



SEBRAE
RS

Plano Municipal de Turismo 2021 - 2023

Município de São Leopoldo

Vale Germânico - RS

Novembro/ 2020



**PREFEITURA DE
SÃO LEOPOLDO**



ValeGermânico
Caminhos da Imigração

Ficha Técnica

COORDENAÇÃO GERAL E REALIZAÇÃO

Sebrae RS

Rubem Schollmeier

Marco Aurélio Copetti

Amanda Bonotto Hoffman Paim

Prefeitura Municipal de São Leopoldo

Prefeito Municipal – Ary Jose Vanazzi

CONSULTORIA TÉCNICA

Maja Consultoria

Consultora Responsável: Tur^a 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.

Fotos de capa: Acervo/ Prefeitura Municipal de São Leopoldo

Sumário

Mensagem do Sebrae RS.....	5
Mensagens do Município	6
Apresentação e Metodologia	9
Análise Macroambiental – Turismo	12
A Pandemia e a Crise no Turismo.....	16
Impacto da Covid-19 no Turismo Brasileiro	18
Retomada do Turismo Internacional.....	20
Retomada do Turismo Doméstico.....	22
Turismo local	22
Legado que fica	23
Tendências Pós-pandemia	25
Perfil da Demanda Turística Pós-pandemia	30
Apresentação do Território.....	31
Histórico de São Leopoldo.....	31
Informações gerais sobre o Município.....	33
São Leopoldo no Mapa do Turismo Brasileiro	36
Dados do Município	37
Governança Municipal do Turismo	38
Secretaria de Turismo	38
Conselho Municipal de Turismo.....	38
Fundo Municipal de Turismo.....	39
Oferta Turística.....	40
Vale Germânico e Rota Romântica	40
Atrativos históricos e culturais.....	46
Atrativos naturais.....	53
Atrativos Econômicos.....	54
Eventos.....	57
Infraestrutura	59
Acesso e transporte.....	59
Apoio ao Turista e Conveniências	63
Rotas e Roteiros Turísticos	65
Hospedagem	68
Gastronomia.....	71

Aspectos Impulsionadores e Limitadores	76
Marketing	81
Presença e informações disponíveis na Internet	81
Posicionamento, identidade e visão	83
Síntese – IPM Unisinos	87
Plano de Ações	89
Avaliação e Encaminhamentos	99
Monitoramento – Conclusão	101
Referências	104
Anexo I – Listas de presença	107
Anexo II – Imagens dos encontros virtuais	119
Anexo III – Avaliação de Turismo - IPM Unisinos	121

Mensagem do Sebrae RS

“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. Este é o Vale Germânico, com identidade única, construído sob a influência trazida pelos imigrantes.

Participar da estruturação da atividade turística no município de São Leopoldo 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 prefeito municipal: Sr. Ary José Vanazzi, ao Secretário Adjunto da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Turístico e Tecnológico: Sr. Mario Ferreira Rosito, à Diretora de Turismo: Sra. Lilia Motta Bichler, ao comitê do Vale Germânico / AMVARS 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

Mensagens do Município

“Este Plano Municipal de Turismo cumpre um papel muito importante para a nossa cidade, pois articula propostas e uma determinada interpretação das potencialidades e dos desafios de São Leopoldo neste tema. Com isso, a Prefeitura de São Leopoldo busca não só fortalecimento do turismo local, mas como também o avanço regional. O setor de turismo, quando bem planejado, colabora com o desenvolvimento socioeconômico dos destinos, gerando emprego e renda, contribuindo para a preservação do meio ambiente, do seu patrimônio histórico-cultural e resgata memórias do seu povo fortalecendo a identidade local.

Os debates que formularam este Plano muito me animaram pelas discussões e propostas criadas buscando integrar a diversidade de regiões, bairros, visando a pluralidade de nossa cidade. Esse resultado só foi possível por ser fruto de uma construção coletiva e interativa entre sociedade civil e poder público, projetando as diretrizes e metas para o turismo municipal nos próximos quatro anos.

São Leopoldo é o Berço da Colonização Alemã no Brasil, título esse que se deve a chegada dos Imigrantes alemães em 25 de julho de 1824 em nossas terras. Nos próximos quatro anos, São Leopoldo e a região possuem o desafio de organizar as Comemorações do Bicentenário da Imigração Alemã, tema este contemplado no Plano de modo a se compreender a importância da imigração desde os alemães até as demais etnias e populações que se deslocaram para a nossa região em busca de uma vida melhor e ajudaram a transformar o nosso município no que é hoje.

Tenho convicção de que o Conselho do Turismo (Comtur), associado ao Comitê do Bicentenário, com a participação da nossa gestão, tornará viável as propostas e contribuirá muito na consolidação de uma política pública de turismo com ampla participação da comunidade, gerando novos empreendimentos, elevando a autoestima da população, acolhendo turistas com um leque amplo de atrativos e iniciativas, fazendo da cidade um lugar ainda melhor para viver e para receber aqueles que aqui chegam. Para isso, é necessário também se pensar na segurança turística de todos, seja a população leopoldense, imigrantes ou como turistas e partindo disso, que se foi criado em nossa cidade o Selo Estabelecimento Seguro, posicionando São Leopoldo como um

destino protegido e responsável. O selo é um incentivo para que os consumidores se sintam seguros ao viajar e frequentar locais que cumpram os protocolos específicos para a prevenção da covid-19.

Tenho o privilégio de ser o Prefeito de São Leopoldo que vai acompanhar e trabalhar na execução desse Plano, bem como na construção das comemorações do bicentenário. Agradeço muito a contribuição e a participação de todos na elaboração deste plano e, em especial, ao Sebrae que coordenou esse processo, a Amvars/Grupo do Vale Germânico que articulou os municípios para a reformulação dos planos e ao Sicredi, patrocinador dessa construção.

Nossa administração se sente honrada pela oportunidade de fazer parte na estruturação desse importante projeto. Desejo que este Plano Municipal de Turismo se concretize e se realize com a mais ampla participação e muito sucesso.”

Ary José Vanazzi

Prefeito Municipal de São Leopoldo

Novembro de 2020

“O Plano Municipal de Turismo ora apresentado constitui em uma importante ferramenta para a constituição de uma política pública de estado para o Turismo em São Leopoldo.

É o primeiro passo para a formatação estratégica de um importante indutor de desenvolvimento econômico da nossa cidade, reconhecida por ser o Berço da Colonização Alemã no Brasil, pelo Santuário do Pe. Reus, pelo Parque Tecnológico São Leopoldo, um dos principais do Brasil, pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos, e por tantas outras peculiaridades e atrativos. Não obstante, nunca o chamado Turismo Local esteve tanto em moda como neste momento, por conta de uma pandemia que modificou substancialmente as perspectivas e as possibilidades de deslocamento turístico em todo o mundo. O que apareceu como uma dificuldade agora vislumbra-se como uma grande oportunidade para destacarmos os grandes potenciais turísticos de São Leopoldo.

E, com isto, fortaleceremos uma rede de atividades econômicas atreladas à indústria do Turismo, beneficiando diretamente a população local e aqueles que nos visitam. É tempo de olharmos a atividade turística com o profissionalismo que ela merece e com confiança no futuro de nossa cidade que vai chegar ao Bicentenário.

Por fim, faço um agradecimento especial ao Sebrae e ao Sicredi pelo investimento neste material, e a todos que dedicaram tempo e conhecimento a sua formatação.”

Venalto Seus Severo

Secretário De Desenvolvimento Econômico,

Turístico E Tecnológico de São Leopoldo

Apresentação e Metodologia

O objetivo do presente estudo é construir o Plano Municipal de Desenvolvimento do Turismo de São Leopoldo, no Rio Grande do Sul, focando em ações a serem desenvolvidas 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) pelo Sebrae RS. Os trabalhos foram coordenados pela Consultora Ivane Fávero. No âmbito do município a mobilização dos atores, bem como o fornecimento de informações relevantes para o trabalho, foram realizados pela Secretaria de Turismo.

A construção do Plano Municipal de Turismo também conta com o apoio do Sicredi Pioneira. A integração do Sebrae RS e do Sicredi tem como propósito “contribuir com o desenvolvimento sustentável do turismo na região, gerando prosperidade aos associados e entidades”.

Na Oficina foi realizada a construção da análise de pontos fortes, fracos, ameaças e oportunidades (SWOT) da região, o que está sendo apresentado e avaliado neste documento.

Apresenta, ainda, o Plano de Ações para o Desenvolvimento do Turismo, construído com a condução da consultora Ivane Fávero, durante oficina realizada de forma colaborativa e on-line, contando com a presença de autoridades e empreendedores do setor.

Norteiam este estudo a busca por:

- Bem estar da comunidade;
- Natureza protegida;

- Crescimento econômico;
- Satisfação do cliente;
- Cultura autêntica.

Este documento utilizou-se, ainda, do projeto de pesquisa e elaboração de projetos encomendado pelo Sebrae RS ao Instituto de Pesquisa de Mercado (IPM) da Unisinos, coordenado pelo Prof. Dr. Marcelo Jacques Fonseca e pelo Prof. Dr. Guilherme Trez, e cedido para construção deste plano. O projeto foi realizado dentro do escopo do Programa LIDER (Liderança para o Desenvolvimento Regional), metodologia elaborada pelo Sebrae e que tem o turismo como uma das áreas prioritárias de desenvolvimento.

Denominada de Radar Turístico, a nova ferramenta tem o objetivo de, a partir da combinação de diferentes abordagens de pesquisa, analisar o atual posicionamento turístico e identificar oportunidades para o respectivo desenvolvimento desse setor em um dado município, neste caso, em São Leopoldo. Mais especificamente, a metodologia do Radar envolve (a) *desk research* / pesquisa documental, (b) entrevistas qualitativas com representantes do poder público e da iniciativa privada, e (c) observações *in loco* nos atrativos e nos serviços de infraestrutura relacionados ao turismo no município.

Ao todo, são analisadas 8 categorias (divididas entre atrativos e infraestrutura), conforme demonstra a figura a seguir:



A figura do Radar é uma representação gráfica criada para melhor ilustrar o desempenho de cada cidade, bem como para facilitar comparações e complementaridades entre as cidades de uma determinada Região. As evidências

coletadas durante a pesquisa e posterior análise são avaliadas a partir de uma escala de zero (não tem) a cinco (excelente). Cada uma dessas categorias tem seu desempenho caracterizado e justificado ao longo do texto neste relatório, o que permite, ao final, a síntese das oportunidades e dos principais desafios para o desenvolvimento turístico de cada município.

Análise Macroambiental – Turismo

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).

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 eles:

- 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.

Um dos exemplos de inovação do setor de *start-ups* globais foi o *Airbnb*, uma plataforma on-line de compartilhamento de hospedagem, que, em 2019, chegou ao valor de mercado em US\$ 31 bilhões. Tudo começou em 2008, quando dois designers com um espaço extra em casa hospedaram três viajantes que estavam em busca de um lugar para ficar.

Em 2016, de acordo com a revista Exame, o negócio movimentou 2 bilhões de reais no Brasil, entre a renda dos anfitriões e o gasto dos hóspedes com turismo. Rio de Janeiro e São Paulo movimentaram 906 milhões de reais e 192 milhões de reais respectivamente.

O *Airbnb* tornou-se notável ao oferecer acomodações exclusivas e acessíveis em um mundo de hospedagem padronizada. E, na década decorrida desde sua fundação, surfou em uma mudança geracional nas posturas sociais – os nativos digitais ficaram subitamente à vontade para aceitar caronas de estranhos, deslizar o dedo na tela para arranjar um namoro e dormir em quartos extra.

O surgimento das redes sociais também influenciou o setor, onde os destinos turísticos, seus atrativos e empresas, passaram a ser divulgados pelos usuários,

instantaneamente, para o mundo todo. O *Facebook* e o *Instagram* são apenas dois exemplos dos inúmeros aplicativos que surgiram e impactaram a forma das viagens serem percebidas.

A escolha do destino se dá em sites de viagens como o *TripAdvisor*, Mochileiro, Aprendiz de Viajante (53%); em sites de agências on-line – OTAs (47%) e em sites de companhias aéreas, hotéis e outros provedores (38%). Em 2014, somente 31% dos turistas já haviam decidido seu destino ao iniciarem o planejamento da viagem (Sebrae).

Aplicativos como o *Booking* e o *Tripadvisor* explicitam o SAC 2.0, onde há a transparência total da satisfação ou insatisfação do cliente, sem um controle da empresa que somente pode, e deve, acompanhar e dar retorno sobre a opinião dos usuários. Já outros como o Decolar e Trivago, além do *Booking*, são utilizados para a reserva de hotéis. Mesmo cobrando percentuais sobre as reservas efetivadas, as parcerias destas OTAs com os hotéis cresceram muito nos últimos anos, pois colocaram os diferentes meios de hospedagens nas “prateleiras” virtuais mais acessadas. Assim, alguns hotéis e pousadas preferem pagar este percentual (em torno de 10%) do que investir em sites de busca (como o Google), onde pagam por cada click na palavra investida. Ambas as estratégias são interessantes, cabe ao empreendimento escolher qual se adapta melhor ao perfil do negócio e qual dará melhor retorno.

Os dados de análise que a internet traz aos destinos também são um ponto a ser considerado. Divulgado pela Associação Brasileira de Blogs de Viagem (ABBV, 2018), em evento na *WTM Latin America*, é importante reforçar que a digitalização gera registro de dados em cada etapa. Para a pesquisadora Carolina Haro, sócia-executiva da *Phocuswright*, quem souber tratar esses dados para interpretar os perfis demográficos e comportamentais, e para oferecer customização dos serviços, vai ter mais sucesso em aproveitar as oportunidades. O mercado de viagem será dominado pela estatística.

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. Se antes da pandemia havia uma projeção de crescimento do turismo global entre 3% e 4% em 2020, estima-se, agora, uma queda extremamente acentuada. O colapso do turismo internacional por causa da pandemia reduziu a receita do setor em US\$ 460 bilhões somente no primeiro semestre, segundo estimativa da Organização Mundial do Turismo (OMT), agência da ONU.

No total, o número de turistas internacionais caiu 65% durante o primeiro semestre de 2020, marcado pelo fechamento de fronteiras e restrições de mobilidade decretadas em todo o mundo para retardar a propagação do vírus. Embora muitos destinos tenham começado a reabrir suas fronteiras em meados de maio, “a melhora no número de turistas internacionais prevista para a alta temporada de verão no Hemisfério Norte não se materializou”, lamentou a organização (IstoÉDinheiro, 2020).

O desastre é generalizado em todas as regiões, embora o mais atingido seja a Ásia e o Pacífico (72% menos chegadas de turistas), seguido pela Europa (-66%), África e Oriente Médio (-57%) e Américas (-55%). A OMT também destaca o forte impacto no Nordeste Asiático (-83%) e na região mediterrânea do sul da Europa (-72%), com destinos turísticos importantes como Espanha e Itália, que se tornaram focos durante a pandemia.

A agência das Nações Unidas prevê que tanto a demanda por viagens quanto a confiança do consumidor “continuarão baixas” nos próximos meses. E se em maio a entidade projetou três cenários possíveis para o cálculo do fim de ano, com quedas de 58% para 78%, agora opta por uma queda aproximada “de 70%” na demanda. As estimativas apontam para o início da recuperação somente em 2021, com a flexibilização gradativa das restrições e a esperança de uma vacina, embora o retorno dos setor aos patamares de antes da crise na saúde devam “levar entre 2 e 4 anos”. (IstoÉDinheiro, 2020).

Em meio à maior crise da aviação mundial, apenas quatro das 30 maiores companhias aéreas do mundo conseguiram ter lucro durante a pandemia do novo coronavírus. Todas estão localizadas na Ásia. Apesar de serem focadas no transporte de

No Brasil, as companhias aéreas também tiveram forte prejuízo no segundo trimestre do ano. A Azul teve resultado negativo de R\$ 2,9 bilhões, enquanto a Gol registrou prejuízo de R\$ 2 bilhões. Na Latam, houve uma queda de receita de 75%, que só não foi pior por causa do aumento de 18,4% na receita de cargas. No grupo Latam, que inclui as operações em outros países, o prejuízo operacional totalizou US\$ 694,8 milhões (R\$ 3,8 bilhões) no segundo trimestre de 2020 (UOL Economia, 2020).

Figura 1: Representação gráfica das palavras mais utilizadas no período da pandemia



17

NO MUNDO:

#TogetherInTravel é o mote da campanha de marketing do Conselho Mundial das Viagens e Turismo surgida na pandemia, que tem como objetivo estimular a comunidade global das viagens e turismo, e mostrar como o setor é uma parte vital do nosso “entusiasmo pela vida”.

Impacto da Covid-19 no Turismo Brasileiro

No Brasil, a participação direta do turismo na economia foi de US\$ 56,8 bilhões em 2016, o equivalente a 3,2% do PIB. Segundo pesquisa também da WTTC elaborada pela consultoria britânica *Oxford Economics* e divulgada pelo Ministério do Turismo em março de 2019, a contribuição ao Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil cresceu 3,1% em 2018, totalizando US\$ 152,5 bilhões (8,1%). Na medição anterior, de 2017, o turismo respondia por 7,9% das riquezas nacionais, apesar da injeção superior de divisas (US\$ 163 bilhões). Em relação ao volume de postos de trabalho, o mercado ocupou 6,9 milhões de pessoas, o equivalente a 7,5% do número global de vagas no país (Mtur, 2019).

Na atual realidade, o avanço da pandemia do novo coronavírus pelo Brasil e a necessidade de isolamento social afetaram, e muito, a economia brasileira. A Confederação Nacional do Comércio de Bens Serviços e Turismo (CNC, 2020) estima que o setor do turismo já perdeu R\$ 182 bilhões desde o início da pandemia. Nesse período entre março e agosto, a associação também estima a perda de cerca de 446 mil postos formais de trabalho. A Confederação mantém a expectativa de que o setor alcance os níveis de faturamento pré-pandemia apenas no terceiro trimestre de 2023. Neste ano, a tendência é que receita do turismo encolha 37,2%.

Segundo dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged), entre março e julho de 2020, a força de trabalho formal do turismo encolheu 12,8% – a maior queda em relação a outros setores da economia. Mais de 446 mil postos formais de trabalho foram perdidos nos subsetores de alojamento e alimentação fora do domicílio.

São Paulo e Rio de Janeiro são os estados que concentram mais da metade do prejuízo nacional registrado. Com perdas de R\$ 65 bilhões e R\$ 26 bilhões,

respectivamente, decorrentes da diminuição no fluxo de passageiros nos principais aeroportos dos dois estados, segundo a CNC.

Um levantamento do Conselho de Turismo da Fecomercio SP, com base em números divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e divulgado em setembro de 2020, aponta que o Turismo nacional sofreu queda de 50,3% no faturamento de julho, em relação ao mesmo período do ano passado. O setor registrou faturamento de R\$ 7,2 bilhões, ou seja, R\$ 7,3 bilhões a menos do que há um ano, quando o valor havia sido de R\$ 14,5 bilhões.

Como ação governamental, o Ministério do Turismo (MTur) flexibilizou as regras de empréstimos do Fundo Geral de Turismo (Fungetur). As mudanças, uma reação aos impactos do novo coronavírus no mercado de viagens brasileiro, permite que os financiamentos, disponibilizados a micro, pequenas e médias empresas do setor de todo o país, tenham juros menores e um prazo maior de carência, com foco especial na modalidade de capital de giro. Os financiamentos do Fungetur, que possuem um limite de R\$ 10 milhões, são concedidos por 17 instituições financeiras credenciadas. Os empréstimos, com taxas diferenciadas, podem ser acessados por empreendimentos privados de toda a cadeia produtiva do turismo para, além de capital de giro, implantar, ampliar, modernizar ou reformar atrativos, além de adquirir máquinas e equipamentos.

Retomada do Turismo Internacional

Os fluxos de estrangeiros estão condicionados a restrições de acordos de reciprocidade que, nessa fase inicial, possivelmente levarão às já faladas “bolhas de viagens” (*travel bubbles*) entre determinados países. Em muitos casos, e variando segundo os acordos bilaterais, as entradas de visitantes ficam condicionadas a requisitos especiais dentre os quais se destacam: quarentenas de 7 a 14 dias após a entrada no país e/ou apresentação obrigatória de certificados de saúde que atestam a condição do visitante livre da covid-19, e a apresentação de informações de contato e endereço de hospedagem.

Em junho, o CEO do *Airbnb*, Brian Chesky, afirmou em uma entrevista para a rede norte-americana CNBC que “as viagens como conhecemos até agora terminaram e não retornarão”.

Sistemas e protocolos têm surgido como fruto de um trabalho multissetorial e é muito provável que, mundo afora, surjam documentos com uma série de recomendações ajustadas a cada tipo de empreendimento e subsetor do turismo no que diz respeito a especificações da prestação do serviço, de limpeza e sanitização, proteção de funcionários, manutenção e gestão de risco, treinamento de funcionários, comunicação e informação ao cliente.

Entre as características apontadas para a retomada do turismo estão:

Controle de contágios como pressuposto para se iniciar a retomada e permitir relações e acordos de abertura das fronteiras;

O uso da tecnologia para controlar o risco de contágio a partir do monitoramento da circulação dos turistas no destino, o que poderá ser uma nova realidade;

Coordenação e liderança para que a retomada seja cuidadosa, articulada e organizada. As diferentes lideranças devem decidir de forma conjunta e implementarem diretrizes e protocolos que sustentem a confiabilidade de turistas, empresários e trabalhadores, premissa mais básica para as viagens em tempos de pandemia;

Nova cadeia de valor adaptando a oferta dos atrativos dentro dos limites que prezam pela saúde e segurança de trabalhadores e clientes, com treinamento para

funcionários, incluindo tecnologia na sua operação, realizando ajustes operacionais, abusando da criatividade e ofertando produtos alternativos a seus clientes e aos novos perfis de demanda;

Relações de corresponsabilidade ficarão ainda mais evidentes pois, para tudo funcionar bem, é crucial o compromisso de todas as partes. Por um lado, posturas mais atentas e flexíveis dos turistas diante das novas regras, possíveis limitações da oferta e serviços mais lentos. Por outra, a adaptação operacional e a vigilância e treinamento das equipes, por parte das empresas. Nessa relação, comunicação e transparência são palavras-chave.

As iniciativas citadas acima podem ajudar os destinos que estão preparando a reabertura, pois o que vem por aí exigirá muito dos empreendedores e gestores públicos envolvidos na cadeia do turismo.

Retomada do Turismo Doméstico

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. No entanto, isso se refere ao turismo internacional. Por isso, a estratégia é focar no turismo doméstico, regional e local, até que o setor normalize, o que ainda é incerto e deverá ser acompanhado pelo destino.

Dada a importância do turismo doméstico, a agência especializada das Nações Unidas publicou a terceira das suas “Notas Informativas” sobre Turismo e Covid -19, - Compreender o turismo doméstico e aprovar as suas oportunidades. 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 (1.4 bilhão em 2018). A publicação apela para diferentes medidas proativas para promover o turismo doméstico em destinos ao redor do mundo, desde a oferta de férias gratuitas aos trabalhadores até a entrega de cupons e outros incentivos para pessoas que viajam para seus próprios países.

A nota também demonstra que, na União Europeia, o gasto doméstico é 1,8 vezes maior do que o gasto com turismo internacional. No mundo, os maiores mercados turísticos domésticos em termos de gastos são os Estados Unidos com 1 bilhão de dólares, Alemanha com 249 bilhões de dólares, Japão com 201 bilhões de dólares, Reino Unido com 154 bilhões de dólares e México com 139 bilhões de dólares.

Turismo local

De acordo com o *Booking*, a distância média de viagem do brasileiro caiu 63% entre junho e agosto deste ano em comparação com o mesmo período de 2019. Em virtude das viagens mais perto de casa, os brasileiros percorreram, em média, 1.557 quilômetros por reserva no ano passado, e o número caiu para apenas 569 quilômetros em 2020. O lado positivo é que os viajantes estão tendo a oportunidade de explorar destinos mais próximos, descobrindo – e, em muitos casos, redescobrando – locais e experiências únicas.

Em São Leopoldo, em função da pandemia da Covid-19, a atividade turística também foi impactada. A região teve uma postura exemplar no enfrentamento ao novo coronavírus, mobilizando o setor público, entidades e, especialmente o setor da saúde. Desde o anúncio de Situação de Emergência pelo Governo do Rio Grande do Sul, os municípios que compõem a região promoveram o isolamento social, em concordância com as orientações da Organização Mundial da Saúde e do Ministério da Saúde.

Aos poucos, e com todo cuidado, as atividades estão sendo retomadas e atualmente a preocupação também é auxiliar os empreendedores no sentido de manterem sua saúde e a saúde de seus negócios. Preservar as equipes de colaboradores e promover ações sanitárias adequadas aos novos tempos está entre a tônica das discussões do setor público e entidades e das ações do setor privado. Equilíbrio é fundamental neste momento. Também a solidariedade está sendo fortalecida, com diversas iniciativas sendo realizadas.

A reabertura segue rigorosamente os protocolos de segurança sanitária estabelecidos pelos decretos que regulamentam as atividades na região e no Estado – cuidados com higienização, uso de equipamentos de proteção, observação da densidade ocupacional e monitoramento do chamado “Modelo de Distanciamento Controlado”, utilizado pelo Governo do Rio Grande do Sul e construído com base em critérios de saúde e de atividade econômica. Criou-se um sistema de bandeiras, com protocolos obrigatórios e critérios específicos a serem seguidos pelos diferentes setores econômicos. Assim, apesar de lenta, a retomada deverá ser efetiva.

Legado que fica

Houve um aprendizado durante este período que permanecerá após esta pandemia. É necessário transmitir esta mensagem para os turistas efetivos e potenciais:

- Qualificação – “Participamos de muitos cursos e conversas e buscamos nos alinhar com as novas tendências do turismo, cada vez mais brando, autêntico e de valores. Estamos nos preparando para que o seu “SER” reencontre, após este isolamento e o medo que vivemos, a paz e a alegria de viver!”;

- Planejamento – “Aproveitamos este período para traçar novas estratégias que visam a qualificar a experiência de nossos visitantes. Em breve, vocês poderão conferir e vivenciar o melhor da vida aqui conosco!”;

- Comunicação - Qualificação dos canais de comunicação on-line (site, *Facebook*, *Instagram* e outros) – “Agora ficou melhor conversar conosco virtualmente, mas queremos receber a sua visita assim que possível! ”;

- Vendas On-Line – “É possível adquirir nossos produtos e receber em sua casa, dependendo da região. Poderemos continuar com este serviço, mas adoraremos receber a sua visita, em breve!”.

Tendências 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 pelo 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.

Dados do Ministério do Turismo (Mtur), em novembro de 2015, mostravam que todas as faixas etárias registravam um alto interesse pelas viagens nacionais. O maior percentual de indicações de destinos brasileiros (84,4%) foi percebido entre os adultos com idade entre 35 e 44 anos. A média se manteve estável entre os menores de 35 anos (75,3%), aumentou entre os mais velhos, de 45 a 60 anos, (de 68,7% para 77,7%) e também ganhou espaço entre os idosos com mais de 60 anos (62,9% para 68,6%). Essa tendência deve se fortalecer ainda mais com a nova realidade pós-pandemia e a normalização de voos e protocolos de saúde.

De acordo com o apurado por uma reportagem especial do Uol Notícias, a expectativa do mercado é um que ocorra um **boom nos roteiros de natureza no pós-pandemia, como resultado da busca por simplicidade e contemplação do meio ambiente, passeios ao ar livre e destinos selvagens com menos gente**. O desafio será acertar a hora certa de reabertura e voltar com protocolos de segurança que, certamente, afetará a logística dos passeios e suas capacidades. Os ganhos em 2021 com o turismo devem alcançar R\$ 259,4 bilhões, valor 4,2% inferior ao patamar de 2019, segundo o estudo da FGV Projetos.

A tendência é que os turistas busquem por regiões próximas, que permitam viagens de carro, com atividades de lazer em ambientes abertos e contato com a natureza. Os dados do Sebrae apontam que as palavras-chaves que lideram as pesquisas são: cachoeiras, trilhas, montanha, natureza e cavernas. Somado a isso, há a preferência que essas atividades estejam em destinos próximos, com viagens que possam ser feitas de carro, em locais com baixa aglomeração e espaço mais amplo.

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.

Além da preferência de destinos, os dados do Sebrae também mostram que cerca de 38% da população pretende viajar com a família após a pandemia, sendo que, 53% devem viajar nacionalmente, e 62% já estão pesquisando preços e promoções.

Para parcela que já tinha viagem marcada, 45% ainda aguardam os próximos desdobramentos para tomar uma decisão do que fazer. Quando há a decisão, a preferência é pela alteração para data futura para 32%. Sobre investimento, a pesquisa também mostra 33% dos brasileiros mantiveram o orçamento previsto para viagens ainda esse ano.

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 seguir, estão elencadas algumas tendências e aspectos que devem ser levados em consideração nesta nova fase do turismo, bem como as oportunidades e ameaças que envolvem.

TENDÊNCIA	ASPECTOS	OPORTUNIDADE	AMEAÇA
Valorização do Local	Consideração das variáveis locais e valorização dos aspectos regionais.	Promover produtos com identidade.	Banalização do discurso por aproveitadores.
Tecnologias de rede	Descentralização e senso cooperativo.	Construção de uma Rede de Cooperação a partir do grupo de empreendedores.	O grupo não compreender sua responsabilidade no turismo.

Proliferação de mídias	Disputa pela atenção do consumidor; tem que ter valor e diferencial para ser percebido.	Comunicar durante a pandemia para ser lembrado depois.	Silenciar durante o momento em que as pessoas mais precisam de boas mensagens.
Recessão econômica	Consumidores comprando menos; crise é igual à oportunidade.	Interesse se concentra na oferta turística regional, nas pequenas ‘escapadas’ de final de semana.	Medo e falta de recursos para investir em viagens.
Eleições em nível municipal	Eleições para Prefeito, Vice-Prefeito e Vereadores – outubro 2020.	Articulação e relacionamentos	Perda do foco no turismo.
TENDÊNCIAS COMPORTAMENTAIS			
Turismo Brando	O turista pós Coronavírus buscará por lugares com baixo fluxo de turistas e para viver experiências significativas.	Fazer com que o turista se sinta seguro e único na vivência, de modo a agregar valor e segurança ao produto.	Personalizações podem acarretar custos mais altos para trade e turista.

Aventura da experiência	Tendência comportamental de fuga das tensões atuais, buscando estímulos através de “experiências turísticas” memoráveis e seguras. Trata-se de uma demanda mista, baseada, de um lado, no “conforto”, e de outro, na “aventura”, priorizando espaços naturais.	Experiências em locais abertos, em contato com a natureza, com poucas pessoas, caminhadas, cicloturismo, esportes diversos, com pouco contato e toque. Comidas afetivas. Enogastronomia. Investimento maior nestas experiências diferenciadas.	Cair no “commoditie da experiência”, ou seja, na percepção de falsidade. “Copia-e-cola” de experiências. Descuido com a segurança sanitária.
Sentido da Vida	A pandemia do coronavírus demonstrou que de nada adianta TER. O fato de ter recursos investidos, um carro de luxo, ou muitas roupas e calçados não amenizou o sofrimento do isolamento. Somente as memórias acalentaram a dor. Também se apresentou a necessidade de uma busca espiritual.	Busca por lugares autênticos, por encontros baseados na verdade. Querem conversar e trocar ideias, experiências. Calma e alma. Criar experiências que promovam o equilíbrio corpo-mente-alma.	Cuidado com a artificialidade dos produtos, que pode atestar contra o objetivo de encantamento. Focar somente no aspecto financeiro.

Consciência socioecológica	A fim de proteger nosso planeta, precisamos redescobrir uma consciência social, com base em uma mistura de ética, emoção e compaixão. Há uma demanda crescente de consumidores preocupados com o desenvolvimento turístico sustentável e comércio justo.	Contar a história da empresa, de suas pessoas, dos arredores. Valorizar os fornecedores locais. Produção orgânica valorizada. Manutenção dos colaboradores durante a crise será louvado. <i>Slow Food e Slow Tour.</i>	Inautenticidade, no sentido de os produtos “esconderem” os problemas socioecológicos dos locais. O turista quer saber a verdade por trás da marca. Cuidado com os discursos de “ganhos econômicos”, tem queimado a imagem de muitas empresas.
Valorização da família e dos afetos	As relações que foram mantidas durante a pandemia se fortaleceram. Há o desejo de recompensar o isolamento com experiências compartilhadas.	Desenvolver produtos de acordo com o mercado. Experiências para casais, para famílias com filhos pequenos ou jovens. Também pensar na terceira idade.	Tomar cuidado para com isto não serem oferecidos produtos que possam causar percepção de danos ao turista e ao meio ambiente.
Saudosismo	Uma tendência que acompanha o fenômeno recente de retorno às raízes culturais, de um lado, e ao universo infantil, de outro.	Desenvolver inovações de caráter cultural e histórico nos produtos turísticos. Permite envolver o turista em situações lúdicas.	Não cair na percepção de falsidade, retratar a história de forma fiel à realidade histórica e ao mesmo tempo envolvente.

Perfil da Demanda Turística Pós-pandemia

Atualmente, já se percebe que o desenvolvimento do turismo se dará em espiral, indo do local, ao regional, estadual, até o nacional. Em um primeiro momento haverá dificuldade de deslocamento aéreo, haja vista a redução na oferta de voos nacionais. Também deve ser considerado que, até o momento em que este documento foi finalizado, boa parte das fronteiras internacionais seguem fechadas para turistas brasileiros. Outra consideração válida é que haverá receio de viagens de ônibus, num primeiro momento, o que deverá ser contornado à medida que o Brasil diminuir a presença do vírus.

Assim, os turistas que visitarem São Leopoldo neste momento utilizarão automóvel e virão de um raio de até 300 quilômetros, aproximadamente, num primeiro momento. Desta forma, todo o esforço de comunicação deverá entender essa realidade e se focar do local ao nacional, paulatinamente.

Figura 2: 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 Leopoldo

A região que compreende hoje o município de São Leopoldo foi inicialmente habitada pelos **índios Carijós** e **índios Caingangues** pelos **imigrantes açorianos**, sendo conhecida como um vilarejo chamado de **Feitoria do Linho Cânhamo**. Isto porque, em meados do século XVIII, a coroa portuguesa estabeleceu em várias regiões algumas fazendas estatais de gado, produção de alimentos e cordoaria para navios, para consolidar a colonização açoriana e a ocupação dos territórios. Onde atualmente situa-se São Leopoldo, mais precisamente no bairro Feitoria, em 1788, foi fundada a Real Feitoria do Linho Cânhamo, às margens do Rio dos Sinos, que cultivava o cânhamo para a produção de cordas para navios. Esse empreendimento chegou a contar com aproximadamente 300 escravos africanos, no entanto, por uma série de dificuldades e má gestão, o empreendimento não prosperou, sendo desativado.

O Governo Imperial do Brasil, com o intuito de então povoar e desenvolver a região, estimulou a vinda de **imigrantes alemães para o Sul do país**. Os primeiros imigrantes alemães, num total de 39 pessoas, sendo de religião evangélica-luterana e católica, chegaram no ano de 1824 e foram enviados para a Feitoria do Linho Cânhamo pelo Rio dos Sinos. Este fato coincidiu com a fundação de São Leopoldo, de onde vem o título de “berço da colonização alemã no Brasil”¹.

Os imigrantes foram instalados provisoriamente na **casa da Feitoria**, única construção da região que tinha condições de abrigá-los, até que recebessem seus lotes coloniais. O Governo da Província batizou o núcleo de imigrantes de “Colônia Alemã de São Leopoldo”. O nome foi uma homenagem ao **santo padroeiro da Imperatriz Leopoldina**, esposa do Imperador Dom Pedro I, sendo esta a origem do nome do município.

A localidade se estendia por mais de mil quilômetros quadrados, abrangendo na direção sul-norte, de Esteio até Campo dos Bugres (hoje Caxias do Sul) e, em direção

¹ Essa denominação foi concedida oficialmente em 2011 por meio da Lei 12394/2011.

leste-oeste, de Taquara até o Porto dos Guimarães, no rio Caí (hoje São Sebastião do Caí). Aos poucos, outros imigrantes ocuparam os vales do Rio dos Sinos, Cadeia, Caí e Paranhana, acelerando o progresso das regiões por meio do trabalho e da diversificação produtiva, pois os alemães dominavam técnicas de várias profissões, como sapataria, alfaiataria, carpintaria, ferraria, sendo este o embrião industrial das regiões em que se instalaram. Esse desenvolvimento possibilitou que a Colônia Alemã de São Leopoldo se emancipasse de Porto Alegre em 1846, sendo elevada à categoria de **Vila**.

Após a emancipação, São Leopoldo continuou crescendo e se desenvolvendo, tanto é que em 1865 recebeu a visita de Dom Pedro II. Em 1873, foi construída a **ponte sobre o Rio dos Sinos** e, em 1874, foi inaugurada a primeira **linha férrea da província**, ligando Porto Alegre a São Leopoldo. Alguns anos mais tarde, foi estendida até Novo Hamburgo, depois até Taquara e, por último, até Canela. Assim, São Leopoldo converteu-se num **entrepósito comercial** entre as áreas coloniais mais distantes e a capital, onde os colonos entregavam as mercadorias produzidas para serem vendidas na capital e importavam da mesma mantimentos e equipamentos que não dispunham.

Em diversos pontos da grande área de São Leopoldo, no passado, surgiram núcleos de desenvolvimento que, posteriormente, emanciparam-se, tornando-se prósperas cidades; ao todo, foram oito novos municípios formados, entre eles, Novo Hamburgo, Sapiranga, Campo Bom, Dois Irmãos, Estância Velha e Sapucaia do Sul. Assim sendo, o município de São Leopoldo deu origem à região atualmente denominada **Vale do Rio dos Sinos**.

Fonte: IPM Unisinos

Informações gerais sobre o Município

São Leopoldo integra mesorregião denominada **Região Metropolitana de Porto Alegre**, que por sua vez é subdividida em outras 6 microrregiões. O município faz parte da microrregião denominada **Porto Alegre**, composta por outros 21 municípios, sendo os principais Porto Alegre, Canoas, Cachoeirinha, Esteio, Sapucaia do Sul e Novo Hamburgo.

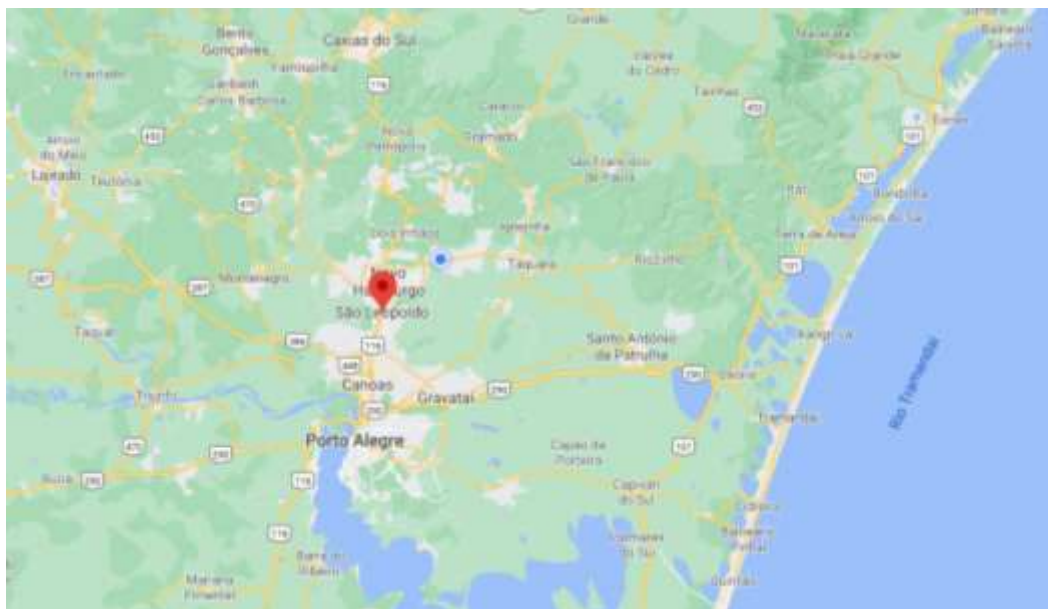
O **Vale dos Sinos** é outra regionalização importante da qual São Leopoldo faz parte, ao lado dos municípios de Araricá, Campo Bom, Canoas, Dois Irmãos, Estância Velha, Esteio, Ivoti, Nova Hartz, Nova Santa Rita, Novo Hamburgo, Portão, Sapiranga e Sapucaia do Sul. Esta região é reconhecida até os dias atuais por concentrar um **número expressivo de indústrias** de diferentes segmentos e, em especial, **fábricas de calçados**.

Especificamente em São Leopoldo, seu **parque industrial** começou a consolidar-se a partir de 1940 por meio da criação de indústrias pertencentes a empresários locais. Com isso, começou a receber migrantes de várias regiões do estado, que vinham para trabalhar nestas empresas. Nas décadas de 1970 e 1980, instalaram-se no município grandes indústrias nacionais e multinacionais como a Sthil, Gedore, Taurus, Copé, Weatherford, Klabin, Coester, Controil, Hiunday, transformando São Leopoldo num dos maiores polos industriais do Brasil, com destaque para os setores **metalmecânico, borracha, celulose e cordoaria**.

A consolidação da **Universidade Unisinos** também contribuiu para o fluxo migratório neste período, pois estimulou a vinda de muitos estudantes a São Leopoldo. Atualmente, São Leopoldo também conta com a **Faculdades EST**, outra instituição de ensino de excelência, assim como a Unisinos, esta última considerada uma das melhores do país segundo o MEC. O **Parque Tecnológico Tecnosinos**, um dos maiores e mais modernos parques tecnológicos do Brasil, também estimulou o fluxo migratório e a urbanização de São Leopoldo. No Tecnosinos estão instaladas grandes **empresas de TI nacionais e multinacionais**, como SAP, HCL, SKA, HTMICRON. Mais recentemente, a implantação do curso de Medicina na Universidade abriu novas perspectivas de desenvolvimento, vislumbrando-se a criação de um **cluster da saúde**, visando atrair empresas de alta tecnologia para o desenvolvimento de equipamentos para este setor.

O pino vermelho da figura abaixo demonstra a localização de São Leopoldo na região metropolitana de Porto Alegre, sendo possível situá-lo em relação aos demais municípios da região, da Serra Gaúcha e do litoral norte do estado.

Figura 3: Localização do município de São Leopoldo



Fonte: IPM Unisinos

A base **econômica** e de geração de **empregos** em São Leopoldo se dá, em grande parte, a partir das **indústrias** e das empresas prestadoras de **serviços**, seguidas dos **comércios**.

Segundo a publicação do Sebrae (2020), Perfil das Cidades Gaúchas – São Leopoldo, as indústrias de transformação e da construção civil representavam, em 2019, 19% dos empreendimentos formais e 29% do valor adicionado, isto é, o quanto a atividade econômica contribui para o PIB do município. As empresas prestadoras de serviços representavam 48% dos empreendimentos e os comércios, 33%, sendo que o valor adicionado das duas atividades juntas totalizava 54,3%. Apesar disso, **a maior parte dos vínculos empregatícios é gerado pelas indústrias**, sejam elas de pequeno ou grande porte, depois pelas prestadoras de serviços e por último pelos comércios. Ainda segundo o Sebrae, a atividade agropecuária é pouco representativa (0%) no valor adicionado ao PIB do município. Em 2018, **havia somente 65 propriedades rurais** em São Leopoldo.

O PIB – Produto Interno Bruto – per capita de São Leopoldo, em 2017, era de R\$ 33.905,58. No mesmo ano, este mesmo índice nacional era de R\$ 31.833,50 e estadual era de R\$ 37.371,27. Com relação a renda, em 2018, o salário médio mensal dos trabalhadores formais de São Leopoldo era de 3,3 salários mínimos. No mesmo ano, havia 64.700 pessoas formalmente ocupadas, correspondente a 27,5% da população. Em 2019, 71% da população era considerada potencialmente ativa/produtiva (entre 15 e 64 anos de idade), enquanto 29% era considerada economicamente dependente.

A renda per capita média de São Leopoldo passou de R\$ 726 em 2000 para R\$ 925 em 2010. Neste mesmo ano (2010), as rendas per capita médias estadual e nacional eram de R\$ 959 e R\$ 793, respectivamente, demonstrando que este indicador do município estava abaixo da média estadual, porém acima da média nacional. A proporção de pessoas pobres, ou seja, com renda domiciliar per capita inferior a R\$ 140 (a preços de agosto de 2010) reduziu, passando de 11,64% no ano 2000 para 5,96% no ano de 2010.

São Leopoldo no Mapa do Turismo Brasileiro

O **Mapa do Turismo Brasileiro**, elaborado no âmbito do Programa Nacional de Regionalização do Turismo², do Ministério do Turismo, classifica São Leopoldo na região turística denominada **Vale Germânico**, junto de outros 8 municípios. As regiões turísticas são territórios que possuem características similares e/ou complementares e aspectos em comum (identidade histórica, cultural, econômica e/ou geográfica) podendo existir, numa região, **municípios que não recebem turistas, mas que se beneficiam da atividade pelo fornecimento de produtos e serviços**.

O Mapa categoriza os municípios que compõem estas regiões de acordo com o fluxo turístico. As categorias vão de “A” a “E”, sendo que **“A” representa as capitais e os municípios com maior fluxo turístico**, maior número de estabelecimentos, empregos e arrecadação de impostos federais no setor de hospedagem, enquanto **“E” representa os municípios que zeraram as cinco variáveis**: quantidade de empregos e estabelecimentos formais em hospedagem, estimativa de turistas internacionais e domésticos e arrecadação nos estabelecimentos de hospedagem.

São Leopoldo e Novo Hamburgo são os únicos dos nove municípios da região **Vale Germânico** que estão classificados na **categoria B** do Mapa. Morro Reuter, Campo Bom, Dois Irmãos, Sapiranga, Ivoti e Santa Maria do Herval estão classificados na categoria D enquanto Araricá é o único município classificado na categoria E.

No **Cadastur**³, cadastro dos prestadores de serviços turísticos do Ministério do Turismo, atualmente existem 32 agências de turismo cadastradas em São Leopoldo; 27 guias de turismo; 6 meios de hospedagem; 6 organizadoras de eventos; 2 prestadores especializados em segmentos turísticos; 45 restaurantes, cafeterias, bares e similares e 21 transportadoras turísticas. **No total, são 139 prestadores de serviços turísticos registrados no Cadastur**.

Fonte: IPM Unisinos

² O Programa de Regionalização do Turismo classifica os municípios brasileiros em regiões turísticas. Os municípios se articulam para desenvolver o turismo de forma conjunta. A lógica do Programa pressupõe que trabalhar o turismo de forma integrada, regionalizada e cooperada é mais vantajoso para a região.

³ <https://cadastur.turismo.gov.br/>

Dados do Município

DADOS DEMOGRÁFICOS

População estimada de 238.648 habitantes (IBGE- 2020)

Orçamento do Município para 2020: R\$ 1.091.082.484,40

PIB per capita: R\$ 33.905,58 (IBGE -2017)

IDHM: 0,739 (2010)

Pelo senso de 2019 conta, ao todo, com 86.429 domicílios. Destes, 86.181 compõem o núcleo urbano

Gentílico: leopoldense (não oficial: *capilé*)

ÁREA DO MUNICÍPIO

Área do município: 103,012 km² (IBGE - 2019)

Acessos: BR 116 e RS 240

Bairros: 24

Distância da capital (POA): 32 km

Limite com os municípios de: Estância Velha, Novo Hamburgo, Portão e Sapucaia do Sul

LOCALIZAÇÃO E CARACTERÍSTICAS FÍSICAS

Unidade federativa: Rio Grande do Sul – RS

Mesorregião: Metropolitana de Porto Alegre

Microrregião: Porto Alegre

Latitude: 29°45'39" S

Longitude: 51°9'8" W

Altitude: 9m

Clima: Subtropical úmido e pluviosidade média anual de 1440 mm

Temperatura: média de 19,4°C - no verão chega a 35,5°C; no inverno pode chegar a 9,3°C

“Fé, Cultura e Trabalho” | “Berço da Imigração Alemã no Brasil”

Governança Municipal do Turismo

Secretaria de Turismo

Em São Leopoldo, o turismo está vinculado à Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Turístico e Tecnológico (SEDETTEC). O departamento de turismo está constituído como uma Diretoria de Turismo, dentro da SEDETTEC. Possui dotação orçamentária de R\$ 50.000,00 (2020) e R\$ 54.000,00 (2021).

A equipe da Diretoria de Turismo é constituída da seguinte forma:

- Diretora de turismo;
- Chefe Departamento de Informações Turísticas;
- Chefe Departamento de Eventos Turísticos;
- Chefe Departamento Técnico de Turismo;
- 2 funcionários Marco Zero.

Telefone: (51) 2200-0330

E-mail: sedettec@saoleopoldo.rs.gov.br | turismo@saoleopoldo.rs.gov.br

Endereço: Avenida Dom João Becker, 754 - 1º Andar - Centro

Conselho Municipal de Turismo

O Conselho Municipal de Turismo de São Leopoldo foi criado pela Lei Municipal nº 1.317, de 31 de dezembro de 1964. A Lei nº 7051, de 02 de dezembro de 2009, reestruturou o Conselho. Atualmente, de acordo com a Prefeitura, o Comtur está operando de forma oficiosa, por não ter obtido nenhum retorno do Instituto Martim Pescador, sendo que uma minuta de uma nova lei está na PGM para análise.

A composição do Comtur do São Leopoldo pode ser conferida abaixo.

SECRETARIAS E ENTIDADES	NOMES
Sec. Munic. de Obras Viárias - SEMOV	Rafael Menegon - Titular Andrei Bidart Vargas – Sup.
Sec. Munic. da Cultura e Relações Internacionais - SECULT	Pedro Vasconcellos -Titular Ana Paula Scherer – Sup.
Sec. Munic. de Segurança e Defesa Comunitária - SEMUSP	Nilton Locatelli – Titular Marco Antonio Goularte – Sup.
Sec. Geral de Governo - SGG	Alice Beatriz Scholz – Titular João Henrique Dias – Sup.
Sec. Munic. de Educação - SMED	Marcelo Schneider - Titular
Sec. Munic. de Esporte e Lazer - SEMEL	Rogério Barbosa de Brito – Titular André Pezente – Sup.
Sec. Munic. do Meio Ambiente - SEMMAM	Maristela Severo Letti Daniel Sauer – Sup.
CDL	Olinto Menegon – Titular Rogeres Marques – Sup.
ACIST - SL	Ingrid Marxen – Titular Aidê Stürmer – Sup.
ABAV	Eliaana Nagel Kern - Titular Eduardo Kern – Sup.
COLEO	Daiane Vieira – Titular Marco Aurélio Zang – Sup.
UNISINOS	Profa. Dra. Isabel C. Arendt - Titular
ABIH	Abdon Barreto Filho - Titular Regis Nogueira de Azevedo – Sup.
SINDUSCOM	Roberto Luis Potrick – Titular Rodrigo Weissheimer – Sup.
INSTITUTO MARTIM PESCADOR	-----

Fundo Municipal de Turismo

De acordo com a Prefeitura, o Fundo não está ativo. As reuniões ocorriam nas segundas segundas-feiras do mês, sendo que não estão ocorrendo até o momento.

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 ele poderá viver aqui.

Por parte do setor privado, é fundamental criar estratégias integradas. Como, por exemplo, podem se promover 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 estes eventos implementarão, quando for possível. Por enquanto, realizar alguns eventos virtuais, 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 de São Leopoldo seja realizado de forma conjunta e clara.

Vale Germânico e Rota Romântica

São Leopoldo integra duas importantes cooperações turísticas da região: o Vale Germânico e a Rota Romântica. Iniciativas assim são fundamentais para ampliar a oferta turística, visto que o turista tem mais opções, ao mesmo tempo em que um município apoia o outro, fazendo com que todos cresçam. A lógica da Regionalização pressupõe que trabalhar o turismo de forma integrada, regionalizada e cooperada é mais

vantajoso, pois o turista é estimulado a conhecer destinos diversificados e permanecer mais tempo na região, gerando mais recursos para os municípios envolvidos.

Vale Germânico

O Vale Germânico é uma região turística localizada no Vale do Rio do Sinos e é o berço da Imigração Alemã no Brasil. Reconhecido pelo Ministério do Turismo em agosto de 2019, foi lançado como novo roteiro turístico do Sul do Brasil em novembro do ano passado. O viajante que escolhe a região vai encontrar belezas naturais aliadas à diversidade de atrativos culturais, que contempla diferentes segmentos, tais como: histórico cultural, rural, religioso, esportivo, de eventos e negócios, o ecoturismo e o turismo de aventura, entre outros.

No turismo de negócios, o Vale Germânico é lugar de feiras técnico-científicas, varejo e entretenimento. A possibilidade de realizar boas compras também tem se mostrado um forte atrativo, movimentando os *outlets* da região. No turismo histórico-cultural, a influência trazida pelos imigrantes alemães construiu uma identidade única, que se mantém viva por meio das manifestações culturais da dança, do canto Coral, da gastronomia, dos festejos populares e das sociedades onde são praticados as modalidades de tiro e bolão. A preservação de centros arquitetônicos em estilo enxaimel, muitos deles tombados pelo IPHAN e IPHAE, propiciam a criação de atrativos turísticos.

A presença forte da religiosidade também deixou um grande legado na região, com inúmeras igrejas, templos e santuários repletos de vitrais e arte sacra. E na parte do turismo rural as atividades em áreas rurais são comuns a todos os municípios do Vale Germânico; assim como, os balneários em meio a natureza, com oferta de piscinas naturais ou de água tratada, restaurantes com comida típica, campings e pousadas.

A iniciativa da criação do Vale Germânico ocorreu por meio da Associação dos Municípios do Vale do Rio dos Sinos (Amvars), do Consórcio Público Sinos (CP Sinos) e um grupo de gestores municipais do turismo. Integram o Vale Germânico os seguintes municípios: Araricá, Campo Bom, Sapiranga, Dois Irmãos, Ivoti, São Leopoldo, Santa Maria do Herval, Morro Reuter e Novo Hamburgo.

Compreendendo mais de 50 atividades econômicas diferentes, o Vale Germânico deve articular a região de forma integrada e contribuir para o aquecimento do setor, inicialmente por meio do turismo regional, atraindo visitantes, potencializando projetos e talentos locais. Em julho de 2019, a Associação dos Municípios do Vale do Rio dos Sinos (Amvars), a Sicredi Pioneira RS e o Sebrae Sinos assinaram o Acordo de Resultados, que objetiva estruturar produtos turísticos coletivos para o período pós-pandemia nos destinos do Vale Germânico. O Sebrae vai atuar em duas frentes: uma delas segue o perfil de atendimentos, estruturando e revisando os planos municipais de turismo, ativando ou reativando os conselhos do setor. A outra linha será direcionada aos empresários que promovem diretamente o turismo e que vão fazer parte da estrutura das rotas propostas. A expectativa é de que seja ampliado o número de atrações, identificados os pontos fortes e aqueles que precisam ser melhorados entre os nove municípios

Figura 4: Ilustração com os municípios que integram o Vale Germânico



Fonte: www.facebook.com/turismoval germanico

O perfil no *Instagram* (@valegermanico) e a página no *Facebook* (@turismoval germanico) apresentam as ofertas gastronômicas, passeios e as experiências que podem ser vivenciadas na região.

A plataforma temporária Viva o RS” (www.vivaors.com.br), uma das estratégias para apoiar os empreendimentos e destinos turísticos, adotada pelo Sebrae, em parceria com a Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo do RS (Sedetur) e com o Comitê da Retomada do Turismo RS, também apresenta o Vale Germânico.

A iniciativa tem como proposta ser uma feira virtual promocional dos melhores roteiros turísticos do estado, apresentando dicas e sugestões personalizadas de acordo com o perfil e experiência de cada visitante.

No dia 29 de outubro de 2020, foi lançado, por meio de uma live, o site oficial do Vale (www.valegermanicors.com.br/). O site ainda está em processo de finalização, mas já é possível acessar um vídeo regional e ter ideia dos roteiros que integrarão os municípios: Caminhos da Contemplação; Caminhos das Cervejarias; Caminhos dos Sabores; e Caminhos Rurais. A oferta turística específica de cada um dos nove municípios que compõem o Vale Germânico também estará disponível ao público em breve.

Rota Romântica

O “Projeto Rota Romântica” teve seu início no final do ano de 1994 e início de 1995, quando houve os primeiros encontros entre representantes de alguns municípios que futuramente seriam integrantes do projeto. Inspirado e concebido a partir de um roteiro homônimo localizado na Alemanha, a Rota Romântica no Rio Grande do Sul, Brasil, teve como ideia inicial na versão gaúcha, a formação de uma rota turística com cidades de colonização predominantemente alemã. As cidades de São Leopoldo, Novo Hamburgo, Estância Velha, Ivoti, Dois Irmãos, Morro Reuter, Santa Maria do Herval, Presidente Lucena, Picada Café, Nova Petrópolis, Gramado, Canela e São Francisco de Paula foram escolhidas para integrar o projeto. As primeiras por terem sua população fortemente ligada à imigração alemã e as últimas por serem cidades de tradição turística.

Durante o primeiro semestre de 1995, diversos encontros entre representantes dos municípios, órgãos de turismo e entidades públicas e privadas foram promovidos para consolidar e aprimorar a ideia do projeto. O lançamento ocorreu em 26 de junho de 1995 junto aos órgãos de turismo, comunidades em geral e entidades públicas e privadas, quando foi assinado um protocolo de intenções com o apoio da Secretaria Estadual de Turismo, Câmara de Turismo do RS e Embratur, entre onze municípios e a Pontifícia Universidade Católica do RS, através da Famecos – Curso Superior de Turismo, que foi a responsável pelo mapeamento e diagnóstico turístico dos municípios.

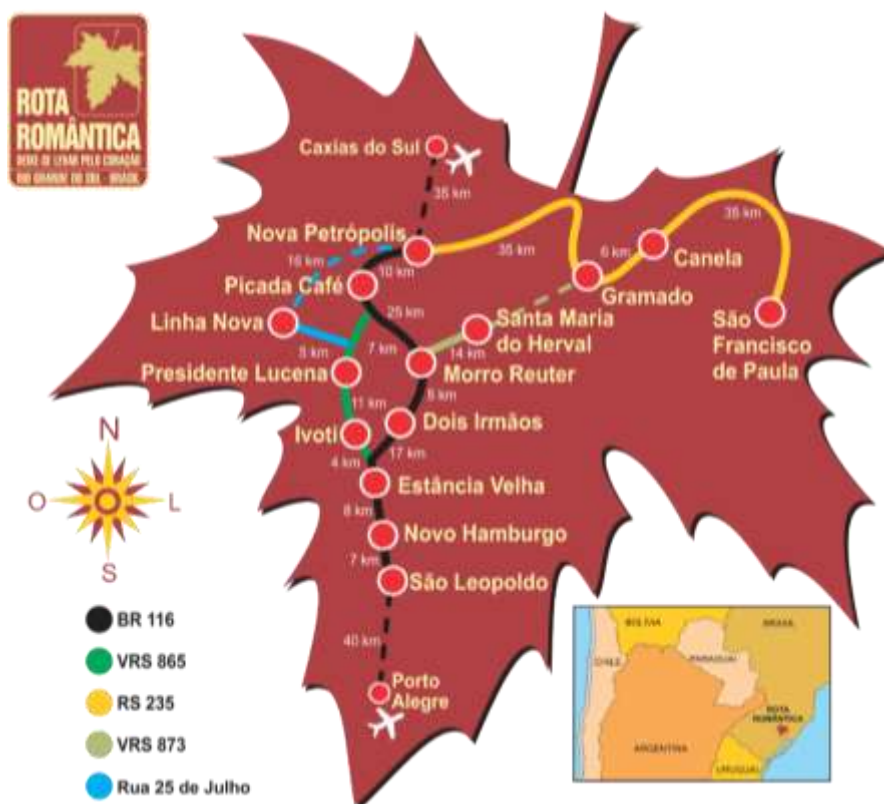
No início de 1996, de 16 a 29 de março foi promovida uma viagem de estudo e observação à Rota Romântica ou *Romantische Strasse* da Alemanha e uma delegação partiu com o objetivo de conhecer os meios, fatores, setores e agentes produtores do turismo daquela região e colher subsídios para a implantação da rota gaúcha.

Em 22 de abril de 1996, foi fundada oficialmente a Associação dos Municípios da Rota Romântica – AMRR que em, 2008, se tornou a “Associação Rota Romântica – ARR”.

Em maio de 2012, ocorreu a integração oficial de mais um município, Linha Nova somando 14 municípios; São Leopoldo, Novo Hamburgo, Estância Velha, Ivoti, Dois Irmãos, Morro Reuter, Santa Maria do Herval, Presidente Lucena, Linha Nova, Picada Café, Nova Petrópolis, Gramado, Canela e São Francisco de Paula. Todos esses locais trabalham institucionalmente com o objetivo de promover e desenvolver o turismo regional de forma coletiva.

Atualmente, a Sede da Rota Romântica está instalada na Torre Medieval - junto a Central de Informações Turísticas, situada na Avenida 15 de Novembro, 100, Centro da cidade de Nova Petrópolis / Rio Grande do Sul – Brasil.

Figura 5: Mapa dos Municípios que integram a Rota Romântica



Fonte: www.rotaromantica.com.br

No site da Rota, é possível conhecer melhor cada um deles e seus principais pontos turísticos. Há também página no *Facebook*, perfil no *Instagram* e um canal no Youtube.

45

Atrativos históricos e culturais

Os principais atrativos históricos e culturais de São Leopoldo envolvem museus, igrejas, parques, praças e prédios históricos. Logo ao entrar na cidade, é possível avistar alguns destes atrativos, como a Igreja Nossa Senhora da Conceição, a Praça do Imigrante e o prédio da Câmara Municipal de Vereadores. De acordo com o site da Prefeitura Municipal, há mais de uma dezena de atrativos relevantes nesta categoria. Os mesmos são apresentados abaixo, com classificação elaborada pelos pesquisadores.

Tabela 1: Relação de atrativos históricos e culturais de São Leopoldo

Históricos e Culturais	Casa do Imigrante
	Casario Histórico do Município
	Centro Municipal de Eventos
	Colégio São José
	Colégio Sinodal
	Lar Santa Elisabeth e Monte Alverne
	Ponte 25 de Julho
	Sociedade de Caça e Tiro
	Sociedade Ginástica de São Leopoldo
	Sociedade Orpheu
Religiosos	Casa Matriz de Diaconisas
	Centro de Espiritualidade Cristo Rei
	Igreja do Relógio
	Igreja Nossa Senhora da Conceição
Museus	Santuário Sagrado Coração de Jesus (Padre Reus)
	Memorial Jesuíta
	Museu Capela (Espaço de Memória Sacra)
	Museu de Arqueologia
	Museu de História Geológica do Rio Grande do Sul
	Museu do Rio dos Sinos
	Museu do Trem
	Museu Histórico Visconde de São Leopoldo
Parques e Praças	Largo Rui Porto
	Parque Natural Municipal Imperatriz Leopoldina
	Parque Recreativo do Trabalhador
	Praça 20 de setembro
	Praça Centenário (Praça do Imigrante)

Fonte: IPM Unisinos

Dentre os atrativos listados acima, os relacionados com mais frequência durante a pesquisa foram: a Casa do Imigrante, o casario histórico municipal, o Centro de Espiritualidade Cristo Rei, a Igreja do Relógio, a Igreja Nossa Senhora da Conceição e

o Santuário Sagrado Coração de Jesus (Padre Reus); o Museu do Trem, o Museu Histórico Visconde de São Leopoldo e o Parque Natural Municipal Imperatriz Leopoldina.

A **Casa do Imigrante**, também conhecida como **Casa da Feitoria**, é de propriedade do Museu Histórico Visconde de São Leopoldo e recebe notoriedade por ter abrigado os primeiros imigrantes alemães em 1824. Foi construída em 1788, no local onde funcionava a Feitoria do Linho Cânhamo. Apesar da relevância histórica e cultural e da forte ligação com a origem de São Leopoldo e demais municípios do Vale dos Sinos, a Casa encontra-se escondida em meio à vegetação; parte da sua estrutura está caída e sua placa de identificação é tapada pelos galhos das árvores, dando ao atrativo um aspecto de abandono.

Fotos 1 e 2: Casa do Imigrante



Fonte: IPM Unisinos

O **Museu Histórico Visconde de São Leopoldo** está localizado no centro da cidade, sendo de fácil acesso e localização, e é um dos mais importantes museus de São Leopoldo. Seu acervo é considerado um dos mais ricos do Brasil sobre a imigração alemã no país, com mais de 35.000 peças, sendo milhares de fotografias, livros, documentos e centenas de títulos de jornais. Além disto, conta com vestuário, utensílios domésticos e de trabalho além de outros objetos e equipamentos ligados à imigração. Encontra-se fechado para visitação desde o mês de março de 2020 devido   pandemia.

O **Centro de Espiritualidade Cristo Rei**   uma constru o de 1940, iniciada pela cria o do então Colégio Máximo Cristo Rei. Entre as décadas de 1940 e 1980, as dependências do atual Centro serviram de espaço para a realiza o dos cursos de Filosofia e Teologia. Em 1980, o local recebeu o nome de Centro de Espiritualidade Cristo Rei.

Atualmente, o Centro   um importante **atr tivo religioso** de São Leopoldo, tendo visibilidade também por ter servido de moradia para **Padre Reus** nos seus últimos anos de vida. Destina-se   hospedagem e   realiza o de eventos corporativos e científicos, cursos, seminários e retiros espirituais. Sua infraestrutura compreende 11 hectares de área verde, jardins, lago e estrutura de lazer, num local que produz a sensa o de isolamento. O prédio histórico possui 125 apartamentos, um auditório para a realiza o de eventos com capacidade para 200 pessoas e oito salas, que podem receber grupos de 15 a 80 pessoas. O mesmo encontra-se fechado para visita o devido   pandemia.

A 700 metros dali situa-se o **Santuário Sagrado Cora o de Jesus**, mais conhecido como **Santuário Padre Reus**, outro importante **atr tivo religioso** de São Leopoldo. O local concentra o túmulo do Padre, falecido em 1947, assim como de vários padres Jesuítas, a Igreja Padre Reus e um memorial com seus objetos pessoais. O local recebe intensa visita o, especialmente aos finais de semana e, para isso, possui infraestrutura de estacionamento, área verde com bancos, restaurante, sanitários e uma loja *souvenirs* e artigos religiosos. Em tempos sem pandemia, há missas regulares. Na Sexta-Feira Santa, o fluxo de fiéis que se dirigem espontaneamente ao local, de diversas localidades do estado, chega a aproximadamente 60 mil pessoas.

Foto 3: Igreja Padre Reus junto ao Santuário



Fonte: IPM Unisinos

A **Igreja Nossa Senhora da Conceição** e a **Igreja do Relógio** são **atrativos religiosos** que se fundem com a **história da imigração alemã** no município. A Igreja Nossa Senhora da Conceição, atualmente, é denominada **Igreja Matriz Nossa Senhora da Conceição**. A pequena capela que a originou foi **erguida pelos imigrantes alemães** e demolida por volta de 1845. No local, foi erguida então a nova Igreja, inaugurada em 1859. Em 1865, foi reformada, dando lugar ao prédio atual, que é a primeira obra do Rio Grande do Sul a seguir a tipologia neogótica. A Igreja era dirigida pelos Jesuítas, sendo instalada ao lado do prédio da antiga sede da Unisinos e do Instituto Anchieta de Pesquisas. Estes são os primeiros atrativos avistados logo na chegada a São Leopoldo.

Foto 4: Igreja Nossa Senhora da Conceição (E) e antiga sede da Unisinos (D)



Fonte: IPM Unisinos

Foto 5: Igreja Nossa Senhora da Conceição vista da Praça Tiradentes



Fonte: IPM Unisinos

A **Igreja do Relógio** tem representatividade pois, na primeira leva de imigrantes que chegou a São Leopoldo, a grande maioria era da religião Luterana. O Império afirmava que a Católica era a religião oficial do Estado sendo que as demais eram toleradas desde que praticadas em casas que não tivessem nenhum elemento que lembrasse uma igreja, como torres, sinos ou cruzes. Assim sendo, os alemães luteranos, não podendo construir igrejas, construíam escolas, usando-as como espaços para seus

cultos. Desta forma, em 1826 foi construído o Colégio Rio Branco, que também servia como casa de orações. Após a Proclamação da República, que afirmou o Estado Laico e a liberdade religiosa, iniciaram-se as obras da atual Igreja no mesmo espaço, sendo sua inauguração em 1911.

Estes e outros atrativos formam o **casario histórico** de São Leopoldo. São construções de igrejas, prédios públicos e privados, que se misturam às construções mais recentes e modernas de São Leopoldo. Alguns dos prédios mais importantes são: o prédio da Câmara de Vereadores; o Centro de Espiritualidade Cristo Rei e a Casa Matriz de Diaconisas; o antigo cais do porto de propriedade da família Blauth (atual Museu do Rio) e a primeira estação ferroviária do RS (atual Museu do Trem); a Sociedade Orpheu e a Sociedade de Canto Concórdia; a Casa do Imigrante; os prédios dos colégios São José, Sinodal e Rio Branco; a sede antiga da Unisinos e a sede da Faculdade EST; as igrejas do Relógio e Nossa Senhora da Conceição; diversos prédios comerciais da Rua Grande e adjacências.

No **Museu do Trem** funcionava a antiga estação ferroviária de São Leopoldo, a primeira estação construída no Rio Grande do Sul. Inaugurada em 1874, sua construção impulsionou o desenvolvimento da região do Vale dos Sinos. O Museu foi fundado em 1985 e seu acervo é formado por documentos, arquivos audiovisuais e bibliográficos.

Foto 6: Entrada do Museu do Trem



Fonte: IPM Unisinos

Foto7: Entrada do Museu do Trem



Fonte: IPM Unisinos

Apesar da relevância histórica e cultural, o local onde hoje é o Museu do Trem carece de limpeza e ações de conservação. Nas condições atuais, o local não está atrativo do ponto de vista turístico, parecendo, inclusive, desativado. O mesmo estava fechado no dia da visita dos pesquisadores.

Analisando os principais elementos e informações levantadas na categoria Históricos e Culturais, observa-se que São Leopoldo possui inúmeros prédios históricos, assim como foi palco acontecimentos históricos relevantes, principalmente ligados à imigração alemã no Sul do Brasil, o que lhe confere o título de “Marco Zero da Rota Romântica”. Suas construções, museus, prédios, igrejas e arquitetura em geral tornam **tangível a história e a cultural do lugar**, o que se configura num patrimônio histórico e cultural representativo, portanto, com **potencial de exploração turística**. Por outro lado, estes elementos, repletos de história e cultura, **não são valorizados e explorados turisticamente**.

Por meio deles, o **turismo cultural** poderia ser desenvolvido, a partir da criação de experiências e vivências da história e da cultura alemã. Os atrativos listados no site da Prefeitura Municipal poderiam ser organizados visando formar um **roteiro turístico de fato** e assim contando a história de São Leopoldo e da região. No entanto, é necessário observar que ações de manutenção, restauração, reconstrução, sinalização e identificação são essenciais para que roteiros culturais se consolidem.

O **turismo cultural** também poderia ser explorado a partir de restaurantes dedicados à gastronomia típica local, a realização de feiras/festivais culturais e gastronômicos bem como de eventos culturais/temáticos que envolvam a comunidade local e regional; da decoração e ambientação dos atrativos.

Já o **turismo religioso** acontece de forma espontânea, por meio da visita a atrativos como o Santuário Padre Reus e o Centro de Espiritualidade Cristo Rei. Estes dois, junto com a Casa Matriz de Diaconisas, a Igreja Matriz Nossa Senhora da Conceição e a Igreja do Relógio, compõem a oportunidade de **criação de roteiros turísticos** neste segmento, sendo necessárias ações preliminares de estruturação dos roteiros, bem como o incremento da divulgação dos mesmos e dos atrativos, aumentando a projeção de São Leopoldo como destino de exploração do turismo religioso.

Atrativos naturais

Os atrativos naturais de São Leopoldo são representados principalmente pelo **Parque Natural Municipal Imperatriz Leopoldina** e pelo **Rio dos Sinos**, pontos que também possuem importância histórica e cultural. Também são listados nesta categoria o **Largo Rui Porto** e o **Parque Recreativo do Trabalhador**.

O **Parque Natural Imperatriz Leopoldina**, localizado a cerca de 3 quilômetros do Centro, é dividido em duas partes. Uma delas diz respeito ao **Parque Banhado da Imperatriz**, uma unidade de conservação ambiental de espécies da flora e fauna, especialmente as relacionadas às águas do Rio dos Sinos. A segunda parte é denominada de **Jardim Botânico**, sendo este o espaço mais utilizado pelos visitantes e moradores. Possui infraestrutura de apoio, onde estão situados a administração do parque, o Viveiro Municipal e a área de lazer e recreação com churrasqueiras, canchas de bocha, quadras esportivas, pracinha infantil e sanitários. Na visita, estava fechado para visita em decorrência da pandemia.

O **Rio dos Sinos** se faz presente no cotidiano dos leopoldenses e de todos os que circulam pela região do Vale. Para transitar de uma cidade à outra, é necessário cruzá-lo por meio de pontes. A **Ponte 25 Julho** (na Avenida Caxias do Sul) é uma dessas estruturas, tendo sido construída entre 1871 e 1876, sendo a **primeira travessia do Rio dos Sinos**. Outros pontos de contato com o Rio, em São Leopoldo, são a Rua São

Joaquim, a Avenida Mauá, a Rua da Praia – onde se localiza o **Museu do Rio** – e também a ponte na BR-116.

O **Largo Rui Porto** e o **Parque Recreativo do Trabalhador** são estruturas de lazer e entretenimento, utilizados principalmente pela comunidade local para a prática de esportes, confraternizações em grupos e a realização de eventos municipais. Os locais possuem campos de futebol, quadras esportivas, pistas para caminhadas, academias ao ar livre, entre outros recursos. São locais importantes para os leopoldenses, mas com pouca atratividade turística.

Analisando as informações levantadas na categoria Atrativos Naturais, é possível concluir que **os mesmos não se configuram como principais atributos turísticos de São Leopoldo**. O Rio dos Sinos nunca foi explorado turisticamente **como atrativo natural**. As estruturas disponíveis atualmente, no seu entorno, priorizam o tráfego e a passagem de veículos, não sendo possível contemplá-lo de alguma forma.

Dada a sua importância histórica, este atrativo poderia ser trabalhado, inclusive em conjunto com o desenvolvimento e a implantação de outros **atrativos econômicos, de lazer e culturais**; uma possibilidade é a utilização do espaço do **Museu do Rio** para esta finalidade. No entanto, de maneira geral, destaca-se que seriam necessários diversos projetos e obras para a implantação de estruturas a fim de tornar o Rio dos Sinos um atrativo turístico consolidado.

Atrativos Econômicos

A economia de São Leopoldo é diversificada, havendo empresas dos diferentes setores (indústria, comércio, serviços). É notável a **representatividade das indústrias** para a base econômica do município, especialmente do **ramo metalmeccânico**, sendo o seu **parque industrial** reconhecido por abrigar grandes empresas nacionais e multinacionais.

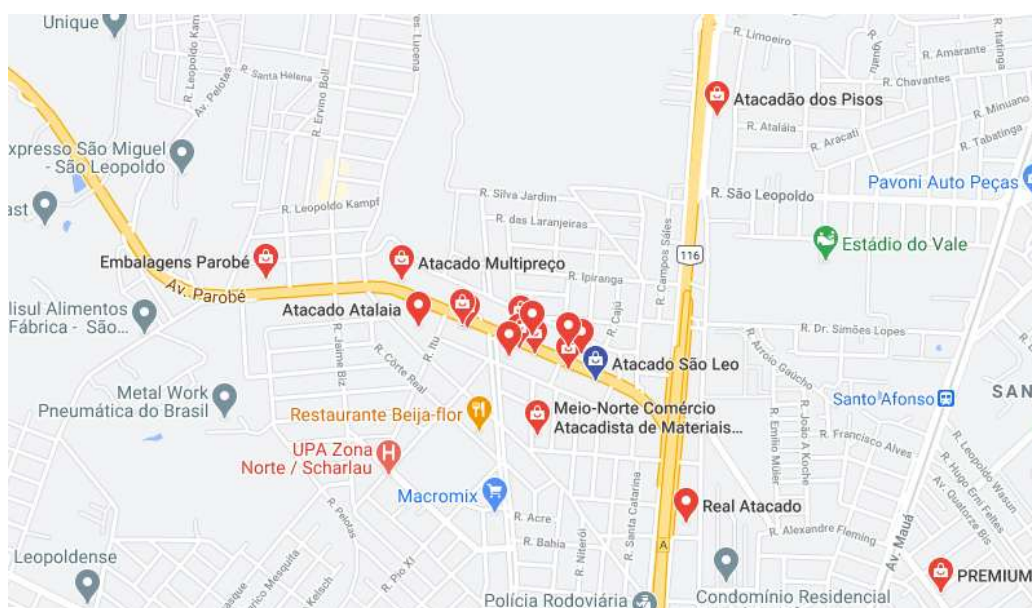
São Leopoldo também é conhecida nacional e internacionalmente em função da **Unisinos – Universidade do Vale do Rio dos Sinos** e do **Parque Tecnológico de São Leopoldo – Tecnosinos**. A Unisinos é uma das mais importantes instituições de ensino superior da região, oferecendo centenas de cursos nos níveis de graduação e pós-graduação. Sua estrutura, além dos prédios, salas de aula e laboratórios, também é

composta por um anfiteatro com 720 lugares, complexo esportivo, uma das maiores Bibliotecas da América Latina, a Incubadora Tecnológica – UNITEC, rádio e TV Unisinos e quatro museus: Museu de Arqueologia, Museu de História Geológica do RS, Museu de Memória Sacra e Memorial Jesuíta. Mais recentemente, inaugurou um campus em Porto Alegre.

O **Tecnosinos**, organização que tem como objetivo fomentar novas economias da área da tecnologia, atualmente abriga em torno de 70 empresas nas áreas de Tecnologia da Informação, Semicondutores, Automação e Engenharias, Comunicação e Convergência Digital, Tecnologias para a Saúde e Energias renováveis e Tecnologias Socioambientais. Dentre as empresas instaladas, há grupos multinacionais (SAP, BOSCH REXROTH, HT MICRON, AXXIONE GROUP), micro e pequenas empresas incubadas pela UNITEC e empresas nacionais de médio e grande porte consolidadas (GVDASA, ACCERA, SKA). Assim, a tradição industrial/empresarial e de prestação de serviços educacionais faz com que circulem, diariamente, muitas pessoas a trabalho e a negócios em São Leopoldo, movimentando os empreendimentos locais em função do **turismo de negócios**.

A região do **bairro Scharlau**, cortada pela ERS-240, é uma região que reúne diversos empreendimentos comerciais, em especial, **lojas de atacado** que comercializam produtos variados, desde alimentos e bebidas a roupas, acessórios, calçados, utensílios domésticos e de decoração, materiais de construção, brinquedos, presentes, entre outros. Isto torna São Leopoldo um destino procurado para compras, atraindo consumidores de outras cidades da Região Metropolitana. Os pinos vermelhos na figura abaixo representam as lojas de atacado localizadas no bairro Scharlau em São Leopoldo.

Figura 7: Mapa de lojas de atacado no bairro Scharlau



Fonte: IPM Unisinos

Não foi identificado produto típico local (consolidado e explorado turisticamente) relacionado à **economia local**, mas há potencialidades relacionadas a **gastronomia**, atrativos históricos e culturais (segmento do **turismo religioso**) e econômicos (segmento do **turismo de negócios** ou de **compras**) que poderiam ser explorados nesse sentido.

Analisando as informações levantadas na categoria Atrativos Econômicos, conclui-se que **as atividades econômicas desenvolvidas em São Leopoldo geram fluxo turístico para o município**, o que se reflete na ocupação de hotéis e restaurantes. Por outro lado, se observa que esta é uma demanda que ocorre de forma espontânea, ou seja, decorre naturalmente das atividades desenvolvidas pelas organizações do município (visitas técnicas, reuniões, compra e venda de produtos e serviços, entre outras) e **não por um esforço planejado com o objetivo de atrair visitantes**. Deste modo, conclui-se que as atividades econômicas desenvolvidas ainda **possuem potencial de exploração turística**, caso sejam trabalhadas ativamente.

A partir disto, poderia se pensar na **exploração ativa do turismo de negócios e de eventos**, maximizando o uso das infraestruturas já existentes junto a empresas, ao Tecnosinos, hotéis e instituições de ensino (salões de eventos, auditórios, salas de reuniões) para a realização de **encontros programados e organizados** como congressos,

convenções, simpósios, lançamentos, mostras, exposições, feiras, tanto no âmbito profissional quanto no acadêmico.

A **existência de diversas lojas de atacado** é outro ponto com **potencial de exploração turística** em São Leopoldo, por meio do **turismo de compras**. Conta como positivo o fato de os estabelecimentos estarem reunidos numa região específica, como é o caso do bairro Scharlau. Por outro lado, identifica-se uma lacuna na articulação dos empreendimentos, visando criar uma oferta mais qualificada, de maneira geral, aos consumidores, assim como faltam ações de divulgação que projetem a região como polo de compras.

Ainda, ações de qualificação da infraestrutura do entorno seriam primordiais para a exploração desta oportunidade, com a criação de estacionamentos e locais adequados para paradas, embarque/desembarque de passageiros, bem como melhorias viárias, visto que a região, atualmente, frequentemente apresenta congestionamentos. Outra possibilidade seria criar empreendimentos que reúnam as lojas e os produtos em um só local, como shoppings ou centros comerciais, tornando estes locais pontos de parada para quem está em trânsito pela região ou o destino final de excursões.

Eventos

O calendário de eventos de São Leopoldo não está formalizado nem divulgado no site da Prefeitura Municipal. De maneira geral, as informações sobre este tema são difusas e não estão reunidas em um só local. De acordo com a Prefeitura Municipal e atores locais, os principais eventos de São Leopoldo são a **São Leopoldo Fest** e a **Romaria do Padre Reus**, ligados ao aniversário da imigração alemã no município.

A **São Leopoldo Fest** é uma festa tradicional e popular de São Leopoldo, que ocorre desde a década de 1990, considerada uma das maiores do gênero na região do Vale dos Sinos. Acontece sempre no **mês de julho**, contemplando a **data 25 de julho** (aniversário da imigração alemã). Este evento surgiu com o intuito de resgatar e cultivar as tradições da cultura alemã por meio de danças, teatro, artesanato, música, com apresentação de bandas típicas, e gastronomia. Atualmente, oferece uma programação

cultural diversificada, mesclando a cultura germânica com apresentações artísticas e culturais também de outros gêneros.

Também **em julho**, no segundo domingo do mês, ocorre a **Romaria do Padre Reus**, evento religioso realizado desde o ano de 2006 em São Leopoldo. O mesmo é realizado neste período também em alusão ao mês de aniversário da imigração alemã no município. Em tempos normais, sem pandemia, a romaria reúne milhares de devotos e religiosos que percorrem diversos pontos da cidade a pé. O final do trajeto é o Santuário do Padre Reus, onde é realizada uma missa campal.

Analisando as informações levantadas na categoria Eventos, verifica-se que São Leopoldo **não possui calendário de eventos anual definido pela Prefeitura Municipal**. Há dois eventos anuais importantes, porém **ambos ocorrem no mês de julho**, havendo grande sazonalidade nesse sentido e, portanto, **espaço para a criação e a distribuição de outros eventos** de maior porte e abrangência ao longo de todo o ano.

Assim sendo, como principais **oportunidades** nesta categoria, vislumbra-se a criação de **novas propostas de eventos** em diversos segmentos: artísticos, culturais, gastronômicos, profissionais, acadêmicos, negócios, esportivos. Recomenda-se a articulação dos atores e entidades representativas locais, sejam elas públicas ou privadas, para a **definição de um calendário de eventos anual e unificado**, e que este seja divulgado em canais oficiais na internet como o site da Prefeitura Municipal, apresentando também informações, datas, programação e locais onde ocorrem.

Fonte: IPM Unisinos

Infraestrutura

Acesso e transporte

São Leopoldo localiza-se a 35km de distância de **Porto Alegre**. O percurso mais tradicional é realizado pela **BR-116**, passando pelos municípios de Sapucaia do Sul, Esteio e Canoas. Há também a opção de utilizar a **BR-448** (Rodovia do Parque) que cruza os mesmos municípios.

A viagem de carro de Porto Alegre a São Leopoldo leva em torno de 30 minutos quando utilizada a BR-116 e em condições normais de trânsito. Por ser uma rota muito utilizada entre as cidades da Região Metropolitana, frequentemente há **situações de congestionamentos intensos em pontos específicos da rodovia, como a ponte sobre o Rio dos Sinos e o viaduto do bairro Scharlau, especialmente nos horários de pico** (início da manhã e final da tarde), aumentando consideravelmente o tempo de percurso. Apesar do fluxo intenso na região, as condições rodoviárias para percorrer o trecho estão boas em toda a sua extensão. Estando em São Leopoldo, é possível fazer o percurso “por dentro” da cidade em direção a Novo Hamburgo, utilizando-se a Avenida Mauá, não sendo necessário, portanto, trafegar pela BR-116. No entanto, o caminho mais utilizado, ainda, é o da BR-116.

Para quem viaja de **ônibus** da região metropolitana de Porto Alegre à São Leopoldo ou vice-versa, a empresa **Central** disponibiliza diversos horários de partida diários. Por se tratar de uma rota muito utilizada, a empresa disponibiliza várias linhas neste trecho, que adentram alguns bairros e/ou empresas. Muitas vezes, o destino final é Novo Hamburgo, município vizinho, mas mesmo assim é possível fazer uma parada para desembarcar em São Leopoldo. Desta forma, os horários disponíveis são de hora em hora e, nos horários de pico, de meia em meia hora. Existem ônibus nas modalidades comum, executivo e integrado (este com conexão na Unisinos). As viagens duram em torno de 40 minutos e as passagens custam entre R\$ 4,20 a R\$ 12,15, dependendo da modalidade escolhida.

Outra alternativa interessante para fazer os percursos entre as cidades da Região Metropolitana é por meio da utilização do **Trensurb**, cuja rota inicia-se no centro

da cidade de Novo Hamburgo e encerra no Centro Histórico de Porto Alegre, na Estação Mercado. São Leopoldo possui três estações do Trensurb: Unisinos, São Leopoldo e Rio dos Sinos. O bilhete unitário da TRENSURB custa R\$ 4,20 e a viagem até Porto Alegre leva em torno de 40 minutos.

A distância de São Leopoldo ao **Aeroporto Salgado Filho** é de aproximadamente 28 quilômetros, caminho que leva em torno de 25 minutos para ser percorrido de carro. Este trajeto também pode ser realizado utilizando-se o **trem** e depois o **aeromóvel**, que parte da estação Aeroporto do Trensurb, chegando no Salgado Filho em apenas 1 minuto.

São Leopoldo também fica no caminho para aqueles que utilizam a BR-116 em direção as cidades turísticas da Serra gaúcha, como Gramado, ou as cidades do litoral norte, como Tramandaí e Capão da Canoa. A distância entre São Leopoldo e Gramado é de cerca de 90 quilômetros, sendo percorrida aproximadamente em 1h20min e, entre São Leopoldo e Tramandaí, é de 145 quilômetros, com trajeto sendo realizado em torno de 1h57min.

O **principal acesso** a São Leopoldo ocorre justamente **pela BR-116**, sendo sinalizado por placas instaladas junto a rodovia. As mesmas não identificam especificamente a cidade, mas se referem à “Rota Romântica” e ao “Marco Zero da Rota Romântica”. Um letreiro com o nome da cidade está pintado na estrutura do viaduto que cruza a BR-116: “Conheça São Leopoldo”. **Não há estruturas turísticas** (pórtico, letreiro fixado em canteiros ou outro) que indiquem claramente a chegada ao município. À direita de quem trafega do sentido Porto Alegre – São Leopoldo, pela BR-116, há um outdoor sobre os “200 anos da imigração alemã” no Brasil e um relógio (desativado) que faria contagem para a data (25 de Julho de 2024). Logo após, localiza-se a casa do “Marco Zero da Rota Romântica”.

A **rodoviária** de São Leopoldo localiza-se próxima a BR-116, sendo de fácil acesso e localização. Possui mais de uma dezena de boxes de ônibus, onde ocorre tanto o embarque quanto o desembarque de passageiros. Sua estrutura física é antiga, carece de ações de conservação, como limpeza e pintura, e não oferece conforto aos viajantes; os usuários aguardam a chegada dos ônibus em bancos de madeira. Estes ficam apenas cobertos, não havendo paredes que protejam quem aguarda, das condições climáticas,

especialmente no frio. De maneira geral, o local transmite uma sensação de insegurança.

Fotos 8 e 9: Rodoviária de São Leopoldo



Fonte: IPM Unisinos

Na parte interna, há diversas lancherias de pequeno porte, com estrutura simples e lojinhas de conveniência. Em alguns locais, o preparo dos alimentos é duvidoso. Há dois guichês em funcionamento para a consulta e a venda de passagens, serviço de encomendas/guarda-volumes e dois caixas eletrônicos. Na parte externa, há um ponto de táxi. As avaliações de usuários publicadas no Google conferem uma nota

de 3,4 de no máximo 5, à rodoviária. As principais críticas se referem a limpeza do local de maneira geral, mau odor, infraestrutura física disponível e insegurança.

A rodoviária possui um domínio próprio na internet (<http://www.rodoviariadesaoleopoldo.com.br/site/>), onde há uma ferramenta de busca de horários de viagens. Ao realizar alguma consulta, o usuário é direcionado ao site de um terceiro, “Top Passagens” (<https://consulta.toppassagens.com.br/>) por meio do qual é possível verificar os horários das viagens e os preços das passagens, mas não comprá-las online.

Analizando todos os quesitos que compõem a categoria de **Acesso e Transporte** e relacionando-os aos dados coletados em São Leopoldo, foram identificados tanto aspectos positivos quanto negativos relacionados. Contam como pontos positivos, ou seja, que **contribuem para o desenvolvimento da oferta e da infraestrutura de turismo** em São Leopoldo, os seguintes:

- A localização geográfica de São Leopoldo estimula o fluxo pelo município, sendo “caminho” para diferentes destinos como a Serra gaúcha e o litoral norte do estado.
- Distâncias curtas entre os municípios da Região Metropolitana e a proximidade de grandes centros como Canoas, Novo Hamburgo e Porto Alegre favorecem os intercâmbios entre eles, além da proximidade do Aeroporto Salgado Filho.
- Diferentes possibilidades de acesso à São Leopoldo, sendo por meio de rodovias federais, estradas intermunicipais e Trensurb.

A despeito dos pontos positivos identificados, alguns aspectos podem **dificultar o desenvolvimento e a exploração do turismo** em São Leopoldo. São eles:

- Trânsito pesado e frequentes congestionamentos na BR-116, especialmente junto aos acessos ao município (trecho da Ponte do Rio dos Sinos e viaduto do bairro Scharlau).
- Ausência de pórtico, letreiro ou qualquer outra estrutura turística que identifique claramente a entrada da cidade, somada ao trânsito intenso da BR-116, culmina num acesso ao município pouco atrativo.
- Estação rodoviária, em geral: infraestrutura física e conforto, limpeza e conservação, qualidade dos serviços oferecidos aos usuários, insegurança, site sem recursos de compra de passagens pela internet.

Esses pontos também foram identificados pelos integrantes da Oficina de Elaboração do Plano Municipal de Turismo. Assim sendo, fica clara a necessidade de **melhorar a infraestrutura e as condições do acesso ao município**, implantando sinalização e/ou estrutura turística com esta finalidade, visando torná-lo mais vistoso e atrativo e maximizar o aproveitamento dos pontos positivos identificados nesta categoria. Ainda, é recomendada a melhoria/atualização da estrutura da estação rodoviária de maneira geral, considerando, também, que a mesma localiza-se praticamente na entrada da cidade e é um dos primeiros pontos de contato do visitante com o município.

Apoio ao Turista e Conveniências

São Leopoldo possui uma estrutura supostamente destinada ao atendimento ao turista, localizada próxima ao acesso da BR-116 ao município, chamada de **Marco Zero da Rota Romântica**. Esta é uma construção no **estilo enxaimel**⁴ que também serve para demarcar o início da **Rota Romântica**.

Foto 10: Construção enxaimel no Marco Zero da Rota Romântica



Fonte: IPM Unisinós

⁴ O estilo enxaimel trata-se de uma técnica de construção baseada na montagem de paredes com hastes de madeira encaixadas entre si. O posicionamento das hastes pode ser horizontal, vertical ou inclinado e o preenchimento entre os espaços é feito, basicamente, por pedras e/ou tijolos.

No entanto, durante a pesquisa, observou-se que o local encontra-se vazio e fechado com grades. Outra fragilidade observada é com relação a conservação do local, que encontra-se pichado e carecendo de limpeza/obras de conservação.

Fotos 11 e 12: Construção enxaimel no Marco Zero da Rota Romântica



Fonte: IPM Unisinos

Assim, a construção enxaimel que poderia servir como um atrativo turístico e um local para tirar fotos, dada a sua importância histórica e cultural, não é utilizada

nesse sentido, contando, inclusive, como aspecto negativo, dado o seu estado de conservação e localização junto a entrada da cidade.

A existência de folheteria turística foi referida por um dos entrevistados, que mencionou o **folder turístico** denominado “Guia Turístico – Belezas Turísticas e Culturais, Gastronomia, Hospedagens, Mapa da Cidade e Serviços”. No entanto, este material não foi localizado durante a etapa de pesquisa de campo.

A maior parte das ruas do município é identificada com placas. Há boa **sinalização** no trânsito, que contempla também direções para **alguns atrativos turísticos**, assim como para locais importantes como Hospital, rodoviária e universidade. Mesmo assim, há oportunidade de melhoria neste aspecto, padronizando e revitalizando a sinalização já existente, assim como implantando sinalização em locais onde ela é inexistente. Com relação a **estrutura bancária**, o município possui agências de diversos bancos e, sobre a **estrutura de saúde**, o município possui hospitais, unidades de pronto atendimento e diversas clínicas de diferentes especialidades, estando bem atendida nestes quesitos.

O município possui **32 agências de turismo registradas no Cadastur**, mas que operam, em grande parte, com a oferta de **pacotes emissivos** sem foco no turismo local. Existe também um número expressivo de **transportadoras turísticas** cadastradas em São Leopoldo (21) mas estas também têm sua atividade focada na realização de transfers e traslados para outros destinos da região Sul do Brasil.

Rotas e Roteiros Turísticos

São Leopoldo pertence à Região Turística Vale Germânico e, ainda, à Rota Romântica. No âmbito regional alguns roteiros começam a ser elaborados, motivados pela identificação de potenciais e possibilidades de integração da oferta turística.

O **Circuito de Cicloturismo** é outra rota turística da qual São Leopoldo faz parte, lançada recentemente pela AMRR. Ela foi projetada para ser realizada **percorrendo estradas secundárias de bicicleta**. O circuito é autoguiado e interliga todos os municípios integrantes da AMRR. Por tratar-se de um circuito, a saída e a chegada oficiais são a Central de Informações Turísticas de Nova Petrópolis, sede da Rota

Romântica. Os trajetos, porém, podem ser realizados de forma independente e em qualquer tempo e distância.

São Leopoldo integra especificamente dois trechos do Circuito de Cicloturismo: o Trecho 7 - Novo Hamburgo a São Leopoldo, com 10 quilômetros de extensão e o Trecho 8 - São Leopoldo a Novo Hamburgo a Dois Irmãos, com 37,7 quilômetros de extensão. Durante a pesquisa, observou-se que **não há qualquer sinalização e folheteria turística** referente ao Circuito de Cicloturismo, aos trechos pontos da referida rota que localizam-se em São Leopoldo.

Deste modo, verificou-se que **a Rota Romântica é pouco efetiva** para São Leopoldo. Apesar de o município ser destacado como **o marco zero da Rota**, os principais destinos buscados pelos turistas são Gramado, Canela e Nova Petrópolis. Cabe ressaltar, também, que a página⁵ destinada ao Vale Germânico dentro do site de Turismo da SEDETUR, ao descrevê-lo, traz informações que dizem respeito à Rota Romântica e não ao Vale, o que pode causar confusão no público.

Analizando todos os quesitos que compõem a categoria de Apoio ao Turista e Conveniências e relacionando-os aos dados coletados em São Leopoldo, foram identificados tanto aspectos positivos quanto negativos relacionados. Contam como pontos positivos, ou seja, que **contribuem para o desenvolvimento da oferta e da infraestrutura de turismo** em São Leopoldo, os seguintes:

- A crescente consolidação do Vale Germânico, não apenas como regionalização do Ministério do Turismo, mas também como **rota turística**, somada à articulação e coordenação encabeçada por associações municipais como a AMVARS.

- A proximidade geográfica entre os municípios integrantes do Vale Germânico, que facilita a articulação entre os mesmos e a criação de rotas turísticas.

- A diversidade de atributos da região Vale Germânico, que possibilita a criação de diferentes rotas turísticas, valorizando gastronomia, natureza, religião, economia, história e cultura local.

- Presença oficial e relevante do município em redes sociais como *Facebook* e *Instagram*, por meio da Prefeitura Municipal.

⁵ <https://www.turismo.rs.gov.br/regiao/44/regiao-vale-germanico#sobre> Acesso em 06/10/2020

- Boa estrutura de apoio no que tange a serviços de transporte, saúde e agências bancárias.

A despeito dos pontos positivos identificados, alguns aspectos podem **dificultar o desenvolvimento e a exploração do turismo** em São Leopoldo. São eles:

- Inefetividade do Centro de Atenção ao Turista junto ao Marco Zero da Rota Romântica, somado ao seu estado de conservação.

- Ausência de folheteria turística, tais como mapas, folders, flyers, dificulta a obtenção de informações turísticas.

- Agências e transportadoras turísticas locais não possuem iniciativas de trabalho com turismo receptivo.

- Formato de apresentação das informações turísticas no site da Prefeitura Municipal (excesso de textos, página pouco atrativa, atrativos não categorizados, ausência de roteiro turístico), além de não mencionar o Vale Germânico.

- Site da SEDETUR-RS apresenta informações fora de padrão, incompletas e desatualizadas, vinculando São Leopoldo apenas à Rota Romântica (não menciona a regionalização oficial, segundo o Ministério do Turismo) e utiliza informações da Rota para descrever o Vale.

- Baixa efetividade e identificação da Rota Romântica como Associação e rotas turísticas para o município de São Leopoldo.

Esses pontos foram também citados pelos participantes da Oficina de Planejamento do Turismo. Deste modo, fica clara a necessidade de **melhoria e qualificação da estrutura de apoio ao turista em São Leopoldo**, especialmente no que tange à recepção e ao atendimento a visitantes, com a implantação de um **CAT** ou **Centro de Informações Turísticas** efetivos, a confecção de **folheteria turística** e a melhoria da **sinalização turística existente**. Além disso, a **necessidade qualificação das informações turísticas na Internet**, a começar pelo site da Prefeitura Municipal, que poderia categorizar os atrativos turísticos de São Leopoldo e apresentá-los no formato de roteiro; incluir maior número de informações úteis, tais como: estabelecimentos de hospedagem, de alimentação, guias e agências de turismo locais, roteiros e horários de ônibus e trem; divulgar as rotas e roteiros já existentes no âmbito da Rota Romântica. O Vale Germânico, apesar de ainda estar em estruturação, também poderia ter espaço para divulgação em canais oficiais da Prefeitura pois, uma vez que suas rotas estejam

implementadas, será importante incluir informações atualizadas e detalhadas sobre como percorrê-las.

Futuramente, pode-se pensar na ampliação da presença digital do município por meio da criação de um perfil no *Instagram* voltado especificamente ao turismo em São Leopoldo ou aproveitar o alcance das redes sociais já existentes da Prefeitura Municipal, que poderiam ser utilizadas para a divulgação de conteúdo sobre rotas, roteiros e atrativos turísticos do município. Por fim, é indicado, também, que as informações constantes em sites de terceiros, como o da SEDETUR, sejam corrigidas e atualizadas, visando transmitir maior credibilidade nas informações prestadas online.

Hospedagem

Como meios de hospedagem, buscaram-se **hotéis** e **pousadas**. No Cadastur, existem **6 meios de hospedagem** cadastrados: Hotel 10, Hotel Dez, Hotel Express Confort, Intercity São Leopoldo, Work+Hotel e o Hotel Klein Ville. Durante a pesquisa, foram identificados pelo menos mais 4 hotéis em São Leopoldo: o Hotel Suarez, o Hotel Record, o Hotel Express e o Hotel Pousada Sinos, além do Centro de Espiritualidade Cristo Rei e a Casa Matriz de Diaconisas, que também ofertam serviços de hospedagem.

Os meios de hospedagem de São Leopoldo são de fácil acesso e boa localização. Os hotéis Klein Ville, Dez, Express, Express Confort, Intercity, Suarez e Record localizam-se no Centro da cidade. O Hotel 10 está localizado no bairro São João Batista, às margens da BR-116. No bairro Cristo Rei localiza-se o Work+Hotel, em frente à Unisinos, assim como o Hotel Pousada Sinos também localiza-se próximo à Universidade. **Nenhuma dessas alternativas possui foco turístico**, recebendo, em grande parte, pessoas que estão na cidade a trabalho, negócios ou estudos. Os **valores** praticados por estes estabelecimentos (diárias) variam de R\$ 120 a R\$ 180.

Já o Centro de Espiritualidade Cristo Rei, localizado no bairro Cristo Rei e a Casa Matriz de Diaconisas⁶, localizada no bairro Morro do Espelho, possuem propostas peculiares. Os locais possuem espaços destinados à hospedagem e à realização de eventos corporativos e científicos, cursos, seminários e retiros de espiritualidade. O

⁶ Os locais estavam fechados para visitação devido à pandemia da Covid-19.

primeiro é ligado à Ordem dos Jesuítas/Companhia de Jesus o segundo trata-se da sede da Irmandade Evangélica Luterana de São Leopoldo. Os locais possuem amplas áreas verdes, jardins e infraestrutura física completa com auditórios, salões de eventos, cozinhas, refeitórios, estacionamento, churrasqueiras, entre outros.

De maneira geral, o **atendimento** prestado nos estabelecimentos é qualificado; alguns são mais formais, obedecendo padrões de atendimento ao cliente, uso de uniformes e crachás, enquanto em outros predomina a abordagem informal ou familiar. Verificou-se que a maioria dos estabelecimentos possui site próprio na internet, sendo possível fazer reservas online por eles ou via sites de terceiros, como *Booking*, *Hoteis.com* e *Trivago*.

Quanto aos **serviços e conveniências** ofertados nos locais, o mais comum é o café da manhã incluso na diária. Alguns possuem restaurantes/refeitórios anexos ou próximos, sendo possível fazer outras refeições ao longo do dia. A **acessibilidade** ainda não é padrão em todos os estabelecimentos; alguns possuem rampas de acesso, elevadores e sanitários de uso comum adaptados, enquanto outros tem instalações apertadas e sem adaptação para pessoas com dificuldades de locomoção.

Devido à **pandemia da Covid-19** e ao **Plano de Distanciamento Controlado** do Estado do Rio Grande do Sul, os estabelecimentos de hospedagem tiveram de seguir medidas para evitar a disseminação da doença, descritas em protocolos oficiais e decretos, tais como: operar com menos colaboradores, diminuir as suas taxas de ocupação, usar e exigir o uso de máscara e EPIs, intensificar e adequar rotinas de higienização, prestar atendimento diferenciado a grupos de risco, entre outras.

De maneira geral, foi possível observar como principal medida adotada pelos locais, o uso de máscara, tanto pelos colaboradores quanto pelos hóspedes, a disponibilização de álcool gel e o uso de EPI's, como luvas descartáveis. Quanto as rotinas de higienização, por mais que o estabelecimento afirme que as realiza seguindo os protocolos, é impossível obter esta comprovação.

Com isso, recentemente, o Ministério da Saúde lançou o **selo Turismo Responsável**, um programa que estabelece boas práticas de higienização para os diferentes segmentos turísticos nacionais. O selo é um incentivo para que os consumidores sintam-se seguros ao viajar e ao frequentar locais e estabelecimentos, sabendo que os mesmos cumprem protocolos específicos para a prevenção da Covid-

19. No caso dos estabelecimentos de hospedagem de São Leopoldo, **seis estabelecimentos possuem o selo.**

Considerando todos estes aspectos, avalia-se a oferta de hospedagem em São Leopoldo como **satisfatória**, pois há diversas alternativas disponíveis, seguindo o mesmo nível de qualidade, infraestrutura e conforto, profissionalização do serviço e atendimento, assim como a preços variáveis e localizações acessíveis. Verifica-se que a oferta de hospedagem existente **atende à demanda**, principalmente de quem está no município a trabalho, estudos ou em trânsito.

Se analisadas as propostas dos locais sob **o ponto de vista turístico**, verifica-se que o Centro de Espiritualidade Cristo Rei e a Casa Matriz de Diaconisas são atrativos para um nicho turístico bem específico, o de **turismo religioso**, apresentando infraestruturas completas para atendimento e acolhimento de visitantes. Já a oferta atual dos demais hotéis do município não é suficiente para atrair/reter turistas ou visitantes, pois não há foco turístico nos serviços prestados e sim em atender hóspedes que estão de passagem e não para fins turísticos, descanso ou lazer.

Assim sendo, as principais oportunidades identificadas nesta categoria dizem respeito a **qualificação das ofertas de hospedagem já existentes (hotéis)**, podendo-se incrementar a infraestrutura de conforto, lazer e entretenimento, bem como os serviços ofertados pelos estabelecimentos (incluir serviço de quarto, restaurantes), assim como à **criação e/ou a exploração de novas propostas**, explorando meios de hospedagem relacionados ao **turismo de lazer** e ao **turismo religioso**. Também pode haver oportunidade de ofertar mais acomodações voltadas a estudantes, como **hostels** e **residências estudantis**.

Por fim, recomenda-se o atendimento aos requisitos e protocolos propostos pelo Ministério do Turismo para a **obtenção do selo Turismo Responsável** por parte dos estabelecimentos, também porque, quando em bandeira vermelha, segundo o **Plano de Distanciamento Controlado** do Estado do Rio Grande do Sul, os estabelecimentos que possuem o selo podem operar com maior taxa de ocupação do que os que não possuem.

Gastronomia

Como estabelecimentos gastronômicos, consideraram-se **restaurantes, lancherias, padarias, sorveterias, cafeterias**. No **Cadastur**, existem **45 estabelecimentos** registrados na categoria de “restaurante, cafeteria, bar e similares”. Durante a pesquisa, identificou-se que São Leopoldo possui um **número bastante satisfatório de estabelecimentos de alimentação**, seja para almoço, jantar, café ou lanche, com **cardápios diversificados** (hambúrgueres, pizzas, lanches, churrasco, pratos vegetarianos, comida japonesa, cafés, doces e salgados, açaí, *fast foods*, buffets de comida por quilo ou *a la carte*, além dos bares de cervejarias, pubs e casas noturnas) e a **preços variáveis**, portanto, acessíveis a qualquer tipo de público.

Em contrapartida, apesar da colonização de diferentes etnias ocorrida no município, São Leopoldo **não possui nenhum restaurante voltado especialmente à culinária africana, alemã ou portuguesa**. De maneira geral, os cardápios não seguem nenhum estilo ou característica em especial; é comum encontrar pratos e comidas de diferentes origens sendo servidos no mesmo buffet.

É interessante mencionar, neste aspecto, o trabalho realizado pelos grupos de **Economia Solidária**, reunidos por meio da AESOL – Associação de Empreendimentos de Economia Solidária de São Leopoldo. Os grupos são formados por artesãos, costureiras, doceiras, boleiras e outros produtores que, a partir de levantamentos históricos, **resgatam receitas de pratos típicos das etnias que colonizaram o município**. Os pratos da gastronomia alemã são os mais frequentes, como o ***strudel*, os biscoitos natalinos, o bolo natalino alemão, a cuca, a *schmier* e os pães**, mas são produzidos pratos de todas as outras etnias como sucos, licores e sorvetes de frutas nativas.

Os produtos são comercializados por meio de feiras itinerantes de economia solidária, em eventos municipais como a São Leopoldo Fest e romarias, bem como por um evento chamado **“Descobrimo São Leopoldo através de sabores”**, um chá organizado pela própria AESOL onde o público adquire cartões e pode consumir livremente os produtos durante o evento, que tem como objetivo apresentar as etnias presentes em São Leopoldo por meio da comida.

Os empreendedores da AESOL também atuam como fornecedores de alimentos para eventos particulares e corporativos, possuindo habilitação em boas

práticas de manipulação de alimentos e equipamentos industriais adequados. De acordo com a atual Presidente da AESOL, a ideia é transformar a sede da associação, localizada no bairro Campina, num bazar e café permanente, difundindo o turismo entre os bairros de São Leopoldo.

Os **bares de cervejarias** também oferecem experiências diferenciadas ao público e vem recebendo crescente adesão. As cervejarias locais **Leopolders**, **República das Cervejas** e **Maniba** (esta última possui a fábrica em Lomba Grande e o pub em São Leopoldo) possuem bares abertos ao público, onde é possível degustar chopes de fabricação própria. A Cervejaria Leopolders localiza-se no bairro Jardim América, a República das Cervejas no Morro do Espelho e o bar da cervejaria Maniba no Centro.

A maioria dos estabelecimentos de alimentação de São Leopoldo concentra-se no centro da cidade ou em bairros próximos, sendo possível encontrar com facilidade locais para fazer refeições ou comprar alimentos. Como alternativa, há também a **praça de alimentação** do Bourbon Shopping, que oferta algumas opções gastronômicas.

A **Rua Grande**, também chamada de **Independência**, sempre foi conhecida por abrigar, ao longo de sua extensão, um grande número de bares, restaurantes e casas noturnas. Há alguns anos, isto colocava São Leopoldo como um destino consolidado de gastronomia e vida noturna, frequentado por consumidores de toda a Região Metropolitana. No entanto, nos últimos anos, o local foi perdendo a adesão tanto da comunidade local como do público externo; alguns estabelecimentos tradicionais fecharam ou mudaram de endereço e a aparência do lugar, atualmente, é pouco atrativa (especialmente em seu primeiro trecho, estreito e apertado), que também conta com muitos estabelecimentos comerciais tradicionais e lojas de redes nacionais.

Foto 13: Primeiro trecho da Rua Independência



Fonte: IPM Unisinos

Há **potencialidade** de desenvolvimento do trecho da Rua Independência após o cruzamento com a Avenida João Correa, visto que a zona é arborizada, mais ampla e espaçosa.

Foto 14: Segundo trecho da Rua Independência, após a Avenida João Correa



Fonte: IPM Unisinos

De maneira geral, o **atendimento** prestado nos estabelecimentos gastronômicos de São Leopoldo é qualificado; os mesmos apresentam perfis distintos,

sendo que alguns são mais formais e sofisticados enquanto em outros predomina o ambiente e a abordagem informal ou familiar. Devido à **pandemia da Covid-19** e ao **Plano de Distanciamento Controlado** do Estado do Rio Grande do Sul, os estabelecimentos de alimentação tiveram de seguir medidas para evitar a disseminação da doença, descritas em protocolos oficiais e decretos, tais como: operar com menos colaboradores, diminuir as suas taxas de ocupação, proporcionar distanciamento mínimo entre as mesas, usar e exigir o uso de máscara e EPIs, prestar atendimento diferenciado a grupos de risco, entre outras.

De maneira geral, foi possível observar como principal medida adotada pelos locais o uso de máscara, tanto pelos colaboradores quanto pelos consumidores, a disponibilização de álcool gel, o uso de EPI's, como luvas descartáveis, e o distanciamento entre as mesas. Nesse contexto, o **selo Turismo Responsável** também é aplicável a restaurantes, cafeterias, bares, entre outros, mas, no caso dos estabelecimentos de alimentação de São Leopoldo, **apenas 1 possui o selo**.

Considerando todos estes aspectos, avalia-se a oferta gastronômica em São Leopoldo como **satisfatória**, pois a mesma atende à demanda da comunidade local e de quem está no município a trabalho ou a estudos. Por outro lado, as propostas dos locais poderiam ser mais atrativas do **ponto de vista turístico**, o que passa pelo **incremento das ofertas dos estabelecimentos gastronômicos** ou pela criação de novas propostas, visando a **exploração turística da gastronomia típica local** ou a **revitalização da Rua Independência**, que poderia incentivar o fluxo turístico para o município.

Como principais **potencialidades** identificadas nesta categoria, citam-se: o trabalho da AESOL com vistas a resgatar e a promover os **pratos típicos da culinária tradicional leopoldense**, de diferentes origens étnicas; os produtos das **cervejarias locais** e a **definição de um produto típico local** para exploração turística. Todos estes fatores poderiam ser motivo da realização de **eventos culturais/temáticos**; de **feiras de produtos locais/coloniais** e/ou na realização de **festivais gastronômicos** voltados à comunidade local e regional, que poderiam ser integrados, ainda, com atrativos de relevância histórica e cultural, ajudando a encorpar um roteiro próprio de **turismo cultural** em São Leopoldo.

Por fim, recomenda-se o atendimento aos requisitos e protocolos propostos pelo Ministério do Turismo para a **obtenção do selo Turismo Responsável** por parte dos estabelecimentos.

Fonte: IPM Unisinos

Aspectos Impulsionadores e Limitadores

A análise a seguir busca contribuir com um plano de retomada do turismo, já que o mundo vive uma crise sem precedentes onde o setor é um dos mais afetados, provocando mudanças na percepção do turista e na necessidade de estruturação dos destinos.

Assim, foi construída a matriz SWOT, que identifica as Ameaças e Oportunidades (ambiente externo), além das Forças e Fraquezas (ambiente interno) da região. A construção foi realizada pelos participantes de forma on-line e foi revisada pela consultora.

Se, antes, a distância, o isolamento e o baixo fluxo de turistas eram considerados fraquezas, com o advento da covid-19, estes fatores passam a ser considerados forças. Assim, a presente análise serviu para embasar as ações a serem priorizadas.



FORÇAS	FRAQUEZAS
• Existência de Diretoria de Turismo – ligada à Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Tecnológico e Turístico; • Pioneirismo no desenvolvimento do turismo; • Há a Lei do Comtur – e uma pré-proposta de reformulação; • Localização estratégica; • Início da Rota Romântica – março zero; • Berço da colonização alemã; • Sede do Santuário Padre Reus – existência da Romaria; • Existência da Unisinos; • Instalação de um Polo de Informática; • Equipamentos: Marco Zero, Rua Grande, Rua da Praia, Parque do Trabalhador; Parque da Imperatriz; • Existência de prédios históricos; • Existência de Museus; • Existência do Rio dos Sinos; • Valorização da história da imigração alemã; • 200 anos da Imigração Alemã – 2024; • Visitas ao Museu Histórico com todas escolas do município; • São Leopoldo Fest; • Atuação de voluntários na valorização da cultura local, bem como do patrimônio; • Variada e qualifica oferta de opções gastronômicas; • Eventos: Semana Farroupilha, Carnaval, Sarau do Rio, Feira do Livro, Tô na Praça; • Presença da Aldeia Indígena Caingangue; • Existência da Casa do Imigrante – contando a história de todos; • Turismo na Arte;	• Comtur não está ativo – Lei precisa ser reformulada – representação e nominata; • Não há a Política Municipal de Turismo, nem o Sistema Turístico, instituídos como Lei municipal; • Transporte público com problemas – estações Trensurb, pontos de táxi e rodoviária; • Há problemas na mobilidade urbana; • Não há padronização do mobiliário urbano; • Falta sinalização turística; • Setor turístico não está organizado em seus polos; • Falta conexão entre as regiões e estruturas turísticas; • Não há clareza sobre qual é a oferta turística local; • Falta de capital econômico para colocar em prática as ações; • Não há desenvolvimento do turismo interiorizado, ou seja, envolvendo os bairros; • Não há o sentimento de pertencimento por parte de boa parcela da população; • Não há educação do turismo nas escolas, nem uma educação empreendedora (falta ônibus escolar para os passeios); • Não há uma forma lúdica de envolver os estudantes com relação à história, o valor e às possibilidades do turismo; • Falta de participação de atores sociais na oferta turística local; • O turista não permanece no município; • Não há mapeamento das potencialidades de desenvolvimento do turismo na beira do Rio dos Sinos;

• Cooperação regional – Vale Germânico; • Capacidade empresarial; • Parceria com Sicredi e Sebrae; • Turismo de compras fortalecido, especialmente na Sharlau – atacados; • Rua Grande – valorização das áreas ao ar livre; • Discussão para possibilitar mais atividades ao ar livre; • O leopoldense valoriza os espaços públicos, a calçada, a praça; • Cidade cosmopolita; • Selo de Turismo Seguro no município – implantado; • Cidade acolhedora – hospitaleiras; • Cidade universitária; • Emater apoia o turismo rural; • 600 horas de serviço voluntário no Museu; • Escolas de idiomas (incentivando o aprendizado do idioma alemão); • Boa estrutura de serviços de transporte (ônibus, táxi, aplicativo), bancários, atendimento de saúde, de comércio e de serviços; • Presença oficial e relevante do município em redes sociais como <i>Facebook</i> e <i>Instagram</i>, por meio da Prefeitura Municipal.	• Transporte público – não há pontos de embarque e desembarque de ônibus turísticos na rodoviária; • Trânsito pesado e frequentes congestionamentos na BR-116, especialmente junto aos acessos ao município; • Propostas atuais de hotelaria e gastronomia não possuem diferencial e/ou foco turístico; • Não há promoção da oferta turística local na rodoviária; • Não há identificação do segmento da oferta gastronômica (ex.: vegana); • São Leopoldo Fest perdeu seu caráter cultural – o conceito e o propósito - e não há uma ligação com a oferta turística (não segue a base da cultura alemã); • Há pouca divulgação antecipada da São Leopoldo Fest; • Não há dados sobre os eventos – tomada de decisão não é baseada em dados; • Eventos não possuem colaboração da população; • Organização e planejamento dos eventos não considera todas etapas necessárias; • Escasso calendário de eventos turísticos – de forma organizada e envolvendo os cidadãos, primeiramente; • Pouca divulgação do destino turístico São Leopoldo, além de não ser atrativa; • Falta de um mapa, com oferta e programação turística; • Não há uma integração das informações; • Aldeia Caingangue não é valorizada; • Área rural não faz parte da oferta turística – não há propriedades abertas e estruturadas;
--	--

	• Escassa ligação entre os ateliês de arte, não aproveitados como oferta turística; • Não há Serviço de Inspeção Municipal – SIM; • Há pouca troca/parceria entre Novo Hamburgo e São Leopoldo; • Insegurança física (algumas ruas escuras); • Não há uma cidade-irmã na Alemanha;
AMEAÇAS • Pandemia da Covid- 19; • Queda da renda em função do desemprego; • Estruturas de acesso (chegada até os municípios) com necessidade de melhorias-ampliação (rodovias estaduais e federais); • O aumento de casos e a retomada para uma bandeira vermelha (abre e fecha de forma muito abrupta); • Medo das aglomerações por parte dos turistas mais cautelosos; • Fronteiras fechadas; • Receio da comunidade com a contaminação; • Fechamento dos empreendimentos ou redução da capacidade de atendimento - pandemia; • Linhas de crédito de difícil acesso pelas pequenas empresas; • Crise econômica; • Posicionamento on-line qualificado de outros destinos; • Burocracia governamental; • Falta de criação de marcos legais para a política do turismo.	OPORTUNIDADES • Localização geográfica do município, sendo “caminho” para diferentes destinos como a Serra gaúcha e o litoral norte do estado; proximidade de Porto Alegre, do Aeroporto Salgado Filho e dos municípios da Região Metropolitana; • Interesse por lugares em meio a natureza para explorar o turismo de “isolamento”; • Busca de informações sobre destinos turísticos em plataformas digitais diversas; • Interesse do turista por empresas e destinos que adotam protocolos que passam a segurança e tranquilidade para o visitante – (ou seja, elevam o nível de cuidados) passam mais credibilidade; • Interesse do turista por mais atividades voltadas à família (pensando nas crianças e nos jovens); • Compreensão do turista de que o destino deve ser organizado como uma rede – busca por uma venda conjunta por parte dos municípios; • “Poupança da pandemia” - profissionais que permaneceram

	com remuneração e com muito desejo de sair e viajar; • Demanda reprimida de um público querendo viajar; • Turismo doméstico (passeios de carros) reforçado; • Turistas do RS ficarão no próprio estado (viagens) em função da pandemia; • Interesse pela gastronomia; • Dados secundários, pesquisa e data base para subsídios (pesquisa Sebrae RS); • Redistribuir fluxo entre municípios e empreendimentos; • Linha de financiamento novas, como Fungetur; • Cultura autêntica valorizada por parte do turista; • Valorização do local/compre local; • Interesse pelo saudável e orgânico; • Comércio virtual fortalecido; • Shows e cultura virtual; • Capacitações virtuais e culturais sendo ofertadas em vários canais; • Trocas entre missões - possibilidade; • Aumento das mídias sociais, presença no digital; • Interesse por meios de hospedagem alternativos, que propiciem o distanciamento.
--	--

Marketing

Presença e informações disponíveis na Internet

O site da Prefeitura Municipal de São Leopoldo (<https://www.saoleopoldo.rs.gov.br/>) possui uma página dedicada ao Turismo. A mesma é subdividida em três seções: “História de São Leopoldo”, “São Leopoldo hoje” e “Atrativos turísticos”. A seção “Atrativos turísticos” apresenta uma lista de 32 atrativos turísticos do município, incluindo descrições, endereços e telefones de contato dos locais. Apesar de detalhada, a página peca na atratividade, pois apresenta um grande volume de texto e nenhuma foto ou imagem; também não apresenta os atrativos categorizados ou em formato de roteiro turístico.

No *Facebook*, há uma página da Prefeitura de São Leopoldo, cujo endereço é <https://www.facebook.com/saoleopoldo>. A página declara que é um canal oficial da Prefeitura do município e é diariamente atualizada. A Prefeitura possui perfil no *Instagram* (@prefasaoleo), também com publicações atualizadas diariamente. Ambos os canais possuem um número expressivo de seguidores, no entanto, os mesmos não são utilizados para divulgação específica de temas voltados ao turismo.

Ao utilizar o termo “São Leopoldo” para uma busca no Google, os resultados exibidos na primeira página e nesta ordem são: o site da Prefeitura Municipal de São Leopoldo; a Wikipédia; a página da Prefeitura Municipal no *Facebook*; o site de Turismo vinculado à Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo do Rio Grande do Sul (SEDETUR); o site de leis municipais; o site *Trip Advisor*; o site da Fundação Gaúcha do Trabalho e Ação Social de São Leopoldo; o portal “Guia do Turismo Brasil”, especificamente a página sobre São Leopoldo e, por último, o site da Faculdade de Medicina SL MANDIC.

A busca pelo termo “São Leopoldo + onde comer”, exibe como primeiro resultado a pesquisa do próprio *Google*, que apresenta diretamente as avaliações e opiniões dos usuários, assim como um mapa com diversos pinos vermelhos sinalizando a localização dos estabelecimentos gastronômicos. Os resultados seguintes são do site *Trip Advisor*, com chamadas para “os 10 melhores restaurantes”, “os 10 melhores

restaurantes para jantar”, “os 10 melhores restaurantes para comer barato”, “restaurantes especializados em almoço”, “os melhores 10 restaurantes noturnos”. Ao clicar nos links, as páginas exibem mais do que 10 alternativas gastronômicas classificadas pelas opiniões dos consumidores e, em outras, apresenta também opções gastronômicas para as cidades vizinhas tais como Sapucaia do Sul e Novo Hamburgo.

A busca pelo termo “São Leopoldo + o que fazer” exibe na primeira página de resultados os locais: Parque Zoológico de Sapucaia do Sul; Museu do Trem; Praça do Chafariz de Portão. Na sequência, o site *Trip Advisor*, com chamadas “O que fazer em São Leopoldo”. Também aparecem sites de portais turísticos como “Turismo e Cia”, “Visite o Brasil” e “Expedia”. Outro resultado remete ao “Mapa Turístico de São Leopoldo”, levando para uma seção específica⁷ do site da Prefeitura Municipal.

Durante as oficinas para a elaboração do Plano, em uma breve análise do que é dito on-line sobre a cidade, percebeu-se que as imagens apresentadas são “desumanizadas”, com poucas figuras humanas e que os aspectos negativos ficam em evidência, em detrimento do que há de melhor na cidade. Também houve a conclusão de que há uma confusão de informações das cidades e de seus atrativos. O grupo “São Leopoldo Contemporânea”, que conta com mais de 12 mil integrantes no *Facebook*, foi elencado e ainda que a maioria das publicações seja sobre lembranças e memórias da cidade, há um grande número de postagens gerais, sem apelo turístico e sem um foco claro na divulgação dos atrativos da cidade.

Considera-se que há a necessidade de qualificar as informações disponíveis na internet a respeito dos atrativos e da infraestrutura turística de São Leopoldo, além de ressaltar os pontos positivos do município. Além de mídia especializada, é importante também buscar mídia espontânea e trabalhar com blogs e sites que gerem conteúdos atrativos. É imprescindível, ainda mais no atual período de mudanças frequentes, que as informações básicas de locais e passeios sejam atualizadas constantemente.

⁷http://www.saoleopoldo.rs.gov.br/?titulo=Cidade&template=conteudo&categoria=21&codigoCategoria=21&idConteudo=1584&tipoConteudo=INCLUDE_MOSTRA_CONTEUDO

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?

- Marco Zero;
- Rede de museus;
- Patrimônio histórico;
- Rua grande;
- Turismo religioso;
- Parques;
- Locais e eventos culturais;
- Santuário Padre Reus;
- Parque tecnológico da Unisinos;
- Indústrias;
- Morro do Espelho;
- Colégio São José;
- Todos os museus;
- Praça do Imigrante;
- 3 Cervejarias artesanais;
- Orla do Rio;
- Rodoviária;
- Rua da Praia;
- Ateliê das Artes;
- Igreja do Relógio.

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

- Cosmopolita;
- Não se enxerga;

- Perdeu a identidade;
- Nível amplo de diversidade;
- Rica culturalmente;
- Pluricultural;
- Grande potencial;
- Linda;
- Acolhedora;
- Muita história para contar;
- Quase 200 anos, mas espírito jovem;
- Precisa de uma “lipoescultura”;
- Precisa de um “tratamento de beleza”;
- Inteligente;
- Muito tecnológica;
- Sabe cozinhar com diversidade;
- Simpática;
- Acolhe todos com muito carinho;
- As pessoas se encantam por ela;
- Aberta a ideias;
- Não é rançosa;
- É aberta;
- Reconhecida na região;
- Está com a moral baixa;
- Precisa de um “banho de loja”;
- Está meio tristonha e acabrunhada;
- Baixa autoestima;
- Locando a pernoite por R\$ 10;
- Problema social – muitos pedintes ao seu entorno.

3. Como você apresentaria São Leopoldo para atrair o perfil ideal de turista?

“Cidade múltipla, dinâmica e diversa.”

“São Leopoldo é uma cidade linda e acolhedora, tem um Rio que imita o Reno, uma orla muito interessante e é berço da imigração alemã no Brasil. Possui grande acervo histórico, cultural, religioso, parques naturais, ampla rede de hotéis, farta gastronomia, parque industrial e tecnológico de primeira grandeza: nossa cidade apresenta opções para todas as idades e todos os bolsos.”

“São Leopoldo é uma cidade universitária de descendência alemã. Com sua história, cultura, arquitetura, gastronomia, e tendo o alemão como uma segunda língua, é uma jovem senhora que apresenta a cidade aos seus netos.”

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

São Leopoldo, município do Vale Germânico, estrategicamente situado no corredor entre a Capital e a Serra Gaúcha, é uma cidade cosmopolita, dinâmica e diversa, acolhedora e bem-humorada. Emoldurada por um rio, onde a orla convida para a contemplação e atividades. Berço da imigração alemã no Brasil, hoje é uma cidade múltipla e inclusiva. Possui amplo acervo histórico-cultural e religioso, com o Santuário Padre Reus, que recebe milhares de fiéis anualmente. Cidade universitária vibrante e com ampla oferta cultural, expressa nos mais diversos segmentos e eventos. Também é destino de turismo científico e de negócios, com seu parque tecnológico e industrial reconhecido mundialmente. Concentra a maior parte da oferta hoteleira da região, além de diversos e qualificados restaurantes, possibilitando uma aprazível estadia.

Venha vibrar em São Leopoldo!

4. Qual a Visão que se deseja para o turismo de São Leopoldo (em 3 anos)?

“Uma cidade com desenvolvimento cultural, ambiental, econômico e social. Uma cidade para todas as pessoas.”

“Ser um destino turístico reconhecido e desejado. Através do turismo, queremos incluir os jovens da periferia para fazerem cursos de guia e para que aprendam a

desenvolver suas competências sobre a cidade, com conhecimento e integração, apoio, reconhecendo o potencial e as possibilidades do turismo, gerando emprego e renda, com formação e treinamento.”

“Integração com os municípios vizinhos, na cultura e na infraestrutura, com uma ciclovia regional, além da história, da continuidade de museus... circuito integrado de segurança de todas as cidades do Vale – com os projetos ampliados.”

“Cidade com turismo inclusivo, acessível.”

“Delimitar onde inicia SL.”

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

Ser um município reconhecido como destino turístico do RS, promovendo o desenvolvimento sustentável (cultural, ambiental, econômico e social) e inclusivo, gerando emprego e renda por meio do empreendedorismo e inovação tecnológica. Uma cidade que oferta capacitação e formação e, assim, alcança a valorização de sua múltipla oferta de experiências e serviços turísticos, na maior parte acessíveis. Um território que trabalha a integração com o Vale Germânico e amplia seus projetos em parceria com os demais municípios da região.

Síntese – IPM Unisinos

O relatório do Instituto de Pesquisas de Mercado (IPM) da Unisinos entende que as condições do cenário turístico na cidade de São Leopoldo podem ser representadas da seguinte forma:

Figura 8: Resultado do Radar de São Leopoldo



Fonte: IPM Unisinos

A figura evidencia que, a despeito de alguns atrativos relevantes, há **clara necessidade de se pensar o turismo como um ecossistema completo**, que combine diferentes recursos com estrutura de apoio confortável e eficiente, visando qualificar a oferta turística do município. Detalhes da avaliação e dos itens pontuados podem ser conferidos no anexo III.

De acordo com o Radar, elaborado pelos pesquisadores da Unisinos, o posicionamento turístico de São Leopoldo é **pouco desenvolvido**. Algumas iniciativas importantes, como a de reformulação do Conselho Municipal de Turismo bem como as ações recentes de criação e fortalecimento da região do Vale Germânico, nas quais São Leopoldo está engajado, demonstram que há interesse no desenvolvimento da atividade turística no município, mas diversas ações de planejamento e articulação ainda fazem necessárias para que isto seja viabilizado. No momento, São Leopoldo **não é um destino turístico reconhecido e consolidado** e, algumas das suas principais potencialidades turísticas, como o patrimônio histórico-cultural, atrativos religiosos, atrativos econômicos e eventos, não são exploradas turisticamente.

Considerando todos os atrativos levantados, considera-se que nenhum tenha atingido patamar satisfatório de reconhecimento e consolidação do ponto de vista turístico, não por falta de potencial e sim por falta de estruturação. Deste modo, a oportunidade de criação de outros empreendimentos turísticos e de entretenimento, de roteiros turísticos estruturados bem como a qualificação/ampliação do número de alternativas de hospedagem e de restaurantes são pré-requisitos para que o sistema de turismo em São Leopoldo se consolide.

O **turismo de negócios** e o consequente fluxo turístico gerado a partir das empresas e instituições de ensino, possivelmente é a modalidade turística mais consolidada em São Leopoldo pois, a partir dela, há boa ocupação e uso da infraestrutura de hospedagem e gastronomia do município. Em contrapartida, observa-se que isto acontece como consequência natural das atividades profissionais e acadêmicas desenvolvidas e não a partir da exploração ativa desta oportunidade. Deste modo, o turismo ligado ao **patrimônio histórico-cultural, atrativos religiosos e econômicos** e ao **calendário de eventos** se mostram como alternativas interessantes para o desenvolvimento do turismo em São Leopoldo.

Por fim, destaca-se que a consolidação de São Leopoldo como uma cidade turística passa por um trabalho de **definição e comunicação do seu posicionamento como produto turístico**, integradas a um plano de ação com objetivos claros, e à atenção a alguns pontos críticos do Radar, como a categoria de Apoio ao Turista. Ainda, é pré-requisito a sensibilização para o turismo e a articulação entre os atores e entidades representativas locais, sociedade civil, poder público e iniciativa privada, para que haja o efetivo aproveitamento das potencialidades identificadas.

Plano de Ações

O Plano de Ações que compõe o Plano de Desenvolvimento do Turismo de São Leopoldo foi construído durante reuniões virtuais (plataforma Zoom) em encontros realizados nos dias 16, 17, 18, 19 e 20 de novembro de 2020, conforme listas de presenças do Anexo I.

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: a partir de 2023.

Inovação com emoção +

Qualidade com hospitalidade +

Segurança com transparência +

Governança com cooperação

PLANO DE AÇÕES – SÃO LEOPOLDO

Curto Prazo – 2021; médio prazo – 2022; Longo prazo 2023/24

O que fazer	Quem faz	Quando fazer	Prioridade	Recurso	Situação
ORGANIZAÇÃO DO SETOR, INFRAESTRUTURA Estratégia: Organização do setor – Macro estrutura e infra estrutura					
Criar a Lei do Plano Municipal de Turismo e, depois, a Lei da Política Municipal de Turismo;	Prefeitura Câmara de Vereadores	Curto prazo	5	-	
Reativar o Comtur – Conselho Municipal de Turismo, revisando a representação;	Prefeitura	Curto prazo	5	-	
Fazer uma leitura de toda a mobilidade da cidade e fazer um projeto de integração dos modais do transporte;	Prefeitura	Médio prazo	3	Próprio	
Conservar o mobiliário urbano e harmonizar com os espaços existentes e a paisagem local;	Prefeitura Sociedade civil	Permanente	4	PPP	
Fazer projeto de sinalização turística, em parceria com setor público e privado;	Prefeitura Sociedade civil	Médio prazo	3	PPP	
Criar um grupo para elaborar projetos, visando a captação de recursos, de diferentes fontes;	Prefeitura Sociedade civil	Permanente	4	PPP	
Elaborar um diagnóstico das propriedades rurais e sensibilizar os agricultores para investirem e desenvolverem o turismo rural;	Emater Prefeitura	Curto prazo	2	PPP	

Implantar <i>Parklets</i> na cidade, em lugares pré-determinados e com orientação de uso. Realizar estudos sobre as possibilidades e seus impactos;	Prefeitura Polo Gastronômico	Curto prazo	4	PPP	Projeto está em estudo
Construir um mirante (avaliar o melhor lugar);	Prefeitura	Longo prazo	2	Próprio	
Criar limites na BR, sinalizando a chegada a São Leopoldo;	Prefeitura	Longo prazo	3	Próprio	

PRODUTOS E EXPERIÊNCIAS TURÍSTICAS

Estratégia: Oferta Turística e Adequação dos Produtos e Experiências Turísticas à nova realidade

TURISMO SEGURO

Estratégia: Implantação de protocolos e sistemas de turismo responsável e seguro

Turismo Responsável e Seguro – ampliar a adesão ao Selo Municipal – Covid 19;	Comtur Prefeitura Sebrae Polo Gastronômico Unisinos	Curto prazo Permanente	5	PPP	
Sensibilizar a comunidade sobre o impacto do turismo e as possibilidades de investimentos e parcerias, reforçando o sentimento de pertencimento e o engajamento;	Comtur Prefeitura	Curto prazo Permanente	5	PPP	
Turismo Cidadão: estimular o morador local a conhecer e, conseqüentemente, valorizar a oferta turística local. Realizar ações de turismo inclusivo. Também realizar exposições itinerantes dos diferentes equipamentos culturais;	Prefeitura Sociedade Civil	Curto prazo Permanente	5	Próprios	

Fazer um levantamento dos polos/segmentos turísticos preferenciais/prioritários de SL, evidenciando a oferta turística local estruturada e com identidade local (centro, bairros e interior): religioso, cultural e histórico, gastronômico (avaliar);	Comtur Prefeitura	Curto prazo	5	-	
Construir rotas turísticas de acordo com o segmento da oferta (ambiental, científico, religioso e histórico-cultural), organizando o produto turístico de São Leopoldo e evidenciando a diversidade de possibilidades;	Prefeitura Empreendedores Entidades Trade Turístico	Médio prazo	5	PPP	
Embelezar os atrativos turísticos públicos (praças) e também a Rodoviária;	Prefeitura Concessionária	Permanente	5	Próprios	
Desenvolver o <i>voluntorismo</i> e o turismo científico, atraindo turistas para conhecer as práticas locais, como as Hortas Comunitárias e os parques;	Emater Prefeitura ...	Médio prazo	5	Emater Prefeitura	
Fazer um tour pelos museus da cidade – avaliar os meios de transporte ou se é feito a pé e capacitar os condutores locais e/ou guias de turismo;	Comtur Prefeitura	Curto prazo	3	PPP	
Integrar os diferentes segmentos do turismo, estimulando o turista a visitar outros setores e permanecer mais tempo na cidade;	Comtur Prefeitura	Curto prazo Permanente	3	PPP	

Valorizar o potencial do Parque Imperatriz Leopoldina, investindo em melhorias ao largo do Rio dos Sinos, com passarelas elevadas sobre as águas e práticas de arborismo. Qualificar as trilhas. Criar um padrão para as intervenções (construções) no Parque;	Prefeitura	Curto prazo	4	Próprios	
Desenvolver o Circuito dos Parques. Investir nos parques naturais da cidade, qualificando seus espaços e desenvolvendo projetos de educação socioambiental;	Prefeitura	Curto prazo	4	Próprios	
Fortalecer o Polo Gastronômico, valorizando a oferta de restaurantes, bares e cafés. Estimular os restaurantes a utilizarem os produtos da agricultura local. Trabalhar a diversidade gastronômica, em conjunto com o polo gastronômico. Avaliar a possibilidade de autorizar espaços para colocação de mesas ao ar livre;	Polo Gastronômico Sebrae Prefeitura Associação Comercial Emater	Curto prazo Permanente	4	PPP	
Realizar feiras itinerantes dos bairros e comunidades do interior, apresentando a cultura, os produtos agroindústrias e a gastronomia de cada lugar;	Prefeitura Polo Gastronômico Associações de Bairros Artesãos Sociedade civil	Médio prazo	3	PPP	

Fazer apresentações itinerantes com o Museu Histórico Visconde de São Leopoldo, levando as exposições nas escolas, para motivar pais, professores e alunos;	Museu Escolas	Curto prazo Permanente	4	Museu	
Criar um sistema de informações dos atrativos turísticos – qualificar todas as informações turísticas e o calendário de eventos;	Comtur Tecnosinos Prefeitura	Médio prazo Permanente	4	PPP	
Desenvolver uma linha de turismo (transporte especial para turistas) de SL;	Concessão pública e investimento privado;	Longo prazo	3	PPP	
Fortalecer e promover o Caminho das Artes de São Leopoldo – tornar esta oferta um atrativo do município – avaliar a implantação de transporte turístico;	Concessão pública e investimento privado;	Longo prazo	3	PPP	
Ofertar cursos de capacitação, bem como campanhas de sensibilização, para o trade turístico local, focados na hospitalidade, história e cultura;	Comtur Prefeitura	Curto prazo Permanente	3	PPP	
Criar um Tour Interativo – com projeção de personagens históricos - pelo centro histórico;	Tecnosinos Comtur Prefeitura universidades	Curto prazo Médio prazo	1	PPP	
Criar um espetáculo “som e luz”, contando a história da imigração alemã, a ser realizado no Ginásio;	Instituto 2024	Médio prazo	1	PPP	
Criar espaços <i>instagramáveis</i> , aplicando a arte urbana, potencializando a atividade turística;	Prefeitura Sociedade civil	Curto prazo	4	PPP	

Realizar visitas técnicas – <i>benchmarking</i> – avaliando as melhores práticas no turismo, tanto na gestão do setor, quanto no desenvolvimento da oferta turística;	Prefeitura Comtur Sebrae	Permanente	3	PPP	
Valorizar a presença, cultura e história indígena criando uma experiência turística. Consultar a comunidade sobre as possibilidades;	Emater Prefeitura	Médio prazo	4	Emater Prefeitura	
Ampliar a segurança dos atrativos turísticos públicos;	Prefeitura	Permanente	4	Próprios	
Qualificar o Marco Zero e o Centro de Atendimento ao Turista, integrando todas as rotas turísticas. Reforçar a segurança do lugar e, após, fazer melhorias ou repensar o lugar que hoje é muito vulnerável e que atrai poucos turistas (haverá mudanças com a ampliação do viaduto);	Prefeitura Dnit Daer	Longo prazo	4	Prefeitura Dnit Daer	

EVENTOS

Estratégia: Calendário de eventos, estrutura e Adaptação dos eventos à nova realidade

Criar um calendário de eventos –integrando os eventos públicos e privados, com foco na atração de turistas e disseminar a informação com antecedência. Fazer chamamento público;	Comtur Prefeitura Sociedade civil Promotores de eventos	Curto prazo Permanente	5	PPP	
Realizar um programa, com várias ações e eventos, para comemorar o bicentenário da imigração alemã no Brasil.	Comitê do Bicentenário	Longo prazo	5	PPP	

Retomar grupo específico para trabalhar na ação;					
Iniciar a promoção dos eventos de maior porte com um ano de antecedência;	Comtur Prefeitura Sociedade civil Promotores de eventos	Curto prazo Permanente	3	PPP	
Concluir a reforma do Teatro e abrir ao público, dentro dos novos protocolos de biossegurança e segurança física;	Prefeitura	Curto prazo	4	Próprios	
Estruturar os espaços públicos e privados, onde se podem realizar eventos, e adequar os mesmos aos protocolos de biossegurança e segurança física;	Prefeitura Entidades	Longo prazo	4	PPP	
Remodelar o Centro de Eventos, visando torná-lo, também, um atrativo turístico;	Prefeitura Entidades	Longo prazo	2	PPP Projetos	
MARKETING E POSICIONAMENTO DO MUNICÍPIO Estratégia: Marketing, Promoção, Divulgação do Destino					
Ter um setor ou contratar uma empresa para trabalhar o marketing turístico com profissionalismo;	Prefeitura	Curto prazo Permanente	5	Próprios	
Criar um site de turismo interativo para SL;	Tecnosinos Comtur Prefeitura universidades	Curto prazo Médio prazo	5	PPP	
Criar as linhas de acordo com o segmento do turismo, com cores distintas (verde, dos parques; azul – científico; amarelo – religioso, como	Prefeitura Parceiros	Médio prazo	5	PPP	

exemplo – devendo ser avaliado);					
Desenvolver o APP Turismo São Leopoldo – interativo;	Tecnosinos Comtur Prefeitura universidades	Curto prazo Médio prazo	3	PPP	
Criar perfis no <i>Facebook</i> e <i>Instagram</i> do Turismo São Leopoldo ou Visite São Leopoldo;	Tecnosinos Comtur Prefeitura universidades	Curto prazo	4	PPP	
Construir um banco de imagens e vídeos em diferentes formatos (<i>You-Tube</i> , <i>Reels</i> , <i>IGTV</i> e outros), para divulgar nos diferentes perfis do Turismo SL e, ainda, pelo setor privado. Humanizar estas imagens, envolvendo pessoas, em diferentes experiências turísticas;	Tecnosinos Comtur Prefeitura universidades	Curto prazo Médio prazo	4	PPP	
Fazer um concurso cultural, premiando registros fotográficos de diferentes ângulos da cidade – “um dia na vida de SL” ou “porque você ama SL” ou similar - envolver as escolas também, além de fotógrafos amadores e profissionais;	Prefeitura Comtur Entidades Empreendedores	Permanente	3	PPP	
Promover espaços que podem servir de cenário para os books fotográficos;	Prefeitura Comtur Entidades Empreendedores	Permanente	3	PPP	
Produzir vídeos apresentando os atrativos do município, especialmente os museus e divulgar nas mídias sociais, <i>You-Tube</i> e enviar por <i>Whats-App</i> ;	Tecnosinos Comtur Prefeitura universidades	Curto prazo Médio prazo	3	PPP	

Realizar caravanas apresentando o município e sua cultura e eventos, com a participação de personagens;	Instituto 2024 Tecnosinos Comtur Prefeitura universidades	Curto prazo Médio prazo	2	PPP	
Promover a cooperação entre os empreendedores e moradores locais, visando a divulgação compartilhada dos atrativos e serviços turísticos;	Trade turístico Comunidade Prefeitura	Permanente	4	PPP	
Implantar estratégias de <i>marketing offline</i> que conecta com a rede social, com o <i>QRcode</i> , direcionando para mais informações sobre os atrativos e a história local;	Tecnosinos Comtur Prefeitura universidades	Curto prazo Médio prazo	2	PPP	

Além dessas ações construídas de forma colaborativa nas oficinas, o relatório da Unisinos propõe outras atividades, citadas no decorrer deste trabalho, que poderão ser validadas posteriormente pelo Comtur de São Leopoldo e incorporadas ao Plano de Ações.

Avaliação e Encaminhamentos

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

Questão 01:

Como foi a vivência nesta jornada de 5 encontros? O que você leva de aprendizados?

“Em conjunto, foi uma construção muito enriquecedora, todo o processo colaborativo valoriza os diversos pontos de vista, e faz com que a construção seja democrática. Teve uma abertura de visões, a cidade se reconhecendo na sua diversidade e se descobrindo neste grande potencial. Uma surpresa foi o lado humano, que conseguimos nos unir, cada um em sua expertise, uma visão plural. Continuamos sendo uma cidade de imigrantes, unindo as histórias dos imigrantes alemães e, agora, das novas levas. SL é uma cidade acolhedora, os bairros tomando espaço e as pessoas acreditando no turismo. Todos levamos muitos aprendizados e uma experiência única incrível.”

“Conhecimento de São Leopoldo – possibilitou que descobríssemos mais.”

“Oportunidade de parcerias.”

“Experiência colaborativa.”

“União de forças.”

“Riqueza de diversidade de contribuições.”

“União por um objetivo comum, permitindo uma construção coletiva.”

“Uma experiência maravilhosa nesta plataforma virtual excelente.”

“Melhor construção que já participou nos últimos tempos.”

“Parabéns para a Ivane.”

“Construímos muito em pouco espaço de tempo.”

“Todos tiveram oportunidade para se expressar.”

“Uma troca de experiências.”

Questão 2

Como você, liderança do turismo em sua entidade, empresa ou município, irá disseminar este conhecimento aos demais empreendedores/comunidade/gestores, envolvendo mais pessoas nesta construção?

“Fundamental levar estes aprendizados, que construímos, para as escolas, pois é mais fácil iniciar a educação na infância.”

“Integrando a comunidade com empresas, famílias, escolas, comunidades, universidades... criando ligações.”

“Já iniciamos o engajamento da comunidade, nas mídias sociais (*Instagram*) – com perguntas sobre o plano – e vamos continuar.”

“Acreditamos nesta construção colaborativa e vamos levar este conhecimento para mais pessoas.”

“O sentimento de pertencimento leva a assumir uma responsabilidade, um comprometimento, em fazer o que deve ser feito.”

“Ansiávamos há muito tempo poder participar desta construção.”

“Nos sentimos valorizados e honrados de participar.”

“Como presidente de uma associação, tenho o dever de levar para todos os associados esta construção.”

“Dividir para multiplicar.”

Monitoramento – Conclusão

São Leopoldo é uma cidade cosmopolita, complexa, múltipla e, como tal, se apresenta como um caleidoscópio multifacetado de opções. Dessa forma, se torna difícil perceber, dada a complexidade da oferta e das potencialidade turística, as inúmeras possibilidades turísticas de desenvolvimento.

A união de vários agentes, na construção de um plano colaborativo, fez com que houvesse uma maior clareza sobre o potencial turístico de São Leopoldo. Assim, torna-se fundamental aproveitar todo o engajamento desta atividade e a inteligência coletiva de muitas pessoas apaixonadas pela cidade, o que fará com que o plano tenha continuidade.

A retomada do Comtur é fundamental, assim como dar visibilidade e sustentabilidade ao que foi construído neste documento. Se faz necessário monitorar a evolução e identificar, com mais clareza, o perfil do turista -efetivo e potencial - e direcionar os esforços no sentido de adequar a oferta à demanda. Também é importante dar continuidade a esta construção coletiva, participativa e integrada, independente de troca de gestores públicos, empoderando o Comtur, com uma maior participação do setor privado.

Sobre as riquezas e forças na oferta turística de São Leopoldo há muito para se citar, o que já foi feito no decorrer deste trabalho. Contudo, para que tudo isso seja aproveitado adequadamente, e com sustentabilidade, se torna fundamental o planejamento participativo e integrado. Assim, foi elaborado este plano, com a mente e o coração de muitos que dedicaram seu tempo e contribuíram na construção do direcionamento do melhor caminho para desenvolver o turismo no Município.

É necessário, ainda, entender o momento em que foi construído este documento: 2020, um ano atípico do turismo, com o surgimento da pandemia do novo coronavírus. A partir deste momento, houve uma abrupta mudança no cenário do turismo mundial, fazendo com que fronteiras fossem fechadas, voos fossem cancelados e empreendimentos fechados.

Para uma retomada consciente, torna-se fundamental o planejamento de ações que entendam o “Turismo Pós-Coronavírus” e crie estratégias para atração de um turista que respeite e valorize os lugares visitados.

Neste novo momento, destinos como São Leopoldo podem se apresentar como favoráveis para a retomada, desde que evidenciem a adoção dos protocolos e selos de turismo responsável e seguro, ofertando experiências que propiciem valores apreciados pelos turistas neste período trans e pós pandemia, tais como: distanciamento, isolamento, natureza, tranquilidade, ambientes propícios para espairecer, com segurança e sem aglomeração.

De toda forma, há emergência em posicionar o município como um destino seguro para o período entre e pós-pandemia, haja vista que o país já perdeu quase R\$ 90 bilhões com a Covid -19 e o Conselho Mundial de Viagens (WTCC) estima que 190 milhões de empregos no setor já foram afetados em todos os países. Não há dados da região, sobre demissões do setor e fechamento de empresas, mas esta também foi atingida.

Percebeu-se, durante as oficinas realizadas, a relevância da criação ou adaptação de experiências turísticas, aproveitando as agências, guias e condutores de turismo da região, além de empreendedores do setor de hospedagem e alimentação. As experiências devem focar no público-alvo e propiciarem vivências em todos os dias do ano. Poderão ser ligadas à gastronomia, ao patrimônio histórico e ao artesanato, sem esquecer, claro, a exuberante oferta natural, possibilitando a criação de diferentes roteiros ou pacotes turísticos. Isto deverá ser propagado, deixando claro que há opções durante as quatro estações e que podem agradar aos diferentes perfis: famílias, casais, grupos de amigos, pessoas com dificuldade de locomoção, entre outros. Há, ainda, a possibilidade de organizar a oferta, criando roteiros (com ou sem guiamento) com sugestões para bem aproveitar 1, 2 ou 3 dias no município. Em todos os casos, sempre se deverá evidenciar a segurança dos locais visitados e, se for o caso, dos meios de transporte utilizados.

Fundamental, ainda, é qualificar a promoção do destino, conforme citado, com uma linguagem que apresente o real valor do território e imagens que retratem as experiências seguras que podem ser vivenciadas em São Leopoldo. A região do Vale Germânico deverá constituir ações qualificadas visando à promoção do destino, reforçando a identidade que foi construída no presente Plano. Se possível, deverá aprimorar o capítulo de marketing. Mais significativo, no momento, é implementar as

ações priorizadas neste estudo, que deverão ter continuidade e serem renovadas e qualificadas periodicamente.

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 o 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

- 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 fev. 2020.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Anuário Estatístico 2014**. Volume 41. Ano base 2013.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Cresce a participação do Turismo no PIB nacional**. Texto por André Martins. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/12461-cresce-a-participa%C3%A7%C3%A3o-do-turismo-no-pib-nacional.html>. Acesso em: 05 jan. 2020.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores**, Brasília, 2010.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Índice de competitividade do turismo nacional: relatório Brasil 2015**. Coordenação Luiz Gustavo Medeiros Barbosa. – Brasília, DF: 2015. 92 p.
- 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.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Aquarela: Marketing turístico internacional do Brasil**. Relatório executivo. Metodologia e Coordenação: Chias Marketing. 2005.
- CNBC @CNBC. **Travel as we knew it is over. And it's never coming back**. AirBnB CEO Brian Chesky surveys the landscape of his company and travel going forward." 3:45 PM · 22 de jun de 2020. Tweet. Disponível em: <https://twitter.com/CNBC/status/1275137729613852673>. Acesso em: 23 jun. 2020.
- CASAGRANDE, Vinícius. **Das 30 maiores aéreas do mundo, apenas 4 tiveram lucro durante a crise**. UOL Economia. Publicado em 28/09/2020, às 04h00. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/todos-a-bordo/2020/09/28/carga-lucro-companhias-aereas-pandemia.htm>. Acesso em: 17 out. 2020
- EZABELLA, Fernanda. **O Homem Sumiu. Bichos à vontade e guias sem trabalho: turismo sofre, mas prevê "boom" dos destinos de natureza pós-pandemia**. Colaboração para Ecoa, de Los Angeles (EUA). Disponível Em: <https://www.uol.com.br/ecoa/reportagens-especiais/bichos-a-vontade-e-guias-na-expectativa-do-boom-dos-destinos-de-natureza-pos-pandemia/#cover>. Acesso em: 05 jul. 2020.
- FERNANDES, Victor. **Turismo brasileiro tem queda de 50,3% em julho comparado a 2019**. Revista Panrotas. 15/09/2020 15:43. Disponível em: https://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2020/09/turismo-brasileiro-tem-queda-de-503-em-julho-comparado-a-2019_176602.html. Acesso em: 23 set. 2020.
- FERNANDES, Victor. **Veja o que os países estão fazendo para incentivar o Turismo doméstico**. Revista 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. Acesso em: 23 set 2020.

FGV Projetos. **Impacto Econômico do COVID-19: Propostas para o Turismo Brasileiro**. 1ª Edição. Abril. 2020. Disponível em: <https://fgvprojetos.fgv.br/artigos/1a-edicao-impacto-economico-do-covid-19-propostas-para-o-turismo-brasileiro-abril-2020>. Acesso em: 4 ago. 2020.

GOVERNO DO RS. **Modelo de Distanciamento Controlado do Rio Grande do Sul**. Disponível em: <https://distanciamentocontrolado.rs.gov.br/>. Acesso em: 19 ago. 2020.

G1. **Turismo brasileiro tem prejuízo de cerca de R\$ 182 bi e já perdeu 446 mil postos de trabalho, diz CNC**. Disponível em: <https://g1.globo.com/turismo-e-viagem/noticia/2020/09/14/turismo-brasileiro-tem-prejuizo-de-cerca-de-r-182-bi-e-ja-perdeu-446-mil-postos-de-trabalho-diz-cnc.ghtml> Acesso em: 23 set. 2020.

IBGE. **Panorama cidades – São Leopoldo**. Disponível em: Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/sao-leopoldo/panorama> Acesso em: 10 dez. 2020.

INSTITUTO DE PESQUISA DE MERCADO (IPM) - UNISINOS. **Radar Turístico: São Leopoldo**. Coordenação: Prof. Dr. Marcelo Jacques Fonseca e Prof. Dr. Guilherme Trez. Outubro/2020. Acesso em: 15 dez. 2020.

IstoÉDinheiro. **Pandemia custou U\$S 460 bilhões ao turismo mundial no primeiro semestre**. Disponível em: <https://www.istoedinheiro.com.br/pandemia-custou-us-460-bilhoes-ao-turismo-mundial-no-primeiro-semestre/>. Acesso em: 23 set. 2020.

MACHADO, Manuel Pestana. **CEO da Booking: turismo doméstico está a aumentar, mas recuperação pode demorar anos**. Atualizado em: 23 jun 2020, 19:21. Disponível em: [https://observador.pt/2020/06/23/ceo-da-booking-turismo-domestico-esta-a-aumentar-mas-recuperacao-pode-demorar-anos/?ct=t\(CORONAVIRUS_2020_03_10_COPY_01\)](https://observador.pt/2020/06/23/ceo-da-booking-turismo-domestico-esta-a-aumentar-mas-recuperacao-pode-demorar-anos/?ct=t(CORONAVIRUS_2020_03_10_COPY_01)). Acesso em: 23 jun. 2020.

NOVAES, Vinicius. **Turismo será fundamental para recuperação da América Latina**. Revista Panrotas. Atualizado em 20/04/2020, às 11h37min. Disponível em: https://www.panrotas.com.br/coronavirus/economia-e-politica/2020/04/turismo-sera-fundamental-para-recuperacao-da-america-latina_172922.html Acesso em: 18 maio 2020.

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: 23 set. 2020.

OSHIMA, F. M. et al. **Compre experiências e não coisas**. Revista Época. 2015. Disponível em: <https://epoca.globo.com/vida/noticia/2015/02/bcompre-experiencias-be-nao-coisas.html> Acesso em: 05 jan. 2020.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO LEOPOLDO. Site Institucional. Disponível em: <https://www.saoleopoldo.rs.gov.br/> Acesso em: 28 out. 2020.

PORTERFIELD, Carlie. **Setor de turismo no mundo tem prejuízo de US\$ 320 bilhões em cinco meses com coronavírus**. Forbes. Negócios. 31 de julho de 2020. Disponível em:

<https://forbes.com.br/negocios/2020/07/setor-de-turismo-no-mundo-tem-prejuizo-de-us-320-bilhoes-em-cinco-meses-com-coronavirus/>. Acesso em: 4 ago. 2020.

SCHNAIDER, Amanda. **E-commerce crescerá 15% em 2019, aponta Ebit Nielsen**. Revista Meio e Mensagem. 2019. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2019/02/21/e-commerce-crescera-15-em-2019-aponta-ebit-nielsen.html>. Acesso em: 05. jan. 2020.

SEBRAE RS - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Unidade do Rio Grande do Sul. **Os números do setor no Brasil** - Disponível em: <https://sebraers.com.br/turismo/os-numeros-do-setor-no-brasil/>. Acesso em: 05. jan. 2020.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Boletim de Tendência do Turismo**. Jun. 2014.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Boletim de Tendência do Turismo**. Jun. 2015.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Índice de competitividade do turismo nacional** (Recurso eletrônico): destinos indutores do desenvolvimento turístico regional: relatório Brasil 2014 / Coordenação Luiz Gustavo Medeiros Barbosa. – Brasília, DF: SEBRAE, 2014.

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 jan. 2020.

Anexo I – Listas de presença

PALESTRA
ELABORAÇÃO PLANO MUNICIPAL DE TURISMO
SÃO LEOPOLDO
AGENDA: 151390
DATA: 16/11/2020 - HORÁRIO: 15h

Participantes e Comentários

From Me to Everyone: 02:51 PM

Boa tarde a todos! Sejam bem-vindos! Um privilégio estar com vocês! 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 Interventura Urbanismo Colaborativo to Everyone: 02:52 PM

Julia Rolim da Silva

Interventura Urbanismo Colaborativo

From Lilia Motta to Everyone: 02:52 PM

Lilia Motta Bichler - PMSL

From Rubem Schollmeier to Everyone: 02:53 PM

Rubem Schollmeier Sebrae-RS

From CARMEM to Everyone: 02:53 PM

Carmem Inês Brunner

From HELENART to Everyone: 02:58 PM

Estela Seifert - Caminho das Artes São Leopoldo

From Helena to Everyone: 02:58 PM

Helena Cardoso CPF 94970211000, Prefeitura Municipal de São Leopoldo - Secretária Municipal de Meio Ambiente

From Adriana Conzatti to Everyone: 02:59 PM

boa tarde a todos! Adriana Conzatti - EMATER/RS-Ascar

From HELENART to Everyone: 02:59 PM

HELENART

From Juliana to Everyone: 03:00 PM

Juliana Kroetz - Rumos Turismo e conexões

From Paula Nicolini to Everyone: 03:01 PM

Paula Nicolini - SEBRAE Sinos

From iPad de Lidiane to Everyone: 03:01 PM

Mário Rosita - Prefeitura de São Leopoldo

From Michele Rocha to Everyone: 03:06 PM

Michele Rocha - Prefeitura de São Leopoldo

From Schuch to Everyone: 03:08 PM

Boa tarde.

From Ingrid Marxen to Everyone: 03:09 PM

Boa tarde.

From Geni Rosângela Dias to Everyone: 03:09 PM

Geni Rosângela Dias- AESOL (associação de empreendimento de economia solidaria de São Leopoldo)

From Andre Rotta to Everyone: 03:10 PM

andre rotta - Representando o Polo gastronomico, bem como ISL 2024

From Schuch to Everyone: 03:10 PM

Airton Corrêa Schuch + ISL 2024

From Geni Rosângela Dias to Everyone: 03:11 PM

AESOL

From Jéssica Mayer to Everyone: 03:23 PM

Boa Tarde. Jéssica Rodrigues Mayer - Turismóloga

From Livia to Everyone: 03:24 PM

Boa tarde! Livia, Engenheira Química da Cervejaria Leopolders

Comentários:

From Juliana to Everyone: 04:36 PM

contribuir

gostaria de...

From Interventura Urbanismo Colaborativo to Everyone: 04:38 PM

eu vou deixar o nosso site para que todos possam conhecer nosso trabalho :)

<https://www.interventura.com.br/>

From Lilia Motta to Everyone: 04:39 PM

Por favor, deixem o nome e telefone para formarmos o grupo de whatsapp para trabalhar durante essa semana

From Me to Everyone: 04:40 PM

Ivane Favero 54999097466

From Livia to Everyone: 04:40 PM

Livia 51999189760

From Yara to Everyone: 04:40 PM

Yara Regina Stockmanns 981545698

From Adriana Conzatti to Everyone: 04:40 PM

Adriana 51997145818

From Geni Rosângela Dias to Everyone: 04:42 PM

Rosângela 51986441236

From Juliana to Everyone: 04:44 PM

Juliana 51993417441

From Luciana Marques to Everyone: 04:44 PM

Luciana Marques-Restaurante Caminho orgânico

From CARMEM to Everyone: 04:44 PM

Carmem 999684673

From Helena to Everyone: 04:44 PM

Helena Cardoso 51-996660103

From Jéssica Mayer to Everyone: 04:45 PM

Jéssica Mayer (51) 999997242

From Daniel Boeira to Everyone: 04:45 PM

Daniel 992838992

From HELENART to Everyone: 04:45 PM

Helena (51) 992420612

Estela (51)992531882

From Interventura Urbanismo Colaborativo to Everyone: 04:46 PM

Julia Rolim 051999906843

From Rubem Schollmeier to Everyone: 04:47 PM

Rubem 980513392

From Adriana Conzatti to Everyone: 04:50 PM

represento a Emater - Sociedade Civil

OFICINA 1
CONSTRUÇÃO DO PLANO MUNICIPAL DE TURISMO
SÃO LEOPOLDO – VALE GERMÂNICO
AGENDA: 151391
DATA: 17/11/2020 - HORÁRIO: 15h

A oficina foi realizada com efetividade, contando com a presença de gestores e empreendedores, e foi construída a Análise Swot.

Participantes e Comentários:

From Me to Everyone: 02:51 PM

Boa tarde a todos! Sejam bem-vindos! Por gentileza, preencham a lista de presenças, com nome, CPF ou CNPJ, nome da empresa ou entidade. Podem enviar privado (só para mim) ou aberto (todos), como preferirem. Agradecemos!

From Lilia Motta to Everyone: 02:53 PM

Lilia Motta Bichler - PMSL

From Ingrid Marxen to Everyone: 02:57 PM

Ingrid Elisabet Marxen

From Lua Streit to Me: (Privately) 02:58 PM

Olá, sou Maria Lua de Freitas Streit - acadêmica do curso de Turismo da Universidade Feevale

From Michele Rocha to Everyone: 02:58 PM

Boa tarde. Michele Rocha. prefeitura de São Leopoldo

From Fernanda Rodrigues to Everyone: 03:00 PM

Câmara de Vereadores

From Rubem to Everyone: 03:00 PM

Rubem Schollmeier - Sebrae-RS

From CARMEM to Everyone: 03:02 PM

Carmem Inês Brunner - Guia de Turismo + ISL

From Schuch to Everyone: 03:03 PM

Airton Corrêa Schuch - ISL2024

From Interventura Urbanismo Colaborativo to Everyone: 03:03 PM

Julia Rolim - Interventura Urbanismo Colaborativo

From Lívia to Everyone: 03:04 PM

Lívia Almeida - engenheira química da Cervejaria Leopolders

From Carla Grahl to Everyone: 03:04 PM

Carla Regina Grahl - Guia de Turismo

From Adriana Conzatti to Everyone: 03:04 PM

boa tarde!

From Helena Rossi Tavares- HELENART to Everyone: 03:04 PM

Helena Rossi Tavares – HELENART

telefone 992420612

From Jéssica Mayer to Everyone: 03:04 PM

Jéssica Rodrigues Mayer - Turismóloga

From Adriana Conzatti to Everyone: 03:05 PM

Adriana Conzatti EMATER/RS-ASCAR

From Laboratorio d'Arte to Everyone: 03:05 PM

Estela Seifert

Laboratório d'Arte

From Jéssica Mayer to Everyone: 03:05 PM

estou tentando ligar o audio

From Helena Parque Imperatriz to Everyone: 03:06 PM

Helena Cardoso Parque Imperatriz Leopoldina

From Madeleine Hilbk to Everyone: 03:07 PM

Madeleine Hilbk

Imobiliária Vila Rica

From Ingrid Marxen to Everyone: 03:07 PM

Ingrid Marxen, Museu Histórico Visconde de São Leopoldo, ACIST, COMTUR.

From Daniel Adams Boeira to Everyone: 03:07 PM

Daniel Adams Boeira - gabinete do prefeito – 54295424072

Associação,Comercial Industrial de Serviços e Tecnologia

From Geni Rosângela Dias to Everyone: 03:12 PM

Geni Rosângela Dias- AESOL

From Daiane Trierveiler to Me: (Privately) 03:20 PM

Daiane Trierveiler, Agostini Burger, Polo Gastronômico SL.

From Fernanda Rodrigues to Everyone: 03:26 PM

travei aqui....

From Helena Parque Imperatriz to Everyone: 04:10 PM

vou ter que me retirar. até amanhã a todos!

