



**Plano Municipal de  
Desenvolvimento Territorial  
do Turismo**

**Rio dos Cedros  
2022 - 2030**



**PREFEITURA MUNICIPAL DE RIO DOS CEDROS**

**JORGE LUIZ STOLF**  
PREFEITO

**RAFAEL NONES**  
VICE-PREFEITO

**GIOVANA LENZI**  
DIRETORA MUNICIPAL DE TURISMO E CULTURA

**ELABORAÇÃO**



## Sumário

1.	Introdução.....	6
1.1.	Apresentação.....	6
1.2.	Notas Metodológicas.....	8
2.	Panorama do Turismo.....	13
2.1.	Cenário Global.....	14
2.2.	Cenário Brasil.....	18
2.3.	Cenário Santa Catarina.....	24
3.	Caracterização e Análise do Território.....	30
3.1.	Dados Gerais sobre o Município.....	31
3.1.1.	Aspectos Socioeconômicos.....	32
3.2.	Análise da infraestrutura básica e dos serviços gerais.....	35
3.2.1.	Infraestrutura Básica.....	35
3.2.2.	Serviços Gerais.....	40
3.3.	Análise do Quadro Institucional.....	44
3.3.1.	Instância Federal.....	44
3.3.2.	Instância Estadual.....	50
3.3.3.	Instância Regional.....	55
3.3.4.	Instância Municipal.....	59
3.3.5.	Impactos e limitações das políticas públicas de Rio dos Cedros.....	62
3.3.6.	Arcabouço Legal e Outros Instrumentos de Ordenamento.....	63
3.4.	Análise dos aspectos socioambientais.....	66
3.4.1.	Caracterização Ambiental do Município.....	66
3.4.2.	Passivos e fragilidades ambientais.....	68
3.4.3.	Áreas prioritárias para recuperação.....	68
3.4.4.	Espaços protegidos.....	68
3.4.5.	Áreas Potenciais de Interesse de Proteção.....	69
3.4.6.	Macrozoneamento e zoneamento municipal.....	70
3.4.7.	Identificação de Áreas de Risco.....	72
3.4.8.	Gestão Pública Ambiental.....	75
3.4.9.	Gestão Ambiental nos Empreendimentos Turísticos.....	78
3.5.	Desenvolvimento Sustentável.....	79
3.5.1.	O IDMS – Índice de Desenvolvimento Municipal Sustentável de Rio dos Cedros.....	81
4.	Diagnóstico Estratégico.....	83
4.1.	Análise do Mercado Turístico.....	84
4.1.1.	Demanda Turística Atual.....	84
4.1.2.	Demanda Turística Potencial.....	104
4.2.	Análise da Oferta Turística.....	113

4.2.1. Equipamentos e Serviços turísticos de Rio dos Cedros .....	113
4.2.2. Atrativos Turísticos.....	124
4.2.3. Matriz SWOT .....	133
5. Estratégias para o Desenvolvimento do Turismo .....	137
5.1. Estratégias Gerais do Destino.....	139
5.1.1. Segmentos Prioritários Propostos para o Destino .....	140
5.1.2. Visão de Futuro.....	141
5.1.3. Áreas de Atenção e Aprimoramento .....	142
5.1.4. Organização das Estratégias .....	143
5.1.5. Estratégias, Objetivos e Correlações com a Matriz SWOT.....	145
6. Plano de Ação.....	153
6.1. Detalhamento do Plano de Ação.....	154
6.1.1. Plano Operacional.....	162
7. Reflexões Finais .....	181
Referências .....	184

# 1

## INTRODUÇÃO

1.1. Apresentação

1.2. Notas Metodológicas

## 1. INTRODUÇÃO

### 1.1. APRESENTAÇÃO

O desenvolvimento do turismo não é um fim em si mesmo. Ele pode realizar objetivos amplos: econômicos, sociais, culturais, ambientais. Turismo pressupõe preservação e a manutenção dos atrativos para que as atividades possam servir como forma de geração permanente de oportunidades para as comunidades envolvidas – Sustentabilidade.

Turismo. Meio Ambiente. Preservação. Sustentabilidade. Parceria. Esses conceitos transbordam do termo de referência. O município de Rio dos Cedros e a região do Vale Europeu Catarinense têm muito a oferecer aos visitantes. Têm colonização europeia. Têm natureza exuberante. Têm turismo de aventura de qualidade. Têm Parque Nacional. Têm produtos turísticos reconhecidos nacionalmente. Têm cultura, religiosidade e gastronomia típica regional. E busca o desenvolvimento sustentável do turismo.

A gestão sustentável do turismo objetiva que as partes interessadas e a preservação dos recursos ocorram de forma equilibrada mantendo ou aumentando o grau de atração. A definição de critérios globais de turismo sustentável se constitui em um esforço para o entendimento comum deste termo, representando os princípios mínimos de sustentabilidade a que uma empresa deste segmento deve buscar. Esses critérios foram organizados em quatro temas principais:

- i) O planejamento eficaz para a sustentabilidade;
- ii) A maximização dos benefícios sociais e econômicos para a comunidade local;
- iii) O melhoramento do patrimônio cultural e;
- iv) A redução dos impactos negativos no ambiente.

Embora os critérios se orientem inicialmente para o uso dos setores de hotéis e dos operadores de turismo, têm aplicabilidade em todas as empresas turísticas e são parte da resposta prevista pela comunidade diante dos desafios mundiais que se apresentam (RAINFOREST ALLIANCE, 2008).

Neste sentido, o Plano Municipal de Desenvolvimento Territorial do Turismo deve abranger o sistema turístico como um todo, considerando todos os aspectos aplicados ao conceito de desenvolvimento sustentável. Deve identificar e classificar, em termos de qualidade e quantidade, os elementos que formam a cadeia da oferta turística, quais sejam, os atrativos, equipamentos e serviços turísticos e a infraestrutura disponível nos municípios e na região. Deve analisar os empreendimentos, a governança local e a legislação que impactam no desenvolvimento do turismo. Traçar cenários e estratégias e produzir planos de ações com programas e projetos que possam levar a cabo a consecução das ações prioritárias definidas.

Ou seja, o planejamento deve incorporar todas as variáveis que influenciam o desenvolvimento do turismo no município e na região do Vale Europeu Catarinense.



O **Plano Municipal de Desenvolvimento Territorial do Turismo de Rio dos Cedros** objetiva, de forma geral, estabelecer diretrizes para a condução da atividade turística no município, de forma compartilhada e participativa, para o desenvolvimento do turismo sustentável e para a qualificação do município como um destino turístico relevante no estadual e nacional.

## 1.2. NOTAS METODOLÓGICAS

O conjunto de técnicas e métodos empregados no desenvolvimento do Plano Municipal de Desenvolvimento Territorial do Turismo de Rio dos Cedros considerou, como forma de atender aos requisitos inseridos no termo de referência, os seguintes princípios:

- ▶ **Planejamento estratégico voltado ao mercado turístico:** Definição de produtos e mercados estratégicos, buscando identificar os pontos fracos e fortes, as oportunidades e as ameaças, propondo medidas para alcançar maior competitividade e se consolidar no mercado;
- ▶ **Desenvolvimento sustentável:** desenvolvimento da atividade turística com vistas a: melhoria da qualidade de vida da população local, mediante a geração de emprego e renda e a proteção dos recursos naturais e culturais; provisão de infraestrutura e melhoria dos espaços urbanos disponíveis e utilizáveis; prevenção e controle de impactos (oportunidades e riscos ambientais) decorrentes do desenvolvimento turístico;
- ▶ **Planejamento participativo:** com *stakeholders* dos setores público e privado;
- ▶ **Planejamento integrado:** definição das ações necessárias para melhorar a competitividade do destino turístico em um único plano, independentemente dos responsáveis pela execução dessas ações e das fontes de financiamento. Também deverá considerar e estar alinhado às políticas públicas de turismo na esfera federal, estadual e regional.

A construção do Plano Municipal de Desenvolvimento Territorial do Turismo de Rio dos Cedros foi participativa, tendo como ferramenta a realização de oficinas técnicas com os principais atores da iniciativa privada, poder público e demais instituições ligadas ao turismo no destino.

A cadeia de valor demonstrada na **Figura 1** resume o que se compreende quanto ao elo sequencial das atividades previstas com ênfase na geração de valor, ou seja, na capacidade do trabalho como um todo em gerar respostas e soluções para as necessidades apresentadas no termo de referência. É importante ressaltar que as atividades descritas tiveram cronograma e propósitos exclusivos e, nesse sentido, o planejamento seguiu elaboração progressiva, em que cada fase gerou resultados que subsidiaram o desenvolvimento das fases subsequentes.

Para a abordagem metodológica utilizou-se referências e conhecimentos baseados em boas práticas relacionadas às áreas de desenvolvimento propostas, concentrando-se esforços para se alcançar os objetivos de planejamento esperados.

Figura 1- Etapas de elaboração do Plano



**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

Os passos fundamentais para a elaboração do Plano passaram pela definição de metodologia de hierarquização de atrativos, inventariação da oferta turística, diagnóstico estratégico das atividades turísticas, formulação de estratégias e definição dos planos de ação com a seleção de procedimentos, ações e projetos:



**PLANO DE TRABALHO E FORMULAÇÃO DE OBJETIVOS:** nesta etapa se planejou a execução de todas as fases do plano, detalhando-se as atividades, a metodologia e o cronograma de execução, bem como a formulação dos objetivos gerais a serem alcançados pelo planejamento para o destino turístico.



**ELABORAÇÃO DE METODOLOGIA PARA AVALIAÇÃO DOS ATRATIVOS E POTENCIAIS TURÍSTICOS:** Nesta etapa foi proposta a metodologia específica para a hierarquização dos atrativos turísticos que seriam identificados durante a etapa de inventariação turística nos municípios que compõem este projeto (Etapa 3). A metodologia proposta permitiu realizar a avaliação das potencialidades turísticas da região por meio de um exame crítico dos atrativos analisados, visando estabelecer seu grau de interesse turístico, atribuindo a eles a hierarquia correspondente.



**INVENTÁRIO DA OFERTA TURÍSTICA:** O inventário incluiu os atrativos além dos serviços e equipamentos turísticos que apresentaram condições de atendimento ao turista. Para a elaboração do Inventário foi feita uma adequação da metodologia do INVTUR – Inventário da Oferta Turística proposta pelo Ministério do Turismo às necessidades da região do Vale Europeu Catarinense, conforme sugere o termo de referência.



**DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DO MUNICÍPIO E DAS ATIVIDADES TURÍSTICAS:** O diagnóstico estratégico municipal foi realizado por meio da utilização de dados primários, obtidos em pesquisa realizada com a demanda turística, e dados secundários, obtidos por meio de pesquisa de literatura e em resultados de outros projetos já realizados no município e região do Vale Europeu Catarinense. O diagnóstico permitiu a avaliação da situação estrutural da atividade turística no município e identificação da posição competitiva relativa do município no mercado turístico, frente aos consumidores e à concorrência. Além disto, o processo de coleta e a análise das informações cobriu desde a oferta e a demanda turística do destino até a situação da infraestrutura e dos serviços básicos, o quadro institucional e os aspectos socioambientais relacionados com as atividades turísticas. Durante o diagnóstico se desenvolveu e se consolidou as seguintes atividades:

- ▶ Análise do mercado turístico (demanda e oferta) do município;
- ▶ Análise da infraestrutura básica e dos serviços gerais encontrados no município;
- ▶ Análise do quadro institucional do município;
- ▶ Análise dos aspectos socioambientais do município;
- ▶ Realização de oficina de planejamento participativo.



**FORMULAÇÃO DE ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO:** As estratégias foram propostas por meio da conexão das quatro dimensões da análise SWOT produzida durante o diagnóstico e determinaram as prioridades de desenvolvimento da atividade turística no município. Para a definição das estratégias foram considerados os seguintes âmbitos de atuação:

- (i) O posicionamento turístico desejável para o município e as estratégias de comercialização necessárias para sua consolidação;
- (ii) A valorização e a exploração dos atrativos turísticos principais; os produtos e os tipos/segmentos turísticos nos quais é necessário concentrar esforços e a seleção do portfólio estratégico de produtos-segmentos de demanda-meta;
- (iii) As infraestruturas e os serviços básicos requeridos;
- (iv) O quadro institucional requerido, com especial ênfase no apoio ao investimento turístico e ao fortalecimento da gestão pública de turismo e meio ambiente em nível local; e

(v) As diretrizes socioambientais requeridas para preservar os ativos naturais e culturais do município, durante o desenvolvimento da atividade turística.



**PLANO DE AÇÃO: SELEÇÃO DE PROCEDIMENTOS, AÇÕES E PROJETOS:** O Plano de Ação propôs o conjunto de atividades, ações e projetos que deverão ser realizados pelo município para que os objetivos de desenvolvimento do turismo sustentável sejam alcançados, independentemente da fonte de financiamento a ser mobilizada e das entidades por eles responsáveis. O Plano de Ação estabeleceu relações entre o Diagnóstico Estratégico (Etapa 4) e as Estratégias de Desenvolvimento Turístico (Etapa 5), vinculando o conjunto de ações aos objetivos propostos para os Plano de Desenvolvimento Territorial do Turismo.



**PLANO MUNICIPAL DE DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL DO TURISMO:** O processo de elaboração de um Plano Municipal de Desenvolvimento Territorial do Turismo abarca uma série de etapas, atividades e ações, sendo ele o resultado de um conjunto de estudos, análises e planejamentos que devem levar em consideração os aspectos econômicos, culturais, sociais e ambientais que interferem no desenvolvimento do turismo. A partir da consolidação dos resultados obtidos em cada etapa se tem todos os subsídios necessários para se produzir o plano, que será a ferramenta que delimitará os princípios orientadores para o desenvolvimento da atividade turística e será a base do planejamento municipal para o desenvolvimento do turismo sustentável nos anos vindouros.

# 2

## PANORAMA DO TURISMO

- 2.1. Cenário Global
- 2.2. Cenário Brasil
- 2.3. Cenário Santa Catarina

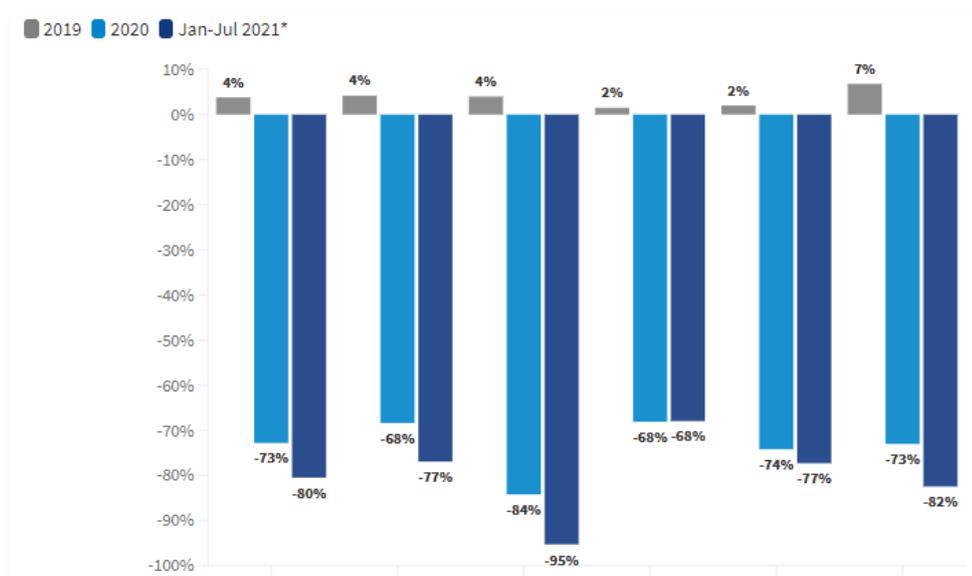
## 2. PANORAMA DO TURISMO

Embora houvesse excelentes perspectivas para o turismo no início do ano 2020, com expectativa de crescimento em todas as áreas, a paralização quase que total de suas operações em meados de março daquele ano, por conta da pandemia do Covid-19, mudou completamente o futuro desse importante setor econômico brasileiro e mundial.

O mercado turístico é um dos setores mais afetados pela crise que se estende há mais de 18 meses, pois as medidas de isolamento necessárias para a contenção do contágio afetaram de forma expressiva a dinâmica econômica do setor. Segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT), a queda da receita em 2020, contabilizada como exportações, representa cerca de 11 vezes as perdas registradas durante a crise econômica global de 2009, refletindo uma redução de 74%, ou seja, representa que ocorreram 1 bilhão de chegadas internacionais a menos se comparado com o ano de 2019, causando um prejuízo econômico estimado em cerca US\$ 1,3 trilhão.

Ainda que a partir de junho e julho de 2021 o turismo vem apresentando sinais de uma lenta recuperação, especialistas da OMT estimam que a recuperação total, elevando os números aos patamares de 2019, possa acontecer apenas em 2023 ou 2024. De acordo com a última edição do Barômetro Mundial do Turismo da OMT, estima-se que 54 milhões de turistas cruzaram as fronteiras internacionais entre junho e julho de 2021, o que representa 67% a menos que no mesmo período de 2019. Porém, este é considerado um bom resultado quando comparado com os 34 milhões de chegadas internacionais registradas em julho de 2020, ainda que esteja bem abaixo dos 164 milhões registrados em 2019 (OMT, 2021a).

**Figura 2 - Chegadas internacionais de turistas (% de variação)**



Fonte: OMT (2021c)

Adaptação: Raízes do Brasil Consultoria

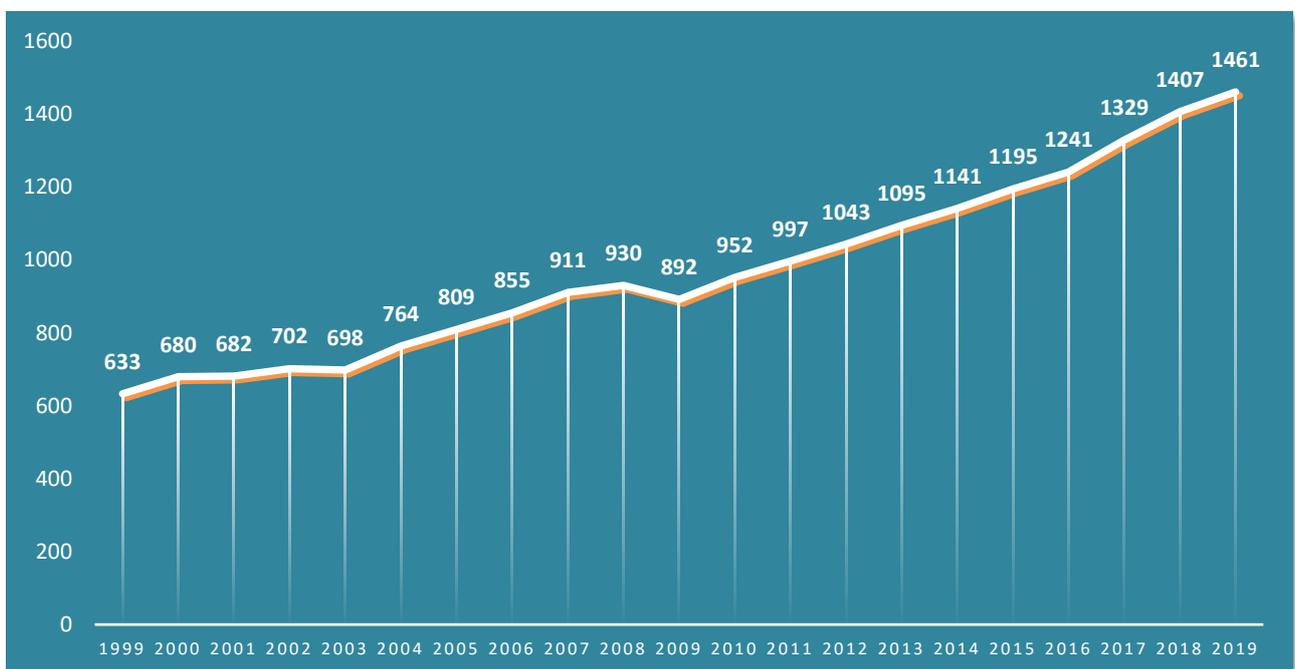
Diante disto, para obter-se um panorama mais aproximado do que se espera para o cenário futuro do turismo pós pandemia no Brasil e no mundo, optou-se por trazer dados do período pré-pandêmico mais recente, ou seja, dos anos base de 2018 e 2019 para a apresentação dos cenários global, brasileiro e catarinense, descritos a seguir.

## 2.1. CENÁRIO GLOBAL

A OMT é a organização líder internacional na área de turismo, disponibilizando dados atualizados e identificando tendências do setor, oferecendo subsídios para governos, pesquisadores e para todo o trade turístico, fornecendo apoio para o desenvolvimento sustentável do turismo em todo o planeta. É a principal fonte de informações atualizadas sobre o turismo em geral no mundo.

De acordo com a OMT (2021a), o turismo global vinha apresentando, até 2018, elevadas taxas de crescimento do número de viajantes. Nos últimos anos, com exceção de 2016, em que o crescimento foi de 3,8%, a taxa de crescimento do número de turistas no mundo vinha se mantendo acima dos 4%. Em especial, no ano de 2017 o número de chegadas cresceu 7,1%. Em 2019, mais de 1.46 bilhões de turistas viajaram para outros países.

**Gráfico 1 - Chegadas de turistas no mundo – 1999 - 2019**



**Fonte:** MTur (2020)

**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

Em 2018, o número de 1,4 bilhão de chegadas de turistas internacionais, representando 5,4% de aumento em relação ao ano anterior, foi atingido dois anos antes da previsão da própria Organização Mundial do Turismo (OMT, 2019b).

**Figura 3 - Chegadas de turistas internacionais e receitas turísticas – 2008 - 2018**

Fonte: OMT (2019c)

Adaptação: Raízes do Brasil Consultoria

O aumento no número de turistas e consequentemente as receitas turísticas internacionais continuavam a ser maior que o crescimento da economia mundial sendo que os países emergentes eram os que mais vinham se beneficiando deste fenômeno. Pelo sétimo ano consecutivo, a balança comercial do turismo crescia mais rápido do que balança comercial de mercadorias, reduzindo os déficits comerciais em muitos países (OMT, 2019c, p.3).

Este crescimento exacerbado demanda responsabilidade de quem propõe as políticas públicas para implementar um modelo de gestão sustentável destes destinos turísticos. Minimizar os efeitos adversos da atividade turística nos locais onde ela se desenvolve é um dos pontos mais críticos enfrentados pelos gestores que buscam o crescimento dos destinos turísticos não só em volume de turistas, mas também em receitas e geração de renda para o local.

Se fizermos uma análise por regiões do planeta, notaremos que a Ásia e o Pacífico lideraram o crescimento de chegadas internacionais e de receitas, com crescimento de 7% em ambos os

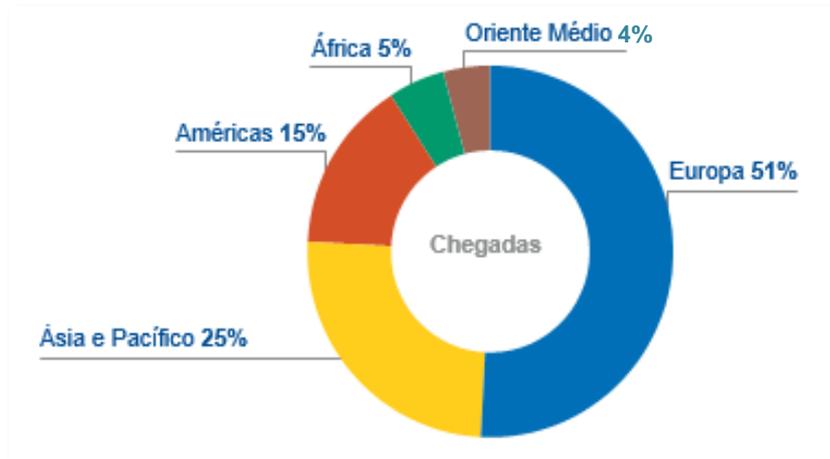
**Figura 4 - Receitas do turismo internacional e PIB mundial 2008 – 2018 (% de variação)**

Fonte: OMT (2019c).

Adaptação: Raízes do Brasil Consultoria

indicadores, seguido de perto pela África, que teve um crescimento de 7% no número de chegadas, porém somente de 2% de crescimento das receitas. As Américas do Norte e do Sul tiveram juntas um crescimento de 2%, porém crescimento de 0% nas receitas do turismo. Já o Oriente Médio teve um crescimento de 5% no número de chegadas internacionais e 4% no acréscimo de receitas com o turismo.

**Figura 5 - Chegadas internacionais**



Fonte: OMT (2019c).

Adaptação: Raízes do Brasil Consultoria

A Europa, além de ter tido um crescimento de 5% em ambos os indicadores, também se destaca por ter sido a responsável por receber metade das chegadas internacionais do mundo, com 51%, representando quase 40% das receitas totais geradas pelo turismo internacional (**Figura 5**). As chegadas internacionais representam o volume de turistas estrangeiros que

ingressam em cada continente percentualmente. Na **Tabela 1** são apresentados os dados sobre o número de chegadas e receitas do turismo internacional em 2018 e o percentual de variação de crescimento dos indicadores em comparação ao ano anterior. É importante ressaltar que estes dados se referem somente à movimentação de turistas estrangeiros, não sendo computados os dados referentes ao turismo doméstico dos países. Observe que a Europa segue na liderança do número total de chegadas e de receitas mundiais.

**Tabela 1 - Chegadas e receitas internacionais / % variação**

Região	Chegadas (em milhões)		Receitas (em US\$ bilhões)	
	2018	% Variação	2018	% Variação
<b>Europa</b>	710	+5%	570	+5%
<b>Ásia e Pacífico</b>	348	+7%	435	+7%
<b>Américas</b>	216	+2%	334	+0%
<b>África</b>	67	+7%	38	+2%
<b>Oriente Médio</b>	60	+5%	73	+4%

Fonte: OMT (2021c).

Elaboração: Raízes do Brasil Consultoria

Os destinos turísticos concorrem no mercado mundial como em qualquer outra área econômica. Periodicamente, são realizadas pesquisas e coleta de dados para identificar os principais destinos

turísticos internacionais. Grandes organizações de turismo dentre elas AirBNB, OCDE - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico, WTTC - World Travel & Tourism Council e a própria OMT, lançam *rankings* periódicos dos destinos mais visitados. A **Tabela 2** demonstra os 10 países mais visitados e com maior receita do turismo internacional em 2018.

**Tabela 2 - Países mais visitados e Países com maior receita - 2018**

Pos.	País	Chegadas (milhões)	Pos.	País	Receita (US\$ bilhões)
1	França	89,4	1	Estados Unidos	214,7
2	Espanha	82,8	2	Espanha	81,7
3	Estados Unidos	79,7	3	França	66,0
4	China	62,9	4	Tailândia	56,4
5	Itália	61,6	5	Reino Unido	50,0
6	Turquia	45,8	6	Itália	49,3
7	México	41,3	7	Austrália	45,0
8	Alemanha	38,9	8	Alemanha	43,0
9	Reino Unido	38,7	9	Japão	42,1
10	Tailândia	38,2	10	China	40,7
49	Brasil	6,6	49	Brasil	5,9

Fonte: OMT (2021c)

Elaboração: Raízes do Brasil Consultoria

Segundo a OMT (2021c), em 2018 os 10 principais destinos turísticos internacionais foram responsáveis pela chegada de 40% de todos os turistas internacionais no mundo. Destes 10 destinos, 8 também estão na lista dos 10 destinos turísticos que mais faturaram com o turismo internacional, representam 50% de toda a receita gerada pela atividade turística. No ano de 2019 o Brasil ficou fora da lista de 50 maiores receptores de turistas no mundo, com informação divulgada pela Organização Mundial do Turismo.

Segundo a World Travel & Tourism Council (WTTC), o setor de Viagens & Turismo movimentou 10,4% do PIB mundial e mais de 319 milhões de empregos em 2018.

## 2.2. CENÁRIO BRASIL



### ECONOMIA DO TURISMO NO BRASIL

Dados disponibilizados por MTur (2020), o Brasil recebeu cerca de 6,6 milhões de turistas internacionais em 2018, gerando uma receita cambial de 5,9 bilhões de dólares. Esse montante representa 3,7% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro.

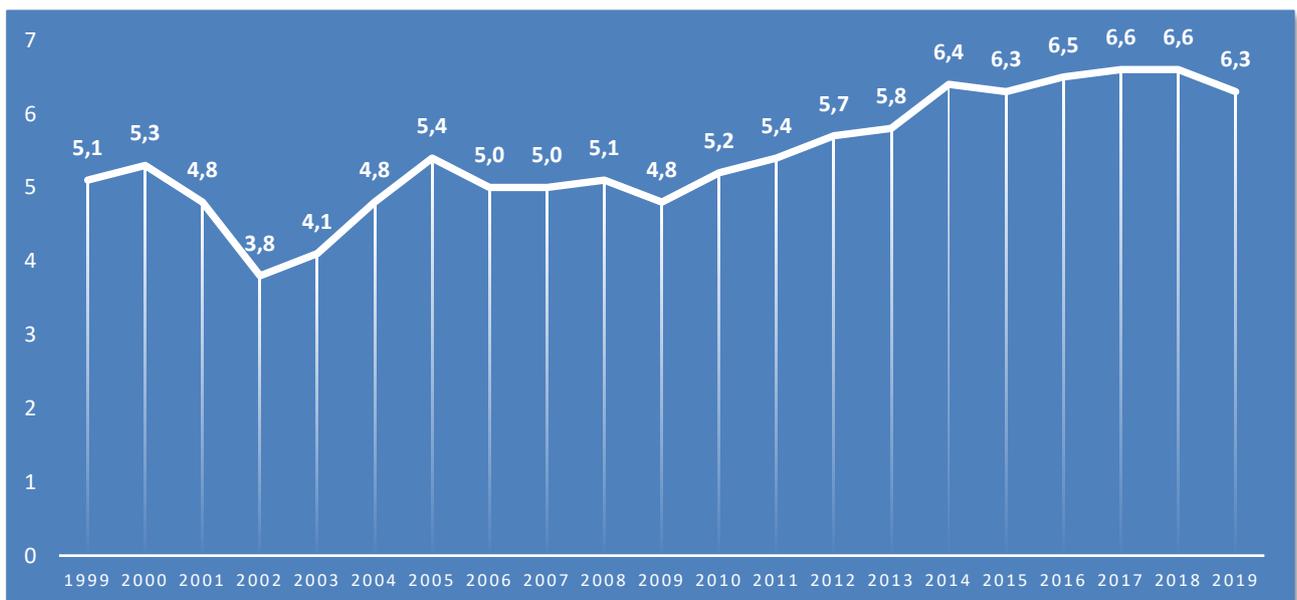
**Figura 6 - Dados gerais da economia do Turismo no Brasil - 2018**



Fonte: SANTUR (2020, p. 10)

Já em 2019, o Brasil recebeu a visita de 6,35 milhões de turistas internacionais, representando uma queda de 4% em relação a 2018. O **Gráfico 2** mostra a série histórica do número de visitantes internacionais que visitaram o Brasil entre 1999 e 2019.

**Gráfico 2 - Chegadas de turistas internacionais no Brasil - 1999 - 2019**



Fonte: MTur (2020)

Elaboração: Raízes do Brasil Consultoria

Do total de visitantes internacionais de 2019, mais de 50% deles (3,59 milhões) são provenientes de países vizinhos, confirmando a força do turismo regional para o desenvolvimento do setor no Brasil. Os argentinos seguem liderando a lista dos principais emissores, com 1.954.725 visitantes. Todavia, a queda de 4% no número de visitantes internacionais em 2019 também teve a Argentina como protagonista, pois aquele país reduziu a emissão de visitantes de 2.498.483 em 2018 para 1.954.725 em 2019. Todavia, alguns estados apresentaram crescimento no ingresso de visitantes internacionais: Amapá (7,8%), Bahia (2,4%), Ceará (5,1%), Paraná (6,2%) e São Paulo (5%) (MTUR, 2020).

A principal porta de entrada do país continuou sendo a aérea, com 4.288.528, seguida da terrestre, com 1.839.451 e marítima com 123.127, sendo que os meses mais procurados pelos turistas internacionais foram janeiro e fevereiro, meses de alta temporada. Janeiro recebeu 863.301 mil visitantes, enquanto fevereiro contabilizou 816.032 mil (MTUR, 2020).

A seguir está a representação em mapa dos 10 principais países emissores de turistas para o Brasil, no ano de 2019.

**Figura 7 - Mapa dos principais países emissores de turistas para o Brasil – Nº visitantes 2019**



**Fonte:** MTur (2020)

**Mapa:** Plataforma Bing - Microsoft

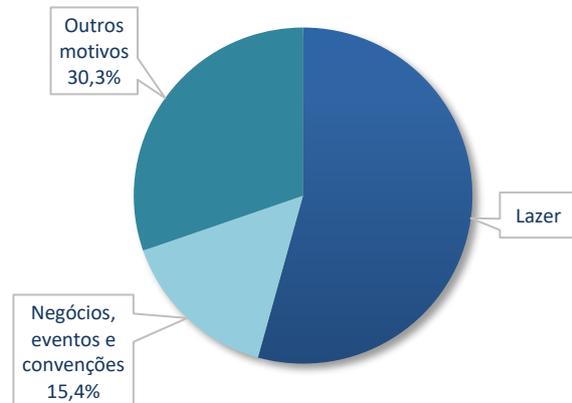
**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

Os dados consolidados sobre o perfil do turista internacional que visitou o Brasil em 2019, com foco no motivo da viagem, permitem compreender os principais motivos de visita aos destinos brasileiros. Segundo MTur (2020), a partir dessas informações é possível investigar a movimentação dos turistas

segundo suas razões. O **Gráfico 3** demonstra as principais motivações dos turistas internacionais que visitam o Brasil.

Os dados observados permitem avaliar o desempenho do país na recepção de turistas internacionais. Esta visão ampliada dos dados é fundamental para ações de promoção do Brasil enquanto destino turístico, avaliação quanto à priorização no repasse de recursos para viabilizar novos destinos e alternativas para aqueles que buscam o país em roteiros de férias, convenções ou outras razões.

**Gráfico 3 - Motivo da viagem - 2019**



**Fonte:** MTur (2020)

**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria



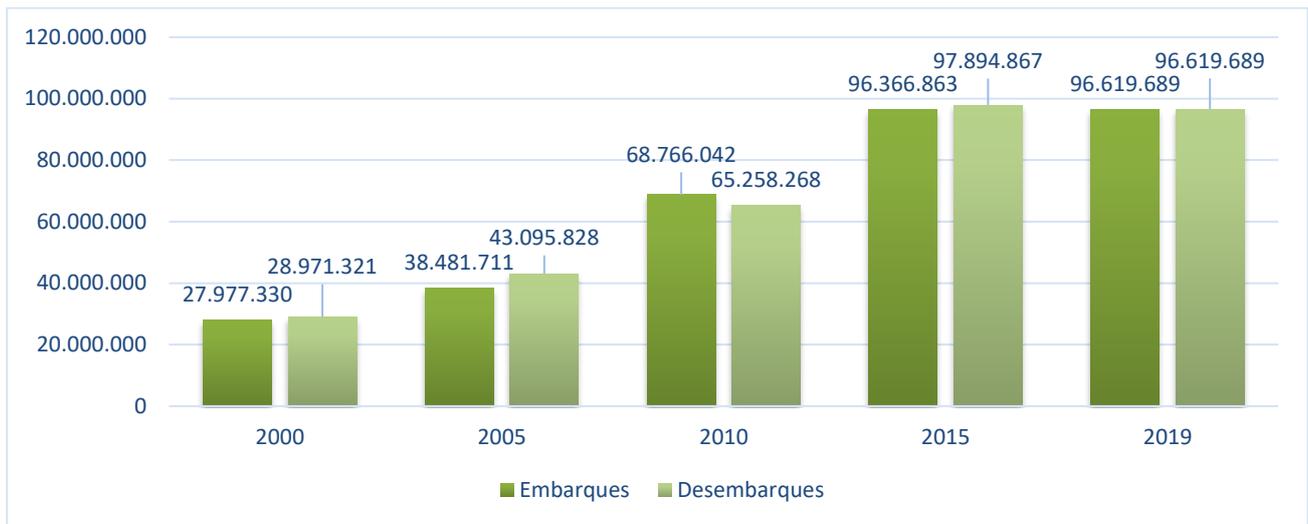
## TURISMO DOMÉSTICO

Conhecer o turismo doméstico brasileiro é essencial para o monitoramento da atividade no país. Compreender o seu panorama, por meio de estatísticas confiáveis, é fundamental para o desenvolvimento do setor e para a identificação das regiões que estão mais desenvolvidas e quais atividades movimentam a economia local. Assim, será possível desenvolver políticas públicas mais eficazes e contribuir para a tomada de decisão da iniciativa privada em todas as instâncias do país.



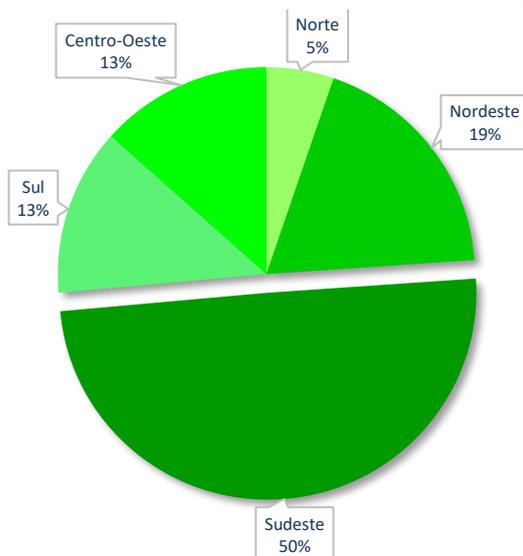
## MODAL AÉREO

De acordo com MTur (2020), o setor aéreo é um modal bastante importante para o turismo, pois conecta turistas que residem longe de diversos destinos turísticos que oferecem experiências únicas. Portanto, é essencial conhecer as estatísticas do setor para obter um retrato do fluxo aéreo doméstico. O **Gráfico 4** demonstra os dados referentes ao total de embarques e desembarques nos aeroportos brasileiros, em 2000, 2005, 2010, 2015 e 2019.

**Gráfico 4 - Embarques e desembarques nacionais**

Fonte: MTur (2020)

Elaboração: Raízes do Brasil Consultoria

**Gráfico 5 - Movimentação dos aeroportos por região - 2019**

A região Sudeste é responsável por 49,7% da movimentação de passageiros nos aeroportos brasileiros, seguida pela região Nordeste com 18,7%, a região Centro-Oeste com 13,4%, a região Sul com 13,0% e por último a região Norte com 5,2% do total de passageiros.

Fonte: MTur (2020)

Elaboração: Raízes do Brasil Consultoria



## OFERTA HOTELEIRA

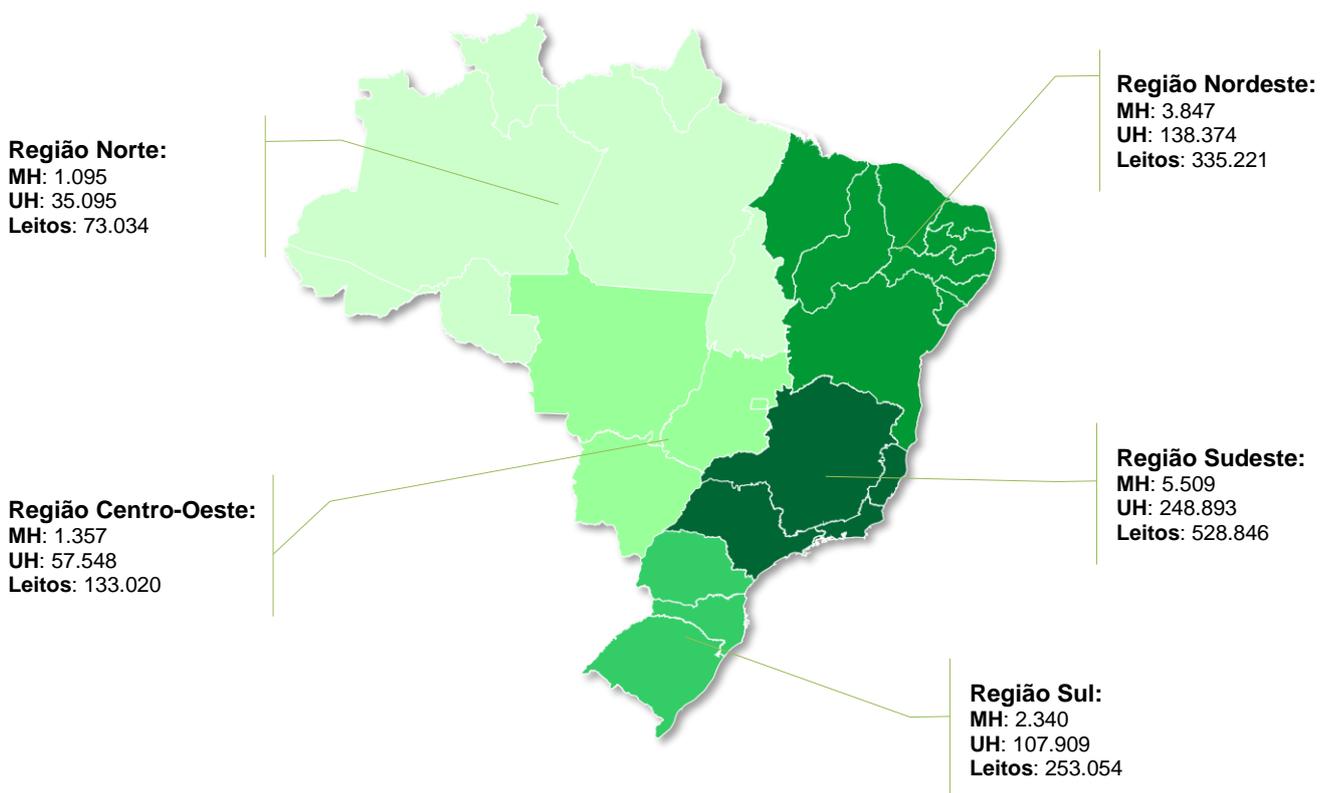
A oferta hoteleira é um importante indicador do desenvolvimento da atividade turística no território. O Mapa do Turismo Brasileiro, que é um instrumento de ordenamento que auxilia no desenvolvimento das políticas públicas para o turismo no âmbito do Programa de Regionalização do Turismo – PRT, que define o recorte territorial que deve ser trabalhado prioritariamente pelo Ministério, utilizou como critério, em sua metodologia de classificação dos municípios na versão de 2019, pelo menos 3 variáveis relacionadas diretamente aos meios de hospedagem: **i)** Quantidade

de estabelecimentos de hospedagem; **ii)** quantidade de empregos em estabelecimentos de hospedagem e; **iii)** arrecadação de impostos federais a partir dos meios de hospedagens.

O MTur pondera que dentre as atividades características do turismo, o setor de hospedagem é o mais adequado pois a maioria dos que utilizam estes equipamentos são turistas. Quando se trabalha com outras atividades, como restaurantes ou aluguel de veículos, a utilização por residentes é muito elevada, não retratando uma correspondência mais direta com o turismo.

Segundo MTur (2020), o Brasil dispunha de um total de 14.148 meios de hospedagem cadastrados no Ministério do Turismo, em 2019. Deste total, cerca de 39% estão localizados na região Sudeste do País, 27% na região Nordeste, 16% na região Sul, 10% na região Centro-Oeste e 8% na região Norte. A **Figura 8** demonstra como estão distribuídos regionalmente os Meios de Hospedagem (MH), as Unidades Habitacionais (UH) e Leitos disponíveis no País.

**Figura 8 - Distribuição das hospedagens por região - 2019**



**Fonte:** MTur (2020)

**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

Quanto ao tamanho do mercado de trabalho nas atividades características do turismo no Brasil, os dados expostos na **Tabela 3** referem-se ao número de ocupações formais no mercado turístico nacional. Segundo MTur (2020), essas informações são oriundas do sistema da Relação Anual de Informações Sociais – RAIS do Ministério da Economia, no qual alguns dos seus objetivos são suprir as necessidades de controle da atividade trabalhista no país e prover dados para a elaboração de estatísticas de trabalho.

**Tabela 3 - Ocupações formais na economia do Turismo por atividade - 2015 - 2019**

Atividade Característica do Turismo	Ocupações Formais				
	2015	2016	2017	2018	2019
Economia do Turismo	2.129.409	2.070.828	2.059.789	2.065.980	2.104.292
Alojamento	348.752	337.415	330.724	333.366	336.663
Alimentação	1.283.011	1.262.741	1.275.859	1.291.135	1.314.836
Transporte Terrestre	229.237	216.357	197.830	199.661	192.971
Transporte Aquaviário	7.652	7.803	8.148	8.433	8.174
Transporte Aéreo	66.239	61.498	60.579	59.114	63.657
Aluguel de Transporte	53.284	52.109	56.123	46.287	59.159
Agências de Viagem	70.456	66.216	66.741	66.758	67.728
Cultura e Lazer	70.778	66.689	63.785	61.226	61.104

Fonte: MTur (2020, p. 393)

As informações contidas na **Tabela 3** representam o quantitativo de ocupações formais no setor de turismo por atividade característica do turismo. Em 2019, houve um aumento em 1,9% no número de ocupações formais na economia do turismo. A atividade característica do turismo com mais empregos é Alimentação com 62,3% do total, seguida por Alojamento e Transporte Terrestre com 16,0% e 9,2%, respectivamente. 76,8% das ocupações formais em 2019 tem remuneração até dois salários-mínimos, 86,6% trabalham 41 horas ou mais e 74,6% possuem ensino médio ou superior incompleto (MTUR, 2020).

## 2.3. CENÁRIO SANTA CATARINA



### ECONOMIA DO TURISMO EM SANTA CATARINA

O turismo é o setor econômico que responde por parte significativa da renda de muitos municípios no estado de Santa Catarina. Florianópolis, a capital catarinense, por exemplo, tem o turismo como a segunda maior atividade econômica, recentemente superada apenas pelo setor de tecnologia e inovação. A complexidade da rede impactada pelo turismo se traduz em um efeito

multiplicador na economia do estado. Além dos efeitos diretos e indiretos, o turismo causa efeitos indutores, catalisadores e replicadores em uma extensa cadeia produtiva. As redes incluem fornecedores, transportadoras,

diversas indústrias e serviços nas mais diversas áreas. A movimentação econômica gerada pelo turismo em Santa Catarina é estimada em R\$ 33 bilhões, conforme dados da Santur e Fecomércio

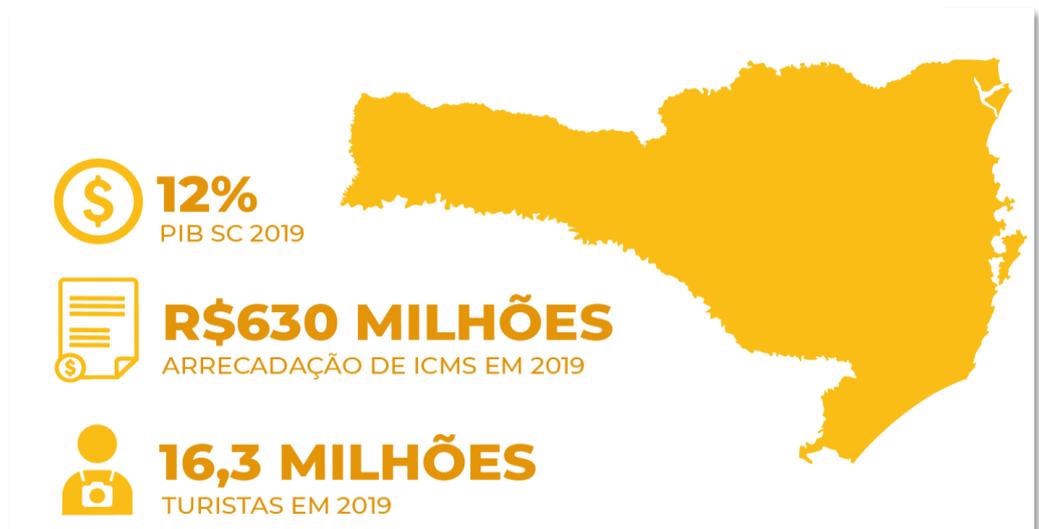
### Figura 9 - Movimentação estimada por estação



Fonte: SANTUR (2020, p. 11)

R\$1,2 bilhão em salários no estado (SANTUR, 2020).

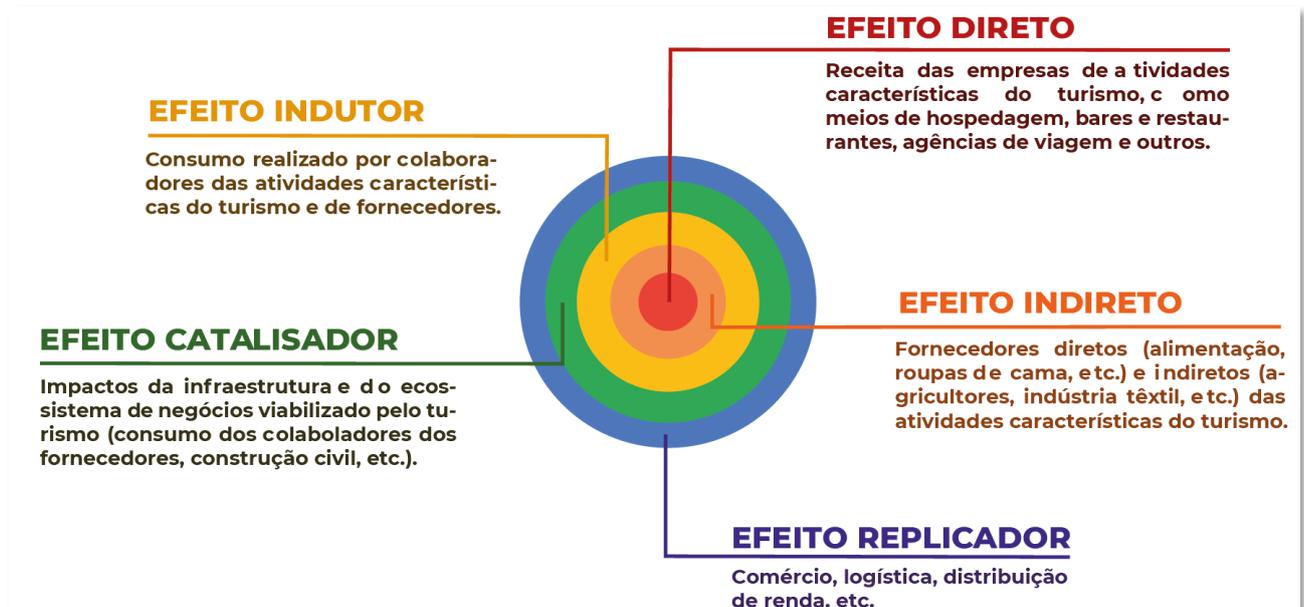
Figura 10 - Dados sobre a economia do Turismo em Santa Catarina - 2019



Fonte: SANTUR (2020, p. 11)

obtidos entre 2018 e 2020. A medida leva em conta ocupação hoteleira, visitação à atrativos e realização de feiras e eventos. O setor de Turismo mantém mais de 160 mil empregos diretos segundo dados do Ministério da Economia de 2018. Estima-se que o setor movimente pelo menos

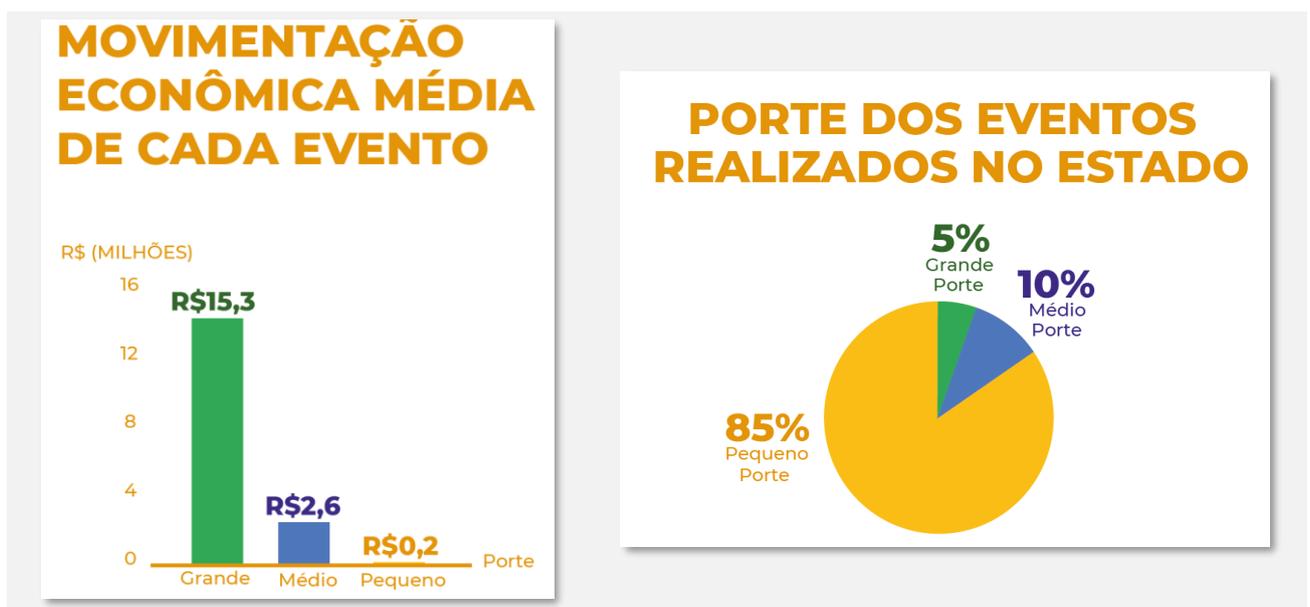
Figura 11 - Rede econômica impactada



Fonte: SANTUR (2020, p. 13)

Os eventos são importantes vetores de desenvolvimento no estado. São cerca de 15 mil postos de trabalho e a geração de R\$1,5 bilhão em negócios, anualmente. Cada evento de grande porte gera uma movimentação econômica média de R\$15,3 milhões, enquanto eventos de pequeno porte geram movimentação média de R\$200 mil (SANTUR, 2020).

Figura 12 - Economia de Eventos em Santa Catarina



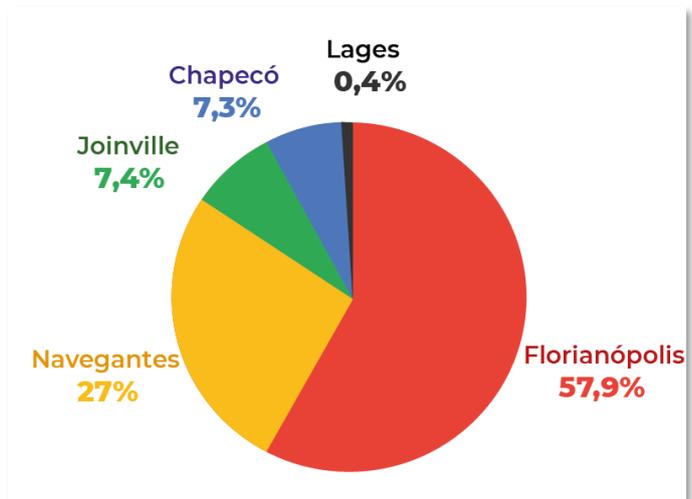
Fonte: SANTUR (2020, p. 14)



## MODAL AÉREO EM SANTA CATARINA

Santa Catarina tem dois aeroportos internacionais, quatro nacionais, oito regionais e quatro portos marítimos com recepção de cruzeiros. A maior parte do fluxo de turistas chega ao estado pela via terrestre (50,5%), enquanto 46% dos turistas estrangeiros utiliza o transporte aéreo. São recebidos 7,9% do turismo receptivo interestadual brasileiro, sendo o 5º estado de maior fluxo do país segundo dados do Ministério do Turismo (2011). As atividades de visitação de atrativos turísticos no estado de Santa Catarina durante a temporada de verão de 2019/2020 se concentraram em torno dos eixos das BR-101 e BR-282. Dados de agosto de 2018 a agosto de 2019 mostram que o Aeroporto Internacional de Florianópolis concentrou a maior parcela de passageiros (SANTUR, 2020). Dados do fluxo internacional de passageiros do

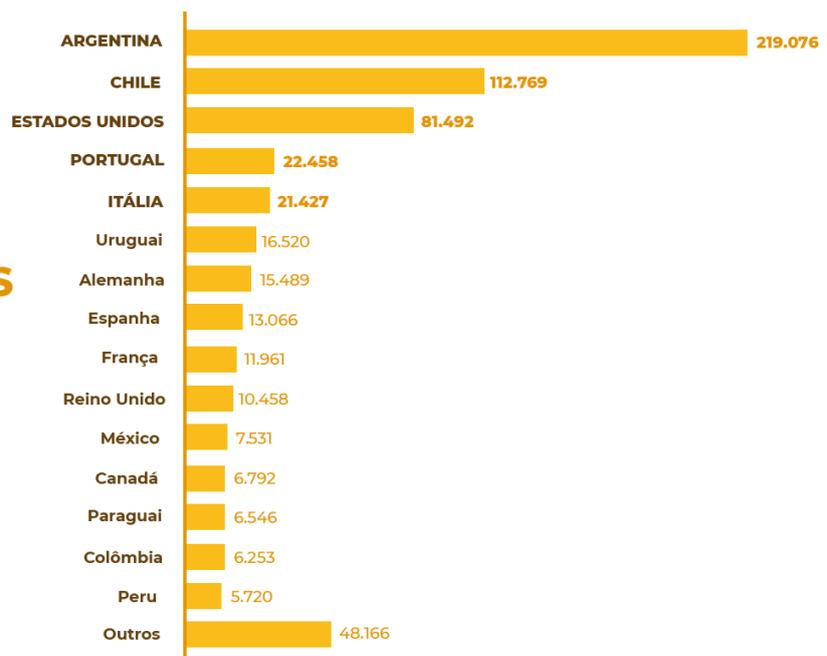
**Figura 13 - Movimentação de passageiros nos principais aeroportos de Santa Catarina - 2018**



Fonte: Santur (2020, p. 19)

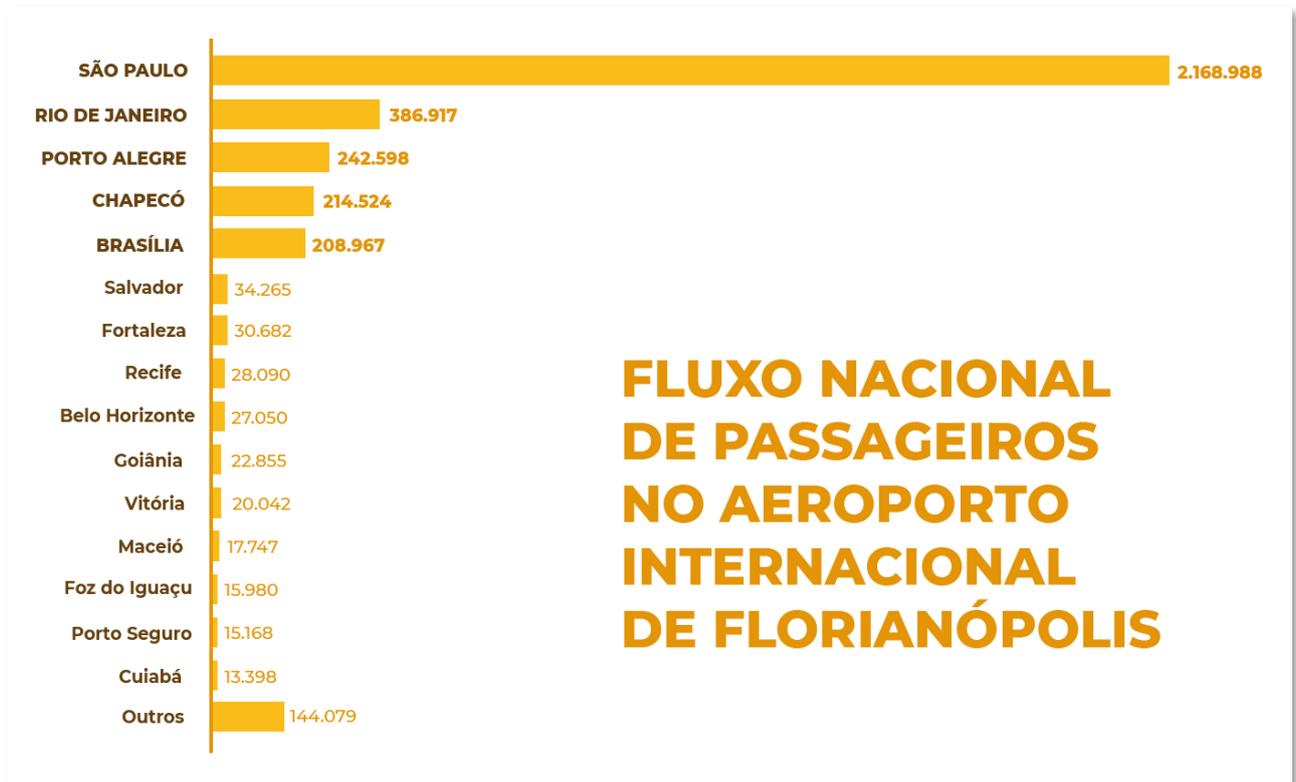
Aeroporto Internacional de Florianópolis, entre agosto de 2018 e 2019, demonstram que a maior parcela de estrangeiros é de argentinos, seguidos por chilenos e estadunidenses.

