes/coordenadores de Turismo representantes dos nove municípios da região.

Figura 1 - Assinatura do Convênio de Elaboração dos Planos Municipais de Turismo no Quarta Colônia Geoparque



Fonte: CAPPA, junho de 2022.

Em 10 de junho de 2022, ocorreu o evento para assinatura do Acordo de Cooperação Técnica entre UFSM, CONDESUS e representantes das prefeituras dos nove municípios para elaboração dos PMT no território. O evento contou com a participação do Secretário de Turismo do Rio Grande do Sul, Raphael Ayub.

Para elaboração dos Planos de Turismo nos âmbitos regional e municipal foram realizadas sete fases estratégicas, formadas por: (i) levantamento de dados no contexto regional; (ii) inventário da oferta turística; (iii) análise preliminar do inventário; (iv) levantamento de dados e informações; (v) elaboração do diagnóstico; (vi) envolvimento dos atores locais; e (vii) elaboração de estratégias.

i) Levantamento de dados no contexto regional

A primeira etapa do projeto foi o levantamento de dados a fim de compreender o panorama turístico na região da Quarta Colônia, tendo em vista o desenvolvimento do Turismo nos últimos anos em paralelo com o contexto atual dos municípios. A coleta de informações, que compreende um diagnóstico de cunho regional para o Turismo, foi dinamizada nos nove municípios, com base em dados secundários do IBGE, Ministério do Turismo (MTUR) e Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Ainda, foi apresentada a caminhada do Geoparque Quarta Colônia Aspirante UNESCO, considerando a contextualização histórica e as ações/atividades vinculadas ao fomento do Turismo no território.

ii) Inventário da oferta Turística

O inventário da oferta turística, proposto no plano de trabalho da elaboração do PMT, foi elaborado a partir do método utilizado pelo MTUR.

Em maio de 2022, a equipe da UFSM reuniu-se, no Centro de Apoio à Pesquisa Paleontológica (CAPPA), em São João do Polêsine - RS, com dirigentes/coordenadores de Turismo dos municípios da QC, para apresentar o plano de trabalho (Figura 2).

Figura 2 - Apresentação do plano de trabalho do Planos Municipais de Turismo



Fonte: CAPPA, maio de 2022.

A ficha para inventariação da oferta turística foi disponibilizada para os representantes de cada município com a finalidade de coletar dados acerca do Turismo na localidade. A ficha foi composta por 12 critérios que apresentam o funcionamento da cadeia produtiva do Turismo em cada localidade, a saber: informações gerais do Departamento e/ou Secretaria de Turismo, atrativos naturais, atrativos culturais, governança/legislação vigentes que implicam em políticas públicas para o desenvolvimento turístico, atendimento e informações turísticas (que considera desde divulgação do Turismo como a efetivação de Centro de Atendimento ao Turista (CAT) nos municípios), meios de hospedagem, agenciamento e transportes, eventos, divulgação e comunicação, empreendimentos de gastronomia, sistema de saúde e de apoio como funcionamento de bancos, mercado e organização do artesãos nos municípios. A entrega das nove fichas preenchidas, contendo a inventariação da oferta turística de cada município, foi finalizada em agosto de 2022.

iii) Análise preliminar do inventário

A terceira fase consistiu na análise documental do inventário da oferta turística. Foi realizado um levantamento de informações a partir da entrega e do preenchimento das fichas de inventários da oferta turística.

A análise focalizou o desenvolvimento sustentável e responsável da economia no âmbito regional e turístico das comunidades.

iv) Levantamento de dados e informações

A quarta fase foi fundamental no processo de metodologia de trabalho do PMT para compreensão e criação do PRT no Quarta Colônia Geoparque.

Durante todo o processo de criação do PMT, foi realizada uma intensa pesquisa de campo nos municípios da região, abrangendo desde a aplicação da pesquisa de opinião dos visitantes entre os meses de junho e agosto de 2022 até a coleta dos rastros digitais que identificam a imagem do destino turístico “Quarta Colônia”, na perspectiva do visitante por meio de mídias sociais, como *Instagram*, *Facebook* e *site Tripadvisor*.

v) Elaboração do diagnóstico

O diagnóstico foi construído com base na análise dos resultados do levantamento completo do inventário turístico, abrangendo todos os equipamentos e serviços ofertados nos municípios, além das informações coletadas durante as “reuniões de alinhamentos do Plano Municipal de Turismo”, realizadas nos nove municípios do Geoparque.

vi) Envolvimento dos atores locais

A realização de reuniões (Figura 3) para alinhamento das informações sobre o Turismo nas localidades contaram com a participação da comunidade que contribuiu efetivamente para a construção do Plano de Turismo para o seu município.

Figura 3 - Convite da reunião de alinhamento do Plano Municipal de Turismo



Fonte: Paola Goulart, 2022.

Participaram das reuniões de alinhamento profissionais atuantes na linha de frente do Turismo, como dirigentes/coordenadores de Turismo, Secretários de Turismo, empreendedores ligados ao setor turístico, guias de Turismo (orientados pelo grupo de trabalho do projeto composto por um representante de Turismo de cada município), representantes do CONDESUS, docentes, técnicos e graduandos dos cursos de Turismo e Geografia da UFSM. As reuniões de alinhamento foram realizadas em todo território do Geoparque.

Desse modo, para atender ao Plano Regional de acordo com as especificidades e com a realidade turística de cada município, buscou-se destacar as necessidades e os benefícios de desenvolver a atividade turística de forma regionalizada, integrada, descentralizada e sustentável no território do Geoparque.

Os municípios realizaram suas reuniões nas seguintes datas:

- 13 de julho: Faxinal do Soturno;
- 29 de julho: Pinhal Grande;
- 4 de agosto: Ivorá;
- 9 de agosto: Dona Francisca;
- 18 de agosto: São João do Polêsine;
- 22 de agosto: Nova Palma;
- 31 de agosto: Silveira Martins;
- 13 de setembro: Agudo; e
- 27 de setembro: Restinga Sêca.

Os atores locais que participaram das reuniões e atuam na linha de frente do Turismo foram fundamentais para validar as informações coletadas, contribuindo de forma crítica e significativa para a construção de estratégias e de diretrizes para os PMT.

v) Elaboração de estratégias

A partir das informações coletadas nas fases anteriores, previstas no processo metodológico do trabalho, a equipe estabeleceu a definição das estratégias de curto e médio prazo para o desenvolvimento turístico articulado, integrado e regional para o Quarta Colônia Geoparque .

Para a consolidação de um Geoparque, o Ministério do Turismo (MTUR, 2022, p. 57) afirma que “as estratégias de plano de ações aplicadas a iniciativas de Conservação, Educação e Turismo devem ser pensadas e desenvolvidas a partir de atividades integradas que visem o aproveitamento do potencial social, técnico e científico dos atores sociais envolvidos nesse processo”.

Dessa forma, a metodologia do PRT para o Quarta Colônia Geoparque foi elaborada a partir da criação de estratégias voltadas ao desenvolvimento do Turismo de forma sustentável e integrada, considerando a realidade de cada município, apresentada no inventário da oferta turística e na análise das informações por meio de diretrizes, programas e projetos no contexto municipal e regional.

APÊNDICE C - PESQUISA DOS COMENTÁRIOS DA PREFEITURA

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIENCIAS SOCIAIS E HUMANAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
PROJETO: PLANOS MUNICIPAIS DE TURISMO

Prezados secretários, dirigentes ou coordenadores de turismo, boa tarde.

Estamos realizando a pesquisa de rastro digital para ser inserida junto aos PM Turismo e surgiu a seguinte necessidade:

1 Há uma aba/formulário disponível (contate-nos, mais informações, ou opinião) no site da prefeitura a respeito do turismo ou outro?

☐ Sim ☐ Não

2 Se sim, há alguém responsável por ler os comentários/sugestões sobre turismo postado em alguma aba ou formulários de informações aos usuários (ouvidoria) no site da prefeitura?

☐ Sim ☐ Não

3 Se sim, o que é feito destes comentários? São arquivados, lidos ou encaminhados? Especifique:

4 Com relação aos comentários das redes sociais (Facebook, Instagram, ou outro), vocês tem acesso ao que circula na rede? Estes comentários em algum momento são lidos, arquivados ou encaminhados para algum setor responsável? Especifique.

