



PREFEITURA MUNICIPAL DE  
**SÃO SEBASTIÃO DO CAÍ**  
ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

**LEI Nº 4.458, de 18 de maio de 2022.**

**APROVA O PLANO MUNICIPAL DE  
TURISMO DE SÃO SEBASTIÃO DO  
CAÍ E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.**

**JÚLIO CÉSAR CAMPANI**, Prefeito Municipal de São Sebastião do Caí.

FAÇO SABER que a Câmara Municipal aprovou e eu, no uso das atribuições que me confere a Lei Orgânica do Município, sanciono a seguinte

**LEI:**

**Art. 1º** Fica aprovado o Plano Municipal de Turismo de São Sebastião do Caí, cujo objetivo principal é a estruturação da atividade turística no Município de São Sebastião do Caí, em conjunto com o estímulo ao desenvolvimento econômico e social da comunidade, conforme segue em anexo.

**Art. 2º** Esta Lei entrará em vigor nesta data de sua publicação.

Gabinete do Prefeito Municipal de São Sebastião do Caí, aos 18 dias do mês de maio de 2022.

  
**JÚLIO CÉSAR CAMPANI**  
Prefeito Municipal.

Registre-se.  
Publique-se.

SEBRAE RS

Plano Municipal de Turismo 2021

Município de São Sebastião do Caí

Vale da Felicidade- RS

Setembro/ 2021



## Ficha Técnica

### COORDENAÇÃO GERAL E REALIZAÇÃO

Prefeitura Municipal de São Sebastião do Caí

Prefeito Municipal—Júlio Cesar Campani

Consultoria Técnica

Maja Consultoria

Consultora Responsável: Tur<sup>a</sup>Ms. Ivane Maria Remus Fávero

### Agradecimento

A todos que participaram da Oficina de construção do Plano de Ações para o Desenvolvimento do **Turismo** e colaboraram para a elaboração deste trabalho

Capa:Acervo Prefeitura Municipal

## Sumário

Mensagem do Sebrae.....	4
Apresentação e Metodologia.....	5
Análise Macroambiental – Turismo .....	8
A Pandemia e a Crise no Turismo.....	11
Retomada do Turismo.....	15
Tendências durante e pós-pandemia.....	17
Perfil da Demanda Turística Pós-pandemia .....	22
Apresentação do Território.....	24
Histórico de São Sebastião do Caí.....	24
Dados do Município .....	26
Governança Municipal do Turismo .....	27
Secretaria de Turismo .....	27
Conselho Municipal de Turismo e Fundo Municipal de Turismo.....	27
Oferta Turística.....	29
Atrativos.....	29
Eventos.....	45
Infraestrutura .....	45
Apoio ao Turista e Conveniências .....	45
Rotas e Roteiros Turísticos.....	46
Hospedagem .....	46
Gastronomia.....	46
Marketing.....	50
Presença e informações disponíveis na Internet .....	50
Posicionamento, identidade e visão .....	51
Plano de Ações .....	54
Avaliação e Encaminhamentos .....	62
Monitoramento – Conclusão .....	64
Referências.....	66
Anexo I– Portaria dos membros do Comtur .....	68
Anexo II– Listas de presença .....	71
Anexo III – Imagens das reuniões virtuais.....	78
Anexo IV – Convite para participação da comunidade .....	81

## Mensagem do Sebrae

Imagine um lugar com muitas belezas naturais, muita história, riqueza gastronômica e cultural, onde vive um povo acolhedor e empreendedor que gosta de festejar e fazer negócios. Uma região onde a qualidade de vida está entre as melhores do Brasil. Este é o Vale da Felicidade, com identidade única, construída sob a influência trazida pelos imigrantes.

Participar da estruturação da atividade turística no município de São Sebastião do Caí foi um imenso privilégio e uma experiência gratificante. Conhecer tantas lideranças e empreendedores locais, que amam seu município, sua cultura, sua história e dedicam seu tempo para promover com entusiasmo esta identidade única, não tem preço! Que este amor, união e dedicação perseverem ao longo dos anos, para que o turismo se torne cada vez mais relevante no desenvolvimento socioeconômico, do município e da região.

Agradeço ao Sr. Júlio César Campani - Prefeito Municipal, ao Sr. Cristiano Liell – Secretário Municipal da Educação, Cultura, Turismo e Desporto, ao Conselho Municipal de Turismo à governança do Vale da Felicidade / AMVARC e demais lideranças, pela confiança depositada no Sebrae para o desenvolvimento deste trabalho tão relevante na retomada do turismo na região. Reconhecimento especial à consultora Ivane Fávero, que conduziu este projeto com maestria!

**Rubem Schollmeier**

**Gestor de projetos**

**Sebrae – RS**

## Apresentação e Metodologia

O objetivo do presente estudo é construir o Plano Municipal de Desenvolvimento do Turismo de São Sebastião do Caí, no Rio Grande do Sul, focando em ações a serem desenvolvidas durante e pós-pandemia da Covid-19 (do inglês *Coronavirus Disease 2019*).

*Quando um determinado destino decide priorizar seus investimentos no desenvolvimento turístico, seu objetivo principal é o estímulo ao desenvolvimento econômico e social da comunidade. Este processo só será efetivo se for planejado e orientado para ações coordenadas a longo, médio e curto prazos – pois, dessa maneira, teremos consolidadas as bases estratégicas que guiarão de forma harmônica e coesa o processo futuro de implementação das ações.*

A metodologia que se apresenta privilegia o planejamento participativo e integrado, viabilizado por meio de diversos encontros promovidos de forma on-line (plataforma Zoom). Os trabalhos foram coordenados pela consultora e mestre em Turismo Ivane Fávero. No âmbito do município, a mobilização dos atores, bem como o fornecimento de informações relevantes para o trabalho, ficou a cargo da Prefeitura de São Sebastião do Caí.

Durante o trabalho de consultoria, foi realizada a construção da análise de pontos fortes, fracos, ameaças e oportunidades (SWOT) do município (oficina 1); houve a construção do Plano de Ações (oficina 2); da Identidade e Posicionamento Turístico do Município (oficina 3); e, por fim, a Priorização das Ações, além da conclusão e encaminhamentos (oficina 4), o que está sendo apresentado e avaliado neste documento.

Norteiam este estudo os **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)**, propostos em 2015 pela Organização das Nações Unidas (ONU). Os 193 países membros assinaram a Agenda 2030, um plano global composto por 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e 169 metas para que esses países alcancem o desenvolvimento sustentável - aquele que consegue atender às necessidades da geração atual sem comprometer a existência das gerações futuras – em todos os âmbitos até 2030. Os ODS elencados pela ONU são:

1. Acabar com a pobreza em todas as suas formas, em todos os lugares;
2. Acabar com a fome, alcançar a segurança alimentar e melhoria da nutrição e promover a agricultura sustentável;
3. Assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todos, em todas as idades;
4. Assegurar a educação inclusiva e equitativa de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos;
5. Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas;
6. Assegurar a disponibilidade e gestão sustentável da água e saneamento para todos;
7. Assegurar o acesso confiável, sustentável, moderno e a preço acessível à energia, para todos;
8. Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo, e trabalho decente para todos;
9. Construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação;
10. Reduzir a desigualdade dentro dos países e entre eles;
11. Tornar as cidades e os assentamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis;
12. Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis;
13. Tomar medidas urgentes para combater a mudança do clima e seus impactos;
14. Conservar e usar sustentavelmente os oceanos, os mares e os recursos marinhos para o desenvolvimento sustentável;
15. Proteger, recuperar e promover o uso sustentável dos ecossistemas terrestres, gerir de forma sustentável as florestas, combater a desertificação, deter e reverter a degradação da terra, e deter a perda de biodiversidade;
16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, proporcionar o acesso à justiça para todos e construir instituições eficazes, responsáveis e inclusivas em todos os níveis;
17. Fortalecer os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável.

Os 17 Objetivos são integrados e indivisíveis, e mesclam, de forma equilibrada, as três dimensões do desenvolvimento sustentável: a econômica, a social e a ambiental. São como uma lista de tarefas a serem cumpridas pelos governos, a sociedade civil, o setor privado e todos cidadãos na jornada coletiva para um 2030 sustentável. Nos próximos anos de implementação da Agenda 2030, os ODS e suas metas irão estimular e apoiar ações em áreas de importância crucial para a humanidade: Pessoas, Planeta, Prosperidade, Paz e Parcerias.

Figura 1: Os 5 P's da Sustentabilidade



Fonte: ONU

## Análise Macroambiental – Turismo

### O Turismo antes da Covid- 19

O estudo *Benchmarking*, da *World Travel & Tourism Council (WTTC)* em parceria com a *American Express*, e divulgado na revista *Panrotas* em setembro de 2019, apresentava dados importantes para entender a importância do crescimento do turismo antes da pandemia da covid-19. A contribuição direta do setor turístico ao PIB global atingiu US\$ 2,8 trilhões em 2018. Incluindo os impactos indiretos e induzidos, o turismo gerou US\$ 8,8 trilhões em PIB globalmente (10,4%), excedendo o dos setores agrícola, bancário, automotivo e de mineração.

O levantamento, que abrangeu 26 países e dez regiões do mundo, apontou o Turismo como o setor de mais rápido crescimento no mundo em 2018, expandindo 3,9%, à frente da manufatura automotiva (3,7%) e da saúde (3,3%), e a uma taxa superior à da economia global pelo oitavo ano consecutivo. Foram considerados impactos econômicos que viagens e turismo tiveram em 2018 em oito indústrias: agricultura, mineração, saúde, automotiva, varejo, serviços financeiros, bancos e construção.

Antes da pandemia, o turismo internacional registrava um crescimento praticamente ininterrupto. Um total de 25 milhões de turistas viajaram em 1950, passando para 278 milhões em 1980, 528 milhões em 1995, até 1.322 bilhão de viajantes internacionais em 2017 - um aumento de 7% em relação a 2016 (OMT, 2018).

Em 2018, o setor de turismo foi responsável por 292 milhões de empregos, o equivalente a 1 em cada 10 na economia global (Plano Nacional de Turismo, MTur, 2018). De acordo com o documento do Governo Federal, o turismo impacta a economia em três modos distintos:

- Direto: por meio da utilização de meios de hospedagem (resorts, hotéis, pousadas, casas de temporadas, campings), transporte (terrestre, marítimo, aéreo), entretenimento e atrações;

- Indireto: com investimentos públicos e privados em projetos para a construção de novas estruturas turísticas e manutenção das já existentes, gerando maior demanda aos fornecedores que alimentam toda a cadeia produtiva;
- Induzido: por meio do consumo de alimentos e bebidas, roupas, habitação, bens duráveis e recreação.

O sistema turístico é transversal e formado por diferentes empresas que produzem bens e serviços importantes para a economia, proporcionando, desde que planejado e visando a sustentabilidade, bem-estar tanto para os visitantes como para os residentes de uma determinada destinação.

Como produto, o turismo depende da ação de diversos agentes para chegar até o seu consumidor final. São parte do Sistema Turístico (Beni, 1990):

- Produtores: turistas, transportadoras, agentes receptivos (hotéis, albergues, campings), fornecedores de serviços local;
- Distribuidores: operadoras e agências de viagens;
- Facilitadores: fornecedores de financiamentos;
- Consumidores: passageiros/turistas.

Com relação ao comportamento do consumidor e as novas organizações e formas de venda, o turismo foi, nos últimos anos, fortemente influenciado pelo surgimento de novos formatos de negócios. Da agência de viagens convencional, com atendimento de balcão, o mercado migrou para os *startups* do segmento de *e-commerce* de viagens. Há, assim, uma mudança de comportamento e processos, passando da intermediação para a desintermediação, quando o consumidor acessa diretamente a empresa e realiza a reserva e compra.

O surgimento das redes sociais influenciou muito o setor, onde os destinos turísticos, seus atrativos e empresas, passaram a ser divulgados pelos usuários, instantaneamente, para o mundo todo. A importância dos dados deixados online pelos consumidores é outro ponto fundamental para customizar serviços e aproveitar oportunidades.

Dos viajantes brasileiros, 86% já usavam a internet em 2018 para reservar serviços e planejar roteiros - taxa que vem registrando crescimento acelerado com a popularização dos celulares. O investimento em marketing digital passou de importante a indispensável para as empresas de turismo - a começar pelo

desenvolvimento de um site responsivo (funcional e agradável de usar em dispositivos *mobile*), que se torna peça central para o bom desempenho da marca nas pesquisas orgânicas e nas redes sociais. A parceria com criadores de conteúdo digital também pode ser estratégica para as marcas. Em 2018, 98% dos viajantes brasileiros escutavam as recomendações dos blogueiros com que se identificam (ABBV, 2018).

Em 2019, o turismo gerou 16,9 milhões de empregos, ou 7,9% da força de trabalho total na América Latina. Além disso, contribuiu com US\$ 298,9 bilhões para o PIB da região, o que representou 8,1% da economia latino-americana, um crescimento de 1,6% em relação a 2018. Segundo dados da Revista Panrotas (2020), as despesas de visitantes internacionais totalizaram US\$ 47,4 bilhões, ou seja, 6,7% do total das exportações da América Latina.

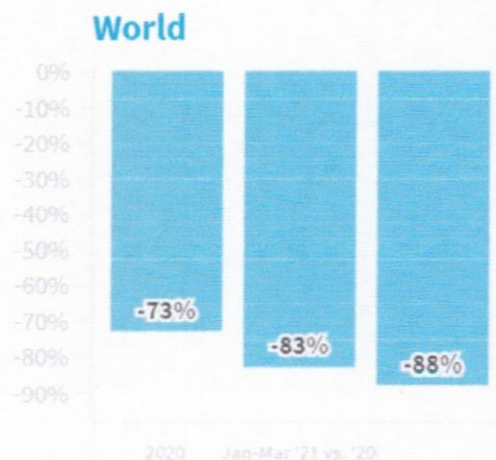
## A Pandemia e a Crise no Turismo

O mundo todo está passando por uma crise sem precedentes e o impacto da pandemia da Covid-19 no turismo é inegável. Foram mais de um bilhão de chegadas internacionais a menos em 2020, uma queda de 74% em relação a 2019, devido a uma perda de demanda sem precedentes e restrições de viagens na maioria dos países. Na comparação com 2019, ano em que a OMT registrou 1,5 bilhão de chegadas internacionais, o ano passado teve cerca de 390 milhões de chegadas. Uma quebra de dez anos consecutivos de curva ascendente neste índice (Panrotas, 2021).

