

PLANO REGIONAL DE TURISMO

2022 - 2025



CAMPOS DE
CIMA DA SERRA

ecoturismo | aventura | turismo rural
RIO GRANDE DO SUL | BRASIL

FICHA TÉCNICA

Marcos Finger Pires

Presidente do CONDESUS - Gestão 2021

João Hermenegildo Pereira

Presidente do CONDESUS - Gestão 2023

Carine dos Santos Álvares

Diretora Executiva do CONDESUS

Ivane Fávero

Consultora do SEBRAE/RS

Éverton Felipe Kaizer

Turismólogo do CONDESUS

Municípios Consorciados:

Bom Jesus

Cambará do Sul

Campestre da Serra

Esmeralda

Ipê

Jaquirana

Lagoa Vermelha

Monte Alegre dos Campos

Muitos Capões

Pinhal da Serra

São Francisco de Paula

São José dos Ausentes

Vacaria



APRESENTAÇÃO

O presente Plano de Trabalho e Planejamento Estratégico do Consórcio Intermunicipal de Desenvolvimento Sustentável da Região dos Campos de Cima da Serra (CONDESUS Campos de Cima da Serra), foi conhecido também por Rota dos Campos de Cima da Serra – RS, foi construído, de forma participativa e integradora, no mês de outubro de 2021.

Contou com a presença dos secretários municipais, responsáveis pela pasta do turismo, além de alguns empreendedores e dirigentes de conselhos municipais de turismo. A construção do plano foi conduzida pela consultora de turismo Ivane Fávero, contratada por meio de uma parceria com o Sebrae RS.



SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	1
EIXOS ESTRATÉGICOS.....	2
JUSTIFICATIVA.....	3
MISSÃO.....	4
VISÃO.....	4
VALORES.....	5
OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL - ODS.....	6
OBJETIVOS DO PLANO.....	7
FATORES CRÍTICOS AO SUCESSO.....	8
FATORES CRÍTICOS AO SUCESSO E PÚBLICO ALVO.....	9
O QUE É ANÁLISE SWOT?.....	10
ANÁLISE SWOT - ESTRUTURAR.....	11
ANÁLISE SWOT - QUALIFICAR.....	12
ANÁLISE SWOT - PROMOVER.....	13
ANÁLISE SWOT - MONITORAR.....	14
ESTRATÉGIAS E METAS - ESTRUTURAR.....	15
ESTRATÉGIAS E METAS - ESTRUTURAR.....	16
ESTRATÉGIAS E METAS - QUALIFICAR.....	17
ESTRATÉGIAS E METAS - PROMOVER.....	18
ESTRATÉGIAS E METAS - PROMOVER.....	19
ESTRATÉGIAS E METAS - MONITORAR.....	20
MONITORAMENTO DO PLANO.....	21
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	22



INTRODUÇÃO

As belas paisagens da região mais alta e fria do RS impulsionaram a criação de um consórcio turístico com o propósito de fomentar a economia das cidades.

Assim nasceu, em 2001, o Consórcio Intermunicipal de Desenvolvimento Sustentável da Região dos Campos de Cima da Serra (CONDESUS Campos de Cima da Serra), que se constitui sob a forma jurídica de associação pública de direito público, sem fins lucrativos, com o objetivo de desenvolver as potencialidades turísticas dos municípios consorciados.

Buscando suprir outras necessidades dos municípios consorciados no ano de 2017 o estatuto da entidade foi alterado a fim de que pudessem ser realizadas licitações compartilhadas para aquisição de inúmeros bens e contratação de diversos serviços. Desde então, a colaboração do consórcio para com os entes consorciados tem trazido grande economia aos cofres públicos.

Apesar de positiva, esta iniciativa, temporariamente, veio a enfraquecer a atuação do CONDESUS junto ao turismo.



