Quadro1: P 1.6 Implementação e fortalecimento do Roteiros Turísticos Regionais

|  |
| --- |
| **1 - IDENTIFICAÇÃO DO PROJETO** |
| **Título:** P 1.6 Implementação e fortalecimento do Roteiros Turísticos Regionais |
| **Localização:** COREDE Campanha |
| **Valor total estimado do projeto**:**R$ 9.100.000,00** |
| **Duração do projeto:** 72 meses |
| **Responsável pela implementação:**Corede Campanha |
| **Escopo:** Implementação e qualificação de catorze (14) roteiros turísticos e microrregionais na Região da Campanha. Fomento ao enoturismo. Pesquisas, capacitação e consultoria sobre turismo na região. |
| **Responsável:** Corede Campanha**,** URCAMP / Elisabeth Cristina Drumm; SENAC/Juliano Machado Munhoz; SEBRAE/ Ana Paula Preussler Barroso de Souza |
| **2 - QUALIFICAÇÃO DO PROJETO** |
| **Objetivo:****Turismo microrregional**- Estruturar, qualificar e ampliar a oferta de produtos turísticos de forma integrada e organizada, a fim de fomentar o trabalho e renda, nos municípios de abrangência da Campanha.**Enoturismo**- Potencializar o Enoturismo da Campanha, visando o fortalecimento do turismo na região por meio da ampliação de produtos turísticos nas vinícolas participantes.**Pesquisa, capacitação e consultoria**- Desenvolver estudos e pesquisas de inteligência de negócios, levando em consideração toda a história do gaúcho, a sua interação com o Bioma Pampa, extremamente rico do ponto de vista, Cultural e da sua Biodiversidade que contribuam para o segundo ciclo do projeto em promover a melhoria da gestão das empresas, visando o desenvolvimento das micro e pequenas empresas do segmento de turismo. |
| Justificativa: Na revisão do Planejamento Estratégico de Desenvolvimento (PED) da região de abrangência do Corede Campanha, considerando as cinco dimensões de gestão: econômica, social, ambiental, infraestrutura e institucional, foi definido que a Visão da região é a seguinte: “Construir até 2030, o desenvolvimento sustentável (econômico, social e ambiental) da região da Campanha valorizando as potencialidades regionais, otimizando os processos produtivos e promovendo a qualidade de vida e o fortalecimento da governança regional”. A Região tem como vocação: o sistema produtivo agroalimentar, a prestação de serviços, a mineração, a produção energética, a educação, o patrimônio natural (Bioma Pampa) e histórico-cultural. Suas ações estão pautadas nos seguintes valores: cultura fronteiriça, Patrimônio (material e imaterial), valorização do pampa, ética, receptividade/hospitalidade de abertura a inovações/adaptações a outras culturas.O diagnóstico realizado, a partir de dados secundários e primários, esses envolvendo representantes dos municípios de Aceguá, Bagé, Caçapava do Sul, Candiota, Dom Pedrito, Hulha Negra e Lavras do Sul, por meio da Matriz FOFA, apontou potencialidades, pontos de defesa/riscos, debilidades/desafios e vulnerabilidades/limitações relacionados a dimensão Gestão Econômica do PED, conforme segue:POTENCIALIDADES (Apontam para o caminho de desenvolvimento)* Potenciais relações comerciais na faixa de fronteira.
* Potencial para produção de produtos sustentáveis.
* Desenvolvimento da agricultura e pecuária familiar (APL/Cooperativas).
* Uso de marcas coletivas.
* Incentivo ao desenvolvimento do comércio e serviços.
* Desenvolvimento do Turismo (patrimônio cultural-histórico e natural).
* Potencial para atrair população interessada em qualidade de vida.
* Investimento em produtos *premium* (carne, vinhos e azeite, por exemplo).

PONTOS DE DEFESA/RISCOS (Apontam para potenciais diferenciais de desenvolvimento)* Risco para as relações comerciais com os países da fronteira.
* Riscos para implantação de novos empreendimentos na faixa de fronteira (150km).
* Atração de empreendimentos para a região.
* Desenvolvimento do turismo, considerando as grandes distâncias.
* Atração de novos empreendimentos e de criação de empreendimentos na Região.