Entre janeiro e março de 2021, os destinos mundiais receberam 180 milhões a menos de chegadas de turistas internacionais em comparação com o primeiro trimestre do ano passado. A Ásia e o Pacífico continuaram apresentando os níveis mais baixos de atividade, com uma queda de 94% nas chegadas internacionais durante o trimestre. A Europa registrou a segunda maior queda (-83%), seguida pela África (-81%), Oriente Médio (-78%) e Américas (-71%). São números que acompanham uma queda de 73% nas chegadas de turistas internacionais no mundo em 2020, o pior ano que o setor já registrou (OMT, 2021).

As chegadas de turistas internacionais no primeiro trimestre de 2021 foram 83% menores, já que as restrições às viagens foram mantidas em geral (OMT, 2021). No entanto, o Índice de Confiança da OMT mostra sinais de uma lenta recuperação da confiança.

Figura 2: Chegadas internacionais de Turistas no mundo entre 2020 e 2021



Fonte: Organização Mundial do Turismo (2021)



## Impactos no Brasil e turismo doméstico

Após o baque, o setor assumiu as perdas e tenta agora olhar para o futuro. No cenário brasileiro, de acordo com a Fecomercio SP, há um entendimento geral dos empresários do turismo nacional de que a recuperação só começará quando houver uma vacinação em massa da população – o que ainda pode levar bastante tempo.

No geral, o turismo brasileiro perdeu R\$ 55,6 bilhões em faturamento e 110 mil postos de trabalho em 2020, em comparação ao ano anterior. A retração mais expressiva aconteceu na aviação civil que, sozinha, já perdeu R\$ 2,5 bilhões em meio à pandemia (Estadão Viagem, 2021).

Segundo dados da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), em meio à crise, o setor fechou 397,1 mil postos formais de emprego ano passado. O índice de atividades turísticas, da PMS, registrou tombo de 36,7% em 2020 ante 2019. As atividades que mais fecharam vagas foram bares e restaurantes (211,1 mil), transporte rodoviário (-90,7 mil) e hotéis e similares (-56,5 mil). Com base nos cálculos, a entidade estima que o setor do turismo terá mais uma perda no faturamento real, de 9,7%, em 2021.

Um dos caminhos que possibilitaram um pequeno alívio para o setor, apesar de os casos de contaminação e de as mortes estarem em alta por causa do coronavírus em boa parte do País, é o crescimento do turismo doméstico. Estudo da Travel Consul divulgado em março de 2021 mostrou um aumento de 43% em viagens nacionais. Uma pesquisa do Airbnb divulgada no começo de 2021 mostra que uma em cada cinco pessoas deseja que seu destino esteja perto de casa (Estadão Viagem, 2021).

Os dados da OMT mostram que em 2018 ocorreram cerca de 9 bilhões de viagens de turismo doméstico em todo o mundo, ou seja, seis vezes mais que o número de turistas internacionais (1.4bilhão em 2018).

O questionamento que fica no Brasil é se a tendência de viajar no próprio país permanecerá quando os impedimentos de entrada no exterior não existirem mais. Grupos que estavam habituados a viajarem para outros países se dedicaram a pesquisar sobre o Brasil e descobriram coisas interessantes, mas não mantêm o mesmo padrão de gastos aqui. Também é preciso saber se continuarão viajando aqui

ou se voltarão para os destinos internacionais. Além disso, algumas mudanças estruturais são necessárias para consolidar e impulsionar a retomada do turismo doméstico, como novas rotas aéreas, ligando capitais e cidades de porte médio diretamente a destinos turísticos podem abrir novos caminhos para o turismo doméstico de massa (Estadão Viagem, 2021).

## Retomada do Turismo

Quase metade dos especialistas não prevê um retorno aos níveis de turismo internacional de 2019 antes de 2024 ou depois, enquanto a porcentagem de entrevistados que indica um retorno aos níveis pré-pandêmicos em 2023 diminuiu ligeiramente (37%), em comparação com a pesquisa de janeiro (OMT, 2021).

Levantamentos internacionais da *McKinsey&Co* e da Euromonitor preveem lenta recuperação da indústria turística no próximos anos, com retomada mais consistente a partir de 2023 e 2024, dependendo do país. As previsões da Organização Mundial de Turismo (OMT) para recuperar as perdas de 2020 variam de “de dois a quatro” até “cinco a sete” anos em nível internacional.

O setor de eventos, por sua vez, deve ser o último a se recuperar globalmente. O cenário das viagens corporativas e negócios vai demorar mais para voltar, muito em função da nova dinâmica de trabalho e do home office, que vai continuar para muita gente. A maioria das agências de viagem estima poder ver um número maior e mais consistente de reservas somente após as vacinas serem administradas mais amplamente —inclusive para as viagens nacionais (Estadão Viagem, 2021).

Como ponto positivo, o setor percebeu que não precisa de uma grande estrutura presencial para atender ao cliente. Isso pode ser feito de forma digital, online. Houve uma flexibilização na montagem dos pacotes. Ajustar as viagens ao interesse de cada compra. Acrescentando dias ou passeios que não estavam previstos (UOL Economia, 2021).

No momento de finalização deste documento, setembro de 2021, mais de 100 países estavam abertos para os brasileiros. As regras, no entanto, são distintas. No Chile, por exemplo, será exigida uma quarentena de cinco dias para os visitantes. No Reino Unido, os programas de vacinação da América do Sul, e de boa parte da Ásia não serão reconhecidos. Na França a Coronavac não é aceita, mas na Suíça sim. Alguns países aceitam o teste de antígeno, mais rápido e mais barato; outros apenas o PCR, mais caro e mais demorado.

Com tantas regras diferentes e complexas e tantas etapas na viagem, o viajante pode optar por ficar no Brasil até que tudo esteja menos complicado. E em um país continental, há opções para os mais variados nichos e bolsos.

## Tendências durante e pós-pandemia

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

A tendência é que os turistas busquem, inicialmente, por regiões próximas, que permitam viagens de carro, com atividades de lazer em ambientes abertos e contato com a natureza. Os destinos com oferta a céu aberto e natureza são os que mais terão demanda, com o doméstico e as *slowtravel* ganhando maior interesse do consumidor.

O fenômeno de viagens de curta distância para regiões próximas dos grandes centros – seja interior, seja litoral – motivada pelo cansaço das famílias e por momentos de mais espaço e lazer tem sido chamado de “Turismo de isolamento”, o que pode ser encarado como uma oportunidade para empresas de locação de veículos, transporte rodoviário, hotelaria, restaurantes, entre outros.

Recomenda-se também que os empresários se aproximem cada vez mais dos consumidores por meio das redes sociais, como o *Instagram*, a fim de apresentar as possibilidades de se realizar um turismo seguro. Assim, é importante informar, em tempo real, as medidas sanitárias realizadas, assim como a disponibilização dos serviços prestados, iniciativas que certamente despertam o interesse dos clientes por voltar a viajar, mantêm a credibilidade da empresa e reforçam a confiança do viajante.

A empresa de pesquisa de mercado global *Euromonitor International* apresenta em seu relatório “10 Principais Tendências Globais de Consumo 2021” como será o comportamento dos clientes este ano, marcado por ser o da retomada da economia, graças à chegada da vacina e a um maior controle da pandemia, que ainda continuará a nos acompanhar pelos próximos meses.

Segundo a empresa, a pandemia de Covid-19 criou, influenciou ou acelerou cada tendência. Entre o desejo de voltar à normalidade e às restrições que levam a

novas formas de consumir (inclusive as viagens), o consumidor está preocupado, atento e mais conectado que nunca.

O objetivo é que ao se adotar as estratégias que sigam as tendências emergentes de consumo, as empresas estarão mais capazes de superar as adversidades inesperadas. Confira abaixo as tendências de consumo do relatório da Euromonitor.

<b>As tendências de Consumo 2021 (Euromonitor)</b>
<b>1 – RECONSTRUIR MELHOR</b>
<p>Os consumidores esperam encontrar iniciativas com propósitos que apoiem o tripé da sustentabilidade: pessoas, planeta e lucro.</p> <p>A preocupação social, que foi predominante durante a pandemia não deve substituir a busca por sustentabilidade (um pouco deixada de lado na crise, com mais uso de plástico, por exemplo).</p> <p>As duas preocupações conviverão de mãos dadas.</p>
<b>2 – DESEJO POR CONVENIÊNCIA</b>
<p>Nada de estresse, processos complexos e deslocamentos cheios de etapas e burocracia. O consumidor agora quer a comodidade de locomoção, ocasiões impulsivas e espontâneas e simplicidades da vida pré-pandêmica.</p> <p>A compra digital precisa ter facilidades da compra presencial e dar ao consumidor o poder de escolher como se estivesse em um shopping. Os consumidores mais velhos ainda preferem a interação humana. Comprar on-line com a ajuda de um consultor, em vídeo, pode ajudar a quebrar a barreira para alguns.</p> <p>No Turismo, se a viagem for complicada, envolver muita interação e etapas que não cessam, melhor ficar em casa ou viajar para perto. Uma ótima oportunidade para a curadoria das agências de viagens.</p>
<b>3 – OÁSIS AO AR LIVRE</b>
<p>Reconectar-se com a natureza e buscar locais ao ar livre para o lazer e para socialização segura é uma tendência forte e que vai impactar em cheio a</p>

prateleira de viagens.

Essa tranquilidade rural e o contato com a natureza podem até ser transportados para empreendimentos e espaços dentro das cidades.

Nas viagens, a natureza está no centro das atenções, aliada a questões como sustentabilidade, impacto na comunidade e contribuição à preservação. Nada de *overtourism*. Nada de meia hora em cada atração.

#### 4 – REALIDADE FIGITAL (FÍSICO E DIGITAL COLIDEM)

Os clientes querem usar ferramentas digitais para ficarem conectados em casa e para facilitar procedimentos mais seguros nos estabelecimentos tradicionais. A realidade “figital” permite a experiência híbrida de estar em casa, mas usufruir do mundo real, ou estar no mundo real, mas com tecnologia que ajude na segurança, isolamento, serviços *touchless* e prevenção de interações.

O Turismo precisa atender esse cliente que está distante, isolado e conectado. Tudo tem que ser resolvido de forma rápida, segura e digital, levando o mundo real à casa do cliente.

#### 5 – BRINCANDO COM O TEMPO

O consumidor espera ganhar nova flexibilidade, programando atividades em uma ordem não convencional para atender às demandas individuais de tempo. Os clientes estão sendo forçados a serem criativos para aproveitar seu tempo ao máximo e as empresas precisam ajudá-los nessa missão, aumentando a flexibilidade e a conveniência.

As viagens tendem a derrubar e rasgar rótulos. Corporativo se mistura com lazer, com viagem em família, com estudo, com crescimento pessoal, com visita a parentes, com formação técnica. Tudo isso no mesmo hotel, casa de aluguel ou hospedagem alternativa. E com regras flexíveis e transparentes para remarcações, cancelamentos, adiamentos e extensão da viagem.

#### 6 – INQUIETOS E REBELDES

Depois dos desencontros de notícias e informações sobre a pandemia, o cidadão de 2021 passa a desconfiar das grandes redes sociais, da mídia e dos governos, desafiando a desinformação e colocando suas necessidades em primeiro lugar. As empresas podem ajudar dando voz ao novo consumidor, sendo mais assertivos e

transparentes no marketing e nas redes sociais, e criando meios para falar de forma personalizada com grupos e indivíduos.

Já o Turismo precisa estar mais engajado, desconfiado, crítico. A transparência de processos e no acesso a informações é fundamental. E as empresas não podem apoiar teorias da conspiração e *fakenews*.

#### 7 – OBSESSÃO POR SEGURANÇA

Serviços sem contato, padrões sanitários excepcionais e produtos que melhoram a higiene e a imunidade são exigências das quais o consumidor não abrirá mão. Todos os protocolos de saúde e limpeza criados na pandemia devem continuar pós-covid. A preocupação com a saúde e o consumo de relatórios de saúde sobre o que está ocorrendo no mundo vieram para ficar. Os empreendimentos de Turismo precisam deixar evidente que continuam respeitando, estimulando e aplicando os protocolos de saúde, em respeito ao cliente, ao colaborador e à comunidade onde estão.

#### 8 – ABALADOS E REFLEXIVOS

Reavaliar as prioridades e identidades na busca de uma vida mais plena e uma melhor resiliência mental estão na lista do consumidor. A depressão e a saúde mental tiveram um impacto moderado ou severo em 73% da vida cotidiana dos consumidores no mundo todo no ano passado.

Viagens com propósito de saúde, bem estar e relaxamento, assim como a inclusão de aulas sobre esses temas, cursos e palestras no roteiro da viagem, atrairão um consumidor que precisa desse alívio mental, com a ajuda de profissionais, mas também com lazer e entretenimento diferenciados.

#### 9 – A ORDEM É PECHINCHAR

Elaborar orçamentos com cautela e adquirir produtos e serviços de valor agregado e acessíveis são rotina agora para o consumidor, que passa por uma crise de saúde, incluindo ansiedade e depressão, além da covid em si, mas também por uma crise econômica que levará anos para sumir.

O consumismo dá lugar ao consumo com valor agregado. As gerações mais novas estão mais pessimistas.