EIXOS ESTRATÉGICOS



Os eixos estratégicos tem como objetivo nortear o Planejamento Estratégico dos Campos de Cima da Serra. Através deles foram desenvolvidos objetivos e ações para fomentar o desenvolvimento do turismo regional.



www.camposdecimadaserra.com

JUSTIFICATIVA

A construção do presente Planejamento Estratégico, focado no desenvolvimento do turismo dos Campos de Cima da Serra, visa retomar o papel inicial do CONDESUS e fortalecer o desenvolvimento do turismo regional.

Há novas oportunidades impulsionando esta necessidade, tais como a concessão dos parques naturais, o desenvolvimento do turismo rural e do enoturismo, bem como o interesse dos gaúchos e brasileiros, fomentado na pandemia, por áreas de turismo brando, autêntico e natural.



MISSÃO

Fomentar o desenvolvimento sustentável e integrado do turismo da região dos Campos de Cima da Serra, promovendo a geração de emprego, renda e empreendedorismo, a valorização histórica e cultural e a preservação ambiental.

VISÃO

Ser reconhecido como um consórcio que contribui efetivamente com o desenvolvimento do turismo, fortalecendo a região turística dos Campos de Cima da Serra, com os municípios integrados e a governança regional fortalecida.



www.camposdecimadaserra.com

VALORES

ética equidade igualdade

hospitalidade pró atividade

responsabilidade sustentabilidade

inovação comprometimento

pertencimento coletividade

cooperação eficiência

biossegurança



OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL - ODS



Os ODS são diretrizes que buscam nortear o que é o desenvolvimento sustentável. As 17 ações elencadas acima podem ser impactadas através do desenvolvimento (sustentável) do turismo.



OBJETIVOS DO PLANO

- Desenvolver efetivamente o Plano Estratégico regional e promovendo emprego, renda, empreendedorismo e desenvolvimento;
- Ter a região consolidada como destino turístico, sendo reconhecida nacionalmente;
- Ter a mão de obra qualificada – trabalhadores dos setores público e privado. Capacitar os gestores públicos do turismo;
- Alcançar o reconhecimento do turismo como forte meio de desenvolvimento dos municípios e da região;
- Promover visitas técnicas a outros destinos turísticos consolidados e de referência em distintos segmentos;
- Garantir um turismólogo na equipe do Condesus;
- Promover a integração dos municípios – criar rotas e roteiros intermunicipais;
- Divulgar as potencialidades de cada consorciado/região de forma física e virtual;
- Realizar ações estratégicas de marketing, como presstrips, blogtrips e outros;
- Participar em eventos específicos do setor do turismo;
- Promover visitas técnicas entre os consorciados;
- Fomentar a nomeação de no mínimo um cargo técnico de carreira em cada município consorciado.



FATORES CRÍTICOS AO SUCESSO

Falta e/ou deficiência de acessos pavimentados e qualificados;

Falta de divulgação planejada, contínua e qualificada;

Inexistência de capacitação para atuação no turismo (público e privado);

Deficitária estrutura de equipamentos e equipes, bem como de orçamento das secretarias de turismo;

Alguns gestores municipais não despertaram para o turismo – executivo e legislativo;

Dificuldade em captar verbas estaduais ou federais para investimentos no turismo;

Falta de articulação entre os municípios que integram a região;

Falta de consciência empreendedora;



FATORES CRÍTICOS AO SUCESSO

Não estão capacitados para a transformação digital;

Falta de sinalização turística;

Deficitária oferta e qualificação da infraestrutura de hospedagem e alimentação;

Falta de envolvimento/sensibilização da comunidade com relação ao turismo.

PÚBLICO ALVO

- Governos municipais – consorciados ao Condesus;
- Trade turístico municipal/regional;
- Comunidade local/regional;
- Turistas nacionais e internacionais.



O QUE É ANÁLISE SWOT?