DEBILIDADES/ DESAFIOS (Apontam para perda de oportunidades se a região não estiver alerta)* Infraestrutura para o turismo.
* Empreender ações para a recuperação da infraestrutura das cidades.
* Fortalecimento de segmentos que possam gerar empregos qualificados e com maior produtividade da força de trabalho.
* Melhorar os indicadores de renda, trabalho e emprego.

VULNERABILIDADES/ LIMITAÇÕES (Apontam para um caminho de estagnação ou retrocesso)* Sistema Unificado Estadual de Sanidade Agroindustrial, Familiar, Artesanal e de Pequeno Porte Integrado.
* Estímulo ao empreendedorismo e permanência na região.
* Resistência a processos inovadores de melhoria da produtividade.
* Permanência do capital intelectual.
* Geração de emprego no campo.

Esses pressupostos orientaram a elaboração de duas diretrizes para a dimensão Gestão Econômica, sendo a primeira diretriz: D1 Desenvolvimento por meio de uma economia diversificada (agropecuária, agricultura e pecuária familiar, energia, agroindústria, turismo), fortalecida e focada na vocação regional.Na região há uma forte identificação com a figura do gaúcho, considerando “o fator cultural e a revalorização do modo de vida ligado ao campo, que se apropria da paisagem típica oriunda da relação histórica desta sociedade com seu espaço rural - o Pampa" (NETO e BEZZI, 2009, p. 87). Conforme as autoras, é o elemento cultural que orientou o investimento na atividade turística, em especial o turismo rural que explora a herança pecuarista do passado pecuarista. As autoras apontam para o fato de que as características culturais da região [...] materializaram inúmeros códigos culturais nessa porção do espaço gaúcho, transmitida no tempo e mantidas através da descendência. Tal fato evidencia um potencial a ser explorado, como perspectiva para implantação de novas atividades que gerem renda a população, ao mesmo tempo em que proporcionará a preservação do patrimônio histórico e cultural da Campanha gaúcha (NETO e BEZZI, 2009, p. 94).Além disso, reforçam que a [...] esfera cultural torna-se, então, uma perspectiva para o desenvolvimento, justificada, em exemplos práticos de municípios que tem na cultura o principal fator centralizador do desenvolvimento, seja com atividades turísticas, ou que associem essas a outras atividades consideradas tradicionais, como a agricultura, a pecuária e a indústria (NETO e BEZZI, 2009, p. 94). A partir deste contexto, no qual a cultura assume uma centralidade e uma particularidade no processo de desenvolvimento regional, destacam-se algumas informações acerca da cultura na região.Assim, o turismo é apontado como um potencial a ser explorado, devido às características naturais do Pampa, com destaque para a paisagem típica, rica em belezas peculiares e pelo clima, especialmente o inverno. A história da região é marcada por episódios de significativa importância nacional, evidenciada pela riqueza arquitetônica e pelos marcos históricos. Dados levantados na apontam para o potencial turístico decorrente do patrimônio histórico e cultural, além da riqueza paisagística do Bioma Pampa.Destaca-se a iniciativa do recente reconhecimento do Arranjo Produtivo Local (APL) da Alto Camaquã, pelo Governo do estado do RS, cujo propósito é o desenvolvimento da produção ovina e do turismo, como apoio da Associação para o Desenvolvimento Sustentável do Alto Camaquã (ADAC), que abrange um total de oito municípios, sendo três desses localizados na região da Campanha (Bagé, Caçapava do Sul e Lavras do Sul).Nesse sentido, o projeto **P 1.6** *Implementação e fortalecimento do Roteiros Turísticos Regionais* justifica-se pelo potencial turístico da região. Além disso, esta proposta foi inserida na carteira de projetos do Planejamento Estratégico de Desenvolvimento (PDE) da região da Campanha, considerando que o turismo também foi inserido nos programas prioritários elencados na cédula Consulta Popular de 2016/2017. A construção da cédula foi decorrente da participação da população de 06 (seis) municípios da Região da Campanha, a partir da relação de programas indicados pela SEPLAN, constantes no PPA.A seguir, são apresentadas as etapas relacionadas ao desenvolvimento de cada Roteiro Turístico:**1) Envolvimento dos Atores:** No Processo de Roteirização deverá ser envolvido, além da instância de governança regional, municipal, representantes da comunidade do setor público, setor privado e da sociedade civil organizada. É importante também envolver os segmentos por meio de redes de comunicação.Serão realizados eventos como reuniões, palestras, oficinas e seminários, atividades lúdicas; documentos orientadores; vídeos; cursos; conversas formais e informais; internet, rádios e TVs; boletins informativos, jornais, revistas e outros periódicos e redes em âmbito regional e municipal e estadual.Para esta etapa serão necessários os seguintes recursos: Aluguel de espaços; Transporte dos participantes para as reuniões nas cidades que fazem parte do Projeto; Transporte para os Técnicos.**2) Avaliação dos Atrativos:** Os Atrativos Turísticos serão avaliados por meio dos locais, objetos, equipamentos pessoas, fenômenos, eventos ou manifestações capazes de motivar o deslocamento de pessoas para conhecê-los. Para esta etapa serão necessárias as seguintes ações: Inventário Turístico dos municípios que compõe cada Roteiro; Pesquisa de demanda; Identificação dos impactos, Levantamento sócio ambiental;**3) Elaboração dos Roteiros**A elaboração do roteiro considerará a segmentação, ou seja, por meio de uma forma de organizar o turismo para fins de planejamento e gestão e, principalmente, mercadológico:* Pelas características e variáveis da demanda: elasticidade, sensibilidade, sazonalidade / fatores demográficos, sociológicos, econômicos e turísticos;
* Pela oferta - definir os tipos de turismo: cultura, ecoturismo, esportes, negócios e eventos;
* Pela identificação de certos grupos de consumidores: melhor idade, adolescentes, pessoas com necessidades especiais etc.

Alguns aspectos devem ser considerados ao se trabalhar o segmento:* exigências e necessidades do mercado;
* perfil do turista que procura a região;
* perfil do turista que o mercado local está preparado para atender e que espera atender;
* adequação dos produtos turísticos existentes às necessidades do mercado turístico atual;
* capacidade empresarial local.

Na elaboração do roteiro, na medida em que se diversificam as atrações oferecidas, tem-se um produto cada vez mais atraente. Paralelamente, aumenta-se o tempo médio de permanência dos turistas na região.* Acessibilidade, distâncias e tempo de permanência em cada atrativo;
* Qualificação dos recursos humanos;
* Oferta de equipamentos de hospedagem, alimentação e lazer;
* Oferta de serviços como guias, condutores locais, transporte, compras e
* Apoio ao turista.

**4) Precificação:** A precificação é o resultado da análise do roteiro considerando, os recursos necessários e os benefícios oferecidos ao turista. Será realizada viagem técnica para elaboração do preço dos produtos oferecidos e qualidades dos mesmos. O evento Famtour contará com a participação de 25 pessoas, que farão a análise do roteiro, a partir de critérios técnicos.**5) Capacitação e qualificação:** O controle da qualidade de equipamentos e serviços refletirá na qualificação do roteiro, que poderá atender a públicos mais exigentes. Serão realizadas as seguintes ações: Seminário de Roterização para o Turismo; Palestras; Cursos em atendimento ao turista; Planejamento Estratégico; Gastronomia; Preservação do ambiente; Visita técnica em outra rota turística (transporte).**6) Promoção e comercialização:** Serão ~~r~~ealizadas ações de comercialização a partir da promoção de eventos; da participação em feiras, da elaboração e disponibilização de material promocional e publicitário; da criação de guias turísticos.Para tanto serão desenvolvidos materiais como: revista, Folder; Banner; Adesivo; Boton; Pen drive e criação website específico para o roteiro elaborado.**7) Ampliação da comunicação e disseminação de informações referentes ao Roteiro:** Com vistas a ampliar a disseminação de informações acerca de temas relacionados à economia da Região, do patrimônio natural e cultural, bem como o próprio desenvolvimento do roteiro turístico, serão elaborados boletins informativos bimensais; criado o Portal Roteiro e produzido um vídeo institucional. Para tanto, serão contratadas consultorias especializadas bem como adquiridos equipamentos que oportunizem o registro dos conteúdos de pauta definidos em conjunto com os produtores locais e a governança do projeto.**8) Articulação e mobilização da Governança:** Em continuidade ao projeto de implantação do Roteiro, faz-se necessária a continuidade da articulação entre todos os atores envolvidos e a manutenção da mobilização dos mesmos em torno dos objetivos deste projeto. Nesse sentido, será necessária a manutenção do contrato de um Gestor do projeto, bem como a disponibilização de recursos para o deslocamento, a hospedagem e a alimentação.**9) Gestão e Monitoramento:** A etapa de gestão e monitoramento será desenvolvida ao longo do projeto, juntamente com a Governança e o Gestor responsável pelo mesmo, por meio das seguintes etapas:* Desenho do plano de gestão e monitoramento dos resultados;
* Criação de modelo de relatório de resultados periódico;
* Acompanhamento e apresentação dos resultados.

As estratégias de ação estão compostas por três linhas de ação: a linha educacional, cultural e de gênero; a linha comunicacional e de visibilidade; e a linha de sustentabilidade turística. **Enoturismo**: O principal canal de venda das pequenas vinícolas da região, sendo que muitas delas têm potencial para vender toda a sua produção de vinho diretamente aos clientes que forem na sua empresa. Considerando o potencial de aumento de consumo de vinhos pelos brasileiros, o projeto pretende proporcionar aumento de visitação.**Pesquisa, capacitação e consultoria em turismo**: O projeto tem por finalidade colocar à disposição do público-alvo um conjunto de informações sobre os empreendimentos de pequenos negócios e os setores econômicos, fornecendo subsídios a elaboração do Projeto Turismo no Pampa Gaúcho e para o posicionamento estratégico e o modelo de atuação do Sebrae. Além disso, o projeto contribuirá para a consolidação do SEBRAE/RS como fonte de informações sobre a região e os pequenos negócios. |
| **Beneficiários:**Empreendedores individuais, trabalhadores, produtores rurais, associações de classe, vinícolas, comunidade em geral dos Municípios da Região da Campanha. |
| **Resultados pretendidos:**- Ampliação dos roteiros de potencial da região da Campanha;- Melhoria educativa da comunidade, por meio da construção da informação e da disseminação e da ampliação e do fortalecimento dos meios de comunicação;- Inclusão social e cultural, por meio da valorização do saber fazer popular;- Desenvolvimento científico e tecnológico;- Promover a melhoria econômica da comunidade e do *trade* Turístico dos Territórios (Agências de Viagem, hoteis, restaurantes, transportadoras, locadoras de carro, etc); - Fortalecer a governança microrregional e da Campanha;- Incremento no setor de Turismo da região.**Enoturismo**:- Inovação na experiência de visitação dos turistas às empresas.- Aprimoramento de produtos turísticos;- Prospecção e acesso a mercados.**Pesquisa, capacitação e consultoria em turismo**- Produzir estudos sobre a cultura no pampa gaúcho;- Aumentar a competitividade das empresas;- Qualificar a gestão dos empreendimentos;- Promoção e acesso a novos mercados. |
| **Alinhamento Estratégico:** *D1 Desenvolvimento por meio de uma economia diversificada (agropecuária, agricultura e pecuária familiar, energia, agroindústria, turismo), fortalecida e focada na vocação regional.* |
| **3 - PRODUTOS DO PROJETO** |
| **Produto 1:** Desenvolvimento Roteiros Turísticos Microrregionais na Região da Campanha. **Custo:** R$ 7.000.000,00 |
| **Meta:** Implementação de 14 Roteiros. |
| **Prazo:** 84 meses  |
| **Produto 2:** Desenvolvimento do Enoturismo na Campanha (SEBRAE). **Custo:** R$ 600.000,00 |
| **Meta:** Assessoria em: 1) Desenvolvimento e aprimoramento de produtos turísticos: Desenvolvimento de ações para a promoção da melhoria da experiência proporcionada aos turistas; 2) Benchmarking em Turismo: Visitas técnicas de benchmarking para conhecer boas práticas em destinos de referência em enoturismo; 3 ) Acesso à Mercados: Ações para aumentar a participação de mercado das empresas. |
| **Prazo:** 36 meses  |
| **Produto 3:** Pesquisa sobre na Região da Campanha (SEBRAE).**Custo:** R$ 500.000,00 |
| **Meta:** Pesquisas sobre: 1) Resgate Histórico e Cultural do Gaúcho: Resgatar a história e a cultura do gaúcho na região da campanha Potencialidades do Bioma Pampa; 2) Informações que sejam relacionadas ao bioma onde existe um imenso patrimônio cultural associado à biodiversidade; 3) Potencialidades da Música, Dança e Culinária Gaúcha: Busca de informações das tradições gaúchas dentro da gastronomia, dança e música. |
| **Prazo:** 36 meses  |
| **Produto 4:** Educação, capacitação e consultorias para a região da Campanha (SEBRAE).**Custo:** R$ 1.000.000,00 |
| **Meta:** Educação, capacitação e consultorias: 1) Realizar cursos, consultorias e oficinas para aprimorar a gestão empresarial. 2) Realizar ações para promoção e produtos, acesso a novos clientes e mercados, visitas técnicas e missões empresariais; 3) SEBRAETEC: Realizar consultorias e cursos na área de design, qualidade e processos; 4) Sebrae Mais: Realizar cursos, consultorias e oficinas para aprimorar a gestão empresarial   |
| **Prazo:** 36 meses  |
| **4 - ÓRGÃOS INTERVENIENTES:** |
| **Equipe do Projeto: 1 Coordenador Geral, 3 pesquisadores, alunos estagiários** |
| **Órgãos Públicos Envolvidos:** Prefeituras municipais, Secretarias municipais: rural, desenvolvimento econômico, indústria, comércio e serviços, Conselhos municipais de desenvolvimento econômico, rural, industrial, turismo. Secretaria Estadual de Cultura e Turismo.  |
| **Organizações parceiras:** Instituições de Ensino da Região, Associações, Sistema S, Empresas, ONGs, APATUR, etc. |
| **5 - REQUISITOS PARA EXECUÇÃO** |
| **Fonte de Financiamento:** Governos Federal, Estadual, Municipais e outras fontes de recursos. |
| **Elaboração de Projeto Executivo:** Sim  |
| **Desapropriação:**Não |
| **Licença Ambiental:**Não |
| **Licitação:** Sim  |
| **Outros:** |
| **6 - RECURSOS DO PROJETO** |
| **Valor total estimado do projeto: R$ 9.100.000,00** |
| **Fontes de recursos:**Instituições de Ensino e Pesquisa, Governos Federal, Estadual, Municipais e outras fontes de recursos. |
| **Possui vinculação com o PPA Estadual 2016-2019:**Sim |
| **Possui vinculação com o PPA Federal 2016-2019:** Sim |
| **Investimentos: R$**  |
| **Despesas Correntes:** |
| Investimentos e despesas correntes por produto: |
| Produto 1:R$ 7.000.000,00 |
| Produto 2:R$ 600.000,00 |
| Produto 3:R$ 500.000,00 |
| Produto 4:R$ 1.000.000,00 |
| **7 - CRONOGRAMA DO PROJETO** |
| Produto | Início | Término |
| **Produto 1:** Desenvolvimento Roteiros Turísticos Microrregionais na Região da Campanha | 1 | 72 |
| **Produto 2:** Desenvolvimento do Enoturismo na Campanha (SEBRAE). | 1 | 36 |
| **Produto 3:** Pesquisa sobre na Região da Campanha (SEBRAE). | 1 | 36 |
| **Produto 4:** Educação, capacitação e consultorias para a região da Campanha (SEBRAE).  | 1 | 36 |