From Lilia Motta to Everyone: 04:11 PM

Vou ter que sair e entrar novamente. Problemas som

From Laboratorio d'Arte to Everyone: 04:15 PM

tenho outro compromisso agora e preciso sair, foram muito proveitosas essas reflexões de hoje. Espero reencontrar todos amanhã.

From Daiane Trierveiler to Everyone: 04:29 PM

Tenho outro compromisso, preciso sair, agradeço a todos, até amanhã!

From CARMEM to Everyone: 04:29 PM

voltei

From Interventura Urbanismo Colaborativo to Everyone: 04:34 PM

tbm quero falar

From Geni Rosângela Dias to Everyone: 04:43 PM

maria Cristina- Grupo Mãos Unidas telefone 51993136990

From Lilia Motta to Everyone: 04:47 PM

Segue o meu contato. Peço a gentileza de quem começou a participar hj, me envie seu contato para inclusão no grupo. Como tive que entrar novamente perdi as anotações

Lilia Motta

From Jéssica Mayer to Everyone: 04:58 PM

Escolas de idiomas (incentivando o aprendizado do idioma alemão)

From Geni Rosângela Dias to Everyone: 05:02 PM

maria Cristina- Grupo Mãos Unidas - telefone 51993136990

OFICINA 2
CONSTRUÇÃO DO PLANO MUNICIPAL DE TURISMO
SÃO LEOPOLDO – VALE GERMÂNICO
AGENDA: 151391
DATA: 18/11/2020 - HORÁRIO: 15h

A oficina foi realizada com efetividade, contando com a presença de gestores e empreendedores, e foi construído o Plano de Ações.

Participantes e Comentários:

From Me to Everyone: 02:43 PM

Boa tarde a todos! Sejam bem-vindos! Por gentileza, preencham a lista de presenças, com nome, CPF ou CNPJ, nome da empresa ou entidade. Podem enviar privado (só para mim) ou aberto (todos), como preferirem. Agradecemos!

From Lua Streit to Everyone: 02:44 PM

Boa tarde

Maria Lua de Freitas Streit

From Lilia Motta to Everyone: 02:52 PM

Lilia Motta Bichler - PMSL

From Rubem Schollmeier to Everyone: 02:53 PM

Rubem Schollmeier - Sebrae-RS

From Helena Rossi Tavares-HELENART to Everyone: 02:55 PM

Helena Rossi Tavares- HELENART

From Laboratorio d'Arte to Everyone: 02:56 PM

Estela Seifert - Laboratório d'Arte

From Fernanda Rodrigues to Everyone: 02:59 PM

Fernanda P. Rodrigues Alves - Câmara de Vereadores

From Michele Rocha to Everyone: 02:59 PM

Michele Rocha. Prefeitura de São Leopoldo

From Juliana to Everyone: 03:01 PM

Juliana Kroetz - Rumos Turismo e conexões

From Schuch to Everyone: 03:02 PM

Airton Corrêa Schuch = ISL2024

From Adriana Conzatti to Me: (Privately) 03:03 PM

Adriana Conzatti - Emater RS – ASCAR

From Jéssica Neves to Everyone: 03:03 PM

Jéssica Neves - ISL 2024

From Jéssica Mayer to Everyone: 03:03 PM

Jéssica Rodrigues Mayer-Turismóloga

From Rosângela AESOL to Everyone: 03:04 PM

Geni Rosângela Dias-AESOL

From Helena Parque Imperatriz to Everyone: 03:05 PM

Helena Cardoso Parque Imperatriz Leopoldina

From Yara to Everyone: 03:07 PM

Yara Stockmanns

Semmam/Cepea

From Ingrid Marxen to Everyone: 03:08 PM

Ingrid Elisabet Marxen, Museu Histórico Visconde de São Leopoldo

From Interventura Urbanismo Colaborativo to Everyone: 03:08 PM

Julia Rolim | Interventura Urbanismo Colaborativo

From Daniel Adams Boeira to Everyone: 03:08 PM

Daniel Adams Boeira - Gabinete do Prefeito

From Daiane Trierveiler to Me: (Privately) 04:25 PM

Daiane Trierveiler; Agostini Burger e Polo Gastronômico SL

Madeleine Hilbk

OFICINA 3
CONSTRUÇÃO DO PLANO MUNICIPAL DE TURISMO
SÃO LEOPOLDO – VALE GERMÂNICO
AGENDA: 151391
DATA: 19/11/2020 - HORÁRIO: 15h

A oficina foi realizada com efetividade, contando com a presença de gestores e empreendedores, e foi construído o posicionamento, persona e visão.

Participantes e Comentários:

From Me to Everyone: 02:49 PM

Boa tarde a todos! Sejam bem-vindos! Por gentileza, preencham a lista de presenças, com nome, CPF ou CNPJ, nome da empresa ou entidade. Podem enviar privado (só para mim) ou aberto (todos), como preferirem. Agradecemos!

From Lua Streit to Everyone: 02:50 PM

Boa tarde à todos

Maria Lua de Freitas Streit

From Lilia Motta to Everyone: 02:51 PM

Lilia Motta Bichler

From Helena Parque Imperatriz to Everyone: 02:58 PM

Helena Cardoso - Parque Imperatriz Leopoldina

From Laboratorio d'Arte to Everyone: 02:58 PM

Estela Seifert - Laboratório d'Arte

From Michele Rocha to Everyone: 02:59 PM

Michele Rocha. Prefeitura de São Leopoldo

From Lívia to Everyone: 02:59 PM

Lívia Cervejaria Leopolders

From Yara to Everyone: 02:59 PM

Yara Stockmanns

Semmam/Cepae

From Geni Rosângela Dias to Everyone: 03:00 PM

Geni Rosangela Dias- AESOL

From Helena Rossi Tavares-HELENART to Everyone: 03:00 PM

Helena Rossi Tavares -ateliê de cerâmica HELENART

From Rubem Schollmeier to Everyone: 03:00 PM

Rubem Schollmeier CPF 314.684.030-87 Sebrae-RS

From Ingrid Marxen to Everyone: 03:00 PM

Ingrid Marxen, Museu Histórico Visconde de São Leopoldo

From CARMEM to Everyone: 03:02 PM

Carmem Inês Brunner - Guia de Turismo + ISL2024

From Schuch to Everyone: 03:09 PM

AIRTON CORRÊA SCHUCH = ISL2024

From Jéssica Mayer to Everyone: 03:18 PM

Jéssica Rodrigues Mayer-

From Daniel Adams Boeira to Everyone: 03:23 PM

Daniel Adams Boeira - Gabinete do Prefeito

From Fernanda Rodrigues to Everyone: 04:16 PM

Se tiver como assinar minha presença (hehehe): FERNANDA P RODRIGUES ALVES - CÂMARA DE VEREADORES (Gab. Arthur Schmidt)

From Fernanda Rodrigues to Everyone: 04:23 PM

UMA "PESSOA" COM BAIXA AUTO ESTIMA

From Carla Grahl to Everyone: 04:26 PM

Concordo!!!

From Juliana to Everyone: 04:28 PM

Juliana Kroetz - 01245863096 - Rumos Turismo e Conexões – 11992006000109

Madeleine Hilbk

OFICINA 4
CONSTRUÇÃO DO PLANO MUNICIPAL DE TURISMO
SÃO LEOPOLDO – VALE GERMÂNICO
AGENDA: 151362
DATA: 20/11/2020 - HORÁRIO: 15h

A oficina foi realizada com efetividade, contando com a presença de gestores e empreendedores, e foi construída a Análise Swot.

Participantes e Comentários:

From Me to Everyone: 02:48 PM

Boa tarde a todos! Sejam bem-vindos! Por gentileza, preencham a lista de presenças, com nome, CPF ou CNPJ, nome da empresa ou entidade. Podem enviar privado (só para mim) ou aberto (todos), como preferirem. Agradecemos!

From Lua Streit to Everyone: 02:49 PM

Boa tarde, Maria Lua de Freitas Streit

From Lilia Motta to Everyone: 02:51 PM

Lilia Motta Bichler- PMSL

From Helena Rossi Tavares-HELENART to Everyone: 02:58 PM

Helena Rossi Tavares-

From Schuch to Everyone: 02:59 PM

Airton Corrêa Schuch = ISL2024

From Ingrid Marxen to Everyone: 03:00 PM

Ingrid Elisabet Marxen - Museu Histórico Visconde de São Leopoldo

From Interventura Urbanismo Colaborativo to Everyone: 03:00 PM

Julia Rolim - Interventura Urbanismo Colaborativo - 01396261079

From Michele Rocha to Everyone: 03:01 PM

Michele Rocha. Prefeitura de São Leopoldo

From Juliana to Everyone: 03:01 PM

Juliana Kroetz - Rumos Turismo e Conexões

From Yara to Everyone: 03:02 PM

Yara Regina Stockmanns

Semmam/Cepea

From Helena Parque Imperatriz to Everyone: 03:06 PM

Helena Cardoso Parque Imperatriz Leopoldina

From Laboratorio d'Arte to Everyone: 03:06 PM

Estela Seifert - Laboratorio d'Arte

From CARMEM to Everyone: 03:06 PM

Boa tarde a todos! Carmem Inês Brunner - Guia de Turismo

From Fernanda Rodrigues to Everyone: 03:13 PM

FERNANDA P. RODRIGUES ALVES, CÂMARA DE VEREADORES (Gab. Arthur Schmidt),

From Daniel Adams Boeira to Everyone: 03:17 PM

Daniel Adams Boeira - gabinete do prefeito

From Jéssica Mayer to Everyone: 03:18 PM

Jéssica Rodrigues Mayer

From Rosângela AESOL to Everyone: 04:07 PM

Geni Rosangela Dias AESOL

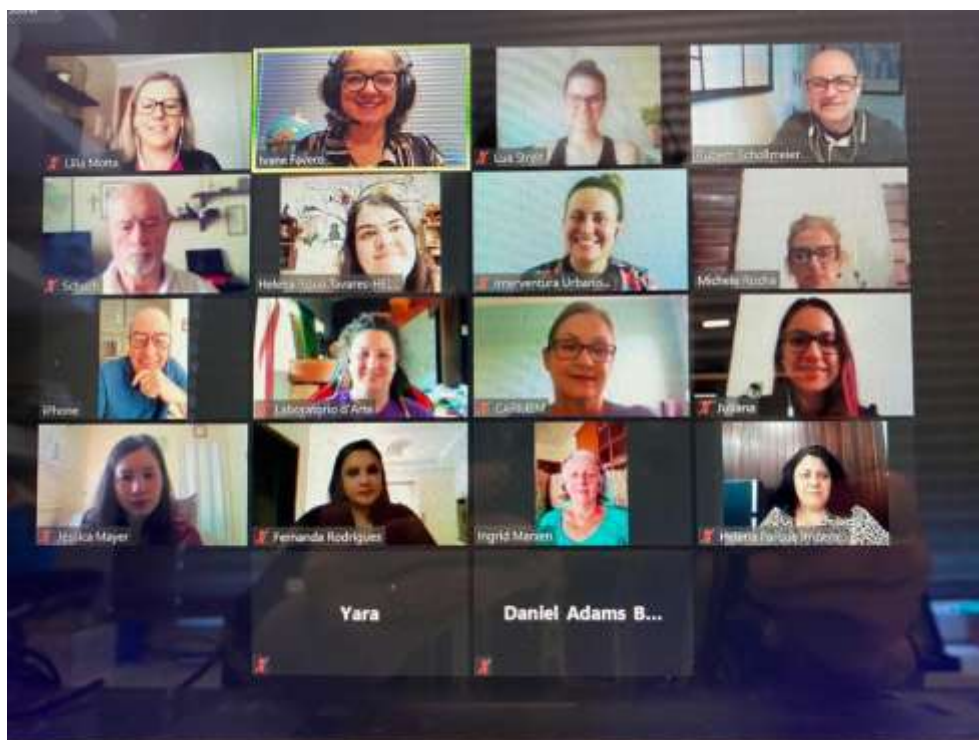
From Fernanda Rodrigues to Everyone: 04:48 PM

experiência maravilhosa, só tenho a agradecer pela oportunidade. parabéns pela organização, dinâmica e objetividade. ??

From Schuch to Everyone: 04:50 PM

Grato! Parabéns!

Anexo II – Imagens dos encontros virtuais





Anexo III – Avaliação de Turismo - IPM Unisinos

Acesso e Transporte (itens que pontuam)	Disponibilidade
Principais rodovias de acesso ao município em boas condições (asfalto em boas condições, sem risco)	✓
Oferta de ônibus intermunicipais para acesso ao município	✓
Oferta de horários para viagens nos ônibus intermunicipais	✓
Potencial de fluxo para o município ("caminho" para outros destinos ou isolado)	✓
Proximidade de grandes centros/municípios de maior porte	✓
Oferta de ônibus municipais aos principais atrativos do município (afastados do Centro)	✓
O município possui rodoviária	✓
Rodoviária e respectiva estrutura física (mobiliário, limpeza, pintura...) em bom estado de conservação	✓
Caixa eletrônico na rodoviária	✓
Serviços de alimentação na rodoviária	✓
Sinalização interna da rodoviária (placas orientativas, identificação boxes de ônibus, embarque/desembarque...)	✓
Rodoviária possui site atualizado (é possível consultar os horários de ônibus)	✓
É possível comprar passagens no site da rodoviária	✗
O telefone/atendimento telefônico da rodoviária funciona (atende às ligações, presta informações)	✓
O município possui serviço/frota/pontos/central de táxi	✓
O município possui serviço de transporte por aplicativo (Uber, 99Taxi, Garupa ou aplicativo local...)	✓
Outras perguntas para compor relatório (itens que NÃO pontuam)	Disponibilidade
Há outras formas de acesso disponíveis (avião, barco, trem...) em funcionamento?	✓
Faixas de valores das passagens dos diferentes tipos de transporte (existência de opções mais baratas e mais caras)	✓
Acesso de possíveis centros emissivos, além de Porto Alegre (outras localidades de maior porte)	✓
Apoio ao Turista e Conveniências (itens que pontuam)	Disponibilidade
O município possui Centro de Atenção ao Turista (CAT), Centro de Informações Turísticas e/ou similares em pleno funcionamento (abertos sistematicamente)	✗
Qualidade do atendimento prestado no CAT/hospitalidade	✗
Horário de atendimento do CAT atende a necessidade dos turistas (de acordo com a realidade do local)	✗
Os CATs/Centros de Informações Turísticas são bem localizados (atende a necessidade dos turistas)	✗
Há material informativo impresso (mapas, folders, flyers) elaborado e disponibilizado pelo poder público (nos CATs, hotéis, restaurantes, agências locais...)	✗
Qualidade do material informativo impresso	✗
Município possui placas com os nomes das ruas	✓

Sinalização turística/indicativa nos principais pontos turísticos do município (distâncias, como chegar)	✗
O município possui agência de turismo que oferta pacotes receptivos	✗
O município possui agências bancárias e/ou caixas eletrônicos	✓
O site da Prefeitura Municipal possui uma seção específica de informações turísticas	✓
As informações turísticas no site da Prefeitura Municipal são robustas (há informações sobre atrativos turísticos, hospedagem, gastronomia, rotas e roteiros turísticos, com site, telefone, e-mail, pessoas de contato)	✓
As informações turísticas no site da Prefeitura Municipal estão atualizadas	✗
O município possui perfil atualizado no <i>Instagram</i> (oficial, gerenciado pela Prefeitura)	✓
O município possui página no <i>Facebook</i> atualizada (oficial, gerenciada pela Prefeitura)	✓
O município possui (ou faz parte) de rotas ou roteiros turísticos	✓
As rotas ou roteiros estão em pleno funcionamento (sistematizados)	✗
O município conta com estrutura própria para atendimento de urgência e emergência em saúde?	✓
Outras perguntas para compor o relatório (itens que NÃO pontuam)	Disponibilidade
Município possui aplicativo turístico próprio (Exemplo: Pelotas Tem)	✗
Município possui outros recursos com fins de atendimento ao turista (Exemplo: Totem de autoatendimento, sites e perfis não oficiais voltados ao turismo)	✗
A busca no Google pelo 'nome do município + palavras-chave relacionadas a turismo remete a sites com informações atualizadas e com credibilidade (o que fazer, onde comer...)	✓
As informações constantes no site da Secretaria da Cultura, Turismo, Esporte e Lazer do Rio Grande do Sul (SEDETUR) sobre o município estão atualizadas	✗
Hospedagem (itens que pontuam)	Disponibilidade
Quantidade de locais disponíveis para hospedagem	✓
Qualidade dos locais disponíveis para hospedagem	✓
Localização das opções de hospedagem (centro do município, acessíveis, bem localizadas - observar comodidades do entorno)	✓
Os estabelecimentos possuem protocolos de prevenção ao Covid-19 implementados	✓
Atendimento profissional e qualificado (funcionários treinados, uniformizados) assinalar NÃO caso seja feito pela própria família, informal	✓
Qualidade do atendimento prestado (profissional ou informal)	✓
Imagem, limpeza e conservação dos locais	✓
Acessibilidade na entrada, áreas de uso comum e quartos	✓
Outras perguntas para compor relatório (itens que NÃO pontuam)	Disponibilidade
Disponibilidade de meios de pagamento eletrônicos	✓
Disponibilidade de nota fiscal (não apenas recibo)	✓
Valores praticados (há alternativas mais baratas e mais caras?)	✓
Oferta de outros serviços de alimentação além do café da manhã? (jantar, serviço de quarto)	✓
Estabelecimentos possuem fachada	✓

Há sinalização indicativa para os estabelecimentos (como chegar)	✓
Disponibilidade de estacionamento para os clientes	✓
Gastronomia (itens que pontuam)	Disponibilidade
Quantidade de locais disponíveis para alimentação (café, almoço, lanche, janta)	✓
Qualidade dos locais disponíveis para alimentação	✓
Localização das opções de gastronomia (centro do município, acessíveis, bem localizadas)	✓
Os estabelecimentos possuem protocolos de prevenção ao Covid-19 implementados	✓
Existem estabelecimentos que servem a gastronomia típica local?	✓
Atendimento profissional e qualificado (funcionários treinados, uniformizados) assinalar NÃO caso seja feito pela própria família, informal	✓
Qualidade do atendimento prestado (profissional ou informal)	✓
Imagem, limpeza e conservação dos locais	✓
Imagem e apresentação dos alimentos	✓
Acessibilidade (entrada, circulação, banheiros)	✓
Outras perguntas para compor o relatório (itens que NÃO pontuam)	Disponibilidade
Disponibilidade de meios de pagamento eletrônicos	✓
Disponibilidade de nota fiscal (não apenas recibo)	✓
Valores praticados (há alternativas mais baratas e mais caras?)	✓
Estabelecimentos possuem fachada	✓
Há sinalização indicativa para os estabelecimentos (como chegar)	✓

Eventos (itens que pontuam)	Disponibilidade
O município possui calendário de eventos anual definido pela Prefeitura	✗
O calendário de eventos do município é oficial e formalizado	✗
O calendário de eventos anual está divulgado na internet, em canais oficiais (site da Prefeitura Municipal, página da Prefeitura no Facebook)	✗
Abrangência/projeção dos eventos do município local/regional/estadual/nacional	✗
Os eventos do município são bem distribuídos ao longo do ano (sazonalidade)	✗
Tradição/constância dos eventos do município	✗
O município conta com pelo menos um evento sistemático cujo tema é relacionado a cultura/história/natureza/economia local (público ou privado)	✓
Outras perguntas para compor o relatório (itens que NÃO pontuam)	Disponibilidade
O município realiza eventos com fins econômicos/geração de negócios tais como: feiras, exposições de produtos, remates, shows e festivais... (públicos ou privados)	✓
O município realiza ou recebe eventos esportivos (corridas, caminhadas, passeios ciclísticos, mountain bike, surfe...) (públicos ou privados)	✓
O município realiza ou recebe eventos acadêmicos (congressos, seminários...) ligados a universidades e/ou instituições de ensino e pesquisa (públicos ou privados)	✓
Atrativos Econômicos (itens que pontuam)	Disponibilidade

As atividades econômicas desenvolvidas no município são exploradas turisticamente (é possível fazer visitas guiadas ou técnicas, comprar produtos típicos ou “de fábrica”; qualquer pessoa consegue agendar/fazer, há um roteiro pré-definido e divulgado; não depende de alguém que conheça “o dono” para ter acesso aos locais)	x
As atividades econômicas desenvolvidas no município têm potencial de exploração turística	✓
O município explora econômica/turisticamente seus atrativos naturais, culturais ou históricos por meio de empreendimentos de hospedagem e gastronomia	x
O município possui pelo menos um 'produto local' marcante (artesanato, comida, bebida...)	x
O município explora turisticamente o 'produto local' marcante	x
Disponibilidade de 'produto local' (facilidade de encontrar/comprar)	x
O município possui produtos de artesanato local	✓
O município possui perspectivas de investimentos diretos ou indiretos em turismo	✓
Outras perguntas para compor o relatório (itens que NÃO pontuam)	Disponibilidade
O município faz parte de algum cluster ou APL...?	✓
O município possui empreendimentos de turismo rural? (campings, piscinas, café colonial, almoços, pousadas...)	x
O município possui locais de valorização e/ou comercialização do artesanato local (existência de cooperativas, associações, Casa do Artesão, feiras de artesanato...?)	✓
O município possui feiras de agricultura local ou de produtos caseiros?	✓
Atrativos Naturais (itens que pontuam)	Disponibilidade
O município possui atrativos naturais explorados turisticamente? (praias, montanhas, serra, lagos, lagoas, laguna, áreas de proteção ambiental, reservas ecológicas, florestas...?)	x
O município possui atrativos naturais com potencial de exploração turística? (praias, montanhas, serra, lagos, lagoas, laguna, áreas de proteção ambiental, reservas ecológicas, florestas...?)	✓
A visitação aos principais atrativos é sistematizada OU os locais são de fácil acesso? (possui horários específicos de visitação, roteiros definidos e estruturados? Estes roteiros estão divulgados/acessíveis a qualquer pessoa? É possível fazer por conta própria ou é necessário contratar guia/agência?)	x
Há transporte municipal para os principais atrativos?	x
Quanto a qualidade da infraestrutura física disponível nos principais atrativos	x
Quanto a disponibilidade de serviços de alimentação nos atrativos	x
Quanto as condições/qualidade das ruas de acesso aos atrativos	✓
Quanto ao estado de conservação/manutenção dos locais	x
Atrativos Históricos e Culturais (itens que pontuam)	Disponibilidade
O município possui elementos que tornam “tangível” a história do local (monumentos, prédios, museus, arquitetura, casas de cultura, igrejas...)	✓
Estes elementos são explorados turisticamente?	x
Estes elementos possuem potencial de exploração turística?	✓
A visitação aos principais atrativos é viável e sistematizada (são locais públicos ou privados? Horários específicos de visitação? Há roteiros definidos e estruturados? Estes roteiros estão divulgados/acessíveis a qualquer pessoa? É possível fazer por conta própria ou é necessário contratar guia/agência?)	✓

Quanto a qualidade da infraestrutura física disponível nos principais atrativos	✓
Quanto a qualidade do atendimento presencial prestado nos principais atrativos	✓
Quanto as condições/qualidade das ruas de acesso aos atrativos	✓
Quanto ao estado de conservação/manutenção dos atrativos	✓
Governança e Cooperação (não pontua, apenas descritivo)	Disponibilidade
O município conta com uma Secretaria de Turismo?	✓
O município conta com pelo menos um profissional de turismo (turismólogo, guia...) na equipe?	✗
O município possui um Plano de Turismo?	✗
O Plano de Turismo está em execução?	✗
O município possui um Conselho de Turismo?	✓
O Conselho de Turismo está em funcionamento? (reuniões e ações regulares, sistematizada)	✗
O Conselho de Turismo é composto por membros de diferentes setores/segmentos importantes para o turismo?	✓
O município possui alguma organização, associação, projeto (não governamental) em prol do turismo?	✓
O município realiza monitoramento do seu fluxo turístico? (possui indicadores atualizados)	✗
O município possui compreensão sobre o seu perfil de turismo? (quem são os visitantes, o que fazem na cidade...)	✗
Os atores tem um bom nível de engajamento na causa do turismo no município	✗