A análise SWOT é um método muito utilizado para o planejamento estratégico e a tomada de decisões visando alcançar objetivos e maximizar resultados positivos dentro das organizações públicas e privadas. Seu nome origina-se das iniciais: **Strengths** (forças), **Weaknesses** (fraquezas), **Opportunities** (oportunidades) e **Threats** (ameaças).



Fonte: Rock Content.



ANÁLISE SWOT - ESTRUTURAR

FORÇAS	FRAQUEZAS
<p>Sede própria, ampla, com estrutura equipamentos; Ter equipe própria – 3 funcionários; Localização facilitada e com estacionamento; Proximidade dos municípios;</p>	<p>Equipe reduzida e dedicada às licitações; Não possui técnico em turismo (turismólogo); Pouca participação dos associados nas reuniões e ações do Condesus;</p>
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<p>Diversidade cultural dos municípios; Concessão dos parques naturais; Duas rodovias e BRs que cortam a região; Aeroporto regional e internacional próximos; Proximidade com região das Hortênsias e Uva e Vinho; Linhas de crédito para o turismo; Municípios estão construindo seus planos municipais de turismo;</p>	<p>Estradas de acesso – problemas na pavimentação; Sinalização turística deficitária; Falta roteiros integrados entre os municípios; Pouca oferta de meios de hospedagem e alimentação; Infraestrutura dos atrativos turísticos deficitária; Faltam experiências turísticas formatadas como produto turístico;</p>



ANÁLISE SWOT - QUALIFICAR

FORÇAS	FRAQUEZAS
<p>Boa estrutura para proporcionar cursos de qualificação e capacitação;</p>	<p>Associados não utilizam a estrutura da entidade para promover capacitações; Não realizam visitas técnicas; Acesso às informações e deliberações do turismo são repassadas somente aos prefeitos; Falta um corpo técnico para orientar as ações para desenvolver o turismo nos municípios; Falta de contato e atuação integrada entre os associados - pouco engajamento entre os associados;</p>
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<p>Guias e condutores de turismo capacitados; Urbia oferecendo cursos de capacitação; Elaboração do Plano Regional de Turismo; Cursos sendo ofertados virtualmente e até gratuitos; Ha oportunidades de emprego e desenvolvimento;</p>	<p>Falta de profissionais para atuar no setor do turismo; Falta de visão dos gestores e empreendedores e da comunidade sobre o turismo; Falta de interesse em buscar capacitação para atuar no turismo; Falta de interesse dos proprietários rurais e da população em geral no turismo; Municípios não promovem visita técnicas;</p>



ANÁLISE SWOT - PROMOVER

FORÇAS	FRAQUEZAS
<p>Apoio aos municípios na retomada do turismo; Criação do Intagram; Há um mapa turístico da região; Há um folder turístico da região;</p>	<p>Site desatualizado; Redes sociais desatualizadas e pouco divulgadas; Falta gerenciamento das redes sociais; Não está claro para o turista como se locomover, onde se hospedar e fazer as refeições, nem o que fazer na região; Falta atualizar o mapa e folder turístico da região e fazer reimpressão; Não promovem blogtrips, presstrips ou famtours;</p>
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<p>Promoção dos parques pela Urbia; Alguns municípios realizam estratégias de marketing de forma contínua;</p>	<p>Poucos municípios possuem plano de marketing; Municípios não possuem site específico do turismo; Municípios não possuem mídias digitais específicos do turismo; Municípios não possuem material impresso, especificamente mapas dos atrativos turísticos; Não há planejamento para participação em feiras e eventos do setor por parte dos municípios; Municípios não promovem Famtour, Presstrip, Blogtrip;</p>