## FLUXO INTERNACIONAL DE PASSAGEIROS NO AEROPORTO INTERNACIONAL DE FLORIANÓPOLIS



Fonte: Santur (2020, p. 20)

Quanto ao fluxo nacional de passageiros do Aeroporto Internacional de Florianópolis entre agosto de 2018 e 2019, os maiores números são das regiões sudeste e sul, destacando-se as cidades de São Paulo, Rio de Janeiro e Porto Alegre. Ressalta-se que significativa parcela dos turistas brasileiros vindos de São Paulo, Paraná e Rio Grande do Sul utilizam a via terrestre (SANTUR, 2020).



Fonte: Santur (2020, p. 21)



#### OFERTA HOTELEIRA DE SANTA CATARINA

Dados do MTur (2020) apontam que em 2019 Santa Catarina dispunha de um total de 892 equipamentos de hospedagem cadastrados no Ministério do Turismo, oferecendo 34.726 unidades habitacionais e 89.607 leitos.

Todavia, esses dados encontram uma significativa variação se foram comparados com os dados disponíveis fornecidos pela ABIH e FHORESC e constantes no Diagnóstico Econômico e Plano de Retomada do Turismo Catarinense (SANTUR, 2020), que pode decorrer de empreendimentos que ainda não efetivaram seu cadastramento no Ministério do Turismo. Os dados deste diagnóstico apontam um total 56.573 unidades habitacionais e 146.837 leitos disponíveis no estado. Segundo o documento, os meios de hospedagem catarinenses utilizam apenas cerca de 50% de sua capacidade durante o ano. A ociosidade de leitos significa uma perda de R\$17,9 milhões ao ano no

setor hoteleiro, se consideramos a média da diária de hospedagem a R\$243,94. Tal ociosidade resulta normalmente também em R\$2,7 bilhões em perda de consumo.



É importante ressaltar que Santa Catarina já recebeu por 12 vezes o título de Melhor Estado para se viajar no Brasil pela Revista Viagem & Turismo. Segundo relatório da CLP publicado em 2020, o estado também possui entre todos os estados brasileiros, o **2º Maior Índice de Competitividade do Brasil**, com nota 76,6 e destaque para segurança pública.

# 3

## **CARACTERIZAÇÃO E ANÁLISE DO TERRITÓRIO**

- 3.1. Dados Gerais sobre o Município
- 3.2. Análise da Infraestrutura Básica e dos Serviços Gerais
- 3.3. Análise do Quadro Institucional
- 3.4. Análise dos Aspectos Socioambientais
- 3.5. Desenvolvimento Sustentável

### 3. CARACTERIZAÇÃO E ANÁLISE DO TERRITÓRIO

Em 1875, iniciou-se a colonização com a vinda de imigrantes italianos, como Giovani Batista Rafael, e austríacos que, por tradição, plantavam videiras e fabricavam vinho. Na mesma época teve início a colonização alemã com seis famílias vindas de Hamburgo na Alemanha.

**Formação Administrativa** Em divisões territoriais datadas de 31-12-1936 e 31-12-1937, figura no município de Timbó o distrito de Encruzilhada. Pelo decreto-lei estadual nº 941, de 31-12-1943, o distrito de Encruzilhada passou a denominar-se Arrozeira. Em divisão territorial datada de 1-07-1950, o distrito já denominado Arrozeira permanece no município de Timbó. Assim permanecendo em divisão territorial datada de 1-07-1960. Elevado à categoria de município com a denominação de Rio dos Cedros, pela lei estadual nº 793, de 19-12-1961, desmembrado Timbó. Sede no antigo distrito de Arrozeira, atual Rio dos Cedros. Constituído do distrito sede. Instalado em 28-12-1961.



Pela lei estadual nº 794, de 19-12-1961, é criado o distrito de Cedro Alto e anexado ao município de Rio dos Cedros. Em divisão territorial datada de 31-12-1963, o município é constituído de 2 distritos: Rio do Cedro e Cedro Alto. Assim permanecendo em divisão territorial datada de 2003.

**Foto:** Iria Zumach Reinert

Rio dos Cedros, desde o início da imigração até o ano de 1916, dependia praticamente em tudo de Blumenau. Lá estava Prefeitura Municipal, o Fórum, o Cartório, a Delegacia de Polícia e toda a máquina administrativa do Médio e Alto Vale do Itajaí. Em 1916 Rio dos Cedros foi elevado a Distrito, com o nome de Encruzilhada e Germano Bona nomeado seu primeiro Intendente. O novo distrito funcionou provisoriamente na casa particular do próprio Intendente até 1921. Nesse mesmo ano, o Então Prefeito de Blumenau, Kurt Hering construiu o prédio da Intendência no terreno doado por João Longo.

Pelo decreto Estadual de 28/02/1934 foi criado o Município de Timbó, passando então Encruzilhada a denominar-se arrozeira, devido "a inauguração do canal que traz água do rio para irrigação dos arrozais. Finalmente, pela lei Estadual 793 de 19/12/1961, foi criado o Município de Rio dos Cedros.

**Fonte do texto:** Rio dos Cedros (2021)

### 3.1. DADOS GERAIS SOBRE O MUNICÍPIO

O município de Rio dos Cedros está localizado na Região Sul do Brasil, no Estado de Santa Catarina, no Médio Vale do Itajaí e Região Turística do Vale Europeu, distante cerca de 186 km de Florianópolis, capital do Estado. Sua coordenada geográfica é 26°44'26.8"S 49°16'18.5"W e seus limites municipais são Benedito Novo, Corupá, Doutor Pedrinho, Jaraguá do Sul, Pomerode, Rio Negrinho e Timbó.

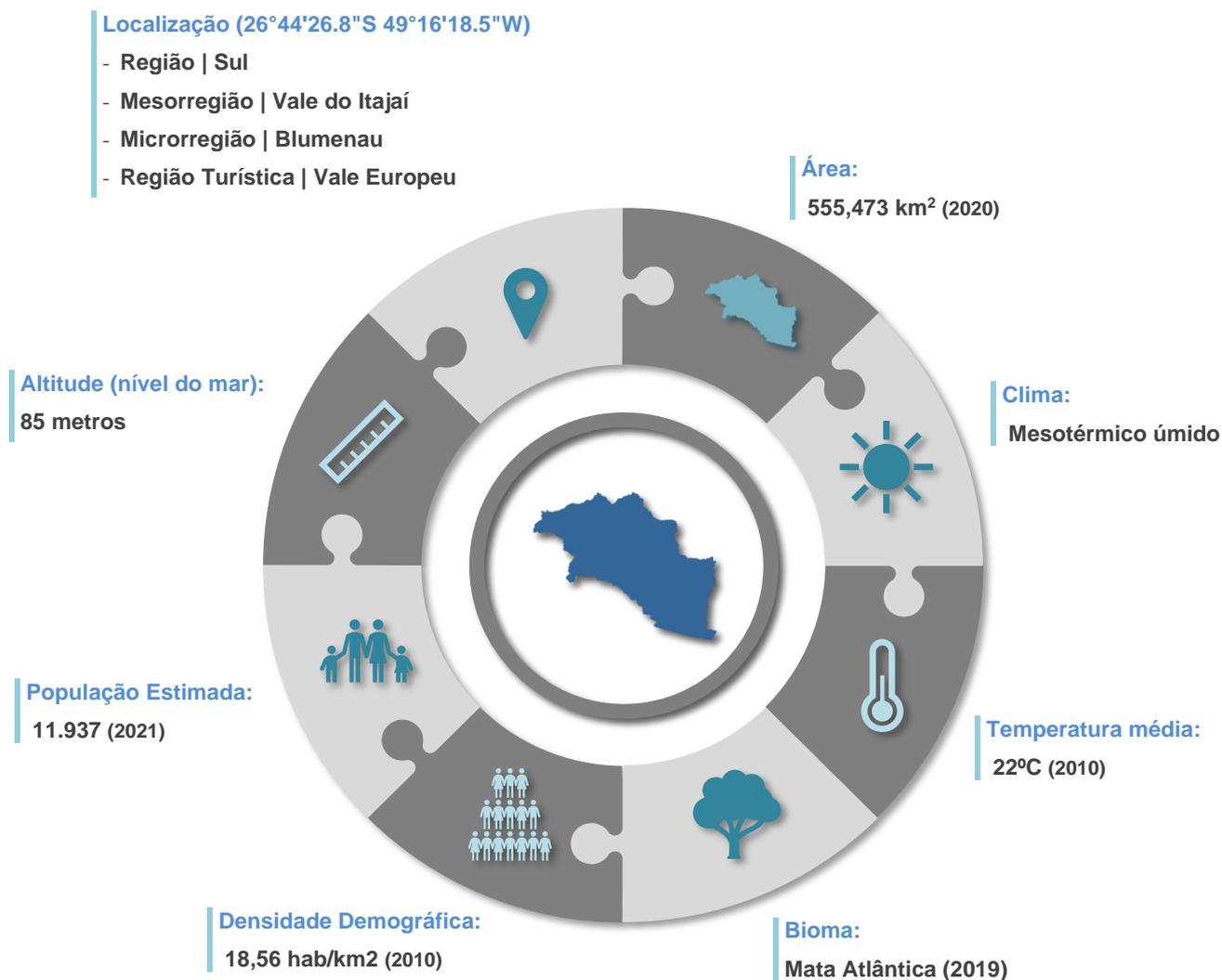
**Figura 14 - Localização geográfica do Município**



**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

O município possui uma área de 555,473 km<sup>2</sup>, com clima classificado como mesotérmico úmido, com verão quente e temperatura média de 22°C e precipitação total anual de 1.800 milímetros. No que se refere a hidrografia, Rio dos Cedros é banhado pelo Rio dos Cedros e seus afluentes: os rios Ada, Milanês, Esperança, Palmeiras, Bonito, São Bernardo e Cunha. O município apresenta altitude de 85 metros acima do nível do mar e está inserido no Bioma Mata Atlântica. Tem população estimada de 11.937 (2021) habitantes e densidade demográfica de 18,56 (2010) habitantes por km<sup>2</sup> (IBGE; RIO DOS CEDROS, 2021).

Figura 15 – Dados Gerais sobre o Município



**Fonte:** IBGE; RIO DOS CEDROS (2021)

**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

### 3.1.1. ASPECTOS SOCIOECONÔMICOS

A principal atividade econômica de Rio dos Cedros é o setor de serviços, representando cerca de 41% do PIB municipal, que em 2018 foi de R\$ 331.819.890,00. O setor da Indústria é a segunda atividade econômica mais importante, representando cerca de 33% do PIB do município. O Índice de Desenvolvimento Humano Municipal é de 0,729 (2010) e o índice de pobreza da população é de 15,50% (2003). Na educação, o município dispõe de 04 estabelecimentos de ensino, sendo 03 escolas de ensino fundamental e 01 escola de ensino médio, apresentando uma taxa de

escolarização da população de 96,4% (2010). Na área Saúde, Rio dos Cedros dispõe de 06 estabelecimentos que atendem pelo SUS - Sistema Único de Saúde e apresenta taxa de mortalidade infantil de 9,17 (2019) óbitos para cada mil nascidos vivos (IBGE, 2021). A **Tabela 4** apresenta os principais indicadores socioeconômicos do município.

**Tabela 4 – Principais Indicadores Socioeconômicos do Município**

Indicador		Valor	Ano	
	PIB - PRODUTO INTERNO BRUTO	PIB Corrente	R\$ 331.82 M	2018
		PIB per capita	R\$ 28.748,91	2018
	IDH - ÍNDICE DE DESENVOLVIMENTO HUMANO		0,729	2010
	POPULAÇÃO ESTIMADA		11.937 hab.	2021
	EDUCAÇÃO	Taxa de escolarização	96,4%	2010
		IDEB - Anos iniciais	-	-
		IDEB – Anos finais	4,7	2019
		Nº de escolas	04	2020
		Matrículas	1.434	2020
	SAÚDE	Mortalidade Infantil	9,17 / 1.000 nascidos vivos	2019
		Nº de estabelecimentos SUS	6	2009
	POBREZA E DESIGUALDADE	Incidência de pobreza	15,50%	2003
		Índice de GINI	0,36	2003

Fonte: IBGE (2021)



## EMPREGO E RENDA

Dados da Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina - FIESC indicavam que, em 2019, o município de Rio dos Cedros possuía 306 estabelecimentos, sendo 141 do setor industrial, 148 do setor de serviços e 17 do setor agropecuário. Esses 3 setores econômicos geravam 3.409 empregos diretos, sendo 2.367 na indústria, 1.000 nos serviços e 42 na agropecuária. A remuneração média do trabalhador no município era, em 2019, de R\$ 2.042,05, sendo que no setor de Serviços era de R\$ 2.271,73, na Indústria R\$ 1.946,02 e no setor Agropecuário R\$ 1.929,80 (FIESC, 2021).

Tabela 5 - Dados sobre emprego e renda (2019)

Atividade Econômica	Nº Estabelecimentos	Nº de empregos	Remuneração Média (R\$)
Indústria	141	2.367	1.946,02
Serviços	148	1.000	2.271,73
Agropecuária	17	42	1.929,80
<b>Σ</b>	<b>306</b>	<b>3.409</b>	<b>2.042,05</b>

Fonte: FIESC (2021)

Elaboração: Raízes do Brasil Consultoria

Os principais setores empregadores no município estão expostos na Tabela 6

Tabela 6 - Principais setores empregadores (2019)

Setor	Nº de empregos	%
Têxtil, Confeção, Couro de Calçados	1.067	31,30%
Madeira e Móveis	597	17,51%
Comércio Varejista	339	9,94%
Serviços da Administração Pública	263	7,71%
Indústria Automotiva	177	5,19%

Fonte: FIESC (2021)

Elaboração: Raízes do Brasil Consultoria

A Figura 16 apresenta os principais dados sobre a oferta de empregos e o perfil do trabalhador no município de Rio dos Cedros:

Figura 16 - Dados sobre emprego e renda (2019)



Fonte: FIESC (2021)

### 3.2. ANÁLISE DA INFRAESTRUTURA BÁSICA E DOS SERVIÇOS GERAIS

Nesta seção, diagnosticou-se os aspectos relacionados com a atividade turística em termos de capacidade atual dos serviços e suas principais carências frente ao estímulo esperado em função dos objetivos propostos para o Plano de Desenvolvimento Territorial do Turismo de Rio dos Cedros. Neste sentido, se analisará a rede viária de acesso ao município e aos principais atrativos, a disponibilidade de abastecimentos de água, energia elétrica e esgotamento sanitário, limpeza urbana, condições dos sistemas de comunicação, disponibilidade de serviços de saúde e situação de segurança destacando possíveis áreas de riscos ou áreas com alta incidência de criminalidade. Estes componentes se configuram como condicionantes mais evidentes do desenvolvimento turístico, pois sustentam a atividade social e produtiva

#### 3.2.1. INFRAESTRUTURA BÁSICA



##### REDE VIÁRIA DE ACESSO AO MUNICÍPIO E AOS PRINCIPAIS ATRATIVOS

Neste tópico se analisará a disponibilidade de rede viária de acesso ao município e aos principais atrativos turísticos.

##### PRINCIPAIS RODOVIAS DE ACESSO AO MUNICÍPIO:

As principais rodovias de acesso a Rio dos Cedros são: BR 470, SC-477 e SC-110.

Atualmente a BR 470 está sendo duplicada no trecho entre Navegantes e Indaial e a SC-477 recebeu pavimentação asfáltica desde Rio Negrinho até Doutor Pedrinho. Estes dois eventos facilitam o acesso à região do Vale Europeu, incluindo Rio dos Cedros e tendem a beneficiar a atividade turística no destino.

O estado de conservação e a sinalização das rodovias é considerado satisfatório. Porém, a sinalização turística foi considerada insuficiente.

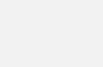


##### DISTÂNCIAS RODOVIÁRIAS PARA OS PRINCIPAIS CENTROS URBANOS DE INFLUÊNCIA E CAPITAL:

Blumenau:		40 km
Itajaí:		93 km
Joinville:		106 km
Florianópolis:		186 km



**DISPONIBILIDADE DE VOOS NOS PRINCIPAIS AEROPORTOS<sup>1</sup>:**

	Navegantes (NVT):		93 km
		Voos diários disponíveis: → Latam: 6 → Gol: 8 → Azul: 7	
	Joinville (JOI):		170 km
		Voos diários disponíveis: → Passaredo: 1 → Azul: 2	
	Florianópolis (FLN):		199 km
		Voos diários disponíveis: → Latam: 7 → Gol: 11 → Azul: 10 → Ita: 1	

Fonte: Infraero / Floripa Airport.

**ACESSO AS ÁREAS TURÍSTICAS DO MUNICÍPIO****VIAS MUNICIPAIS DE ACESSO ÀS ÁREAS TURÍSTICAS:**

A principal via de ligação às áreas turísticas do município é a Rodovia RCD 080 (Estrada Geral Cedro Alto - Margem Direita), que conecta o centro da cidade às principais áreas turísticas de Rio dos Cedros. Esta rodovia tem sido estruturada nos últimos anos e recebido pavimentação asfáltica, obras complementares e sinalização adequada em seus trechos iniciais a partir do centro urbano, o que tem impactado positivamente tanto na atividade turística quanto na qualidade de vida da população. Todavia, um grande trecho até a principal região turística do município ainda carece deste tipo de estruturação. Porém, o estado de conservação e sinalização das vias municipais, no geral, é considerado satisfatório, pois o poder público, por meio da Secretaria de Infraestrutura, mantém programa permanente de conservação das vias públicas do município.

Ressalta-se que, após a total reestruturação da SC-477 no trecho que liga Doutor Pedrinho a Rio Negrinho, passando pelo território de Rio dos Cedros a Noroeste, potencializou a importância da Estrada Municipal Pedra Preta como via de acesso à Região dos Lagos por visitantes vindos da região norte do Estado e do Paraná, o que demanda atenção especial para a manutenção e sinalização deste trecho.



No que tange à sinalização turística em Rio dos Cedros, sugere-se analisar a viabilidade de aplicar o padrão nacional de sinalização turística no município, aliado a identidade visual regional do Vale Europeu.

<sup>1</sup> Em decorrência da Covid-19, a malha aérea nacional vem sofrendo adequações contínuas, sendo que as informações sobre os voos disponíveis estão tendo alterações frequentes.

**TRANSPORTE PÚBLICO REGULAR:**

Rio dos Cedros dispõe de 10 linhas de transporte urbano para acesso aos bairros e localidades do município e também a cidade de Timbó, sendo que os horários de funcionamento se iniciam às 03:30h da manhã e finalizam às 23:25h. Porém, ressalta-se que a frequência dos ônibus é considerada baixa para servir o fluxo turístico do município, tanto atual quanto potencial.

No que se refere ao meio de transporte a ser utilizado para acessar as áreas turísticas e os atrativos em Rio dos Cedros, que se encontram em sua maioria no interior do município, como será demonstrado na seção que analisou a oferta turística, recomendando-se fortemente a utilização de veículo próprio ou alugado – carro, van etc.

**ABASTECIMENTOS DE ÁGUA POTÁVEL E ESGOTAMENTO SANITÁRIO**

Os dados desta seção foram obtidos no Sistema Nacional de Informações sobre Saneamento – SNIS, criado em 1996 pelo Governo Federal e atualmente está vinculado à Secretaria Nacional de Saneamento (SNS) do Ministério do Desenvolvimento Regional (MDR).

De acordo com o SNIS (2019), todos os anos os municípios e prestadores de serviços são convocados a fornecer dados sobre a situação dos quatro componentes do Saneamento e que alimentam a base de dados do SNIS: **i)** abastecimento de água; **ii)** esgotamento sanitário; **iii)** resíduos sólidos e; **iv)** drenagem de águas pluviais.

O envio desses dados padronizados é essencial para que o município receba incentivos e financiamento do governo federal. Para a pesquisa sobre Abastecimento de Água e Esgotamento Sanitário os dados são fornecidos pelos prestadores de serviço, enquanto as informações de Drenagem e Águas e Pluviais, assim como Resíduos sólidos são fornecidos pelo próprio município.

**ABASTECIMENTO DE ÁGUA POTÁVEL**

Segundo o SNIS (2019), o abastecimento de água potável é constituído pelas atividades, infraestruturas e instalações necessárias ao abastecimento desde a captação até as ligações prediais e respectivos instrumentos de medição. Em Rio dos Cedros o prestador de serviço responsável por esse serviço é a Companhia Catarinense de Águas e Saneamento (CASAN). A **Figura 17** demonstra que 58,71% da população total de Rio dos Cedros tem acesso aos serviços de abastecimento de água. Na região central a cobertura é de 100%, porém, na zona rural é apenas de 17,93%.

**Figura 17 - Abastecimento de água potável em Rio dos Cedros**

Fonte: SNIS (2019)



### ESGOTAMENTO SANITÁRIO

De acordo com o SNIS (2019), o esgotamento sanitário é constituído pelas atividades, infraestruturas e instalações operacionais de coleta, transporte, tratamento e disposição final adequados dos esgotos sanitários; inclui desde as ligações prediais até o lançamento final no meio ambiente. O responsável por esse serviço em Rio dos Cedros é a CASAN, porém ressalta-se que o município não possui sistema de coleta e tratamento de esgotos.

Todavia, em 2018 a Prefeitura Municipal de Rio dos Cedros concluiu o diagnóstico de sistemas locais de tratamento de esgoto, realizado a partir de informações primárias coletadas por meio da aplicação de 1.002 questionários no município. A pesquisa foi desenvolvida em conjunto com a Associação dos Municípios do Médio Vale do Itajaí (AMMVI) e a Universidade Regional de Blumenau (FURB). De acordo com os resultados desta pesquisa, verificou-se que 75,98% dos imóveis possuem fossa séptica e que 70,37% possuem filtro anaeróbio, no entanto, apenas 45,67% realizam a limpeza regular do sistema e 24,93% têm sua fossa séptica ligada diretamente a rede de água pluvial. Estes dados indicam a necessidade de se reforçar a fiscalização, além de realizar campanhas e ações de educação ambiental e sanitária para a população. Um outro dado relevante do diagnóstico é que 91,00% consideram importantes a coleta e o tratamento de esgoto, porém apenas 21,95% estariam dispostos a pagar por esse serviço (RIO DOS CEDROS, 2018).



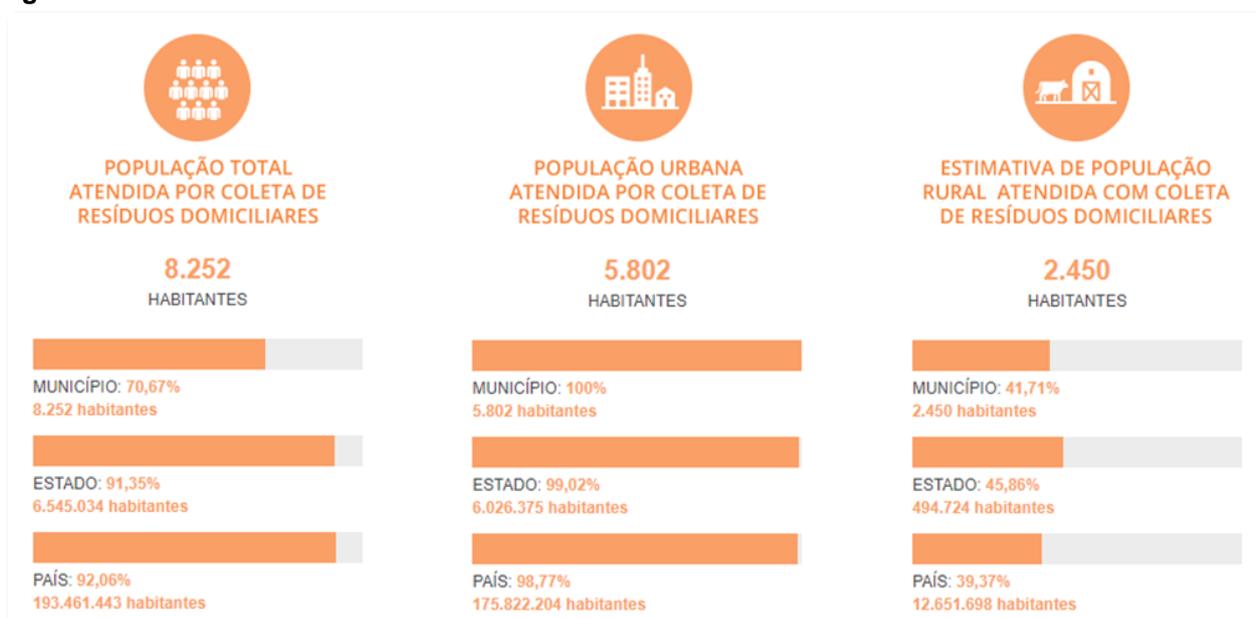
### LIMPEZA URBANA

De acordo com o SNIS (2019), a limpeza urbana e o manejo de resíduos sólidos abrangem as atividades, infraestruturas e instalações operacionais de coleta, transporte, transbordo,

tratamento e disposição final adequados do lixo doméstico, além dos serviços de limpeza de logradouros e vias públicas, incluindo triagem para fins de reuso ou reciclagem e de tratamento, inclusive por compostagem. Varrição, capina e poda de árvores em vias e logradouros públicos e outros eventuais serviços da limpeza pública urbana também se incluem. Em Rio dos Cedros esse serviço é de responsabilidade da Administração Pública Direta.

A **Figura 18** demonstra que 70,67% da população total de Doutor Pedrinho tem acesso aos serviços de coleta de lixo. Na região central a cobertura é de 100%, porém, na zona rural é de apenas 41,71%.

**Figura 18 - Coleta de resíduos domiciliares**



Fonte: SNIS (2019)



#### FORNECIMENTO DE ENERGIA ELÉTRICA

O serviço de fornecimento de energia elétrica para todo o município de Rio dos Cedros está sob responsabilidades da CELESC - Centrais Elétricas de Santa Catarina SA, havendo disponibilidade em todo o território, sede e interior do município, incluindo as regiões de interesse turístico. O serviço de iluminação pública atende bem a área urbana, e de forma satisfatória a área rural.

Interrupções no serviço são causados de forma eventual, seja para manutenção ou em função de eventos climáticos ou acidentes.

**Figura 19 - Rede de distribuição de energia elétrica**

Em dezembro de 2020 o número de unidades consumidoras de energia elétrica em Rio dos Cedros era de 5.771 com consumo total de 3.707 MWh.

**Fonte:** [www.celesc.com.br](http://www.celesc.com.br)

**Fonte:** SDS (2011 *apud* AMMVI 2019).  
**Adaptação:** Raízes do Brasil Consultoria

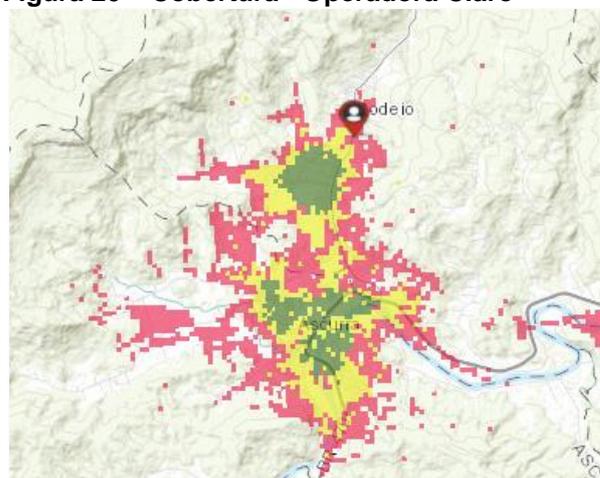
### 3.2.2. SERVIÇOS GERAIS



#### SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO

O município de Rio dos Cedros é atendido por serviços de telefonia fixa e móvel, internet móvel, internet banda larga via rádio, fibra óptica e satélite. Os serviços de telefonia e internet móvel 4G são oferecidos pelas operadoras Vivo, Claro e TIM. A operadora Oi fornece apenas serviços como tecnologia 2G.

Contudo, os mapas de cobertura das operadoras de telefonia móvel mostram que apenas a área urbana e adjacências são atendidas por todos esses serviços. A área rural, incluindo a principal zona de interesse turístico do município não é coberta pelos serviços de telefonia ou internet móvel, mas apenas por internet banda larga via rádio ou via satélite. Este é um problema que precisa ser equacionado pelo destino.

**Figura 20 – Cobertura - Operadora Claro**

**Fonte:** [www.claro.com.br](http://www.claro.com.br) (2021)

Figura 21 - Cobertura Operadora TIM



Fonte: www.tim.com.br (2021)

Figura 22 - Cobertura - Operadora Vivo



Fonte: www.vivo.com.br (2021)

A qualidade da conexão, tanto de acesso à rede de voz quanto de acesso à rede de dados móveis também é um fator importante a ser observado.

Figura 23 - Acesso à rede de voz

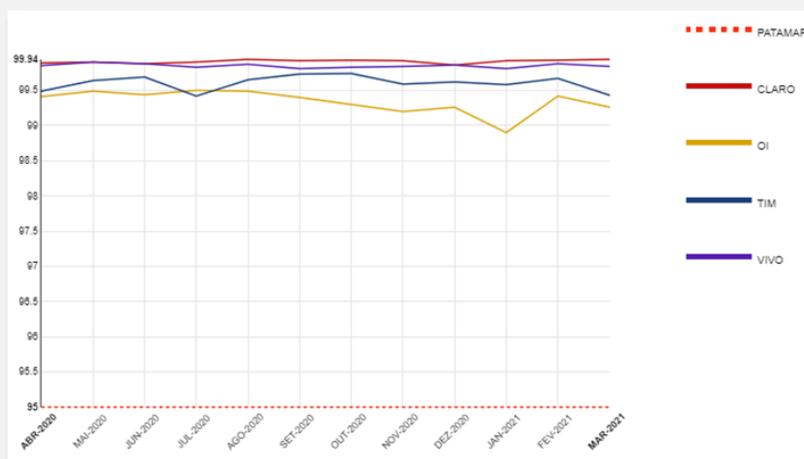
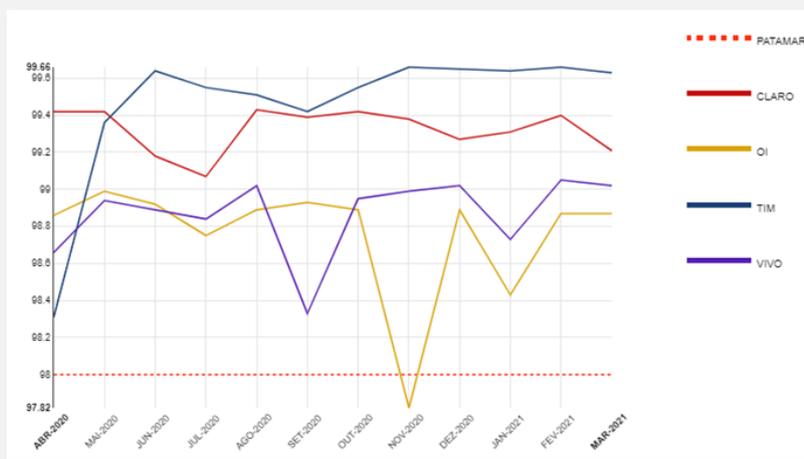


Figura 24 - Acesso à rede de dados



Fonte: www.anatel.gov.br

Os gráficos ao lado demonstram que a qualidade de telefonia e internet móvel nos locais de cobertura pode ser considerada satisfatória uma vez que no acesso à rede de voz esse indicativo gira acima do patamar de 95% e no acesso à rede de dados móveis, em torno de 98%. Todavia, ressalta-se a necessidade de ampliação da cobertura para as áreas turísticas do município, principalmente em direção à Região dos Lagos.

Adicionalmente, o serviço de comunicação de Rio dos Cedros dispõe de agência dos Correios e duas emissoras de rádio.

**Tabela 7 - Sistema de Comunicação**

Identificação	Endereço	Telefone
Agência Postal – Correios	Sete de Setembro, 656 – Divineia. CEP: 89121-000	(47) 3386-1087
Emissora de Rádio – Cedro 98,3 FM	Rua Piauí, 80 – Centro. CEP: 89121-000	(47) 3386-1611
Emissora de Rádio – Pérola 95.5 FM	Rod. SC-417, 1120 – Divineia. CEP: 89121-000	(47) 3382-2531

**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria



### SISTEMA DE SAÚDE

Segundo dados do Cadastro Nacional de Estabelecimentos de Saúde, Rio dos Cedros possui, como parte integrante do seu sistema de saúde 25 estabelecimentos, entre Hospital, Postos de Saúde (ESF) administrados pela Secretaria Municipal de Saúde, consultórios médicos e odontológicos, laboratórios de análises clínicas, farmácias e outros.

**Tabela 8 – Componentes da Administração Pública do Sistema de Saúde de Rio dos Cedros**

Identificação	Endereço	Telefone
Hospital Dom Bosco	Av. Tiradentes, s/n – Centro.	(47) 3386-0203
Secretaria de Saúde	Rua Nereu Ramos, 205 – Centro	(47) 3386-1050
ESF Centro	Avenida Tiradentes, 349 – Centro	(47) 3386-1050 Ramal 2502
ESF Cruzeiro	Rua Amazonas – Cruzeiro	(47) 3386-1050 Ramal 2540
ESF Cedro Central	Rua Amazonas – Cruzeiro	(47) 3386-1050 Ramal 2550
ESF Rio Rosina	Estrada Geral Rio Rosina, s/n – Rio Rosina	(47) 3386-1050 Ramal 2529

**Fonte:** CNES (2021)

**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

O Hospital Dom Bosco dispõe de 49 leitos para atendimento pelo Sistema Único de Saúde (SUS) e convênios. O município ainda dispõe de Corpo de Bombeiros e Vigilância Sanitária.



### SISTEMA DE SEGURANÇA PÚBLICA

São partes integrantes do sistema de segurança de Rio dos Cedros as Polícias Civil e Militar, o Corpo de Bombeiros e a Defesa Civil.

**Tabela 9 - Componentes do Sistema de Segurança Pública de Rio dos Cedros**

Órgão	Endereço	Telefone
Polícia Civil	Rua Ceará, 75 - Centro	(47) 3399-3085
Polícia Militar	Rua Jorge Lacerda, 75 – Centro.	(47) 3399-3087
Corpo de Bombeiros	Av. Exp. Anselmo Leitempergher, s/n	(47) 3399-3105
Defesa Civil	Rua Nereu Ramos, 205 – Centro	(47) 3386-1050

**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

Conforme dados obtidos no Boletim Mensal de Indicadores da Segurança Pública de Santa Catarina e demonstrados na **Figura 22**, Rio dos Cedros desde 2018, quando houve 2 casos de homicídio naquele ano, não vinha apresentando nenhuma ocorrência deste tipo. Porém, no primeiro trimestre de 2021 registrou-se duas novas ocorrências.

Apesar disto, Rio dos Cedros pode ser considerada uma cidade pacata e segura, tanto para moradores quanto para turistas, assim como toda a região do Vale Europeu, que apresenta índices de criminalidade muito baixos se comparado com o restante do país.

**Figura 25 - Nº de vítimas de homicídio em Rio dos Cedros**

	Nº DE VÍTIMAS POR ANO			Nº DE VÍTIMAS NO PERÍODO (01/01 - 31/03)			
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2021
RIO DOS CEDROS	3	0	0	3	0	0	2

**Fonte:** SSP-SC (2021)

### 3.3. ANÁLISE DO QUADRO INSTITUCIONAL

A análise do quadro institucional tem o objetivo de examinar as instituições públicas e privadas que atuam na gestão do turismo, em níveis federal, estadual, regional e municipal, discorrendo sobre impactos e limitações das políticas públicas e a capacidade de gestão pública sobre o desenvolvimento do turismo em níveis local e regional. É importante também se identificar a legislação que rege e ordena a atividade turística no país, nos âmbitos federal, estadual e municipal, como forma de apoiar o planejamento e a gestão do turismo localmente.

#### 3.3.1. INSTÂNCIA FEDERAL



#### MINISTÉRIO DO TURISMO

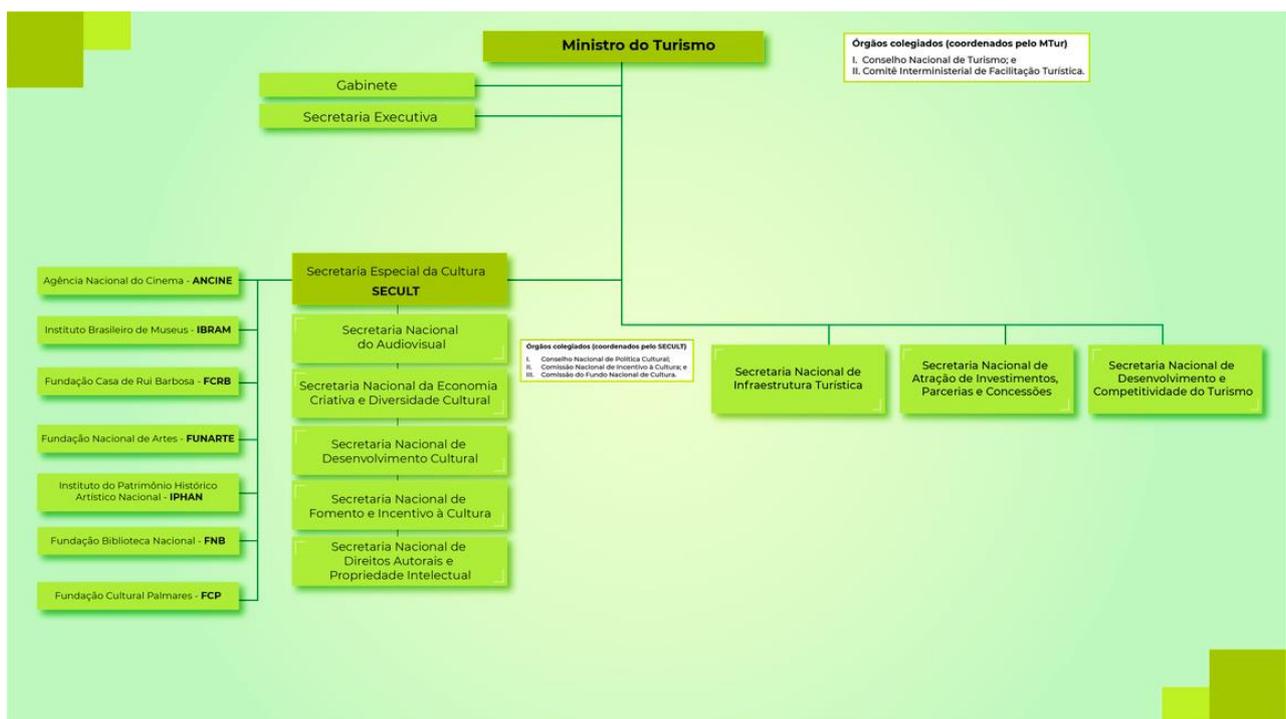
Órgão do governo federal que trata do desenvolvimento do turismo como atividade econômica sustentável, com papel no fomento a geração de empregos e investimentos, proporcionando a inclusão social. O Ministério do Turismo conduz as políticas públicas com um modelo de gestão descentralizado, orientado pelo pensamento estratégico. A sua estrutura organizacional é composta por:

- ▶ **Secretaria Nacional de Infraestrutura Turística:** com foco na infraestrutura turística e no planejamento, ordenamento, estruturação e gestão das regiões turísticas do Mapa do Turismo Brasileiro, este órgão é responsável por coordenar, monitorar, supervisionar, apoiar e avaliar os planos, programas e ações de ampliação e fortalecimento da infraestrutura turística no País.
- ▶ **Secretaria Nacional de Desenvolvimento e Competitividade do Turismo:** voltada para a promoção de eventos, produtos, regulação e qualificação do turismo, atribuindo a essas temáticas responsabilidade e conformidade com o meio ambiente. Esta secretaria abarca também o Departamento de Inteligência Mercadológica e Competitiva, cuja missão é impulsionar o destino Brasil no mercado internacional.
- ▶ **Secretaria Nacional de Atração de Investimentos, Parcerias em Concessões:** com foco na atração de investimento e definição de áreas especiais de interesse turístico, objetivando integrar o planejamento, o ordenamento e a gestão territorial do turismo às estratégias de atração de investimentos, e possibilitar melhores condições nas linhas de créditos e novas parcerias para o desenvolvimento do turismo. Esta secretaria é composta pelo Departamento de Ordenamento, Parcerias e Concessões e pelo Departamento de Atração de Investimentos.

- ▶ **Secretaria Especial de Cultura:** Esta secretaria é sucessora do antigo Ministério da Cultura é o órgão responsável pela formação de políticas, programas e projetos de promoção da cidadania por meio da cultura. A sua estrutura é composta pelos seguintes órgãos:
  - Secretaria da Economia Criativa;
  - Secretaria do Audiovisual;
  - Secretaria da Diversidade Cultural;
  - Secretaria de Fomento e Incentivo à Cultura;
  - Secretaria de Difusão e Infraestrutura Cultural e;
  - Secretaria de Direitos Autorais e Propriedade Intelectual.

Com a mudança do órgão para o Ministério do Turismo em 2020 também foram transferidas para o MTur a Comissão Nacional de Incentivo à Cultura, o Conselho Nacional de Política Cultural e a Comissão do Fundo Nacional de Cultura (MTur, 2021).

**Figura 26 - Organograma do Ministério do Turismo**



Fonte: MTur (2021)

### PRINCIPAIS PROGRAMA E AÇÕES DO MTUR

O Ministério do Turismo desenvolve programas e ações para estimular a atividade turística no país, em parceria com estados e municípios, com o objetivo de atender o Plano Nacional de Turismo 2018-2022, que é o instrumento que estabelece diretrizes e estratégias para a implementação da Política Nacional de Turismo. A finalidade desse documento é ordenar as ações do setor público,

orientando o esforço do Estado e a utilização dos recursos públicos para o desenvolvimento do turismo.

Neste sentido, o MTur mantém diversos programas e ações que têm como escopo a qualificação e aperfeiçoamento profissional dos integrantes da cadeia produtiva, apoio à estruturação de destinos, cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor de turismo, atração de investimentos privados para o turismo brasileiro, entre outros.

**Tabela 10 - Principais Programas do Ministério do Turismo**

	<p><b>QUALIFICAÇÃO NACIONAL NO TURISMO</b>  <b>SNDTur - Secretaria Nacional de Desenvolvimento e Competitividade do Turismo</b></p> <p>O MTur promove programas e ações no Brasil com o propósito de fomentar a oferta de cursos de qualificação e aperfeiçoamento profissional em diferentes áreas voltadas aos profissionais que integram a cadeia produtiva do turismo e às pessoas que desejam ingressar no setor.</p>
	<p><b>PROGRAMA DE REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO</b>  <b>SNETur - Secretaria Nacional de Estruturação do Turismo</b></p> <p>O Programa de Regionalização do Turismo trabalha a convergência e a interação de todas as ações desempenhadas pelo MTur com estados, regiões e municípios brasileiros. Seu objetivo principal é o de apoiar a estruturação dos destinos, a gestão e a promoção do turismo no País.</p>
	<p><b>PRODETUR + TURISMO</b>  <b>SNETur - Secretaria Nacional de Estruturação do Turismo</b></p> <p>O Sistema para cadastro das Propostas Prodetur + Turismo está temporariamente indisponível, tendo em vista às alterações decorrentes da Portaria nº 308 de 07/11/2019. Logo que as adequações forem realizadas o Sistema será disponibilizado.</p>
	<p><b>CADASTUR</b>  <b>SNPTur - Secretaria Nacional de Qualificação. e Promoção do Turismo</b></p> <p>O Cadastur é o sistema de cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor de turismo. O cadastro garante diversas vantagens e oportunidades aos seus cadastrados e é também uma importante fonte de consulta para o turista. O programa é executado pelo Ministério do Turismo, em parceria com os órgãos oficiais de turismo, nos 26 estados e no Distrito Federal.</p>
	<p><b>FUNGETUR</b>  <b>Fundo Geral de Turismo</b></p> <p>O Fundo Geral de Turismo é um fundo especial criado por lei e vinculado ao Ministério do turismo, sendo um instrumento de política de investimento voltado para a melhoria da infraestrutura turística, fornecendo a base para dinamizar a vocação turística das regiões. Ele opera em todo o território nacional, por meio de 17 instituições financeiras credenciadas, fornecendo crédito a taxas competitivas.</p>

Fonte: MTur (2021)

CONTATOS:

Ministério do Turismo:

Esplanada dos Ministérios, Bl. U - 2º/3º andar - Brasília/DF - CEP: 70065-900

Horário de atendimento: 8h às 20h - Telefone: (61) 2023-8001.



De acordo com Embratur (2021), a Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo, nasceu da necessidade de transformação do

antigo Instituto Brasileiro do Turismo - Embratur, em uma instituição com maior flexibilidade e recursos, para promover o turismo brasileiro no exterior. A alteração da natureza jurídica da Embratur visou superar as limitações que o modelo autárquico impunha a uma instituição voltada à promoção turística internacional, considerando o dinamismo de instituições de referência em promoção turística no mundo, a exemplo de países como Chile, Argentina, México, EUA, França, Inglaterra e Alemanha.

A Embratur tem como missão *“Promover nacional e internacionalmente a imagem do Brasil, consolidando-o como destino turístico preferencial”* e como visão de futuro *“Ser modelo de inovação em rede de comercialização turística nacional e internacional.”*

#### DIRETRIZES ESTRATÉGICAS

A Embratur estabeleceu suas principais diretrizes estratégicas que devem balizar a sua atuação a partir de 2021. São elas:

- Intensificar o uso de ferramentas digitais para a promoção e apoio à comercialização dos produtos e destinos turísticos brasileiros;
- Apoiar a promoção da diversidade de produtos turísticos de acordo com os interesses de consumidor final, tendo como objetivo o aumento de fluxo turístico;
- Fomentar o posicionamento do Brasil como um dos melhores destinos de natureza do mundo;
- Apoiar o Ministério do Turismo em ações de pesquisa e estudo do turismo doméstico e internacional;
- Apoiar a promoção de programas do Ministério do Turismo em suas parcerias com o setor produtivo do Turismo;
- Desenvolver ações de vendas e promoção de produtos com a Marca Brasil;
- Fortalecer a imagem do Brasil como destino de negócios e eventos;
- Promover o Brasil com foco em experiências, destinos regionais e investimentos.

#### PLANO DE AÇÃO EMBRATUR 2021

A Agência planejou as suas ações a partir de 2021 com base em inteligência turística e monitoramento das conjunturas econômica e sanitária, estabelecendo a distribuição orçamentária para cada área de investimento, em função da combinação de fatores como expectativa de geração de divisas para o país, alterações no cenário sanitário e comportamento da demanda turística. O planejamento da Embratur foi estruturado em dois ciclos:

**CICLO A – ATUAÇÃO DO TURISMO DOMÉSTICO EM 2021**

Neste cenário, considerou-se que o ambiente estará sob efeito direto da pandemia e as ações da Embratur serão destinadas à promoção nacional do turismo, em conjunto com o Ministério do Turismo por todo o ano de 2021, objetivando auxiliar no processo de recuperação do setor turístico nacional, estimulando as viagens domésticas e, conseqüentemente, ativando todos os negócios e empresas que operam no turismo.

**Tabela 11 - Ações previstas para o Turismo Nacional - 2021**

AÇÃO	DETALHAMENTO
Concepção e realização de ações publicitárias de promoção do turismo doméstico.	Dentre as ações previstas estão anúncios nos principais veículos de comunicação do país, mídias em aeroportos e aviões, anúncios em sites de turismo e mídias programáticas, OOH ( <i>Out of Home</i> ) e DOOH ( <i>Digital Out of Home</i> ).
<i>Famtour/Caravana Brasil.</i>	A ação baseia-se em convidar operadores e agentes de viagem para visitar o destino Brasil, para que conheçam os atrativos brasileiros e estimulem as vendas de pacotes para os destinos brasileiros dentro das normas de segurança.
Realização de eventos promocionais dos destinos nacionais.	Está prevista a realização de eventos como Mostra Brasil de Enoturismo, Circuito do Agroturismo, Biomas do Brasil etc.
Qualificação de Profissionais em comercialização de mercados e seus segmentos turísticos.	Esta ação destina-se à realização de qualificações por videoconferência ou de eventos presenciais ( <i>Roadshows</i> ) com atualização de informações e dados para o trade e Secretarias de Turismo, quanto aos perfis de mercados, as ofertas turísticas e segmentos turísticos brasileiros.
Contratação de serviços de inteligência turística – <i>Big Data</i> .	Serão contratados serviços de Big Data com abrangência nacional e internacional com vistas a orientar as ações de promoção implantadas pela Embratur.
Apoio a eventos estratégicos do turismo.	Apoio ou patrocínio a eventos geradores de fluxos turísticos consiste em relevantes oportunidades para dar continuidade ao papel preponderante da Embratur de estimular a recuperação do turismo brasileiro.
Participação em feiras nacionais de turismo.	O Ministério do Turismo fará participação em uma série de feiras nacionais, tais como: <i>World Travel Market América Latina</i> (WTM), Associação das Agências de Viagens do Interior do Estado de São Paulo (Aviesp), Bolsa de Negócios Turísticos (BNT Mercosul), Associação das Agências de Viagem de Ribeirão Preto e Região (AVIRRP), Associação Brasileira das Agências de Viagens (ABAV) e Feira Internacional de Turismo de Gramado (Festuris).
Realização de ações conjuntas de apoio e de promoção turística com o Ministério do Turismo.	No contexto de atuação da Embratur no mercado nacional, faz-se importante a geração de sinergia com o Ministério do Turismo, com vistas à obtenção de melhores resultados dentro do processo de recuperação do setor turístico brasileiro.

**Fonte:** Embratur (2021)

**Adaptação:** Raízes do Brasil Consultoria

**CICLO B – ATUAÇÃO NO MERCADO INTERNACIONAL A PARTIR DO MÊS DE JULHO DE 2021**

Neste cenário a Embratur poderá retomar as suas atividades de promoção internacional do turismo a partir de julho de 2021 a partir da identificação dos mercados prioritários a serem trabalhados e da escolha das ações promocionais implementadas. A definição dos mercados estratégicos é fundamental para orientar onde os recursos serão utilizados e direcionar as ações a serem executadas em cada mercado. Entretanto, com o advento da pandemia do coronavírus, verifica-se a necessidade de redefinição destes mercados, tendo em vista que o comportamento do turista está em processo de mudança e novas tendências de viagens estão surgindo. A Organização Mundial de Turismo estima que as viagens internacionais demorarão entre 2 anos e meio e 4 anos para voltarem ao patamar de 2019, sendo que os cenários de incertezas previstos para 2021 dependerão de uma gradual diminuição das restrições de viagens, da disponibilização da vacina e do retorno da confiança dos turistas.

► **SEGMENTOS PRIORITÁRIOS DEFINIDOS PARA O MERCADO INTERNACIONAL**

A seleção das ações promocionais a serem executadas, visam trabalhar e desenvolver, de forma mais efetiva, os segmentos turísticos estratégicos no Brasil. Estes segmentos refletem os principais diferenciais competitivos do Brasil em relação à concorrência internacional, posicionando o Brasil como destino turístico único no mundo. Serão ainda desenvolvidos nas ações da Embratur outros segmentos importantes, como o turismo esportivo, os cruzeiros e de parques temáticos. Os segmentos a serem priorizados serão:

- Sol e Praia;
- Ecoturismo;
- Cultura
- MICE (*Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions*)

**Tabela 12 - Ações Previstas para o Turismo Internacional - 2021**

AÇÃO	DETALHAMENTO
<i>Famtours e Press Trips</i> Caravana Brasil.	É uma forma de promoção que tem como objetivo familiarizar e encantar o distribuidor do produto turístico. Consiste em convidar operadores e agentes de viagem internacionais dos mercados emissores estratégicos para visitar o destino Brasil, conhecerem a oferta turística brasileira e, desta forma, venderem melhor o país aos seus clientes nos respectivos países.
Concepção e realização de ações publicitárias de promoção do turismo internacional.	Dentre as ações previstas estão anúncios nos principais veículos de comunicação do país, mídias em aeroportos e aviões, anúncios em sites de turismo e mídias programáticas, OOH ( <i>Out of Home</i> ) e DOOH ( <i>Digital Out of Home</i> ).

Realização de eventos internacionais de promoção da Marca Brasil.	Tais eventos visam divulgar a Marca Brasil nos principais mercados emissores. Em um cenário de segurança sanitária e com as devidas permissões legais para atuação no exterior, pretende-se realizar eventos nos Estados Unidos, Lisboa, Argentina e Chile.
Participação em Feiras Internacionais de Turismo.	Estão previstas para participação da Embratur as feiras <i>World Travel Market (WTM Londres)</i> , Feira Internacional de Turismo da América Latina - (FIT Buenos Aires), Top Resa Paris etc.
Qualificação de Profissionais Internacionais em comercialização de mercados e seus segmentos turísticos.	Esta ação destina-se à realização de qualificações por videoconferência ou de eventos presenciais ( <i>Road shows</i> e caravanas) com atualização de informações e dados para operadores, agentes de viagens e empresas atuantes no turismo internacional, visando a uma maior visibilidade dos produtos e serviços turísticos disponíveis no Brasil.

**Fonte:** Embratur (2021).

**Adaptação:** Raízes do Brasil Consultoria

#### CONTATOS:

#### EMBRATUR

SCN Quadra 2, Bloco G - Bairro Asa Norte, Brasília – DF - CEP – 70712-907

Telefone: (61) 2023-8500.

### 3.3.2. INSTÂNCIA ESTADUAL



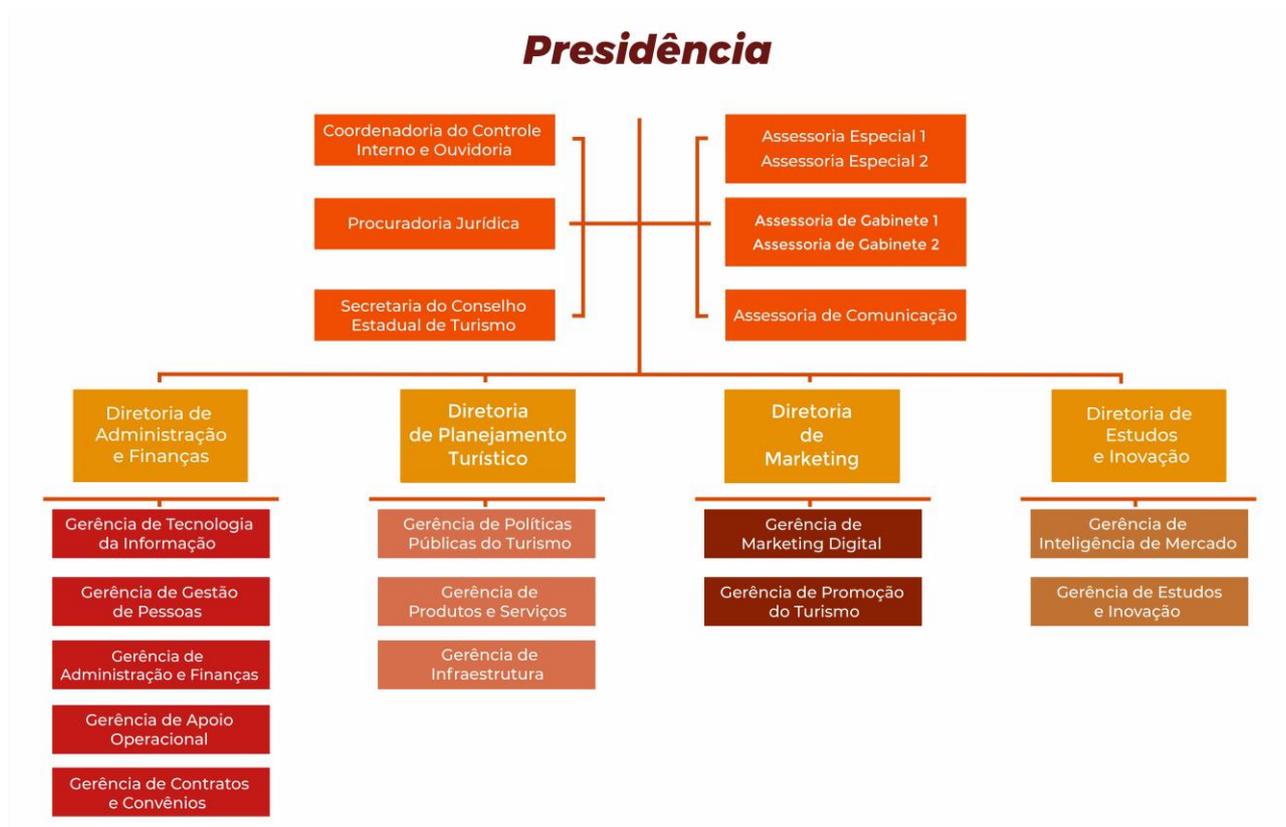
#### AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO - SANTUR

A Agência de Desenvolvimento do Turismo de Santa Catarina – Santur foca no turismo como pilar econômico de Santa Catarina. As atividades das diretorias giram em torno do mapeamento e promoção de produtos turísticos; alcance internacional da promoção de Santa Catarina como destino de qualidade; governança e sustentabilidade dos atrativos; e inovação no turismo catarinense.

Segundo a Agência, o seu objetivo atual é implementar ações em consonância com as diretrizes propostas no Plano Nacional de Turismo 2018 - 2022, tendo como foco o Programa de Regionalização do Turismo, que é a sua principal aposta para impulsionar a atividade em todas as regiões turísticas do Estado. Dentre as ações propostas para esse fim estão o planejamento e a capacitação das Instâncias de Governança Regionais, o mapeamento dos produtos turísticos, a formatação de roteiros regionais e o fomento às pesquisas sobre o turismo do Estado.

A estratégia da Santur tem como tripé o desenvolvimento do turismo regional, a geração de empregos e a capacitação dos atores. Para isso, trabalha com ações e projetos voltados para o reconhecimento do turismo como desenvolvimento econômico, o estabelecimento de parcerias e a agregação dos produtos turísticos no estado.

Figura 27 - Organograma Institucional - Santur



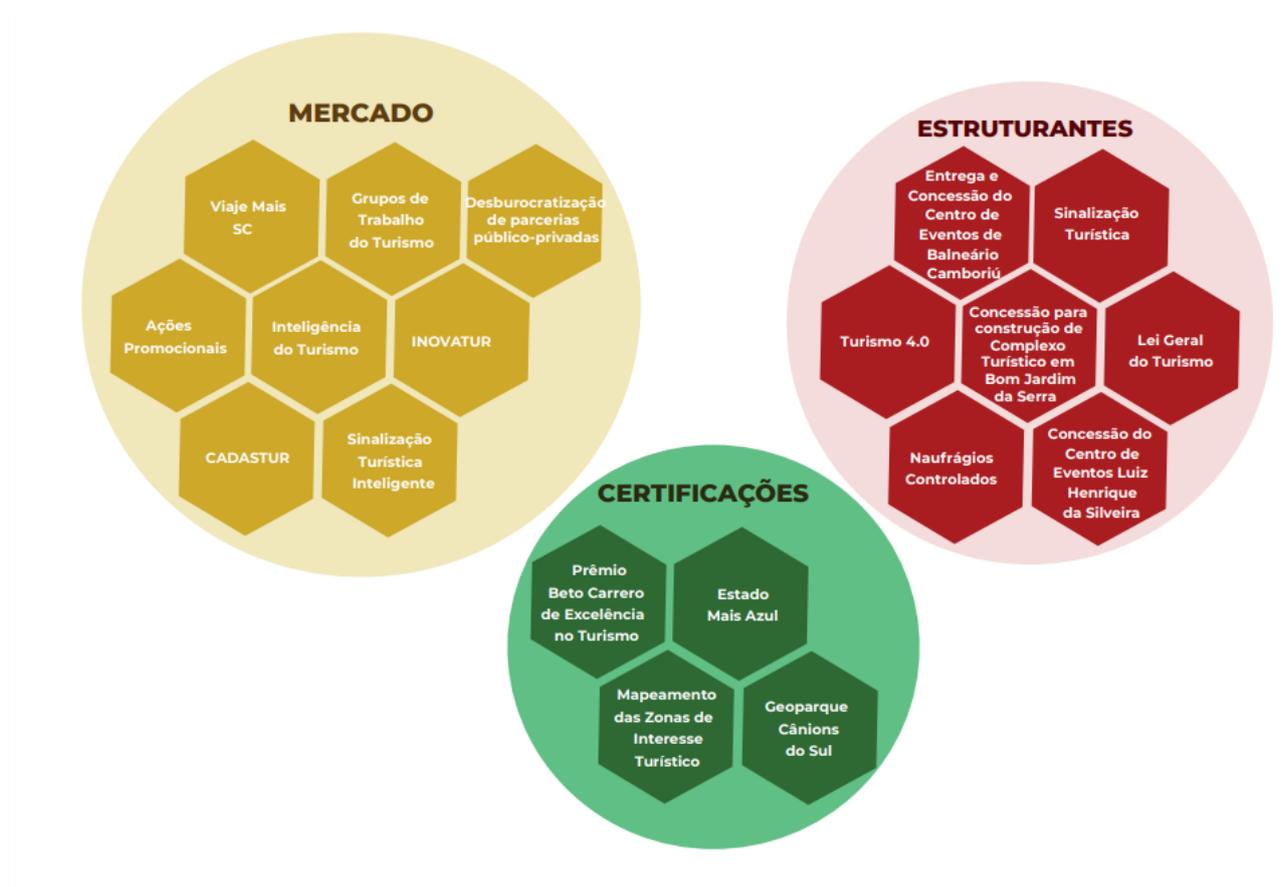
Fonte: Santur (2021)

Entre as diversas ações e projetos apoiados pela Santur, pode-se destacar o Inovatur, o Almanach e o Viaje +SC:

	<p><b>INOVATUR</b></p> <p>Programa de inovação aberta focado no turismo, fruto da cooperação entre a Agência de Desenvolvimento do Turismo de Santa Catarina - Santur, Fapesc e Gestalt Open Innovation. O Programa tem como principal objetivo acelerar o desenvolvimento do Turismo em todas as regiões turísticas do estado por meio da inovação.</p>
	<p><b>ALMANACH</b></p> <p>O Programa Almanach está sendo elaborado pela Diretoria de Estudos e Inovação que analisa o comportamento do mercado turístico. Nas suas diversas áreas de investigação, as informações são dirigidas aos profissionais, especialistas, acadêmicos, agentes públicos e privados, nas tomadas decisórias com propósito de conhecimento e aprimoramento do setor turístico. O Almanach está pautado no uso de processos metodológicos de coleta de dados e geração de informação, que permitem aos níveis gerenciais e de direção, fazerem uso dessas informações nos processos decisórios e em comunicações organizacionais da área turística.</p>
	<p><b>VIAJE +SC</b></p> <p>O Viaje+Seguro SC é um programa criado pela Agência de Desenvolvimento do Turismo de Santa Catarina (Santur) para estimular o turismo responsável no estado. Atualmente, seu foco é a certificação de empreendimentos turísticos comprometidos com as medidas de prevenção à Covid-19.</p>

A Agência desenvolve suas ações e projetos organizados em 3 (três) diferentes esferas voltadas para as certificações e reconhecimento, para o fortalecimento do mercado e para projetos estruturantes:

**Figura 28 - Ações e Projetos - Santur**



Fonte: Santur (2020)

Todavia, os anos de 2020 e 2021 foram marcados pela pandemia do Corona Vírus e suas severas consequências humanitárias e econômicas em todo o planeta. Na economia, a maioria dos setores foram impactados negativamente e o Turismo foi uma das atividades mais afetadas. Segundo a Agência, para amenizar os efeitos da Covid-19 no Turismo, atividade fundamental para economia catarinense, e delimitar as possibilidades de retomada econômica no Estado, a Santur tem participado ativamente na gestão da crise desde o início. Suas principais linhas de atuação estão sendo: **i)** avaliação econômica da situação; **ii)** inteligência estratégica; **iii)** transparência com publicidade de informação para o setor e; **iv)** suporte operacional e suporte legislativo a outros órgãos.

Com foco no fortalecimento do setor do turismo após a crise, estão sendo previstas ações em nove setores distintos e a negociação de linhas de crédito e estruturação da legislação estão em andamento em Santa Catarina desde março de 2020. Outras ações estão previstas, como a

desburocratização das parcerias público-privadas (PPPs) e a construção de uma plataforma para exposição de produtos. A médio prazo, são planejadas entregas de infraestrutura e concessões como o Centro de Eventos de Balneário Camboriú e do Programa de Sinalização Turística. Entre médio e longo prazo, a Santur visa ações para estruturação de dados do setor com a padronização de metodologias e fortalecimento do Observatório do Turismo, promoção de destinos e a ampliação de capacitações.

O fortalecimento do turismo regional, tendência apontada por inúmeras pesquisas, passará pela melhoria de infraestrutura e sinalização, estímulo das práticas de sustentabilidade, sanitização e controle da informação, além da capacitação e planejamento, incluindo planos de contingência para situações de emergência. As mudanças deverão afetar mais o turismo de massa, que deverá revisar a oferta de produtos considerando uma maior dispersão do público em áreas populares e melhores práticas de higienização. Medidas como registro da condição de saúde do visitante e checagem de temperatura se tornarão práticas corriqueiras SANTUR (2020).

**Figura 29 – Setores a serem apoiados no plano de retomada**



Fonte: Santur (2020)

CONTATOS:

**SANTUR**

Rua Eduardo Gonçalves D'Avila, 303 - Itacorubi – Florianópolis – SC.

Telefone: (48) 3665-7400.

E-mail: atendimento@santur.sc.gov.br



### CONSELHO ESTADUAL DE TURISMO

De acordo com Santa Catarina (2008), o Art. 2º da Lei nº 14.367 de 25 de janeiro de 2008, o Conselho Estadual de Turismo, de caráter consultivo e deliberativo, tem por objetivo discutir, deliberar e propor as diretrizes da política de desenvolvimento turístico do Estado, seguindo as orientações e determinações contidas nas políticas governamentais. Compete especificamente ao Conselho Estadual de Turismo:

- Sugerir prioridades para o Plano Estadual de Turismo;
- Apresentar proposições e opinar sobre ações, programas e projetos de desenvolvimento turístico;
- Emitir parecer, quando solicitado, sobre programas e projetos referentes à organização do turismo no Estado que requeiram a decisão do Chefe do Poder Executivo;
- Incentivar a interação e a integração com entidades públicas e privadas, organizações não-governamentais e organizações da sociedade civil de interesse público, nacionais e internacionais, com o objetivo de incrementar o intercâmbio de novas tecnologias de desenvolvimento turístico;
- Auxiliar a Secretaria de Estado de Turismo, Cultura e Esporte nas ações de propor e promover atos e medidas necessárias à ampliação e melhoria da infraestrutura e da prestação de serviços oferecidos aos turistas;
- Propor prioridades para o plano de aplicação de recursos do Fundo Estadual de Incentivo ao Turismo - FUNTURISMO;
- Zelar para que o desenvolvimento da atividade turística no Estado se faça sob a égide da sustentabilidade ambiental, social e cultural;
- Elaborar o seu regimento interno, submetendo-o à aprovação do Chefe do Poder Executivo por intermédio do Secretário de Estado de Turismo, Cultura e Esporte; e
- Exercer outras atividades definidas em lei Santa Catarina.

O Conselho Estadual de Turismo é formado por 21 membros efetivos, sendo 10 representantes das Regiões Turísticas de Santa Catarina, 10 representantes da sociedade civil organizada e de setores turísticos catarinenses, além do dirigente máximo da Santur que exerce a Secretaria Geral do Conselho. Cabe destacar que Santa Catarina está dividida em treze regiões turísticas, todavia três delas – Caminhos do Alto Vale, Vale das Águas e Vale dos Imigrantes, por embaraços internos, ainda não tem cadeira no Conselho Estadual de Turismo.

#### CONTATOS:

Secretaria Executiva  
 Telefone: (48) 3664-7461  
 E-mail: cet@santur.sc.gov.br

### 3.3.3. INSTÂNCIA REGIONAL

A gestão descentralizada do turismo implantada pelo Ministério do Turismo proporciona que cada Unidade Federada, região e município busque suas próprias alternativas de desenvolvimento, de acordo com suas realidades e especificidades, com o objetivo de construir um ambiente democrático, harmônico e participativo entre poder público, iniciativa privada, terceiro setor e comunidade e promover a integração e cooperação intersetorial, com vistas à sinergia na atuação conjunta entre todos os envolvidos direta e indiretamente na atividade turística. É esperado que cada região turística planeje e decida seu próprio futuro, de forma participativa e respeitando os princípios da sustentabilidade econômica, ambiental, sociocultural e político-institucional (MTUR, 2007).

Diante disto, a Instância de Governança Regional – IGR passa a ser responsável pela definição de prioridades, pela coordenação das decisões a serem tomadas, pelo planejamento e execução do processo de desenvolvimento do turismo na região turística, bem como participar nas decisões políticas, econômicas e sociais no âmbito regional. As diretrizes operacionais do Programa de Regionalização propõem que cada Região Turística conte com uma Instância de Governança definida e instalada e o ponto fundamental da institucionalização desta entidade é reforçar a capacidade dos grupos para lidar com seus problemas, objetivos e metas, e para gerenciar seus recursos. Dentre os objetivos de uma IGR estão: **i)** criar comunicação regional; **ii)** coordenar todo o processo da regionalização do turismo da região turística e; **iii)** descentralizar as ações de coordenação do processo, deslocando-as da União para o Estado, e deste para as regiões turísticas (MTUR, 2007). Santa Catarina possui atualmente treze Regiões Turísticas, envolvendo os 295 municípios do Estado.

Ademais, o Programa de Regionalização do Turismo instituiu o Mapa do Turismo Brasileiro, que é um instrumento que define áreas a serem priorizadas pelo Ministério do Turismo no âmbito do desenvolvimento das políticas públicas. No âmbito do mapa do turismo, os municípios são categorizados no intuito de identificar o seu desempenho na economia do setor a partir de cinco variáveis cruzadas em uma análise de cluster. Elas deram origem a cinco categorias – A,B,C,D e, diretamente relacionadas à economia do turismo: **i)** Quantidade de estabelecimentos de hospedagem; **ii)** Quantidade de empregos em estabelecimentos de hospedagem; **iii)** Quantidade estimada de visitantes domésticos; **iv)** Quantidade estimada de visitantes internacionais e; **v)** Arrecadação de impostos federais a partir dos meios de hospedagem. A partir de 2018 a inclusão das regiões turísticas no Mapa do Turismo Brasileiro passou a considerar a institucionalização das Instâncias de Governança Regionais, além de Conselhos Municipais de Turismo ativos e serviços inscritos no Cadastur.

Figura 30 - Regiões Turísticas de Santa Catarina



Fonte: Santur

Adaptação: Raízes do Brasil Consultoria

No Estado, o processo de atualização do Mapa do Turismo é de responsabilidade da Santur. Os municípios que compõem o mapa são indicados pelos órgãos estaduais em conjunto com as instâncias de governança regional e categorizados a partir de critérios do Ministério do Turismo. Atualmente Santa Catarina conta com 177 municípios no Mapa do Turismo Brasileiro<sup>2</sup>.



#### INSTÂNCIA DE GOVERNANÇA REGIONAL VALE EUROPEU

O Vale Europeu Catarinense é caracterizado pela herança cultural dos colonizadores europeus, entre eles alemães, italianos, austríacos, poloneses e portugueses. A região é bastante lembrada pelas festas de outubro, em especial a maior festa alemã das Américas, a Oktoberfest de Blumenau. Porém o Vale Europeu oferece muito além das festas típicas. A arquitetura, a culinária, a religiosidade e o imenso acervo natural da região, campo fértil para a prática do ecoturismo e do turismo de aventura, são vetores para o desenvolvimento do turismo da região, destacando-se os circuitos de cicloturismo e caminhantes, já reconhecidos nacionalmente.

Neste cenário, a Instância de Governança Regional Vale Europeu foi implantada em 2016, inicialmente com a participação de dezessete municípios: Apiúna, Ascurra, Benedito Novo,

<sup>2</sup> O Mapa do Turismo Brasileiro pode ser consultado em: <http://www.mapa.turismo.gov.br/mapa/init.html>

Blumenau, Botuverá, Brusque, Canelinha, Doutor Pedrinho, Gaspar, Guabiruba, Indaial, Nova Trento, Pomerode, Rio dos Cedros, Rodeio, São João Batista e Timbó.

Todavia, atualmente o Vale Europeu é constituído por 20 municípios. Além dos 17 já mencionados, Leoberto Leal, Luiz Alves e Major Gercino também passaram a integrar a região turística. Destes 20 municípios, dezessete fazem parte do Mapa do Turismo Brasileiro, incluindo Rio dos Cedros.

Município	Categoria	Município	Categoria
Apiúna	D	Indaial	D
Ascurra	D	Luiz Alves	D
Benedito Novo	D	Nova Trento	D
Blumenau	B	Pomerode	C
Botuverá	E	<b>Rio dos Cedros</b>	<b>D</b>
Brusque	C	Rodeio	D
Doutor Pedrinho	D	São João Batista	D
Gaspar	B	Timbó	C
Guabiruba	E		

Fonte: Ministério do Turismo, 2021.

Com a grave crise econômica causada pela pandemia gerada pelo Covid-19, o Sistema Fecomércio SC | Sesc | Senac identificou que o Turismo é a principal atividade para a retomada econômica do Estado e a melhor forma de se definir estratégias para tal é por meio da inovação. Neste sentido, para se ativar a cultura de inovação com as 13 Regiões Turísticas Catarinenses instituiu-se o “DisrupTur: em cenários complexos, como a inovação pode ser a solução para o turismo?” Neste evento participativo, as Regiões Turísticas tiveram a oportunidade de identificar desafios e propor soluções inovadoras para o desenvolvimento do turismo. De forma geral, como desafios apontou-se que a região precisa de maior integração entre municípios, atrativos, produtos e serviços e também, entre os atores da cadeia produtiva do turismo. Como soluções, determinou-se ações que visam ampliar a integração regional, realizar o replanejamento estratégico da gestão e governança da IGR, ampliar a representatividade de sua diretoria e aumentar os recursos humanos e financeiros. A expansão da divulgação e promoção do destino enfatizando o seu posicionamento como destino seguro frente à pandemia também foi destacado entre as soluções propostas pelo grupo (SENAC *et al.*, 2020).

#### CONTATOS:

Presidência IGR Vale Europeu  
Manfredo Goede



### CONSÓRCIO INTERMUNICIPAL DO MÉDIO VALE DO ITAJAÍ - CIMVI

Adicionalmente, algumas cidades que fazem parte desta região turística se organizaram na forma de consórcio de municípios. Os consórcios intermunicipais têm como premissa a realização de ações conjuntas com o objetivo de melhorar a qualidade dos serviços públicos prestados à população, nas áreas de saneamento, infraestrutura, transporte, resíduos sólidos, construção de estradas, saúde entre outras.

No caso do Vale Europeu, alguns municípios que compõem a região se associaram neste arranjo e formaram o Consórcio Intermunicipal do Médio Vale do Itajaí (CIMVI) que tem entre suas atribuições a promoção de atividades ligadas à Cultura, Esporte e Turismo.

Segundo CIMVI (2021), o Consórcio Intermunicipal do Médio Vale do Itajaí, em Santa Catarina, constitui-se como um consórcio público de direito público, de múltiplas finalidades, que promove atividades ligadas à cultura, esporte, turismo e meio ambiente. No turismo, já implantou produtos nacionalmente conhecidos, como os Circuitos de Cicloturismo e Caminhante do Vale Europeu e apoia a comercialização deste e de outros roteiros disponíveis na região, no segmento do turismo de aventura e ecoturismo e roteiros culturais. Na seara ambiental, foi pioneiro no Brasil na implementação do Programa de Licenciamento Ambiental em parceria otimizada com os municípios aderentes e o serviço de Saneamento em Resíduos Sólidos, por meio da gestão e disposição final dos resíduos. São atribuições do CIMVI:

- A gestão associada de serviços públicos ou de interesse público;
- Promoção do uso racional dos recursos naturais e a proteção do meio-ambiente;
- Gestão e a proteção de patrimônio urbanístico, paisagístico ou turístico comum;
- Ações e políticas de desenvolvimento urbano, socioeconômico local e regional;
- Aquisição ou administração de bens para uso compartilhado dos municípios consorciados;

Em 2021, totalizam 15 municípios consorciados: Apiúna, Ascurra, Benedito Novo, Botuverá, Doutor Pedrinho, Gaspar, Guabiruba, Indaial, Ilhota, Luiz Alves, Massaranduba, Pomerode, Rio dos Cedros, Rodeio e Timbó. Todavia, os municípios consorciados não estão obrigados a compartilhar a gestão e os custos de todas as áreas de atuação do consórcio. Diante disso, para a gestão compartilhada do Turismo, da Cultura e do Esporte, dos 15 municípios, estão consorciados apenas 12, optando por permanecerem fora deste grupo os municípios de Gaspar, Ilhota e Massaranduba. Esses 12 municípios conjuntamente desenvolvem políticas públicas e destinam recursos para o desenvolvimento de planos, programas e projetos que fomentem a atividade turística regional (CIMVI, 2021).

Figura 31 - Organograma Institucional do CIMVI



Fonte: CIMVI (2021)

Dentre os projetos regionais recentemente financiados pelos municípios e realizados por intermédio do CIMVI, destaca-se:

- Projeto Vale Muito – Maravilhas do Vale Europeu: um programa de conscientização turística nas escolas dos 12 municípios da região;
- Projeto Vale Europeu Sustentável – Meios de Hospedagem: que objetiva trazer para atividade turística da região do Vale Europeu Catarinense os preceitos da sustentabilidade, por meio da implantação de um processo sistemático de fortalecimento da gestão sustentável dos empreendimentos turísticos;
- Projeto para valorizar o turismo regional: objetiva sensibilizar os visitantes regionais e também os moradores locais para valorização dos atrativos e serviços turísticos de cada cidade. Ações de marketing e lançamentos de novos produtos turísticos também estão previstos;

### 3.3.4. INSTÂNCIA MUNICIPAL

A gestão do Turismo de Rio dos Cedros está a cargo da Secretaria de Esportes, Cultura, Turismo e Eventos, criada pela Lei Complementar nº 283/2017. No que tange especificamente à gestão do Turismo, em sua estrutura administrativa foi instituída a Diretoria de Turismo, que é responsável por orientar, supervisionar, assessorar, dirigir e acompanhar todas as atividades administrativas desenvolvidas pelos servidores lotados na Secretaria, compreendidas na competência da pasta de turismo.

São competências específicas da Diretoria de Turismo:

- ☑ O desenvolvimento, implementação, alteração, acompanhamento, supervisão, entre outros, das atividades de cunho administrativo exercidas no âmbito da Diretoria de Turismo, dentre as quais a recepção, envio, digitação e arquivo de documentos, entre outros;
- ☑ Planejar, organizar as atividades turísticas e eventos realizados no município;
- ☑ Orientar, executar e fiscalizar as atividades ligadas ao desenvolvimento do Turismo local;
- ☑ Coordenar os serviços diretamente ligados a esta Secretaria para o melhor desenvolvimento das atividades turísticas;
- ☑ Zelar pelo patrimônio turístico do município;
- ☑ Responder e prestar pronto atendimento às diligências, solicitações, ofícios, requerimentos, entre outros, advindos da Secretaria de Esportes, Cultura, Turismo e Eventos;
- ☑ Efetuar o controle de insumos, bem como o controle de gastos;
- ☑ Efetuar o controle de manutenção da estrutura física, equipamentos, veículos, entre outros, respondendo pelo inventário dos bens da pasta;
- ☑ Efetuar o controle do Fundo Municipal de Turismo, através da análise e elaboração da proposta orçamentária, acompanhamento de execução do respectivo orçamento, controle de gastos, elaboração de demonstrativos para os Conselhos Municipais, entre outros;
- ☑ Manter as necessidades dos Conselhos instituídos no âmbito da Diretoria de Turismo;
- ☑ Responder aos reclamos dos usuários do sistema municipal, providenciando o encaminhamento ao setor competente para adoção das medidas cabíveis;
- ☑ Efetuar o acompanhamento de contratos e convênios, bem como a elaboração e execução de projetos;
- ☑ Efetuar outras atividades administrativas e/ou funcionais recebidas por delegação e/ou ordenadas pela chefia imediata;
- ☑ Efetuar o controle de compras, recepção, análise e encaminhamento de pedidos, bem como o respectivo controle de almoxarifado, acomodação e averiguação de todo material adquirido relativos a respectiva pasta;
- ☑ Elaborar projetos e estudos que visem à captação de recursos perante as instituições públicas ou privadas; e
- ☑ Efetuar outras atividades afins no âmbito de sua competência, bem como exercer todas as demais atribuições que lhes forem delegadas pelo seu superior hierárquico.

Figura 32 - Organograma Secretaria de Esportes, Cultura, Turismo e Eventos



**Fonte:** Município de Rio dos Cedros

**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

A Secretaria de Esportes, Cultura, Turismo e Eventos por meio de sua Diretoria de Turismo vem desenvolvendo diversos projetos e programas em parceria com outras secretarias e entes municipais e regionais, como o CIMVI.

Um dos principais projetos da área de Turismo da Secretaria é o desenvolvimento do Plano Municipal de Desenvolvimento Territorial do Turismo, que atualmente está em fase de execução. A **Tabela 13** apresenta os demais projetos em execução ou em planejamento pela Diretoria de Turismo

**Tabela 13 - Projetos da Diretoria de Turismo**

PROGRAMA / PROJETO	PARCERIAS
Programa de mídias sociais e posicionamento de mercado.	-
Roteirizações	-
Viagens técnicas com empreendedores turísticos para troca de experiência	-
Ampliação da sinalização turística	-
Plantação de hortênsias ao longo da via asfaltada de acesso à Região dos Lagos.	-
Programa de empreendedorismo turístico para alunos da Escola João Floriani.	Secretaria de Educação
Continuação do asfaltamento da Rodovia de acesso à Região dos Lagos	Secretaria de obras e infraestrutura
Curso de formação e profissionalização diversos (turismo rural, culinária, jardineiro)	Senar e Associação de Agricultores
Desenvolvimento da Rota do Vime, (cultural) com documentário “Mãos no Vime”	Ilaine Mello
Programa alimento seguro	CIMVI
Programa de Sensibilização Turística nas escolas	CIMVI

Programa de certificação dos meios de hospedagem	CIMVI
Criação de site e de aplicativo	CIMVI
Curso de Turismo de aventura ministrado pelo SENAC	CIMVI
Revitalização das pontes cobertas com ajardinamento.	-
Preparar a Licitação para cessão de uso de locais públicos para empreendimentos turísticos	-
Organização dos eventos “Caminhada Contemplativa” e de “Passeio Ciclístico”	-
Construção do portal turístico de entrada da cidade	-
Construção de 03 mirantes nas localidades de Alto Cedros e de Palmeiras.	-

**Fonte:** Diretoria de Turismo de Rio dos Cedros

**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

### 3.3.5. IMPACTOS E LIMITAÇÕES DAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE RIO DOS CEDROS

Uma das maneiras de se incentivar os setores econômicos, incluindo o turismo, é criando políticas públicas que apoiem e regulamentem as ações do setor. As articulações entre os entes federativos (União, Estado e Município) podem ser avaliadas de diversos âmbitos. No que tange à cooperação institucional, o planejamento para desenvolver o setor de turismo é fundamental. Considerando-se estas premissas, foram elencados os impactos e limitações das políticas públicas de Rio dos Cedros:

- Inexistência de legislação municipal para proteção do patrimônio cultural;
- Pouca cooperação do município com o Estado e a União para captação e execução de projetos de infraestrutura que beneficiam o turismo;
- Necessidade de fortalecimento da governança local;
- Necessidade de potencializar a integração efetiva entre as instituições atuantes no turismo e cultura regional e local;
- As possibilidades de parcerias público privadas estão subaproveitadas;
- Necessidade de legislação para garantir orçamento próprio ao setor de turismo com autonomia na gestão de recursos;
- Legislação pertinente para garantir uma gestão técnica do setor de turismo municipal;
- Necessidade de legislação para incentivar o desenvolvimento turístico municipal e reger a ocupação do solo nas áreas turísticas.

### 3.3.6. ARCABOUÇO LEGAL E OUTROS INSTRUMENTOS DE ORDENAMENTO

A existência de um conjunto de leis que rege uma atividade em um país aumenta a sua competitividade, proporcionando segurança jurídica para investimentos e ampliação dos empreendimentos. Para as atividades turísticas, a definição desse regramento resulta na continuidade e no fortalecimento das políticas públicas do turismo e na gestão descentralizada, consolidando o turismo com um vetor de inclusão social por meio de geração de trabalho e renda. A **Tabela 14** expõe o arcabouço legal identificado que rege ou tem interface com o Turismo.

**Tabela 14 - Arcabouço legal do Turismo**

ESFERA FEDERAL	
Lei n.º 11.771/2008	Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico.
Lei nº 12.974/2014	Dispõe sobre as atividades das Agências de Turismo
Lei nº 12.591/2012	Reconhece a profissão de Turismólogo e disciplina o seu exercício.
Lei nº 11.727/2008	Dispõe sobre medidas tributárias destinadas a estimular os investimentos e a modernização do setor de turismo, a reforçar o sistema de proteção tarifária brasileiro
Lei nº 11.637/2007	Dispõe sobre o programa de qualificação dos serviços turísticos e do Selo de Qualidade Nacional de Turismo.
Lei nº 10.683/2003	Dispõe sobre a organização da Presidência da República e dos Ministérios, e dá outras providências.
Lei nº. 6.505/1977	Lei de regulamentação do Turismo
Lei nº 8.623/1993	Regulamentação da Profissão de Guia de Turismo;
Decreto nº 7.381/2010	Regulamenta a Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008, que dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico, e dá outras providências.
Decreto nº 10.172/2019	Institui o Serviço Social Autônomo Embratur – Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo
Decreto nº 5.406/2005	Regulamentação do cadastro obrigatório para fins de fiscalização das sociedades empresariais, das sociedades simples e dos empresários individuais que prestam serviços turísticos remunerados
Decreto nº 6.705/2008	Dispõe sobre o Conselho Nacional de Turismo, e dá outras providências.
Decreto nº 6.170/2007	Dispõe sobre as normas relativas às transferências de recursos da União mediante convênios e contratos de repasse, e dá outras providências.
Decreto nº 86.176/1981	Regulamenta a Lei nº 6.513 que dispõe sobre a criação de Áreas Especiais e de Locais de Interesse Turístico e dá outras providências
Decreto nº 89.707/1984	Regulamenta a Organização de congressos, convenções, seminários ou eventos congêneres
Decreto nº 87.348/1982	Regulamentação da atividade de Transporte Turístico
Decreto nº 84.910/1980	Regulamentação dos Meios de Hospedagem;
Decreto nº 136/1984	Regulamenta os Serviços de Agências de Turismo

ESFERA ESTADUAL	
Lei nº 741/2019	Dispõe sobre a estrutura organizacional básica e cria a Agência de Desenvolvimento do Turismo de Santa Catarina (SANTUR), autarquia estadual vinculada ao Gabinete do Governador.
Lei nº 14.367/2008	Dispõe sobre o Conselho Estadual de Turismo e o Conselho Estadual de Esporte
Lei nº 13.792/2006	Instituiu o Plano Estadual da Cultura, do Turismo e do Desporto do Estado de Santa Catarina – PDIL
Lei nº 4.240/1968	Define a Política Estadual de Turismo e Cria o Departamento Autônomo de Turismo do Estado de Santa Catarina.
Lei nº 14.361/2008	Estabelece a política de apoio ao Turismo Rural na Agricultura Familiar de Santa Catarina
Lei nº 17.449/2018	Institui o Sistema Estadual de Cultura - SIEC
Lei nº 16.301/2013	Institui o Fundo Estadual de Incentivo à Cultura – FUNCULTURAL
Lei nº 13.336/2005	Institui o Fundo Estadual de Incentivo à Cultura - FUNCULTURAL, o Fundo Estadual de Incentivo ao Turismo – FUNTURISMO, e o Fundo Estadual de Incentivo ao Esporte - FUNDESPORTE, no âmbito do Sistema Estadual de Incentivo à Cultura, ao Turismo e ao Esporte - SEITEC
Decreto nº 1.291/2008	Regulamenta a Lei nº 13.336/2005
ESFERA MUNICIPAL	
Lei nº 948/1998	Cria o Conselho Municipal de Turismo de Rio Dos Cedros – COMTUR
Lei nº 1.441/2005	Altera o artigo 3º da Lei Municipal nº 948/1998
Lei nº 1.641/2010	Cria o Fundo Municipal de Turismo - FUMTUR
Lei nº 268/2015	Institui o Plano Diretor de Desenvolvimento Sustentável do Município de Rio dos Cedros
Lei nº 2.053/2019.	Dispõe sobre a delimitação dos núcleos urbanos e núcleos urbanos informais que ocupam área de preservação permanente ao longo dos cursos d'água naturais do Município de Rio dos Cedros e estabelece medidas para a regularização ambiental de imóveis situados nesses núcleos urbanos informais.
Lei nº 269/2015.	Dispõe sobre o parcelamento do solo para fins urbanos no município de Rio dos Cedros
Lei nº 270/2015	Institui a lei de mobilidade urbana de Rio dos Cedros
Lei nº 263/02015	Institui o código sanitário municipal, que estabelece normas de saúde em vigilância sanitária
Lei nº 231/1980.	Institui o código de obras do município de Rio dos Cedros
Lei nº 283/2017	Cria a Secretaria de Esportes, Cultura, Turismo e Eventos
Decreto nº 3.175/2021	Nomeia os Membros do Conselho Municipal de Turismo – COMTUR
Decreto nº 2.597/2013	Regulamenta a expedição de alvará de construção, habite-se, aprovação de projetos hidrossanitários

**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria



## OUTROS INSTRUMENTOS DE ORDENAMENTO

Além do arcabouço legal identificado, o município de Rio dos Cedros dispõe de outros importantes instrumentos de ordenamento que tem interface com a atividade turística:

- Estudo Técnico Socioambiental:** A necessidade de elaboração deste estudo surgiu por orientação da 13ª Promotoria de Justiça da Comarca de Blumenau, Regional da Área de Meio Ambiente, em 2015. A elaboração deste estudo está prevista na Lei Federal nº 12.651/2012 – Lei de Proteção da Vegetação Nativa, possibilitando a aplicação dos art. 64 e 65 visando a regularização do a flexibilização do uso das APPs nos núcleos urbanos informais, desde que elas não se encontrem em área de risco ou de relevante interesse ecológico (RIO DOS CEDROS, 2019).
- Plano Municipal de Conservação e Restauração da Mata Atlântica (PMMA):** Como forma de valorização e regramento do Bioma da Mata Atlântica, foi criada a Lei da Mata Atlântica (Lei Federal nº 11.428/2006), regulamentada pelo Decreto Federal nº 6.660/2008 que dispõem sobre a utilização e proteção da vegetação nativa. No âmbito desta legislação teve origem uma política voltada a fomentar o planejamento municipal frente as necessidades locais da Mata Atlântica, conhecida como Planos Municipais de Conservação e Restauração da Mata Atlântica (PMMA) (RIO DOS CEDROS, 2020).
- Plano Diretor de Desenvolvimento Sustentável:** O Plano Diretor é um instrumento da política urbana instituído pela Constituição Federal de 1988 que o define como “instrumento básico da política de desenvolvimento e de expansão urbana”, e é regulamentado pela Lei Federal nº 10.257/01, mais conhecida como Estatuto da Cidade. Em Rio dos Cedros, o estatuto foi revisado e atualizado pela Lei Complementar nº 268/2015 (RIO DOS CEDROS, 2014).

### 3.4. ANÁLISE DOS ASPECTOS SOCIOAMBIENTAIS

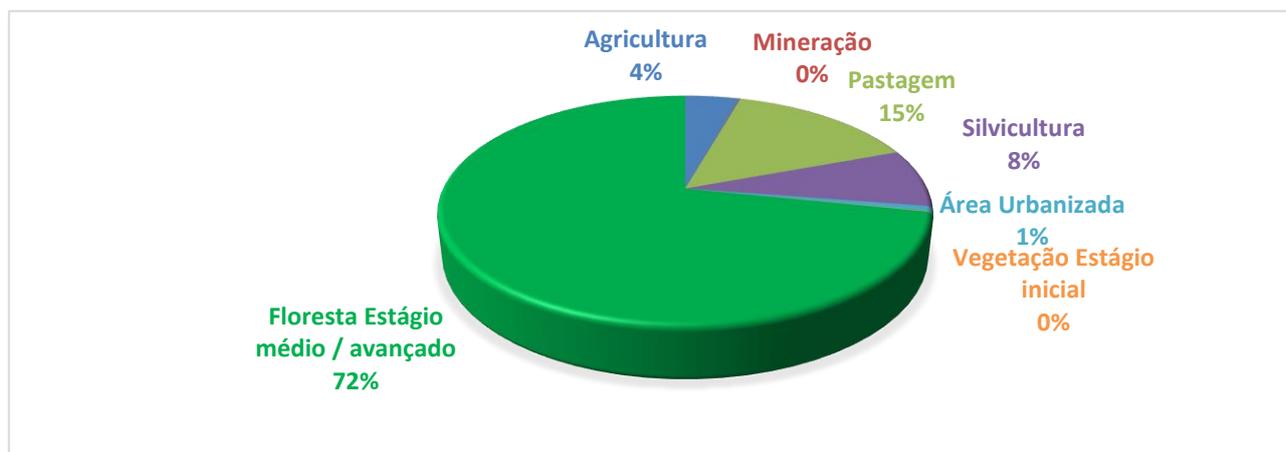
O diagnóstico socioambiental tem o objetivo de analisar as condições ambientais do município, orientado para identificar antecipadamente as características e fragilidades socioambientais mais relevantes, os principais riscos e salvaguardas a serem considerados nas etapas de planejamento e ordenamento da atividade turística, os requisitos especiais a considerar nos estudos ambientais e sociais, especificamente referentes às obras e os indicadores socioambientais que precisam ser aprimorados.

Cabe destacar que em 2019 a AMMVI – Associação de Municípios do Médio Vale do Itajaí, desenvolveu um estudo técnico socioambiental para município de Rio dos Cedros, para delimitação dos núcleos urbanos e núcleos urbanos informais que ocupam Área de Preservação Permanente (APP) ao longo dos cursos d'água naturais do município, visando a regularização ambiental dos imóveis situados nos núcleos urbanos informais, nos termos do que estabelecem o artigo 30, incisos I e II da Constituição Federal, de 5 de outubro de 1988 e os artigos 64 e 65 da Lei Federal nº 12.651, de 25 de maio de 2012 (RIO DOS CEDROS, 2019). Complementarmente, em 2020, foi desenvolvido o Plano Municipal de Conservação e Restauração da Mata Atlântica (PMMA). Estes dois estudos servirão de base para esta seção do diagnóstico, assim como outras fontes de pesquisa.

#### 3.4.1. CARACTERIZAÇÃO AMBIENTAL DO MUNICÍPIO

O município de Rio dos Cedros possui área total de 555,48 km<sup>2</sup>, sendo 18 km<sup>2</sup> em área urbana e 538 km<sup>2</sup> em área rural, com uma população estimada de quase 12 mil habitantes, com um IDH de 0,729 e detém o 117º PIB *per capita* do Estado de Santa Catarina (IBGE, 2021; RIO DOS CEDROS, 2019). O relevo e a rede hidrográfica que corta Rio dos Cedros foram determinantes para ocupação do território e, ainda hoje, na expansão da malha urbana. Desde a colonização, as margens do rio dos Cedros e do ribeirão São Bernardo foram ocupadas pelos imigrantes que na cidade se instalaram, a proximidade do rio facilitava as atividades agrícolas e auxiliava no dia a dia das famílias, fato esse perdurou e parcialmente se mantém até os dias de hoje através das edificações antigas já consolidadas principalmente no centro da cidade. As edificações existentes na Área de Preservação Permanente (APP) são a grande maioria comércios e residências edificadas desde a época da colonização em 1875, que ocupam as margens dentro de uma faixa de 15 m (RIO DOS CEDROS, 2019). De acordo com Rio dos Cedros (2020), o município possui 72% de todo o seu território coberto por floresta em estágio médio ou avançado de sucessão natural, dando um caráter muito mais de conservação. Os usos de caráter produtivo mais intenso do solo respondem por outros 27% do território, sendo 15% pastagem, 4% agricultura e 8% reflorestamento. Destaca-se a agricultura de base familiar, rizicultura e produção de gado, havendo também a atividade de silvicultura de espécies florestais exóticas. (RIO DOS CEDROS, 2020).

Gráfico 6 - Uso e cobertura do Solo

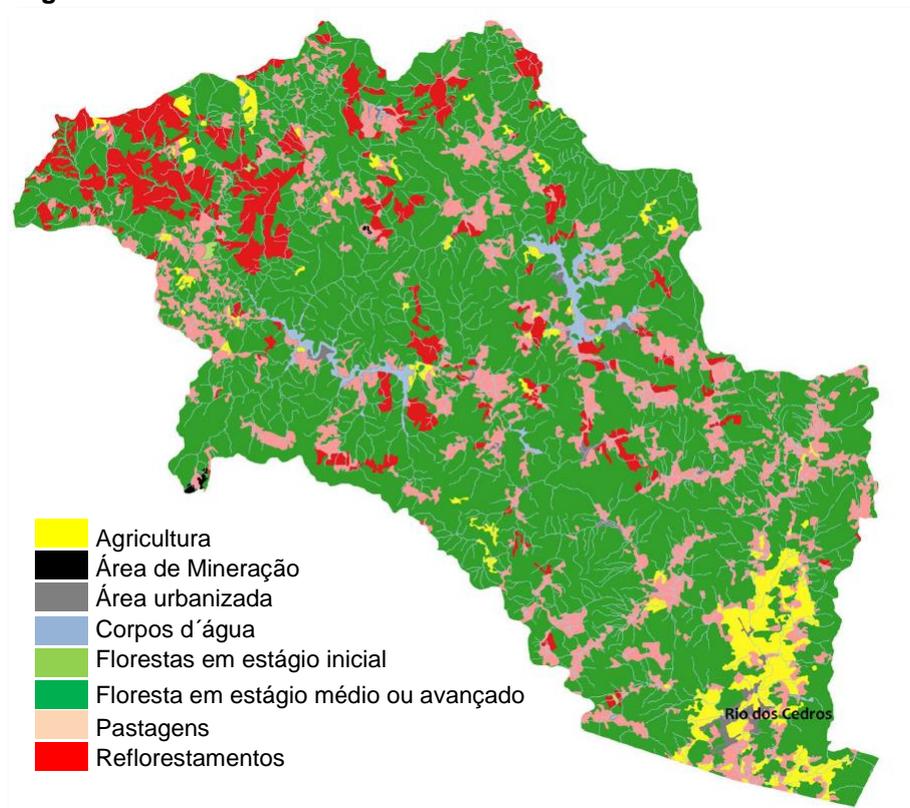


Fonte: Rio dos Cedros (2020)

Adaptação: Raízes do Brasil Consultoria

Os manejos produtivos do território somam 27% e principalmente as áreas de pastagens demandam uma atenção especial, pois como se pode observar na **Figura 30**, essas áreas estão em grande parte nas regiões ciliares de cursos d'água e áreas de nascentes, portanto áreas de preservação permanente (APP). Portanto, o planejamento realizado propôs ações de melhoria de sistemas produtivos e recomposição de APPs, principalmente em áreas de mata ciliar.

Figura 33 - Uso e cobertura do solo



Fonte: Rio dos Cedros (2020)

Adaptação: Raízes do Brasil Consultoria

### 3.4.2. PASSIVOS E FRAGILIDADES AMBIENTAIS

Existe uma área degradada onde estava instalado o antigo lixão do município, e também áreas alagáveis, principalmente na área central da cidade, onde há a maior concentração de edificações, infraestrutura e serviços urbanos. A área onde funcionava o lixão está desativada e não recebe mais nenhum tipo de resíduo. O Projeto para Recuperação de Área Degradada (PRAD) já foi implementado e encaminhado para o órgão estadual competente (RIO DOS CEDROS, 2019).

### 3.4.3. ÁREAS PRIORITÁRIAS PARA RECUPERAÇÃO

Segundo Rio dos Cedros (2019), as áreas que devem ser priorizadas para recuperação no município são as margens do Rio dos Cedros e Ribeirão São Bernardo, nos locais onde não existe mais vegetação, a área no entorno da ponte da Rua Nereu Ramos, onde fica localizada a sede da Diretoria Municipal de Esportes, e a área no entorno do Centro de Eventos da Festa Trentina.

### 3.4.4. ESPAÇOS PROTEGIDOS



#### SÍTIOS ARQUEOLÓGICOS E PATRIMÔNIOS HISTÓRICOS

Segundo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN, 2012 apud Rio dos Cedros, 2019), Rio dos Cedros possui um (01) Sítio Arqueológico denominado de Estrutura Subterrânea Alto Pomerano 01. O sítio se localiza em uma área privada e seu uso atual é para pastagem.



#### UNIDADES DE CONSERVAÇÃO

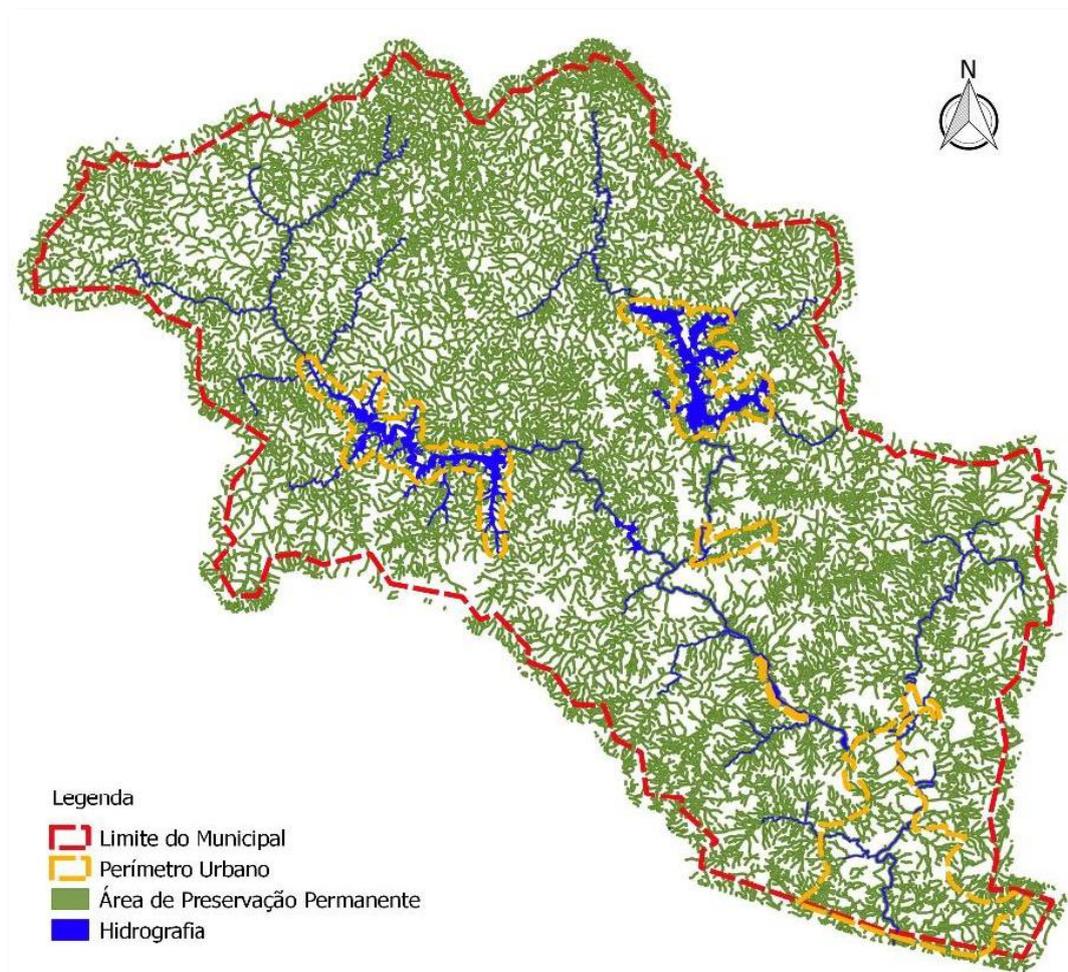
##### ► RESERVA DE FONTES E VERDES

Reserva Particular do Patrimônio Natural (RPPN) estadual, localizada na localidade de Ribeirão Bonito, na divisa com o município de Jaraguá do Sul. Foi criada no ano de 2012 e possui 130,47 há., sendo 75,82 há. no município de Rio dos Cedros (FATMA, 2012 apud Rio dos Cedros, 2019).



#### ÁREAS DE PROTEÇÃO PERMANENTE

O Código Florestal Brasileiro – Lei Federal nº 12.651/12, determina as áreas proibidas à ocupação urbana por serem de Preservação Permanente (APP), que se configura como uma área protegida, coberta ou não por vegetação nativa, com a função ambiental de preservar os recursos hídricos, a paisagem, a estabilidade geológica e a biodiversidade, facilitar o fluxo gênico de fauna e flora, proteger o solo e assegurar o bem-estar das populações humanas (RIO DOS CEDROS, 2019).

**Figura 34 - APP dos cursos d'água de Rio dos Cedros**

Fonte: IBGE, (2015); SDS (2011) *apud* Rio dos Cedros (2019)

Adaptação: Raízes do Brasil Consultoria

Segundo Rio dos Cedros (2019), o município possui 203,74 km<sup>2</sup> de APP de margem de curso d'água conforme definido no art. 4º da Lei Federal nº 12.651/2012, correspondendo 36,68% da superfície do município. Encontra-se hoje, 9,90 km<sup>2</sup> de área coberta por formações antropizadas na APP, que representa 1,78% da área de APP.

#### 3.4.5. ÁREAS POTENCIAIS DE INTERESSE DE PROTEÇÃO

Como áreas potenciais de proteção, o município de Rio dos Cedros possui interesse em preservar áreas que estão em locais ambientalmente privilegiados, não antropizados e que possuam vegetação nativa (RIO DOS CEDROS, 2019).

Os locais demonstrados na **Figura 35** são áreas particulares localizadas nos núcleos urbanos da Barragem Pinhal e Barragem Rio Bonito, sendo áreas não antropizadas e com vegetação nativa.

**Figura 35 - Áreas Potenciais de Preservação****Área 01 – Barragem Pinhal**

Fonte: Rio dos Cedros (2019)

**Área 02 – Barragem Rio Bonito**

### 3.4.6. MACROZONEAMENTO E ZONEAMENTO MUNICIPAL

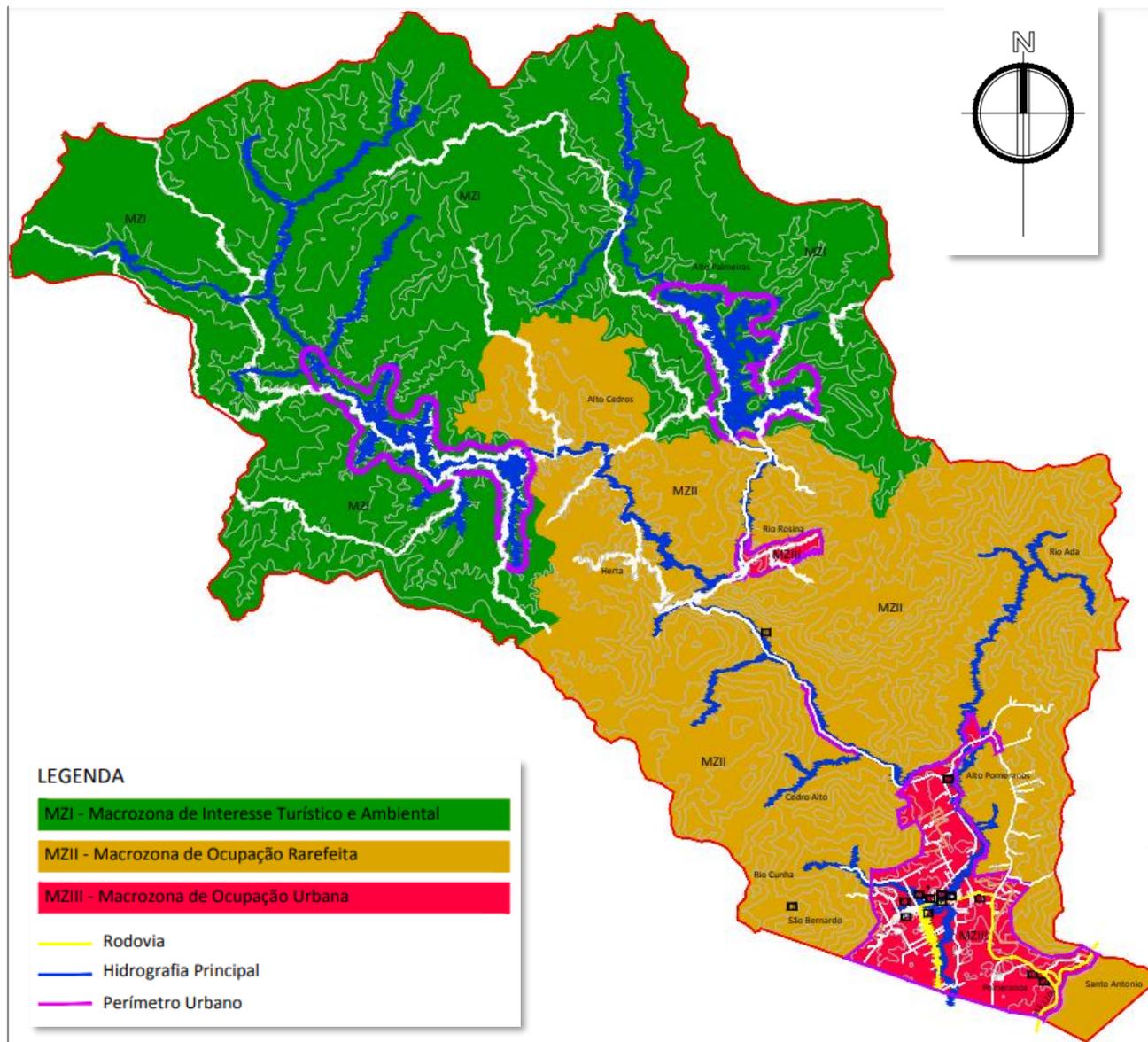
De acordo com Rio dos Cedros (2014), para cumprimento da Lei Federal nº 10.257/01 - Estatuto da Cidade, e conseqüentemente o que está definido no Plano Diretor de Rio dos Cedros, o território municipal foi dividido em três Macrozonas com o objetivo de garantir o cumprimento da função social da terra urbana pública e privada e o bem-estar dos habitantes:

- i) **MZI - Macrozona de Interesse Turístico e Ambiental:** objetivo de controlar a ocupação, adensamento e uso do solo, disponibilizar áreas de atividades turísticas, implementar chácaras de lazer e atividades turísticas, englobando as áreas de contribuição das barragens do Pinhal e Rio Bonito. Esta macrozona foi dividida em 4 zonas: Zona de Preservação Permanente, Área Especial de Interesse Turístico e Ambiental do Pinhal, Área Especial de Interesse Turístico e Ambiental do Rio Bonito e Zona Especial de Ocupação Controlada, cada uma com índices compatíveis com o objetivo proposto e usos controlados;
- ii) **MZII - Macrozona de Ocupação Rarefeita:** esta Macrozona foi dividida em três zonas: Zona de Preservação Permanente, Zona de Ocupação Controlada e a Zona de Ocupação Rarefeita, englobando áreas que possuem razoável infraestrutura, apresentam certa fragilidade ambiental e contam com uma grande área sem ocupação urbana;
- iii) **MZIII - Macrozona de Ocupação Urbana:** Esta macrozona tem o objetivo de favorecer o adensamento populacional em área com infraestrutura existente e cumprir a função social da propriedade. A macrozona de ocupação Urbana foi dividida em Eixo Estruturador de Comércio e Serviços, Eixo Lindeiro à Rodovia SC-416, Zona de Adensamento Prioritário,

Zona de Adensamento Secundário, Zona Industrial e Zona de Preservação Permanente (RIO DOS CEDROS, 2019).

A **Figura 33** evidencia a abrangência territorial das três macrozonas de Rio dos Cedros

**Figura 36 - Macrozoneamento de Rio dos Cedros**

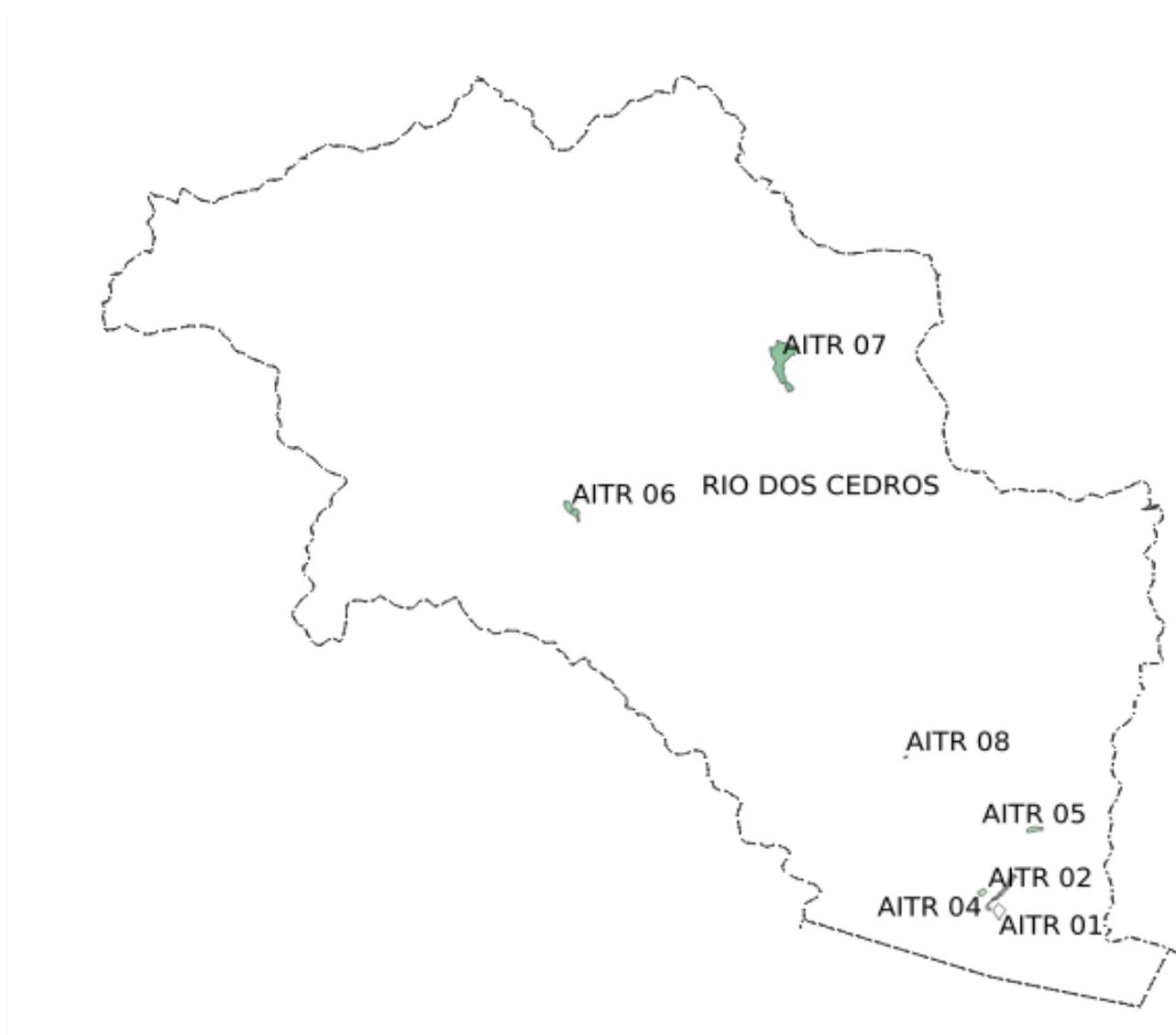


**Fonte:** Rio dos Cedros (2019)

**Adaptação:** Raízes do Brasil Consultoria

É possível observar que os principais atrativos naturais de Rio dos Cedros, incluindo a Região dos Lagos estão localizados dentro da Macrozona de Interesse Turístico e Ambiental.

Além da Macrozona de Interesse Turístico e Ambiental, foram definidas no município, no âmbito do Estudo Técnico Socioambiental, oito Áreas de Interesse Turístico (AITR), que abrigam os principais atrativos turísticos de Rio dos Cedros (**Figura 37**).

**Figura 37 - Áreas de Interesse Turístico (AITR) de Rio dos Cedros**

Fonte: SIG – AMMVI (2019)

### 3.4.7. IDENTIFICAÇÃO DE ÁREAS DE RISCO

O Vale do Itajaí apresenta condições favoráveis para a ocorrência de precipitações intensas. Esse fator aliado ao relevo montanhoso com grande presença de rios, contribui para a ocorrência de catástrofes naturais, principalmente inundações e deslizamentos de terra nas encostas. Esses fenômenos são agravados pela ocupação desordenada de áreas sensíveis a ocorrência de enxurradas, inundações e deslizamentos.



## ÁREAS SUSCETÍVEIS A INUNDAÇÕES E MOVIMENTO DE MASSA

### ÁREAS SUSCETÍVEIS À ENXURRADAS E INUNDAÇÕES

Para a definição das áreas com risco de inundações em Rio dos Cedros, foram utilizados dados do levantamento aerofotogramétrico de alta resolução espacial proveniente da SDS-SC e a metodologia HAND. Foram simuladas as manchas de inundação na cota de 8,96 metros, referente ao evento cheia ocorrido em junho de 2014. Com base neste estudo, foi verificado que o tempo recorrência para esta cota é de aproximadamente de 50 anos (RIO DOS CEDROS, 2019). O resultado desta análise está demonstrado na **Figura 38**.

**Figura 38 - Mapa de suscetibilidade à inundação - Rio dos Cedros**



Fonte: Severo; Momo (2016 *apud* Rio dos Cedros, 2019)

### ÁREAS SUSCETÍVEIS A MOVIMENTOS DE MASSA

Rio dos Cedros teve a sua ocupação urbana e rural estabelecida sobre a planície de inundação do Rio dos Cedros, com porções de vales em U, que são áreas naturalmente sujeitas a ocorrências de inundações. Ocupou-se também a base de encostas, que por sua vez são áreas naturalmente sujeitas a deslizamentos. As ocupações destas áreas e o manejo incorreto dos solos caracterizam as áreas de risco do município. (CPRM, 2015 *apud* RIO DOS CEDROS, 2019).

As áreas de risco do município, tanto urbanas quanto rurais estão apresentadas na **Tabela 15**.

**Tabela 15 - Áreas de risco de Rio dos Cedros**

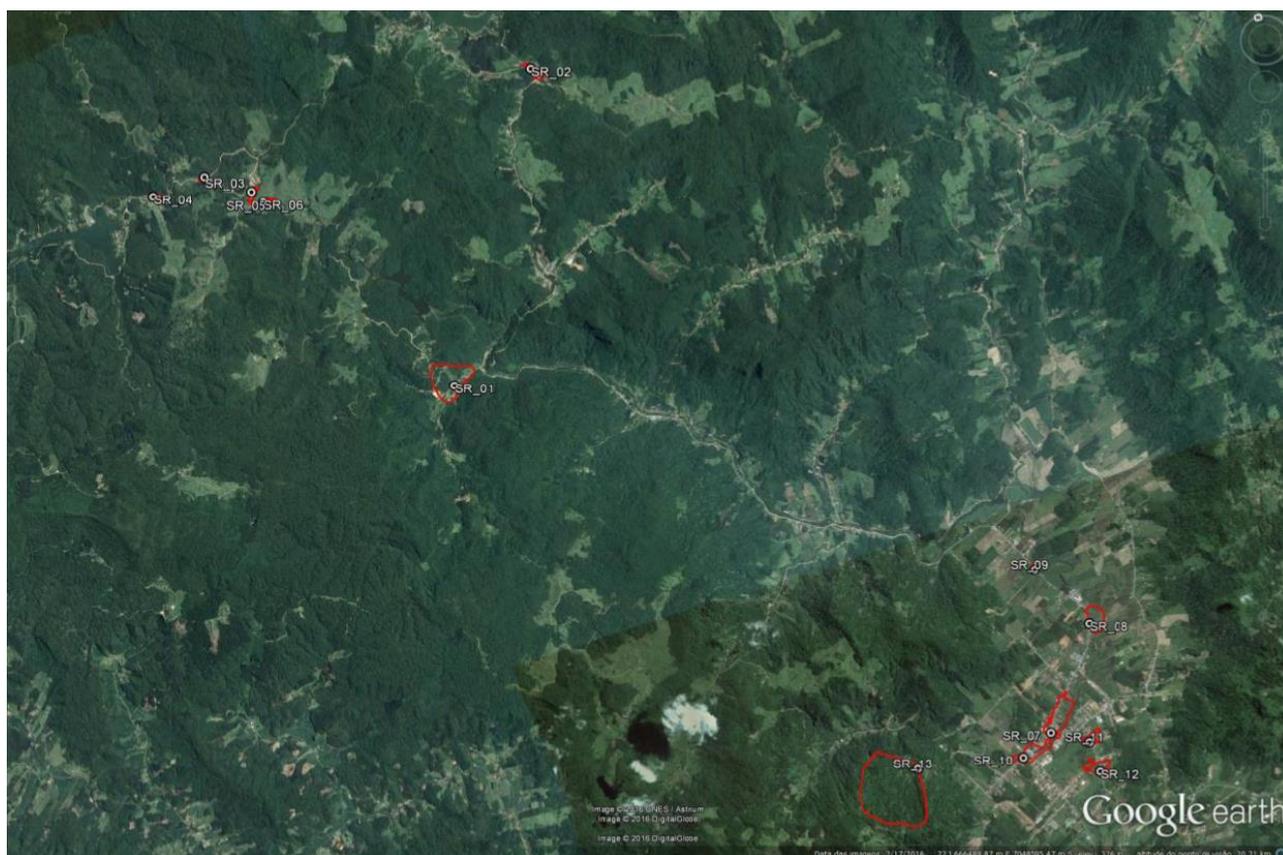
Área	Tipologia	Zona
Comunidade Rio Herta, Serra Alto Cedro	Deslizamento planar no contato solo-solo; inundação brusca	Rural
Comunidade Palmeira Central	Inundação	Rural
Comunidade Alto Cedros	Inundação	Rural
Comunidade Alto Cedros	Inundação	Rural
Comunidade Alto Cedros	Inundação	Rural
Comunidade Alto Cedros	Inundação	Rural
Rua Nereu Ramos/ Avenida Tiradentes	Inundação	Urbana
Avenida Tiradentes	Inundação	Urbana
Avenida Expedicionário A. Leitempergher	Inundação	Urbana
Rua 7 de Setembro / Avenida Tiradentes	Inundação	Urbana
Rua 1º de Maio, B. Cruzeiro	Inundação	Urbana
Rua 1º de Maio, B. Cruzeiro	Inundação	Urbana
Ribeirão do Ouro	Deslizamento de solo; queda de blocos	Urbana

**Fonte:** CPRM (2015, *apud* Rio dos Cedros, 2019)

**Adaptação:** Raízes do Brasil Consultoria

O município apresenta treze áreas de risco, sendo que a região central de Rio dos Cedros é bastante afetada em eventos de inundação, causando danos em edificações residenciais, comerciais e de serviços, como o hospital, posto de saúde, rodoviária, dentre outros (RIO DOS CEDROS, 2019). As áreas de risco podem ser visualizadas no território de Rio dos Cedros por intermédio da **Figura 39**.

Figura 39 - Áreas de risco de Rio dos Cedros



Fonte: CPRM (2015, *apud* Rio dos Cedros, 2019)

Ademais, Rio dos Cedros apresenta alguns pontos de atenção devido a fatores de desmatamento e de degradação ambiental, principalmente relacionados ocupação e expansão urbana e ao avanço da agropecuária sobre áreas de preservação permanentes (APPs). Por outro lado, apresenta grandes oportunidades quanto às áreas conservadas, principalmente para atividades turísticas ligadas ao Ecoturismo e ao Turismo de Aventura.

### 3.4.8. GESTÃO PÚBLICA AMBIENTAL

A gestão ambiental municipal conta com o Setor de Planejamento e Meio Ambiente com três profissionais e um Fundo Municipal de Meio Ambiente que foi criado recentemente e é destinado a financiar ações de recuperação e educação ambiental (RIO DOS CEDROS, 2020). A capacidade da gestão pública ambiental de Rio dos Cedros com seus pontos fortes e fracos foi diagnosticada por intermédio de uma matriz FOFA, demonstrada no **Erro! Fonte de referência não encontrada..**

Quadro 1 - Matriz SWOT da Governança Pública Ambiental Municipal

FORÇAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ A importância da Mata Atlântica é reconhecida por todos "Um patrimônio natural, rico em biodiversidade e disponível a todos, sendo imprescindível a sua preservação e manutenção";</li> <li>▶ Compreendem o PMMA como um instrumento norteador para evitar impactos e degradação mediante as atividades públicas e privadas que possam afetar os recursos naturais;</li> <li>▶ Existência e atuação do Consórcio Intermunicipal do Médio Vale do Itajaí – CIMVI;</li> <li>▶ Existência da Associação dos Municípios do Médio Vale do Itajaí – AMMVI;</li> <li>▶ Educação Ambiental integrada (coordenação do CIMVI).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Corpo técnico insuficiente, apenas 03 profissionais;</li> <li>▶ O Fundo Municipal de Meio Ambiente ainda não possui valores alocados e ações financiadas.</li> </ul>	FRAQUEZAS
OPORTUNIDADES	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Fundo Municipal de Meio Ambiente recentemente criado destinado a financiar ações de recuperação ambiental, principalmente atividades de educação ambiental;</li> <li>▶ Aquisição de equipamentos e melhoria nas fiscalizações;</li> <li>▶ Criação de um viveiro de mudas municipal (ver possibilidade).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Estrutura (profissionais, equipamentos, sistema adequado de dados e informações etc.) considerada regular. Há a necessidade de aquisição de equipamentos para trabalhos em campo e veículo próprio para o setor;</li> <li>▶ Os 3 profissionais dividem suas tarefas com atribuições da área de planejamento urbano;</li> <li>▶ Não há um viveiro municipal de produção de mudas nativas mantido pelo município.</li> </ul>	AMEAÇAS

Fonte: Rio dos Cedros (2020)

Adaptação: Raízes do Brasil Consultoria



### PROJETOS AMBIENTAIS PROGRAMADOS

O PMMA de Rio dos Cedros definiu as áreas prioritárias para conservação e restauração da Mata Atlântica e apresentou um conjunto de ações planejadas que visam melhorar a condição ambiental do município. O Plano de Ações ambiental de Rio dos Cedros foi dividido em três componentes: **i)** Governança; **ii)** Conservação e; **iii)** Recuperação, destacando-se a ação planejada no componente “Governança” no que se refere a representatividade de Rio dos Cedros na composição do Grupo Gestor Regional.

Devido à atual estrutura e capacidade técnica da equipe responsável pela gestão ambiental do município considerou-se no PMMA que será mais estratégico se o município estiver integrado à um contexto regional. A **Tabela 16** apresenta o plano de ação proposto no PMMA.

Tabela 16 - Plano de ação proposto no PMMA - Rio dos Cedros

Componente	Ação	Prioridade	Prazo	Esforço
<b>GOVERNANÇA</b>	Ter representação no Grupo Gestor Regional do PMMA e realizar a articulação municipal;	Alta	Imediato	Alto
	Participar ativamente do Programa de Capacitação regional (técnicos e agricultores) em temáticas que atendam as demandas do PMMA Regional (Fontes Financiadoras e Captação de recursos para ações de Conservação da Mata Atlântica; Sistemas Produtivos Sustentáveis; Gestão de Informações em ambiente SIG; Mudanças Climáticas; entre outras);	Alta	Curto	Alto
	Divulgar os mapas de áreas prioritárias do PMMA;	Baixa	Imediato	Alto
	Articular junto ao COMDEMA para estabelecer em Lei que as áreas prioritárias definidas pelo PMMA sejam consideradas em processos de Licenciamento Ambiental e outras políticas de ordenamento territorial no município;	Média	Médio	Médio
	Estabelecer 05 parcerias anuais com universidades, instituições privadas, entidades governamentais e não-governamentais;	Baixa	Médio	Baixo
	Monitorar a execução do PMMA municipal;	Alta	Médio	Baixo
	Articular e viabilizar a implementação do Programa "PARCERIA DO CLIMA" para o município;	Alta	Curto	Alto
	Revisar o PMMA municipal.	Alta	Longo	Médio
<b>CONSERVAÇÃO</b>	Integrar a parceria regional para a implantação do projeto Caminho da Mata Atlântica (trilhas até 100 km);	Alta	Imediato	Médio
	Integrar a parceria regional para instituir ao menos um mecanismo financeiro de conservação (Sistema de Créditos de Conservação, ICMS Ecológico e/ou PSA);	Alta	Curto	Alto
	Estabelecer parceria entre Universidades e Municípios para monitoramentos ambientais;	Baixa	Médio	Baixo
	Valorizar a biodiversidade por meio de Espécie Símbolo do município;	Média	Curto	Baixo
	Realizar anualmente coleta solidária de resíduos às margens dos rios em parceria com Corpo de Bombeiros;	Baixa	Curto	Baixo
	Criar sistema de informações georreferenciadas;	Média	Curto	Médio
	Promover ao menos cinco ações integradas de Educação Ambiental ao ano;	Média	Médio	Baixo
	Elaborar e implementar Programa de Incentivo à criação e manutenção de Reservas Particulares do Patrimônio Natural (RPPNs)	Alta	Médio	Médio

RECUPERAÇÃO	Implementar uma área piloto de restauração em cumprimento ao estabelecido no PMMA Regional	Alta	Curto	Médio
	Restaurar o montante de APPs previsto	Alta	Longo	Alto
	Realizar ao menos duas capacitações em Sistemas Produtivos Sustentáveis (Agrofloresta, Sistemas Silvopastoris, Agricultura Orgânica, Plantio Direto etc.) para produtores locais;	Média	Curto	Médio
	Articular o plantio de mudas de espécies nativas em áreas urbanas para a redução de ondas de calor e beleza cênica;	Baixa	Curto	Médio
	Realizar o plantio de Cedros nas margens do Rio dos Cedros;	Baixa	Médio	Baixo
	Articular a realização de ao menos uma feira semanal para comercialização de produtos oriundos.	Baixa	Médio	Baixo

Fonte: Rio dos Cedros (2020)

Adaptação: Raízes do Brasil Consultoria

### 3.4.9. GESTÃO AMBIENTAL NOS EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS

Os meios de hospedagem de Rio dos Cedros estão participando do Projeto Vale Europeu Sustentável – Meios de Hospedagem, que objetiva trazer para atividade turística da região do Vale Europeu Catarinense os preceitos da sustentabilidade, por meio da implantação de um processo sistemático de fortalecimento da gestão sustentável dos empreendimentos turísticos. A metodologia de avaliação desenvolvida pela Raízes do Brasil Consultoria está baseada em termos de referência, normas e indicadores de boas práticas, nacionais e internacionais, tanto no viés da sustentabilidade quanto no viés da qualidade no turismo. O projeto se encontra na terceira fase de implantação.

Todavia, ressalta-se que não foram detectados no município impactos ambientais negativos significativos, gerados pela atividade turística, no sentido que o turismo de Rio dos Cedros não se caracteriza por ser massivo.

É importante ressaltar que Rio dos Cedros apresenta aspectos importantes no que tange ao desmatamento e a degradação que estão diretamente relacionados à expansão urbana e agropecuária sobre as áreas de proteção permanentes. Em contrapartida, apresenta grandes oportunidades quanto às áreas conservadas, principalmente para as que podem ser usufruídas para o uso turístico.

### 3.5. DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Em 2015, os 193 estados membros da Organização das Nações Unidas (ONU) definiram 17 metas, conhecidas como Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Esses objetivos são uma diretriz para melhorar as condições de vida das pessoas e do planeta até 2030. A ONU trabalha com seus parceiros no Brasil para alcançá-los e contribuir para que se possa atingir a Agenda 2030 no país. Os objetivos são ambiciosos e interconectados e aportam os principais desafios de desenvolvimento enfrentados por pessoas no Brasil e no mundo e são um apelo global para se estabelecerem ações que visem erradicar a pobreza, proteger o meio ambiente e o clima e garantir que as pessoas, em todos os lugares, possam desfrutar de paz e de prosperidade (ONU, 2021).

**Figura 40 - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - ONU**



Fonte: [www.brasil.un.org](http://www.brasil.un.org)

No mesmo sentido, em Santa Catarina, a FECAM - Federação Catarinense de Municípios, disponibiliza dados do SIDEMS - Sistema de Indicadores de Desenvolvimento Municipal Sustentável, cujo objetivo central é dar acesso a dados consolidados estratégicos para apoiar a tomada de decisão de gestores de municípios, associações de municípios e dos diversos recortes territoriais usados no Estado. A metodologia de análise aplicada ao SIDEMS analisa o Índice de Desenvolvimento Municipal Sustentável (IDMS) por meio das dimensões Sociocultural, Econômica, Ambiental e Político Institucional e está pautada em 10 grupos temáticos de diversas áreas, conforme demonstrado na **Figura 41**.

**Figura 41 - Grupos temáticos - SIDEMS**

Fonte: FECAM (2021)

O conceito de desenvolvimento municipal sustentável é construído a partir de uma série de indicadores considerados essenciais para se diagnosticar o grau de desenvolvimento de um território.

É importante ressaltar que, ferramentas de medição de indicadores de desenvolvimento, para qualquer recorte territorial, têm o objetivo de analisar os indicadores que são considerados relevantes no âmbito do conceito de desenvolvimento a ser adotado. Todavia, sempre existe algum grau de subjetividades, principalmente no que se refere a noção de desenvolvimento escolhida, a escolha dos indicadores e variáveis e os parâmetros de classificação dos resultados.

Neste contexto, segundo FECAM (2021), para calcular o IDMS foram definidos, para cada dimensão, alguns aspectos da realidade que poderiam traduzir mais adequadamente suas condições de desenvolvimento levando em consideração as limitações de disponibilidade, confiabilidade e a atualidade dos dados. Os índices e subíndices municipais são classificados de acordo com as seguintes categorias:

**Tabela 17 - Classificação do IDMS**

VALOR DO IDMS	CLASSIFICAÇÃO
Maior ou igual a 0,875	Alto
Maior ou igual a 0,750 e menor do que 0,875	Médio Alto
Maior ou igual a 0,625 e menor do que 0,750	Médio
Maior ou igual a 0,500 e menor do que 0,625	Médio Baixo
Menor do 0,500	Baixo

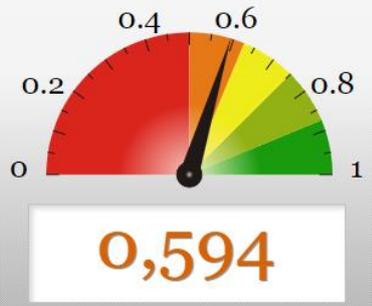
Fonte: FECAM (2021)

Adaptação: Raízes do Brasil Consultoria

### 3.5.1. O IDMS – ÍNDICE DE DESENVOLVIMENTO MUNICIPAL SUSTENTÁVEL DE RIO DOS CEDROS

De acordo com a metodologia aplicada, o IDMS de Rio dos Cedros é de 0,594, que é classificado como médio baixo. A Tabela 18 demonstra o valor obtido pelo município em todas as dimensões e subdimensões analisadas.

Tabela 18 – IDMS - Índice de Desenvolvimento Municipal Sustentável de Rio dos Cedros

IDMS	DIMENSÃO	SUBDIMENSÃO
 <p><b>0,594</b></p> <p><b>Médio Baixo</b></p>	Sociocultural	Educação ⇒ <b>0,520</b> Saúde ⇒ <b>0,611</b> Cultura ⇒ <b>0,430</b> Habitação ⇒ <b>0,943</b>
	Econômica	Economia ⇒ <b>0,553</b>
	Ambiental	Meio ambiente ⇒ <b>0,529</b>
	Político Institucional	Finanças Públicas ⇒ <b>0,758</b> Gestão Pública ⇒ <b>0,875</b> Participação Social ⇒ <b>0,468</b>

Fonte: FECAM (2021)

Adaptação: Raízes do Brasil Consultoria

# 4

## DIAGNÓSTICO TURÍSTICO ESTRATÉGICO

4.1. Análise do Mercado Turístico

4.2. Análise da Oferta Turística

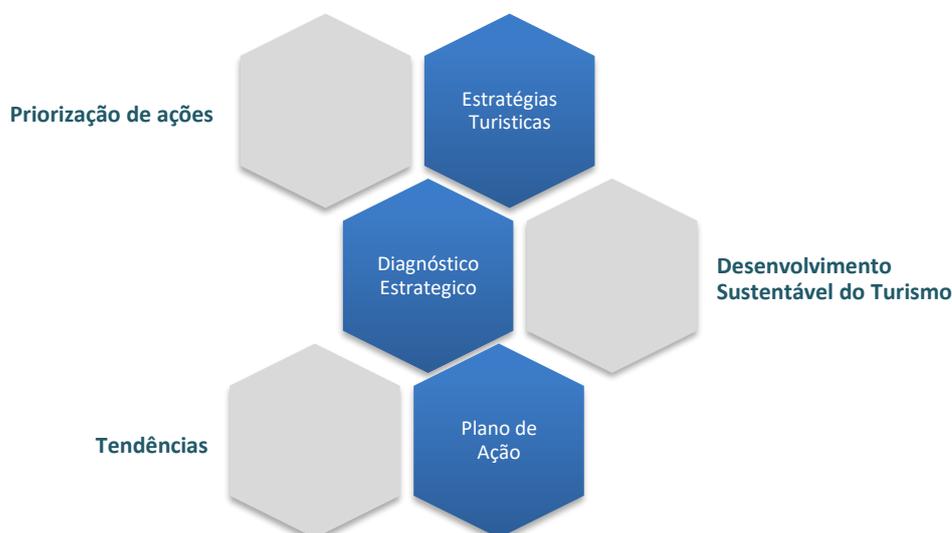
#### 4. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO

O Diagnóstico Estratégico é a ferramenta que permite avaliar a situação atual da estrutura da atividade turística no município e a sua posição competitiva em relação outros destinos turísticos, do ponto de vista dos turistas e da concorrência. De acordo com Petrocchi (2009), a compreensão da realidade atual permite se antecipar situações difíceis e se identificar oportunidades e ameaças, dando suporte para a formulação de estratégias que levarão o destino aos resultados esperados.

O Diagnóstico Estratégico envolve a coleta e a análise de informações que devem abranger a oferta e a demanda turística da região e deve estar embasado em quatro atividades prioritárias:

- i) Análise dos produtos atualmente consolidados no município que são os mais rentáveis e os que ainda têm possibilidade de maior crescimento e as linhas de produtos ainda emergentes ou não exploradas que têm maior potencial ou possibilidade de crescimento no destino, nas quais se deve concentrar esforços;
- ii) Análise da importância dos atrativos ou recursos turísticos por meio da hierarquização. Esta atividade permite identificar a importância das zonas turísticas que depende tanto da quantidade como da qualidade dos atrativos turísticos nela incluídos;
- iii) Identificação de áreas críticas de intervenção em cada segmento, bem como os atores locais que deverão ser mobilizados;
- iv) Estruturação da Matriz SWOT, apresentando uma avaliação das oportunidades e riscos cruzados com os pontos fortes e fracos dos aspectos e temas relevantes para o turismo no destino turístico.

O resultado deste conjunto de atividades norteia as fases posteriores do planejamento turístico municipal: Estratégias Turísticas, o Plano de Ação, e a priorização das ações, fomentando as tendências desejáveis e garantindo as condições mínimas para tratamento de pontos críticos de desenvolvimento sustentável do turismo no destino.



#### 4.1. ANÁLISE DO MERCADO TURÍSTICO

Segundo Petrocchi (2009), as análises qualitativas de mercados turísticos devem ser focadas no comportamento e nas características dos visitantes, estudando o perfil demográfico, conhecendo as motivações da viagem e entendendo o que, onde, porque, quando e como esse público compra um produto turístico. Portanto, os estudos visam mapear o maior número possível de informações sobre o comportamento e as preferências das pessoas, buscando conhecer quem são os clientes potenciais do destino e aqueles que não são. Neste sentido, as pesquisas e análises de mercado são importantes instrumentos para subsidiar a formatação de ofertas direcionadas ao público-alvo e a adequação dos produtos e serviços para satisfazer as expectativas da demanda.

A seguir, relata-se e analisam-se os dados levantados sobre a demanda e a oferta turística de Rio dos Cedros.

##### 4.1.1. DEMANDA TURÍSTICA ATUAL

Para se analisar a demanda turística é preciso entender os fatores que influenciam os fluxos turísticos. Existem diversos fatores que impactam na demanda, entre eles, disponibilidade de tempo dos turistas, disponibilidade financeira, fatores demográficos e fatores sociais. (DIAS, 2005). Ou seja, a demanda turística é afetada por diversos fatores, alguns de caráter individual e outros relacionados ao macroambiente e ao mercado ao qual o destino turístico está inserido.

Para que se possa compreender estas nuances, o setor público e o setor privado devem buscar o entendimento sobre o comportamento do mercado turístico, da oferta turística do destino e dos produtos e serviços oferecidos aos visitantes. Este entendimento será útil para se adequar a oferta de produtos e serviços do destino às expectativas dos turistas.

A análise da demanda turística real de Rio dos Cedros, ou seja, aquela que já consome o produto ou o destino turístico (IGNARRA, 2013), teve como objetivo identificar o perfil socioeconômico dos visitantes, seus hábitos e características de consumo, bem como a avaliação deles sobre os serviços turísticos oferecidos no município.

Para coletar os dados do destino realizou-se uma pesquisa com turistas que visitaram Rio dos Cedros entre janeiro de 2020 e fevereiro de 2021 e que efetivamente utilizaram serviços de hospedagem. A coleta de dados foi realizada por e-mail, entre março e abril de 2021, com o auxílio da plataforma *Google Forms*. O questionário semiestruturado contou com 32 perguntas, entre questões abertas e questões fechadas, possibilitando análises qualitativas e quantitativas. Dentre o perfil selecionado para envio da pesquisa, foram incluídos cicloturistas e visitantes em geral, sendo obtidas cento e noventa e três (193) respostas de turistas que visitaram Rio dos Cedros no período selecionado.

É importante ressaltar que os resultados obtidos aliados aos dados socioeconômicos oficiais, propiciará compor a análise do ambiente externo e embasará a elaboração de estratégias de posicionamento turístico para o destino de Rio dos Cedros.

Ademais, destaca-se que esta foi uma pesquisa com corte transversal, ou seja, ela foi realizada em um único período. Isso inviabiliza a representação histórica de visitação do destino e limita a confiabilidade de projeções futuras. Neste sentido, recomenda-se que o destino estabeleça mecanismos que permitam um controle estatístico efetivo da visitação.



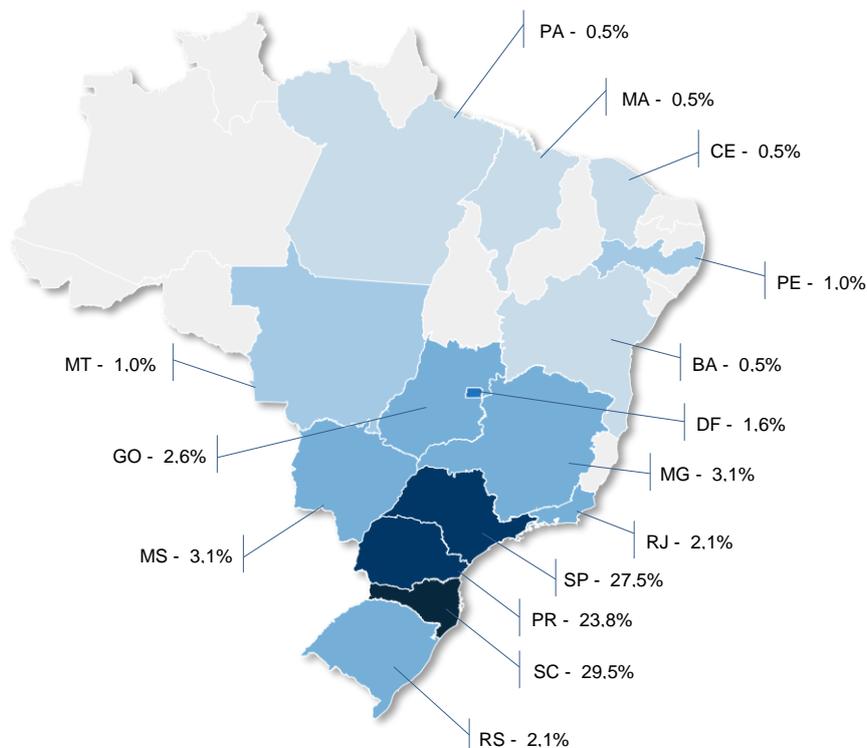
## RESULTADO E ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA DE DEMANDA

### PERFIL DO VISITANTE RESPONDENTE

Nesta seção se identifica o perfil socioeconômico do visitante que respondeu à pesquisa, como estado de residência, gênero, estado civil, faixa etária, grau de escolaridade, renda média familiar mensal e tipo de ocupação.

#### ► Estado de residência

**Figura 42 - Estado de residência**



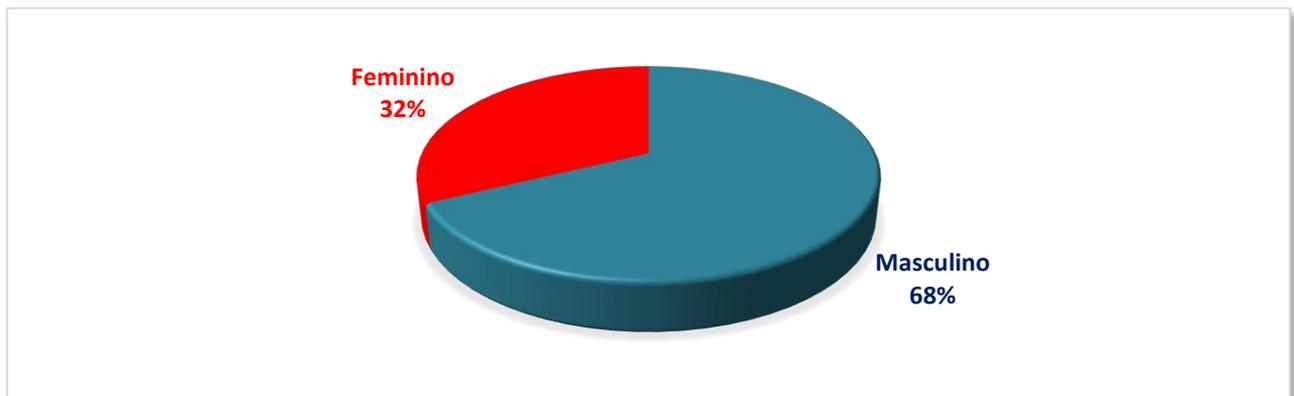
**Fonte:** Pesquisa sobre a demanda turística  
**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

De acordo com os resultados da pesquisa apresentados na **Figura 1**, Santa Catarina com 29,5%, São Paulo com 27,5% e Paraná com 23,8% são os estados que representam a maioria dos visitantes que responderam à pesquisa. Porém, outros estados com menor número também foram mencionados pelos pesquisados: Minas Gerais (3,1%), Mato Grosso do Sul (3,1%), Goiás (2,6%), Rio Grande do Sul (2,1%), Rio de Janeiro (2,1%), Distrito Federal (1,6%), Pernambuco (1,0%), Mato Grosso (1,0%), Bahia (0,5%), Ceará (0,5%), Maranhão (0,5%), Pará (0,5%) e vindos do exterior (0,5%). Pode-se afirmar que turistas oriundos de Santa Catarina, São Paulo e Paraná representam 80,9% do total de respondentes.

### ► Gênero

No que tange ao gênero dos visitantes, o **Gráfico 7** demonstra que, de acordo com os dados da pesquisa, existe uma acentuada predominância do gênero masculino (68%) entre os visitantes que responderam à pesquisa, se comparado com o gênero feminino (32%).

**Gráfico 7 - Gênero**



**Fonte:** Dados da pesquisa sobre a Demanda Turística (2021)

**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

### ► Estado Civil

Quanto ao estado civil dos respondentes, os dados apresentados no **Gráfico 8** constataam que a maioria dos visitantes são casados (63%), seguidos por solteiros (19%), separados / divorciados (10%), com união estável (7%) e viúvos (1%).

Gráfico 8 - Estado civil

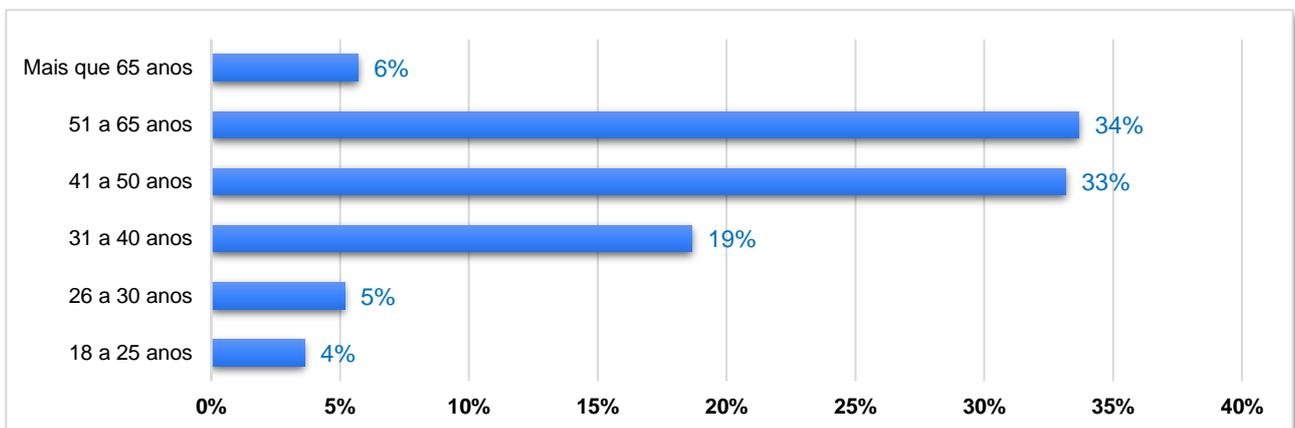


Fonte: Pesquisa sobre a demanda turística  
Elaboração: Raízes do Brasil Consultoria

### ► Faixa Etária

No que se refere a faixa etária, 67% dos respondentes possuem entre 41 e 65 anos. Em outros termos a maioria dos visitantes respondentes são de meia idade, sendo que as faixas etárias de 41 a 50 anos possuem 33% e de 51 a 65 anos, 34% do total. A terceira faixa etária mais significativa é a de 31 a 40 anos, com 19%, a quarta é a de quem tem mais de 65 anos, com 6% e as duas últimas são de 26 a 30 anos, com 5% e a de 18 a 25 anos, com 4%.

Gráfico 9 - Faixa etária



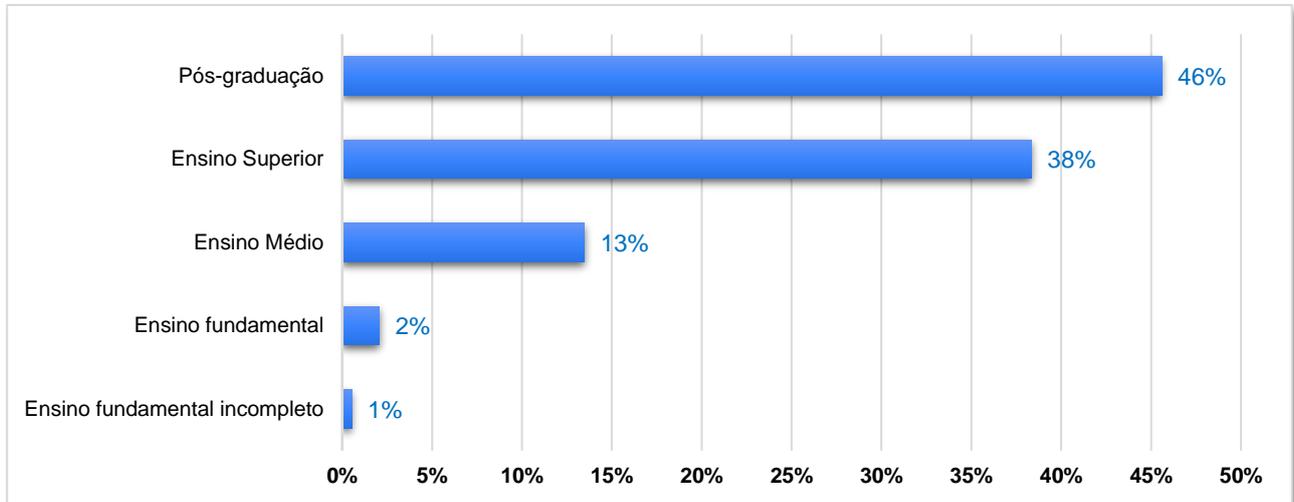
Fonte: Dados da pesquisa sobre a demanda turística  
Elaboração: Raízes do Brasil Consultoria

### ► Grau de Escolaridade

Dados da pesquisa demonstraram que os turistas de Rio dos Cedros que responderam à pesquisa têm alto grau de escolaridade. Conforme apresentado no **Gráfico 10**, 84% dos respondentes têm ensino superior completo, sendo 46% com pós-graduação em algum nível e 38% com graduação

completa. Que completaram o ensino médio são 13% dos pesquisados, com ensino fundamental foram 2% e com ensino fundamental incompleto apenas 1% dos respondentes.

**Gráfico 10 – Grau de escolaridade**



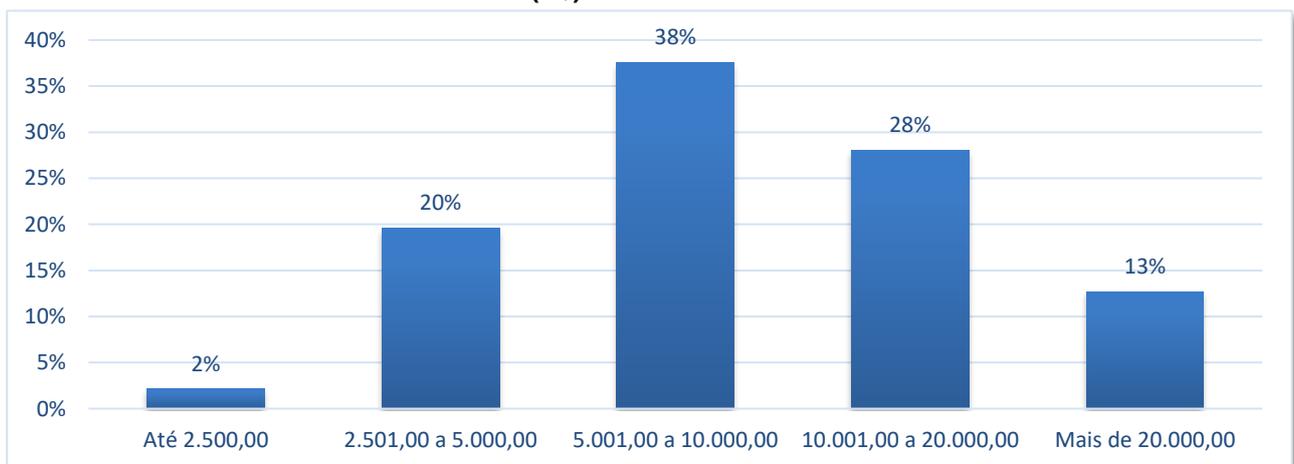
**Fonte:** Dados da pesquisa sobre a Demanda Turística (2021)

**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

### ► Renda Média Mensal Familiar

Considerando-se a amostra pesquisada, os resultados evidenciaram que a renda média familiar mensal de 41% dos respondentes é acima de R\$ 10.000,00 e destes, 13,0% recebem acima de R\$ 20.000,00. Conforme pode-se verificar no **Gráfico 11**, na faixa de R\$ 5.001,00 a R\$ 10.000,00 se enquadraram 38% dos respondentes. 20% dos pesquisados estão na faixa de R\$ 2.501,00 a R\$ 5.000,00 e apenas 2% têm renda familiar de até R\$ 2.500,00.

**Gráfico 11 - Renda média mensal familiar (R\$)**



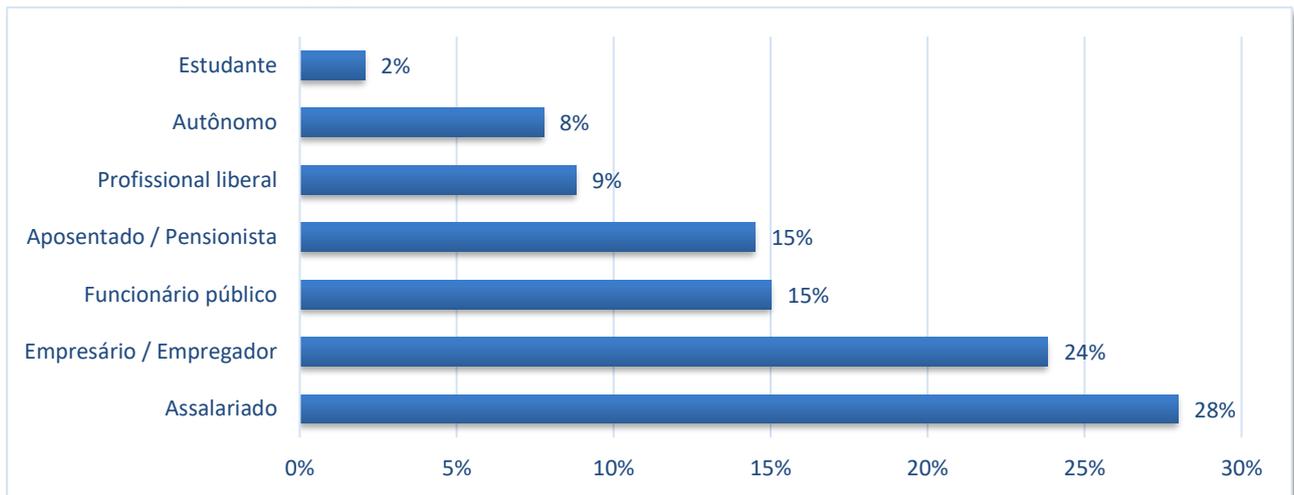
**Fonte:** Dados da pesquisa sobre a Demanda Turística (2021)

**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

### ► Tipo de Ocupação

Quanto ao tipo de ocupação dos participantes da pesquisa, é possível constatar pelo **Gráfico 12** que 28% dos visitantes são assalariados, enquanto 24% são empresários ou empregadores, 15% se enquadram em dois tipos de ocupação – aposentados ou pensionistas e funcionários públicos. 9% são profissionais liberais, 8% são autônomos e, por fim, 2% são de estudantes.

**Gráfico 12 - Tipo de ocupação**



**Fonte:** Dados da pesquisa sobre a Demanda Turística (2021)

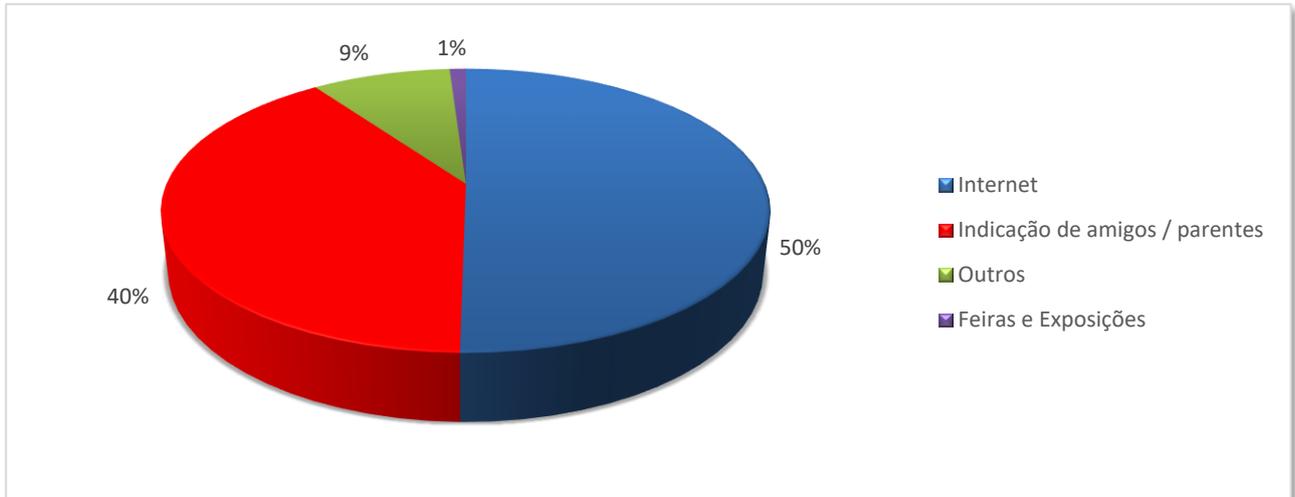
**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

## ORGANIZAÇÃO DA VIAGEM

Nesta seção da pesquisa foram formuladas questões relativas à viagem em si, como a motivação, o planejamento, o meio de transporte utilizado para chegar ao destino e para se locomover internamente, a forma de viajar, o número de companheiros e o tipo de hospedagem escolhido.

### ► Como obteve informações sobre o destino

Como mostra o **Gráfico 13**, a maioria absoluta dos pesquisados (90%) respondeu que obteve informações sobre o destino de duas maneiras: internet, com 50% das respostas e indicação de amigos / parentes, com 40%. Outras fontes foram 9% e feiras e exposições 1%. Este dado sobre a internet reflete a importância de tanto o destino com seus atrativos quanto os serviços estarem presentes de forma consistente na grande rede, seja nas mídias sociais, em sites próprios, nos portais de turismo, nas ferramentas de avaliação, bem como nas plataformas de comercialização. O dado sobre a indicação de amigos / parentes indica a importância de se manter atrativos organizados, bons serviços de apoio ao turista, sinalização, infraestrutura adequada etc. como forma de manutenção do boca-a-boca positivo.

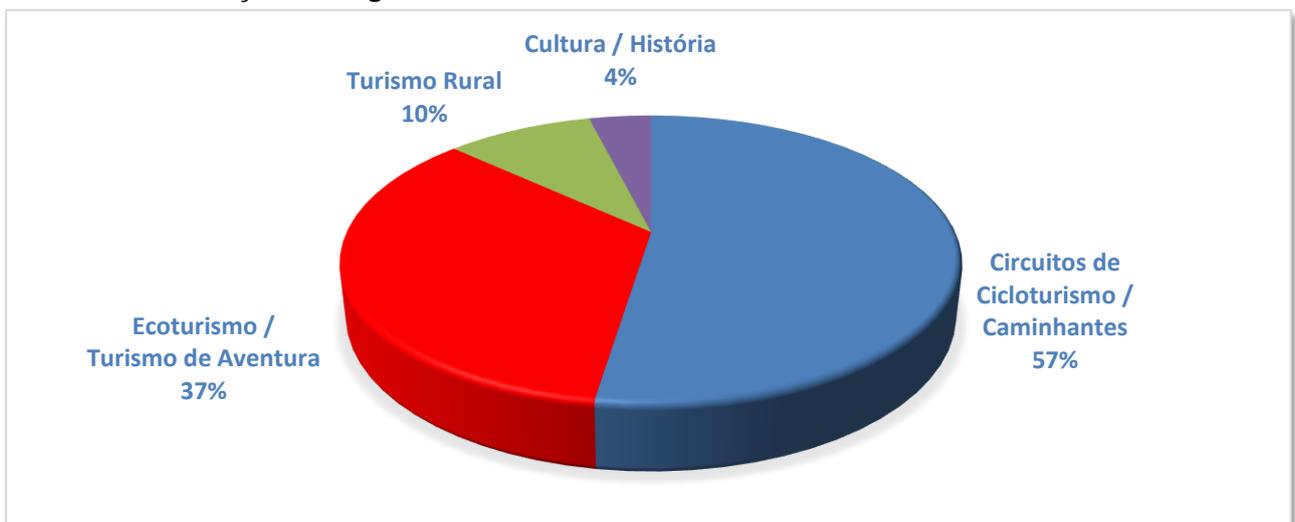
**Gráfico 13 – Como obteve informações sobre o destino**

Fonte: Dados da pesquisa sobre a Demanda Turística (2021)

Elaboração: Raízes do Brasil Consultoria

### ► Motivação da viagem

Nesta questão o pesquisado poderia marcar mais de uma opção como motivação da viagem. Conforme pode-se perceber pelo **Gráfico 14**, a maioria da amostra (57%) teve como motivação da viagem o circuito de cicloturismo ou de caminhantes. Todavia, ressalta-se dois pontos em relação a este número expressivo: **i)** ele pode ser derivado da amostra selecionada que foi direcionada para indivíduos que efetivamente se hospedaram em Rio dos Cedros ou em municípios próximos integrantes do Vale Europeu; **ii)** a pesquisa pode ter tido um maior engajamento por parte dos cicloturistas ou caminhantes e um menor engajamento por parte dos outros visitantes que receberam a pesquisa.

**Gráfico 14 - Motivação da viagem**

Fonte: Dados da pesquisa sobre a Demanda Turística (2021)

Elaboração: Raízes do Brasil Consultoria

Ademais, os dados confirmam que mesmo com a predominância de cicloturistas e caminhantes, a motivação por atividades de Ecoturismo / Turismo de Aventura teve um valor expressivo, com 37%. Em menor escala apareceram o Turismo Rural, com 10% e Cultura / História com 4%. As motivações Compras, Eventos, Religiosidade e Negócios não obtiveram nenhuma marcação pelos respondentes.

Esses dados evidenciam que Rio dos Cedros tem potencial de atrair visitantes por meio de múltiplos segmentos turísticos e não apenas os cicloturistas ou caminhantes.

### ► Como planejou a viagem

Como se pode observar no **Gráfico 9**, a pesquisa identificou que 86% dos respondentes planejaram a viagem sozinhos, ou seja, sem o suporte de uma agência de turismo, enquanto apenas 14% deles contrataram este tipo de serviço. As pessoas que planejam por conta própria majoritariamente utilizam informações disponíveis na internet, como em blogs, ferramentas de avaliação, pesquisa orgânica, plataforma de comercialização etc., ou buscam indicações de amigos ou parentes como base para a tomada de decisão sobre visitar um destino ou não. Este dado ratifica a importância do destino e seus atrativos e serviços terem presença consistente na grande rede. Além é claro, do destino manter atrativos organizados, bons serviços de apoio ao turista, sinalização, infraestrutura adequada etc.

**Gráfico 15 - Como planejou a viagem**



**Fonte:** Dados da pesquisa sobre a Demanda Turística (2021)

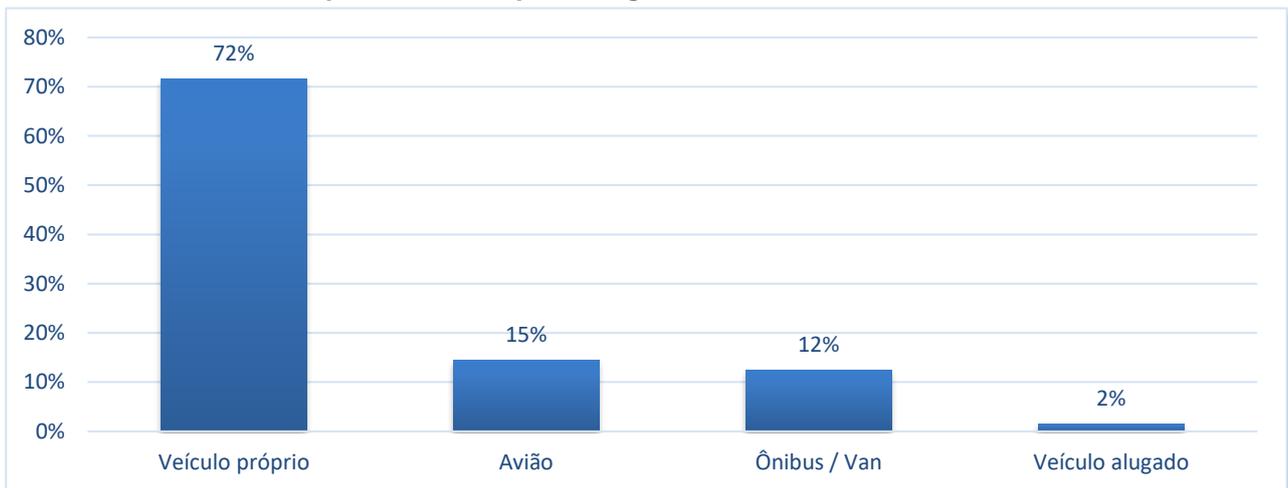
**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

### ► Meio de transporte utilizado para chegar ao destino

De acordo com os resultados da pesquisa apresentados no **Gráfico 10**, 72% dos respondentes utilizam veículo próprio para chegar ao destino. Ademais, 15% utilizam avião, 12% ônibus/van e 2% contratam a locação de veículos. Salienta-se que não há aeroportos no destino e por isso além do avião o turista necessita de adotar outro meio de transporte.

De acordo com Boullón (2002) o raio de influência teórico de centros turísticos é de até 200km para visitantes que utilizam veículo próprio. Esta seria a distância máxima percorrida pelos turistas para visitação de atrativos turísticos em uma região. Diante disso, pode-se considerar que os atrativos com condições de atendimento turístico (vias de acesso, equipamentos de hospedagem e alimentação, comércio, entre outros) dispersos nos municípios do Vale Europeu se beneficiam do fato de majoritariamente o meio de transporte utilizado ser veículo próprio.

**Gráfico 16 - Meio de transporte utilizado para chegar ao destino**

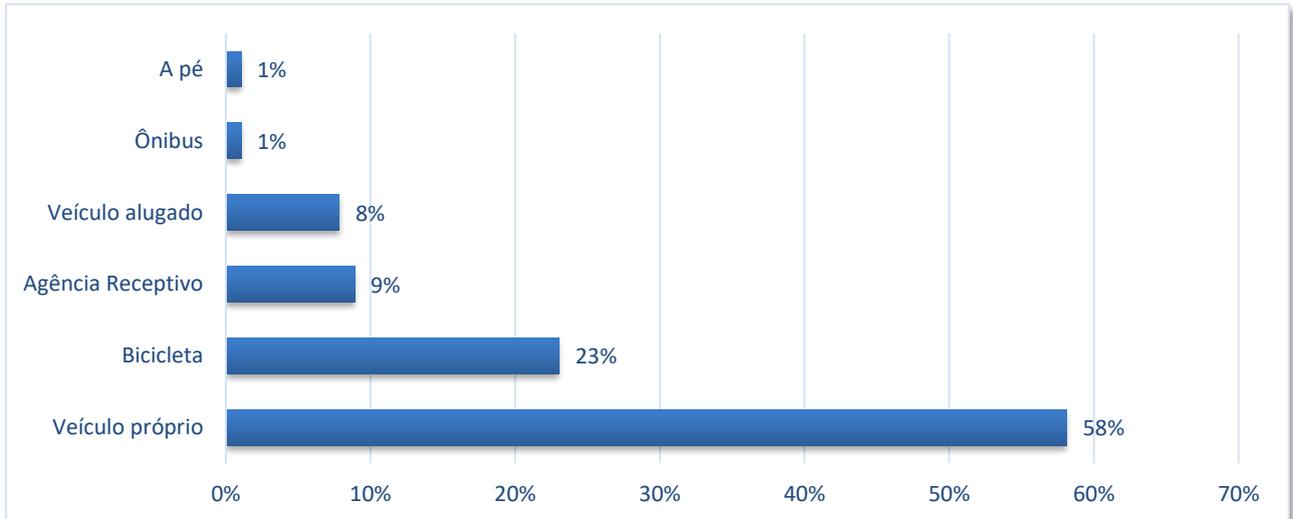


**Fonte:** Dados da pesquisa sobre a Demanda Turística (2021)

**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

### ► Meio de transporte utilizado para se deslocar no destino

Em relação ao deslocamento no destino observa-se pelos resultados expostos no **Gráfico 11** que 58% utilizam veículo próprio. A bicicleta aparece em segundo lugar com 23% do total de respondentes. Tal fato pode ser derivado do fato de que muitos respondentes são cicloturistas e têm como objetivo conhecer o local pedalando. Veículos de agências de receptivo são 9%, veículos alugados 8% e ônibus ou a pé representam 1% do total, cada um.

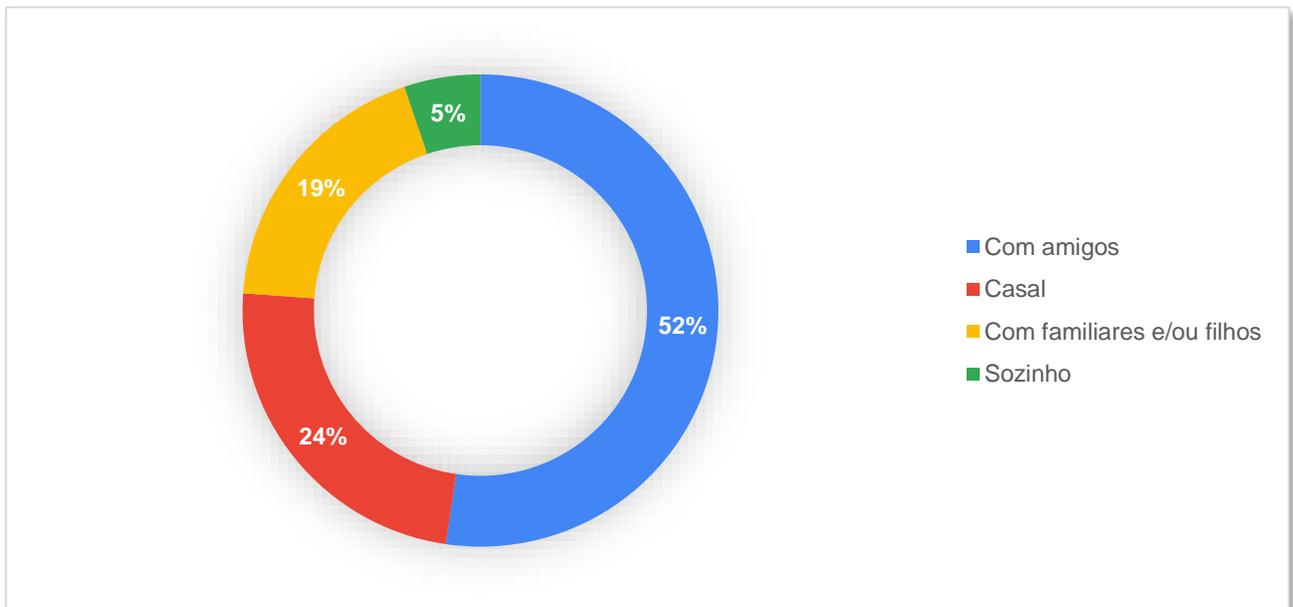
**Gráfico 17 - Meio de transporte utilizado no destino**

**Fonte:** Dados da pesquisa sobre a Demanda Turística (2021)

**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

### ► Forma de viajar

O **Gráfico 12** demonstra que em relação aos companheiros de viagem 52% são amigos, seguidos de 24% de casais. Em terceiro lugar 19% identifica-se que são familiares e/ou filhos e apenas 5% viajam sozinhos. A predominância de viagens com amigos aponta a necessidade de alternativas de entretenimento que atendam a este público.

**Gráfico 18 - Forma de viajar**

**Fonte:** Dados da pesquisa sobre a Demanda Turística (2021)

**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

### ► Número de companheiros na viagem

Em relação ao número de companheiros na viagem, observa-se pelo **Gráfico 13** que há uma concentração abaixo da linha horizontal 5 indicando que as pessoas visitam o destino em pequenos grupos com até 5 pessoas. Tal fator é um indicativo relevante a ser considerado no planejamento das atividades turísticas.

**Gráfico 19 - Número de companheiros na viagem**



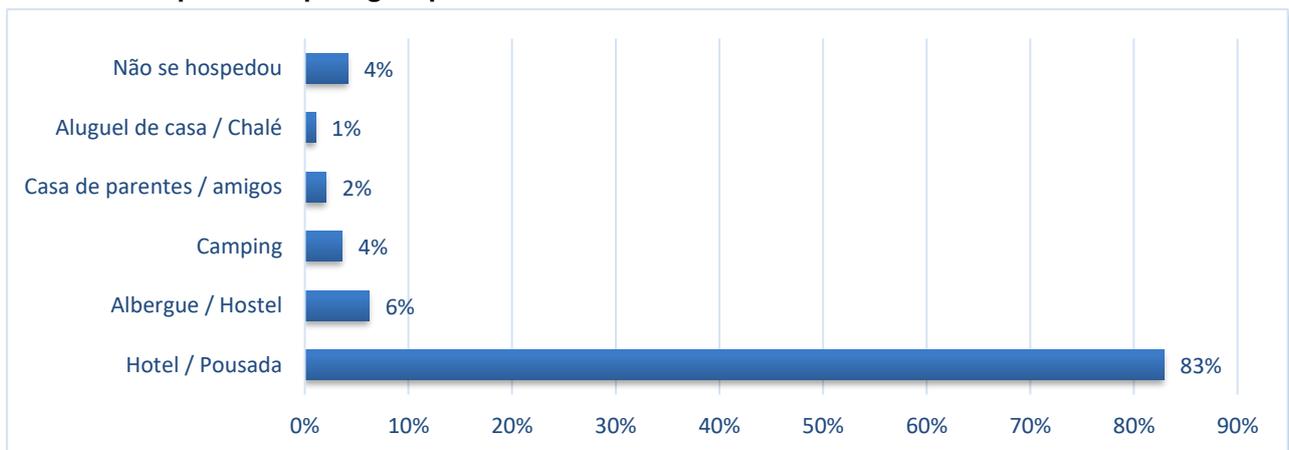
**Fonte:** Dados da pesquisa sobre a Demanda Turística (2021)

**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

### ► Tipo de hospedagem

No que tange ao tipo de hospedagem observa-se que 83% dos respondentes preferem hotel/pousada para pernoitar. Hostel/Albergue 6% dos respondentes, camping 4%, casa de amigos ou parentes 2% e aluguel de casa/chalé 1%. Ademais, 4% dos respondentes não se hospedaram.

**Gráfico 20 - Tipo de hospedagem preferida**



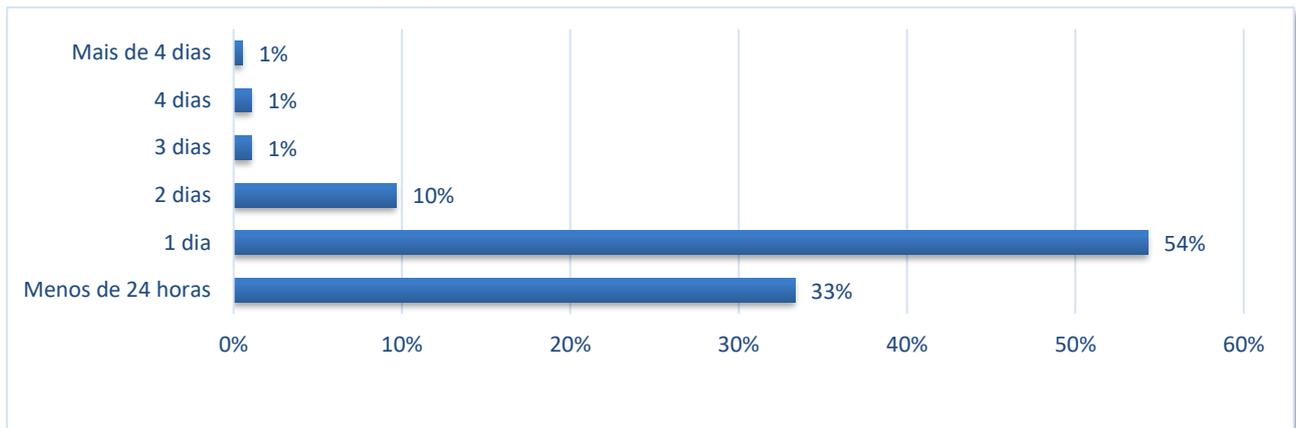
**Fonte:** Dados da pesquisa sobre a Demanda Turística (2021)

**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

### ► Quantos dias permaneceu no destino

Predominantemente identificou-se que a permanência no destino foi de 1 dia (54%) ou menos de 24h (33%). Conforme explícito no **Gráfico 15** somados, observa-se que 87% dos respondentes ficaram no máximo um dia no destino turístico. Apenas 10% dos respondentes permaneceram 2 dias e 3% ficaram 3 dias ou mais.

**Gráfico 21 – Número de dias que permaneceu no destino**



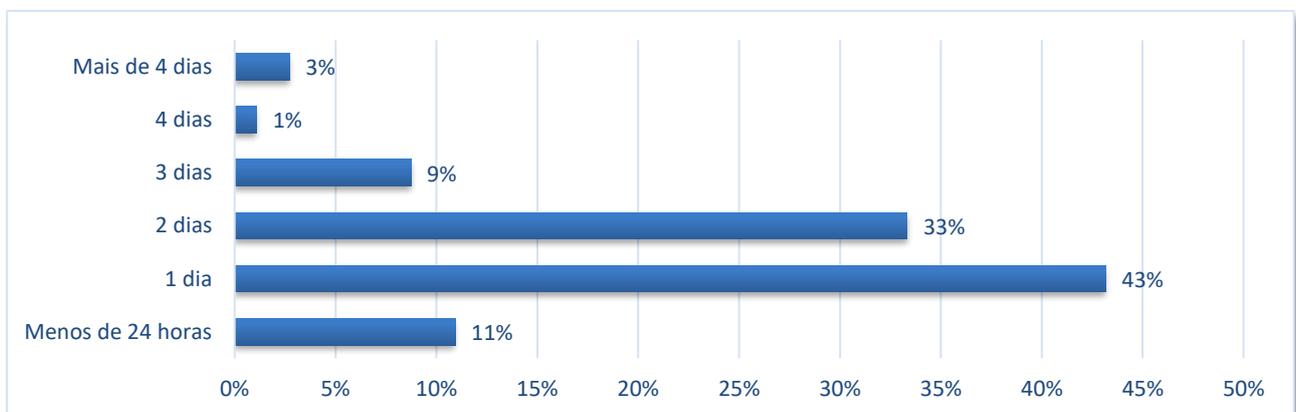
**Fonte:** Dados da pesquisa sobre a Demanda Turística (2021)

**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

### ► Quantos dias considera ideal para permanecer no destino

Ao analisar o número de dias que os visitantes consideram ideal para permanecer no destino, **Gráfico 16**, identifica-se que 54% julga que 1 dia ou menos é o ideal. Ademais, 33% acreditam que 2 dias são ideais para permanência. Isso permite afirmar que 87% dos visitantes declaram ideal ficar até dois dias no destino. Isso pode indicar um insuficiente número de atrações ou uma insuficiente divulgação das mesmas. De qualquer maneira, confirma-se uma baixa motivação para permanência no destino.

**Gráfico 22 – Número de dias ideal no destino**



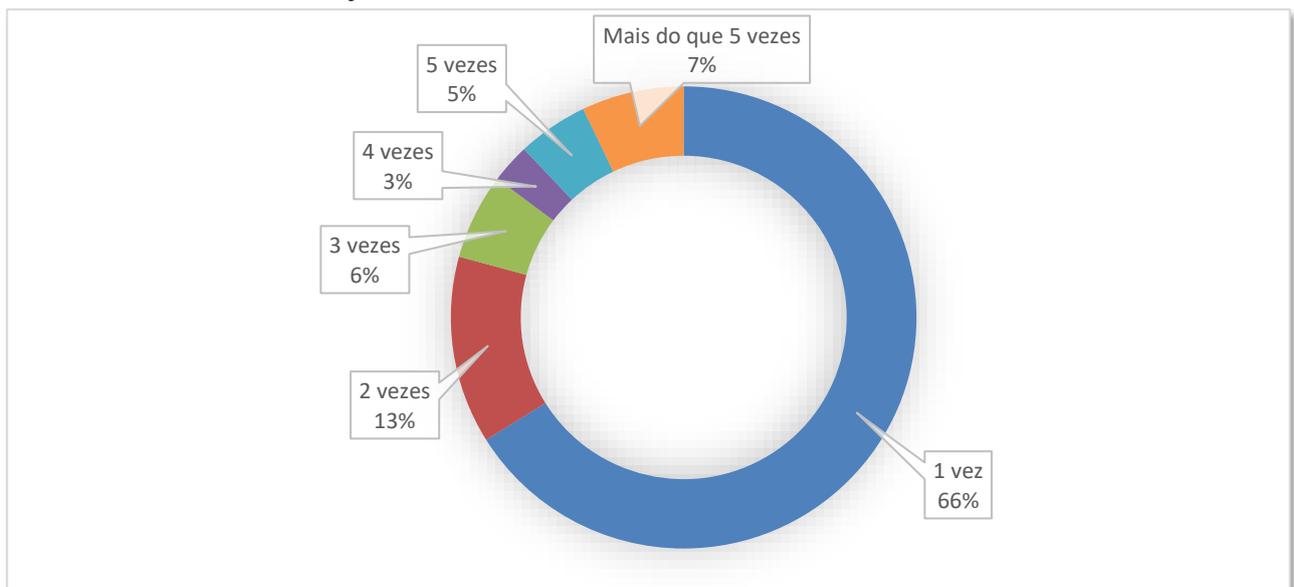
**Fonte:** Dados da pesquisa sobre a Demanda Turística (2021)

**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

### ► Quantos vezes já visitou o destino

O **Gráfico 17**, mostra que 66% dos respondentes visitaram o destino uma única vez. Visitaram 2 vezes 13%, 3 vezes 6% e, somados, 4 ou mais vezes resulta em 15%. Considerando-se que a amostra desta pesquisa é composta majoritariamente por respondentes que utilizaram equipamentos de hospedagem (vide Gráfico 14) observa-se que há uma predominância de visitas pela primeira vez.

**Gráfico 23 - Quantas vezes já visitou o destino**



**Fonte:** Dados da pesquisa sobre a Demanda Turística (2021)

**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

## AVALIAÇÃO GERAL DO DESTINO – INSTALAÇÕES, SERVIÇOS E ATRATIVOS TURÍSTICOS

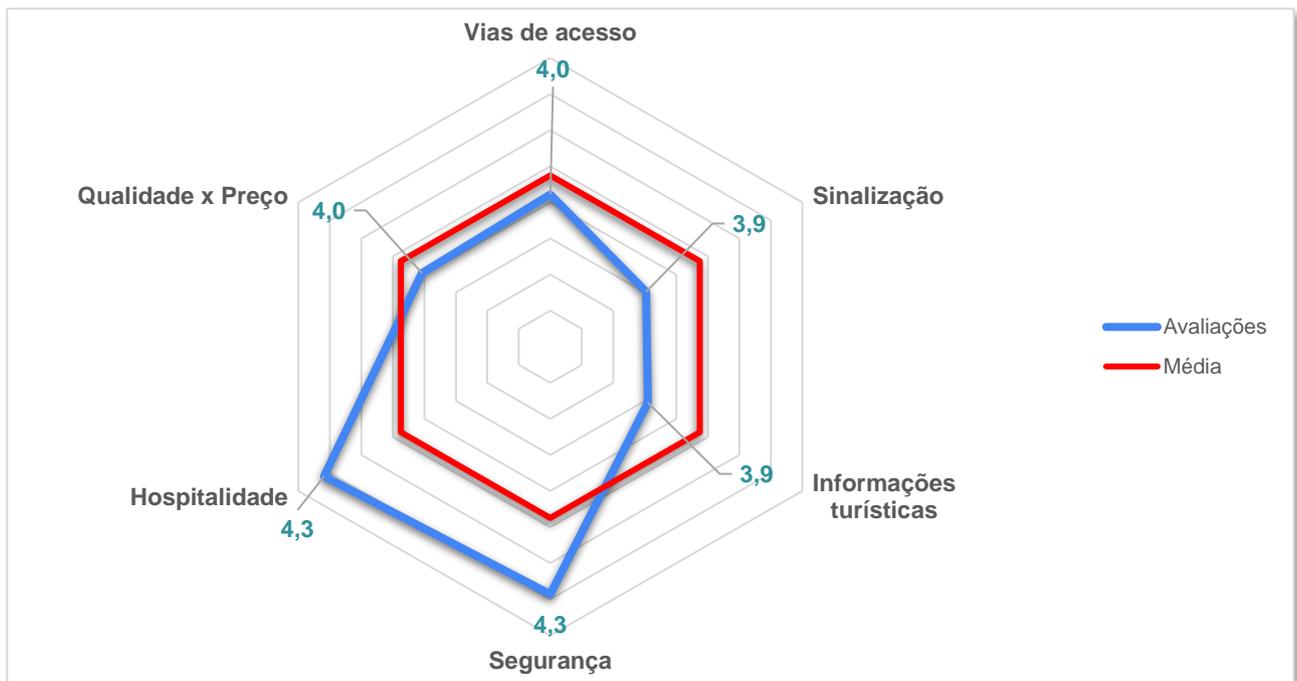
Esta seção da pesquisa traz a avaliação dos respondentes em relação a um conjunto de componentes relativos às instalações e aos serviços turísticos do município. Os pesquisados foram convidados a avaliar cada item atribuindo uma nota de 1 a 5, em que 1 significa péssimo, 2 ruim, 3 neutro, 4 bom e 5 excelente.

### ► Instalações turísticas

Em relação às instalações, foram avaliados os componentes: **i)** vias de acesso aos atrativos; **ii)** sinalização turística; **iii)** informações turísticas; **iv)** segurança (percepção); **v)** hospitalidade e; **vi)** qualidade x preço. De acordo com a pesquisa, a avaliação média geral atribuída a esse conjunto de indicadores foi de 4,1 pontos, que corresponde a linha vermelha exibida no **Gráfico 18**.

Os quesitos sinalização e informações turísticas obtiveram 3,9 pontos, as vias de acesso e a qualidade x preço alcançaram a nota 4,0 e a hospitalidade e segurança atingiram 4,3 pontos. Diante deste resultado é possível afirmar que os respondentes atribuíram notas menores para sinalização e informações turísticas indicando uma possível necessidade de melhoria destes quesitos. Ademais, hospitalidade e segurança se destacaram positivamente.

**Gráfico 24 - Avaliação das instalações turísticas**



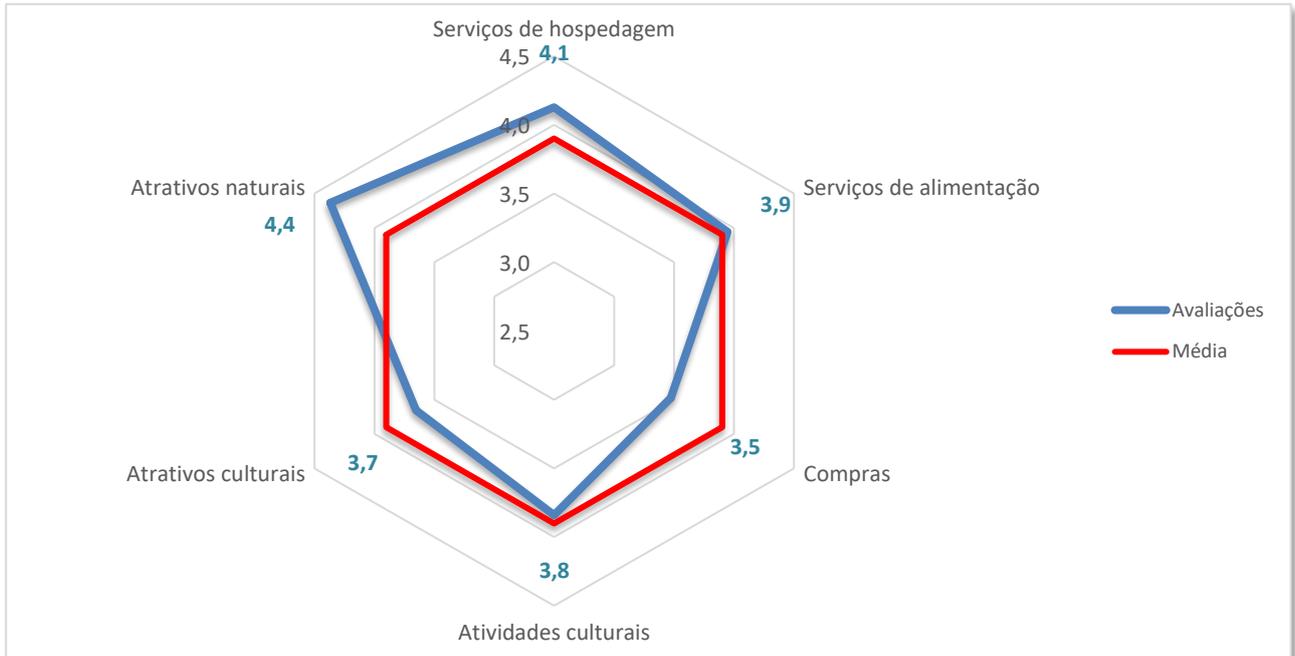
**Fonte:** Dados da pesquisa sobre a Demanda Turística (2021)

**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

### ► Serviços e atrativos turísticos

Em relação aos serviços e atrativos turísticos foram avaliados os seguintes componentes: **i)** serviços de hospedagem; **ii)** serviços de alimentação; **iii)** compras; **iv)** atividades culturais; **v)** atrativos culturais e; **vi)** atrativos naturais. Da mesma maneira, de acordo com a pesquisa, a média geral atribuída ao conjunto de indicadores que compõem os serviços turísticos de Rio dos Cedros foi de 3,9 pontos.

O **Gráfico 25** exibe a avaliação média atribuída pelos respondentes em relação a cada item pesquisado, que corresponde a linha azul. Observa-se que as notas obtidas foram respectivamente 3,5 para compras; 3,7 atrativos culturais; 3,8 atividades culturais; 3,9 serviços de alimentação; 4,1 serviços de hospedagem e; 3,9 serviços de alimentação; 4,1 serviços de hospedagem e; 4,4 atrativos naturais. Ou seja, a melhor avaliação dos respondentes foi para atrativos naturais e a pior avaliação foi para compras.

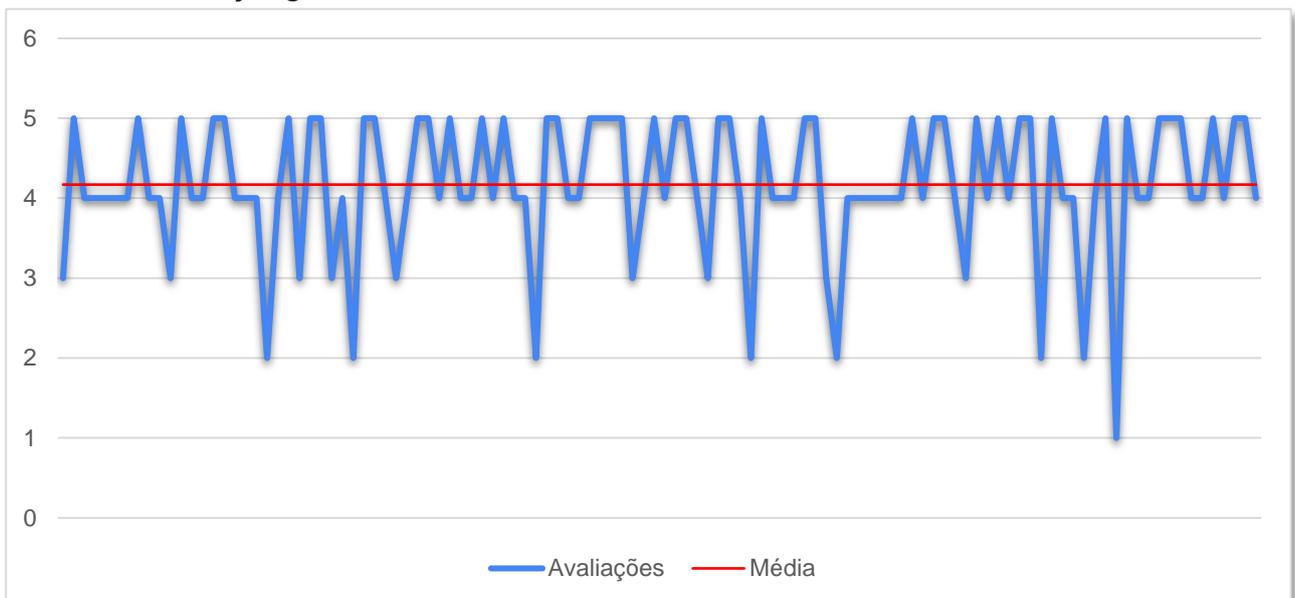
**Gráfico 25 - Avaliação dos serviços turísticos**

**Fonte:** Dados da pesquisa sobre a Demanda Turística (2021)

**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

### ► Avaliação geral do destino

O questionário também previa uma avaliação do destino turístico como um todo. Nesse sentido, foi solicitado ao pesquisado a atribuição de uma nota geral para Rio dos Cedros. A nota geral atribuída ao destino foi de 4,2 pontos. A variação das avaliações pode ser conferida no **Gráfico 26**.

**Gráfico 26 - Avaliação geral do destino**

**Fonte:** Dados da pesquisa sobre a Demanda Turística (2021)

**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

Por fim, a pesquisa inquiriu aos pesquisados que caracterizassem o destino turístico em uma só palavra, a primeira que lhes viesse à mente. O resultado deste questionamento está demonstrado na **Figura 43**.

**Figura 43 – Caracterização do destino em uma palavra**



**Fonte:** Dados da pesquisa sobre a Demanda Turística (2021) - *TagCrowd*

**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

O resultado indica que as palavras mais lembradas foram **natureza** e **lindo**, com 15 e 14 ocorrências respectivamente. Seguidas de **beleza**, **bonito**, **maravilhosos**, **represas** com 5 ocorrências cada. Observa-se que natureza e represas se referem a atrativos naturais e que as palavras: lindo, beleza, bonito e maravilhosos são adjetivos positivos para a região.

Complementarmente, para a análise do mercado turístico de Rio dos Cedros, utilizou-se também dados secundários provenientes de uma pesquisa realizada pelo Departamento de Turismo da Secretaria de Esportes, Cultura e Turismo do município de Rio dos Cedros em nos dias 18, 19 e 20 de abril de 2020 e nos dias 05, 06 e 07 de junho de 2020. A pesquisa (Rio dos Cedros, 2020) interpelou exclusivamente as pessoas que chegavam de carro ao município e tinham como destino a região dos lagos. No total, foram entrevistadas 1.199 pessoas.

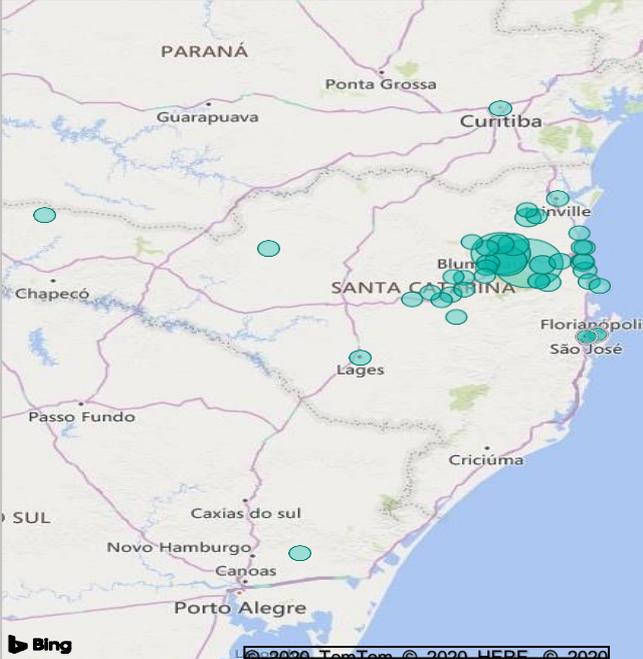
Pelos dados da pesquisa (Rio dos Cedros, 2020), detectou-se que esta amostra se configurou predominantemente de um público regional, ou seja, pessoas provenientes de cidades localizadas no próprio estado de Santa Catarina, numa distância não superior a 200 km de Rio dos Cedros, com poucas exceções. Os dados desta pesquisa serão apresentados a seguir:

### ► Cidade de origem dos entrevistados

Segundo dados da pesquisa (Rio dos Cedros, 2020), Blumenau com 29,02%, Timbó com 22,94% e Indaial com 12,51% são as três principais cidades de origem dos visitantes. A **Tabela 19** mostra a relação das 10 principais cidades emissoras de visitantes para Rio dos Cedros no período pesquisado.

**Tabela 19 - Cidade de origem dos visitantes**

Cidade	Percentual
Blumenau	29,02%
Timbó	22,94%
Indaial	12,51%
Pomerode	6,26%
Rio dos Cedros	3,75%
Jaraguá do Sul	3,25%
Gaspar	3,17%
Brusque	2,84%
Itajaí	2,09%
Balneário Camboriú	1,67%



**Fonte:** Turismo Rio dos Cedros  
**Adaptação:** Raízes do Brasil Consultoria

Pelo mapa apresentado, é possível confirmar que prioritariamente os visitantes são de cidades relativamente próximas de Rio dos Cedros, a uma distância não superior a 200 km com poucas exceções.

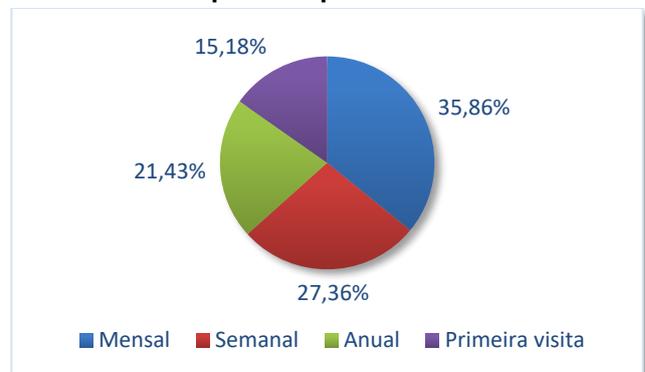
### ► Frequência que visita o destino

**Tabela 20 - Frequência que visita Rio dos Cedros**

Frequência	Percentual
Mensal	35,86%
Semanal	27,36%
Anual	21,43%
Primeira visita	15,18%

**Fonte:** Turismo Rio dos Cedros  
**Adaptação:** Raízes do Brasil Consultoria

**Gráfico 27 - Frequência que visita Rio dos Cedros**



**Fonte:** Turismo Rio dos Cedros  
**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

Os dados da pesquisa (Rio dos Cedros, 2020) revelam que a maioria dos entrevistados da amostra (84,35%) visitam Rio dos Cedros periodicamente. Pode-se notar pela **Tabela 20** que 35,86% visitam pelo menos uma vez por mês; 27,36% dos entrevistados visitam pelo menos 1 vez por semana e 21,43% visitam o destino pelo menos 1 vez por ano. Outras duas frequências pouco significativas emergiram da pesquisa: 2ª visita (0,08%) e trimestral (0,08%).

### ► Motivo da visita

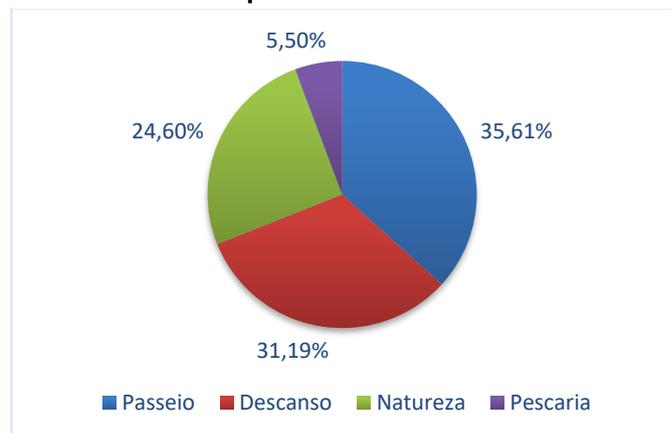
A pesquisa (Rio dos Cedros, 2020) expôs que os três principais motivos da visita a Rio dos Cedros relatados pelos entrevistados são respectivamente: Passeio com 35,61%, descanso com 31,19% e natureza com 24,60%. Pescaria com 5,50%, esporte com 2,59%, trabalho com 0,50% também foram mencionados.

**Tabela 21 - Motivo da visita**

Motivo	Percentual
Passeio	35,61%
Descanso	31,19%
Natureza	24,60%
Pescaria	5,50%
Esporte	2,59%
Trabalho	0,50%

**Fonte:** Turismo Rio dos Cedros  
**Adaptação:** Raízes do Brasil Consultoria

**Gráfico 28 – Principais motivos da visita**



**Fonte:** Turismo Rio dos Cedros  
**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

### ► Como ficou sabendo sobre Rio dos Cedros

Conforme exposto na **Tabela 21**, a principal fonte de informação sobre Rio dos Cedros relatada pelos entrevistados é majoritariamente a indicação de parentes / amigos com 78,40%, seguida, em percentual bem inferior, pelas redes sociais com 18,77%. Outras formas de obtenção de informação – já morou, trabalho, morador, panfletos, cidade vizinha, empresa, igreja, trabalha com turismo, totalizando em conjunto apenas 2,83% também foram relatadas pelos entrevistados (Rio dos Cedros, 2020).

Estes dados corroboram em partes com os dados da Pesquisa de Demanda Turística (PDT, 2021) em que indicação de parentes / amigos e internet também foram as principais fontes de informações sobre o destino (vide **Gráfico 23** neste documento). No entanto, esta amostra foi majoritariamente de respondentes que utilizaram os meios de hospedagem e como resultado a internet foi o principal

meio em que ficou sabendo de Rio dos Cedros. Tal constatação demonstra que para atingir um público que utiliza os meios de hospedagem a internet é um meio de comunicação relevante.

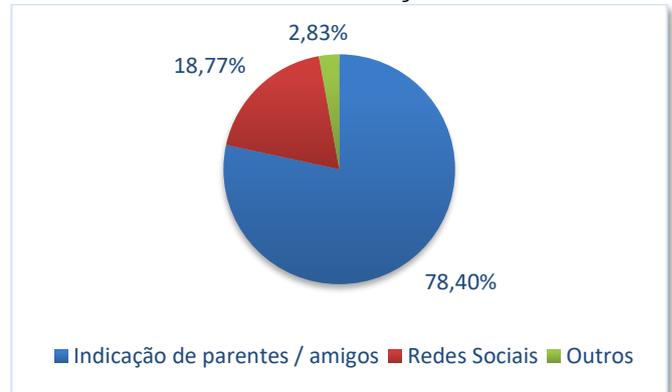
**Tabela 22 – Fonte de informação**

Fonte de informação	Percentual
Indicação de parentes / amigos	78,40%
Redes Sociais	18,77%
Outras	2,83%

Fonte: Turismo Rio dos Cedros

Adaptação: Raízes do Brasil Consultoria

**Gráfico 29 - Fontes de informação**



Fonte: Turismo Rio dos Cedros

Elaboração: Raízes do Brasil Consultoria

### ► Tipo de hospedagem escolhido

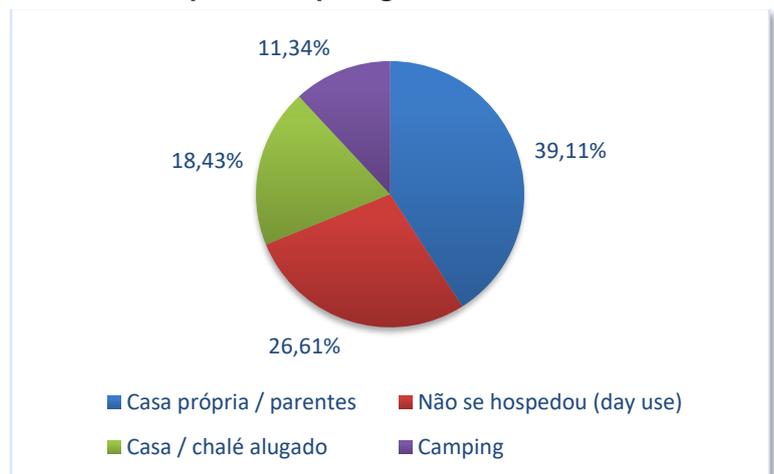
**Tabela 23 - Tipo de hospedagem**

Tipo	Percentual
Casa própria / parentes	39,11%
Não se hospedou (day use)	26,61%
Casa / chalé alugado	18,43%
Camping	11,34%
Hotel / Pousada	4,50%

Fonte: Turismo Rio dos Cedros

Adaptação: Raízes do Brasil Consultoria

**Gráfico 30 - Tipo de hospedagem**



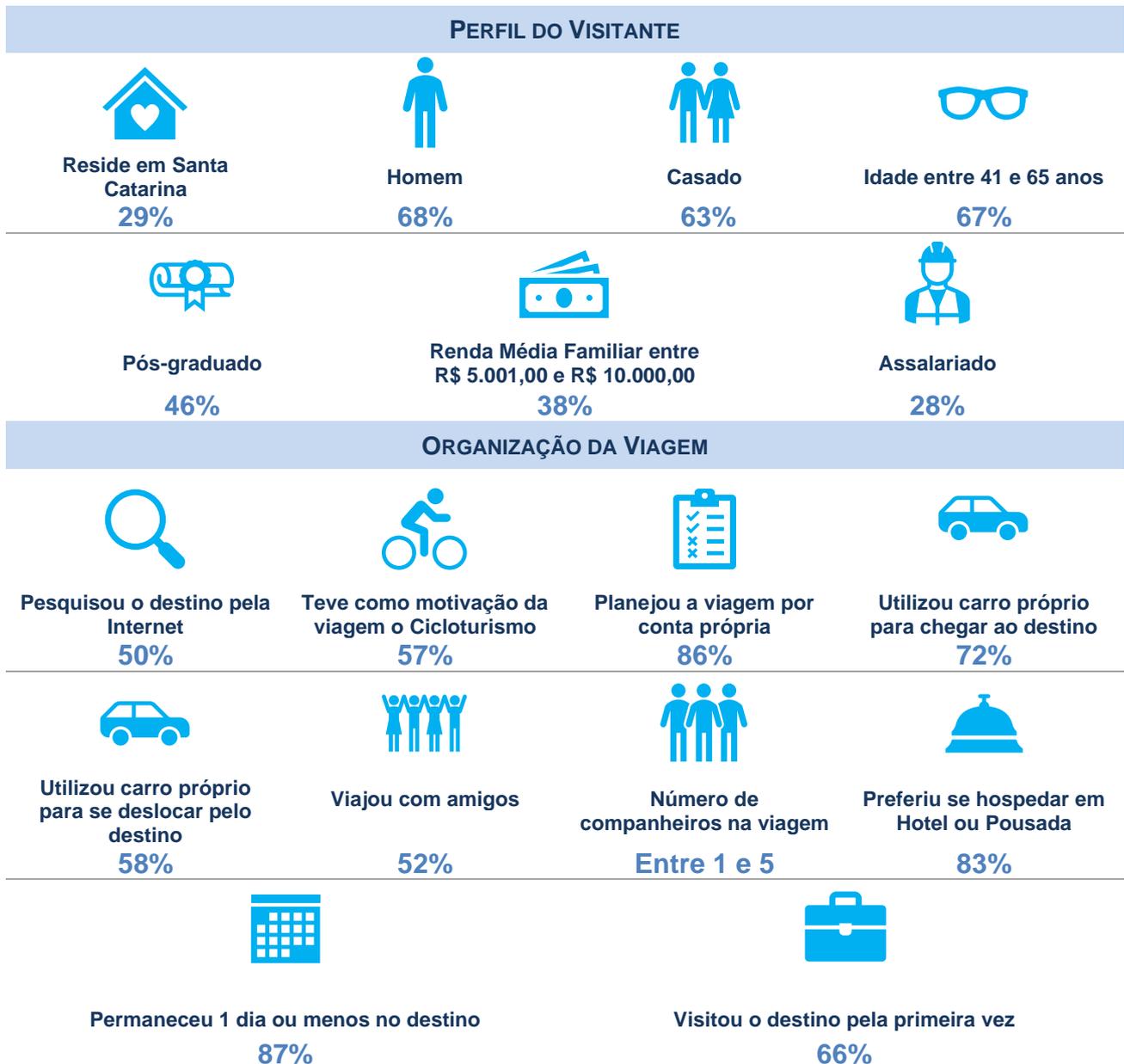
Fonte: Turismo Rio dos Cedros

Elaboração: Raízes do Brasil Consultoria

A pesquisa (Rio dos Cedros, 2020) revelou que 39,11% dos entrevistados se hospedaram em casa própria ou de algum parente. A casa própria utilizada para descanso e lazer é considerada como uma segunda residência e por isso, as pessoas que têm esta condição não se configuram como turistas. Esse dado corrobora com a significativa frequência de visitação exposta pelos respondentes na **Tabela 20**. Outros 26,61% dos entrevistados relataram que não se hospedaram e, portanto, permaneceram menos de 24 horas no destino. Efetivamente utilizaram algum serviço de hospedagem foram 34,27%, sendo 18,43% em casas ou chalés de aluguel, 11,43% em acampamentos e 4,50% em hotéis ou pousadas. O número de visitantes que se hospedaram em

casas ou chalés de aluguel confirma a relevância deste tipo de meio de hospedagem para a Região dos Lagos, principalmente na recepção da demanda local e/ou regional.

A partir da análise dos resultados obtidos por meio da pesquisa realizada com a demanda (PDT, 2021), foi possível se caracterizar o perfil predominante do visitante entre outros elementos que caracterizam a demanda atual de Rio dos Cedros.



**Fonte:** Dados da pesquisa sobre a Demanda Turística (2021)

**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

Destaca-se que não foram encontrados dados que pudessem demonstrar uma representação histórica de visitação do destino, não sendo possível, desta maneira, fazer projeções futuras confiáveis. Neste sentido, recomenda-se que o destino estabeleça mecanismo que permitam um controle estatístico efetivo da visitação.

#### 4.1.2. DEMANDA TURÍSTICA POTENCIAL

De acordo com MTur (2009), a demanda potencial é composta pelos indivíduos que têm perfil para consumir os produtos turísticos de um determinado destino, porém não o fazem por motivo diversos, sejam eles falta de disponibilidade financeira, disponibilidade de tempo, desconhecimento sobre o destino, preços praticados versus a qualidade da oferta turística etc.

**Figura 44 - Pré-requisitos para um indivíduo realizar uma viagem turística**

Petrocchi (2001) afirma que a tomada de decisão de um indivíduo em fazer uma viagem turística se desenvolve através do atendimento de três pré-requisitos: necessidade ou desejo de viajar; disposição para fazer a viagem; poder aquisitivo para tal (Figura 29).

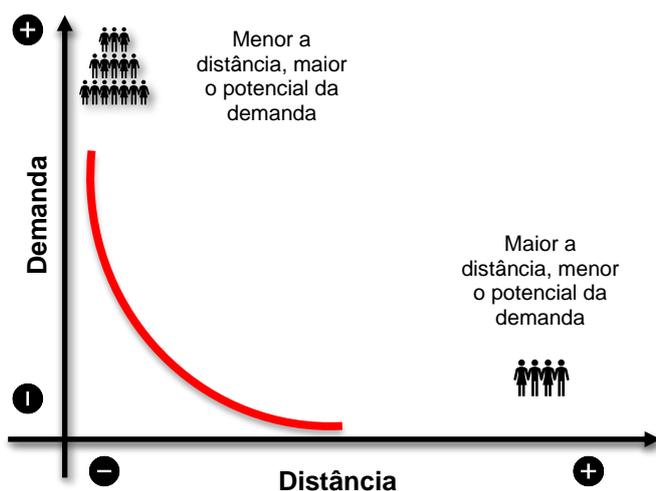


Fonte: Petrocchi (2009, p. 69)

Adaptação: Raízes do Brasil Consultoria

Estando estes três pré-requisitos atendidos o indivíduo está pronto para ingressar no mercado turístico. Neste sentido, o desempenho deste mercado sofre a influência de alguns fatores, dentre eles, o nível de renda *per capita* da população dos destinos emissores e a distância deles em relação ao destino turístico.

**Figura 45 - Distância x potencial de demanda**



Fonte: Petrocchi (2009, p. 72)

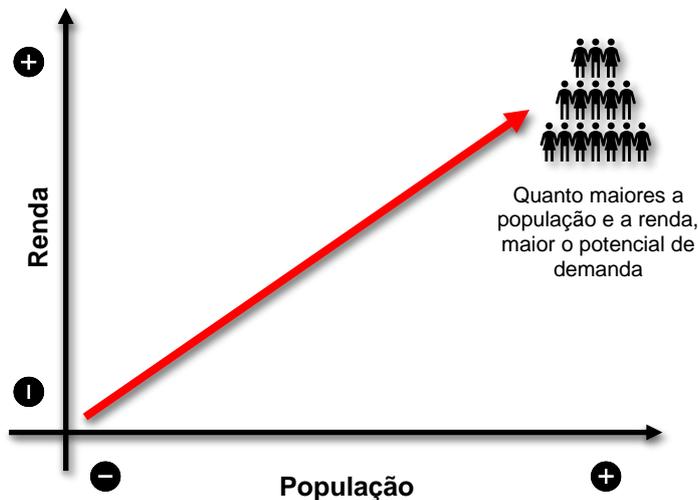
Adaptação: Raízes do Brasil Consultoria

eles, o nível de renda *per capita* da população dos destinos emissores e a distância deles em relação ao destino turístico.

A distância é o principal fator de influência sobre uma demanda potencial (Figura 30). Por essa razão, a segmentação geográfica deve ser priorizada quando se definem o público-alvo e as estratégias de turismo de um destino. No mercado internacional, cerca de 80% das viagens são de curta duração e essa tendência se reproduz no turismo em todas as partes.

Existem outros dois importantes fatores conjugados de influência sobre a demanda, são eles: **i)** relação entre a distância e a *renda per capita* e; **ii)** relação entre a população e a *renda per capita*

**Figura 46 - População e renda x potencial de demanda**



Fonte: Petrocchi (2009, p. 74)

Adaptação: Raízes do Brasil Consultoria

(Figura 31). Ou seja, o maior potencial da demanda acontece quando existe uma grande densidade populacional com um maior PIB *per capita* a uma curta distância do destino turístico. A vantagem competitiva que esses fatores exercem sobre a formação dos fluxos turísticos são parte integrante das estratégias de turismo no mundo inteiro e deve, certamente, ser contemplada no planejamento turístico de Rio dos Cedros (PETROCCHI, 2009).

Neste sentido, Rio dos Cedros deve concentrar seus esforços nos mercados emissores que estejam geograficamente próximos, possuam uma razoável densidade populacional e apresentem maior PIB *per capita*. Porém, essa priorização não inviabiliza que o destino planeje ações para atingir também mercados mais distantes, como por exemplo, os que já são atraídos para a região do Vale Europeu Catarinense, seja pelos grandes eventos como a Oktoberfest e outros, seja pelos circuitos de cicloturismo e de caminhantes, dos quais Rio dos Cedros é parte integrante.

Obviamente outros fatores também influenciam a demanda, entre eles os preços dos produtos turísticos no destino e nos destinos concorrentes, investimento em promoção e divulgação, sazonalidade, variações e catástrofes climáticas e sanitárias etc.

Neste sentido, para uma eficiente prospecção de mercados potenciais para o destino, as estratégias ligadas ao produto-mercado devem trabalhar as hipóteses de lançar produtos já criados em outros mercados, ou ainda, a possibilidade de estruturar produtos novos e de credenciar-se a lançá-los no mercado existente ou em novos mercados. Para isso, é preciso ter como base as informações da análise macroambiental. Por meio destas análises, quem planeja pode identificar o mercado existente e, de posse do inventário turístico, pode analisar possibilidades de formulação de novos produtos turísticos para atender a demanda atual e potencial. Com a perspectiva integrada de recursos, mercados e os objetivos estabelecidos, o sistema tem chance de estabelecer seus passos futuramente, saindo em busca dos resultados esperados (PETROCCHI, 2001).

No caso de Rio dos Cedros, para apoiar a análise e definição do mercado turístico potencial, além do arcabouço teórico ora apresentado, foram utilizados os dados da Pesquisa de Demanda Turística (PDT, 2021) realizada pela equipe técnica, que teve foco a demanda atual do destino. A demanda atual, segundo Ignarra (2013), é aquela que já consome determinado produto ou destino turístico”, ou seja, a amostra foi composta por pessoas que já haviam visitado Rio dos Cedros e que efetivamente utilizaram os serviços de hospedagem, como hotéis e pousadas, Cama & Café, Hostel etc., permanecendo um ou mais dias na região do destino. Dentre o perfil selecionado para envio da pesquisa foram incluídos cicloturistas, caminhantes e visitantes em geral. Esta pesquisa forneceu subsídios para se estabelecer os principais potenciais destinos emissores nacionais.



#### MERCADO REGIONAL - PRINCIPAIS POTENCIAIS DESTINOS EMISSORES

Utilizando-se como base o que foi exposto até aqui, definiu-se os fatores: **i) Geográfico;** **ii) PIB *per capita* e;** **iii) Número de habitantes,** como preponderantes para a delimitação dos principais mercados regionais para o turismo de Rio dos Cedros. A **Tabela 24** apresenta os dez mercados regionais prioritários para Rio dos Cedros.

**Tabela 24 - Principais destinos emissores potenciais – mercado regional**

Principais Mercados	Distância de Rio dos Cedros	População estimada (2020)	PIB Per capita (2018)	Fatores de Influência
1 - Blumenau	40 km	361.855 hab.	R\$ 48.115,48	- Geográfico - População - PIB <i>per capita</i>
2 - Jaraguá do Sul	51 km	181.173 hab.	R\$ 51.652,44	- Geográfico - População - PIB <i>per capita</i>
3 - Timbó	10 km	44.977 hab.	R\$ 42.748,35	- Geográfico - PIB <i>per capita</i>
4 - Pomerode	18 km	34.010 hab.	R\$ 61.648,00	- Geográfico - PIB <i>per capita</i>
5 - Indaial	20 km	70.900 hab.	R\$ 38.127,84	- Geográfico - PIB <i>per capita</i>
6 - Joinville	100 km	597.658 hab.	R\$ 52.792,59	- Geográfico - População - PIB <i>per capita</i>
7 – Itajaí	93 km	223.112 hab.	R\$ 117.712,00	- Geográfico - População - PIB <i>per capita</i>
8 - Balneário Camboriú	104 km	145.796 hab.	R\$ 40.002,30	- Geográfico - População - PIB <i>per capita</i>

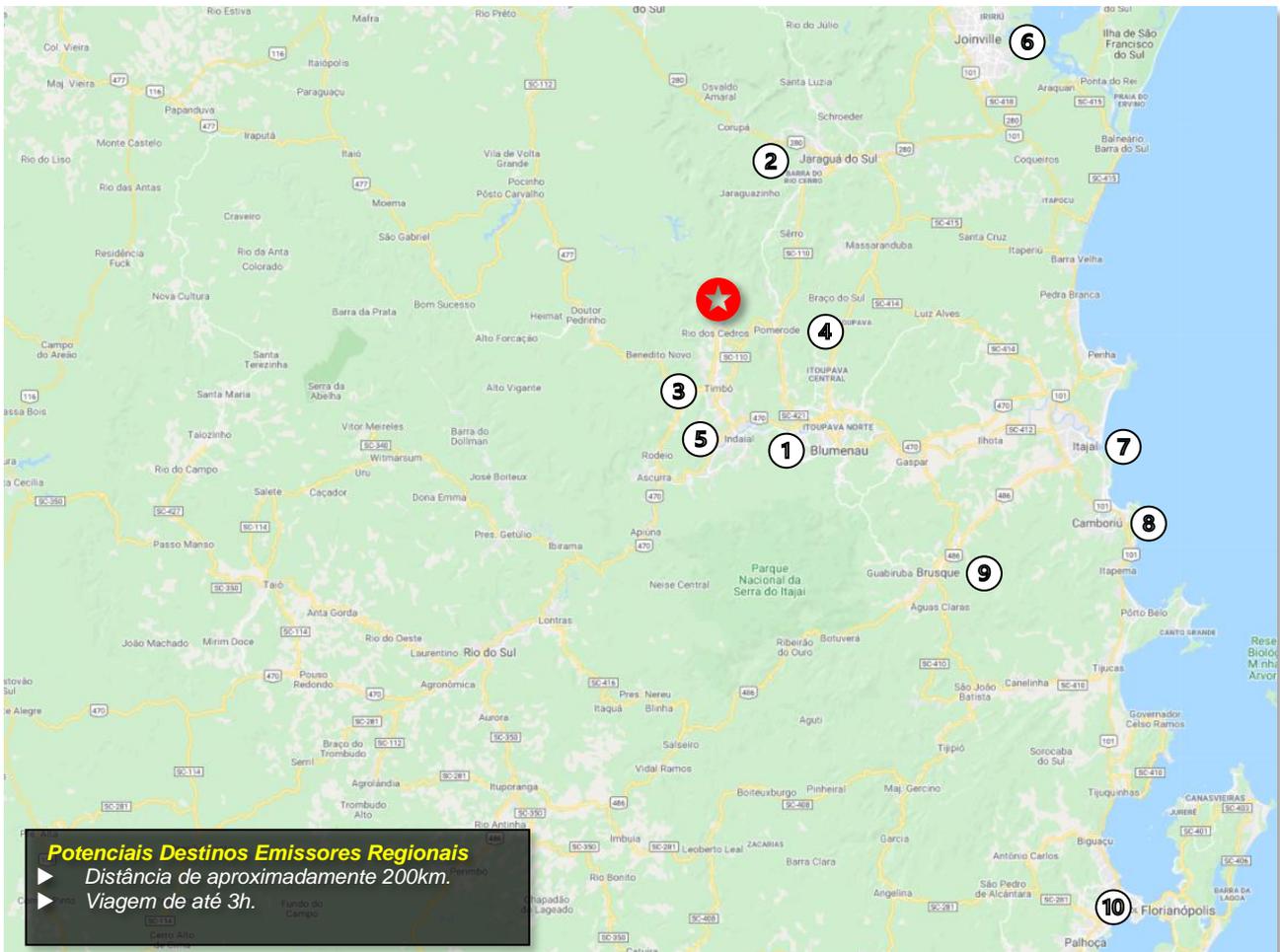
9 - Brusque	80 km	137.689 hab.	R\$ 48.408,17	- Geográfico - População - PIB <i>per capita</i>
10 – Florianópolis	183 km	508.826 hab.	R\$ 42.719,16	- Geográfico - População - PIB <i>per capita</i>

Fonte: IBGE

Elaboração: Raízes do Brasil Consultoria

Como apresentado na **Figura 6**, priorizando-se o fator geográfico, delimitou-se mercados com distância não muito superior a 200 km de Rio dos Cedros ou, em média, não mais que 3 horas de carro em condições de trânsito normal.

**Figura 47 - Principais destinos emissores potenciais – Mercado**



Fonte mapa: Google MyMaps

Elaboração: Raízes do Brasil Consultoria

### ► Principais Destinos Concorrentes no Mercado Regional

A Pesquisa (PDT, 2021) apresentou a seguinte pergunta aos pesquisados: Quando você pensa em “Destinos Turísticos Catarinenses”, qual é o primeiro que lhe vem à mente? O resultado desta pergunta pode ser visto na **Figura 48**.

**Figura 48 - Destino Santa Catarina**



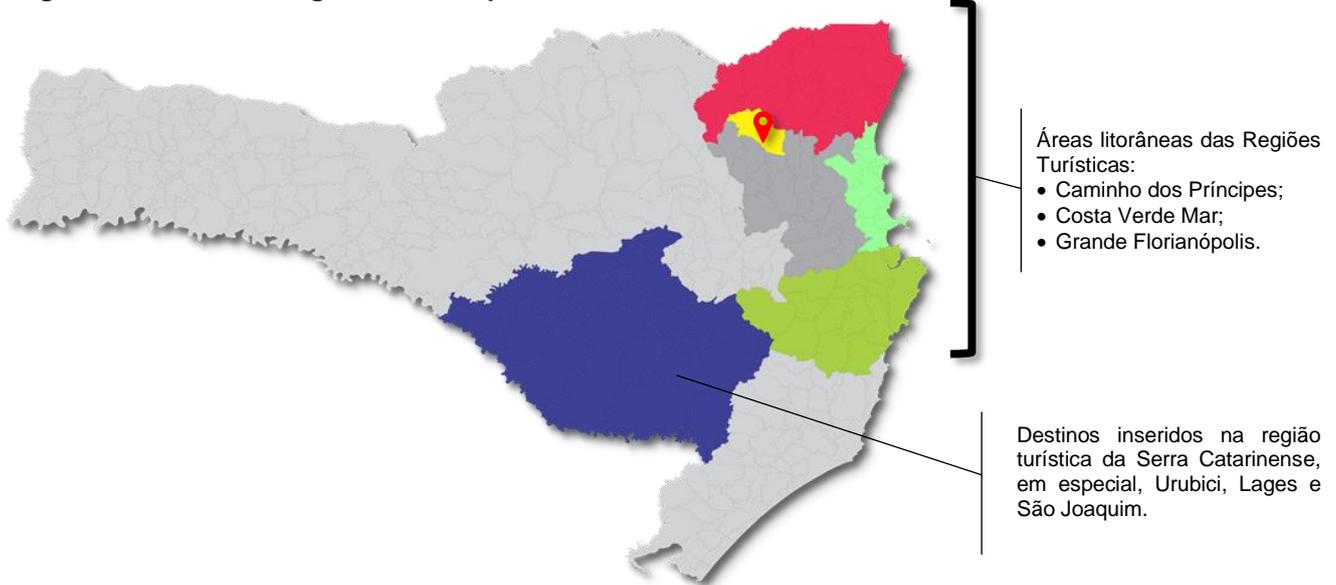
**Fonte:** Dados da pesquisa sobre a Demanda Turística (2021) - TagCrowd

**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

Percebe-se que o Vale Europeu aparece com destaque no ideário dos pesquisados. Todavia, outros destinos Catarinenses também se destacaram, com Florianópolis e o litoral com suas praias e a região da Serra Catarinense, com destaque para a Serra do Rio do Rastro. Este resultado pode se configurar como um importante indicativo dos principais destinos concorrentes do Vale Europeu Catarinense e, conseqüentemente de Rio dos Cedros, para o mercado regional.

- i) **Litoral Catarinense:** O litoral de Santa Catarina é o destino de muitos catarinenses, principalmente nos meses de verão. Segundo dados divulgados pelo Núcleo de Pesquisas da Fecomércio SC, na temporada 2021 cerca de 38% de todos os turistas que frequentaram o litoral catarinense eram provenientes do próprio estado. Sendo assim, as áreas litorâneas de três regiões turísticas – Caminho dos Príncipes, Costa Verde Mar e Grande Florianópolis, que vão do litoral norte, desde São Francisco do Sul até a região metropolitana de Florianópolis, são os principais destinos turísticos concorrentes de no Rio dos Cedros e a Região do Vale Europeu durante o verão;
- ii) **Serra Catarinense:** Se nos meses de verão as cidades do litoral catarinense se configuram como o principal destino concorrente de Rio dos Cedros e do Vale Europeu, alguns destinos inseridos na região turística da Serra Catarinense assumem este papel principalmente durante os meses frios, em especial Urubici e a Serra do Rio do Rastro, como também São Joaquim e Lages.

Figura 49 - Mercado Regional - Principais destinos concorrentes



Elaboração: Raízes do Brasil Consultoria



#### MERCADO NACIONAL - PRINCIPAIS POTENCIAIS DESTINOS EMISSORES

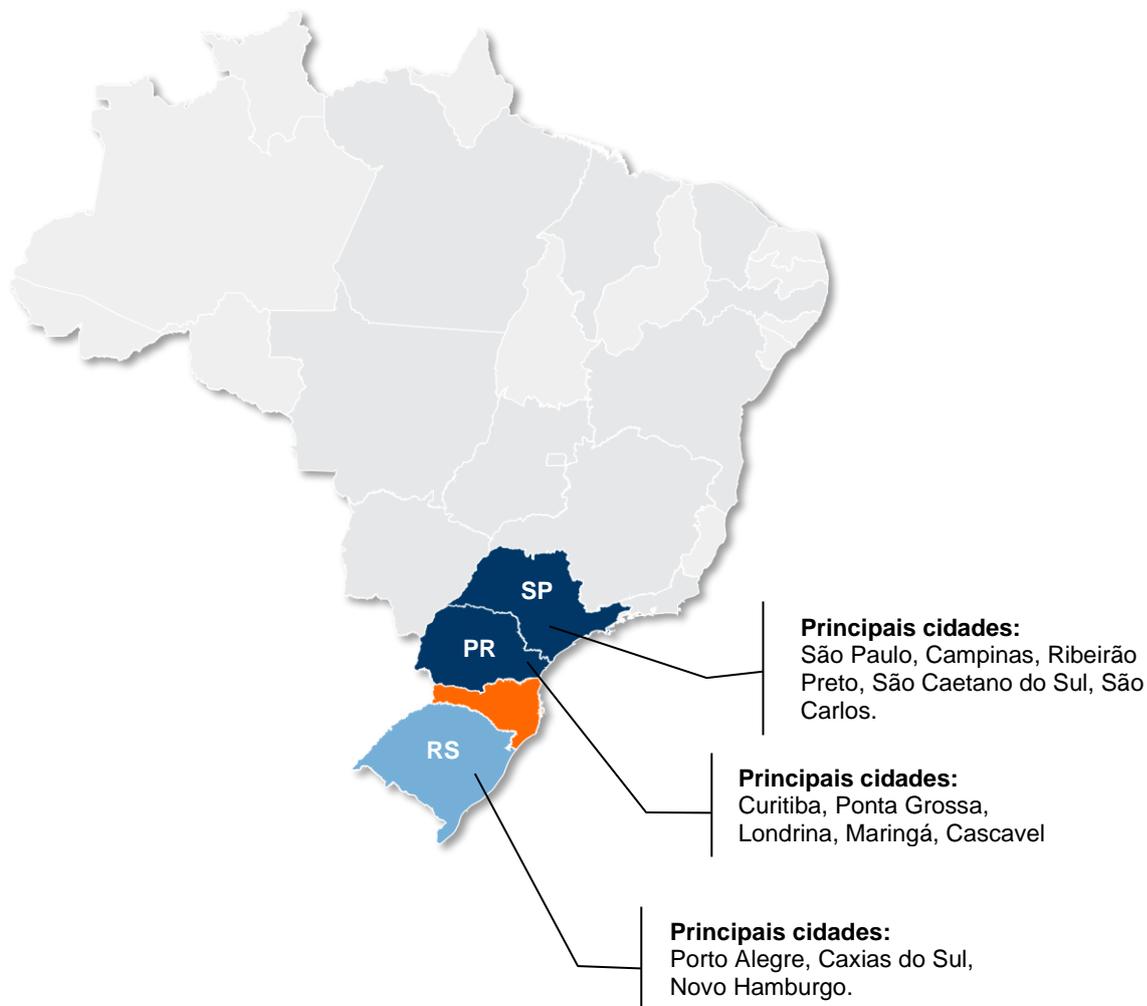
Embora Rio dos Cedros apresente oferta turística singular e atrativos capazes de motivar fluxos turísticos locais e regionais, o destino isoladamente ainda não apresenta potencial significativo para motivar importantes correntes de visitantes de outros estados da federação ou mesmo internacionais (PDT, 2021). Todavia, Rio dos Cedros está inserido na região turística do Vale Europeu, um destino reconhecido nacionalmente pela rica cultura dos imigrantes europeus e suas festas tradicionais, pela gastronomia, por suas belezas naturais, pelos circuitos de cicloturismo e caminhantes dentre outros atrativos, tendo este conjunto de elementos a capacidade de atrair turistas de todo o país e do exterior.

Ademais, os dados obtidos pela pesquisa qualitativa realizada com demanda real (PDT, 2021), ou seja, a demanda que permaneceu no destino por mais de 24 horas e efetivamente utilizou serviços de hospedagem, demonstraram que cerca de 72% deste público reside fora do estado, sendo que cerca de 75% deles foram seduzidos pelos circuitos de cicloturismo e de caminhantes. Este dado reforça a importância que a região turística Vale Europeu e seus atrativos regionais, como os circuitos, exercem sobre a demanda oriunda dos demais estados da federação que circulam pelos municípios que a compõem.

Isto posto, serão apresentados a seguir os principais destinos emissores potenciais em nível nacional. Aplicando-se o mesmo princípio utilizado para a definição dos mercados regionais, o fator geográfico será também aqui considerado como o principal agente de influência sobre a demanda potencial em nível nacional.

Sendo assim, a combinação resultante da aplicação da segmentação geográfica com os resultados obtidos durante a análise dos dados da pesquisa realizada com a demanda real, indica que estados mais próximos de Santa Catarina podem ser priorizados enquanto definição de mercados potenciais. Neste sentido, elegeram-se os estados da região Sul e o estado de São Paulo como os principais mercados emissores nacionais.

**Figura 50 - Principais destinos emissores potenciais – Mercado Nacional**



**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

#### ► Principais Destinos Concorrentes no Mercado Nacional

Como se trata do mercado nacional, neste tópico serão identificados os concorrentes diretos do destino Vale Europeu, visto que, por consequência, também o serão de todos os municípios que compõem a região turística, incluindo Rio dos Cedros. Para tal, serão aplicadas duas diferentes perspectivas: **i)** Perspectiva do ponto de vista dos aspectos socioculturais e naturais do Vale Europeu Catarinense; **ii)** Perspectiva do ponto de vista do principal produto que motiva a visita

turística regional do Vale Europeu para o mercado nacional – Circuitos de cicloturismo e caminhantes.



Fonte: [www.panrotas.com.br](http://www.panrotas.com.br)

Aplicando-se a primeira perspectiva, elegeu-se como o principal mercado concorrente o destino turístico Serra Gaúcha, no Rio Grande do Sul. Essa região apresenta características socioculturais e naturais muito similares às do Vale Europeu Catarinense, como a proeminente influência alemã e italiana, o clima,

a geografia, a gastronomia e um grande potencial turístico, já bastante desenvolvido. A Serra Gaúcha é um importante polo turístico nacional, atraindo milhares de visitantes todos os anos, principalmente no inverno à procura do clima frio e, no final do ano quando as cidades se iluminam para a celebração do Natal. Assim como no Vale Europeu, a cultura europeia herdada de imigrantes alemães e italianos recriaram um pedaço da Europa em terras brasileiras.

Pelo viés da segunda perspectiva, os dois principais destinos concorrentes selecionados dispõem de rotas de cicloturismo e caminhantes muito bem estruturados e reconhecidos nacionalmente:

**Caminho da Fé (SP / MG):** O Caminho da Fé, inspirado no Caminho de Santiago de Compostela (Espanha), foi criado para dar estrutura às pessoas que sempre fizeram peregrinação ao Santuário Nacional de Aparecida, oferecendo pontos de apoio e infraestrutura. A rota que inicia em Águas da Prata (SP) tem cerca de 970 km, entre São Paulo e Minas Gerais, dos quais aproximadamente 500 km atravessam a Serra da Mantiqueira por estradas vicinais, trilhas, bosques e asfalto, envolvendo 68 cidades (CAMINHO DA FÉ, 2021).



Fonte: [www.caminhodafe.com.br](http://www.caminhodafe.com.br)

**Estrada Real (MG / RJ / SP):** Constituindo uma das maiores rotas turísticas do país, a Estrada Real surgiu por volta do século XVII, quando a Coroa Portuguesa oficializou os caminhos que ligam Minas Gerais aos portos do Rio de Janeiro para a exportação do ouro e diamantes na época do Brasil colônia. Os caminhos passam por diversas cidades coloniais, vales e montanhas. No total são mais de 1.630 km de extensão, passando por Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo segmentados em 4 percursos, a saber:

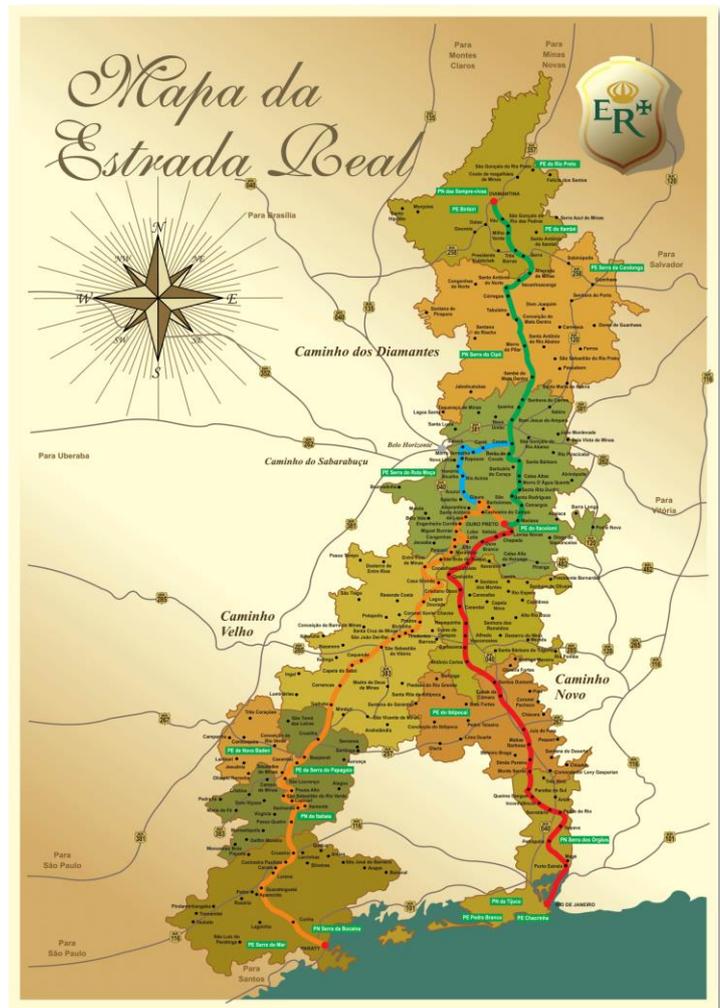
**Caminho Velho:** Também chamado de Caminho do Ouro, foi o primeiro trajeto determinado pela Coroa Portuguesa e liga Ouro Preto (MG) a Paraty (RJ).

**Caminho Novo:** Criado para servir como um caminho mais seguro ao porto do Rio de Janeiro, principalmente porque as

cargas estavam sujeitas a ataques piratas na rota marítima entre Paraty e Rio. O Caminho Novo liga Ouro Preto (MG) ao Rio de Janeiro (RJ).

**Caminho dos Diamantes:** O caminho tinha a intenção de conectar a sede da Capitania, Ouro Preto (MG), à principal cidade de exploração de diamantes, Diamantina (MG).

**Caminho Sabarabuçu:** Liga Glaura que é distrito de Ouro Preto (MG) à Barão de Cocais (MG). O lugar é cercado por esplêndidas paisagens de montanha e lendas que permeiam o imaginário popular (INSTITUTO ESTRADA REAL, 2021)



**Fonte:** [www.institutoestradaareal.com.br](http://www.institutoestradaareal.com.br)

Além das duas rotas evidenciadas (Caminho da Fé e Estrada Real), ressalta-se a existência de outros que devem ser considerados no planejamento por oferecerem boa estrutura e bom nível de visitação, embora ainda não tenham alcançado o grau de visibilidade para o mercado dos que foram aqui priorizados. São eles: Circuito das Araucárias (SC), Circuito Costa Verde Mar (SC), Circuito Vale dos Encantos (SC), Caminho do Sol (SP), Circuito Cora Coralina (GO) e Caminho da Luz (MG).

## 4.2. ANÁLISE DA OFERTA TURÍSTICA

A oferta turística de um destino refere-se tanto aos recursos ou atrativos naturais e culturais de uma área geográfica, como aos equipamentos e instalações turísticas necessárias para o aproveitamento dos referidos recursos, por meio do consumo turístico, objetivando identificar os principais gargalos existentes (BARRETTO, 1991).

O município de Rio dos Cedros, conforme demonstrado no inventário turístico estratégico, apresenta diversificada oferta turística, com potencial para atrair não somente visitantes regionais, mas também turistas do mercado nacional próximo, sendo a Região dos Lagos um dos principais vetores para consolidar o município como um importante destino turístico do Vale Europeu Catarinense.

A seguir serão apresentados e analisados os diversos componentes que compõem a oferta turística de Rio dos Cedros.

### 4.2.1. EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS DE RIO DOS CEDROS

Além do estudo e análise dos recursos ou atrativos turísticos de um destino, é necessário também que se analise os equipamentos e serviços turísticos com o propósito de determinar se a oferta turística instalada no destino é capaz de satisfazer os anseios da demanda atual e potencial, tanto em termos quantitativos como qualitativos. Esta análise é realizada levando-se em consideração os diferentes subsetores da atividade turística como os equipamentos de hospedagem, os serviços de alimentação, as agências de receptivo, informação turística etc.

A seguir serão analisadas as informações relativas aos equipamentos e serviços turísticos de Rio dos Cedros.



#### SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM

A categoria dos Serviços e Equipamentos de Hospedagem se trata do conjunto de empreendimentos que oferecem serviços de recepção e alojamento aos turistas e visitantes em geral. Sendo assim, consideram-se equipamentos de hospedagem os hotéis, pousadas, resorts, albergues, cama e cafés, hotéis fazenda etc. (MTur, 2011).

Rio dos Cedros dispõe de variada oferta de equipamentos de hospedagem, desde hotéis, pousadas, albergues, cama e café e chalés. O município dispõe também, principalmente na Região dos Lagos, de oferta de casas para locação, geralmente para os finais de semana e feriados prolongados, mas não somente para este fim.

No total, durante a realização do inventário estratégico de Rio dos Cedros identificou-se trinta (30) equipamentos de hospedagem, sendo dois (02) inseridos na categoria Hotel, seis (06) na categoria Pousada, um (01) na categoria Cama e Café, dois (02) na categoria Hostel / Albergue. Adicionalmente, dezenove (19) são equipamentos que se configuram como casas ou chalés disponíveis para locação. Esses equipamentos não se enquadram em nenhuma categoria do Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass), porém tem um importante papel em Rio dos Cedros, principalmente na Região dos Lagos (**Figura 11**).

A **Tabela 25** apresenta a relação dos equipamentos de hospedagem disponíveis em Rio dos Cedros, com suas respectivas capacidades em termos de unidades habitacionais e leitos.

**Tabela 25 - Equipamentos de hospedagem de Rio dos Cedros**

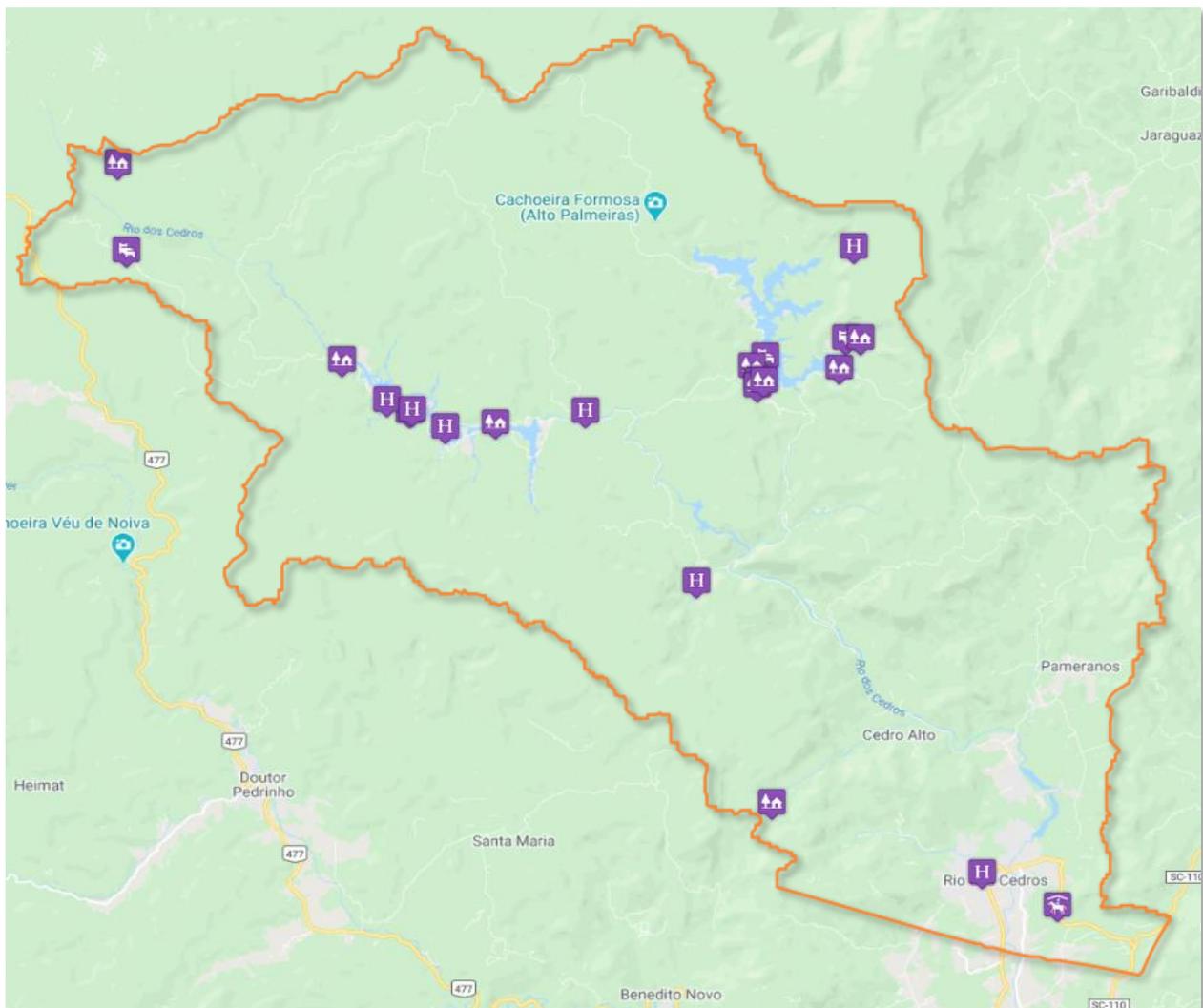
Categoria	Equipamento	UHs	Leitos
Hotel	Hotel Parador da Montanha	18	60
	Hotel Mi'Casa	07	16
<b>Total</b>	<b>02 (6,6%)</b>	<b>25 (10,7%)</b>	<b>76 (13,8%)</b>
Pousada	Fazenda Ventania	05	16
	Paraíso das Ilhas	10	25
	Pousada Família Duwe	10	20
	Pousada Lindnerhof	09	21
	Pousada Taberna	06	20
	Pousada Sítio Eldorado	04	08
<b>Total</b>	<b>06 (20%)</b>	<b>44 (18,9%)</b>	<b>110 (20%)</b>
Cama e Café	Cama e Café Victorino	07	24
<b>Total</b>	<b>01 (3,3%)</b>	<b>07 (3,0%)</b>	<b>24 (4,4%)</b>
Albergue / Hostel	Hostel Refúgio das Nuvens	02	10
	Hostel Palmeiras	08	16
<b>Total</b>	<b>02 (6,6%)</b>	<b>10 (4,3%)</b>	<b>26 (4,8%)</b>
Casa / Chalé (Locação)	Cabana Pinhal	01	02
	Cabana Rio dos Cedros	04	08
	Cabana Vale da Lua	05	10
	Cabanas do Lico	08	24
	Casa do Farol	14	32
	Chalé Flor da Terra	10	24
	Imobiliária Léo Ropelato (09 casas)	41	85
	Recanto Azul	10	20
	Recanto Comozzi	18	26
	Recanto das Águias	18	48
	Vale dos Ventos	17	34
<b>Total</b>	<b>19 (63,3%)</b>	<b>146 (62,9%)</b>	<b>313 (57,0%)</b>
<b>Total Geral</b>	<b>30</b>	<b>232</b>	<b>549</b>

Elaboração: Raízes do Brasil Consultoria

Em relação às unidades habitacionais e leitos disponíveis em Rio dos Cedros, ao total são 232 unidades habitacionais e 549 leitos. Ressalta-se que 62,9% das unidades habitacionais e 57,0% dos leitos disponíveis no destino são em casas e chalés para alugar, enfatizando a importância deste tipo de hospedagem para o destino.

Além destes equipamentos, foram identificados quatro (04) empreendimentos que oferecem acampamento: Camping Refúgio das Nuvens, Camping Minatti e Ramos, Camping Fazenda Ventania e Camping Cachoeira Formosa.

**Figura 51 - Distribuição dos Equipamentos de Hospedagem no território**



**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

**Fonte Mapa Base:** Google My Maps

Quanto aos serviços oferecidos, a maioria dos equipamentos pertencentes às categorias de hotéis, pousadas, cama e café e hostel / albergue oferecem a estrutura e os serviços básicos essenciais, como recepção, café da manhã, fornecimento de enxoval, disponibilidade de amenidades, serviço de limpeza de quartos e demais dependências, conexão com internet etc. Já os empreendimentos inseridos na categoria Casas / Chalés para locação geralmente não oferecem serviços de café da

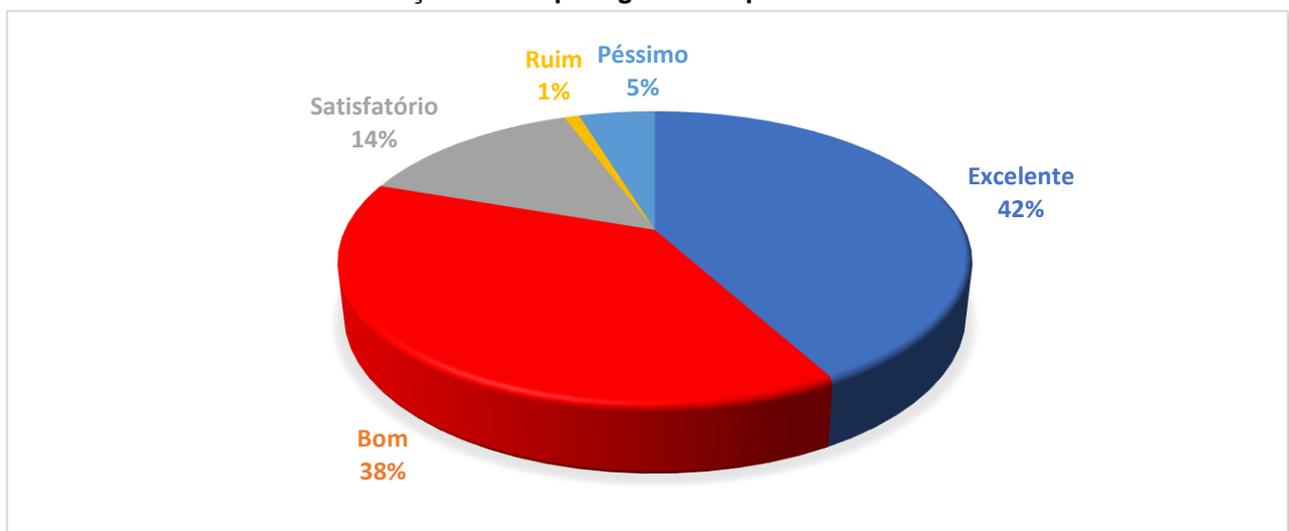
manhã, excetuando-se quando atendem ao público de cicloturistas, em que esse serviço normalmente é incluído na hospedagem.

Identificou-se que Rio dos Cedros dispõe de equipamentos de hospedagem que atendem a diversos perfis de visitantes, desde aquele que deseja desfrutar de um serviço de elevado padrão em local charmoso e aconchegante aos turistas que desejam acampar. Além disso, algumas hospedagens oferecem serviços que atendem ao cicloturista ou caminhante que deseja ter uma boa refeição à noite, pernoitar e seguir o seu caminho na manhã seguinte. Analisando-se as informações obtidas, considera-se que o número de estabelecimentos de hospedagem em Rio dos Cedros supre de forma satisfatória a demanda atual, tanto em quantidade quanto em qualidade.

Quanto à qualidade dos serviços prestados pelos meios de hospedagem de Rio dos Cedros, conforme ficou demonstrado na seção que analisou os dados da pesquisa realizada com a demanda turística, em uma escala de 1 a 5, os visitantes atribuíram uma nota média de 4.1 pontos a esses serviços. Esta avaliação, em primeira análise, representa que 80% dos visitantes consideram como excelente (42%) ou boa (38%) a qualidade do serviço prestado pelos meios de hospedagem, isto representa um bom indicativo para esse setor.

O **Gráfico 31** apresenta o resultado geral das avaliações dos serviços de hospedagem obtidas durante a pesquisa (PDT, 2021).

**Gráfico 31 - Qualidade dos Serviços de Hospedagem- Pesquisa de Demanda**



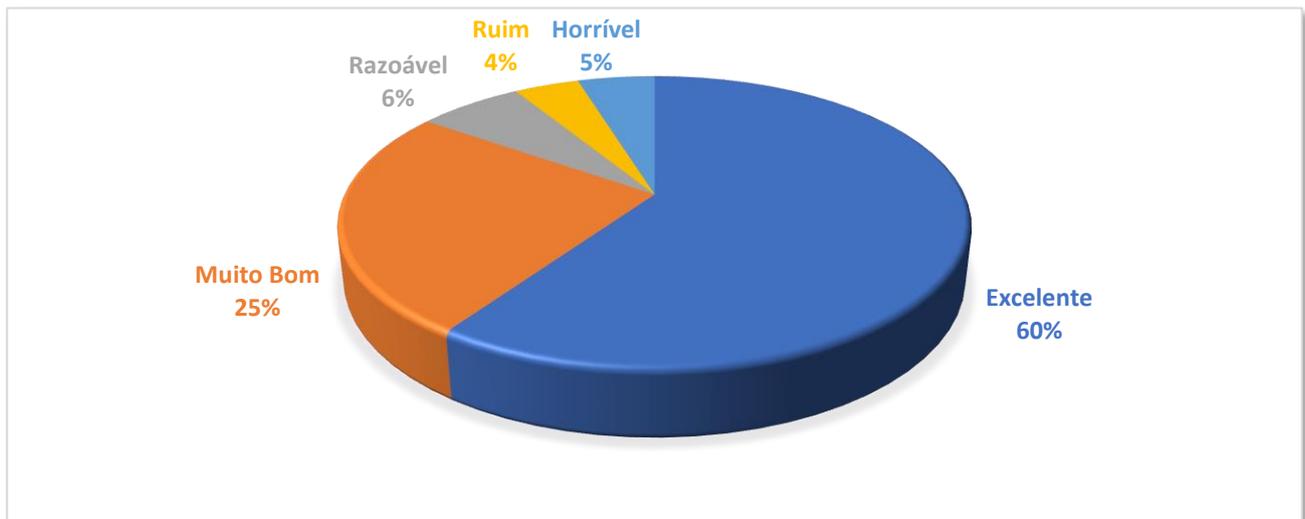
**Fonte:** Dados da pesquisa sobre a Demanda Turística (2021)

**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

Suplementarmente, foram analisadas também as avaliações dos meios de hospedagem disponíveis na plataforma *TripAdvisor*, pois considera-se que essa ferramenta serve como uma referência confiável para turistas de todo o planeta, quando querem decidir se visitarão ou não um determinado destino turístico.

Foram identificados onze (11) equipamentos de hospedagem em Rio dos Cedros que mantêm perfil na plataforma *TripAdvisor*. Considerando-se esse conjunto, na data da pesquisa estavam disponíveis 401 avaliações de usuários em relação a estes equipamentos. De forma geral, 85% dos usuários avaliaram como sendo excelente (60%) ou bom (25%) os serviços de hospedagem em Rio dos Cedros, 6% avaliaram como razoável, 4% como ruim e 5% como horrível.

**Gráfico 32 - Qualidade dos Serviços de Hospedagem - TripAdvisor**



**Fonte:** *TripAdvisor* (2021)

**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

Todavia, é importante considerar que 20% dos respondentes da pesquisa realizada com a demanda real e 15% dos usuários da plataforma *TripAdvisor* consideraram que a qualidade do serviço de hospedagem em Rio dos Cedros precisa se aprimorar. Este dado merece atenção por parte de empresários e do poder público, pois indicam a necessidade de ações pontuais para este segmento, como a qualificação da mão de obra e a melhoria dos níveis de qualidade em alguns empreendimentos no que tange às instalações e à diversificação dos serviços prestados. Sugere-se que sejam realizadas parcerias para oferecer cursos de: i) atendimento ao turista, ii) melhoria da qualidade dos equipamentos de hospedagem como por exemplo camareira, iii) gestão hoteleira, iv) entre outros.

A pesquisa indicou ainda que os turistas atuais preferem se hospedar em hotéis ou pousadas. Rio dos Cedros dispõe atualmente de 69 quartos e 186 leitos nestas categorias de acomodação. Esse número, embora suficiente para atender a demanda atual, poderá ser insuficiente para atender a uma crescente busca pelo mercado por destinos com as características de Rio dos Cedros e do Vale Europeu. Corroboram com essa perspectiva os dados da pesquisa realizada pela plataforma *Booking.com* com vinte mil viajantes em 28 países, entre eles o Brasil, mostrando que, depois de meses de isolamento e incerteza, as pessoas mantêm o desejo de viajar. Dentre as tendências

identificadas para o turismo pós-pandemia, Rio dos Cedros tem grande potencial para se posicionar estrategicamente no mercado turístico regional e estadual.

**TENDÊNCIA PROXIMIDADE:** A preferência é por deslocamentos mais curtos, de preferência de carro. Segundo a pesquisa, mais da metade (55%) dos brasileiros quer conhecer um novo destino na região onde mora e 59% pretendem ir para um destino de natureza próximo. Num momento de incerteza, 63% também disseram que planejam viajar a algum lugar que já conhecem, independentemente da distância (Booking.com, 2020). Rio dos Cedros em especial a Região dos Lagos já tem uma forte demanda de visitantes regionais, que deve ser fortalecida.

**TENDÊNCIA NATUREZA:** A pandemia tem ressaltado a importância do contato com a natureza e os espaços. No mundo todo, desde o início da pandemia, aumentaram as recomendações de atividades ao ar livre por hóspedes que passaram por acomodações da Booking.com: fazer trilhas (95%), aproveitar a natureza (44%) e respirar ar puro (50%). A tendência é buscar prazeres simples e relaxar. Por isso, também aumentou a busca por destinos rurais, junto com a família. A pesquisa também apontou que 71% dos entrevistados valorizam opções sustentáveis de turismo, que fujam da alta temporada e dos lugares superlotados. Outra mudança é no tipo de acomodação buscada. Se, em 2019, 60% dos brasileiros preferiam se hospedar em hotéis, 43% dos viajantes que estão indo para um destino próximo escolhem casas de temporada ou apartamentos (Booking.com, 2020). Rio dos Cedros tem um grande potencial natural para oferecer aos turistas e já disponibiliza o tipo de acomodação desejado.

Esses dados reforçam a necessidade de se ampliar a capacidade e aprimorar a qualidade dos serviços de hospedagens em Rio dos Cedros, com o intuito de atender satisfatoriamente a demanda potencial futura.



#### SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE ALIMENTOS E BEBIDAS

A categoria Serviços e Equipamentos de Alimentos e Bebidas engloba empreendimentos que oferecem alimentos e bebidas, tais como restaurantes, cafeterias, bares, lanchonetes, confeitaria/padaria entre outros, que tenham perfil adequado para servir aos turistas e visitantes (Mtur, 2011).

Neste contexto, Rio dos Cedros oferece diversificadas opções de restaurantes, bares e lanchonetes, padarias e cafeterias, que servem uma variada gama de produtos que vão desde buffets de comida caseira regional a lanches, petiscos, doces, salgados e fartos buffets de café colonial.

A **Tabela 26** apresenta a relação dos serviços de alimentos e bebidas disponíveis em Rio dos Cedros e seus principais serviços.

Tabela 26 - Serviços de Alimentos e Bebidas de Rio dos Cedros

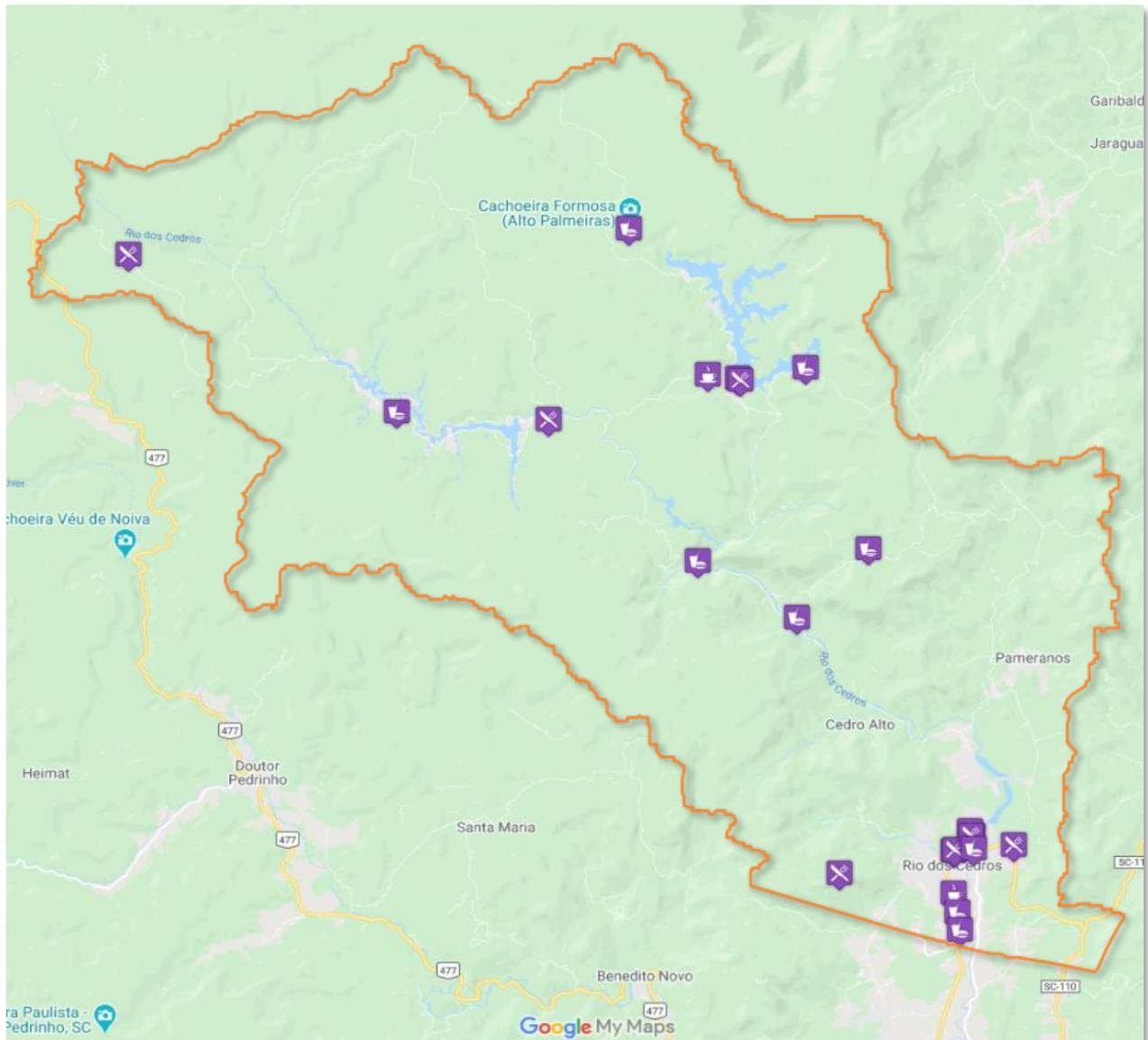
Categoria	Nome	Principal Serviço
Restaurante	Joana Bella Restaurante	Buffet Comida caseira / culinária italiana
	Neni Bistrô	Pratos elaborados
	Restaurante Andrezza	Pratos à base de peixe
	Restaurante Rancho Alegre	Comida típica regional
	Restaurante Ess-Haus	Buffet de comida típica regional
	Restaurante Palmeiras	Buffet de comida regional
	Restaurante Recanto Verde	Buffet de comida regional
	Restaurante Taberna	Buffet de comida típica regional
<b>Total</b>	<b>08 (36,4%)</b>	
Lanchonete / Bar	Bar da Bia	Bebidas / lanches / mercearia
	Bar Trevo	Bebidas / lanches
	Forest Gastro Bar	Bebidas / lanches
	Lanchonete Sabor do Pinhal	Bebidas / lanches
	Lanchonete Toca do Trairão	Bebidas / lanches
	Pé da Serra Lanchonete	Bebidas / lanches
	Quiosque da Ilha	Bebidas / lanches
	Station Bike Bar	Bebidas / lanches
	Tuca Lanches	Bebidas / lanches / refeições
	West Burger	Bebidas / hamburgueria
<b>Total</b>	<b>10 (45,5%)</b>	
Cafeteria / Confeitaria / Padaria	Café Colonial da Mãe Joana	Buffet café colonial
	Elogios Café	Café / doces e salgados
	Kaffee Bähr	Buffet café colonial
	Panificadora e Confeitaria Vitória	Café / doces e salgados
<b>Total</b>	<b>04 (18,1%)</b>	
<b>Total Geral</b>	<b>22</b>	

Elaboração: Raízes do Brasil Consultoria

No total, durante o inventário estratégico de Rio dos Cedros identificou-se vinte e dois (22) equipamentos de alimentos e bebidas, sendo oito (08) na categoria Restaurante, dez (10) na categoria Lanchonete / Bar e quatro (04) na categoria Cafeteria / Confeitaria / Padaria.

A **Figura 12** apresenta a distribuição geográfica dos serviços de alimentos e bebidas de Rio dos Cedros.

**Figura 52 - Distribuição dos Equipamentos de Alimentos e Bebidas no território de Rio dos Cedros**



**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria  
**Fonte Mapa Base:** Google My Maps (2021)

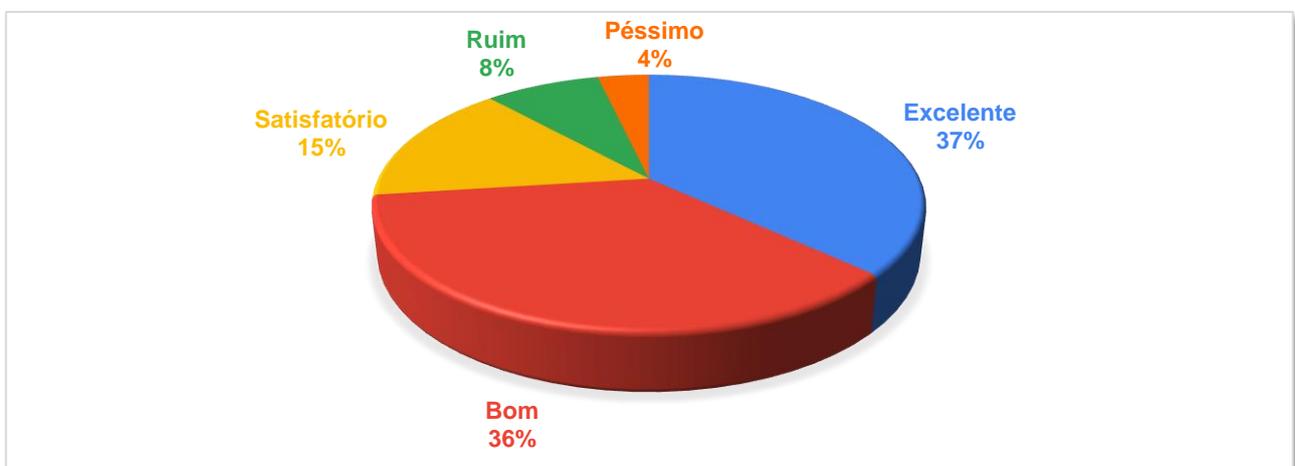
Observa-se que os empreendimentos estão bem distribuídos pelo território, tendo uma boa oferta na sede do município, o que já era esperado. Tal fato já era esperado porque na sede os restaurantes têm como público-alvo, muitas vezes, o trabalhador que diariamente utiliza os serviços em dias úteis.

O **Gráfico 33** apresenta o resultado geral das avaliações dos serviços de alimentos e bebidas obtidas durante a pesquisa. No que tange à qualidade destes serviços, conforme ficou demonstrado na seção que analisou os dados da pesquisa realizada com a demanda turística, em uma escala de 1 a 5, os visitantes atribuíram uma nota média de 3.9 pontos. Esta avaliação, em primeira análise, representa que 73% dos visitantes consideram como excelente (37%) ou boa (36%) a qualidade do

serviço prestado por esses estabelecimentos, isto representa um razoável indicativo para o setor de alimentos e bebidas de Rio dos Cedros.

Contudo, ressalta-se que somadas as notas atribuídas a satisfatório, ruim e péssimo, 27% dos entrevistados consideraram que a qualidade do serviço precisa se aprimorar. Este dado merece bastante atenção por parte de empresários e do poder público, pois indica a necessidade de ações pontuais para este segmento, como a qualificação da mão de obra e a melhoria dos níveis de qualidade em alguns empreendimentos no que tange às instalações e à diversificação dos serviços prestados. Sugere-se que sejam realizadas parcerias para oferecer cursos de atendimento ao turista, manipulação de alimentos, entre outros.

**Gráfico 33 – Qualidade dos Serviços de Alimentos e Bebidas**



**Fonte:** Dados da pesquisa sobre a Demanda Turística (2021)

**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

É importante ressaltar que a comida típica da região, que tem como origem a colonização europeia, principalmente a da região de Trento - Itália, poderia se configurar em um diferencial turístico significativo para Rio dos Cedros. Um maior número de restaurantes servindo comida típica, servida em fogão à lenha, por exemplo, poderia fomentar a demanda por turismo baseado em experiências gastronômicas. Isto se alinha perfeitamente ao Programa Nacional do Turismo Gastronômico do Ministério do Turismo, que foi criado com o objetivo de estruturar e promover o segmento no Brasil, valorizando a vocação do país como destino de excelência em gastronomia.

Segundo a Organização Mundial do Turismo, a gastronomia é o terceiro maior impulsionador de viagens no mundo, e só no Brasil movimentava cerca de R\$ 250 bilhões, de acordo com a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel). Para o MTur, todas as regiões e estados do país possuem suas singularidades gastronômicas, que podem e devem se tornar ativos turísticos sustentáveis, tendo como consequência o desenvolvimento socioeconômico nacional e regional.



## OUTROS SERVIÇOS E EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS

### SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE AGÊNCIAS DE TURISMO

Na categoria de Serviços e Equipamentos de Agências de Turismo estão incluídos os empreendimentos de agências de viagens, agências de receptivos, operadoras de turismo, entre outros. Neste item, Rio dos Cedros dispõe de 3 empreendimentos que se configuram como Agência de Receptivo / Operadora especializada de passeios, oferecendo atividades de turismo de aventura:

**Tabela 27 - Agências de Turismo**

Empreendimento	Serviços oferecidos
Garra Escola de Montanha	Cursos de escalada em rocha e caminhadas guiadas.
Fernandes Passeios a Cavalos	Passeios a cavalo guiados.
Império dos Lagos – Passeios de Barco	Passeios de barco a motor no Lago Pinhal

**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

É importante ressaltar que as empresas que operem passeios de Turismo de Aventura devem cumprir uma legislação federal vigente no país desde 2010, que trata da obrigatoriedade de implementação de um Sistema de Gestão da Segurança (SGS) nas operações de passeios de aventura, dentre eles os que são oferecidos pelas agências de Rio dos Cedros. Essa obrigatoriedade é regida pela Lei Nº 11.771 (Lei Geral do Turismo) de 17 de setembro de 2008, que dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, que foi regulamentada pelo Decreto Nº 7.381, de 02 de dezembro de 2010. Neste sentido, é imperativo que a gestão pública municipal fique atenta para garantir que estes prestadores de serviço atendam aos requisitos da lei federal, evitando serem acionados judicialmente de forma solidária no caso da ocorrência de acidentes durante os passeios.

### COMÉRCIO TURÍSTICO

A categoria Comércio Turístico diz respeito aos empreendimentos que oferecem produtos turísticos aos visitantes e turistas, como lojas de artesanato/*souvenir*, loja de artigos fotográficos, galerias, entre outros. Nesta categoria, Rio dos Cedros oferece lojas de artesanato, fabricação de chocolates e licores e lojas de fábrica que comercializam móveis e objetos de decoração artesanais em vime ou fibra sintética.

**Tabela 28 - Comércio Turístico de Rio dos Cedros**

Empreendimento	Produtos oferecidos
Arte & Vime Busarello	Fabricação e comercialização de móveis de vime.
Chocolates Caseiros Mariane	Produção e venda de chocolates caseiros.
Jaque Presentes	Loja de Artesanato / <i>Souvenir</i> .
Licores Magari – Produtos Artesanais	Produção de licores artesanais.
Sane ArtDecor	Loja de Artesanato / <i>Souvenir</i> .
Vime Kulpa	Fabricação e comercialização de móveis de vime.
Vime Lenzi	Fabricação e comercialização de móveis de vime.
Vimelândia	Fabricação e comercialização de móveis de vime.

**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

#### 4.2.2. ATRATIVOS TURÍSTICOS

Atrativos turísticos são os elementos da natureza, da cultura e da sociedade que motivam os visitantes a sair do seu local de residência a fim de conhecê-los ou vivenciá-los. Seguindo as definições do termo de referência, procedeu-se a análise dos atrativos turísticos, de base natural e cultural, avaliando-se seus pontos fortes e suas deficiências, as atuais condições de visita versus as condições potenciais, sinalização necessária, níveis de segurança etc.

Em Rio dos Cedros, durante a etapa de inventariação, foram identificados 16 (dezesesseis) atrativos turísticos, sendo 7 (sete) classificados na categoria Natural, 7 (sete) na categoria Cultural e 2 (dois) na categoria Realizações Técnicas e Científicas Contemporâneas, conforme demonstrado na **Tabela 29**:

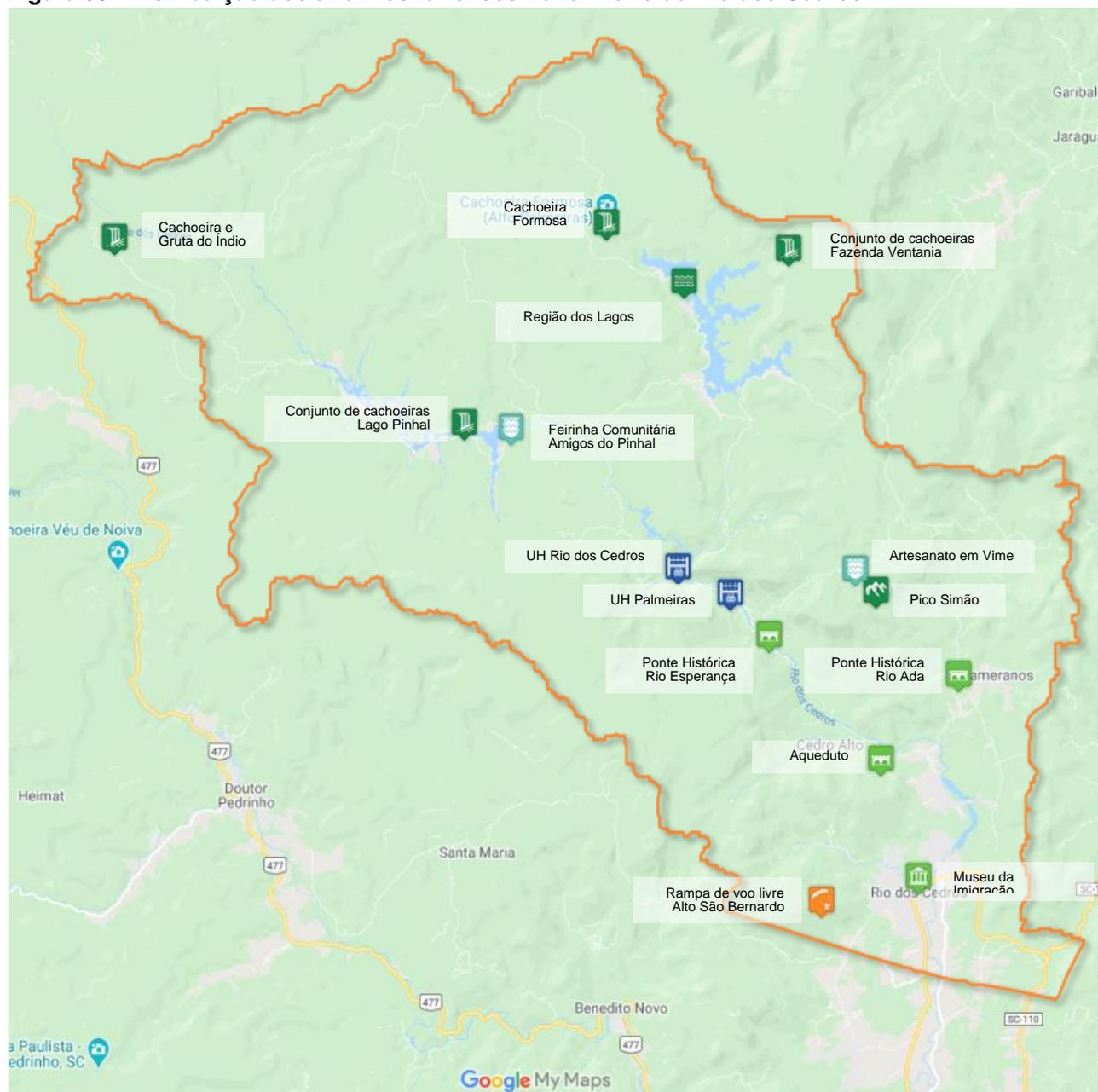
**Tabela 29 – Atrativos e recursos turísticos identificados**

Categoria	Nome do Atrativo
<b>Natural</b>	Cachoeira e Gruta do Índio
	Cachoeira Formosa
	Conjunto de Cachoeiras – Fazenda Ventania
	Conjunto de Cachoeiras do Lago Pinhal
	Pico Simão
	Rampa de Voo Livre Alto São Bernardo
	Região dos Lagos – Represas Pinhal e Rio Bonito
<b>Total</b>	<b>07 (44%)</b>
<b>Cultural</b>	Aqueduto Rio dos Cedros
	Arquitetura Religiosa de Rio dos Cedros
	Artesanato em Vime
	Feirinha Comunitária Amigos do Pinhal
	Museu da Imigração
	Ponte Histórica do Rio Ada
	Ponte Histórica do Rio Esperança
<b>Total</b>	<b>07 (44%)</b>
<b>Realizações Técnicas e Científicas Contemporâneas</b>	Usina Hidrelétrica Palmeiras
	Usina Hidrelétrica Rio dos Cedros
<b>Total</b>	<b>02 (12%)</b>
<b>Total Geral</b>	<b>16</b>

Elaboração: Raízes do Brasil Consultoria

Os atrativos estão distribuídos por todo o território do município, sendo que a Região dos Lagos detém majoritariamente atrativos naturais. A **Figura 10** apresenta a localização dos atrativos turísticos de Rio dos Cedros, excetuando o conjunto das igrejas e capelas que compõem a Arquitetura Religiosa da cidade, que está espalhado em várias localidades do município.

**Figura 53 - Distribuição dos atrativos turísticos no território de Rio dos Cedros**

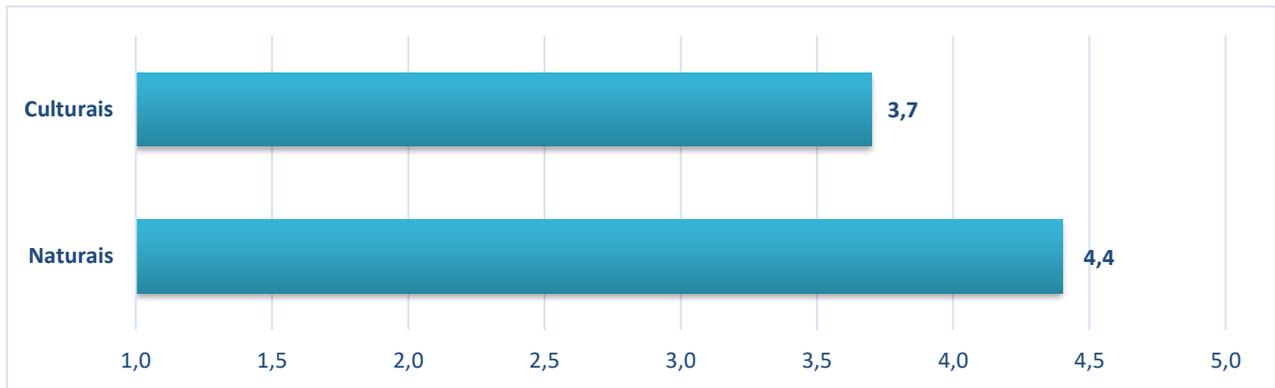


**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

**Fonte Mapa Base:** Google My Maps

Quanto à avaliação dos atrativos pelos visitantes, o **Erro! Fonte de referência não encontrada.** apresenta o resultado geral das avaliações dos atrativos turísticos Naturais e Culturais de Rio dos Cedros, obtido por meio da análise dos dados obtidos pela pesquisa realizada com a demanda turística (PDT, 2021). Em uma escala de 1 a 5, os visitantes atribuíram uma nota média de 4,4 pontos para os atrativos naturais e 3,7 pontos para os atrativos culturais.

**Gráfico 34 - Avaliação dos Atrativos Turísticos**



**Fonte:** Dados da pesquisa sobre a Demanda Turística (2021)

**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

Ademais, a avaliação das potencialidades turísticas dos atrativos também consiste em um exame crítico visando estabelecer seu grau de interesse turístico, atribuindo a eles uma hierarquia correspondente. A seguir apresenta-se os resultados da hierarquização dos atrativos turísticos de Rio dos Cedros.



#### HIERARQUIZAÇÃO DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS DE RIO DOS CEDROS

Conforme preconizado no termo de referência, a hierarquização dos atrativos turísticos de Rio dos Cedros teve como base a metodologia apresentada no relatório de roteirização turística do Ministério do Turismo (MTur, 2007), que sugere a elaboração de uma matriz de hierarquização para definir a importância dos atrativos identificados para inclusão em roteiros turísticos. O roteiro de hierarquização proposto pelo MTur é uma adaptação da metodologia utilizada pela Organização Mundial do Turismo (OMT) e pelo Centro Interamericano de Capacitação Turística (CICATUR) para a hierarquização de atrativos turísticos.

Neste contexto, considerou-se para a classificação dos atrativos com potencial turístico os mesmos itens propostos pela metodologia do Ministério do Turismo. Todavia, é importante frisar que o município de Rio dos Cedros está inserido no Vale Europeu Catarinense que vem se consolidando como um destino turístico de relevância nacional. Deste modo, durante o processo de hierarquização dos atrativos adotou-se como parâmetro de comparação não somente os demais atrativos do destino Vale Europeu Catarinense, mas também de outras regiões do estado e do país. Este enfoque deverá nortear a tomada de decisão da gestão municipal no que se refere a programas e projetos de turismo,

bem como definir a qualidade requerida dos equipamentos e da infraestrutura turística a eles associados.

As descrições das categorias que compõe a matriz de hierarquização proposta pelo MTur e adotadas nesse estudo serão apresentadas a seguir, com adequações à realidade do Vale Europeu Catarinense.

- ▶ **Potencial de Atratividade:** Esse item leva em consideração as características, peculiaridades e o interesse que um determinado atrativo pode despertar nos turistas. Para esse item específico a metodologia proposta pelo MTur determina que deve ser seguida uma ordem quantitativa para o desenvolvimento desse potencial para o turismo e atribui um valor quantitativo às suas características. A **Tabela 30** descreve como se pode definir o potencial de atratividade:

**Tabela 30 – Desenvolvimento do Potencial de um atrativo turístico**

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

Fonte: MTur, 2007.

É importante ressaltar que não foram identificados em Rio dos Cedros atrativos com nível de hierarquia de valor 3 (três), considerando-se apenas os níveis hierárquicos de valores 0 a 2 para a avaliação dos atrativos do município.

- ▶ **Grau de uso atual:** deve considerar o atual volume de fluxo turístico efetivo e sua importância para o município. Difere do grau de interesse por representar a situação atual, em vez da situação potencial. Alto grau de uso indica que o atrativo apresenta uma utilização turística efetiva.

- ▶ **Representatividade:** fundamenta-se na singularidade ou raridade do atrativo. Quanto mais se assemelhar a outros atrativos, menos interessante ou prioritário.
- ▶ **Estado de conservação do entorno:** deve-se verificar, por observação in loco, o estado de conservação da paisagem no entorno do atrativo.
- ▶ **Infraestrutura:** deve-se verificar, in loco, se existe infraestrutura disponível no atrativo e qual seu estado de conservação.
- ▶ **Acesso:** devem-se verificar as vias de acesso existentes e suas condições de uso.

Os demais itens da matriz de hierarquização são numerados 0 a 3, conforme está demonstrado na **Tabela 31**.

**Tabela 31 - Critérios para priorização de atrativos no desenvolvimento da atividade turística**

Hierarquia				
Critérios	Valores			
	0	1	2	3
Potencial de atratividade	Nenhum	Baixo	Médio	Alto
Grau de uso	Fluxo insignificante	Pequeno fluxo	Fluxo de média intensidade	Grande fluxo
Representatividade	Nenhuma	Elemento bastante comum	Pequeno grupo de elementos similares	Elemento singular, raro
Estado de conservação do entorno	Péssimo	Regular	Bom	Ótimo
infraestrutura	Inexistente	Existente, mas em estado precário	Existente, porém, necessitando de intervenções	Existente e em ótimas condições
Acesso	Inexistente	Em estado precário	Necessitando de intervenções	Em ótimas condições

**Fonte:** MTur, 2007.

**Adaptação:** Raízes do Brasil Consultoria

É importante ressaltar que o grau de atratividade dos elementos que compõem um destino turístico pode variar significativamente de um turista para outro, pois este fator está intrinsecamente relacionado com as motivações de viagens dos turistas e a avaliação que eles fazem desses elementos. Via de regra, os elementos que são significativamente atrativos para os turistas comumente não o são para os moradores locais, já que fazem parte do cotidiano destas pessoas. O grau de atratividade é acentuado por seu caráter diferencial, pois o turista procura sempre conhecer aquilo que é diferente de seu cotidiano. Ou seja, aquele atrativo singular, único, sem outros semelhantes, possui maior valor para o turista. Porém, esse valor é bastante subjetivo e a metodologia de hierarquização busca reduzir essa subjetividade. Na **Tabela 32** está demonstrado o resultado da hierarquização dos atrativos turísticos de Rio dos Cedros.

Tabela 32 - Hierarquização dos Atrativos Turísticos de Rio dos Cedros

Atrativos Turísticos	Critérios de Hierarquização						
	Potencial de atratividade**	Grau de uso	Representatividade**	Estado de conservação do entorno	Infraestrutura	Acesso	Total**
<b>NATURAIS</b>							
Região dos lagos – Represas Pinhal e Rio Bonito	4	2	6	2	2	2	18
Cachoeira Formosa	4	2	2	2	2	2	14
Conjunto de cachoeiras Fazenda Ventania	2	1	2	2	2	1	10
Conjunto de cachoeiras Lago Pinhal	2	1	2	2	1	1	09
Cachoeira e Gruta do Índio	2	1	2	2	1	1	09
Rampa de voo livre Alto São Bernardo	2	1	0	2	2	1	08
Pico Simão	0	1	0	3	1	1	06
<b>CULTURAIS</b>							
Artesanato em Vime – Rio Milanês	2	0	4	2	2	2	12
Museu da Imigração	2	0	0	2	2	3	09
Feirinha Comunitária Amigos do Pinhal	0	1	2	2	2	2	09
Arquitetura Religiosa – Capelas e Igrejas	2	0	2	2	1	1	08
Ponte Histórica Rio Esperança	2	1	0	2	0	3	08
Ponte Histórica Rio Ada	2	1	0	2	0	3	08
Aqueduto Rio dos Cedros	0	1	0	1	0	3	05
<b>REALIZAÇÕES TÉCNICAS E CIENTÍFICAS CONTEMPORÂNEAS</b>							
UH Palmeiras	2	0	0	1	2	3	08
UH Rio dos Cedros	2	0	0	1	2	3	08

\* Conforme definido pela metodologia proposta pelo MTur, os critérios: potencial de atratividade e representatividade são multiplicados por dois na avaliação.

\*\* Pontuação máxima atingível pela metodologia adaptada aplicada: 24 pontos.

Elaboração: Raízes do Brasil Consultoria

Com base nos resultados da hierarquização, a seguir serão apresentados os atrativos âncoras, os complementares e aqueles com significativo potencial de atratividade turística, mas que necessitam de maiores adequações. O termo atrativo âncora foi tomado emprestado de um conceito aplicado às grandes lojas de departamentos e grandes supermercados que garantem expressivos números de visitantes e consumidores. No Turismo, os atrativos âncoras são necessários para a viabilização de roteiros turísticos (MURTA; ALBANO, 2002). Neste processo, o atrativo âncora é aquele que recebeu a maior pontuação no processo de avaliação e hierarquização, e o que melhor representa a temática do turismo em Rio dos Cedros. Os atrativos complementares são os que podem complementar a experiência/vivência promovida, seja pela proximidade ou afinidade do tema, grau de uso atual e interesse do público-alvo.

Os atrativos com significativo potencial de atratividade turística são aqueles que necessitam de maiores adequações para serem incluídos em roteiros turísticos municipais ou regionais. Todavia, apesar da baixa pontuação obtida na matriz de hierarquização, apresentam potencial turístico passíveis de serem explorados, mas que devem ser cuidadosamente adequados e planejados. Dos 16 atrativos turísticos identificados em Rio dos Cedros, de acordo com a hierarquização aplicada, 01 foi classificado como atrativo âncora, 01 como atrativo complementar e outros 07 como atrativos com significativo potencial de atratividade turística. Na **Tabela 33** está demonstrado o resultado desta classificação.

**Tabela 33 - Classificação dos Atrativos por potencialidade**

Classificação	Atrativo	Pontos
<b>Âncora</b>	Região dos Lagos – Represas Pinhal e Rio Bonito	18
<b>Complementar</b>	Cachoeira Formosa	14
<b>Potencial Significativo</b>	Artesanato em Vime – Rio Milanês	12
	Conjunto de Cachoeiras Fazenda Ventania	10
	Conjunto de Cachoeiras Lago Pinhal	09
	Cachoeira e Gruta do índio	09
	Museu da Imigração	09
	Feirinha Comunitária Amigos do Pinhal	09
	Arquitetura Religiosa – Capelas e Igrejas	08
Rampa de voo livre Alto São Bernardo	08	

**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

Cabe destacar que o Circuito de Cicloturismo do Vale Europeu Catarinense, considerado um dos mais estruturados do país, tem seu traçado perpassando pela Região dos Lagos, identificada como o atrativo âncora do município.



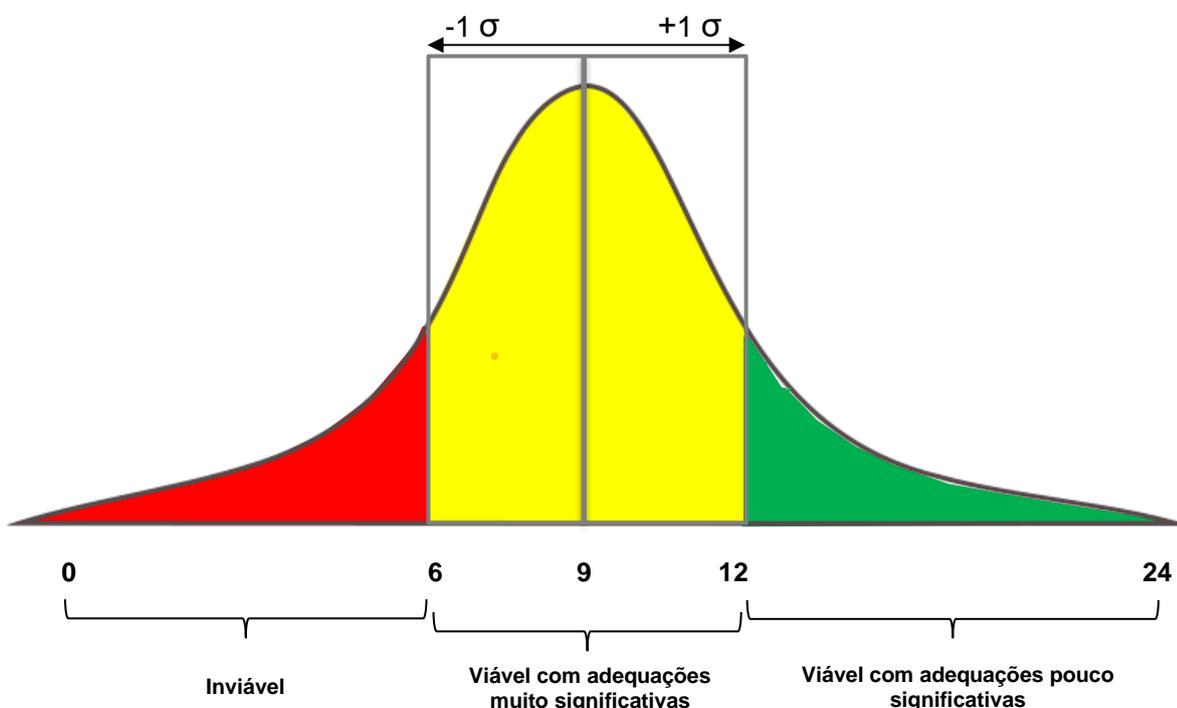
#### VIABILIDADE TURÍSTICA DOS ATRATIVOS

Além da definição de atrativos âncoras, complementares e com potencial, a hierarquização permite também estabelecer parâmetros de viabilidade turística dos atrativos. Esta ação objetiva indicar quais atrativos devem ser priorizados nas políticas públicas municipais de turismo, bem como na aplicação de eventuais investimentos, sejam eles provenientes do setor público ou do setor privado, com o intuito de subsidiar a tomada de decisão estratégicas dos gestores envolvidos.

Os índices de viabilidade foram calculados tendo como base a média da pontuação dos atrativos. Uma vez calculada a média (9) e o desvio padrão (3), se propôs três faixas de corte da pontuação para classificar os atrativos:

- ▶ **Atrativos inviáveis:** são aqueles que possuem pontuação abaixo do valor da média de pontuação dos atrativos (9) menos um desvio padrão (3), ou seja, atrativos que possuem uma pontuação entre 0 e 5 pontos.
- ▶ **Atrativos viáveis com adequações muito significativas:** são aqueles que possuem uma pontuação 6 e 12 pontos, ou seja, entre a média (9) e mais ou menos um desvio padrão (3).
- ▶ **Atrativos viáveis com adequação pouco significativas:** são aqueles que apresentam uma pontuação acima da média (9) mais um desvio padrão (3), ou seja, valores entre 13 e 24 pontos.

A classificação dos atrativos teve como base a curva demonstrada a seguir:



Fonte: Petrocchi (2009)

Adaptação: Raízes do Brasil Consultoria

Na **Tabela 34** está demonstrado o resultado do cálculo da viabilidade turística dos atrativos de Rio dos Cedros, estabelecido com base no processo de hierarquização aplicado. É importante ressaltar que, quanto mais baixa a pontuação obtida na hierarquização, mais significativa deverá ser a adequação para melhorar o grau de viabilidade do atrativo.

**Tabela 34 - Viabilidade Turística dos Atrativos de Rio dos Cedros**

Classificação	Atrativo	Pontuação
Viável com adequações pouco significativas (13 a 24 pontos)	Região dos Lagos – Represas Pinhal e Rio Bonito	18
	Cachoeira Formosa	14
Viável com adequações muito significativas (6 a 12 pontos)	Artesanato em Vime – Rio Milanês	12
	Conjunto de Cachoeiras Fazenda Ventania	10
	Conjunto de Cachoeiras Lago Pinhal	09
	Cachoeira e Gruta do Índio	09
	Museu da Imigração	09
	Feirinha Comunitária Amigos do Pinhal	09
	Arquitetura Religiosa – Capelas e Igrejas	08
	Ponte Histórica Rio Esperança	08
	Ponte Histórica Rio Ada	08
	UH Palmeiras	08
	UH Rio dos Cedros	08
	Rampa de voo livre Alto São Bernardo	08
	Pico Simão	06
Inviável (0 a 5 pontos)	Aqueduto Rio dos Cedros	05

**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

Conforme ficou demonstrado, os 16 atrativos turísticos identificados em Rio dos Cedros tiveram a seguinte classificação: 02 atrativos foram classificados como viável com adequações pouco significativas; 13 atrativos classificados como viável com adequações muito significativas e; 01 atrativo classificado como inviável.

Os atrativos viáveis com adequações pouco significativas – atrativos âncora e complementares, são aqueles que já estão consolidados no destino e tem possibilidade de crescimento rápido com poucas adequações, sendo conveniente priorizá-los. Os atrativos viáveis com adequações muito significativas – com significativo potencial turístico, são os atrativos considerados emergentes e que podem ter seu grau de atratividade incrementado desde que adequações mais robustas sejam implementadas.

Ressalta-se que no Produto 4 – Diagnóstico Estratégico do plano foram sinalizados os pontos fortes e pontos fracos de cada atrativo e sugeridas algumas recomendações objetivando a implementação de melhorias, a fim de contribuir para potencializar e priorizar esses atrativos, possibilitando a consolidação destes como produtos ou parte de produtos turísticos de Rio dos Cedros e região.

### 4.2.3. MATRIZ SWOT

Para o Plano Municipal de Desenvolvimento Territorial do Turismo de Rio dos Cedros, optou-se metodologicamente pela adoção da matriz *SWOT*. Esta ferramenta é frequentemente utilizada para a análise estratégica e formulação de objetivos e estratégias, que são definidos por meio da identificação de:

- i) Pontos Fortes (*Strengths*) e Pontos Fracos (*Weakness*) – fatores internos de criação (ou destruição) de valor, tais como ativos naturais, patrimônio histórico-cultural, saberes, quereres, crenças, artes, música, habilidades, ou recursos que o destino tem à sua disposição, em relação aos seus competidores e;
- ii) Oportunidades (*Opportunities*) e Ameaças (*Threats*) – fatores externos e incontroláveis de criação (ou destruição) de valor e que emergem ou da dinâmica competitiva do mercado turístico ou de fatores demográficos, econômicos, políticos, tecnológicos, sociais ou legais.

A utilização desta ferramenta permite identificar os principais obstáculos ao desenvolvimento do setor turístico no destino, possibilitando que sejam elaboradas estratégias e ações que minimizem os seus efeitos. A identificação dos pontos fortes e pontos fracos contribuem para a definição de estratégias e ações que visem potencializar e ampliar a competitividade do destino. Essas intervenções permitem a geração de vantagens competitivas, ou seja, o fortalecimento de capacidades que gerem valor para o turismo. Cabe destacar a importância de se desenvolver estratégias de acordo com os resultados obtidos na análise *SWOT* como forma de aprimorar o planejamento e potencializar os efeitos das ações propostas. Relações que devem ser consideradas entre a análise *SWOT* e a definição das estratégias:

- ▶ **Relação Força / Oportunidade:** Como as Forças podem ser usadas para se maximizar as Oportunidades.
- ▶ **Relação Força / Ameaça:** Como as Forças podem ser utilizadas para se minimizar as Ameaças.
- ▶ **Relação Oportunidade / Fraqueza:** Como as Oportunidades podem ser aproveitadas para se minimizar as Fraquezas.
- ▶ **Relação Oportunidade / Ameaça:** Como as Oportunidades podem ser usadas para se minimizar as Ameaças.

Conforme os cenários interno e externo se alteram, as estratégias precisarão se adaptar a eles. Nesse sentido, é importante realizar análises *SWOT* periodicamente para garantir a eficácia das estratégias. É importante destacar que a elaboração da matriz *SWOT* pressupõe a participação dos atores sociais locais da atividade turística e sua interação. Neste sentido, a matriz apresentada no **Quadro 2** se configura como a versão validada de forma participativa.

Quadro 2 - Matriz SWOT segmentada do destino

<b>AMBIENTE INTERNO</b>  <b>FORÇAS</b> <b>STRENGTHS</b>	<b>DEMANDA</b>				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Produtos de Ecoturismo, Turismo de Aventura (em especial o cicloturismo) e o Turismo Rural com boa aceitação no mercado;</li> </ul>				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Região dos Lagos;</li> <li>▶ O município compõe o circuito de cicloturismo Vale Europeu;</li> <li>▶ Características rurais e hospitalidade;</li> <li>▶ História da ocupação colonial Italiana;</li> <li>▶ Gastronomia típica;</li> <li>▶ Natureza preservada;</li> <li>▶ Município inspira fuga do urbano;</li> <li>▶ Possibilidade de formatar produtos que contribuam para o aumento da média de permanência do turista no município;</li> </ul>				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Bons índices de segurança pública;</li> <li>▶ Pavimentação da RCD 080 (Estrada Geral Cedro Alto - Margem Direita), que conecta o centro da cidade às principais áreas turísticas de Rio dos Cedros;</li> </ul>				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Integrante da Instância de Governança Regional do Vale Europeu;</li> <li>▶ Integrante do CIMVI - Turismo;</li> <li>▶ Integrante do CIMVI – Cultura;</li> <li>▶ COMTUR e FUMTUR instituídos;</li> <li>▶ Plano Municipal de Desenvolvimento Territorial do Turismo em elaboração;</li> <li>▶ Vários programas/projetos em execução ou planejamento pelo Poder Público (vide diagnóstico estratégico);</li> </ul>				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Plano Municipal de Educação Ambiental;</li> <li>▶ Educação Ambiental integrada coordenada pelo CIMVI;</li> <li>▶ Plano Municipal de Conservação e Restauração da Mata Atlântica (PMMA);</li> <li>▶ 72% de cobertura vegetal em médio ou avançado estágio de conservação;</li> <li>▶ O município dispõe de coleta seletiva;</li> </ul>				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Boa oferta de atrativos e nichos de mercado para combater a sazonalidade;</li> <li>▶ O destino dispõe de produtos turísticos que podem obter bom apelo mercadológico;</li> </ul>				

**FRAQUEZAS**  
**WEAKNESSES**

- ▶ Fluxo turístico ainda é limitado;
  - ▶ Insuficientes dados sobre a demanda;
  - ▶ Os serviços do destino, em alguns casos, não atendem o nível de qualidade exigida pelo turista (Dados da Pesquisa);
- ▶ Pouca presença dos atrativos e serviços turísticos na internet;
  - ▶ Necessidade de melhoria na qualificação profissional da mão de obra para o Turismo;
  - ▶ Opções de lazer noturno limitadas;
  - ▶ Estratégias de marketing deficientes em todos os níveis;
  - ▶ Parte dos atrativos ainda não está totalmente estruturada;
- ▶ Necessidade de mais investimentos em infraestrutura turística;
  - ▶ Acesso aos atrativos sem pavimentação e/ou mal sinalizadas;
  - ▶ Insuficiente sinalização interpretativa nos atrativos turísticos;
  - ▶ Necessidade de aprimoramento da identidade visual para o Turismo;
  - ▶ Estado de conservação e sinalização da Estrada Municipal Pedra Preta que liga a SC-477 à Região dos Lagos;
  - ▶ Inexistência de Centro de Atendimento ao Turista estruturado;
- ▶ Município está na Categoria D no Mapa do Turismo do MTur;
  - ▶ Escassez de recursos públicos específicos para o Turismo;
  - ▶ Descontinuidade da gestão pública e dos projetos de turismo;
  - ▶ Ausência de políticas públicas adequadas ao turismo;
  - ▶ Dificuldade para a captação de recursos públicos para o Turismo;
  - ▶ Limitado incentivo a empreendimentos de turismo;
- ▶ Apenas 70,67% da população total e 41,71% da população rural é atendida pelo serviço de coleta de lixo;
  - ▶ O município recupera apenas 7,39% dos resíduos coletados;
  - ▶ Algum nível de poluição dos rios no município;
  - ▶ Ações de educação ambiental com a população ainda são tímidas;
- ▶ Insuficientes ações inovadoras voltadas ao turismo;
  - ▶ Inexistência de um plano de marketing turístico do destino;
  - ▶ Promoção turística do destino pouco articulada entre os setores público e privado;

<b>AMBIENTE EXTERNO</b> <b>OPORTUNIDADES</b> <b>OPPORTUNITIES</b>	<b>DEMANDA</b>		<b>AMEAÇAS</b> <b>THREATS</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Proximidade com o litoral e outros centros turísticos como Blumenau e Pomerode;</li> <li>▶ Interesse dos potenciais turistas nos segmentos de Ecoturismo, Turismo de Aventura (em especial o cicloturismo), Turismo Rural e Turismo Religioso, que são segmentos potenciais no destino;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Destinos turísticos concorrentes já consolidados;</li> <li>▶ Destinos concorrentes próximos como os destinos de sol e praia catarinenses e os destinos da Serra Catarinense;</li> <li>▶ Aspectos econômicos do País;</li> <li>▶ Efeitos da pandemia Covid-19;</li> </ul>	
	<b>OFERTA</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Crescente interesse em ambientes que propiciem atividades ao ar livre e com manutenção do distanciamento social;</li> <li>▶ Perfil do destino adequado às tendências dos pós-pandemia;</li> <li>▶ Turismo Rural em ascensão;</li> <li>▶ Aspectos como colonização europeia, gastronomia e paisagens;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Existência de destinos com características semelhantes e maior divulgação e promoção em Santa Catarina e estados vizinhos;</li> <li>▶ Grande quantidade de atrativos naturais e culturais similares em outras regiões;</li> </ul>	
	<b>INFRAESTRUTURA BÁSICA E TURÍSTICA</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ BR-470 sendo duplicada a partir do litoral e aeroporto de Navegantes;</li> <li>▶ SC-477 pavimentada e sinalizada entre Rio Negrinho e Doutor Pedrinho, passando por Rio dos Cedros;</li> <li>▶ Possibilidade de captação de investidores;</li> <li>▶ Captação de recursos públicos estaduais e federais para projetos de Turismo;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Sinalização turística insuficiente nas rodovias de acesso ao município;</li> <li>▶ Indisponibilidade de sinal de telefonia móvel na Região dos Lagos;</li> <li>▶ Outros destinos turísticos com infraestrutura básica e turística bem desenvolvidas.</li> </ul>	
	<b>GOVERNANÇA</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional em elaboração;</li> <li>▶ Observatório do Turismo Regional em desenvolvimento;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Outras regiões e destinos turísticos similares do Estado com gestão bastante organizada e atuante;</li> </ul>		
<b>MEIO AMBIENTE E SUSTENTABILIDADE</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Ecoturismo como vetor de geração de emprego e renda;</li> <li>▶ Turistas sensibilizados quanto às questões ambientais;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Outros destinos e regiões turísticas já utilizando práticas sustentáveis como ferramenta de marketing e divulgação;</li> </ul>		
<b>PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Tendência de valorização do ecoturismo e do Turismo Rural pós pandemia;</li> <li>▶ Desenvolver imagem turística para a cidade de acordo com a nova marca do Vale Europeu.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Poucas operadoras turísticas disponibilizam produtos turísticos do destino no mercado;</li> <li>▶ Mecanismos de marketing externo pouco eficazes;</li> <li>▶ Regiões turísticas concorrentes com planos de marketing bastante agressivos.</li> </ul>		

**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

# 5

## **ESTRATÉGIAS PARA DESENVOLVIMENTO DO TURISMO**

### 5.1. Estratégias Gerais do Destino

## 5. ESTRATÉGIAS PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO

O termo estratégia ganhou status relevante nas últimas décadas como essencial para a sobrevivência das organizações em mercados cada vez mais competitivos. A origem do vocábulo estratégia está na Grécia Antiga, que significa arte do general, o chefe do exército, com clara conotação voltada para a arte da guerra, tendo como significado o caminho a ser percorrido (STEINER e MINER, 1981).

No entanto, o conceito de estratégia é constantemente utilizado, tanto na academia quanto no meio empresarial, tendo evoluído ao longo do tempo com objetivo de aprimorar o desempenho das organizações. Para se entender o caminho evolutivo do conceito e o seu ecletismo, considera-se importante fazer uma concepção histórica da conceituação de estratégia, trazendo os diferentes pontos de vista de autores clássicos como parte do estudo realizado por Oliveira, Grzybovski e Sette (2011).

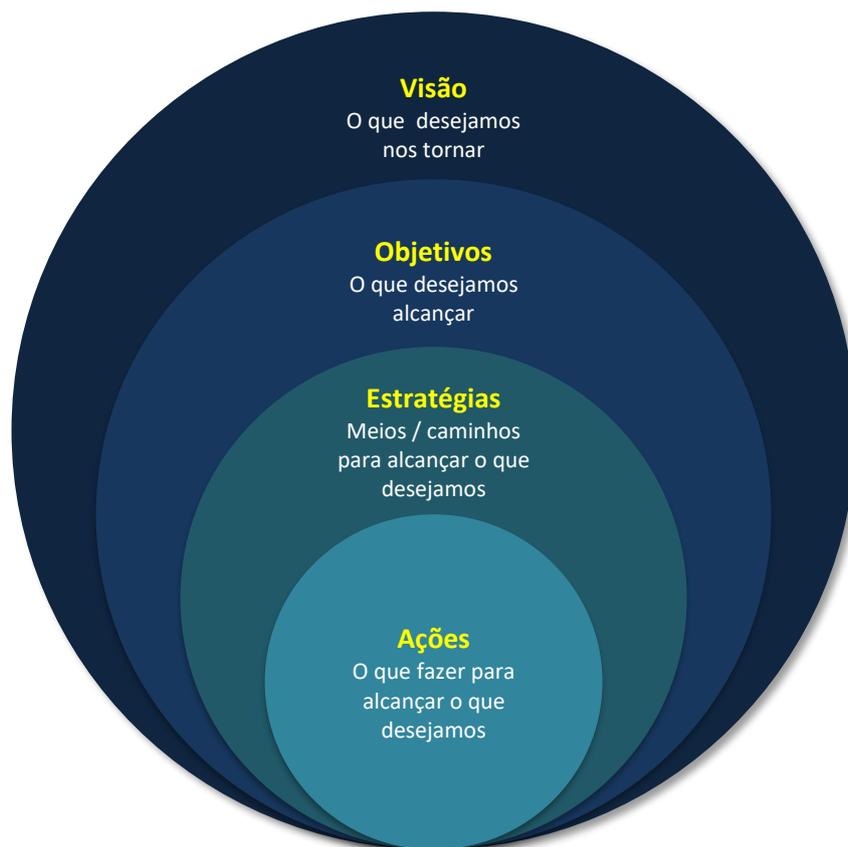
Autor	Diferentes pontos de vista
<b>Chandler (1962)</b>	Determinar objetivos organizacionais de longo prazo e adotar componentes integrados que explicam as relações entre tipos particulares de organização, estrutura e ambiente.
<b>Ansoff (1965)</b>	Estabelecer conjuntos de regras de decisão para orientar o comportamento organizacional como possibilidade de adaptação às modificações do ambiente econômico.
<b>Andrews (1971)</b>	Constituir um esquema conceitual do qual a elaboração e a formalização solapam o modelo corporativo em sua essência. Até conhecer a estratégia, não se desenha a estrutura.
<b>Schendel e Hofer (1978)</b>	Estabelecer os meios fundamentais para atingir os objetivos organizacionais, sujeitos a um conjunto de restrições do meio envolvente.
<b>Miles e Snow (1978)</b>	Responder às mudanças ambientais, analisando a relação produto mercado. Nesse caso, a postura estratégica é de acompanhamento por mecanismos complementares; estrutura e processos organizacionais voltados à implementação da estratégia.
<b>Porter (1985)</b>	Estabelecer ações ofensivas ou defensivas para criar posição defensável numa indústria e, assim, enfrentar as forças competitivas e obter maior retorno sobre o investimento. Escolha racional e deliberada de um posicionamento estratégico, por meio de um sistema de atividades diferenciadas.
<b>Mintzberg (1988)</b>	Determinar a força mediadora entre organização e contexto: um padrão no processo de tomada de decisões organizacionais. Envolve aspectos cognitivos e sociais que condicionam a ação estratégica.

**Fonte:** Oliveira, Grzybovski e Sette (2011, p. 4)

**Adaptação:** Raízes do Brasil Consultoria

Todavia, foi com os estudos de Porter, na década de 1980, que essa discussão ganhou escala na gestão das organizações, quando o autor, após estudar a concorrência na indústria, percebeu que o mercado impunha barreiras à entrada de novos competidores e barreiras de mobilidade que dificultavam a movimentação das empresas dentro de uma dada indústria. Nesse sentido, Porter (1985) afirma que mais importante do que definir estratégias para atingir objetivos, uma organização deve se posicionar adequadamente no mercado, fazendo com que as estratégias conduzam a um equilíbrio das organizações neste mercado. Esta contribuição de Porter aos estudos organizacionais se encaixa perfeitamente na indústria do Turismo.

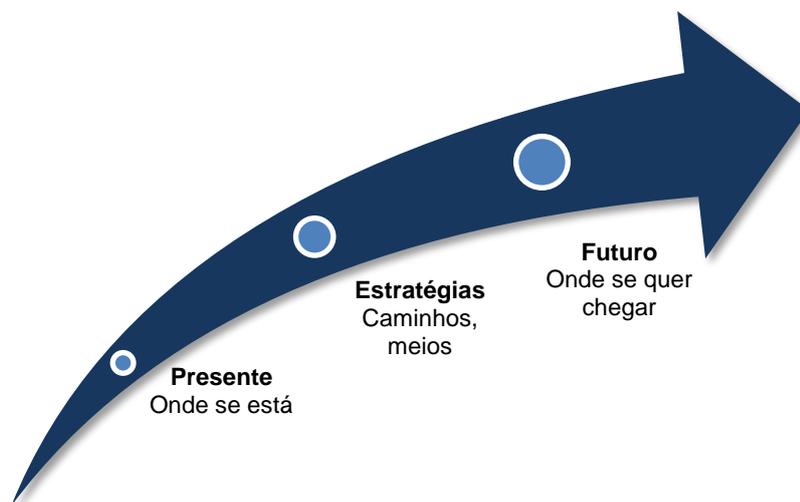
Via de regra, o processo de definição de estratégias (meios / caminhos para alcançarmos o que desejamos) é antecedido pela definição da Visão (definição do que desejamos nos tornar) e de Objetivos (o que desejamos alcançar) e sucedido por um conjunto de ações (o que devemos fazer para alcançar o que desejamos), que deverão ser considerados em um determinado espaço de tempo.



**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

Nesse sentido, o processo em que a definição de estratégias está inserida possibilita a compreensão do problema a ser equacionado e como devem ser conduzidas as ações para que os

objetivos traçados possam ser alcançados. Ou seja, as estratégias são o meio, o caminho a ser percorrido entre a situação atual (presente) até se alcançar a situação desejada (futuro).



Genericamente, o processo de definição de estratégias de desenvolvimento turístico de um destino inclui a delimitação de objetivos e linhas de ação estabelecidos dentro de um espaço de tempo determinado, possibilitando conduzir as ações que visam atingir os objetivos traçados, permitindo se transferir de um cenário atual em direção a um cenário desejado.

### 5.1. ESTRATÉGIAS GERAIS DO DESTINO

As estratégias devem determinar as grandes linhas de ação necessárias para atingir os objetivos propostos e as prioridades de desenvolvimento da atividade turística no município, levando em conta, pelo menos, os seguintes âmbitos de atuação:

- ▶ O posicionamento turístico desejável para o município e as estratégias de comercialização necessárias para sua consolidação;
- ▶ A valorização e a exploração dos atrativos turísticos principais; os produtos e os tipos/segmentos turísticos nos quais é necessário concentrar esforços e a seleção do portfólio estratégico de produtos-segmentos de demanda-meta;
- ▶ As infraestruturas e os serviços básicos requeridos;
- ▶ O quadro institucional requerido, com especial ênfase no apoio ao investimento turístico e ao fortalecimento da gestão pública de turismo e meio ambiente em nível local; e
- ▶ As diretrizes socioambientais requeridas para preservar os ativos naturais e culturais do município, durante o desenvolvimento da atividade turística.

A partir do diagnóstico estratégico, foram propostos os segmentos prioritários para o destino e complementarmente foi estruturada a matriz *SWOT* do destino, em que se identificou os pontos fortes, pontos fracos, ameaças e oportunidades para o Turismo de Rio dos Cedros.

Com suporte destas duas ferramentas e de outros elementos identificados durante o diagnóstico, foram elaboradas estratégias gerais para se atingir os objetivos desejados para o desenvolvimento sustentável da atividade turística no destino.

### 5.1.1. SEGMENTOS PRIORITÁRIOS PROPOSTOS PARA O DESTINO

Para que a estratégia central de posicionamento e os objetivos de desempenho propostos sejam alcançados, propôs-se a definição dos segmentos prioritários e potenciais a serem trabalhados pelas ações de posicionamento do destino no mercado turístico, conforme a **Tabela 35**.

**Tabela 35 - Segmentos Prioritários**

Segmentos prioritários e potenciais	Oferta turística relacionada
<p><b>ECOTURISMO</b></p> <p>O ecoturismo pressupõe visitação ao ar livre para contemplação da natureza.</p>	Contemplanção das represas do Pinhal e de Palmeiras, rios, serras, cachoeiras, picos, dentre outros.
<p><b>TURISMO DE AVENTURA</b></p> <p>Compreende os movimentos turísticos decorrentes da prática de atividades de aventura de caráter recreativo e não competitivo.</p> <p><b>CICLOTURISMO</b></p> <p>Destaca-se o cicloturismo (atividade de turismo de aventura) que se caracteriza pela viagem utilizando como meio de transporte a bicicleta.</p>	<p>Caminhadas na natureza, rapel, cicloturismo, passeios a cavalo, entre outros.</p> <p>Circuito de Cicloturismo do Vale Europeu.</p>
<p><b>TURISMO NÁUTICO</b></p> <p>Turismo Náutico caracteriza-se pela utilização de embarcações náuticas com a finalidade da movimentação turística. (MTUR, 2010, p. 14)</p>	Passeios na Região dos Lagos utilizando embarcações náuticas.
<p><b>TURISMO RURAL</b></p> <p>É o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade (MTUR, 2010).</p>	Contato com áreas rurais, produção agrícola e pecuária. Pequenas propriedades rurais compõem a paisagem do interior de Rio dos Cedros.
<p><b>TURISMO CULTURAL</b></p> <p>Compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do Patrimônio Histórico e Cultural e dos eventos culturais, promovendo os bens materiais e imateriais da cultura. (MTUR, 2006)</p>	Os saberes relacionados a produção dos objetos em vime são elementos culturais significativos de Rio dos Cedros. A culinária característica da colonização italiana integra o patrimônio cultural municipal.

**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

Salienta-se que Rio dos Cedros é um destino procurado pelo público que busca contato com a natureza, fuga do ambiente urbano e atividades de lazer. Ao considerar os segmentos prioritários incorporou-se estas vocações do destino para o turismo.

### 5.1.2. VISÃO DE FUTURO

A visão de futuro para o destino turístico favorece que as pessoas busquem conjuntamente alcançar objetivos estratégicos uma vez que elas compartilham os mesmos anseios. É uma forma de aumentar a adesão dos indivíduos para alavancar o desenvolvimento turístico, sensibilizando-as e motivando-as.

Neste trabalho, apresentamos uma proposta de visão do destino turístico que foi elaborada a partir de anseios dos participantes da oficina para planejamento participativo. De acordo com Petrocchi (2008, p. 119) “a visão de futuro define o foco para o destino de turismo. A visão é também o desafio compartilhado e desejado pela comunidade”. Os participantes da oficina elencaram palavras e frases que são inspirações para definir uma imagem mental do cenário que o município estará no futuro. Para elaborar a visão considerou-se que ela seria ao mesmo tempo instigante, desafiadora e alcançável no tempo previsto para vigência do Plano, ou seja, até 2030. Para tal, considerou-se os atrativos, equipamentos e serviços atuais e potenciais. As inspirações para elaborar a visão foram:

- ▶ Referência do ecoturismo de forma sustentável;
- ▶ Uma cidade para se descobrir;
- ▶ Lugar para ir com a família;
- ▶ Fonte de renda;
- ▶ Manter o riocedrense no município;
- ▶ Acolhimento;
- ▶ Sustentabilidade;
- ▶ Crescimento econômico;
- ▶ Paisagens e represas;
- ▶ Águas;
- ▶ Qualidade de vida.

Diante dos temas elencados elaborou-se uma proposta de visão municipal:

**Ser reconhecido pelas belas paisagens para se descobrir em família, onde as tradições culturais e as atividades na natureza se desenvolvem de maneira sustentável. Ser referência em atividades náuticas no Vale Europeu.**

### 5.1.3. ÁREAS DE ATENÇÃO E APRIMORAMENTO

Identificou-se durante a estruturação da matriz *SWOT* e em etapas anteriores do plano, algumas áreas e fatores que se propõe dedicar atenção especial durante a elaboração das estratégias e definição do plano de ação, pois considera-se que são elementos importantes para o desenvolvimento sustentável do Turismo de Rio dos Cedros. Esses elementos estão expostos no **Quadro 3**.

**Quadro 3 - Áreas e Fatores de Atenção e Aprimoramento**



**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

O símbolo retratando os três pilares da Sustentabilidade permeando todas as áreas e fatores identificados (**Quadro 3**) evidencia que as ações a serem desenvolvidas devem estar alinhadas aos preceitos do desenvolvimento sustentável, indicando a sua importância estratégica não apenas para o segmento turístico, mas para todas as atividades econômicas desenvolvidas no município.

#### 5.1.4. ORGANIZAÇÃO DAS ESTRATÉGIAS

Como forma de organização e em atendimento às recomendações elencadas no termo de referência deste projeto, as Estratégias Gerais serão estruturadas em cinco diferentes Eixos (macroestratégias), demonstrados na **Figura 54**. Em cada âmbito proposto serão recomendados as estratégias e os objetivos para o desenvolvimento turístico sustentável de Rio dos Cedros e serão demonstradas as suas correlações com a Matriz *SWOT* desenvolvida para o destino.

**Figura 54 – Eixos associados às Estratégias**



**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

Os objetivos centrais das estratégias propostas para o destino foram definidos em termos de:

- i)** Volume de demanda;
- ii)** Tempo médio de permanência do turista;
- iii)** Taxa de ocupação hoteleira e;
- iv)** Gasto médio por turista.

Embora os dados disponíveis sobre esses indicadores no destino sejam insipientes, sendo necessário o desenvolvimento de ações nesta direção, com os efeitos das ações a serem propostas, espera-se incremento nestes indicadores-chave do desempenho turístico no destino.

## 5.1.5. ESTRATÉGIAS, OBJETIVOS E CORRELAÇÕES COM A MATRIZ SWOT



## POSICIONAMENTO COMPETITIVO E COMERCIALIZAÇÃO

## ESTRATÉGIA 1 – DEFINIÇÃO DO POSICIONAMENTO DE MERCADO DO DESTINO

OBJETIVOS	CORRELAÇÃO DA ESTRATÉGIA COM A MATRIZ SWOT			
	AMBIENTE INTERNO		AMBIENTE EXTERNO	
	FORÇAS	FRAQUEZAS	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Fortalecer os segmentos prioritários;</li> <li>▶ Definir público-alvo;</li> <li>▶ Fortalecer o posicionamento estratégico;</li> <li>▶ Conquistar vantagem competitiva frente aos destinos concorrentes;</li> <li>▶ Ampliar oportunidades de negócios e atrair novos empreendimentos turísticos;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Região dos Lagos como diferencial competitivo;</li> <li>▶ O município compõe o circuito de cicloturismo Vale Europeu;</li> <li>▶ Produtos de Ecoturismo, Turismo de Aventura (em especial o cicloturismo) e Turismo Rural com boa aceitação no mercado;</li> <li>▶ Características rurais e hospitalidade (povo acolhedor);</li> <li>▶ História da ocupação colonial Italiana;</li> <li>▶ Gastronomia típica;</li> <li>▶ Natureza preservada;</li> <li>▶ Município inspira tranquilidade e fuga do urbano;</li> <li>▶ Possibilidade de formatar produtos que contribuam para o aumento da média de permanência do turista;</li> <li>▶ Bons índices de segurança pública;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Insuficientes dados sobre a demanda;</li> <li>▶ Pouca presença dos atrativos e serviços turísticos na internet;</li> <li>▶ Necessidade de melhoria na qualificação profissional da mão de obra para o Turismo;</li> <li>▶ Opções de lazer noturno limitadas;</li> <li>▶ Estratégias de marketing deficientes em todos os níveis;</li> <li>▶ Parte dos atrativos ainda não está estruturada;</li> <li>▶ Limitado incentivo a empreendimentos de turismo;</li> <li>▶ Insuficientes ações inovadoras voltadas ao turismo;</li> <li>▶ Inexistência de um plano de marketing turístico do destino;</li> <li>▶ Promoção turística do destino pouco articulada entre os setores público e privado;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Crescente interesse em ambientes que propiciem atividades ao ar livre e com manutenção do distanciamento social;</li> <li>▶ Perfil do destino adequado às tendências dos pós-pandemia;</li> <li>▶ Aspectos como colonização europeia, gastronomia e paisagens;</li> <li>▶ Interesse dos potenciais turistas nos segmentos de Ecoturismo, Turismo de Aventura (em especial o cicloturismo) e Turismo Rural que são segmentos potenciais no destino;</li> <li>▶ Desenvolver imagem turística para a cidade de acordo com a nova marca do Vale Europeu;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Poucas operadoras turísticas disponibilizam produtos turísticos de destino no mercado;</li> <li>▶ Mecanismos de marketing externo pouco eficazes;</li> <li>▶ Regiões turísticas concorrentes com planos de marketing bastante agressivos;</li> <li>▶ Destinos turísticos concorrentes já consolidados;</li> <li>▶ Grande quantidade de atrativos similares na região;</li> <li>▶ Destinos concorrentes próximos como os destinos de sol e praia catarinenses e os destinos da Serra Catarinense;</li> </ul>


**POSICIONAMENTO COMPETITIVO E COMERCIALIZAÇÃO**
**ESTRATÉGIA 2 – PROMOÇÃO DA COMERCIALIZAÇÃO DOS ATRATIVOS E PRODUTOS TURÍSTICOS DO DESTINO**

OBJETIVOS	CORRELAÇÃO DA ESTRATÉGIA COM A MATRIZ SWOT			
	AMBIENTE INTERNO		AMBIENTE EXTERNO	
	FORÇAS	FRAQUEZAS	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Ampliar segmentos de turistas;</li> <li>▶ Potencializar a demanda;</li> <li>▶ Amenizar o efeito sazonalidade;</li> <li>▶ Ampliar a vantagem competitiva frente aos concorrentes;</li> <li>▶ Fortalecer o posicionamento estratégico;</li> <li>▶ Aumentar a exposição da imagem do destino no mercado-alvo;</li> <li>▶ Segmentar a comunicação para atender cada público-alvo prioritário, de acordo com a sua especificidade;</li> <li>▶ Ampliar a visibilidade dos atrativos e produtos turísticos do destino em diferentes canais da Internet;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Região dos Lagos como diferencial competitivo;</li> <li>▶ O município compõe o circuito de cicloturismo Vale Europeu;</li> <li>▶ Produtos de Ecoturismo, Turismo de Aventura (em especial o cicloturismo) e Turismo Rural com boa aceitação no mercado;</li> <li>▶ Características rurais e hospitalidade (povo acolhedor);</li> <li>▶ História da ocupação colonial Italiana;</li> <li>▶ Gastronomia típica;</li> <li>▶ Natureza preservada;</li> <li>▶ Município inspira tranquilidade e fuga do urbano;</li> <li>▶ Possibilidade de formatar produtos que contribuam para o aumento da média de permanência do turista;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Insuficientes dados sobre a demanda;</li> <li>▶ Pouca presença dos atrativos e serviços turísticos na internet;</li> <li>▶ Estratégias de marketing deficientes em todos os níveis;</li> <li>▶ Parte dos atrativos ainda não está estruturada;</li> <li>▶ Insuficientes ações inovadoras voltadas ao turismo;</li> <li>▶ Inexistência de um plano de marketing turístico do destino;</li> <li>▶ Promoção turística do destino pouco articulada entre os setores público e privado;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Crescente interesse em ambientes que propiciem atividades ao ar livre e com manutenção do distanciamento social;</li> <li>▶ Perfil do destino adequado às tendências dos pós-pandemia;</li> <li>▶ Aspectos como colonização europeia, gastronomia e paisagens;</li> <li>▶ Interesse dos potenciais turistas nos segmentos de Ecoturismo, Turismo de Aventura (em especial o cicloturismo) e Turismo Rural que são segmentos potenciais no destino;</li> <li>▶ Desenvolver imagem turística para a cidade de acordo com a nova marca do Vale Europeu;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Poucas operadoras turísticas disponibilizam produtos turísticos de destino no mercado;</li> <li>▶ Grande quantidade de atrativos naturais e culturais similares na região;</li> <li>▶ Mecanismos de marketing externo pouco eficazes;</li> <li>▶ Regiões turísticas concorrentes com planos de marketing bastante agressivos;</li> <li>▶ Destinos turísticos concorrentes já consolidados;</li> <li>▶ Aspectos econômicos do País;</li> <li>▶ Efeitos da pandemia Covid-19;</li> </ul>



## SEGMENTAÇÃO E PRODUTO

## ESTRATÉGIA 3 – DEFINIÇÃO DO PORTFÓLIO ESTRATÉGICO DE PRODUTOS TURÍSTICOS DO DESTINO

OBJETIVOS	CORRELAÇÃO DA ESTRATÉGIA COM A MATRIZ SWOT			
	AMBIENTE INTERNO		AMBIENTE EXTERNO	
	FORÇAS	FRAQUEZAS	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Fortalecer os segmentos prioritários;</li> <li>▶ Definir público-alvo;</li> <li>▶ Ampliar oportunidades de negócios e atrair novos empreendimentos turísticos;</li> <li>▶ Potencializar a demanda;</li> <li>▶ Amenizar o efeito da sazonalidade;</li> <li>▶ Ampliar a vantagem competitiva frente aos concorrentes;</li> <li>▶ Fortalecer o posicionamento estratégico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Região dos Lagos como diferencial competitivo;</li> <li>▶ O município compõe o circuito de cicloturismo Vale Europeu;</li> <li>▶ Produtos de Ecoturismo, Turismo de Aventura (em especial o cicloturismo) e Turismo Rural com boa aceitação no mercado;</li> <li>▶ Características rurais e hospitalidade (povo acolhedor);</li> <li>▶ História da ocupação colonial Italiana;</li> <li>▶ Gastronomia típica;</li> <li>▶ Natureza preservada;</li> <li>▶ Município inspira tranquilidade e fuga do urbano;</li> <li>▶ Possibilidade de formatar produtos que contribuam para o aumento da média de permanência do turista;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Insuficientes dados sobre a demanda;</li> <li>▶ Parte dos atrativos ainda não está estruturada;</li> <li>▶ Insuficientes ações inovadoras voltadas ao turismo;</li> <li>▶ Os serviços turísticos no destino, em alguns casos, não atendem o nível de qualidade exigida pelo turista (Dados da Pesquisa);</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Crescente interesse em ambientes que propiciem atividades ao ar livre e com manutenção do distanciamento social;</li> <li>▶ Perfil do destino adequado às tendências dos pós-pandemia;</li> <li>▶ Aspectos como colonização europeia, gastronomia e paisagens;</li> <li>▶ Interesse dos potenciais turistas nos segmentos de Ecoturismo, Turismo de Aventura (em especial o cicloturismo) e Turismo Rural que são segmentos potenciais no destino;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Existência de destinos com características semelhantes e maior divulgação e promoção em Santa Catarina e estados vizinhos;</li> <li>▶ Grande quantidade de atrativos similares na região;</li> <li>▶ Grande quantidade de atrativos naturais e culturais similares em outras regiões concorrentes;</li> </ul>



## INFRAESTRUTURA

## ESTRATÉGIA 4 – MELHORIA DA INFRAESTRUTURA TURÍSTICA E DOS SERVIÇOS BÁSICOS DO DESTINO

OBJETIVOS	CORRELAÇÃO DA ESTRATÉGIA COM A MATRIZ SWOT			
	AMBIENTE INTERNO		AMBIENTE EXTERNO	
	FORÇAS	FRAQUEZAS	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Aprimorar o atendimento ao turista;</li> <li>▶ Melhorar a sinalização turística do Município;</li> <li>▶ Fomentar o ambiente de negócios para o Turismo e atrair empreendedores;</li> <li>▶ Ampliar a vantagem competitiva frente aos concorrentes;</li> <li>▶ Fortalecer o posicionamento estratégico do destino;</li> <li>▶ Melhorar a estrutura e os acessos aos atrativos naturais prioritários;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Bons índices de segurança pública;</li> <li>▶ Pavimentação da RCD 080 (Estrada Geral Cedro Alto - Margem Direita), que conecta o centro da cidade às principais áreas turísticas de Rio dos Cedros;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Necessidade de mais investimentos em infraestrutura turística;</li> <li>▶ Acesso aos atrativos sem pavimentação e/ou mal sinalizadas;</li> <li>▶ Insuficiente sinalização interpretativa nos atrativos turísticos;</li> <li>▶ Necessidade de aprimoramento da identidade visual para o Turismo;</li> <li>▶ Estado de conservação e sinalização da Estrada Municipal Pedra Preta que liga a SC-477 à Região dos Lagos;</li> <li>▶ Inexistência de Centro de Atendimento ao Turista estruturado;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ BR-470 sendo duplicada a partir do litoral e aeroporto de Navegantes;</li> <li>▶ SC-477 pavimentada e sinalizada entre Rio Negrinho e Doutor Pedrinho, passando por Rio dos Cedros;</li> <li>▶ Possibilidade de captação de investidores;</li> <li>▶ Captação de recursos públicos estaduais e federais para projetos de Turismo;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Sinalização turística insuficiente nas rodovias de acesso ao município;</li> <li>▶ Outros destinos turísticos com infraestrutura básica e turística bem desenvolvidas;</li> <li>▶ Indisponibilidade de sinal de telefonia móvel na Região dos Lagos;</li> </ul>


**ESTRATÉGIA 5 – MODERNIZAR A ESTRUTURA ADMINISTRATIVA E A GESTÃO DO TURISMO NO DESTINO**

OBJETIVOS	CORRELAÇÃO DA ESTRATÉGIA COM A MATRIZ SWOT			
	AMBIENTE INTERNO		AMBIENTE EXTERNO	
	FORÇAS	FRAQUEZAS	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Fortalecer a Governança do Turismo no destino;</li> <li>▶ Capacitar gestores públicos empresários do setor de Turismo;</li> <li>▶ Melhorar ambiente de negócios para o Turismo e atrair empreendedores;</li> <li>▶ Ampliar a vantagem competitiva frente aos concorrentes;</li> <li>▶ Promover integração entre os setores público e privado;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Integrante da Instância de Governança Regional do Vale Europeu;</li> <li>▶ Integrante do CIMVI - Turismo;</li> <li>▶ Integrante do CIMVI – Cultura;</li> <li>▶ COMTUR e FUMTUR instituídos;</li> <li>▶ Plano Municipal de Desenvolvimento Territorial do Turismo em elaboração;</li> <li>▶ Vários programas/projetos em execução ou planejamento pelo Poder Público (vide diagnóstico estratégico);</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Município está na Categoria D no Mapa do Turismo do MTur;</li> <li>▶ Escassez de recursos públicos específicos para o Turismo;</li> <li>▶ Frequente descontinuidade da gestão pública e dos projetos de turismo;</li> <li>▶ Ausência de políticas públicas adequadas ao turismo;</li> <li>▶ Dificuldade para a captação de recursos públicos para o Turismo;</li> <li>▶ Limitado incentivo a empreendimentos de turismo;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Plano Estratégico de Desenvolvimento Regional do Turismo em elaboração;</li> <li>▶ Observatório do Turismo Regional em desenvolvimento;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Outras regiões e destinos turísticos similares do Estado com gestão bastante organizada e atuante;</li> </ul>


**ESTRATÉGIA 6 – MELHORAR A GESTÃO AMBIENTAL PARA A ÁREA TURÍSTICA DO DESTINO**

OBJETIVOS	CORRELAÇÃO DA ESTRATÉGIA COM A MATRIZ SWOT			
	AMBIENTE INTERNO		AMBIENTE EXTERNO	
	FORÇAS	FRAQUEZAS	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Monitorar a qualidade da água nas bacias onde estão inseridos os atrativos naturais;</li> <li>▶ Controlar visitação nos atrativos naturais;</li> <li>▶ Apoiar implantação de Reservas Particulares de do Patrimônio Natural (RPPN);</li> <li>▶ Ampliar a vantagem competitiva frente aos concorrentes na área de Ecoturismo;</li> <li>▶ Promover a educação ambiental para a população;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Plano Municipal de Educação Ambiental;</li> <li>▶ Educação Ambiental integrada coordenada pelo CIMVI;</li> <li>▶ Plano Municipal de Conservação e Restauração da Mata Atlântica (PMMA);</li> <li>▶ 72% de cobertura vegetal em médio ou avançado estágio de conservação;</li> <li>▶ O município dispõe de coleta seletiva;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Apenas 70,67% da população total e 41,71% da população rural é atendida pelo serviço de coleta de lixo;</li> <li>▶ O município recupera apenas 7,39% dos resíduos coletados;</li> <li>▶ Algum nível de poluição dos rios no município;</li> <li>▶ Ações de educação ambiental com a população ainda são tímidas;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Ecoturismo e Turismo Rural como vetor de geração de emprego e renda;</li> <li>▶ Turistas sensibilizados quanto às questões ambientais;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Outros destinos e regiões turísticas já utilizando práticas sustentáveis como ferramenta de marketing e divulgação;</li> </ul>



## MEIO AMBIENTE E SUSTENTABILIDADE

## ESTRATÉGIA 7 – FOMENTAR A IMPLANTAÇÃO DOS PRECEITOS DA SUSTENTABILIDADE NAS ATIVIDADES E NOS SERVIÇOS TURÍSTICOS DO DESTINO

OBJETIVOS	CORRELAÇÃO DA ESTRATÉGIA COM A MATRIZ SWOT			
	AMBIENTE INTERNO		AMBIENTE EXTERNO	
	FORÇAS	FRAQUEZAS	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Fortalecer o posicionamento estratégico do destino;</li> <li>▶ Ampliar a qualidade dos produtos turísticos ofertados;</li> <li>▶ Ampliar vantagem competitiva frente aos concorrentes;</li> <li>▶ Sensibilizar empreendedores e comunidade para as práticas sustentáveis;</li> <li>▶ Ampliar a visão das oportunidades profissionais e de geração de renda e ganhos socioambientais geradas pelo turismo local;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Plano Municipal de Educação Ambiental;</li> <li>▶ Educação Ambiental integrada coordenada pelo CIMVI;</li> <li>▶ Plano Municipal de Conservação e Restauração da Mata Atlântica (PMMA);</li> <li>▶ 72% de cobertura vegetal em médio ou avançado estágio de conservação;</li> <li>▶ O município dispõe de coleta seletiva;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ As ações de educação ambiental com a população ainda são escassas;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Ecoturismo como vetor de geração de emprego e renda;</li> <li>▶ Turistas sensibilizados quanto às questões ambientais;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Outros destinos e regiões turísticas já utilizando práticas sustentáveis como ferramenta de marketing e divulgação;</li> </ul>

# 6

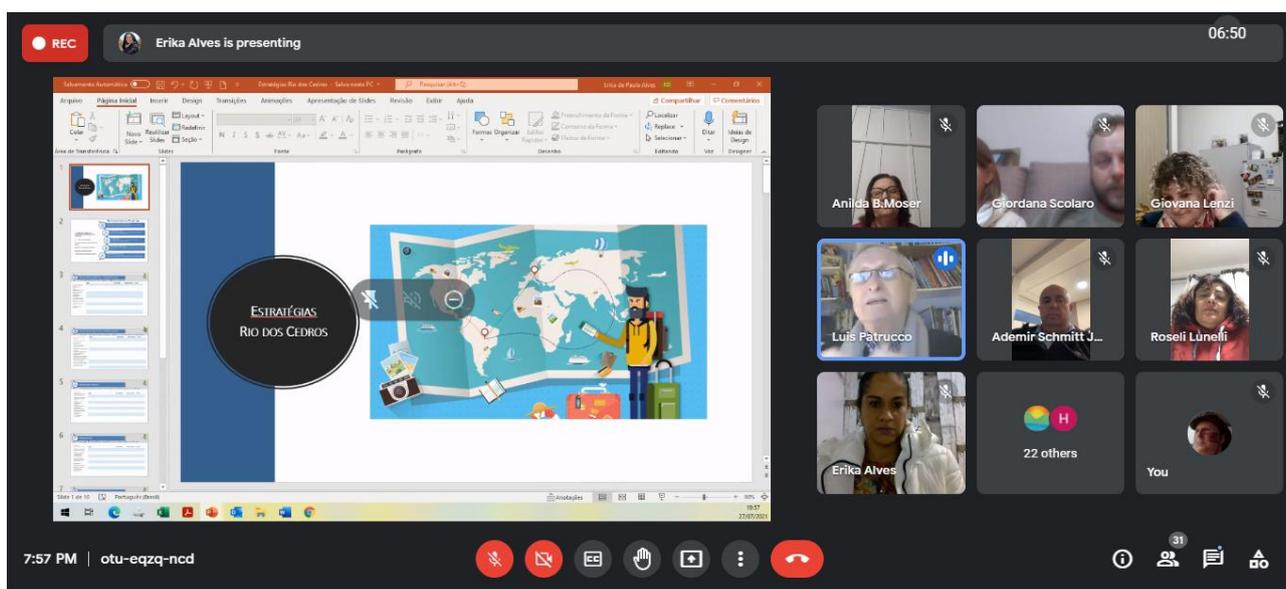
## PLANO DE AÇÃO

### 6.1. Detalhamento do Plano de Ação

## 6. PLANO DE AÇÃO

O Plano de Ação desenvolvido para o Plano de Desenvolvimento Territorial do Turismo de Rio dos Cedros apresenta uma visão geral do conjunto de ações a serem realizadas para o alcance dos objetivos para o desenvolvimento do turismo sustentável no município.

É importante ressaltar que o processo de definição das diretrizes estratégicas, dos objetivos e das ações foi construído de forma colaborativa e contou com a participação direta dos membros do COMTUR e de outros importantes *stakeholders* da gestão pública e da cadeia produtiva do turismo do município.

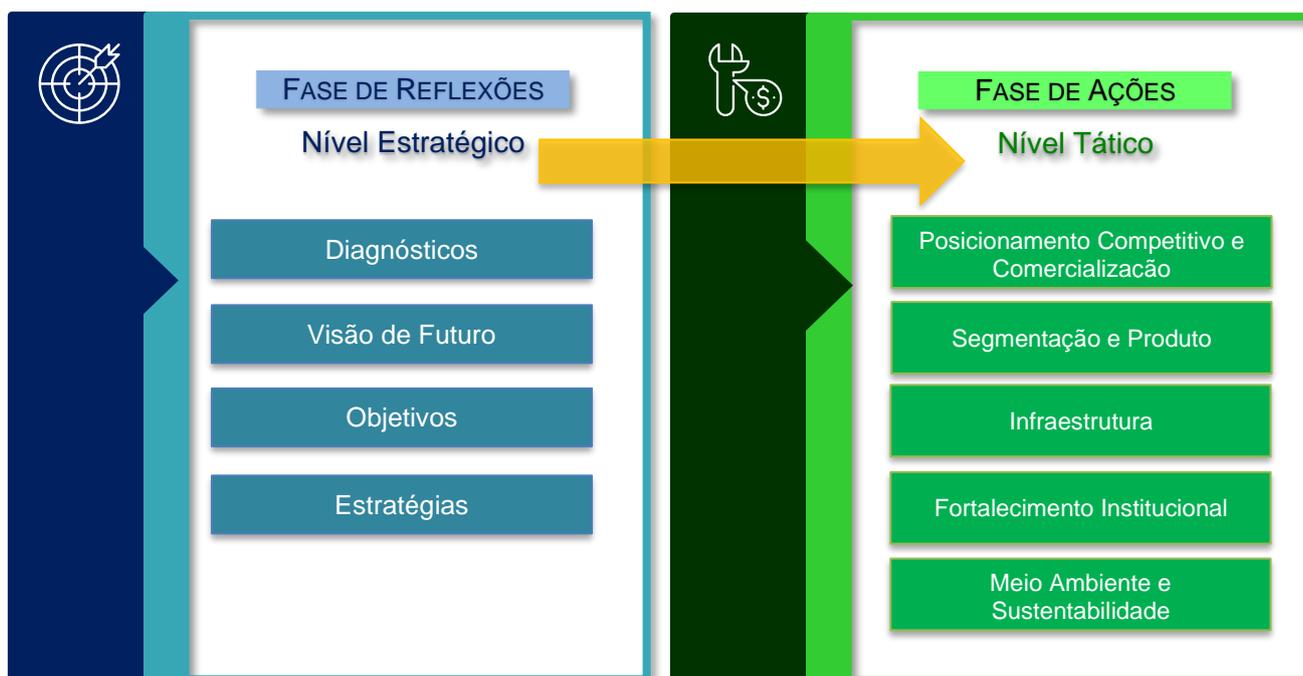


De acordo com Petrocchi (2008), o planejamento estratégico em seu processo pode ser compreendido por meio de duas fases distintas:

- i) **Fase de Reflexões:** situada no nível estratégico, é composta pela análise da situação atual, do diagnóstico, pela determinação de objetivos, da visão de futuro e pela escolha das diretrizes estratégicas, que são os caminhos entre o presente e o futuro;
- ii) **Fase de Ações (Planejamento Operacional):** situada no nível tático, dá respostas às análises, aos objetivos e às estratégias definidas para o turismo do destino. Em síntese, o Plano Operacional deve orientar-se pelas decisões e diretrizes da fase de reflexões.

Neste sentido, como pode ser visualizado na **Figura 40**, existe um alinhamento estratégico entre as duas fases, onde a fase de ações (planejamento operacional) é subordinada à fase de reflexões, ou seja, o nível tático é subordinado ao nível estratégico.

Figura 55 - Fases do Processo de Planejamento



Fonte: Petrocchi (2008)

Adaptação: Raízes do Brasil Consultoria

Nas seções a seguir será apresentado de forma detalhada o Plano de Ação que foi definido para o destino turístico de Rio dos Cedros.

### 6.1. DETALHAMENTO DO PLANO DE AÇÃO

Em consonância com o termo de referência, o Plano de Ação de Rio dos Cedros será composto por cinco eixos de atuação que por sua vez, foram decompostos em 07 diretrizes estratégicas, conforme demonstrado na **Figura 56**.

Complementarmente, foram definidas 39 ações que foram organizadas em consonância com as diretrizes estratégicas e os eixos temáticos, sendo que delas se originaram 08 programas que foram desmembrados em 13 projetos. É importante ressaltar que o Plano de Ação foi construído de forma participativa em que foram preservadas todas as ações na forma como foram apresentadas pelo grupo.

Figura 56 - Eixos e Diretrizes Estratégicas



**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

Para os prazos de execução das ações propostas, estabeleceu-se que:

- ▶ **Curto Prazo:** até 3 anos
- ▶ **Médio Prazo:** de 3 até 5 anos
- ▶ **Longo Prazo:** de 5 até 8 anos

As tabelas a seguir apresentarão as ações definidas para o Plano de Ação do destino turístico Rio dos Cedros:



## POSICIONAMENTO COMPETITIVO E COMERCIALIZAÇÃO

### DIRETRIZ ESTRATÉGICA 01 - DEFINIÇÃO DO POSICIONAMENTO DE MERCADO DO DESTINO

	AÇÃO	RESPONSABILIDADE	PRAZO <sup>3</sup>
01	Desenvolver a marca Rio dos Cedros e se posicionar no mercado	Diretoria de Turismo, COMTUR, ASSTUR, Iniciativa privada	Médio
02	Criar e evidenciar identidade visual exclusiva de Rio dos Cedros	Prefeitura, Diretoria de Turismo, ASSTUR, COMTUR	Curto
03	Definir o perfil do turista desejado pelo município (definir persona)	Diretoria de Turismo, ASTUR COMTUR, Sebrae, Senac	Curto

### DIRETRIZ ESTRATÉGICA 02 - PROMOÇÃO DA COMERCIALIZAÇÃO DOS ATRATIVOS E PRODUTOS TURÍSTICOS DO DESTINO

	AÇÃO	RESPONSABILIDADE	PRAZO
04	Promover pacotes adequados às viagens de ônibus de cidades vizinhas para Rio dos Cedros com pelo menos um pernoite	Diretoria de Turismo, Iniciativa privada, COMTUR, ASSTUR	Longo
05	Divulgar os atrativos turísticos de maneira mais clara	Prefeitura, Iniciativa privada, COMTUR, ASSTUR, CIMVI	Curto
06	Criar aplicativo que concentre todas as atrações/rotas/gastronomia/lazer	Prefeitura, Diretoria de Turismo, Iniciativa privada, COMTUR, ASSTUR	Curto
07	Melhorar a disponibilização de informações na Internet sobre a cidade e os atrativos	Prefeitura, Diretoria de Turismo, Iniciativa privada, COMTUR, ASSTUR, CIMVI	Curto
08	Realizar parcerias com cidades próximas (do litoral ao Alto Vale) para atração de público-alvo	Prefeitura, Sebrae	Longo

<sup>3</sup> **Curto Prazo:** até 3 anos | **Médio Prazo:** de 3 até 5 anos | **Longo Prazo:** de 5 até 8 anos

09	Aproveitar eventos em municípios próximos e intensificar a divulgação direcionando-a para obter maior índice de ocupação hoteleira nos dias úteis	Prefeitura, Diretoria de Turismo	Médio
10	Promover #riodoscedros para fomentar a mídia espontânea nas redes sociais	Diretoria de Turismo, Iniciativa privada	Curto
11	Fomentar a promoção interna do município, de roteiros e atrativos turísticos	Diretoria de Turismo, ASSTUR, COMTUR, Iniciativa privada	Médio
12	Atrair público para o Turismo Náutico em cidades com marinas (Itajaí, Piçarras) – Alertar sobre período de estiagem	Prefeitura, Iniciativa privada, Celesc,	Longo
13	Divulgar os equipamentos de hospedagem e de alimentação como pontos de abastecimento de água e de acesso à Internet	Iniciativa privada, ASSTUR, COMTUR	Curto

---



## SEGMENTAÇÃO E PRODUTO

## DIRETRIZ ESTRATÉGICA 03 - DEFINIÇÃO DO PORTFÓLIO ESTRATÉGICO DE PRODUTOS TURÍSTICOS DO DESTINO

	AÇÃO	RESPONSABILIDADE	PRAZO*
14	Estimular a realização de festivais gastronômicos no destino	Circolo Trentino, Secretaria da Cultura, Secretaria da Educação, Proprietários de restaurantes.	Médio
15	Realizar parcerias com a CELESC a fim de propiciar que se façam eventos náuticos, trazer competições esportivas para a Região dos Lagos.	CELESC, proprietários de marinas, diretoria de esportes, proprietários de jet-ski.	Longo
16	Fazer um calendário anual de eventos	Diretoria de Turismo, ASSTUR, COMTUR, Iniciativa privada	Curto
17	Resgatar a culinária típicas dos colonizadores de Rio dos Cedros	Diretoria de Turismo, Secretaria de Agricultura, Iniciativa privada	Curto
18	Fomentar turismo cultural (com ênfase na religiosidade), rural, ecoturismo e de aventura (sem focar nas represas)	Prefeitura, ASSTUR, COMTUR, Iniciativa privada, Celesc	Curto
19	Elaborar novos roteiros turísticos de forma participativa	Iniciativa privada, ASSTUR	Médio
20	Sensibilizar a população e o comércio local para a existência e importância da atividade turística na cidade	Diretoria de Turismo, secretaria de Educação, Senac	Curto
21	Buscar parcerias para promover capacitação local para receber o turista (cursos de qualificação)	Diretoria de Turismo, ASSTUR, Iniciativa privada, CIMVI, Senac	Curto
22	Cria roteiros para avistamento e reconhecimento da fauna e flora da região	CIMVI, ASSTUR, Iniciativa Privada	Médio
23	Melhorar a experiência do Turista por meio de uma melhor gestão dos negócios e profissionalização, independentemente de ser empreendimento familiar.	Prefeitura, Iniciativa privada, ASSTUR	Médio


**INFRAESTRUTURA**
**DIRETRIZ ESTRATÉGICA 04 - MELHORIA DA INFRAESTRUTURA TURÍSTICA E DOS SERVIÇOS BÁSICOS DO DESTINO**

	AÇÃO	RESPONSABILIDADE	PRAZO*
24	Implantar acessibilidade em atrativos e equipamentos turísticos, tornando o município uma de referência em Turismo com acessibilidade.	Iniciativa privada, ASSTUR	Longo
25	Melhorar a sinalização turística: Investir em placas informativas com padrão turístico do município	Prefeitura, Diretoria de Turismo, CIMVI	Médio


**FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL**
**DIRETRIZ ESTRATÉGICA 05 - MODERNIZAR A ESTRUTURA ADMINISTRATIVA E A GESTÃO DO TURISMO NO DESTINO**

	AÇÃO	RESPONSABILIDADE	PRAZO
26	Fortalecer as associações de turismo	ASSTUR, Diretoria de Turismo	Médio
27	Instituir leis municipais de incentivo à atividade turística	Legislativo Municipal, Diretoria de Turismo	Longo
28	Promover um ambiente de cooperação entre os empresários voltados ao turismo	Diretoria de Turismo, ASSTUR	Médio
29	Capacitação para ensinar como divulgar as hospedagens, restaurantes e serviços através das redes sociais	Diretoria de Turismo, Iniciativa privada, Senac	Curto
30	Capacitação para gestão dos negócios e inovação	Diretoria de Turismo, Sebrae, Senac	Curto

**DIRETRIZ ESTRATÉGICA 06 – MELHORAR A GESTÃO AMBIENTAL PARA A ÁREA TURÍSTICA DO DESTINO**

	AÇÃO	RESPONSABILIDADE	PRAZO
31	Realizar estudos de impacto ambiental das represas na região e projeto para a recuperação de espécies da fauna e da flora	Celesc, Prefeitura, COMTUR, ASSTUR, CIMVI	Longo
32	Definir a capacidade de carga das trilhas no município	CIMVI, Diretoria de Turismo, Iniciativa Privada	Longo
33	Fomentar estrutura de saneamento para os empreendimentos	Prefeitura, Secretaria de Planejamento e Meio Ambiente, Iniciativa privada, CIMVI	Longo

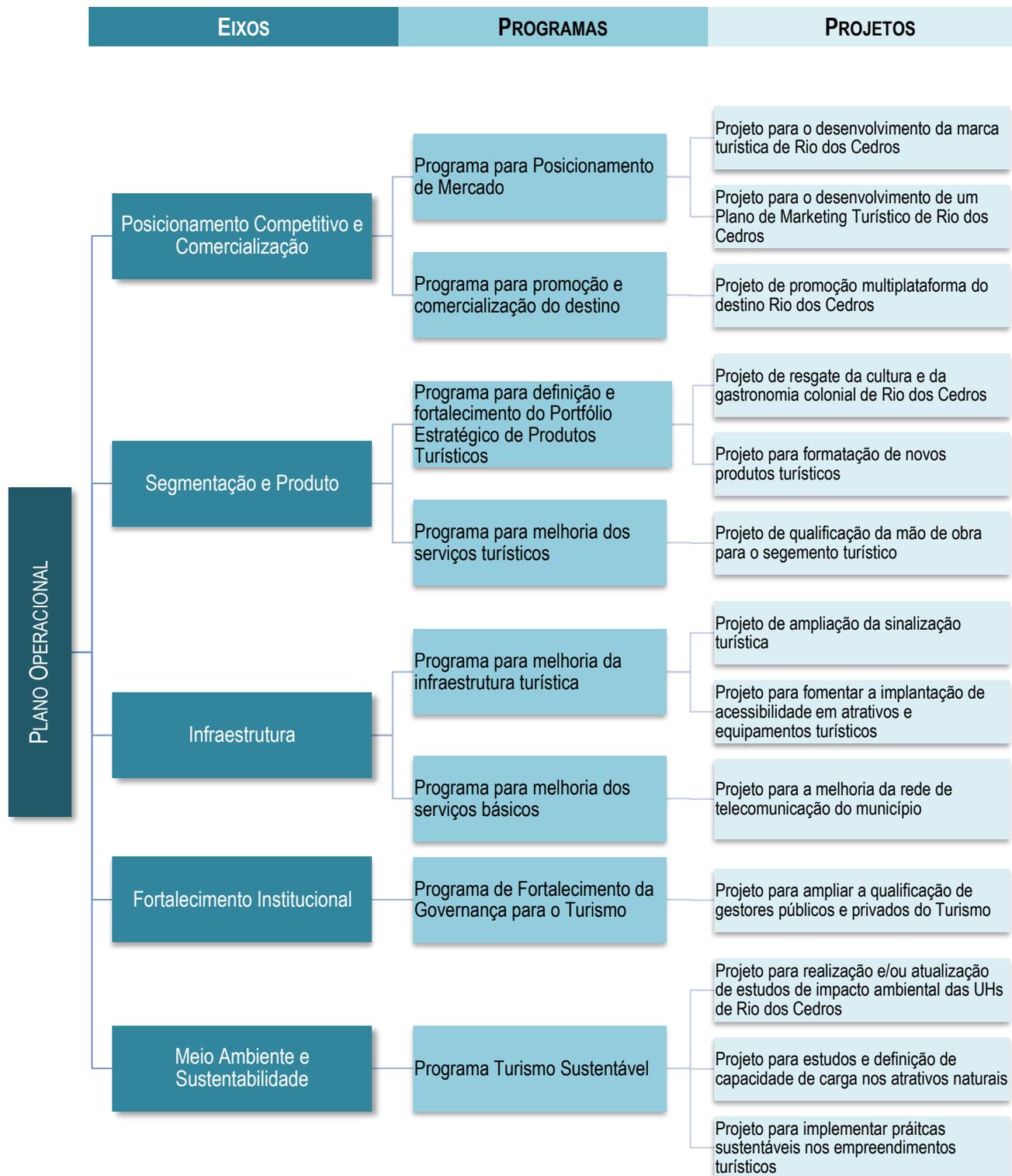
**DIRETRIZ ESTRATÉGICA 07 - FOMENTAR A IMPLANTAÇÃO DOS PRECEITOS DA SUSTENTABILIDADE NAS ATIVIDADES E NOS SERVIÇOS TURÍSTICOS DO DESTINO**

	AÇÃO	RESPONSABILIDADE	PRAZO
34	Implantar educação de base em relação ao meio ambiente voltado ao turismo, sensibilizando as futuras gerações	CIMVI, Secretaria de Educação, Secretaria de Planejamento, Diretoria de Turismo	Médio
35	Identificar e fomentar a utilização de linhas de crédito para implantação de energia solar e elétrica nos estabelecimentos	Celesc, CIMVI	Longo
36	Incentivar a construção de pequenas usinas de energia ou outras fontes renováveis	Celesc	Longo
37	Fomentar intercâmbio entre os empresários para troca de boas práticas	ASSTUR, Diretoria de Turismo, Iniciativa privada	Curto
38	Fomentar ações para estimular a contratação da mão de obra local	ASSTUR, Iniciativa privada	Médio
39	Treinamentos para gestão financeira (estabelecimento do preço dos produtos, gestão financeira, impostos etc.) dos negócios (sustentabilidade financeira)	Sebrae, Diretoria de Turismo, CIMVI	Médio

## 6.1.1. PLANO OPERACIONAL

Com o objetivo de buscar a maximização dos resultados, organizou-se as 39 ações propostas em um Plano Operacional baseado em 08 programas e 13 projetos correlacionados aos cinco eixos temáticos. De forma esquemática, o Plano Operacional está demonstrado na **Figura 57**.

**Figura 57 - Plano Operacional - Forma Esquemática**



**Elaboração:** Raízes do Brasil Consultoria

## DETALHAMENTO DO PLANO OPERACIONAL – PROGRAMAS E PROJETOS



## EIXO - POSICIONAMENTO COMPETITIVO E COMERCIALIZAÇÃO

PROGRAMA	PROGRAMA PARA POSICIONAMENTO DE MERCADO		
<b>PROJETO:</b>	<b>Projeto para o desenvolvimento da marca turística de Rio dos Cedros</b>		
<b>OBJETIVO:</b>	Criar marca turística para fomentar o posicionamento turístico de Rio dos Cedros no mercado regional e nacional.		
<b>JUSTIFICATIVA:</b>	O destino necessita de posicionamento estratégico no mercado turístico e a criação de uma marca turística deve facilitar este processo.		
<b>ENTES ENVOLVIDOS:</b>	Diretoria de Turismo   COMTUR   ASSTUR   Iniciativa privada.		
<b>PRAZO:</b>	Ações de médio prazo.		
<b>PRINCIPAIS AÇÕES PREVISTAS:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desenvolver a marca Rio dos Cedros e se posicionar no mercado;</li> <li>• Criar e evidenciar a nova identidade visual exclusiva de Rio dos Cedros.</li> </ul>		
<b>RESULTADO:</b>	Criação da nova marca turística para o destino Rio dos Cedros.		
<b>PRINCIPAIS BENEFÍCIOS:</b>	Facilitará a construção do posicionamento mercadológico para: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Atrair turistas;</li> <li>- Atrair investidores;</li> <li>- Aumentar a demanda de produtos turísticos;</li> <li>- Aumentar a demanda de serviços e equipamentos turísticos.</li> </ul>		
<b>CUSTO ESTIMADO DO PROJETO</b>	R\$ 40.000,00		
<b>PRINCIPAIS IMPACTOS POTENCIAIS</b>			
<b>SOCIOCULTURAIS</b>	<b>ECONÔMICOS</b>	<b>AMBIENTAIS</b>	
O trabalho de <i>branding</i> se bem desenvolvido pode ser capaz de capturar e transmitir a essência de uma cultura diversificada como a do Vale Europeu, gerando sentimento de orgulho e apropriação pelos moradores locais.	O aumento da visitação e a atração de novos empreendimentos e investidores fomentará a geração de novos empregos e o aumento da renda no município.	Uma marca turística que incorpore os preceitos do desenvolvimento sustentável pode sensibilizar turistas e residentes em relação às questões ambientais.	

<b>PROJETO:</b>	<b>Projeto para o desenvolvimento e implantação de um Plano de Comunicação e Marketing Turístico de Rio dos Cedros</b>
<b>OBJETIVO:</b>	Elaborar o planejamento de comunicação e marketing para o destino para um período de 5 anos.
<b>JUSTIFICATIVA:</b>	A ausência de ações coordenadas em <i>marketing</i> se constitui como um dos principais problemas nos destinos de turismo no Brasil. Os empreendimentos do destino atuam de forma individualizada, não havendo ações coordenadas voltadas ao mercado.
<b>ENTES ENVOLVIDOS:</b>	Diretoria de Turismo   ASSTUR   COMTUR
<b>PRAZO:</b>	Ações de médio prazo
<b>PRINCIPAIS AÇÕES PREVISTAS:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definir o perfil do turista desejado pelo município (Persona);</li> <li>• Formulação de objetivos;</li> <li>• Definição de estratégias de marketing;</li> <li>• Seleção do plano de ação com base na oferta e na imagem que o destino pretende comunicar para o mercado;</li> <li>• Análise do processo de comercialização, da promoção, da estrutura oferecida em serviços turísticos (acessibilidade, transportes, alimentação, hospedagem, agenciamento) e no comércio, entretenimento e a infraestrutura básica complementada pelos serviços públicos.</li> </ul>
<b>RESULTADO:</b>	Desenvolvimento do Plano de Comunicação e Marketing Turístico de Rio dos Cedros
<b>PRINCIPAIS BENEFÍCIOS:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Facilita a segmentação do público-alvo;</li> <li>- Ajuda a formatar produtos turísticos de acordo com o público-alvo;</li> <li>- Permite um correto posicionamento de mercado;</li> <li>- Permite o monitoramento de resultados;</li> <li>- Maximiza o consumo, a satisfação do turista, a escolha e a qualidade de vida da população.</li> </ul>
<b>CUSTO ESTIMADO DO PROJETO</b>	R\$ 125.000,00

PRINCIPAIS IMPACTOS POTENCIAIS		
SOCIOCULTURAIS	ECONÔMICOS	AMBIENTAIS
Um plano de marketing pode diminuir as influências causados pela visitação na cultura e no modo de vida da população local.	Consequências positivas advindas do aumento da visitação, como a atração de novos empreendimentos, criação de novos negócios e a geração de novos empregos, aumento da produção de serviços, desenvolvimento local e o consequente aumento da renda e da qualidade de vida no município.	Um plano de marketing pode apoiar e lastrear ações que visem diminuir os impactos ambientais causados pela visitação, principalmente em atrativos naturais.

PROGRAMA		PROGRAMA PARA PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DO DESTINO	
<b>PROJETO:</b>	<b>Projeto de promoção multiplataforma do destino Rio dos Cedros</b>		
<b>OBJETIVO:</b>	Promover o destino turístico de Rio dos Cedros em múltiplas plataformas de marketing digital		
<b>JUSTIFICATIVA:</b>	Pesquisas indicam que os visitantes utilizam a internet como principal meio para buscar informações sobre destinos turísticos e Rio dos Cedros não dispõe de ações integradas de marketing digital.		
<b>ENTES ENVOLVIDOS:</b>	Diretoria Turismo   ASSTUR   COMTUR   CIMVI   Iniciativa privada		
<b>PRAZO:</b>	Ações de curto e médio prazos.		
<b>PRINCIPAIS AÇÕES PREVISTAS:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar ações de marketing para divulgação dos atrativos para mercados e públicos prioritários – Promover roteiros, Turismo Náutico etc.</li> <li>- Promover pacotes adequados às viagens de ônibus de cidades vizinhas para Rio dos Cedros com pelo menos um pernoite;</li> <li>- Divulgar os atrativos turísticos de maneira mais clara;</li> <li>- Melhorar a disponibilização de informações na Internet sobre a cidade e os atrativos;</li> <li>- Promover #riodoscedros para fomentar a mídia espontânea nas redes sociais;</li> </ul>		
<b>RESULTADO:</b>	Atrativos e serviços do destino presentes e atuantes de forma padronizada nas principais plataformas digitais disponíveis.		
<b>PRINCIPAIS BENEFÍCIOS</b>	<p>Ter presença online fortemente estabelecida permite:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- A consolidação do destino e de sua marca nos mercados potenciais;</li> <li>- O aumento do alcance da marca e a conversão de novos públicos;</li> <li>- Aumentar o engajamento do público-alvo;</li> <li>- O destino se tornar referência no mercado.</li> </ul>		
<b>CUSTO ESTIMADO DO PROJETO</b>	R\$ 130.000,00		
PRINCIPAIS IMPACTOS POTENCIAIS			
SOCIOCULTURAIS	ECONÔMICOS	AMBIENTAIS	
As plataformas digitais podem ser canais utilizados para divulgar e fortalecer a cultura e o sentimento de pertencimento dos moradores locais.	Consequências positivas advindas do aumento da visitação, como a atração de novos empreendimentos, criação de novos negócios e a geração de novos empregos, aumento da produção de serviços, desenvolvimento local e o consequente aumento da renda e da qualidade de vida no município.	As plataformas digitais são canais que poder ser utilizados para a divulgação de ações socioambientais que ocorrem no município, fomentando o engajamento da população local e de turistas.	



## EIXO - SEGMENTAÇÃO E PRODUTO

PROGRAMA	PROGRAMA PARA DEFINIÇÃO E FORTALECIMENTO DO PORTFÓLIO ESTRATÉGICO DE PRODUTOS TURÍSTICOS		
<b>PROJETO:</b>	<b>Projeto para resgate da Cultura e da Gastronomia colonial de Rio dos Cedros</b>		
<b>OBJETIVO:</b>	Resgatar o legado cultural dos imigrantes europeus e desenvolver pesquisas e ações que apoiem a formatação de novos produtos turísticos experienciais com enfoque nos saberes e fazeres da comunidade. Identificar singularidades capazes de proporcionar vivências únicas, por meio de experiências de aprendizagem cuja essência é a imersão na cultura viva do lugar.		
<b>JUSTIFICATIVA:</b>	O destino deseja ampliar a oferta de atrativos culturais e de experiência.		
<b>ENTES ENVOLVIDOS:</b>	Diretoria Turismo   Circolo Trentino   ASSTUR   COMTUR   Iniciativa privada   CIMVI		
<b>PRAZO:</b>	Ações de curto e médio prazos.		
<b>PRINCIPAIS AÇÕES PREVISTAS:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Resgatar a culinária típicas dos colonizadores de Rio dos Cedros;</li> <li>• Fazer um calendário anual de eventos;</li> </ul>		
<b>RESULTADO:</b>	Apoiar a consolidação do destino turístico como o mais representativo do legado trentino no Vale Europeu Catarinense.		
<b>PRINCIPAIS BENEFÍCIOS:</b>	O aumento/fortalecimento do portfólio de produtos amplia a capacidade e a atratividade do destino turístico.		
<b>CUSTO ESTIMADO DO PROJETO</b>	R\$ 30.000,00		
PRINCIPAIS IMPACTOS POTENCIAIS			
SOCIOCULTURAIS	ECONÔMICOS	AMBIENTAIS	
O resgate e o fortalecimento das tradições culturais trentinas é um forte desejo da comunidade. Ações com esse fim aumentam a autoestima e o sentimento de valorização da cultura no destino.	O fortalecimento do portfólio deverá contribuir para o aumento da visitação e a atração de novos empreendimentos, criação de novos negócios e a geração de novos empregos, aumento da produção de serviços, desenvolvimento local e o consequente aumento da renda e da qualidade de vida no município.	Impactos ambientais oriundos da instalação de possíveis novos empreendimentos atraídos ao município. Esses impactos poderão ser mitigados por meio de controles e licenças ambientais adequadas.	

<b>PROJETO:</b>	<b>Projeto para formatação de novos produtos turísticos</b>
<b>OBJETIVO:</b>	Criar novos produtos turísticos e aumentar o portfólio do município.
<b>JUSTIFICATIVA:</b>	O destino necessita aumentar a oferta turística além das represas e outros atrativos naturais.
<b>ENTES ENVOLVIDOS:</b>	Diretoria de Turismo   ASSTUR   COMTUR   Iniciativa privada.
<b>PRAZO:</b>	Ações de curto, médio e longo prazos.
<b>PRINCIPAIS AÇÕES PREVISTAS:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar parcerias com a CELESC a fim de fomentar eventos náuticos nas represas e trazer competições esportivas para a Região dos Lagos;</li> <li>• Incentivar a realização de festivais gastronômicos no destino.</li> <li>• Fomentar turismo cultural (com ênfase na religiosidade), rural, ecoturismo e de aventura (sem focar nas represas);</li> <li>• Elaborar novos roteiros turísticos de forma participativa;</li> <li>• Criar roteiros para avistamento e reconhecimento da fauna e flora da região;</li> </ul>
<b>RESULTADO:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Inovação dos produtos e serviços turísticos;</li> <li>- Ampliação da demanda;</li> <li>- Atenuação da sazonalidade;</li> <li>- Atração de novos segmentos de mercados.</li> </ul>
<b>PRINCIPAIS BENEFÍCIOS:</b>	O aumento/fortalecimento do portfólio de produtos amplia a capacidade de atendimento e a atratividade do destino turístico.
<b>CUSTO ESTIMADO DO PROJETO</b>	R\$ 250.000,00

<b>PRINCIPAIS IMPACTOS POTENCIAIS</b>		
<b>SOCIOCULTURAIS</b>	<b>ECONÔMICOS</b>	<b>AMBIENTAIS</b>
O resgate e o fortalecimento das tradições culturais trentinas é um forte desejo da comunidade. Ações com esse fim podem aumentar a autoestima e o sentimento de preservação da cultura no destino.	A criação de novos produtos e atrativos turísticos fomentará o aumento da visitação e a atração de novos empreendimentos, criação de novos negócios e a geração de novos empregos, aumento da produção de serviços, desenvolvimento local e o consequente aumento da renda e da qualidade de vida no município.	Impactos ambientais oriundos da instalação de possíveis novos empreendimentos atraídos ao município. Esses impactos poderão ser mitigados por meio de controles e licenças ambientais adequadas.

PROGRAMA		PROGRAMA PARA A MELHORIA DOS SERVIÇOS TURÍSTICOS
<b>PROJETO:</b>	<b>Projeto de qualificação da mão de obra para o segmento turístico.</b>	
<b>OBJETIVO:</b>	Desenvolver a capacidade operacional e gerencial nos empreendimentos de turismo do destino.	
<b>JUSTIFICATIVA:</b>	O processo de qualificação profissional está intrinsicamente ligado à evolução do setor. Ações educacionais propiciam a melhoria dos recursos técnicos e tecnológicos além dos instrumentos e ferramentas de um destino turístico. O público-alvo são funcionários dos empreendimentos de turismo e os demais integrantes da comunidade local.	
<b>ENTES ENVOLVIDOS:</b>	Diretoria de Turismo   ASSTUR   COMTUR   SENAC	
<b>PRAZO:</b>	Ações de curto e médio prazos.	
<b>PRINCIPAIS AÇÕES PREVISTAS:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Articular com Senac a realização de cursos de formação profissional nas áreas gerenciais e operacionais do segmento turístico com foco em:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Desenvolvimento de pessoal das empresas do setor;</li> <li>- Qualificação dos profissionais empregados no setor;</li> <li>- Aprimoramento da gestão financeira, gestão de pessoas, gestão da qualidade e sustentabilidade e gestão em marketing.</li> </ul> </li> </ul>	
<b>RESULTADO:</b>	Qualificação dos colaboradores do segmento para elevar o nível de qualidade da prestação de serviços ao turista.	
<b>PRINCIPAIS BENEFÍCIOS:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Destino turístico qualificado;</li> <li>- Ampliação da demanda;</li> <li>- Melhoria na produtividade dos empreendimentos turísticos.</li> </ul>	
<b>CUSTO ESTIMADO DO PROJETO</b>	R\$ 0,00 (sem custos diretos para a administração pública)	
PRINCIPAIS IMPACTOS POTENCIAIS		
SOCIOCULTURAIS	ECONÔMICOS	AMBIENTAIS
Melhoria da qualificação profissional e ampliação das oportunidades de inserção no mercado de trabalho.	Aprimoramento da mão-de-obra local, geração de novas oportunidades de trabalho e renda associadas e o consequente aumento da qualidade de vida no município.	A qualificação com foco na sustentabilidade promove a sensibilização das pessoas para as questões ambientais Tratamento dos efluentes sanitários, ações de preservação ambiental articuladas pela iniciativa privada, parcerias para obter melhor gestão ambiental dos equipamentos de hospedagem.



## EIXO - INFRAESTRUTURA

PROGRAMA	PROGRAMA PARA MELHORIA DA INFRAESTRUTURA TURÍSTICA DO DESTINO	
<b>PROJETO:</b>	<b>Projeto para ampliação da sinalização turística.</b>	
<b>OBJETIVO:</b>	Elaborar e implantar um plano de sinalização turística municipal (direcional e interpretativa) em atrativos e nos bairros do município.	
<b>JUSTIFICATIVA:</b>	A sinalização turística é componente essencial do ecossistema turístico. A sinalização integrada, objetiva e eficaz é fundamental para a experiência positiva dos visitantes, além de integrar o exercício da hospitalidade e do bem-receber, fomentando o desenvolvimento da atividade turística no destino.	
<b>ENTES ENVOLVIDOS:</b>	Diretoria de Turismo   COMTUR   ASSTUR   CIMVI	
<b>PRAZO:</b>	Ações de médio e longo prazos.	
<b>PRINCIPAIS AÇÕES PREVISTAS:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar estudos preliminares para identificar os locais a serem sinalizados;</li> <li>• Adequar a sinalização às recomendações do Guia Brasileiro de Sinalização Turística;</li> <li>• Utilizar a marca turística a ser criada para o destino;</li> <li>• Criar modelos de sinalização turística para utilização dos públicos diversos: distância, distância/tempo para caminhantes e ciclistas, localização geográfica etc.;</li> </ul>	
<b>RESULTADO:</b>	Disponibilizará orientação geográfica eficaz aos turistas, melhorando a infraestrutura turística e promovendo o crescimento e desenvolvimento da atividade turística.	
<b>PRINCIPAIS BENEFÍCIOS:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melhoria na qualidade da experiência turística;</li> <li>- Fortalecimento da imagem do destino.</li> <li>- Aumento do fluxo turístico</li> </ul>	
<b>CUSTO ESTIMADO DO PROJETO</b>	R\$ 150.000,00	
PRINCIPAIS IMPACTOS POTENCIAIS		
SOCIOCULTURAIS	ECONÔMICOS	AMBIENTAIS
Melhoria da qualidade de vida da comunidade local.	O crescimento e desenvolvimento da atividade turística tende a promover o desenvolvimento local e o consequente aumento da renda e da qualidade de vida no município.	A instalação de sinalização sem critérios específicos pode causar algum impacto e interferir na paisagem urbana e rural.

<b>PROJETO:</b>	<b>Projeto para a implantação de acessibilidade em atrativos e equipamentos turísticos</b>
<b>OBJETIVO:</b>	Implantar acessibilidade em atrativos e equipamentos turísticos, tornando o município uma de referência em Turismo com acessibilidade.
<b>JUSTIFICATIVA:</b>	Além de atender a legislação brasileira sobre acessibilidade, o Turismo acessível vem crescendo no Brasil.
<b>ENTES ENVOLVIDOS:</b>	Diretoria de Turismo   ASSTUR   Iniciativa privada
<b>PRAZO:</b>	Ações de longo prazo.
<b>PRINCIPAIS AÇÕES PREVISTAS:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar estudos preliminares e levantar necessidades de intervenções nos atrativos;</li> <li>• Adaptar os atrativos e espaços para a acessibilidade;</li> <li>• Incentivar os equipamentos turísticos para adaptar seus empreendimentos.</li> </ul>
<b>RESULTADO:</b>	Apoiar a consolidação do destino turístico como o mais representativo do legado trentino no Vale Europeu Catarinense.
<b>PRINCIPAIS BENEFÍCIOS:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melhoria na qualidade da experiência turística;</li> <li>- Fortalecimento da imagem do destino;</li> <li>- Aumento do fluxo turístico.</li> </ul>
<b>CUSTO ESTIMADO DO PROJETO</b>	R\$ 900.000,00

PRINCIPAIS IMPACTOS POTENCIAIS		
SOCIOCULTURAIS	ECONÔMICOS	AMBIENTAIS
A adaptação dos atrativos para atender pessoas com dificuldades motoras é uma forma de inclusão social.	A adaptação de atrativos e equipamentos turísticos deve atrair público específico que naturalmente viaja na companhia de outras pessoas, contribuindo para o aumento da visitação e a criação de novos negócios, gerando empregos e o conseqüente aumento da renda e da qualidade de vida no município.	Impactos ambientais oriundos de obras de infraestrutura que poderão ser mitigados por meio de controles adequados.

PROGRAMA		PROGRAMA PARA A MELHORIA DOS SERVIÇOS BÁSICOS		
<b>PROJETO:</b>	<b>Projeto para a melhoria das vias públicas e da rede de telecomunicações do município.</b>			
<b>OBJETIVO:</b>	Dotar o destino turístico de infraestrutura básica e serviços públicos adequados e elevar o nível de qualidade da oferta turística e o nível de qualidade de vida no município.			
<b>JUSTIFICATIVA:</b>	Fortalecer a competitividade turística do município e melhorar a qualidade de vida para a população residente.			
<b>ENTES ENVOLVIDOS:</b>	Prefeitura   Companhias telefônicas / redes de fibra ótica			
<b>PRAZO:</b>	Ações de médio e longo prazos.			
<b>PRINCIPAIS AÇÕES PREVISTAS:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ampliar a pavimentação da rodovia de acesso à Região dos Lagos e melhorar o paisagismo (hortênsias ao longo da via);</li> <li>• Ampliar a cobertura do sinal de celular e rede de dados móveis e o alcance da rede de fibra ótica.</li> </ul>			
<b>RESULTADO:</b>	Melhoria da infraestrutura e competitividade do destino Rio dos Cedros.			
<b>PRINCIPAIS BENEFÍCIOS:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melhoria na qualidade da experiência turística;</li> <li>- Fortalecimento da imagem do destino;</li> <li>- Imagem positiva do destino;</li> <li>- Aumento do fluxo turístico.</li> </ul>			
<b>CUSTO ESTIMADO DO PROJETO</b>	R\$ 3.000.000,00			
PRINCIPAIS IMPACTOS/EFEITOS POTENCIAIS				
SOCIOCULTURAIS	ECONÔMICOS		AMBIENTAIS	
Melhoria da qualidade de vida da comunidade local.	Ampliação da visitação ao destino e a consequente ampliação do número de empregos diretos e indiretos no município.		Impactos ambientais oriundos de obras de infraestrutura e da instalação de novas torres, cabeamento e a atração de novos empreendimentos. Esses impactos poderão ser mitigados por meio de controles e licenças ambientais adequadas.	



## EIXO - FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL

PROGRAMA	PROGRAMA DE FORTALECIMENTO DA GOVERNANÇA PARA O TURISMO		
<b>PROJETO:</b>	<b>Projeto para ampliar a qualificação de gestores públicos e privados do Turismo.</b>		
<b>OBJETIVO:</b>	Promover o fortalecimento da governança local por meio de apoio ao empreendedorismo e cursos de qualificação de gestores públicos e privados, nas áreas de gestão, associativismo, promoção e comercialização no Turismo.		
<b>JUSTIFICATIVA:</b>	Elevar os níveis de qualidade dos serviços públicos e privados municipais voltados à gestão do turismo.		
<b>ENTES ENVOLVIDOS:</b>	Diretoria de Turismo   ASSTUR   Iniciativa Privada   Senac		
<b>PRAZO:</b>	Ações de curto e médio prazos.		
<b>PRINCIPAIS AÇÕES PREVISTAS:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboração de planos de capacitação para gestores públicos e privados;</li> <li>• Projeto para fomentar o empreendedorismo para alunos das escolas do município;</li> <li>• Realização de seminário de sensibilização e integração dos interessados;</li> <li>• Realização de <i>benchmarking</i> com empresários e gestores públicos em destinos referência;</li> <li>• Realizar cursos de capacitação para gestores públicos e privados do Turismo.</li> </ul>		
<b>RESULTADO:</b>	Instituições públicas e privadas ligadas ao Turismo melhor preparados para o desenvolvimento de suas competências gerenciais.		
<b>PRINCIPAIS BENEFÍCIOS:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melhoria na qualidade da gestão pública e dos serviços turísticos;</li> <li>- Fortalecimento da imagem do destino.</li> </ul>		
<b>CUSTO ESTIMADO DO PROJETO</b>	R\$ 120.000,00		
<b>PRINCIPAIS IMPACTOS POTENCIAIS</b>			
<b>SOCIOCULTURAIS</b>	<b>ECONÔMICOS</b>	<b>AMBIENTAIS</b>	
Melhoria da qualificação profissional de gestores públicos e privados.	Gestão pública e privada mais qualificada promove uma melhor aplicação dos recursos públicos e um melhor desempenho dos empreendimentos privados ligados ao Turismo.	Gestores público e privados mais qualificados e preparados para os desafios contemporâneos tendem a estar mais sensibilizados e a promover uma melhor gestão para as questões ambientais.	



## EIXO - MEIO AMBIENTE E SUSTENTABILIDADE

PROGRAMA	PROGRAMA TURISMO SUSTENTÁVEL		
<b>PROJETO:</b>	<b>Projeto para realização e/ou atualização de estudos de impacto ambiental das UHs de Rio dos Cedros</b>		
<b>OBJETIVO:</b>	Compreender o espectro de interferências e impactos gerados pela operação das UHs de Rio dos Cedros.		
<b>JUSTIFICATIVA:</b>	Ter subsídios para a tomada as principais decisões quanto à necessidade de medidas mitigadoras ou compensatórias para apoio a atividade turística.		
<b>ENTES ENVOLVIDOS:</b>	Diretoria de Turismo   Celesc   ASSTUR   COMTUR   CIMVI		
<b>PRAZO:</b>	Ações de longo prazo.		
<b>PRINCIPAIS AÇÕES PREVISTAS:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar e/ou atualizar estudos de impacto ambiental da operação das UHs Rio dos Cedros e Palmeiras;</li> <li>• Ações para a recuperação de espécies da fauna e da flora na área de abrangência das represas.</li> </ul>		
<b>RESULTADO:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fomento ao desenvolvimento sustentável do destino.</li> <li>- Atendimento às Políticas Ambientais; Rio dos Cedros ser reconhecido pelo mercado turístico como um destino sustentável.</li> </ul>		
<b>PRINCIPAIS BENEFÍCIOS:</b>	População sensibilizada quanto aos preceitos relacionados ao meio ambiente, sustentabilidade, preservação e conservação, formando valores e atitudes criados sobre o enfoque do desenvolvimento sustentável.		
<b>CUSTO ESTIMADO DO PROJETO</b>	R\$ 90.000,00		
<b>PRINCIPAIS IMPACTOS POTENCIAIS</b>			
COM BASE NOS PRINCÍPIOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL			
<b>SOCIOCULTURAIS</b>	<b>ECONÔMICOS</b>	<b>AMBIENTAIS</b>	
Recursos compensatórios advindos dos empreendimentos podem contribuir para o desenvolvimento das atividades sociais e culturais do destino.	Desenvolvimento turístico sustentável, distribuindo renda e gerando recursos de modo que possam suportar as necessidades das gerações futuras.	Desenvolvimento compatível com a manutenção dos processos ecológicos essenciais à diversidade dos recursos naturais.	

<b>PROJETO:</b>	<b>Projeto para ordenação da visitação turística</b>	
<b>OBJETIVO:</b>	Ordenar e fiscalizar a visitação aos atrativos naturais do destino.	
<b>JUSTIFICATIVA:</b>	Diminuir os impactos causados aos atrativos naturais devido ao crescente número de visitantes.	
<b>ENTES ENVOLVIDOS:</b>	Diretoria de Turismo   ASSTUR   COMTUR   Secretaria Municipal de Planejamento e Meio Ambiente	
<b>PRAZO:</b>	Ações de médio e longo prazos.	
<b>PRINCIPAIS AÇÕES PREVISTAS:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar estudo e definir a capacidade de carga nos atrativos naturais do destino;</li> <li>• Ordenar a visitação dos atrativos naturais do destino.</li> </ul>	
<b>RESULTADO:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fomento ao desenvolvimento sustentável do destino.</li> <li>- Maior controle dos impactos causados pela visitação aos atrativos naturais.</li> </ul>	
<b>PRINCIPAIS BENEFÍCIOS:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melhoria na qualidade da experiência turística;</li> <li>- Fortalecimento da imagem positiva do destino;</li> <li>- Aumento do fluxo turístico.</li> </ul>	
<b>CUSTO ESTIMADO DO PROJETO</b>	R\$ 100.000,00	
<b>PRINCIPAIS IMPACTOS POTENCIAIS</b>		
COM BASE NOS PRINCÍPIOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL		
<b>SOCIOCULTURAIS</b>	<b>ECONÔMICOS</b>	<b>AMBIENTAIS</b>
Preservação de atrativos que representam os valores da cultura local.	Desenvolvimento turístico sustentável, distribuindo renda e gerando recursos de modo que possam suportar as necessidades das gerações futuras.	Desenvolvimento compatível com a manutenção dos processos ecológicos essenciais à diversidade dos recursos naturais.

<b>PROJETO:</b>	<b>Projeto para fomentar a implantação de práticas sustentáveis nos empreendimentos turísticos do destino</b>
<b>OBJETIVO:</b>	Apoiar os empreendimentos turísticos do destino a tornarem seus empreendimentos sustentáveis.
<b>JUSTIFICATIVA:</b>	Os princípios da sustentabilidade permeiam todas as esferas de planejamento do Turismo como os Planos Nacionais de Turismo e o Programa de Regionalização. A atividade turística está intimamente ligada ao meio ambiente. É necessário protegê-lo e usufruir de seus recursos com responsabilidade para a conservação do destino e da qualidade de vida da comunidade local.
<b>ENTES ENVOLVIDOS:</b>	Diretoria de Turismo   COMTUR   ASSTUR   Iniciativa Privada   CIMVI
<b>PRAZO:</b>	Ações de curto e médio prazos.
<b>PRINCIPAIS AÇÕES PREVISTAS:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar plano de gestão ambiental para os empreendimentos turísticos;</li> <li>• Identificar e fomentar a utilização de linhas de crédito para implantação de energia solar e elétrica nos estabelecimentos;</li> <li>• Incentivar a construção de pequenas usinas de energia ou outras fontes renováveis;</li> <li>• Fomentar intercâmbio entre os empresários para troca de boas práticas;</li> <li>• Divulgar entre os empreendimentos a cartilha “Turismo e Sustentabilidade”, elaborada pelo Governo Federal;</li> <li>• Fomentar ações para estimular a contratação da mão de obra local;</li> <li>• Treinamentos para gestão financeira (estabelecimento do preço dos produtos, gestão financeira, impostos etc.) dos negócios (sustentabilidade financeira);</li> </ul>
<b>RESULTADO:</b>	Rio dos Cedros ser reconhecido pelo mercado turístico como um destino sustentável. Nota-se a preferência de um número crescente de consumidores por visitar destinos que estejam engajados ao tema.
<b>PRINCIPAIS BENEFÍCIOS:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Redução efetiva dos custos operacionais e do uso dos recursos ambientais pelos empreendimentos;</li> <li>- Melhor posicionamento dos estabelecimentos e do destino junto ao público;</li> <li>- Contribuição para o destino turístico como um todo.</li> </ul>
<b>CUSTO ESTIMADO DO PROJETO</b>	R\$ 140.000,00

**PRINCIPAIS IMPACTOS POTENCIAIS**

COM BASE NOS PRINCÍPIOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

<b>SOCIOCULTURAIS</b>	<b>ECONÔMICOS</b>	<b>AMBIENTAIS</b>
Desenvolvimento da atividade turística apoiando a preservação da cultura local e dos valores morais da população, fortalecendo a identidade da comunidade, e contribuindo para o seu desenvolvimento.	Desenvolvimento turístico economicamente eficaz, distribuindo renda e gerando recursos de modo que possam suportar as necessidades das gerações futuras.	Desenvolvimento compatível com a manutenção dos processos ecológicos essenciais à diversidade dos recursos naturais.

## DIMENSIONAMENTO DO INVESTIMENTO COM BASE NAS ESTIMATIVAS DE CUSTOS DOS PROJETOS

EIXOS	PROGRAMAS	PROJETOS	CUSTOS (R\$)
POSICIONAMENTO COMPETITIVO E COMERCIALIZAÇÃO	Programa para Posicionamento de Mercado	Projeto para o desenvolvimento da marca turística de Rio dos Cedros	40.000,00
		Projeto para o desenvolvimento e implantação de um Plano de Comunicação e Marketing Turístico de Rio dos Cedros	125.000,00
		<b>Total do Programa:</b>	<b>165.000,00</b>
	Programa para Promoção e Comercialização do Destino	Projeto de promoção multiplataforma do destino Rio dos Cedros	130.000,00
		<b>Total do Programa:</b>	<b>130.000,00</b>
	<b>TOTAL DO EIXO:</b>		
SEGMENTAÇÃO E PRODUTO	Programa para definição e Fortalecimento do Portfólio Estratégico de Produtos Turísticos	Projeto para resgate da Cultura e da Gastronomia colonial de Rio dos Cedros	30.000,00
		Projeto para formatação de novos produtos turísticos	250.000,00
		<b>Total do Programa:</b>	<b>280.000,00</b>
	Programa para Melhoria dos Serviços Turísticos	Projeto de qualificação da mão-de-obra para o segmento turístico	0,00
		<b>Total do Programa:</b>	<b>0,00</b>
	<b>TOTAL DO EIXO:</b>		
INFRAESTRUTURA	Programa para Melhoria da Infraestrutura Turística do Destino	Projeto para ampliação da sinalização turística	150.000,00
		Projeto para a implantação de acessibilidade em atrativos e equipamentos turísticos	900.000,00
		<b>Total do Programa:</b>	<b>1.050.000,00</b>
	Programa para Melhoria dos Serviços Básicos	Projeto para a melhoria das vias públicas e da rede de telecomunicações do município.	3.000.000,00
		<b>Total do Programa:</b>	<b>3.000.000,00</b>
	<b>TOTAL DO EIXO:</b>		

<b>FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL</b>	Programa de Fortalecimento da Governança para o Turismo	Projeto para ampliar a qualificação de gestores públicos e privados do Turismo	120.000,00
		<b>Total do Programa: 120.000,00</b>	
			<b>TOTAL DO EIXO: 120.000,00</b>
<b>MEIO AMBIENTE E SUSTENTABILIDADE</b>	Programa Turismo Sustentável	Projeto para realização e/ou atualização de estudos de impacto ambiental das UHs de Rio dos Cedros	90.000,00
		Projeto para ordenação da visitação turística	100.000,00
		Projeto para fomentar a implantação de práticas sustentáveis nos empreendimentos turísticos do destino	140.000,00
		<b>Total do Programa: 330.000,00</b>	
			<b>TOTAL DO EIXO: 330.000,00</b>
<b>INVESTIMENTO TOTAL</b>			<b>5.075.000,00</b>

**MATRIZ DE INDICADORES DE MONITORAMENTO**

Neste item serão apresentados alguns parâmetros a serem utilizados como indicadores de impactos provenientes das ações propostas e das atividades turísticas no destino, que deverão ser acompanhados e monitorados.

<b>COMPONENTE AMBIENTAL</b>		
<b>AÇÕES</b>	<b>INDICADORES DE MONITORAMENTO</b>	<b>RESULTADOS ESPERADOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Monitorar a utilização dos recursos naturais nos atrativos turísticos;</li> <li>- Monitorar o nível de preservação de áreas naturais;</li> <li>- Monitorar a qualidade ambiental local em relação à paisagem, qualidade da água e da biodiversidade em geral;</li> <li>- Definir e monitorar as capacidades de cargas dos atrativos turísticos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Qualidade dos recursos hídricos;</li> <li>- Número de construções sustentáveis;</li> <li>- Número de licenças ambientais concedidas;</li> <li>- Níveis de preservação da biodiversidade em geral;</li> <li>- Monitoramento dos fluxos turísticos nos atrativos: capacidade de carga;</li> <li>- Aspectos da mobilidade urbana;</li> <li>- Parâmetros sobre alterações da paisagem natural;</li> <li>- Níveis de tratamento e reciclagem de resíduos sólidos e tratamento de efluentes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desenvolvimento sustentável do Turismo;</li> <li>- Melhoria da qualidade de vida dos residentes;</li> <li>- Preservação do patrimônio natural;</li> <li>- Preservação e conservação da paisagem como produto turístico;</li> <li>- Aumento no número de empregos e na geração de renda locais.</li> </ul>
<b>COMPONENTE ECONÔMICO</b>		
<b>AÇÕES</b>	<b>INDICADORES DE MONITORAMENTO</b>	<b>RESULTADOS ESPERADOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Monitorar os parâmetros econômicos do setor turístico;</li> <li>- Identificar a composição dos gastos turísticos;</li> <li>- Monitorar os níveis de empregos com origem na atividade turística.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Geração de empregos diretos e indiretos;</li> <li>- Geração de renda;</li> <li>- Número de empreendimentos turísticos;</li> <li>- Valor da diária média praticada nos hotéis;</li> <li>- Gasto médio do turista no destino;</li> <li>- Taxas de ocupação na hotelaria;</li> <li>- Sazonalidade do Turismo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestão eficiência do turismo;</li> <li>- Dados abrangentes sobre a escala e a dimensão econômica do turismo no destino.</li> </ul>

COMPONENTE SOCIOCULTURAL		
AÇÕES	INDICADORES DE MONITORAMENTO	RESULTADOS ESPERADOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Monitorar o perfil demográfico e psicográfico dos turistas;</li> <li>- Identificar o perfil dos empreendedores do Turismo e de residentes;</li> <li>- Identificar a percepção e perspectivas dos empreendedores e comunidade local em relação ao turismo e ao turista;</li> <li>- Pesquisar sobre as interferências oriundas da troca cultural entre os turistas e os residentes;</li> <li>- Verificar como ocorrem impactos sobre os produtos turísticos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Preservação dos ambientes natural e construído;</li> <li>- Níveis de interações entre comunidade local e turistas (verificação de stress, incômodos eventuais).</li> <li>- Preservação da identidade cultural local;</li> <li>- Preservação dos patrimônios material e imaterial; Gastronomia local;</li> <li>- Hospitalidade.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conhecimento da interação entre comunidade local e os turistas, monitorando aspectos de vida local.</li> <li>- Oportunidades de formas alternativas de geração de empregos e renda;</li> <li>- Preservação das manifestações culturais, gastronomia e arquitetura locais;</li> <li>- Produtos turísticos com identidade local;</li> <li>- Preservação Gastronomia local identitária.</li> <li>- Hospitalidade aos visitantes.</li> </ul>

# 7

## REFLEXÕES FINAIS

## 7. REFLEXÕES FINAIS

O Plano de Desenvolvimento Territorial do Turismo é resultante de anseios do poder público, do trade turístico e das considerações dos técnicos envolvidos no processo. Ele indica os caminhos para estabelecer a política de turismo municipal e indica as prioridades de ações em curto, médio e longo prazos. São inúmeros os benefícios deste processo de planejamento, uma vez que os esforços conjuntos impulsionam os resultados e melhorando a performance do destino turístico no mercado. Vale ressaltar que a maioria dos programas propostos estão alinhados aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável – ODS, porque é uma demanda emergente mundial e o Vale Europeu anseia se posicionar no mercado como destino turístico sustentável.

A atividade turística é intrinsecamente intensiva em mão de obra dado a natureza dos serviços envolvidos na cadeia produtiva como hotelaria, restaurantes, transporte de passageiros, agenciamento de viagens etc. Além disto, é aliada da conservação da natureza e do desenvolvimento econômico e social.

Entretanto, a maioria das atividades econômicas tem enfrentado mudanças profundas e aceleradas, causadas em grande parte pela mudança de perfil dos consumidores e pela evolução das novas tecnologias de informação e comunicação (TICs). É um turista informado sobre os locais que vai visitar e as TICs fazem parte de sua rotina diária. Portanto, os negócios ligados ao setor precisam se adaptar para um mercado mais competitivo e mais volátil (COSTA, 2013).

Em consonância, Ramos e Costa (2017, p. 21) afirmam que “[...] o consumo e as tendências dos consumidores cada vez mais informados, evolui para a procura de experiências personalizadas e que lhe permitam diferenciar-se da população em geral.” Este é um novo paradigma de mercado que precisa ser assimilado por toda a cadeia produtiva do turismo para que possam se adequar a esse desafio.

Adicionalmente, a pandemia do COVID-19 impôs mudanças no mercado que ainda não são possíveis mensurar com clareza. Todavia, “as perspectivas de retomada indicam que o turismo doméstico tem sido um dos primeiros a estabelecer uma recuperação gradual, devido à preferência por roteiros mais curtos e de menor distância em relação à origem” (MTur, 2021, p. 16).

Segundo OMT (2019b) existem seis principais tendências de viagens para esse novo consumidor de turismo:

#### Quadro 4 – Principais Tendências de viagens

- ▶ **Viagem “para mudar”:** o novo turista quer experimentar como é viver como sendo um morador local, em busca de autenticidade e transformação pessoal;
- ▶ **Viagem “para mostrar”:** o novo turista quer conhecer destinos e viver experiências e compartilhá-las instantaneamente nas redes sociais;
- ▶ **Em busca de uma vida saudável:** o novo turista quer aliar o turismo e atividades físicas, praticar caminhadas, escaladas e outras atividades ao ar livre e ter uma alimentação saudável durante a viagem;
- ▶ **Ascensão da economia “de acesso”:** muitas pessoas em todas as regiões do mundo, principalmente nos países emergentes e em desenvolvimento passaram a ter acesso ao consumo do turismo;
- ▶ **Viagens individuais e viagens multigeracionais:** o novo turista também viaja sozinho, em qualquer idade;
- ▶ **Aumento da conscientização sobre sustentabilidade:** o novo turista quer ser sustentável e quer que sua viagem cause o menor impacto possível e que possa gerar renda para as comunidades as quais visita.

Fonte: OMT (2019)

Rio dos Cedros oferece atividades turísticas não massivas que aliam a natureza e a cultura proporcionando vivências exclusivas. O município possui uma diversidade de paisagens e as represas na Região dos Lagos são atrativos consolidados sendo um destino muito procurado pelo público que busca descanso e lazer. Devido a isso, há um alto número de pessoas que possuem segunda residência nesta região para realizar atividades de lazer no tempo livre. Além disso, o fluxo de visitantes de um dia é intenso e inclui pessoas que residem na região ou que estão hospedadas em outros municípios.

As atividades de desconexão da vida urbana é uma característica local. Ao considerar os segmentos prioritários deve-se incorporar esta vocação municipal para o descanso e o lazer. Aliado a isso, a ruralidade e o legado da colonização europeia remetem às paisagens rurais e à vida no campo. O município possui ambientes naturais preservados e estruturados para ecoturismo e aventura. A divulgação destas áreas deve incorporar uma série de estratégias como definição da capacidade de carga, estruturação da infraestrutura de recepção de visitantes e sinalização indicativa apenas dos locais adequados para visitação autoguiada. As tendências do turismo pós pandemia também indicam um aumento do número de visitantes com perfil que busca atividades ao ar livre, o contato com a natureza e experiências únicas. Rio dos Cedros tem muito a oferecer neste aspecto e a formatação de novos produtos pode contribuir com o desenvolvimento sustentável do turismo.

A identificação e o resgate da identidade de Rio dos Cedros contribuirão para que experiências genuínas sejam incorporadas aos produtos turísticos. Salienta-se a importância de realizar um

trabalho conjunto entre os atrativos e empreendimentos turísticos da Região dos Lagos e da área central do município. Sugere-se que, adicionalmente ao trabalho regional do Vale Europeu, Rio dos Cedros tenha estratégias de fomento ao turismo associadas a Timbó devido a complementariedade de atrativos e a proximidade dos municípios. O fomento e a colaboração dos atores locais impulsionarão novos negócios e a possibilidade de melhorar o posicionamento no mercado do destino turístico. O desenvolvimento turístico, para que ocorra de forma sustentável, demanda esforços conjuntos direcionados e requer análises minuciosas do território e do mercado

Por fim, vale lembrar que o mercado turístico é dinâmico e por isso indica-se a necessidade de atualização o plano a cada 4 ou 5 anos. Estima-se que este período seria o mais adequado tendo em vista que grande parte dos programas e projetos estariam em andamento. Outro fator relevante é estabelecer o monitoramento de resultados de forma sistemática e contínua a fim de possibilitar maior controle dos programas definidos neste plano.

Espera-se que o Plano seja um balizador das ações municipais, indicando caminhos para que os esforços públicos e privados sejam focados e possam efetivamente contribuir com o desenvolvimento do turismo.

## REFERÊNCIAS

AMMVI. Estudo técnico socioambiental: **Volume I – Caracterização ambiental da microrregião de Blumenau**. Blumenau, 2019.

BARRETTO, M. **Planejamento e Organização em Turismo**. Campinas, SP: Papyrus, 1991.

BOOKING.COM. **Seis tendências no turismo depois do coronavírus**. Disponível em: <<https://bit.ly/3bzKXs5>>. Acesso em fev. 2021.

BOULLÓN, R. **Planejamento do espaço turístico**. Bauru, SP: EDUSC, 2002.

CAMINHO DA FÉ. **História**. Disponível em: <[www.caminhodafe.com.br](http://www.caminhodafe.com.br)>. Acesso: 24 abr. 2021.

CIMVI. **Institucional**. Disponível em: <<https://cimvi.sc.gov.br/o-cimvi/>>. Acesso em 27 abr. 2021.

CNES. **Cadastro Nacional de Estabelecimentos de Saúde**. Disponível em: <<https://bit.ly/3iMqFQ5>>. Acesso em 25 mar. 2021.

DIAS, Reinaldo. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Atlas, 2005.

EMBRATUR. **Plano de Ação 2021**. Embratur: Brasília, 2021.

FECAM – Federação Catarinense de Municípios. **Sistema de indicadores de desenvolvimento sustentável – SIDEMS**. Disponível em: <<https://bit.ly/3bxvt1>>. Acesso em 27 set. 2021.

FIESC – Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina. **Observatório**. Disponível em: <<https://observatorio.fiesc.com.br>>. Acesso em 29 set. 2021.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cidades**. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/apiuna/panorama>>. Acesso em: 21 set. 2021.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo**. Rio de Janeiro: Editora Senac, 2013.

INSTITUTUTO ESTRADA REAL. **Caminhos**. Disponível em: <[www.institutoestradareal.com.br](http://www.institutoestradareal.com.br)>. Acesso: 24 abr. 2021.

MTUR. Dados & Informações do Turismo no Brasil: **o impacto da pandemia de COVID-19 nos setores de Turismo e Cultura do Brasil**. Brasília, 2021.

\_\_\_\_\_. **Anuário Estatístico de Turismo 2020 – Ano base 2019**. Ministério do Turismo, 2020.

\_\_\_\_\_. **Inventário da Oferta Turística. Brasília**. Brasília, 2011.

\_\_\_\_\_. Programa de Qualificação a Distância para o Desenvolvimento do Turismo: **Conceitos básicos e apoio à comercialização de produtos segmentados**. Brasília, 2009.

\_\_\_\_\_. Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil: **Módulo Operacional 7 Roteirização Turística**. Brasília, 2007.

\_\_\_\_\_. **Turismo de Aventura: orientações básicas**. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

\_\_\_\_\_. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. **Institucionalização da Instância de Governança Regional**. Brasília, 2007.

MURTA, Stela M; ALBANO, Célia. **Interpretar o patrimônio**: um exercício do olhar. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2002.

OLIVEIRA, J. M. S. R; GRZYBOVSKI, D.; SETTE, R. S. **Origens e fundamentos do conceito de estratégia**: de Chandler à Porter. 2011.

OMT. **World Tourism Barometer**: Statistical Annex. Volume 19, 2021a.

\_\_\_\_\_. **Global and regional tourism performance**. Disponível em <<https://bit.ly/2Ptqtpt>>. Acesso em 10 out. 2021b.

\_\_\_\_\_. **International tourism highlights: 2019 Edition**. Organização Mundial do Turismo, 2019. Disponível em <<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>>. Acesso em 10 out. 2021.

ONU. **Objetivos de desenvolvimento sustentável**. Disponível em: <<https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>>. Acesso em 27 set.2021.

PETROCCHI, Mario. **Gestão de polos turísticos**. São Paulo: Ed. Futura, 2001.

\_\_\_\_\_. **Turismo Planejamento e Gestão**. São Paulo: Patrice Hall, 2008.

PORTER, M. **Competitive advantage**: creating and sustaining superior performance. New York: The Free Press, 1985.

RAINFOREST ALLIANCE. **Guia de boas práticas para o turismo sustentável**. Guatemala, 2008.

RIO DOS CEDROS. **Diagnóstico amostral dos sistemas individuais de tratamento de esgoto doméstico**, 2018.

\_\_\_\_\_. **Estudo Técnico Socioambiental de Rio dos Cedros**. 2019.

\_\_\_\_\_. **Município**. Disponível em: <<https://bit.ly/3A6xYb6>>. Acesso em 27 set. 2021.

\_\_\_\_\_. **Plano Diretor de Desenvolvimento Sustentável de Rio dos Cedros**. 2013.

\_\_\_\_\_. **Plano Municipal da Mata Atlântica (PMMA) de Rio dos Cedros**. 2020.

SANTA CATARINA. Assembleia Legislativa de Santa Catarina. Florianópolis, 2008.

SANTUR - Agência de Desenvolvimento do Turismo de Santa Catarina. Disponível em: <<http://www.santur.sc.gov.br/>>. Acesso em 26 abr. 2021.

\_\_\_\_\_. **Diagnóstico econômico e plano de retomada do Turismo Catarinense**. Florianópolis, 2020.

SEBRAE. **Timbó – Plano Estratégico de Turismo**. 2020.

\_\_\_\_\_. **Turismo Relatório de Inteligência**. Outubro 2018. Sistema de Inteligência Setorial. Acesso em 01 mar 2020.

SENAC; OBSERVATÓRIO DO TURISMO SANTA CATARINA; FECOMÉRCIO; SANTUR. **DisrupTur: em cenários complexos, como a inovação pode ser a solução para o turismo?** Relatório Região Turística Vale Europeu. 2020.

SNIS – Sistema Nacional de Informações sobre Saneamento. **Diagnóstico dos serviços de água e esgoto – 2019**. Disponível em: < <https://bit.ly/3uvnQ9N>>. Acesso: 24 abr. 2021.

STEINER, G. A.; MINER, J. B. **Política e estratégia administrativa**. Rio de Janeiro: Interciência, 1981.