Pagar menos, mas com valor agregado, como atingir essa meta nas viagens? Mais uma vez os profissionais de Turismo podem ajudar, e também alertar que promoções irreais poderão causar dor de cabeça.

#### 10 – NOVOS ESPAÇOS DE TRABALHO

Encontrar um novo equilíbrio entre trabalho e vida pessoal é meta para 2021, pois a colaboração remota redefine o ambiente de escritório tradicional. Mais da metade dos consumidores globais tinham, até então, uma fronteira rigorosa entre o trabalho ou a escola e a vida pessoal.

Viagens corporativas e viagens de lazer mais uma vez se misturam, e o trabalhador pode ser um viajante, um nômade digital, e trabalhar de qualquer lugar. É Turismo? É viagem corporativa? Esqueça os rótulos: é uma nova viagem.

## Perfil da Demanda Turística Pós-pandemia

Quase metade dos brasileiros pretende pegar a estrada para fazer uma viagem após a pandemia. É o que revelou uma pesquisa on-line realizada em julho de 2021 pela Booking.com. Conduzida em território nacional, 49% dos respondentes afirmaram que pretendem fazer uma viagem de carro assim que possível. O estudo ainda revelou que os turistas do sul do país, quando comparados com os de outras regiões, são os mais dispostos a viajarem de carro para destinos de até 8 horas de distância de casa (28%) – seguidos de brasileiros da região Nordeste (23%); Norte (20%); Sudeste (17,5%); e Centro-Oeste (17%).

O tempo de trajeto é, para 53% dos brasileiros, o principal fator a ser considerado na escolha de um destino de viagem por meio rodoviário. O segundo item mais considerado, para 51% dos viajantes, são os custos com combustível e pedágios. Ainda que esses critérios sejam levados em consideração, 21% afirmam que estão dispostos a ir para destinos de até 8 horas de distância de suas casas.

A pesquisa mostrou que a faixa etária mais disposta a realizar viagens rodoviárias é a de pessoas entre 18 e 24 anos (53%), seguido daqueles cuja idade fica entre 25 e 34 anos (51%) – sendo esta última, também, a faixa de pessoas que mais se preocupam com o tempo de trajeto até o destino (62%). Já quando analisados os dados sobre custos de combustível e pedágio, as pessoas que mais levam esse fator em consideração são aquelas de 55 a 64 anos de idade (59%).

O estudo da Booking.com analisou comportamentos gerais do brasileiro em relação às viagens no pós-pandemia e revelou que os trajetos domésticos são a preferência nacional: 55% dos turistas em todo o país afirmaram que priorizarão apenas destinos no Brasil. Além disso, cerca de 7 em cada 10 (69%) viajantes do país afirmam que já têm planos de viagens futuras.

A pandemia também reforçou a constatação de que o desenvolvimento do turismo se dará em espiral, indo do local, ao regional, estadual, até o nacional. Assim, os turistas que visitarem São Sebastião do Caí neste momento, prioritariamente utilizarão automóvel e virão de um raio de até 300km, aproximadamente. Desta forma, todo o esforço de comunicação deverá entender essa realidade e se focar do local ao nacional, paulatinamente.

Figura 3: Representação gráfica do desenvolvimento do turismo em espiral, indo do local, ao regional, estadual, até o nacional



Fonte: autora (2020)

## Apresentação do Território

### Histórico de São Sebastião do Caí

O Município de São Sebastião do Caí foi criado em 1º de maio de 1875, mas a história do território inicia muito antes. O nome escolhido para a projetada rota se deve ao fato do Caí haver desempenhado papel central nos dois maiores projetos de imigração ocorridos no estado durante o reinado de Dom Pedro II no RS: as imigrações alemã e italiana. A fé se inclui no projeto porque ela foi fundamental na vida dos primeiros colonizadores e continua sendo uma grande força social. O que se pode observar pelas extraordinárias manifestações de religiosidade que ocorrem no município: especialmente a centenária Festa de São Sebastião, uma das maiores festas paroquiais do estado, e a Romaria de Nossa Senhora Aparecida do Sul.



#### As grandes imigrações passaram pelo Caí

No ano de 1875, quando foi criado, o município de São Sebastião do Caí abrangia um enorme território. Pertenciam a ele os atuais municípios de Caxias do Sul, Nova Petrópolis, Picada Café, Feliz, São José do Hortêncio, Capela de Santana, Linha Nova, Vale Real e Alto Feliz.

Já na década de 1820, os primeiros imigrantes alemães chegaram a este território, criando a localidade de Portugiesersschneiss (Picada dos Portugueses), que vem a ser hoje a cidade de São José do Hortêncio. Ali os imigrantes criaram seus filhos e estes, ao se casarem, buscavam novas terras para cultivar e criar suas próprias famílias. De início ocuparam lugares mais próximos, no Caí, Feliz e Bom Princípio. E assim, de geração em geração foram expandindo a sua ocupação territorial, num processo de imigração que se estendeu por grande parte do estado e, depois, transpôs fronteiras. Hoje, descendentes daqueles primeiros imigrantes vivem em terras tão distantes como o interior do Maranhão, Rondônia e até o território de Rio Branco. Até mesmo na Argentina e no Paraguai se fixaram esses desbravadores de novos territórios, levando com eles o uso da língua alemã e toda a cultura que os primeiros imigrantes trouxeram da Europa há quase duzentos anos.

Além da sua vinculação profunda com a imigração alemã, São Sebastião do Caí teve papel exponencial no outro grande projeto de imigração ocorrido no estado: a imigração italiana.

Caxias do Sul, a Pérola da Colônia, pertenceu inicialmente ao município de São Sebastião do Caí e a instalação dos imigrantes italianos na região de Caxias foi conduzida a partir da sede do município. Depois que Caxias emancipou-se, a vinculação continuou intensa, pois a exportação dos produtos da colônia era feita pelo porto caiense.

### **A fé sobe montanhas**

Os primeiros imigrantes alemães dividiam-se em católicos e luteranos e havia, entre essas duas comunidades, uma acirrada competição, que potencializava a fé em ambas as comunidades. Aos católicos não era permitindo casar com luteranos e vice-versa. Pelo mesmo motivo, as pequenas comunidades que iam surgindo logo tratavam de construir igrejas, que também se transformavam em escolas. Padres e pastores exerciam a função de professores. Era em torno dessa escola/templo que iam, aos poucos, surgindo os vilarejos. Hoje ainda, em qualquer localidade, por menor que seja, existe uma igreja: ou católica ou luterana.

Devido à imigração, sacerdotes alemães, suíços e austríacos (que falavam alemão) vieram para o Rio Grande do Sul, para dar assistência aos colonos. Esses

sacerdotes, especialmente os jesuítas, ergueram seminários e deram impulso à formação de padres no Brasil. Até hoje, o clero de origem alemã ocupa grande parte da cúpula da igreja brasileira e um dos vários sacerdotes originados na região - Dom Cláudio Hummes foi cotado para se tornar papa.

*(Texto escrito com a colaboração do jornalista Renato Klein/Jornal Fato Novo)*

### Dados do Município

DADOS DEMOGRÁFICOS
População estimada de 26.161 habitantes (IBGE- 2020)
PIB per capita R\$ 27.553,28 (2018)
IDMH: 0,739 (2010)
Gentílico: caiense

ÁREA DO MUNICÍPIO
Área do município: 111,452 km <sup>2</sup> (IBGE - 2020)
Distância da Capital (POA): 60Km
Municípios limítrofes: ao norte - Bom Princípio e Feliz   ao Sul - Portão e Capela de Santana   ao Leste - São José do Hortêncio   ao Oeste - Harmonia e Pareci Novo

LOCALIZAÇÃO E CARACTERÍSTICAS FÍSICAS
Unidade federativa: Rio Grande do Sul – RS
Mesorregião: Metropolitana de Porto Alegre
Microrregião:

Latitude: 29° 35' 13" S

Longitude: 51° 22' 33" O

Altitude: 17 m

Clima: Mesotérmico, temperado úmido

A Terra de Bergamota

## Governança Municipal do Turismo

### Secretaria de Turismo

Em São Sebastião do Caí o turismo está integrado na Secretaria Municipal da Educação, Cultura, Turismo e Desporto.

Responsável: Secretário Cristiano Liell

Telefone: (51) 3635-2500

### Conselho Municipal de Turismo e Fundo Municipal de Turismo

A Lei nº 4.304, de 12 de maio de 2021, alterou a redação da Lei Municipal nº 3.630, de 12 de novembro de 2013, que criou o Conselho Municipal de Turismo - Comtur e o Fundo Municipal de Turismo – Fumtur de São Sebastião do Caí.

O Conselho Municipal Caiense de Turismo é composto por 01 (um) representante dos seguintes segmentos:

- a) Conselho da Cultura;
- b) Câmara de Dirigentes Lojistas – CDL;
- c) Rotary Club;
- d) Associação dos Pesquisadores e Historiadores do Vale do Caí – APEHVAL;
- e) Rede Hoteleira e Gastronômica;
- f) Imprensa falada e escrita;

- g) EMATER/ASCAR;
- h) Secretaria da Educação, Cultura, Turismo e Desporto;
- i) Secretaria do Planejamento, Desenvolvimento, Meio Ambiente e Ouvidoria;
- j) Secretaria da Agricultura;
- k) Agências de Turismo;
- l) Tradicionalismo Municipal;
- m) Associação dos Citricultores – CAÍCITRUS;
- n) Associação Comercial, Industrial e de Serviços – ACI;
- o) Brigada Militar;
- p) Associação de Produtores e Comerciantes de Flores e Plantas Ornamentais do Vale do Caí – CAÍFLORES;
- q) Antiquários Municipais;
- r) Artesãos Municipais;
- s) AMVARC.

A portaria nº 175, de 25 de maio de 2021, nomeia os conselheiros atuais do Comtur de São Sebastião do Caí – conforme anexo I.

## Oferta Turística

Na retomada do turismo, há que se reforçar a oferta turística de forma integrada. Mais do que falar de empresas ou atrativos, é necessário falar da identidade e da segurança do destino e da qualidade das experiências que o visitante poderá vivenciar. Por parte do setor privado, é fundamental criar estratégias integradas. Como, por exemplo, roteiros integrados de final de semana, envolvendo hospedagem, atrativos, refeições e guiamento turístico, criando experiências distintas e únicas.

Com relação aos eventos, é fundamental que se comunique a agenda atualizada dos eventos e se reforce os aspectos de segurança, especialmente higiênico-sanitária, que serão implementados. Por enquanto, realizar alguns eventos virtuais ou híbridos, reforçando a proximidade e provocando o desejo no turista (potencial e efetivo).

Para estabelecer um diferencial para o destino, é importante evidenciar os pontos relativos à produção associada no município, já que muitos poderão vir em busca destes produtos, comprando-os diretamente do produtor.

Como o momento é de instabilidade, é necessário que tanto o Poder Público como os estabelecimentos privados atualizem constantemente os horários, recomendações e qualquer informação relevante a um potencial visitante e que o trabalho de comunicar corretamente tudo que envolve o turismo do município seja realizado de forma conjunta e clara.

### Atrativos

#### **Ponte de Ferro**

Endereço: Estr. Barra do Rio Cadeia, Barra do Cadeia

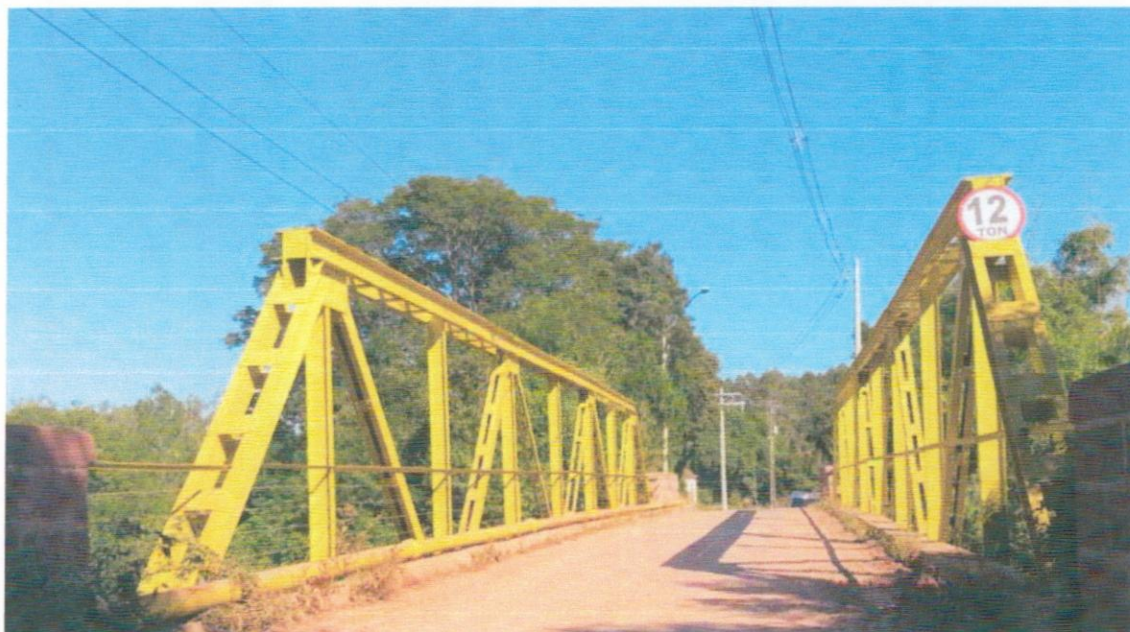
A construção da Ponte de Ferro, que fica sobre o arroio Cadeia, é de 1931. Na época, a estrada era o principal caminho terrestre para a ligação da região de São

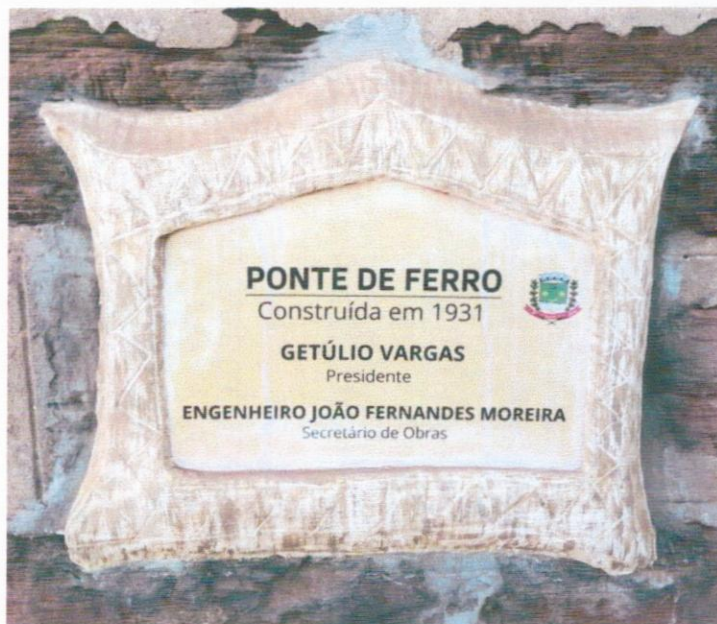
Sebastião do Caí com Porto Alegre. Antes dela, a travessia do arroio era feita com uma barca - ou a vau, quando o rio estava baixo. Atravessar o rio a vau significa enfrentar a travessia a pé ou a cavalo, o que se tornava muito perigoso quando, depois de alguma chuva, o arroio ficava cheio.

Desde 1923 a obra havia sido contemplada no orçamento do estado com a verba de 80 mil contos de réis, mas só sete anos mais tarde, sendo Getúlio Vargas o governador do Estado, a obra foi realizada. A ponte foi construída em nível elevado, para ficar fora do alcance das enchentes - conta com um piso de cimento armado, além da superestrutura metálica.

Foto 1: Ponte de Ferro sobre o Arroio Cadeia

Fonte: Prefeitura Municipal de São Sebastião do Caí





### **Cais do Porto**

Endereço: Rua João Alfredo, esquina com Tiradentes, Navegantes

O Cais do Porto de São Sebastião do Caí é o Marco Zero da Estrada Rio Branco que, em meados de 1880, era a principal rota de ligação entre os imigrantes que desembarcavam na Lagoa dos Patos com destino a Caxias do Sul. A viagem de embarcação a vapor de Porto Alegre a São Sebastião do Caí levava cerca de 12 horas.

O porto em São Sebastião do Caí era um projeto estratégico do governo imperial brasileiro para desenvolver a Serra. São Sebastião do Caí (na época, conhecido como Porto dos Guimarães, por ser propriedade de Antonio Guimarães) era o último ponto navegável do Rio Caí (o mais extremo e mais perto de Caxias) e, por isso, ponto de desembarque dos imigrantes que iam a Caxias. Os imigrantes embarcavam em lanchões – ou barcos maiores quando o rio estava cheio. A estrada Rio Branco só foi entregue à Câmara de São Sebastião do Caí em 11 de dezembro de 1884.

No final do século XIX e início do século XX, a existência do porto em São Sebastião do Caí criou condições para uma fantástica prosperidade na cidade. Pelo porto do Caí era escoada a produção de um território amplo e produtivo: as colônias alemãs do Vale do Caí (incluindo São José do Hortêncio, Bom Princípio, Harmonia, Tupandi, São Vendelino, Feliz, Alto Feliz, Vale Real, Linha Nova e Nova Petrópolis) e as colônias italianas de Caxias do Sul, Farroupilha, Flores da Cunha e outras.

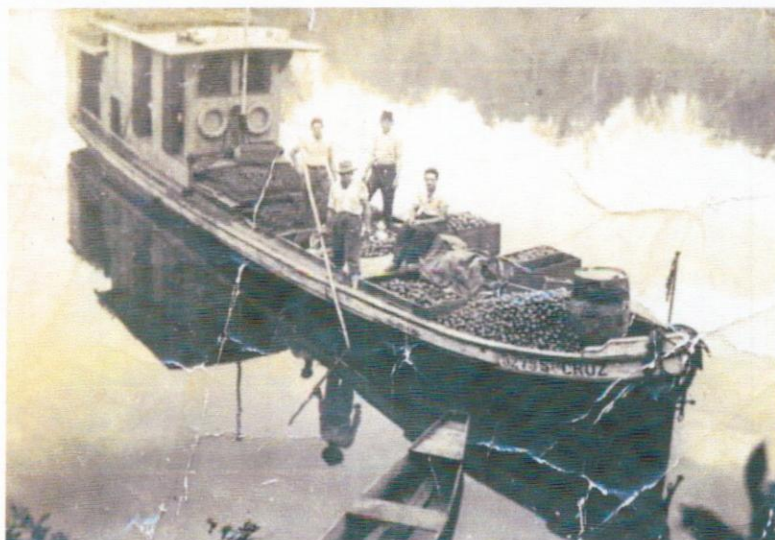
Muitas pessoas enriqueceram no período pela efervescência do Porto. Quando a atividade comercial caiense declinou, a partir de 1911 (com a construção da estrada de ferro que ligava Caxias do Sul a Porto Alegre), comerciantes ricos destinaram as fortunas que haviam acumulado para financiar novos empreendimentos industriais, comerciais e financeiros dirigidos por pessoas ligadas a eles.

Foto 2: Vapor Salvador ancorado no cais do porto de São Sebastião do Caí



Fonte: Arquivo Jornal Fato Novo/Prefeitura Municipal de São Sebastião do Caí

Foto 3: Registros antigos demonstram a importância do Cais do Porto para o território





Fonte: Arquivo Jornal Fato Novo/Prefeitura Municipal de São Sebastião do Caí

### **Igreja Evangélica Luterana**

Endereço: Rua Cel. Paulino Teixeira, n.º 445, Navegantes

A partir de 1863 imigrantes alemães se estabeleceram no atual território de São Sebastião do Caí. Trouxeram junto a Bíblia e o Hinário (livro de cantos e orações), nos quais encontravam conforto e ânimo para enfrentar os desafios na nova terra.

Em 12 de fevereiro de 1876 foi inaugurado o primeiro templo, que era de madeira. O pastor de Linha Nova, P. Heinrich Hunsche, vinha atender a comunidade recém-fundada. Em 1883, numa humilde casa, (perto do templo atual) foi fundada a Escola Evangélica que mais tarde, em 1920, ganhou um novo prédio e nome: Escola Duque de Caxias.

Em 19 de novembro de 1899 foi inaugurado o templo atual. Sobre o altar está a cruz herdada ainda da primeira construção. Em 1904 foram inaugurados os sinos, os quais têm a seguinte inscrição em língua alemã: “Paz na terra”, “Na angústia, clamai a mim” e “Glória a Deus nas alturas”. Os vitrais foram doados por famílias da comunidade entre os anos de 1936 até 1949, como forma de preparação para o Jubileu de 50 anos de Fundação da Comunidade.

Os imóveis da comunidade foram doados por moradores que residiam na redondeza. A parte onde está o Centro Comunitário foi doada por Karl Mansfeld. Dentro da Igreja, há uma galeria aberta à visitação onde o público pode conferir os pastores que atuaram na Paróquia.

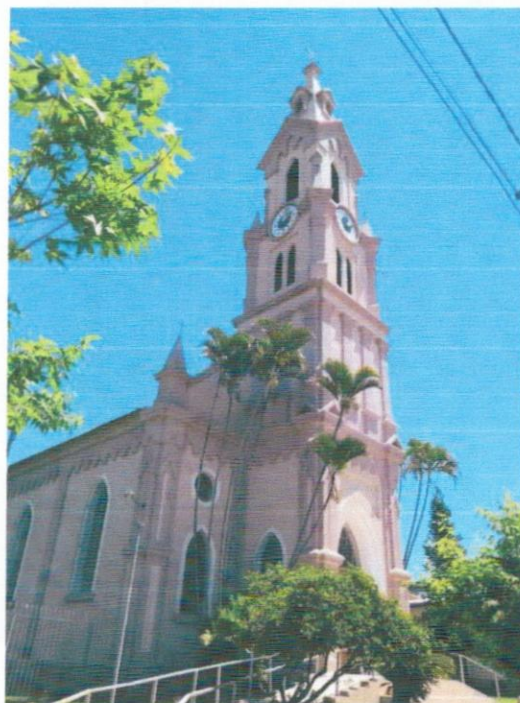
A Comunidade Evangélica de São Sebastião do Caí, juntamente com a Comunidade Evangélica do Matiel, faz parte da Paróquia Evangélica de Confissão Luterana em São Sebastião do Caí.

A IECLB de São Sebastião do Caí foi considerada a mais bela Igreja do final do século 19/ início do século 20.

Plantão da Secretaria: das 13h às 17h

Fone: (51) 3635-1531

Foto 4: Fachada da Igreja Evangélica Luterana



Fonte: Prefeitura Municipal de São Sebastião do Caí

## **Igreja Católica**

Endereço: Rua Henrique D'Avila, nº 712, Bairro Centro

No dia 1º de julho de 1863 foi feita a provisão de Dom Sebastião para a construção da Capela dedicada a São Sebastião. A visita de Dom Sebastião com a bênção da pedra fundamental se deu em 13 de novembro de 1864. Posteriormente, uma casa foi alugada e comprada para servir de Capela.

A criação da Paróquia ocorreu em 1 de julho de 1879, e a primeira Festa de São Sebastião foi em 25 de janeiro de 1880, mas a primeira festa solene do padroeiro só ocorreu em 24 de janeiro de 1909. A aquisição das imagens de Santa Rita e São Sebastião do Caí (1.20m) ocorreu em 1983. A reforma dos altares em 1985.

Respeitado e admirado na cidade, o padre Edvino Puhl recebeu o título de Cidadão Caiense em 1978. Quando faleceu, no dia 11 de julho de 1988, a Praça João Pessoa, que está em frente à Igreja, recebeu o nome do religioso.

Em 1993 foram feitas algumas reformas na sacristia e no forro da Igreja, e em novembro de 1977 o telha do foi trocado. Em outubro de 2005 foram construídos os sanitários no pátio e, em 2006, foi colocado o asfalto.

Atualmente, a Igreja São Sebastião, como é popularmente chamada, recebe milhares de visitantes por ano e possui uma loja de souvenir junto à secretaria.

Responsável: Clarice Pacheco

Fone: (51) 3635-1012 | (51) 3635-3155

E-mail: [paroquiacaí@brturbo.com.br](mailto:paroquiacaí@brturbo.com.br)

Endereço: Em frente à Praça Cônego Edvino Puhl, Centro

Foto 5: Igreja Católica – construção antiga e atual



Fonte: Prefeitura Municipal de São Sebastião do Caí

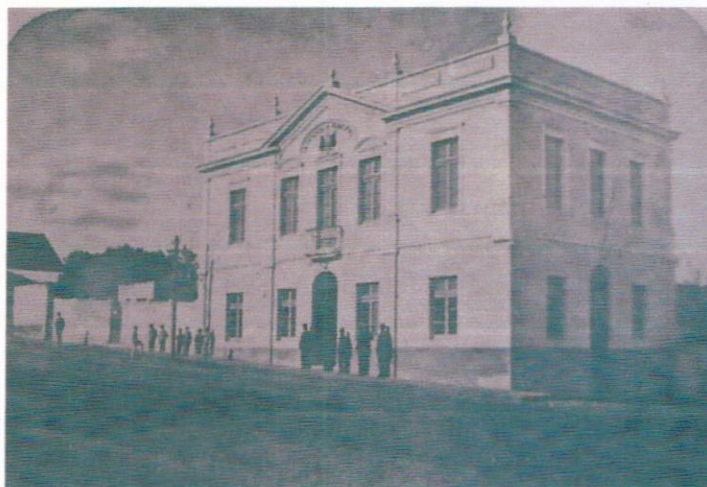
### **Prefeitura Municipal**

Endereço: Rua Marechal Floriano Peixoto, 426, Bairro Centro

Inicialmente era a Câmara Municipal que exercia o governo do município de São Sebastião do Caí e ela funcionava em prédio alugado. A terceira câmara eleita, que era presidida pelo Coronel Paulino Inácio Teixeira, mandou construir um prédio próprio para a prefeitura, que passou a ser utilizado em 8 de março de 1886. O prédio original foi construído na esquina das ruas Marechal Floriano Peixoto e Pinheiro Machado.

O segundo prédio, construído ao lado do original, foi erguido pelo ano de 1930, no segundo governo do intendente Alberto Barbosa e serviu inicialmente para abrigar o foro e o quartel da guarda municipal.

Foto 6: Edifício construído em 1883 para ser Casa da Câmara, Cadeia e Quartel de Polícia 1



Fonte: Acervo AHMBM/Prefeitura Municipal de São Sebastião do Caí

Foto 7: Prédio atual da Prefeitura Municipal



Fonte: Prefeitura Municipal de São Sebastião do Caí

### **Parque Centenário Municipal**

Endereço: Rua Olavo Flores, nº 180, Vila Rica

O Parque Centenário possui uma área de 10 hectares com infraestrutura de qualidade. Há no local água, luz, ruas asfaltadas, dois ginásios de esportes e exposições, área para passeio, camping, churrasqueiras, pista de rodeio, duas canchas

de vôlei de praia, uma cancha poliesportiva, uma cancha de futebol de areia, pista atlética de 400 metros e diversos jardins floridos.

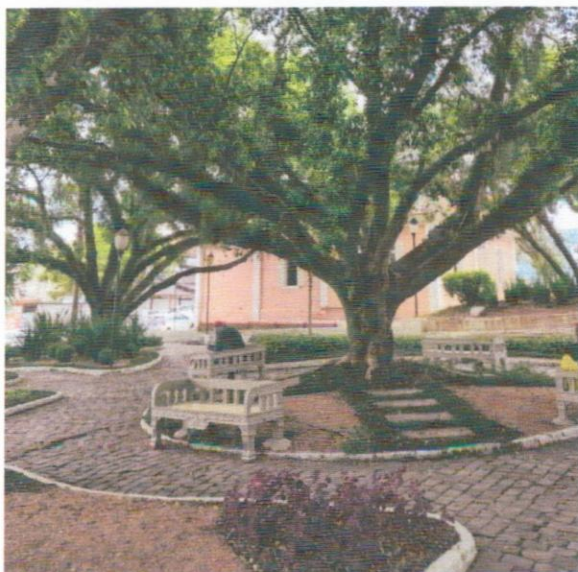
A compra da área, que pertencia à Sociedade União Popular, ocorreu em 1974, pelo então prefeito Bruno Cassel, quando São Sebastião do Caí estava prestes a comemorar o centenário da sua fundação. Em 1975 foi comemorado o centenário de criação do município com a realização da Festa da Bergamota, tendo Roberto Kayser como seu presidente.



## Praça Cônego Edvino Puhl

Endereço: Rua Henrique D'Ávila, Bairro Centro

A central Praça Cônego Edvino Puhl pertence à Mitra. Pela importância comunitária do religioso, a Praça deixou de se chamar João Pessoa e passou a ter o nome de Edvino em 1988. No local também é possível conferir monumentos em homenagem ao Centenário da Independência, Liga da Defesa Nacional, Pira da Pátria, paisagismo. Atualmente, a Praça abriga também o Museu Histórico do Vale do Caí.



### **Museu Histórico Vale do Caí**

Endereço: Rua Treze de Maio, 694-784, Centro, São Sebastião do Caí, RS.

O Museu Histórico Vale do Caí (originalmente Museu Histórico Vale do Cahy) foi idealizado por Lourdes Jacks Noronha e simpatizantes. A sede atual do Museu fica junto à Praça Cônego Edvino Puhl.

O prédio foi construído por volta da década de 30. Por volta da década de 80 foi sede do Fórum e também já abrigou a Biblioteca Pública e a Secretaria de Educação e Cultura.

Horário de Visitação: de segunda a sexta-feira das 8h às 11h30 e das 13h30 às 16h30

Fone: (51) 3635-2500

Foto 8: Fachada do Museu Histórico Vale do Caí



Fonte: Prefeitura Municipal de São Sebastião do Caí

Foto 9: Parte do acervo do Museu Histórico Vale do Caí



Fonte: Prefeitura Municipal de São Sebastião do Caí

### **Santuário Nossa Senhora Aparecida do Sul**

Endereço: Estrada Maçonaria, Bairro Conceição

O Santuário Nossa Senhora Aparecida do Sul teve início em 1982, quando foi adquirido o terreno. Já em 1º de maio de 1985 foi levada a primeira Imagem de N. S. Aparecida para o oratório, onde foi celebrada a primeira Santa Missa. A primeira imagem foi trazida por Adão da Silva. Ao longo dos anos, o santuário tem recebido inúmeras doações de toda a comunidade.

Na entrada, há uma homenagem ao Pe. Ernesto Zanatta, que anunciou, em 1983, a aquisição da área de terras de 140.344m<sup>2</sup>, localizada a 935m da faixa 122 - hoje RS 122.

O Santuário, muito buscado para meditação e caminhadas em meio à natureza, possui um amplo espaço de lazer e entretenimento, com churrasqueira e bancos. Abriga atualmente um restaurante com capacidade aproximada de 600

pessoas sentadas e o pavilhão tem aproximadamente 1700m<sup>2</sup>, com quatro buffets, acessibilidade, segurança e banheiros.

É possível fazer fotos em um fusca azul doadopelo Grupo de Carros Antigos de São Sebastião do Caí. No mirante os visitantes conferem a vista privilegiada para o Bairro Conceição e para a RS 122. Há um amplo estacionamento para carros, vans e ônibus.

Secretária: Adriana Isabel de Melo

Fone: 51 3536 1432 ou 51 83216930

E-mail: paroquiansconceicao@ig.com.br

Foto 10: Santuário Nossa Senhora Aparecida do Sul



Fonte: Prefeitura Municipal de São Sebastião do Caí

## **Lago Hallmann**

Endereço: Estrada Barra do Cadeia, nº 2513, Pareci Velho

A propriedade particular aluga o espaço para eventos e visitas. Conta com quiosques, churrasqueira, banheiros e um local para crianças, com escorregador e balanço. Há mesas e cadeiras para eventos. O lago proporciona aos visitantes contato com natureza e descontração.

Responsável: Vera Hallmann

Telefone: (51)996510485

E-mail: verahallmann.57@gmail.com

Foto 11: Área do Lago Hallmann



Fonte: Prefeitura Municipal de São Sebastião do Caí

## **Pesque Pague do Alemão**

Endereço: Estrada Geral Caí - Hortêncio, nº 681, Chapadão

Propriedade particular que trabalha com sistema de pesque e pague. Conta com diversos açudes para pesca, aluguel de varas de pescar e iscas, cabanas com churrasqueira para acomodar famílias e pequenos grupos.

O espaço aconchegante proporciona contato com a natureza, lazer e descanso.

Responsável: Ademir Goetz

Telefone: (51)99611-1355

Foto 12: Pesque Pague do Alemão



Fonte: Prefeitura Municipal de São Sebastião do Caí

## Eventos

São Sebastião do Caí não possui, até o momento, um calendário oficial de eventos. Em janeiro, o Município realiza a Festa de São Sebastião, na Igreja São Sebastião, uma das maiores festas paroquiais do Rio Grande do Sul.

## Infraestrutura

### Apoio ao Turista e Conveniências

Desde 2021, há um Centro de Atendimento ao Turista (CAT) que funciona junto ao Museu Histórico Vale do Cahy.

Foto 13: O CAT funciona ao junto Museu Histórico Vale do Cahy.



Fonte: Prefeitura Municipal de São Sebastião do Caí

## Rotas e Roteiros Turísticos

Há, em São Sebastião do Caí, a Rota dos Imigrantes e da Fé, que faz menção ao caminho por onde os imigrantes passaram e foram se instalando e deixando seu legado no trabalho e na cultura, por meio de antiquários, flores, frutos, artesanato, gastronomia.

### Hospedagem

#### Hotel e Restaurante União

Rodovia RS-122 - Km 15 - Angico

Telefone: (51) 3635-1769



### Gastronomia

#### Restaurante Di Variani

Rodovia RS-122 - Km 13,5, nº 13.505 - Angico

Telefone: (51) 3635-3010



#### Restaurante A Canga

Rodovia RS-122 - Km 9, nº 1.859- Conceição

Telefone: (51) 3536-1461 | (51) 3536-2004



#### Restaurante Kauffmann

Travessa Selbach, 508 - Vila Rica

Telefone: (51) 3635-7021



**Restaurante Guarani**

Rua Marechal Deodoro da Fonseca, 999 - Centro

Telefone: (51) 3635-4783



**Restaurante Paladar**

Rua Marechal Floriano Peixoto, 423, Centro

Telefone: (51) 998867262



**Restaurante Calloni**

ERS -122, 289, Rio Branco

Telefone: (51) 3635-7085



**Restaurante Ao Barracão**

Rua Egídio Michaelsen, 456 - Centro

Telefone: (51) 3635-1142



**Restaurante Cancun**

RS 122, Km 5 - Conceição

Telefone:(51) 99500-6394



**Restaurante Gallert**

Av. Dr. Bruno Cassel, 341 - Centro

Telefone: (51) 99875-8889



**Pizzaria do Vovô**

Av. Dr. Bruno Cassel, 49 - Angico

Telefone: (51) 3635-1916



**Doce Vida Padaria e Restaurante**

Rua Pinheiro Machado, 1029 – Centro

Telefone: 51 3635-4659



**Lancheria Happy Hour**

Rua Pinheiro Machado, 1029 - Centro

Telefone:(51) 99605-7071



**Buteko do Tavinho**

Estrada do Lampinha, 253 – Vila Rica

Telefone: (51) 99935 4055



**Sorveteria Favo de Mel**

Rua Pinheiro Machado, 625-709 – Vila Rica

Telefone: (51) 99589-4197



**Cremolatto Sorvetes**

Rua Marechal Floriano Peixoto, 368 – Centro

Telefone: (51) 3635-4161



**Nêne Sorveteria**

Rua Tiradentes, 825 – Centro

Telefone: (51) 98622-0208

**Rei do Milk Shake**

Rua Marechal Deodoro, 392 – Centro

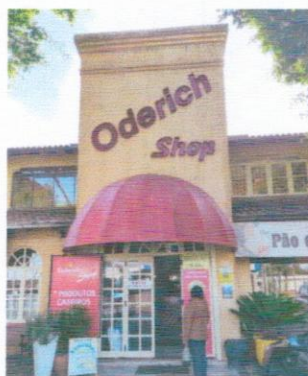
Telefone: (54) 99139-5775



**Armazém Sabor e Saúde - Oderich Shop**

ERS 122, Km 10 - Lajeado

Telefone: (51) 99900-7503



**Paradas das Cucas**

ERS 122, Km 10 - Lajeado

Telefone: (51) 99750-4378



### **Pastelaria Casa do Sabor**

Rua Treze de Maio, 745 – Centro

Telefone: (51) 3635-3385



## **Marketing**

### **Presença e informações disponíveis na Internet**

A Prefeitura Municipal de São Sebastião do Caí possui um site institucional (<http://www.saosebastiaodocai.rs.gov.br/site/>), onde é possível acessar o menu “A Cidade” e um submenu intitulado “Turismo”. Nele, há o campo “Atrativos Turísticos”, com a relação dos locais de visitação. Os dois outros submenus, “Cicloturismo Cahy” e “Onde ficar e o que comer” estão como “página em construção”.

No Facebook(<https://www.facebook.com/PrefeituraSSCai/>), a Prefeitura mantém uma página oficial. Há informações diversas, sendo que a maioria das últimas postagens trata dos números relativos à pandemia da covid-19, o que também pode ser conferido no Instagram mantido pelo Poder Público Municipal (@prefeiturasscai). Não há um perfil específico do turismo nas duas redes sociais citadas.

Em uma rápida pesquisa no Google, voltada ao que se pode fazer na cidade, as informações são escassas. No Trip Advisor estão cadastradas apenas três atividades para fazer e não há nenhuma hospedagem - no entanto, há um número considerável de opções de gastronomia disponíveis.

De forma geral, é imprescindível que se busque amplificar as informações turísticas de São Sebastião do Caí na internet, de forma que blogs, páginas oficiais e

não oficiais e perfis de redes sociais produzam conteúdo acerca do que os visitantes podem encontrar no Município. Bons textos, aliados a fotos e vídeos atrativos e que apresentem a possibilidades de uma experiência turística diferenciada são importantíssimos para que mais turistas conheçam e se encantem pelo que São Sebastião do Caí pode oferecer.

É importante, ainda, incentivar os estabelecimentos que estão se estruturando para que busquem a presença digital e a promoção de seus atrativos de forma organizada e divulgando, além do negócio em si, o território ao qual pertencem.

### Posicionamento, identidade e visão

Além da elaboração da matriz SWOT, das considerações acima e do Plano de Ação do destino, os participantes da oficina construíram o posicionamento do destino, base para o Plano de Marketing e Promoção. Os participantes responderam as questões abaixo.

#### **1. Porque um turista escolheria visitar o seu município?**

- Vontade de conhecer o berço de variadas colonizações;
- Turismo histórico cultural;
- Conhecer os antiquários da região;
- Conhecer a terra da bergamota - experimentar e comprar a fruta e as delícias derivadas dela;
- Vivenciar o turismo rural e religioso;
- Santuário de Nossa Senhora Aparecida do Sul;
- Rota dos Imigrantes e da Fé;
- Cicloturismo – novos trajetos;
- Trajetos de caminhadas – Trilha dos Imigrantes e outros;
- Ecoturismo;
- Gastronomia Húngara;
- Gastronomia em geral;
- Prédios históricos;

- Festa da Bergamota.

## **2. Se o seu município fosse uma pessoa, como ela seria?**

- Adulto;
- Hospitaleiro;
- Atencioso;
- Baixa autoestima;
- Receptiva;
- Hospitaleira;
- Alegre;
- Descendente de várias culturas.

## **3. Como você apresentaria o município para atrair o perfil ideal de turista?**

“Venha para São Sebastião do Caí, conhecer o berço da colonização portuguesa, alemã e italiana, a origem do desenvolvimento de toda a região do Vale do Caí e da Serra Gaúcha. Além disso, venha vivenciar e degustar experiências incríveis na Terra da Bergamota, das Flores e dos Antiquários, no Vale da Felicidade, como a Rota dos Imigrantes e da Fé, os encontros de Carros Antigos, de Motor Homes, kombis, rodeios, entre outros.”

“Bem-vindo a São Sebastião do Caí, a Terra da Bergamota! Venha se deliciar com nossos produtos, cultura, participar de nossas festas e conhecer nossa história e belezas.”

Com base nos apontamentos dos presentes, a consultora propõe o seguinte **posicionamento** a ser trabalhado:

São Sebastião do Caí, município do Vale da Felicidade, integrando a Capital à Serra Gaúcha, é destino para quem busca história, cultura e natureza. Marco da imigração, se destaca por seus antiquários e pelas floriculturas, unindo passado e presente pela beleza. Os monumentos históricos encantam e o turismo religioso

também se destaca, com seus templos de oração, compondo a Rota dos Imigrantes e da Fé. Mas é na gastronomia que o município possui um forte atrativo, com uma gama diversa de opções, inclusive de culinária húngara. Os esportes e as festividades expressam a alegria de viver e o desejo de bem acolher deste povo.

Bem-vindos a São Sebastião do Caí, a Terra da Bergamota!

#### **4. Qual a Visão que se deseja para o turismo do município (em 4anos)?**

“Ser reconhecido como polo turístico entre a Serra e a Capital, integrando os municípios do Vale da Felicidade e resgatando sua contribuição histórica como berço da imigração.”

“Turismo rural.”

“Cicloturismo.”

“Terra da Bergamota, a partir de seus produtos, experiências e vivências.”

Com base nos apontamentos dos grupos, a consultora propõe a seguinte visão:

Ser reconhecido como polo turístico do Vale da Felicidade, integrando a Capital e a Serra Gaúcha, valorizado pela contribuição histórica como berço da imigração, tendo o Plano Municipal de Turismo implementado, com um trade turístico unido e coeso, com os segmentos de turismo rural, cicloturismo e religioso, além do gastronômico e de eventos, estabelecidos e promovendo desenvolvimento, qualidade de vida e sustentabilidade.

## Plano de Ações

O Plano de Ações que compõe o Plano de Desenvolvimento do Turismo de São Sebastião do Caí foi construído durante reuniões virtuais (plataforma Zoom) em encontros realizados nos dias 15 e 21 de julho e 4, 9 e 11 de agosto de 2021, conforme listas de presenças do Anexo II.

O Plano contou com a contribuição de todos participantes, e, ainda, com a complementação da consultora e revisão da Prefeitura Municipal, por meio do setor responsável.

O documento está estruturado de acordo com as dimensões trabalhadas. A prioridade vai de 1 a 5, sendo 5 a mais urgente e importante e, em ordem decrescente, a 1 a menos urgente e importante. O presente Plano deverá ser avaliado e monitorado pelo Conselho Municipal de Turismo.

Os pressupostos são os alicerces das estratégias e das ações de desenvolvimento, devendo nortear as atividades e as realizações em prol do desenvolvimento do turismo no município. O Plano de Ações a seguir considera o seguinte período: curto prazo - 2021, médio prazo: 2022 e longo prazo: 2023 - 2024.

Inovação com emoção +  
Qualidade com hospitalidade +  
Segurança com transparência +  
Governança com cooperação

## PLANO DE AÇÕES

O que fazer	Quem faz	Quando fazer	Prioridade	Recurso	Situação
<b>ORGANIZAÇÃO DO SETOR, INFRAESTRUTURA</b>					
Estratégia: ESTRUTURAR - Organização do setor (Comtur, governança, parcerias) - Macroestrutura e infraestrutura					
Fazer projeto e implantar a sinalização turística e viária;	Prefeitura	Curto	5	Próprios Projetos RS e Federais	
Concluir os pórticos que estão sendo implantados no município;	Prefeitura	Curto	5	Próprios	
Encaminhar o Plano Municipal de Turismo para se tornar Lei, compondo a Política Municipal de Turismo;	COMTUR Prefeitura	Curto	5	-	
Fortalecer o Comtur como governança do turismo local;	COMTUR Prefeitura imprensa	Curto	4	-	
Fortalecer a presença no Vale da Felicidade e articular ações com a governança regional;	Prefeitura Comtur Vale da Felicidade	Permanente	3	Prefeitura	

Articular para ampliar o orçamento para investimento no setor turístico;	COMTUR Prefeitura	Curto	3	Próprios Projetos RS e Federais	
Articular com as operadores de telefonia celular, para qualificar o sinal, inclusive de internet;	Prefeitura Operadoras	Médio	2	Operadoras	
Ampliar a pavimentação asfáltica do interior (quando fundamental) e manter as estradas de chão em boas condições;	Prefeitura	Permanente	1	Próprios Projetos	

**PRODUTOS E EXPERIÊNCIAS TURÍSTICAS – TURISMO RESPONSÁVEL E SEGURO**

Estratégia: ESTRUTURAR – Oferta/Produto turístico – Turismo Seguro – Experiências Turísticas

Estimular os empreendedores turísticos a se cadastrarem no Cadastur e, também, adotarem o Selo de Turismo Responsável e Seguro (além de estimular a inserção no TripAdvisor);	Prefeitura Comtur Empreendedores	Curto Permanente	5	Prefeitura Comtur Empreendedores	
Criar o Centro de Atendimento ao Turista – CAT, junto ao Museu Histórico Vale do Caí;	Prefeitura	Curto	5	Próprios	
Articular com os restaurantes locais para ampliar os dias de atendimento, especialmente aos finais de semana;	Comtur	Curto	5	-	

Implementar projeto de revitalização do Caís do Porto e instalar infraestrutura de atendimento aos visitantes, inclusive com bares e restaurantes;	Prefeitura	Médio	4	Próprios Projetos – Estaduais e Federais	
Licitar para implantar restaurante no Parque Centenário;	Comtur	Curto	4	-	
Implantar rotas de cicloturismo e integrar a oferta à região – Vale da Felicidade;	Vale da Felicidade Prefeitura Empreendedores	Curto	4	PPP	
Criar uma coleção de artesanato com a identidade local (bergamota, lírio, rio e Santuário);	Prefeitura Emater	Médio	3	Próprios	
Criar produtos com aproveitamento completo da bergamota;	Prefeitura Comtur Senar Senac Emater	Curto	3	PPP	
Reestruturar a Rota dos Imigrantes e da Fé, tornando-a mais competitiva e adequada à expectativa do turista e, posteriormente, divulgar a rota. Incluir a futura Casa do Artesão;	Prefeitura Comtur Sebrae	Médio	3	PPP	

Implantar a Casa do Artesão, no centro da cidade;	Prefeitura Artesãos	Médio	3	Próprios Federais	
Fomentar e divulgar o hotel União e articular para qualificar as instalações, além de fomentar o surgimento de locação de temporada (casas), a exemplo do Airbnb, como forma de ampliar a oferta de meios de hospedagem no município;	Comtur	Curto	3	-	
Criar mais produtos e experiências turísticas, ampliando a oferta local,	Agências de receptivo Empreendedores Sebrae Emater	Médio	2	PPP	
Fazer um levantamento dos artesãos e seus ofícios/artes;	Emater Prefeitura	Curto	1	-	

### EVENTOS

Estratégia: Adequação dos Eventos – Novo calendário de eventos – estruturas e profissionais

Criar o calendário de eventos turísticos envolvendo setor público e privado. Fazer chamamento público para o setor privado;	Comtur Prefeitura	Médio	4	-	
---	----------------------	-------	---	---	--

Aproveitar os eventos e divulgar os roteiros e atrativos turísticos, antecipadamente (virtual) e no local (presencial – com espaço fixo);	Comtur Prefeitura Empreendedores	Médio	4	-	
Criar uma Feira do Produtor e do Artesão junto ao Parque Centenário ou no centro (junto à Casa do Artesão);	Prefeitura Emater	Curto Permanente	3	Próprios	
<b>CAPACITAR</b>					
Estratégia: Cursos, formação, qualificação, capacitação, visitas técnicas, famtours, benchmarking, turismo seguro					
Ofertar cursos e realizar palestras para sensibilizar e capacitar a comunidade com relação ao turismo. Realizar palestras nas escolas, clubes, igrejas, etc;	COMTUR Prefeitura	Curto Permanente	5	Projetos (próprios, estadual, federal)	
Sensibilizar a comunidade com relação ao valor do município e as possibilidades de empreender no turismo, além da importância do setor;	PPP	Curto Permanente	5	PPP	
Organizar visitas técnicas (a pé, de bicicleta, de carro), visitando os atrativos turísticos do município, com os membros do Comtur e, também, com o trade turístico e comunidade;	COMTUR Prefeitura	Curto Permanente	5	-	
Criar o grupo do “trade turístico local”, organizando encontros em diferentes estabelecimentos do setor. Também criar um grupo no	COMTUR Prefeitura	Curto Permanente	5	-	

WhatsApp;					
<b>MARKETING E POSICIONAMENTO DO MUNICÍPIO</b>					
<b>Estratégia: PROMOVER - Marketing e Comunicação – promoção do destino;</b>					
Criar a marca do destino turístico São Sebastião do Caí, aproveitando o slogan “Terra da Bergamota”;	Prefeitura Comtur	Curto Permanente	5	PPP	
Fazer um levantamento da oferta turística local, atualizando informações e avaliando o que está em condições de ser divulgado;	Comtur Prefeitura Empreendedores	Permanente	5	-	
Criar um banco de imagens e vídeos dos atrativos e empreendimentos turísticos;	Comtur Prefeitura Empreendedores	Curto	5	-	
Criar folheteria e mapa da oferta turística local;	Comtur Prefeitura Empreendedores	Curto	4	PPP	
Criar as mídias digitais do turismo (Facebook e Instagram) local: Turismo São Sebastião do Caí e aproveitar os perfis do Comtur;	Comtur Prefeitura	Curto Permanente	4	-	
Qualificar a presença na aba do site da Prefeitura;	Comtur Prefeitura	Curto	4	-	

Promover um calendário de visitas de influenciadores/blogueiros para divulgação do destino turístico;	Comtur Prefeitura Empreendedores	Médio Permanente	3	PPP	
Manter o relacionamento com a imprensa, visitando os órgãos, conquistando mídia espontânea;	Comtur Prefeitura Empreendedores	Médio Permanente	3	PPP	
Estimular e capacitar os empreendedores para inserirem seus estabelecimentos no TripAdvisor. Também inserir os atrativos públicos;	Comtur Prefeitura Empreendedores	Médio Permanente	3	-	

#### MONITORAMENTO E PESQUISA

Estratégia: MONITORAR – pesquisa, perfil e fluxo, Observatório do Turismo, impacto do turismo

Criar um sistema de coleta de dados sobre perfil e fluxo turístico e compilar as informações, criando uma série histórica, para medir a evolução ou não do setor e, ainda, avaliar o impacto do turismo;	Prefeitura Comtur Empreendedores	Permanente	3	-	
--	--	------------	---	---	--

## **Avaliação e Encaminhamentos**

Os participantes foram convidados a responder, em grupos, as seguintes questões, refletindo sobre o valor da jornada, e os encaminhamentos decorrentes na construção deste Plano.

### **1) Uma palavra que resumo essa construção:**

- Iniciativa;
- Dedicção;
- União;
- Engajamento.

### **2) Como foi a vivência nesta jornada de 5 encontros? O que você leva de aprendizados?**

- Achamos que seriam mais difícil, mas as ideias fluíram;
- Aprendemos com os outros, agregamos experiências diferentes;
- Ampliamos nossas visões quanto ao turismo;
- Foi muito bom;
- Descoberta;
- Ouvir o outro;
- Conhecer diversas realidades e olhares sobre a mesma;
- Entrega de cada um e sua vivência;

- Compartilhar conhecimentos;
- Disponibilidade e priorização em prol da comunidade.

**3) Como você irá disseminar este conhecimento aos demais empreendedores/comunidade, envolvendo mais pessoas nesta construção?**

- “Cada um na sua área de atuação vai fomentar a iniciativa, buscando a união do grupo e o outro;
- Unificar esses segmentos;
- Envolvendo maior número de pessoas que fazem parte do processo;
- Compromisso de continuar com os encontros;
- Fazer entender a comunidade sobre os benefícios do turismo.

**1) Como apoiar a efetivação das ações propostas?**

- Trabalhando;
- Divulgando;
- Defendendo;
- Aderindo ao plano;
- Vestindo a camisa;
- Levar para os núcleos tudo o que foi proposto, para que realmente aconteça, formando um elo com o todo;
- Manter o compromisso de continuar as ações;
- Mudando a cultura local, desde o respeito aos pedestres;
- Ser turistas na própria cidade;
- Monitorar as ações do Plano;
- Organizar uma visita aos atrativos turísticos, com os membros do Comtur.

## Monitoramento – Conclusão

São Sebastião do Caí é um município de grande riqueza cultural, histórica e natural. Um lugar que possibilita distintas experiências, em suas floriculturas, antiquários, templos religiosos, caminhos rurais, gastronomia e esportes.

No entanto, o turista quer clareza e precisa confiar no destino para poder optar por ele. Todas as informações devem estar disponíveis “num clique”, serem seguras, completas e responderem às questões básicas do turista: Onde fica? Há hospedagem – onde dormir? Qual a gastronomia – onde comer? O que eu posso vivenciar – o que fazer? Estabelecimentos comerciais – o que comprar? E, ainda, quais os diferenciais, a identidade deste destino turístico. Assim, torna-se fundamental deixar mais clara essa comunicação, direta e indiretamente, ou seja, por meio de criadores de conteúdo digital, influenciadores e imprensa convencional.

É fundamental, ainda, entender que o turista busca um produto turístico customizado, que atenda à sua necessidade. Assim, São Sebastião do Caí deve estruturar ofertas de 1, 2 e 3 dias, para casais, famílias com crianças ou jovens, idosos, entre outros públicos que deseja atrair. Da mesma forma, precisa organizar as informações sobre o turismo histórico e religioso, turismo rural e, ainda, turismo de natureza, além dos eventos, deixando claro o que o turista vai encontrar e como se locomover, com ou sem o serviço de receptivo.

As oficinas foram de grande valia, pois permitiram a participação de todos nesta construção. O plano é resultado da visão da comunidade, setor público e privado que, juntos, desejam o melhor para São Sebastião do Caí. Mas agora será fundamental que estes encontros sigam, sejam sistemáticos, e que se trabalhe, efetivamente, com: **UNIÃO, PLANEJAMENTO E AÇÃO.**

O Plano de Ações é o “coração” do Plano Municipal de Turismo e deve nortear todas as ações em prol do desenvolvimento do setor. Assim, é extremamente importante que as ações desenvolvidas sejam registradas e que se organize uma forma de coleta de dados com o objetivo de identificar o acerto, ou não, das estratégias adotadas, visando ao desenvolvimento do turismo. O papel do Conselho Municipal de Turismo é fundamental no monitoramento deste Plano de Turismo, que deverá ser atualizado anualmente e, ainda, transformado em Lei Municipal.

**Um lembrete:**

**As pessoas não decidem vir à sua empresa ou entidade,  
decidem vir ao território.**

**Vocês devem divulgar o seu território!**

## Referências

ATESTADO para a força do Turismo. **Panrotas**. Disponível em: <https://blog.panrotas.com.br/mktdestinos/2021/03/29/atestado-para-a-forca-do-turismo/>. Acesso em: 13 ago. 2021.

BENI, M. C. (1990). **Sistema de Turismo - SISTUR**: Estudo do Turismo face à moderna Teoria de Sistemas. *Revista Turismo Em Análise*, 1(1), 15-34. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v1i1p15-34>.

BRANC, Fernanda Castelo. **#ABBVNAWTM – A Transformação Digital No Turismo**. Associação Brasileira Blogs de Viagem (ABBV). *Publicado em 07/04/2018*. Disponível em: <https://abbv.net.br/2018/04/wtm-transformacao-digital-no-turismo/>. Acesso em: 07 ago. 2021.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2018-2022: mais emprego e renda para o Brasil**. Brasília: Ministério do turismo. Brasília, DF: 2015. 162 p.

CORDEIRO, Natália. **O que está acontecendo nos destinos internacionais que estão retomando o turismo?** Turismo Spot. Disponível em: <http://turismospot.com.br/o-que-esta-acontecendo-nos-destinos-internacionais-que-estao-retomando-o-turismo/>. Acesso em: 26 jun. 2021.

ESTUDO de turismo – O novo normal (pós-vacina) / Bernardo Medina; Glaudson Bastos; Mara Godoy. – Rio de Janeiro: **Sebrae/RJ**, 2021. 132 p

FERNANDES, VICTOR. **Pandemia afetou 53% dos empregos no setor de Turismo global**. **Panrotas**. 15/03/21 17:37. Disponível em: <https://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2021/03/pandemia->

afetou-53-dos-empregos-no-setor-de-turismo-global\_180263.html. Acesso em: 26 mar. 2021.

FERNANDES, Victor. **Veja o que os países estão fazendo para incentivar o Turismo doméstico.** Panrotas. 14/09/2020 14:44. Disponível em: [https://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2020/09/veja-o-que-os-paises-estao-fazendo-para-incentivar-o-turismo-domestico\\_176558.html](https://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2020/09/veja-o-que-os-paises-estao-fazendo-para-incentivar-o-turismo-domestico_176558.html). Acesso em: 17 jan. 2021.

IBGE. **Panorama cidades – São Sebastião do Caí.** Disponível em: Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/sao-sebastiao-do-cai/panorama>. Acesso em: 22 set. 2021.

NEDER, Vinicius. **Com pandemia, turismo deixou de faturar R\$ 274 bi em 11 meses.** Uol Economia – Estadão conteúdo. Disponível em: Com pandemia, turismo deixou de faturar R\$ 274 bi em 11 meses - 11/02/2021 - UOL Economia. Acesso em: 02 jul. 2021.

OLIVEIRA, João José. **Turismo demitiu 1 milhão na pandemia e só retoma em 2023, diz associação.** UOL, São Paulo. Disponível em: Turismo demitiu 1 milhão na pandemia e só retoma em 2023, diz associação - 20/02/2021 - UOL Economia. Acesso em: 02 jul. 2021.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS - ONU BRASIL. **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.** Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>. Acesso em: 20 jun. 2021.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO – OMT. **El Turismo CaeUn 83%, Aunque La Confianza Mejora Lentamente.** Disponível em: <https://www.unwto.org/es/news/el-turismo-cae-un-83-aunque-la-confianza-mejora-lentamente>. Acesso em: 14 jun. 2021.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT). **La OMT destaca el potencial del turismo interno para ayudar a impulsar la recuperación económica de los destinos en todo el mundo.** Disponível em: <https://www.unwto.org/es/news/la-omt-destaca-el-potencial-del-turismo-interno-para-ayudar-a-impulsar-la-recuperacion-economica-de-los-destinos-en-todo-el-mundo>. Acesso em: 14 de jul. 2021.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO SEBASTIÃO DO CAÍ. Site Institucional. Disponível em: <http://www.saosebastiaodocai.rs.gov.br/site/>. Acesso em: 21 set. 2021.

TEIZEN, Beatrice. **Turismo foi o setor de mais rápido crescimento no mundo.** Revista Panrotas. 2019. Disponível em: <https://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2019/09/turismo-foi-o-setor-de-mais-rapido-crescimento-no-mundo>. Acesso em: 05 ago. 2021.

TURISMO ganha contornos domésticos. **Estadão Viagem**. Disponível em: <https://viagem.estadao.com.br/noticias/geral,turismo-ganha-contornos-domesticos,70003654055>. Acesso em: 24 ago. 2021.

VIEIRA, Rodrigo. **Números da OMT oficializam o rombo da crise no Turismo em 2020**. Panrotas. Disponível em: [https://www.panrotas.com.br/mercado/economia-e-politica/2021/01/numeros-da-omt-oficializam-o-rombo-da-crise-no-turismo-em-2020\\_179334.html?utm\\_campaign=panrotas\\_news\\_-\\_edicao\\_003398&utm\\_medium=email&utm\\_source=RD+Station](https://www.panrotas.com.br/mercado/economia-e-politica/2021/01/numeros-da-omt-oficializam-o-rombo-da-crise-no-turismo-em-2020_179334.html?utm_campaign=panrotas_news_-_edicao_003398&utm_medium=email&utm_source=RD+Station) Acesso em: 01 set. 2021.

## **Anexo I – Portaria dos membros do Comtur**



ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL  
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO SEBASTIÃO DO CAÍ

**PORTARIA Nº 175/2021**

**Nomeia os Membros do Conselho  
Municipal de Turismo – COMTUR.**

O PREFEITO MUNICIPAL DE SÃO SEBASTIÃO DO CAÍ, no uso de suas atribuições legais, resolve, pela presente, reconduzir os seguintes membros do Conselho Municipal de Turismo – COMTUR para o biênio 2021 e 2022, e suas representatividades, nos termos da Lei Municipal n.º 3.630/2013, alterada pela Lei Municipal nº 4.304/2021.

**Representante do Conselho de Cultura**

Madali Cristiane de Lima Schütz

**Representante da Câmara de Dirigentes Lojistas - CDL**

Sílvia Maria Fritzen

**Representante da Associação dos Pesquisadores e Historiadores do Vale do Cai -  
APEHVAL**

Carlos Antônio Campani

**Representante da Rede Hoteleira e Gastronômica**

Carolina Cviccko Araújo

**Representante da Imprensa falada e escrita**

Daniel Fuchs Klein

**Representantes da EMATER/ASCAR**

Angélica Hoffmann Kussler

**Representante da Secretaria de Educação, Cultura, Turismo e Desporto:**

Fátima Alessandra da Cruz Cerveira

**Representante da Secretaria no Planejamento, Desenvolvimento, Meio Ambiente e  
Ouvidoria:**

Sofia Dietrich

**Representante da Secretaria de Agricultura:**

Maikel Kniest

**Representante de Agências de Turismo:**

Clair Fátima de Azevedo Ramos

**Representante do Tradicionalismo Municipal:**

Carla Finger Variani

**Representante da Associação dos Citricultores - CAÍTRUS:**

João Alberto Roth Hafemeister



ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL  
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO SEBASTIÃO DO CAÍ

**Representante da Associação Comercial, Industrial e de Serviços - ACI**  
Sílvia Maria Fritzen

**Representante da Associação de Produtores e Comerciantes de Flores e Plantas Ornamentais do Vale do Caí - CAIFLORES**  
Pedro Holdefer

**Representante dos Antiquários Municipais:**  
Leomar Bastiani

**Representante dos Artesãos Municipais:**  
Zuleika Hillensheim

**Representante da AMVARC:**  
Alzir Aluisio Bach

Gabinete do Prefeito Municipal de São Sebastião do Caí,  
em vinte e cinco de maio de 2021.

  
**VALÉRIA V VIER HARTMANN**  
Secretária da Administração

  
**JULIO CESAR CAMPARI,**  
Prefeito Municipal

## Anexo II– Listas de presença

### PALESTRA

#### PLANO MUNICIPAL DE TURISMO

#### SÃO SEBASTIÃO DO CAÍ

#### AGENDA: 156290

DATA: 15/07/2021 - HORÁRIO: 18h30min

#### Participantes e Comentários

From Me to Everyone: 06:25 PM

Boa noite! Sejam bem-vindos! Por gentileza, preencham a lista de presenças, com nome, CPF ou CNPJ, empresa ou entidade. Podem responder em privado ou aberto, como preferirem.

Agradecemos!

From Angélica Hoffmann to Everyone: 06:28 PM

Angélica Hoffmann Kussler - Emater RS-Ascar São Sebastião do Caí.

From Alessandra to Everyone: 06:30 PM

Fátima Alessandra da Cruz Cerveira - Prefeitura Municipal de São Sebastião do Caí

From Rubem Schollmeier to Everyone: 06:30 PM

Rubem Schollmeier - SEBRAE-RS

From Patrícia Kaspary Nunes to Everyone: 06:35 PM

Patrícia Kaspary Nunes SMECTD de São Sebastião do Caí

From Sofia Dietrich to Everyone: 06:35 PM

Sofia Dietrich, Prefeitura Municipal de S.S. do Caí- Secretaria de Meio Ambiente

From Zuleika Maria Hillesheim-18 to Everyone: 06:37 PM

Zuleika Maria Hillesheim Trade Artesanato Governança Vale da Felicidade.

From João Bastian to Everyone: 06:38 PM

Leomar Bastian, L.B Antiguidades

From Galaxy J2 Pro to Everyone: 06:47 PM

Carolina Cvitko de Araujo

From Carina to Everyone: 06:48 PM

Boa noite !

Carina Martins Pinheiro , Prefeitura SS do Caí

From Angélica Hoffmann to Everyone: 06:50 PM

Angélica Hoffmann Kussler - Emater RS-Ascar São Sebastião do Cai

From Juliana Ribeiro Borges to Everyone: 06:51 PM

Juliana Ribeiro Borges ( agencia Gabi sa viagens)

From Silvia Maria Fritzen to Everyone: 06:54 PM

estou sem áudio

From Juliana Ribeiro Borges to Everyone: 06:55 PM

Ezequiel Ledur Borges- Eirelli

From Angélica Hoffmann to Everyone: 06:56 PM

no início tbm estava sem áudio. fiz um ajuste num ícone mais embaixo, no lado esquerdo

From Cristiano to Everyone: 06:58 PM

Pessoal

Meu computador não para de reiniciar e minha internet está péssima.

From Silvia Maria Fritzen to Everyone: 06:59 PM

sem áudio. tenho Internet boa. desisto... não fica gravada?

From Cristiano to Everyone: 07:00 PM

Mas estou conseguindo ouvir a palestrante Ivane Fávero com algumas interrupções

From Carolina Cvitko de Araujoto Me: (Privately) 07:40 PM

Carolina Cvitko de Araújo

From Galaxy A21s to Everyone: 07:40 PM


Claudio Cristiano Liell

From Carolina Cvitko de Araujo to Me: (Privately) 07:41 PM

Rep Gastronomia e Hotelaria S. do Cai

From CLAIR DE AZEVEDO to Everyone: 07:42 PM

Clair Fátima de Azevedo Ramos

Caytur Viagens e Turismo 

**OFICINA 1**  
**PLANO MUNICIPAL DE TURISMO**  
**SÃO SEBASTIÃO DO CAÍ**  
**AGENDA: 156291**  
**DATA: 21/07/2021 - HORÁRIO: 18h30min**

Participantes e Comentários

From Me to Everyone: 06:28 PM

Boa noite! Sejam bem-vindos! Por gentileza, preencham a lista de presenças, com nome, CPF ou CNPJ, empresa ou entidade. Podem responder em privado ou aberto, como preferirem.

Agradecemos!

From Alessandra Cerveira to Everyone: 06:29 PM

Alessandra Cerveira Prefeitura Municipal

From Rubem Schollmeier to Everyone: 06:30 PM

Rubem Schollmeier Sebrae

From Angélica Hoffmann Kussler to Everyone: 06:30 PM

Angélica Hoffmann Kussler Emater/RS-Ascar escritório municipal de São Sebastião do Caí

From Maiquel Kniest to Everyone: 06:30 PM

Maiquel kniest prefeitura municipal. coordenador agricultura.

From Azir to Everyone: 06:31 PM

Asir André Hartmann

From iPhone de Marilda to Everyone: 06:31 PM

Marilda Boettcher

From Patrícia Kaspary Nunes to Everyone: 06:32 PM

Patrícia Kaspary Nunes - SMECTD, Prefeitura Municipal

From Helô to Everyone: 06:32 PM

Heloisa Erig -Smecdt

From Isaque Mattos - Vale da Felicidade to Everyone: 06:34 PM

Isaque Valderes de Mattos

From João Bastian to Everyone: 06:36 PM

Leomar Bastian - L.B Antiguidades

From ezequ to Everyone: 06:40 PM

Ezequiel Ledur Borges Eirelli CNPJ 119090440001/55 ( Ezequiel Transportes)

Juliana Ribeiro Borges -ME - Gabisa agencia de Viagens

From Carol C. Araujo to Me: (Privately) 06:40 PM

Carolina Cvitko de Araujo

Tulipan Casa Húngara

Café Temático e Acervo Familiar

Restaurante Húngaro A Canga

Representante Gastronomia e Hotelaria SS do Cai

From Janice to Everyone: 07:30 PM

Janice Roberta Schröder- Smectd

From Sílvia Maria Fritzen to Everyone: 07:30 PM

Sílvia Maria Fritzen

ACIS \_ CDL

From ManoelaKich to Everyone: 07:30 PM

ManoelaKich da Silva

Smectd

From Marcio Bach to Everyone: 07:30 PM

Marcio Bach - CaídaBike - Cicloturismo

From CLAIR DE AZEVEDO to Everyone: 07:31 PM

Clair Fátima de Azevedo Ramos

agência de turismo

Caytur Viagens e Turismo

From Zuleika Maria Hillesheim-18 to Everyone: 07:32 PM

Zuleika Maria Hillesheim- trade do artesanato do Vale da Felicidade

From Zezeto to Everyone: 07:36 PM

eu tenho curso de guia cadastur

From Marcio Bach to Everyone: 07:38 PM

CAIDABIKE

From Madalí Lima Schütz to Everyone: 08:21 PM

Madali Lima Schütz - Assessora de Comunicação Prefeitura

**OFICINA 2**  
**PLANO MUNICIPAL DE TURISMO**  
**SÃO SEBASTIÃO DO CAÍ**  
**AGENDA: 156291**  
**DATA: 04/08/2021 - HORÁRIO: 18h30min**

Participantes e Comentários

From Me to Everyone: 06:21 PM

Boa noite! Sejam bem-vindos! Por gentileza, preencham a lista de presenças, com nome, CPF ou CNPJ, empresa ou entidade. Podem responder em privado ou aberto, como preferirem.

Agradecemos!

From Rubem Schollmeier to Everyone: 06:23 PM

Boa noite!

Rubem Schollmeier SEBRAE-RS 87.112.736/0001-30

Boa noite. Alessandra Cerveira Prefeitura Municipal de São Sebastião do Caí

From Azir to Everyone: 06:30 PM

Asir André Hartmann

From Marcio Bach to Everyone: 06:32 PM

Marcio Bach

From Juliana Mazotti to Everyone: 06:32 PM

Juliana Mazotti Universidade Feevale

From Azir to Everyone: 06:33 PM

Asir André Hartmann

From 913896 to Everyone: 06:33 PM

SILVIA MARIA FRITZEN

From Zuleika Maria Hillesheim-18 to Everyone: 06:33 PM

Zuleika Maria Hillesheim

From 913896 to Everyone: 06:33 PM

ACIS – CDL

From Angélica Hoffmann Kussler to Everyone: 06:33 PM

Angélica Hoffmann Kussler

Emater/RS-Ascar São Sebastião do Caí

From Juliana Mazotti to Everyone: 07:47 PM

Vou precisar me ausentar por causa da faculdade. Até o próximo encontro, abraço! Muito bom ouvir as ideias de vocês

**OFICINA 3**  
**PLANO MUNICIPAL DE TURISMO**  
**SÃO SEBASTIÃO DO CAÍ**  
**AGENDA: 156291**  
**DATA: 09/08/2021 - HORÁRIO: 18h30min**

Participantes e Comentários

From Me to Everyone: 06:20 PM

Boa noite! Sejam bem-vindos! Por gentileza, preencham a lista de presenças, com nome, CPF ou CNPJ, empresa ou entidade. Podem responder em privado ou aberto, como preferirem.

From Alessandra Cerveira to Everyone: 06:26 PM

Alessandra Cerveira Prefeitura Municipal

From RubemSchollmeier to Everyone: 06:26 PM

Sebrae-RS

From AngélicaHoffmann Kussler to Everyone: 06:27 PM

Tô chegando... Boa noite

Angélica Hoffmann Kussler Emater/RS Arcar São Sebastião do Caí

From Zuleika Maria Hillesheim-18 to Everyone: 06:28 PM

Zuleika Maria Hillesheim

From Zuleika Maria Hillesheim-18 to Everyone: 06:33 PM

Zuleika Maria Hillesheim Trade do Artesanato.

From Madali to Everyone: 06:35 PM

Boa noite, Madalí Lima Schütz..PRESENTE

From Juliana Mazotti to Everyone: 06:35 PM

Boa noite! Juliana Mazotti de Freitas Universidade Feevale

**OFICINA 4**  
**PLANO MUNICIPAL DE TURISMO**  
**SÃO SEBASTIÃO DO CAÍ**

**AGENDA: 156291**

**DATA: 11/08/2021 - HORÁRIO: 18h30min**

Participantes e Comentários

From Me to Everyone: 06:27 PM

Boa noite! Sejam bem-vindos! Por gentileza, preencham a lista de presenças, com nome, CPF ou CNPJ, empresa ou entidade. Podem responder em privado ou aberto, como preferirem.

From Juliana Mazotti to Everyone: 06:28 PM

Universidade Feevale

From Azirto to Everyone: 06:28 PM

Asir André Hartmann

From Marcio Bach to Everyone: 06:28 PM

Marcio Bach

CaiDaBike – Cicloturismo

From Rubem Schollmeier to Everyone: 06:29 PM

Rubem Schollmeier- Sebrae-RS

From Alessandra Cerveira to Everyone: 06:30 PM

Alessandra Cerveira - Prefeitura Municipal

From 913896 to Everyone: 06:32 PM

Silvia Maria Fritzen - ACIS – CDL

From Zuleika Maria Hillesheim-18 to Everyone: 06:33 PM

Zuleika Maria Hillesheim

Trade do Artesanato.

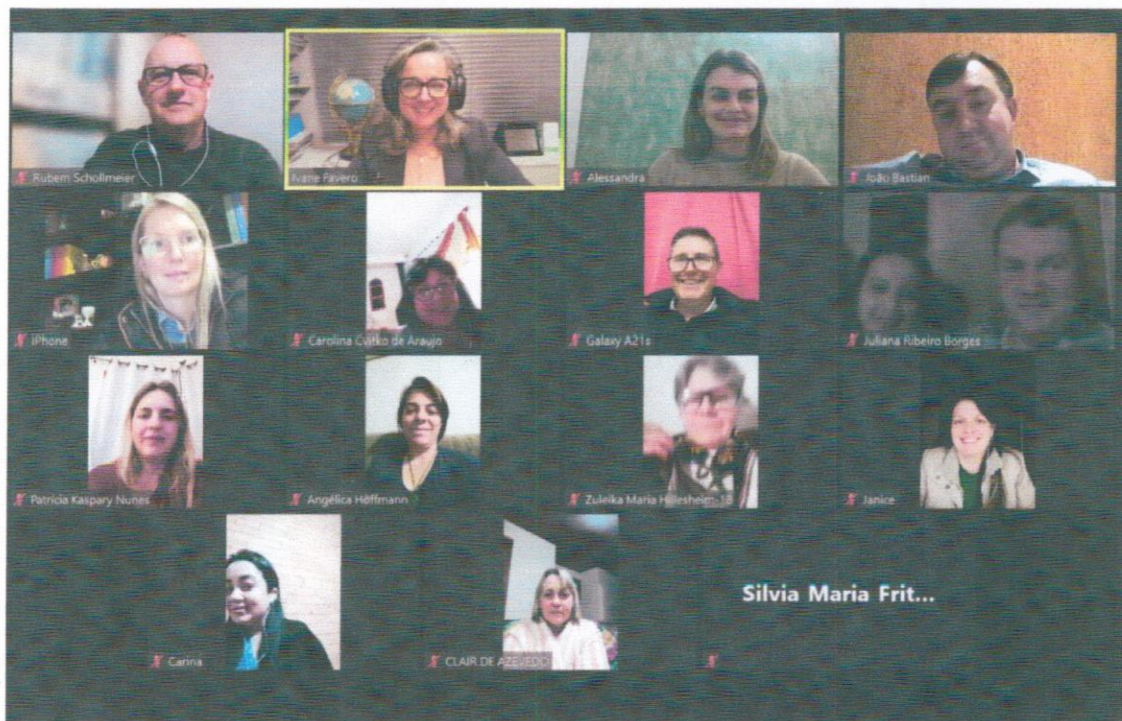
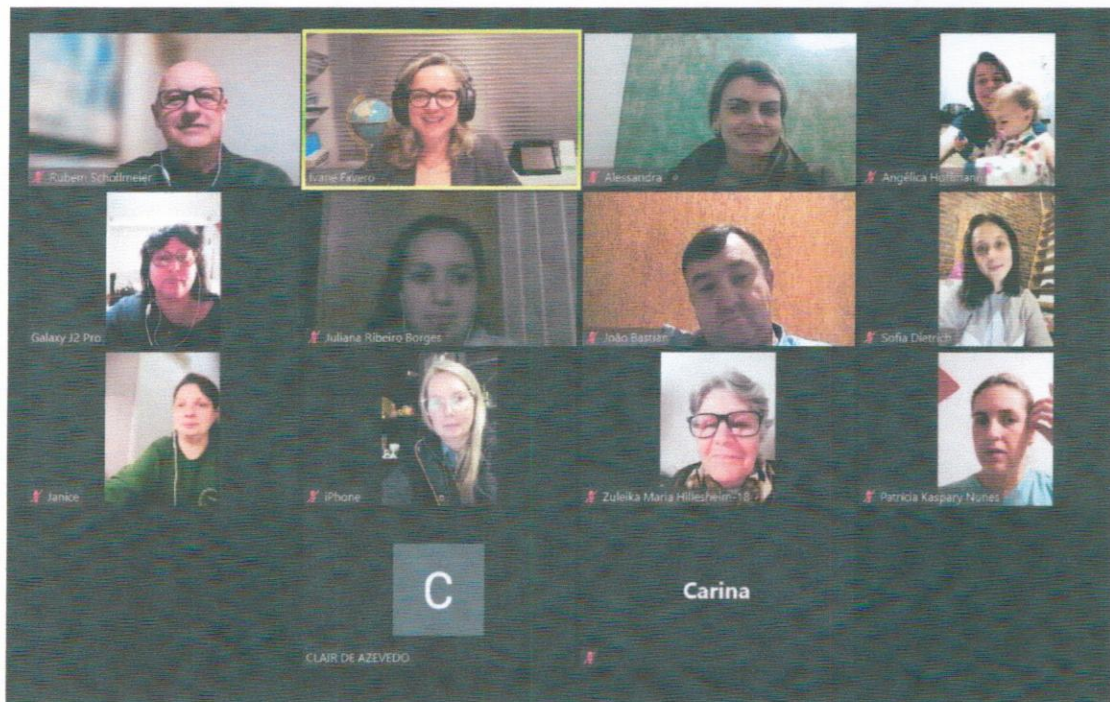
From Angélica Hoffmann Kussler to Everyone: 08:02 PM

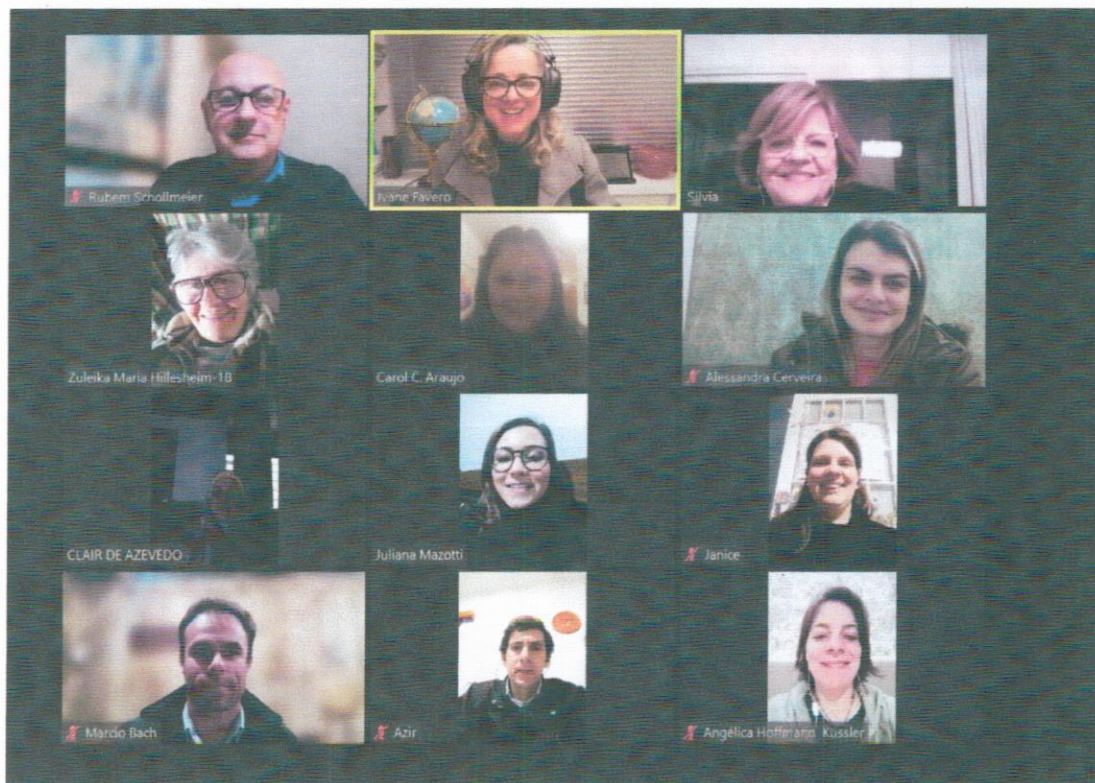
Angélica Hoffmann Kussler - Emater/RS-Ascar São Sebastião do Caí

From Patrícia Kaspary Nunes to Everyone: 08:04 PM

Patrícia Kaspary Nunes - SMECTD

## Anexo III – Imagens das reuniões virtuais







## Anexo IV – Convite para participação da comunidade

### CONVITE ESPECIAL

#### Plano Municipal de Turismo São Sebastião do Cai

#### Palestra de Apresentação

- A inovação aplicada ao turismo
- Hospitalidade
- Tendências do Turismo
- Casos de Sucesso



Ivane Fávero

#### Live

Data: 15 de julho

Horário: 18h30min

Participe via ZOOM  
Clique no link abaixo