ANÁLISE SWOT - MONITORAR

FORÇAS	FRAQUEZAS
<p>Levantamento dos pontos turísticos e potencialidades realizado recentemente; Iniciativa de contratação do Plano Regional de Turismo;</p>	<p>Não há conhecimento sobre o fluxo, perfil e impacto do turismo; Falta plano de trabalho para o desenvolvimento do turismo regional;</p>
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<p>Pesquisa do Sebrae que caracteriza o perfil do turista; Incentivos do governo local para o turismo; Retomada das atividades pós pandemia;</p>	<p>Municípios desconhecem a pesquisa do Sebrae sobre perfil do turista no RS e na região; Falta de estudos na área do turismo; Não há uma Conta Satélite do Turismo nem Observatório do Turismo no RS;</p>



ESTRATÉGIAS E METAS - ESTRUTURAR

ESTRATÉGIA	AÇÃO	RESP.	PRAZO	RECURSO	PRIORIDADE
ESTRUTURAR	Contratar equipe técnica/profissional específica para atuar com o turismo no Condesus;	CONDESUS	Curto	CONDESUS	5
ESTRUTURAR	Criar calendário anual de reuniões híbridas e itinerantes mensal com os secretários e anual com a presença dos prefeitos;	CST	Curto	CONDESUS	3
ESTRUTURAR	Captar recursos específicos para a infraestrutura. Sensibilizar os municípios para cobrarem dos governos os investimentos no turismo;	CONDESUS Municípios CST	Médio	Estadual e Federal	4
ESTRUTURAR	Criar rotas e roteiros integrados entre os municípios;	CONDESUS Municípios	Médio	CONDESUS Municípios	3
ESTRUTURAR	Definir prazo de contratação de técnico efetivo para o quadro dos municípios consorciados;	CONDESUS	Médio	Municípios	1
ESTRUTURAR	Implantar sinalização turística regional;	CONDESUS	Curto	Emenda Consulta Popular CONDESUS	3

ESTRATÉGIAS E METAS - ESTRUTURAR

ESTRATÉGIA	AÇÃO	RESPONSÁVEL	PRAZO	RECURSO	PRIORIDADE
ESTRUTURAR	Estruturar as secretarias de turismo, com equipe, orçamento, técnicos e planos;	Municípios	Médio	CONDESUS	5
ESTRUTURAR	Implantar Centros de Atendimento ao Turista – CATs nos municípios;	Municípios	Longo	CONDESUS PPP	4
ESTRUTURAR	Exigir de todos os municípios os planos municipais de Turismo, bem como planos de trabalho do Comtur;	CONDESUS	Curto	Municípios	5
ESTRUTURAR	Articular para que as secretarias tenham veículos para a atuação dos secretários e equipes do turismo;	Municípios	Médio	Municípios	3
ESTRUTURAR	Cobrar para todos municípios terem seus Comtur e Fundo Municipal ativos;	CONDESUS e Municípios	Curto	Municípios	5
ESTRUTURAR	Qualificar a sinalização virtual: Google Maps e Waze;	Municípios e Empreendedores	Curto	PPP	4



ESTRATÉGIAS E METAS - QUALIFICAR

ESTRATÉGIA	AÇÃO	RESPONSÁVEL	PRAZO	RECURSO	PRIORIDADE
QUALIFICAR	Criar calendário de visitas técnicas – entre os municípios e para outros destinos (segmentos temáticos);	CST	Curto	CONDESUS Municípios	3
QUALIFICAR	Promover cursos de empreendedorismo no turismo;	Municípios	Médio	CONDESUS Municípios	3
QUALIFICAR	Criar um calendário de capacitações – municipal e regional – e divulgar com antecedência;	CONDESUS Municípios	CML	CONDESUS Municípios Parceiros	4
QUALIFICAR	Promover cursos de capacitação: guia, condutor, gastronomia e hotelaria, entre outros;	Municípios	CML	CONDESUS Municípios Parceiros	4
QUALIFICAR	Fazer um levantamento das necessidades de cursos e Capacitações;	CST IES Sistema S Sindicatos	Curto	CONDESUS Municípios Parceiros	4
QUALIFICAR	Incentivar os empreendedores locais: logística e deslocamento para os cursos;	Municípios	Curto	Municípios	4



ESTRATÉGIAS E METAS - PROMOVER

ESTRATÉGIA	AÇÃO	RESPONSÁVEL	PRAZO	RECURSO	PRIORIDADE
PROMOVER	Apresentar as rotas e roteiros regionais ao trade turístico e comunidade;	CONDESUS Municípios	Longo	CONDESUS Municípios	2
PROMOVER	Criar um calendário editorial de marketing digital com agência especializada;	CST	Curto	CONDESUS	4
PROMOVER	Atualizar o vídeo institucional e divulgar nas mídias sociais – criar novos de 30 e 60 segundos;	CONDESUS	Longo	CONDESUS	2
PROMOVER	Atualizar material gráfico impresso;	CONDESUS	Curto	CONDESUS	5
PROMOVER	Estruturar o calendário anual de participação em feiras e eventos específicos do turismo;	CONDESUS Municípios	Permanente	CONDESUS Municípios	5
PROMOVER	Atualizar o mapa turístico regional e criar mapas turísticos dos municípios (físico e virtual);	CONDESUS Municípios	Curto	CONDESUS Municípios	5



ESTRATÉGIAS E METAS - PROMOVER

ESTRATÉGIA	AÇÃO	RESPONSÁVEL	PRAZO	RECURSO	PRIORIDADE
PROMOVER	Ter uma equipe para atuar no marketing dos municípios – capacitar equipes das assessorias;	Municípios	Médio	Municípios	4
PROMOVER	Divulgar as rotas turísticas regionais na mídia	CONDESUS Municípios	Longo	PPP	3
PROMOVER	Realizar Blogtrips (blogueiros, influenciadores), Presstrips (imprensa) e Famtours (agências);	CONDESUS Municípios	Curto	CONDESUS PPP	3
PROMOVER	Impulsionar o marketing digital (publicações);	CONDESUS Municípios	Curto	CONDESUS	2
PROMOVER	Qualificar a presença no TripAdvisor;	CONDESUS Municípios Empreendedores	Curto	PPP	4



ESTRATÉGIAS E METAS - MONITORAR

ESTRATÉGIA	AÇÃO	RESPONSÁVEL	PRAZO	RECURSO	PRIORIDADE
MONITORAR	Realizar pesquisas de perfil e fluxo de turista;	CONDESUS Municípios IES	Médio	CONDESUS SEBRAE	3
MONITORAR	Avaliar o impacto do turismo na região;	CONDESUS Municípios IES	Longo	CONDESUS SEBRAE	3
MONITORAR	Apresentar a pesquisa sobre o perfil do turista da região aos municípios (trade e gestores) - Sebrae;	CONDESUS SEBRAE	Curto	CONDESUS	5



ORIENTAÇÕES PARA MONITORAMENTO DO PLANO

- Revisar e atualizar o presente plano, sempre que necessário;
- Estabelecer datas de início e término das ações;
- Criar Grupos de Trabalho para os setores: estruturar, qualificar, promover e monitorar;
- Apresentar anualmente para os Prefeitos e equipe do Condesus o andamento do Plano Estratégico;
- Divulgar o andamento das ações na imprensa local/regional;
- Envolver os COMTURs – apresentar nas reuniões e pedir auxílio (não somente expectadores, mas participantes do processo);
- Apresentar ao trade turístico o andamento das ações;



CONSIDERAÇÕES FINAIS

A construção do presente Plano Regional de Turismo do Consórcio Intermunicipal de Desenvolvimento Sustentável da Região Campos de Cima da Serra contou com a participação de diversas entidades envolvidas com o turismo na região.

Com a definição das estratégias e metas, os passos seguintes devem ser realizados com a união e a mobilização de toda a comunidade envolvida neste planejamento, buscando resultados positivos para o desenvolvimento turístico regional.



REALIZAÇÃO:



CONDESUS
CAMPOS DE
CIMA DA SERRA

PARCERIA:

