

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO PÚBLICA MUNICIPAL**

Cláudia Junges Schirmer

**DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DE PANAMBI/RS:
CONTRIBUIÇÕES DO CONSELHO MUNICIPAL DO TURISMO
PARA O PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO.**

Porto Alegre

2012

Cláudia Junges Schirmer

**DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DE PANAMBI/RS:
CONTRIBUIÇÕES DO CONSELHO MUNICIPAL DO TURISMO
PARA O PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO.**

Trabalho de Conclusão de Curso,
apresentado ao Curso de Especialização em
Gestão Pública Municipal – modalidade a
distância da Universidade Federal do Rio
Grande do Sul como requisito para a
obtenção do título de especialista.

Orientadora:

Prof.^a Me. Raquel Engelman Machado

Porto Alegre

2012

Cláudia Junges Schirmer

**DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DE PANAMBI/RS:
CONTRIBUIÇÕES DO CONSELHO MUNICIPAL DO TURISMO
PARA O PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO.**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado ao Curso de Especialização em Gestão Pública Municipal – modalidade a distância da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito para a obtenção do título de especialista.

Aprovado em 12 de maio de 2012.

BANCA EXAMINADORA:

Prof.^a Lilian Weber

Prof. Ariel Behr

*“Ao município de Panambi/RS
e aos seus cidadãos.*

AGRADECIMENTOS

A participação no curso de Especialização em Gestão Pública Municipal de maneira gratuita e à distância foi uma oportunidade única e que veio ao encontro de meus anseios profissionais. Por isso, agradeço inicialmente ao Ministério da Educação – MEC, à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES, à Universidade Aberta do Brasil e à Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS.

Agradeço muito a Deus, que me deu saúde e condições para conseguir concluir mais esta etapa de minha vida profissional.

Agradeço, especialmente, ao meu marido Fábio, pelo seu apoio incondicional.

Agradeço às minhas filhas gêmeas, Bruna e Carol, dois anjos que, além de dividir o meu amor, a partir do quarto mês de vida me dividiram também com os livros.

Não poderia deixar de lembrar meus pais, minha sogra e todos aqueles que, de algum modo, auxiliaram nos cuidados com minhas filhas, para que eu pudesse me dedicar a esta formação.

Finalmente, agradeço às professoras Esther Engelman Machado (tutora) e Raquel Engelman Machado (orientadora), pelo auxílio constante, pela compreensão, paciência e, principalmente, pelos incentivos até a conclusão deste trabalho.

***“Não existe vento favorável
para quem não sabe para onde vai.”***

(Schopenhauer)

RESUMO

O presente estudo consiste em um relatório de intervenção na gestão do turismo no município de Panambi/RS. Teve como objetivos principais identificar as potencialidades turísticas, através da participação do Conselho Municipal do Turismo, e contribuir para a elaboração de um planejamento estratégico do setor. Apresenta uma abordagem teórica acerca da gestão pública do turismo, do planejamento e do planejamento estratégico, com a apresentação de diferentes conceitos de Diagnóstico Turístico elaborados por importantes teóricos do tema. O levantamento de dados permite uma descrição geral da gestão municipal do turismo, suas principais características, seus atrativos e da atuação das instâncias de governança local – o Departamento Municipal de Turismo e o Conselho Municipal de Turismo. Na pesquisa de campo, aplicou-se a técnica de Grupo Focal em uma reunião do COMTUR, para a investigação das potencialidades turísticas, complementada com a aplicação de um questionário de avaliação dos componentes da oferta turística: atrativos, infraestrutura de apoio, serviços e equipamentos turísticos. Os resultados demonstram os pontos fortes e fracos com relação ao desenvolvimento do turismo e apontam para a necessidade de um plano estratégico focado no turismo de negócios e de eventos, desde que contemple uma gama de investimentos em componentes específicos da infra-estrutura, atrativos, equipamentos e serviços utilizados pela demanda turística real. Por outro lado, fica evidente a necessidade de mudanças na gestão do turismo, tanto nos recursos físicos como nos recursos humanos e financeiros destinados ao Departamento de Turismo e Lazer.

Palavras-chave: gestão pública do turismo; planejamento estratégico; diagnóstico turístico;

ABSTRACT

The present study is to report an intervention in the management of tourism in the municipality of Panambi / RS. Aimed to identify the main tourist potential through participation of the Municipal Tourism Council, and contribute to the development of a strategic planning sector. Presents a theoretical approach about the public management of tourism, planning and strategic planning, with the presentation of different concepts developed by Tourism Diagnostic important theoretical theme. The survey provides an overview of the municipal management of tourism, its main features, its attractions and activities of bodies of local governance - the City's Tourism Department and the Municipal Tourism Council. In field research, it was applied the technique in a Focus Group meeting COMTUR, to investigate the tourism potential, supplemented by the application of an evaluation form of the components of tourism, attractions, infrastructure support services and tourist facilities. The results demonstrate the strengths and weaknesses in relation to tourism development and point to the need for a strategic plan focused on business tourism and events, provided that includes a range of investments in specific components of the infrastructure, attractive, equipment and services used by tourist demand real. On the other hand, it is evident the need for changes in the management of tourism, both in physical resources and in human and financial resources for the Department of Tourism.

Keywords: public tourism management, strategic planning, diagnosis tourism;

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1 -	Quadro resumo da reunião do Grupo Focal.....	40-41
Gráfico 1 -	Qualidade da Infraestrutura de Apoio ao Turismo em Panambi/RS.....	46
Gráfico 2 -	Qualidade dos Serviços e Equipamentos Turísticos em Panambi/RS.....	48
Gráfico 3 -	Qualidade dos Atrativos Turísticos em Panambi/RS.....	50

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 -	Qualidade da Infraestrutura de Apoio ao Turismo de Panambi/RS	45
Tabela 2 -	Qualidade dos Serviços e Equipamentos Turísticos em Panambi/RS	47
Tabela 3 -	Qualidade dos Atrativos Turísticos em Panambi/RS	49-50

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

COMTUR – Conselho Municipal do Turismo

GF – Grupo Focal

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

MTUR – Ministério do Turismo

PIB – Produto Interno Bruto

PNMT – Programa Nacional de Municipalização do Turismo

equip. – equipamentos

máx. – máximo

tur. – turismo/turísticos

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	12
1. A GESTÃO PÚBLICA DO TURISMO – REALIDADES E PERSPECTIVAS.....	16
1.1 O PLANEJAMENTO DO TURISMO	18
1.2 O PLANO MUNICIPAL DE TURISMO	21
1.3 O PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO	24
1.4 O DIAGNÓSTICO TURÍSTICO	26
2. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	28
2.1 O MUNICÍPIO E O TURISMO	28
2.2 O DEPARTAMENTO MUNICIPAL DE TURISMO	33
2.3 O CONSELHO MUNICIPAL DO TURISMO – COMTUR.....	35
2.4 AS POTENCIALIDADES TURÍSTICAS DE PANAMBI/RS SEGUNDO O COMTUR.....	39
2.5 AVALIAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA DE PANAMBI/RS SEGUNDO O C OMTUR.....	44
2.6 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS E SUGESTÕES	53
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	57
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	59
APÊNDICE A - SLIDES UTILIZADOS NA REUNIÃO (Grupo Focal).....	64
APÊNDICE B- INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS 1.....	79
APÊNDICE C - INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS 2.....	80

INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem sua linha de pesquisa focada na gestão pública do Turismo no município de Panambi/RS. Localizado na região turística do Yucumã, mais especificamente no Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul. O município apresenta as características necessárias para desenvolver o turismo: possui atrativos naturais, históricos e culturais passíveis de visitação turística, oferta de serviços básicos e uma demanda regular de turistas de negócios¹. A preservação da natureza, a valorização da cultura, a herança gastronômica e os negócios gerados pelas indústrias do setor metal-mecânico são características marcantes e exclusivas, que merecem um olhar atento para o desenvolvimento do turismo.

Ao longo de sua história, o município foi contemplado com alguns investimentos e projetos de turismo, porém de maneira isolada e descontínua. Além disso, a inexistência de um plano municipal para o turismo configura-se como o principal obstáculo a impedir o seu desenvolvimento. Outro fator complicador é a falta de uma estrutura de governança adequada às necessidades do setor (departamento ou secretaria municipal de turismo). Até hoje a gestão do turismo sempre ocorreu com dependência estrutural e orçamentária de outro órgão ou secretaria municipal, o que evidencia a não priorização deste setor dentro da gestão pública municipal.

Também é latente o anseio da comunidade panambiense e dos empresários do ramo por ações focadas no desenvolvimento do turismo de modo que se possa atender a demanda existente e projetar o município no mercado, através de um produto exclusivo. Para isso, é fundamental compreender a realidade local, bem como as possibilidades de desenvolvimento do turismo em nível regional. Diante disso, o presente trabalho pretendeu responder à questão: Quais são as potencialidades turísticas de Panambi/RS?

Para responder a esta questão este relatório de intervenção teve como objetivo principal identificar as potencialidades turísticas do município de Panambi/RS e contribuir com o planejamento estratégico do setor. Neste sentido buscou-se atingir os seguintes objetivos específicos:

¹ Conforme Junges (2005, p. 34), a demanda turística real existente no município é constituída em 84% por turistas de negócios, que estão na cidade por motivos profissionais, mas que acabam usufruindo de toda a infraestrutura do setor.

a) descrever as características históricas, geográficas, sociais, econômicas, culturais e turísticas de Panambi/RS, bem como os principais atrativos passíveis de visitação turística;

b) contextualizar a gestão municipal do turismo, o Departamento Municipal de Turismo e o Conselho Municipal do Turismo (COMTUR);

c) identificar as potencialidades turísticas e avaliar a oferta turística na percepção dos membros do COMTUR;

d) sugerir ações estratégicas de modo a contribuir com o trabalho da gestão pública municipal e iniciar o processo de elaboração do planejamento estratégico para o setor.

Para atingir estes objetivos realizaram-se pesquisa bibliográfica documental e observação participante, visto que a autora deste trabalho é funcionária da Prefeitura Municipal de Panambi e atua diretamente no Departamento de Turismo, o que facilitou a coleta de dados e o acesso a todas as informações acerca do turismo local, inclusive a mobilização e o envolvimento do COMTUR.

Como fontes documentais utilizaram-se a bibliografia da história do município, sites de órgãos oficiais do Governo, o Inventário da Oferta Turística Municipal, pesquisa referente à demanda turística, livros de atas do COMTUR e documentos sobre a estrutura administrativa da Secretaria de Desportos, Turismo e Lazer. Esta parte da pesquisa permitiu o levantamento de dados técnicos fundamentais para a formatação do diagnóstico do turismo municipal.

Para a coleta de dados primários foram utilizadas duas técnicas: Grupo Focal (GF) e aplicação de questionários. Para a aplicação da técnica de grupo, foi realizada reunião extraordinária do conselho, em que o pesquisador conduziu os participantes a responderem, através da apresentação de cinco questões geradoras (APÊNDICE B), devido ao tema possuir caráter investigativo/exploratório e envolver a abordagem qualitativa.

A sessão do GF foi realizada com os membros do COMTUR de Panambi, porque este representa os diversos grupos interessados no desenvolvimento do turismo no município.

Todos os dezessete membros foram convidados para a reunião extraordinária do COMTUR e informados, em tempo hábil, do motivo da reunião, da temática da pesquisa e da técnica que seria utilizada. No caso do impedimento da participação do titular, o convite foi extensivo ao suplente. Dez membros estiveram presentes da reunião do GF; os faltantes não se fizeram representar por seus suplentes e não apresentaram justificativa de sua ausência.

Esta técnica é comumente utilizada em pesquisas da área de marketing e, segundo Dias (2000), consiste na reunião intencional de pequenos grupos – de seis a doze pessoas –, com o objetivo principal de identificar percepções, sentimentos, atitudes e idéias dos participantes a respeito de um determinado assunto, produto ou atividade. A reunião é coordenada por um moderador, que pode ser o próprio pesquisador. O papel do moderador é o de conduzir o grupo e manter o foco da discussão no tópico da pesquisa, sendo o balizador das informações e opiniões dos indivíduos, permanecendo neutro. A reunião envolve a discussão de um tema guiada por algumas perguntas-chave elaboradas previamente pelo pesquisador. Segundo De Antoni (2001, p.5),

[...] a estruturação ou planejamento das sessões inclui o estudo do tópico da pesquisa e o desenvolvimento de questões de orientação. É necessário elaborar de três a cinco questões de orientação que guiarão as sessões. Estas questões serão utilizadas, posteriormente, para desenvolver temas ou categorias de análise dos dados. A qualidade do GF dependerá da qualidade das questões elaboradas.

Os usuários da técnica do GF acreditam que a interação entre as pessoas resulta num conhecimento mais profundo do tema, traz mais informações, mais detalhes, sendo mais eficiente que a somatória de respostas objetivas e individuais (CARLINI-COTRIN, 1996)

Já o questionário com questões de múltipla escolha (APÊNDICE C) foi enviado por e-mail aos mesmos participantes da reunião do GF. Apesar de serem poucos respondentes para realizar uma análise estatística optou-se por envio de questionário aos membros do conselho para complementar as informações coletadas no GF e também devido aos membros do conselho já terem despendido muito tempo na reunião, não dispondo de mais para entrevista com questões abertas.

Para apresentar os dados coletados da reunião de grupo, foi elaborado um relatório com a transcrição das fitas gravadas e construído um quadro com o resumo das respostas. Os dados coletados através dos questionários foram organizados em tabelas e gráficos. A partir dos resultados, foram realizadas as análises e sugestões.

O estudo está organizado em dois capítulos. No primeiro, foram abordados o processo da gestão pública do turismo no Brasil, as principais características do planejamento, com enfoque no planejamento estratégico do turismo municipal, e o conceito de diagnóstico turístico. O segundo capítulo apresenta os resultados da pesquisa sobre a realidade do setor de turismo no município de Panambi/RS: principais características do município, a atuação das instâncias de governança local – Departamento Municipal de Turismo e Lazer e COMTUR – e destaca a avaliação da oferta e das potencialidades turísticas do município a partir dos dados coletados. Por fim, apresentam-se as conclusões e sugestões para melhorar a gestão do turismo em Panambi/RS através da elaboração de um Planejamento Estratégico.

1. A GESTÃO PÚBLICA DO TURISMO – REALIDADES E PERSPECTIVAS

A gestão pública do turismo no Brasil possui uma história muito recente, estando atualmente em fase de grande expansão. Conforme Trigo (2007), os primeiros passos para uma organização formal do setor em nível nacional ocorreram em plena ditadura militar, no início da década de 1970, quando se pensava o turismo como uma fórmula para resolver todos os problemas do país. Apesar de todo o esforço realizado, esta fase fracassou. A esse respeito, Trigo (2007, p.11) comenta:

Dois conjuntos de motivos afetaram a área: o primeiro foi a série de desastres econômicos provocados pela crise do petróleo e aumento das dívidas brasileiras, que provocaram inflação e recessão, comprometendo o desenvolvimento nacional, inclusive do setor turístico; o segundo foi o descaso dos “planejadores” que não se importaram com a preservação ambiental, com a qualidade e com a formação de profissionais qualificados em todos os níveis, o que afetou a operação e gestão dos serviços turísticos. Todas essas deficiências do setor turístico aliadas à crise econômica mundial resultaram em fracasso.

De 1970 a 1990 houve várias crises econômicas cíclicas no país e não ocorreram avanços no setor. Uma segunda fase de crescimento ocorreu a partir de 1990, com a abertura da economia e estabilização da democracia, o turismo encontrou condições propícias para o desenvolvimento. De acordo com Trigo (2007, p.12):

Pela primeira vez, em 1996, a EMBRATUR estruturou uma política nacional de turismo; investimentos nacionais e estrangeiros jorraram em hotéis, parques temáticos e projetos ligados a entretenimento; a privatização das telecomunicações e de várias rodovias provocou melhoras na infraestrutura; houve o crescimento da formação profissional em todos os níveis (superior, médio e básico); novos cursos como hotelaria, gastronomia e lazer somaram-se aos cursos de turismo como formadores de profissionais qualificados; e vários estados, municípios, empresas privadas e ONGs compreenderam a importância do turismo como fator de desenvolvimento e inclusão social.

Esta fase foi marcada pela implantação do Plano Nacional de Municipalização do Turismo – PNMT – que, além da descentralização da gestão do turismo, propunham a inserção de parte da população na elaboração das políticas locais e regionais (BRASIL, 2009).

A criação do Ministério do Turismo no ano de 2003 marca a terceira fase do turismo brasileiro. Inicia-se um período histórico de investimentos sistemáticos na qualificação dos profissionais envolvidos com a gestão pública do turismo. A partir de 2004, acontecem a articulação e aplicação do Programa de Regionalização do Turismo, com estratégias voltadas à descentralização e segmentação das atividades (BRASIL, 2009).

Neste cenário, as demandas de turismo entraram com mais força nas agendas governamentais dos gestores públicos. Municípios e várias regiões brasileiras iniciaram seus processos de planejamento.

Em 17 de setembro de 2008, foi criada a Lei Geral do Turismo (Lei N.º 11.771), que define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico. A partir dela foram criadas políticas públicas específicas e estratégias de desenvolvimento, em parceria com estados, municípios e outros órgãos de governo. Também cresceu a mobilização da sociedade civil e da iniciativa privada para promover e qualificar os destinos turísticos brasileiros.

Atualmente, o turismo é o setor que mais cresce e movimenta a economia mundial. Conforme dados da Organização Mundial do Turismo – OMT - o setor é responsável por 5% do PIB global (OMT, 2012).

No Brasil, este setor vem conquistando melhores resultados na participação da economia. Conforme o Anuário Estatístico do Turismo 2010, publicado pelo Ministério do Turismo, mais de 4,8 milhões de turistas desembarcaram no país no ano de 2009. Esse crescimento é reflexo do trabalho realizado a partir de uma nova forma de gestão do turismo, iniciada com a criação do PNMT, e que ganhou força a partir da criação do Ministério do Turismo (BRASIL, 2009).

Estas informações demonstram o quão recente é o entendimento de que o turismo mereça um olhar estratégico em sua gestão. Embora o Brasil seja um país com uma diversidade imensa de atrativos e com uma extraordinária diversidade biológica, paisagística, cultural e histórica, estamos apenas na gênese de um processo de desenvolvimento responsável e sustentável do turismo. Desenvolvimento este que, só será possível, através de

ações e investimentos focados na realidade, na vocação e nas potencialidades de cada município ou região. Isso tudo pressupõe um processo de planejamento.

1.1 O PLANEJAMENTO DO TURISMO

Planejar o turismo não é algo simples. Pelo contrário, exige conhecimento, técnica e muita clareza acerca da atividade que se pretende desenvolver, bem como dos objetivos a serem alcançados.

O desenvolvimento do turismo, enquanto atividade econômica pode trazer consigo efeitos positivos e negativos para uma localidade. Isso vai depender, exclusivamente, de como será conduzido este processo de desenvolvimento. Se o turismo for considerado uma alternativa de desenvolvimento para uma comunidade ou região e receber o planejamento adequado, conseqüentemente resultará em efeitos muito positivos. Goidanich e Boeny (2001) destacam que o turismo bem desenvolvido traz consigo a geração de empregos, a diversificação da economia, o desencadeamento do efeito multiplicador com incentivo à produção de outros setores, o conseqüente aumento do Produto Interno Bruto – PIB, o desenvolvimento da infraestrutura local, a valorização da cultura e do patrimônio histórico local, o intercâmbio cultural, o incentivo à participação comunitária, a proteção e preservação do patrimônio natural, dentre outros.

Por outro lado, a inexistência de um planejamento ou a má condução das atividades turísticas pode acarretar uma série de efeitos negativos, tais como:

[...] o aumento do custo de vida, degradação do patrimônio, perda da identidade, imitação de outras regiões, perda de qualidade dos produtos ofertados, poluição em geral, capacidade insuficiente da estrutura turística, em tantos outros (GOIDANICH; BOENY, 2001, p.18).

Ignarra (2002, p.62) entende que “frente a estes efeitos que podem ser produzidos pelo turismo, o planejamento da atividade se faz necessário, tanto para acelerar e maximizar os

efeitos positivos da atividade, quanto, e principalmente, para que os efeitos negativos sejam mitigados”.

Assim, tendem a auferir sucesso aqueles destinos cujo processo de planejamento turístico tomar como princípios a sustentabilidade ambiental, sociocultural, econômica e político-institucional.

O Conselho Brasileiro para o Turismo Sustentável propõe a observação de sete princípios técnicos no momento de se planejar a atividade turística, sob o viés da sustentabilidade, são eles:

1) respeitar a legislação vigente no País; 2) garantir os direitos das populações locais; 3) conservar o meio ambiente natural e sua diversidade; 4) considerar o patrimônio cultural e os valores locais; 5) estimular o desenvolvimento social e econômico dos destinos turísticos; 6) garantir a qualidade dos produtos, processos e atitudes; 7) estabelecer o planejamento e a gestão responsável (BRASIL, 2008, p.45).

Entretanto, apenas a observação de determinados princípios ou regras no momento de planejar não garantem a eficiência das ações ou resultados. Planejar o futuro de uma atividade tão dinâmica como o turismo pode ser considerado arriscado, diante da velocidade em que ocorrem as transformações na sociedade atual e também das inovações tecnológicas, que são cada vez mais eficientes para interligar as pessoas e os destinos em todo o mundo.

Conforme Barreto (2005, p.30-31), todo o planejador deve entender que:

O planejamento é uma atividade; não é algo estático. Normalmente, parte de alguma ação anterior; é um dever, um acontecer em que muitos fatores precisam ser coordenados para se alcançar um objetivo que está em outro tempo. Sendo um processo dinâmico, está em permanente revisão e sofre muitas correções de rumo. Exige um repensar constante, mesmo após a concretização dos objetivos.

Todo planejamento é complexo, pois envolve reflexão e tomada de decisão em relação a uma realidade subjetiva: o futuro. O conceito utilizado por Holanda (*apud* BARRETO 2005, p.30) esclarece que planejamento é: a “aplicação sistemática de conhecimento humano para

prever e avaliar cursos de ação alternativos com vistas à tomada de decisões adequadas e racionais, que sirvam de base para ação futura”.

Historicamente, todas as iniciativas de planejamento do turismo nos estados, regiões e municípios são coordenadas pela esfera governamental através de suas equipes técnicas. Sendo assim, cabe salientar a importância de que este processo seja conduzido por profissionais capacitados e que conte também com a significativa participação da comunidade receptora, de modo que, a partir desta integração, aconteça o comprometimento com os resultados. Afinal, se o futuro turístico de uma localidade está em discussão, não há como pensá-lo isoladamente, apenas com as idéias e percepções de um corpo técnico do setor ou de líderes governamentais.

Barreto (2005) alerta para a importância de conciliar os interesses e as necessidades de todos os atores da atividade turística: os turistas, os empresários, os trabalhadores do setor e os moradores da comunidade local no momento de planejar, pois estes sujeitos compartilham o mesmo espaço físico e social, que tem uma capacidade limitada. Sendo assim, o desenvolvimento do turismo deve ser bem planejado, tornando-se um bom negócio para todos.

Além da importância da coordenação eficiente das atividades de planejamento, todas as ações que partirem da gestão pública devem estar respaldadas por legislação específica. Na esfera federal, os Planos Nacionais de Turismo geram orçamentos específicos, programas e projetos, bem como linhas de investimento para atividade turística, todos amparados por lei. Nos entes federados e nos municípios, os planos estaduais e municipais também devem obedecer à mesma regra. Ou seja, para que o planejamento do turismo tenha efetividade, ele necessita de amparo legal – leis, decretos e regulamentos – que o sustentem conforme as linhas de ação pretendidas e das necessidades de investimento de cada localidade.

Neste sentido, a afirmação de Barreto (2005, p.32) é bastante pertinente quando diz que o planejamento: “é também uma atividade limitada, pois, embora necessária, ela não será suficiente se não houver políticas socioeconômicas, culturais e ambientais a respaldá-la e uma sociedade empenhada na busca da utopia do bem comum”. Assim, também na esfera municipal, o planejamento turístico só ocorrerá de maneira sustentável se for vinculada ao desenvolvimento das demais políticas públicas locais.

1.2 O PLANO MUNICIPAL DE TURISMO

Para que o turismo possa se desenvolver de modo ordenado e sustentável, o planejamento é fundamental. Nenhuma localidade tornar-se-á turística por acaso, pois a existência de atrativos não é suficiente para tornar um município turístico. Mesmo que, em algum lugar, a natureza seja tão exuberante que por si só já atraia um número significativo de turistas, o desenvolvimento da atividade turística estará comprometido, se não existir um planejamento adequado de longo prazo. É necessário preparar o território e as pessoas para uma nova atividade, para receber pessoas com outra cultura e para atendê-las em suas necessidades (BRASIL, 2007).

Segundo Netto, Silva e Trigo (2009, p.116) “o Município é o principal protagonista na organização e no ordenamento da atividade turística, pois é quem assume a liderança de organizador da atividade e indutor do tipo de turismo que pretende para seu território.” Neste sentido, o desenvolvimento da atividade turística implica, fundamentalmente, na participação integrada de todos os atores envolvidos direta ou indiretamente – sociedade civil organizada, iniciativa privada, terceiro setor, poder público e demais atividades afins.

Todo o município que pretende desenvolver o turismo enquanto atividade econômica deverá, necessariamente, estar com a comunidade sensibilizada, motivada, comprometida, consciente de suas potencialidades e das oportunidades que virão em longo prazo, atreladas ao crescimento do setor.

Para Almeida (2006, p.216) potencial turístico pode ser entendido como:

[...] a existência de condições objetivas favoráveis da oferta turística, dos aspectos normativo-institucionais e de outros fatores complementares capazes de viabilizar, por meio do adequado planejamento, uma exploração turística sustentável destinada a satisfazer uma demanda atual ou latente.

Conforme as orientações do Programa de Regionalização do Turismo, do Ministério do Turismo (2007), existem algumas fases que antecedem a elaboração de um plano

propriamente dito e que são fundamentais neste processo, uma vez que preparam o caminho para um desenvolvimento mais seguro e eficiente. Os líderes ou coordenadores deste processo de planejamento deverão desenvolver atividades relacionadas a cada uma destas fases. São elas: sensibilização, mobilização e institucionalização das instâncias de governança local.

A fase da sensibilização deve ser repleta de atividades que sirvam para convencer os membros da comunidade de que é necessário envolver-se e estar organizado a fim de que a atividade tenha sucesso. É preciso convencer a população de que o turismo é importante. Todos os segmentos envolvidos direta ou indiretamente na atividade devem ser sensibilizados acerca dos benefícios que pode trazer. Para isso, também é importante conhecer a história do município, bem como valorizar e divulgar os seus atrativos naturais e culturais.

Sensibilizar é oferecer, às pessoas da comunidade ou da região, os meios e os procedimentos que as façam perceber novas possibilidades e lhes permitam enfrentar as mudanças e as transformações necessárias quando se adota uma nova postura frente ao turismo. (BRASIL, 2007, p.15)

Neste ponto, é possível identificar se a comunidade local realmente quer que o turismo se desenvolva e, caso a comunidade não responda positivamente às atividades de sensibilização, não faz sentido todo um esforço de planejar o futuro da atividade.

A mobilização é a fase subsequente à sensibilização. Ela requer o amadurecimento dos segmentos da sociedade envolvidos, ou seja, o poder público, os empresários, os representantes da sociedade civil e de instituições de ensino, que, nesta fase, precisam estar unidos em torno de um mesmo objetivo. Segundo consta no Caderno de Mobilização do Ministério do Turismo (BRASIL, 2007, p.13):

A mobilização possibilita às pessoas se unirem, com disposição para planejar, em conjunto, uma proposta de desenvolvimento turístico [...]. Essa proposta inclui as expectativas e necessidades de toda a população interessada, com vistas à melhoria da região e ao bem comum.

Em outras palavras, mobilização é união, empenho, participação e organização em prol de objetivos comuns.

Após as fases de sensibilização e mobilização acontecerem, é necessário verificar se o município conta com as Instâncias de Governança Local devidamente institucionalizadas. Isto implica verificar a existência de um COMTUR e de uma Secretaria ou Departamento de Turismo. Caso não existam, será necessário criá-las. Este é um passo fundamental para que o planejamento turístico de um município tenha legitimidade, amparo, fiscalização e continuidade.

O Município brasileiro que pretende ser turístico deve possuir uma Secretaria de Turismo, visto o maior poder de decisão e agilidade que isso traz e o grande volume de trabalho que uma decisão de receber turistas acarreta para os elaboradores da proposta. Além do mais, deve criar o Conselho Municipal de Turismo (COMTUR), constituído por pessoas que representem os vários segmentos na localidade, sendo eles do setor público, privado ou do terceiro setor. (BRASIL, 2009, p.127)

Porém, o Ministério do Turismo alerta que a criação de uma estrutura governamental para o setor de turismo deve estar de acordo com a realidade municipal, respeitando os limites das condições financeiras, humanas e tecnológicas que implicam a manutenção de tal estrutura, evitando o desperdício de dinheiro público.

A partir daí, inicia-se o processo de elaboração do Planejamento do Turismo Municipal. Segundo Ignarra (2002) o planejamento turístico obedece às seguintes etapas: diagnóstico, prognóstico, estabelecimento de objetivos e metas, definição dos meios de se atingir os objetivos, implantação do plano e acompanhamento dos resultados.

Já para Barretto (2005), as etapas de um planejamento na área do turismo se organizam sob esta ordem: escolha e delimitação, estudo/diagnóstico, definição de objetivos e metas, escolha de alternativas de intervenção, implementação, execução, controle e avaliação. Existem vários conceitos e tipologias de planejamento, e, conforme o autor, as etapas apenas são nomeadas de maneiras diferentes, sendo que todos os planos devem ser conduzidos no intuito de responder às seguintes perguntas: O que estou planejando? Qual a realidade

existente? Por que planejar? Para quem planejar? Aonde quero chegar? Como vou alcançar? Quando quero alcançar? Quanto isto vai custar?

1.3 O PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

O que difere o planejamento estratégico das demais modalidades de planejamento é o foco na ação estratégica. A estratégia é delimitadora; orienta e estrutura as ações de um plano com base nas informações que se tem a respeito do objeto a ser planejado e de suas relações com o ambiente.

Segundo Mintzberg (*apud* SERTEK, 2007, p.43) “o planejamento estratégico é o curso de ações conscientes intencionadas e deliberadas cuja finalidade é atingir os objetivos e metas previamente definidos pela organização.”

Barreto (2005, p.36) ressalta que “para alguns analistas, o planejamento estratégico é uma evolução do planejamento tradicional; é um planejamento orientado para a ação que leva em conta o ambiente externo à organização, focalizado e seletivo, crítico, pró-ativo, orientado para a alocação de recursos.”

Já Rezende (2008, p.18) explica o planejamento estratégico como “[...] um processo dinâmico, sistêmico, coletivo, participativo e contínuo para determinação dos objetivos, estratégias e ações da organização.

Em se tratando de planejamento do turismo no município, o próprio Ministério do Turismo (2007) orienta as instâncias de governança local – conselhos, departamentos ou secretarias – para a utilização do Planejamento Estratégico devido a este tipo de método permitir a participação de diversos atores sociais, comprometendo-os com seus resultados.

De Toni (*apud* CARNEIRO, 2010, p.59) cita que “o planejamento, visto estrategicamente, não é outra coisa senão a ciência e o ato de conferir maior governabilidade aos destinos de pessoas, organizações ou países.”

Neste sentido faz-se necessário entender que o planejamento estratégico é um método, dentre os vários existentes:

Nem todas as ações de planejamento são iguais: o planejamento pode abranger diferentes níveis, de acordo com o alcance de suas ações, o espaço de tempo projetado e o detalhamento de seu conteúdo. Dependendo do planejamento, as estratégias empregadas serão diferentes. [...] Dentro desse contexto podemos afirmar que o planejamento estratégico apresenta o conteúdo mais geral e resumido possível, com ampla projeção no tempo e no espaço. (BRASIL, 2008, v.3, p. 46)

Matus (*apud* DAGNINO, 2009, p.103) critica a concepção de planejamento tradicional com etapas estanques e apresenta quatro momentos da ação estratégica:

Diagnóstico: explicar a realidade sobre a qual se quer atuar e mudar; foi, é e tende a ser; **Formulação:** expressar a situação futura desejada ou plano; o que deve ser. **Estratégia:** verificar a viabilidade do projeto formulado e conceber a forma de executá-lo; é possível? Como fazer? **Operação:** agir sobre a realidade; fazer, implementar, monitorar, avaliar.

No mesmo sentido, o Ministério do Turismo (2008) salienta que o planejamento estratégico possui uma série de etapas diferentes, porém complementares. A primeira consiste na análise da situação atual, comumente chamada de análise situacional ou ainda de diagnóstico situacional. Esta análise busca explicar a realidade que se pretende mudar; é uma espécie de retrato do presente. A análise situacional, que é feita antes de se criar o Plano propriamente dito, baseia-se numa série de levantamentos efetuados nesta fase inicial da elaboração do Plano.

Após a realização do diagnóstico, parte-se para o prognóstico, que é o momento de vislumbrar a realidade almejada, definir um futuro traçando-se objetivos, metas e os efeitos positivos que se pretende alcançar através do desenvolvimento da atividade turística. Neste momento também são elencadas possíveis estratégias para alcançar cada um dos objetivos (BRASIL, 2008).

Segundo o MTUR (*apud* BRASIL, 2008, p.60) “o prognóstico é a etapa que permite antever como um problema atual será solucionado ou como se fará o encaminhamento de uma questão para chegar a um resultado esperado no futuro.”

Por fim, o Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo vai ser elaborado a partir da escolha de uma ou mais estratégias que se desdobram em projetos específicos - de nível gerencial ou operacional. Após a elaboração do Plano Estratégico, iniciam-se as etapas de implantação, controle e avaliação, que devem ocorrer simultaneamente para garantir a sustentabilidade das ações.

1.4 O DIAGNÓSTICO TURÍSTICO

Para elaborar um diagnóstico turístico completo de um município o Ministério do Turismo (2007), orienta para o cumprimento de uma série de procedimentos. Deve-se elaborar ou recuperar o inventário da oferta turística local, dimensionar a demanda turística existente, fazer o levantamento e análise dos produtos turísticos ofertados, identificar as potencialidades locais, analisar os pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaças da atividade turística e ainda, resgatar as informações básicas do município e da região turística em que o município está inserido.

Segundo Ruschmann (*apud* ROSE, 1994, p.58):

“o diagnóstico descreve a situação atual da destinação com base nos fatos, nas estatísticas e no seu histórico, obtidos através do inventário. Ele depende da amplitude do estudo, do tipo de turismo e do local onde ele ocorre. O fator mais importante do diagnóstico reside na apresentação de uma visão analítica do fenômeno turístico na localidade, as variáveis que a determinam e as relações mais importantes”.

Já para Barretto (2005, p.73), o diagnóstico tem como objetivos:

[...] traçar um marco de situações antecedentes, isto é, verificar o que foi feito (ou não) em matéria de turismo no local; definir áreas críticas de necessidade, o que significa verificar onde a intervenção se torna imperativa; buscar elementos para justificar a ação, com apoio das teorias e dentro de um marco ético; estabelecer prioridades.

Ignarra (2002) explica que o diagnóstico turístico deve examinar todos os componentes do turismo – efetivos e potenciais – realizando uma análise comparativa entre a demanda e a oferta existentes. Destaca ainda que, nesta fase, deve-se considerar a capacidade de carga do local para que evite os impactos negativos da atividade. Também no diagnóstico que devem ser mensuradas as potencialidades turísticas conforme o seu nível de atratividade.

Nesta perspectiva, verifica-se que existem diversas maneiras de elaborar um diagnóstico turístico e o que vai determinar os detalhes de seu conteúdo será a abrangência (espacial, temporal e metodológica) do próprio planejamento.

Dagnino (2009, p.100) salienta que “para uma mesma situação-problema podemos construir diferentes explicações ou diagnósticos válidos. Cada ator social tem a sua visão da realidade, dos resultados que deve e pode alcançar e da ação que deve empreender.” Eis o argumento para envolver diversos grupos ligados ao setor turístico no momento da elaboração do diagnóstico.

Em suma, o diagnóstico turístico permite que a localidade conheça profundamente suas principais características e que possa assumir uma posição estratégica e mercadológica de investimentos para um ou mais segmentos turísticos.

2. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Este capítulo apresenta os resultados da pesquisa documental e da pesquisa de campo, que, reunidos, se constituem em uma parte importante do diagnóstico turístico do município de Panambi/RS.

Inicialmente são apresentadas as principais informações e características de Panambi/RS, bem como a realidade da gestão municipal do turismo, descrevendo a estrutura administrativa existente na Prefeitura Municipal e o funcionamento do COMTUR.

Na sequência, encontra-se a avaliação do Conselho acerca das potencialidades turísticas locais e da qualidade dos atrativos, serviços e equipamentos que compõe a oferta turística do município.

2.1 O MUNICÍPIO E O TURISMO

O município de Panambi localiza-se no Planalto Médio, mais especificamente na Região Noroeste Colonial do Estado do Rio Grande do Sul. Está a uma distância de trezentos e oitenta quilômetros da capital do Estado, no entroncamento das rodovias BR-285 e BR-158 (LEITZKE, 1997). Sua extensão territorial é de quatrocentos e noventa e um quilômetros quadrados e se insere no Bioma da Mata Atlântica (IBGE, 2010). Encontra-se a quatrocentos e oitenta metros acima do nível do mar e pertence à região turística do Yucumã.

De acordo com o último Censo (IBGE, 2010), sua população atingiu o número de trinta e oito mil, e sessenta e oito habitantes.

O clima de Panambi, como também da região, se caracteriza como subtropical no período que compreende os meses de outubro a março, sendo que a incidência térmica nos meses de abril a setembro permite classificar o clima como temperado (LEITZKE, 1997).

A povoação, de origem portuguesa, ocorreu a partir de 1820 e a colonização, de origem alemã, iniciou com a fundação da Colônia chamada "*Neu-Württemberg*" a partir de 1898 (LEITZKE, 1997).

Tornou-se conhecida como Cidade das Máquinas devido ao potencial de seu grande e diversificado parque industrial, fruto do empreendedorismo de seu povo - característica presente desde o início da colonização, com destaque para as ferrarias, serrarias e outras oficinas artesanais. A história da cidade tem forte ligação com a história de suas empresas metalúrgicas tradicionais, conceituadas e atuantes no mercado nacional e internacional, tais como: Kepler Weber S/A, Saur Equipamentos S/A, Grupo Fockink e Bruning Tecnometal Ltda. (PANAMBI, 2008).

Dentre as características herdadas da colonização alemã, é pertinente citar: a língua, a religiosidade, a educação e a gastronomia. A comunicação na língua alemã ainda é comum dentre os panambienses. Na educação o Município é referência com relação ao ensino tecnológico e profissionalizante. Na gastronomia, há a presença de diversos pratos originalmente germânicos, como: *Käsekuchen* (cuca de requeijão), *Eisbein* (joelho de porco), *Sauerkraut* (chucrute), *Salzbretzel* (rosca de sal), *Leberkäse* (pão de carne), *Streuselkuchen* (cuca de farofa), *Apfelstrudel* (folhado de maçã), *Bienestich* (bolo de amendoim), entre outros quitutes, que podem ser saboreados nas padarias, confeitarias, cafés e restaurantes da cidade. (PANAMBI, 2011).

Conforme pesquisas históricas acerca dos nomes que a cidade recebeu, consta que Panambi tem origem vocabular na língua tupi-guarani, significando borboleta (LEITZKE, 1997). Contam os mais antigos moradores, que na época da escolha deste nome, muitas borboletas sobrevoavam esta terra de verdes vales cortado pelas águas cristalinas do Rio Fiúza, sendo que a espécie que mais se destacava era a borboleta azul.

Os panambienses primam pela conservação do meio ambiente, valorização do folclore e das etnias, sendo que os grupos de danças e os corais estão sempre presentes nos eventos locais (PANAMBI,2008)

De acordo com o Inventário da Oferta Turística de Panambi/RS (PANAMBI, 2008), atualmente, os principais atrativos passíveis de visitação turística são:

1) Museu e Arquivo Histórico Professor Hermann Wegermann: Localizado nas dependências do Parque Municipal Rudolfo Arno Goldhadt, o museu possui um acervo constituído por diversos objetos e documentos que contextualizam a história e a cultura do município e da região. Conhecer este museu é uma experiência enriquecedora tanto para a apreciação como para a pesquisa daqueles que buscam aprender através da história de seus antepassados.

2) Casa do Artesanato - “Kaufhaus”: Numa construção típica alemã localizada na praça Eng° Walter Faulhaber encontra-se a Casa do Artesanato, denominada “Kaufhaus”. Lá o turista encontra toda a originalidade e criatividade do artesanato produzido em madeira, couro, porcelana, pinturas em tecidos, bordados, dentre outros artigos que representam a cultura desta terra.

3) Monumento ao Imigrante: Construído em 1975, o Monumento ao Imigrante em sua representatividade, rende merecida homenagem àqueles que vieram se instalar nestas terras, às margens do Rio Fiúza, e que, com muito trabalho, contribuíram para a prosperidade deste município.

4) O Moinho Velho: Em 1902, os irmãos Weirich planejaram a construção de um moinho na Colônia de *Neu-Württemberg*, às margens do Rio Fiúza, em um lugar de grande beleza cênica. O trabalho artesanal exigiu toda a habilidade dos irmãos, que dispunham apenas de serras e machados para talhar o madeiramento. Não dispendo de finanças suficientes para concluir a obra, os Weirich venderam tudo aos irmãos Streppel que, em 1903, conseguiram concluir as obras do Moinho. Atualmente, nas instalações do velho moinho funciona excelente restaurante, que além da originalidade e da boa cozinha, tornou-se um ponto de visitação turística por sua beleza e seu valor histórico-cultural.

5) Igreja Batista Emanuel: Comunidade que iniciou com nove famílias de colonizadores que aqui chegaram em 1901, organizaram a igreja em 1906 e inauguraram o primeiro templo da região em 1908. No templo atual, inaugurado em 1948, são realizados os

cultos, tanto em alemão como em português, que mantém a característica da participação de diversos coros e conjuntos musicais. A beleza da sua construção encanta os visitantes.

6) Igreja Evangélica de Confissão Luterana: Em 1901 o Dr. Meyer pensou em erguer uma pequena igreja de madeira, mas seu sonho só veio a tornar-se realidade em 1923 quando foi inaugurada. A igreja foi projetada pelo arquiteto Seubert de Hamburgo Velho, sob a colina central da vila. Em frente à Igreja encontra-se o busto do 1º Pastor e do Fundador da Empresa de Colonização. Sua construção é tipicamente alemã, com janelinhas estreitas e altas, com arco quebrado em estilo gótico. Seus sinos, provenientes da Alemanha e o relógio da torre, foram construídos com peças de automóvel Ford.

7) Igreja Matriz São João Batista: Em 1910 foi dado início a construção de uma capela a São João Batista, que mais tarde, foi destruída por um vendaval. A primeira festa em honra ao padroeiro aconteceu em 1917, com grande procissão seguida de festejos populares. Em 1943 foi construída a atual Igreja Matriz, localizada em frente à praça. A paróquia, criada em 1952, se tornou um grande comunidade de fé e vida cristã, contando atualmente com 21 comunidades.

8) Cascata do Rio Palmeira e Usina da Hidropan: Situada a 9 km da cidade, na Linha Rincão Frente, numa região exuberante de mata nativa onde estão instaladas as turbinas da empresa hidrelétrica Hidropan. A queda principal tem aproximadamente 12 metros de altura e a visitação pode ser feita mediante autorização da empresa administradora da usina.

9) Cascata Do Rio Caxambú: Conhecida também como Cascata de Entre-Rios, está situada a 25 km da área urbana de Panambi, na localidade de Entre-Rios, divisa com o município de Bozano. A queda de 11 metros encanta pela força e beleza das suas águas. Acima da queda existe ótimo local para banho.

10) Rio Fiúza: O Rio Fiúza, outrora denominado Arroio Corticeira, tem a maior parte de sua abrangência hidrográfica situada dentro da área superficial do município de Panambi. Suas nascentes encontram-se no território do município de Santa Bárbara do Sul, a nordeste da localidade de Capão Alto. A foz é no Rio Palmeira. A bacia hidrográfica cobre uma área de aproximadamente 190 km², dos quais 150 km² situam-se em área do município de panambi, e 40 km², no município de Santa Bárbara do Sul. A extensão pode ser avaliada em mais ou

menos 35 km, dos quais, 32 km em território de Panambi. Pelo registro cartográfico podem ser contados, entre sangas e arroios, 59 afluentes, sendo 27 à margem direita, e 32 à margem esquerda. Entre os afluentes do Fiúza, que talvez mais se tenha tornado notório, destaca-se o Arroio Moinho, à margem direita, pois seu curso inferior corta a cidade de Panambi.

11) Parque Municipal Rudolfo Arno Goldhardt: Área de lazer com excelente infraestrutura na Avenida Konrad Adenauer, 355 – centro da cidade. Possui uma excelente pista para caminhadas em meio à mata nativa, costeando as margens do rio Fiúza. Conta com um campo de futebol, ginásio de eventos, ginásio de esportes, parque infantil, churrasqueiras, bancos, mesas e banheiros. Um parque completo em perfeita harmonia com a natureza.

12)Praça Engenheiro Walter Faulhaber: No coração da cidade, a praça é uma homenagem ao primeiro prefeito. É ajardinada, com muitas flores e plantas ornamentais. Nela, encontram-se o Palanque Oficial, a Casa do Artesanato, o Monumento à Bíblia e o Busto do Engenheiro Walter Faulhaber. Na primavera, converte-se num cartão postal florido.

13) Edifício Rudi Arnoldo Franke: Localizado na esquina da Rua Sete de Setembro com a Rua Alfredo Brenner, no centro da cidade. O prédio foi projetado pelo prefeito Engº Walter Faulhaber e construído em 1968, na gestão do Prefeito Rudi Franke e Vice-prefeito Abílio Hartemink, sendo, na época, a nova sede do Centro Administrativo Municipal. Em função de seu valor histórico, localização, porte e beleza arquitetônica, o edifício tornou-se patrimônio histórico e arquitetônico do município através da Lei 2.447 de 24 de novembro de 2005, sendo também um ponto de referência e admiração para quem visita a cidade.

14) Associação Cultural Museu Militar Brasileiro: O acervo da Associação Cultural Museu Militar Brasileiro – ACMMB está classificada entre as maiores coleções de viaturas militares do Brasil, contando com exemplos raros, todos restaurados, mantendo fiéis as características originais de cada exemplar. Este acervo foi organizado e preservado pelo colecionador e restaurador Sefferson Steindorff.

De acordo com as pesquisas realizadas no ano de 2004 e 2005, Panambi/RS potencializa o turismo de negócios (JUNGES, 2005). Neste período, foi verificado que 84% (oitenta e quatro por cento) dos turistas estavam no município por motivos profissionais.

Também, foi possível identificar que estes apenas usufruíam da infraestrutura de equipamentos e serviços e poucos realizavam visitas a algum dos atrativos turísticos da cidade.

2.2 O DEPARTAMENTO MUNICIPAL DE TURISMO

O Departamento de Turismo e Lazer foi criado em 1996, através da Lei Nº 1528/96 que institui na estrutura administrativa da Prefeitura de Panambi a Secretaria de Desportos, Turismo e Lazer. Conforme a redação desta legislação, Art. 12, Parágrafo Único:

A estrutura organizacional básica da Secretaria de Desportos, Turismo e Lazer compreende as seguintes unidades administrativas: I - Departamento de Desporto; II - Departamento de Turismo e Lazer; III - Setor de Programa e Projetos Desportivos; IV - Setor de Promoção, Divulgação e Fomento ao Turismo (PANAMBI, 1996)

Em 1997, foi realizado o Concurso Público Nº 03/97 e criado o cargo de Agente de Turismo. Conforme a Lei Municipal 1.611/97 são atribuições do cargo de Agente de Turismo:

- a) Descrição Sintética: realizar levantamento do potencial turístico do município; organizar e participar em encontros, convenções turísticas que divulgue o nome da cidade; fomentar o desenvolvimento turístico de Panambi. Responde hierarquicamente ao secretário.
- b) Descrição Analítica: planejar e coordenar a elaboração de folheteria, assuntos para radio e jornal; organizar calendário de eventos do município; divulgar o município em feiras, encontros e congressos; sugerir melhorias no aspecto urbanístico da cidade; assessorar e orientar clubes da maior idade em programas turísticos e eventos; identificar espaços e fazer estudos para captar e gerar eventos junto às entidades locais e operadora; fomentar a formação de mão-de-obra, através de treinamento no SENAC, ACI, etc. (PANAMBI, 1997)

Como não foram encontrados documentos sobre o Departamento Municipal de Turismo, as informações a seguir são resultado da observação participantes da autora deste trabalho.

Nos anos de 1996 e 1997, o departamento foi conduzido por pessoas nomeadas por contrato. De 1998 a 2004, o cargo foi ocupado por um funcionário, bacharel em turismo. Deste período não foram encontrados relatórios de ações do departamento, apenas notícias de eventos publicadas em jornais e o Inventário da Oferta Turística, realizado em 1998.

Atualmente, a estrutura administrativa e a gestão dos recursos do turismo no orçamento da Prefeitura Municipal de Panambi estão vinculadas à Secretaria Municipal do Desporto, Turismo e Lazer. Operacionalmente, não existe uma pessoa exclusiva no exercício da função de secretário. O Secretário de Obras, Urbanismo e Vias Públicas acumula também o cargo de Secretário do Desporto, Turismo e Lazer.

Como não existe uma estrutura própria para esta Secretaria, o Departamento de Desporto ocupa as dependências do Parque Municipal. Uma pessoa em cargo de confiança, com o auxílio de um estagiário, realiza o planejamento e a execução de todas as atividades desportivas e de lazer, além de administrar o parque e supervisionar sete funcionários que trabalham na limpeza e manutenção do local. O Departamento de Turismo e Lazer tem, atualmente, uma única funcionária de carreira, Bacharel em Turismo e autora deste trabalho de pesquisa, no cargo de Agente de Turismo, desde o ano de 2006.

O Departamento de Turismo está alocado no prédio do Centro Administrativo, junto à Secretaria de Educação e Cultura. Atualmente, a agente de turismo divide o espaço de uma sala com a coordenadora do Departamento de Cultura do município. Devido à intrínseca relação entre as áreas de turismo e cultura, além de planejar e executar ações específicas para o setor, a agente realiza trabalhos em conjunto com o Departamento de Cultura.

No Orçamento Geral do Município de Panambi para o exercício de 2012, foram destinados recursos para investimentos em desporto, turismo e lazer, distribuídos entre os seguintes projetos/atividade: Promoção do Turismo; Apoio e Promoção de Eventos Turísticos; Implantação e Manutenção do Centro de Informações Turísticas; Infra-Estrutura Turística; e Fomento ao Turismo Rural. O planejamento e a aplicação destes recursos são determinados por cada gestor, enquanto ocupe essa função. Ou seja, dependendo da postura administrativa, pode haver maior ou menor flexibilidade e participação na escolha das ações que serão desenvolvidas, a partir de cada dotação orçamentária.

Entre os anos de 2006 e 2008, as atividades das secretarias eram coordenadas por planos de ação. Para o turismo, o planejamento anual priorizou investimentos em ações previstas no plano de governo, complementado com as ações da agente de turismo a das demandas reivindicadas pelo COMTUR. Ao final de cada ano, foram apresentados os resultados atingidos, os não atingidos e os reprogramados.

A partir de 2009, ocorreram mudanças na forma de gerenciamento dos recursos do turismo. O COMTUR apresentou uma lista de reivindicações e demandas do setor ao prefeito, que analisou e apresentou o plano de metas para os exercícios de 2009 a 2012 para o setor de turismo. A partir deste momento, a agente de turismo foi orientada a iniciar os trabalhos em prol destas ações.

Assim, a partir do orçamento anual do Departamento de Turismo e Lazer, a Agente de Turismo elabora anualmente um plano de ações para o setor que é apresentado ao prefeito e posteriormente ao COMTUR. Aprovado o plano anual nestas instâncias, dá-se início à execução das ações.

Atualmente, não há o acompanhamento periódico do Secretário responsável pelo Departamento de Turismo. No final de cada ano, o prefeito solicita aos Secretários que apresentem as ações realizadas nas secretarias de sua competência.

Como o Departamento de Turismo e Lazer possui uma única funcionária, nem todas as ações planejadas são executadas, pela falta de viabilidade operacional.

2.3 O CONSELHO MUNICIPAL DO TURISMO – COMTUR

O COMTUR foi criado em 9 de novembro de 1999, através da Lei Municipal N.º1768/99, como órgão consultivo e deliberativo no âmbito municipal.

São atribuições deste conselho (PANAMBI, 1999):

- I – formular as diretrizes básicas da política de turismo;
- II – promover a integração entre os vários segmentos do turismo que operam no município, objetivando o intercâmbio destes com a comunidade;
- III – analisar todas as questões atinentes à implantação do Programa Nacional de Municipalização do Turismo;
- IV – articular-se com o Sistema Nacional de Turismo;
- V – sugerir a assinatura do convênio para a execução de projetos de turismo envolvendo o município e outras instituições de esfera do governo;
- VI – formular e coordenar programas para o desenvolvimento da infra-estrutura turística do município, prestando orientação normativa;
- VII – elaborar e aprovar seu Regimento Interno.

É composto por dezessete membros, sendo indicados um titular e um suplente, representantes dos setores e/ou instituições abaixo relacionados:

- Secretaria Municipal de Desportos, Turismo e Lazer;
- Rede hoteleira local;
- Rede gastronômica local;
- Área cultural local;
- Associação Comercial e Industrial de Panambi;
- Secretaria Municipal de Obras, Urbanismo e Vias Públicas;
- Associação dos Artesãos de Panambi;
- Agências de Viagens e Turismo;
- Secretaria Municipal de Educação e Cultura;
- UNIJUÍ – campus Panambi;
- Câmara Municipal de Vereadores;
- Sindicatos locais;
- Associação dos Moradores de Bairros;
- Lions Clube Panambi;
- Rotary Club Panambi;
- Entidades tradicionalistas;
- Rede bancária local;

Todas as pessoas que participam do COMTUR o fazem de maneira voluntária e gratuita. Conforme a Lei N.º1768/99 (PANAMBI, 1999), o mandato para todos os membros é de dois anos, sendo permitida a recondução.

O conselho possui um Presidente, um Vice-Presidente, um Secretário e um Tesoureiro, eleitos a cada dois anos. As reuniões são realizadas ordinariamente todos os meses e, extraordinariamente, quando solicitada pelo Presidente ou pela maioria dos seus membros.

Como registros da atuação do COMTUR a partir da data de sua criação, existem apenas arquivos da lei e das portarias de nomeação a partir do ano de 2005. O livro de atas do COMTUR, do período de 1999 até 2004, não foi encontrado nos arquivos do departamento. Existem registros de atas somente a partir do ano de 2007.

De acordo com as portarias existentes, em 2005, por iniciativa do gestor em exercício, o COMTUR foi reativado. Conforme os registros das atas, somente a partir de 2007 o conselho passou a exercer um papel importante na elaboração dos planejamentos anuais do Departamento de Turismo e na cobrança, junto ao poder executivo, pela ampliação dos recursos destinados à promoção do turismo.

A atuação efetiva e ininterrupta do COMTUR completou cinco anos em janeiro de 2012. Neste período, destacam-se diversas conquistas, dentre as quais as mais significativas em relação ao desenvolvimento do turismo são:

- Concurso para o cargo de Agente de Turismo;
- Elaboração do Regimento Interno do COMTUR;
- Criação de folheteria turística da cidade (folders, cartões postais, calendário de eventos);
- Integração e participação no Consórcio de Desenvolvimento Turístico da Rota do Yucumã;
- Reativação dos eventos do Natal;
- Projetos de decoração natalina para espaços públicos;
- Organização e edição anual do Calendário de Eventos;
- Disponibilização de Informações Turísticas *online*, em página oficial da prefeitura;
- Apoio a eventos turísticos;
- Construção de um pórtico com posto de informações turísticas;

- Criação de novos eventos municipais;
- Instalação de placas de sinalização turística na cidade;
- Promoção de atividades de sensibilização turística;
- Realização de cursos de capacitação para garçons;
- Realização do Projeto Caminhos Rurais
- Realização do I Seminário Regional de Turismo Rural
- Melhorias na estrutura dos trevos de acesso ao município.
- Criação de novas rubricas no orçamento municipal, autorizando especificamente despesas em promoção do turismo, infraestrutura turística, fomento ao turismo rural e apoio e promoção de eventos turísticos.

Por outro lado, existem diversas demandas do conselho em aberto, ou seja, que ainda não foram atendidas. Dentre as mais importantes encontram-se:

- Implantação de uma Secretaria de Turismo ou a ampliação de pessoal no Departamento;
- Melhorias na infraestrutura urbana e de lazer da cidade;
- Melhorias na infraestrutura dos atrativos turísticos;
- Ativação do Posto de Informações Turísticas;
- Elaboração de um Planejamento Estratégico do Turismo.

Neste sentido, observa-se a importância do COMTUR na gestão do turismo em Panambi/RS. Ele se constitui um canal de participação dos representantes do *trade* turístico, favorecendo o planejamento das atividades desenvolvidas pelos gestores públicos. As reuniões periódicas permitem fortalecer o elo entre a comunidade e os gestores públicos, discutir possibilidades de desenvolvimento turístico, avaliar o que está sendo realizado e cobrar resultados.

Embora ainda existam demandas que não foram atendidas, entende-se que o COMTUR é uma peça fundamental para a gestão municipal do turismo, na cobrança do cumprimento de agendas governamentais.

2.4 AS POTENCIALIDADES TURÍSTICAS DE PANAMBI/RS SEGUNDO O COMTUR

Este subitem apresenta os resultados obtidos através da aplicação da técnica de GF aos membros do COMTUR.

Na reunião, estiveram presentes dez membros do conselho, o que permitiu a formação de um único grupo e a realização de uma única sessão.

Durante a reunião, o pesquisador fez o papel de moderador e coordenador da reunião que ocorreu em dois momentos. No primeiro momento, de dez minutos, fez a contextualização do problema de pesquisa e apresentou em slides (Apêndice A) alguns conceitos sobre o tema da pesquisa, de modo a facilitar a compreensão das questões e qualificar o posterior debate do grupo. Foi conceituado:

- O que é turismo?
- Quais são os tipos de turismo (segmentos) existentes?
- O que é atrativo turístico?
- O que é um produto turístico?
- O que é potencial turístico?

O segundo momento da sessão foi dedicado ao debate das seguintes questões geradoras (Apêndice B): Questão 1: Quais as características positivas (pontos fortes) de Panambi/RS em relação ao turismo? Questão 2: Quais as características negativas (pontos fracos) de Panambi/RS em relação ao turismo? Questão 3: Se você fosse um guia turístico hoje, que tipo de atividade ou passeio você ofereceria ao turista? Por quê? Questão 4: Se você fosse um guia turístico hoje, que tipo de atividade ou passeio você não ofereceria ao turista? Por quê? Questão 5: A partir desta análise, quais os segmentos turísticos (tipo de turismo) que Panambi/RS tem potencial para desenvolver?

A sessão foi gravada em áudio e vídeo totalizando noventa minutos de duração. A partir da transcrição do áudio da reunião, elaborou-se o quadro-resumo abaixo, com as respostas do grupo.

Quadro 1 – Resumo da Reunião do GF

PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
<ul style="list-style-type: none"> • Gastronomia • Cultura alemã (costumes, gastronomia, patrimônio) • Receptividade / hospitalidade • Localização Estratégica • Acessos rodoviários (BR's) asfaltados • Rede hoteleira adequada ao fluxo • Parque Industrial • Arborização • Preservação ambiental no meio urbano • Relevo diferenciado • Clima • Arquitetura enxaimel – casas do interior • População empreendedora • Crescimento do Ensino Técnico Profissionalizante – Instituto Federal Farroupilha • Fluxo constante de homens (turistas) de negócios 	<ul style="list-style-type: none"> • Sujeira da cidade • Falta de infraestrutura urbana (pavimentação, passeios públicos, paradas de ônibus) • Má conservação dos trevos de acesso • Estação Rodoviária • Falta de incentivo do poder público ao desenvolvimento do turismo • Poucas opções de restaurantes de gastronomia típica – padrão turístico • Má sinalização do trânsito • Trânsito confuso • Falta de planejamento urbano • Topografia difícil • Estacionamento • Grande volume de veículos • Falta de eventos turísticos • Ausência de um evento-marca da cidade • Falta de planejamento turístico local e regional • Falta de marketing turístico
<p>ATIVIDADES TURÍSTICAS RECOMENDADAS</p>	<p>ATIVIDADES TURÍSTICAS NÃO RECOMENDADAS</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Visitar o Parque Municipal • Conhecer o “Caminhódromo” • Visitar as Igrejas • Conhecer alguns pontos dos três rios que corram a cidade (Fiúza, Caxambu e Palmeira) • Visitar o Museu e Arquivo Histórico • Visitar o Museu Militar • Conhecer o Elsenau Hotel • Visitar o Museu Militar • Visitar a Casa do Artesanato na Praça • Conhecer o Restaurante Moinho Velho 	<ul style="list-style-type: none"> • Visitar o Aeroporto • Conhecer Estação Rodoviária • Conhecer alguns bairros da cidade • Conhecer o Arroio Moinho • Visitar parte do Distrito Industrial - sem infraestrutura • Casa da Cultura
<p>TIPOS DE TURISMO POTENCIALMENTE VIÁVEIS EM PANAMBI</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Turismo de Negócios • Turismo Religioso • Turismo de Eventos 	

- Turismo Ecológico
- Turismo Cultural
- Turismo Gastronômico

Em síntese, os participantes consideraram que Panambi está estrategicamente bem localizada e que se beneficia, por localizar-se entre duas das principais rodovias asfaltadas do Estado (BR 158 e 285). A população tem importantes marcas da cultura alemã, preservadas nos costumes, gastronomia e patrimônio arquitetônico, além de ser muito receptiva, acolhedora e empreendedora. A cidade tem um relevo diferenciado – é um vale montanhoso cercado de muito verde. A preservação ambiental é valorizada pelos panambienses, o que colabora para que a cidade mantenha um clima agradável. A rede hoteleira é condizente com o fluxo de turistas e visitantes, sendo que a maioria são pessoas que vêm à cidade a negócios. A expansão do ensino técnico profissionalizante, através da instalação do Instituto Federal, poderá beneficiar indiretamente o desenvolvimento do turismo.

Foram apontadas características negativas, que prejudicam diretamente o desenvolvimento da atividade turística e que precisam ser modificadas: sujeira em determinados pontos, falta de infraestrutura urbana, como a pavimentação, os passeios públicos e as paradas de ônibus de má qualidade e não padronizadas, são pontos negativos visíveis aos olhos do turista. A má conservação dos trevos de acesso e a falta de jardinagem também foram lembradas pelo grupo. O trânsito da cidade foi lembrado como outro grande problema: não existência de um planejamento urbanístico e de trânsito que vise enfrentar dificuldades tais como a topografia muito acidentada, o elevado número de veículos por habitante, ruas muito estreitas e mal sinalizadas, a falta de vagas de estacionamento e a falta de sinalização. A estrutura da Estação Rodoviária foi criticada, porque não é condizente com o tamanho da cidade, sendo um problema há vários anos. Um dos informantes falou da falta de incentivos do poder público ao desenvolvimento do turismo e que reflexos disso são a falta de planejamento turístico, de marketing e de um evento marcante e exclusivo, que coloque o município na vitrine do turismo do Estado. Também, foi citado que há poucas opções de restaurantes diferenciados, com gastronomia típica, ou especializados.

Sobre a visita aos atrativos turísticos, os participantes tiveram que imaginar-se na função de guia e indicar os pontos que merecem ser conhecidos pelo turista. Foi lembrado o

Parque Municipal da cidade, que possui uma boa infraestrutura para o lazer e que pode ser bem aproveitado pelos turistas. Possui uma pista de caminhadas em meio à mata nativa, às margens do rio Fiúza (o “*caminhódromo*”), conta com uma academia ao ar livre, ginásio de esportes, pista de atletismo, parque infantil, área verde com churrasqueiras, mesas e bancos, sanitários, campo de futebol e salão para eventos. Neste mesmo espaço, encontra-se o Museu e Arquivo Histórico de Panambi, que foi lembrado como uma excelente opção de visita turística.

Foi indicada, ainda, a visita à Associação Cultural Museu Militar Brasileiro, por possuir o maior acervo de viaturas militares que participaram da II Guerra Mundial existente no Brasil. O Restaurante Moinho Velho foi indicado, tanto pela qualidade da gastronomia oferecida como pela importância e representatividade de seu patrimônio cultural e arquitetônico.

Dos atrativos naturais, foram lembrados os três rios que cortam o território da cidade – Rio Fiúza, Rio Caxambu e Rio Palmeira – que possuem alguns pontos de belas paisagens.

As igrejas da cidade foram citadas, devido à religiosidade ser uma característica do povo panambiense e porque algumas são consideradas patrimônio cultural, pela sua importância história e pela beleza arquitetônica das edificações. O Hotel Elsenau foi indicado, em função da sua localização e do seu padrão de hotelaria. A Casa do Artesanato da praça central foi indicada, em função das compras de *souvenirs* típicos.

Como guias turísticos hipotéticos, deveriam também mencionar quais os lugares e tipos de passeio que não ofereceriam ao turista em Panambi/RS.

O aeroporto da cidade foi citado, pois o que existe é apenas uma pista de pouso de um aeroclube. A Estação Rodoviária foi citada por suas características negativas.

Um dos informantes do grupo colocou que não levaria o turista a determinados bairros, não citando o porquê, mas, devido aos comentários anteriores, entende-se que sua manifestação estaria ligada à falta de infraestrutura urbana de alguns bairros da cidade.

O Arroio Moinho é um dos afluentes do rio Fiúza e corta o centro da cidade. Este foi citado por um dos participantes da pesquisa em função da sujeira e poluição encontradas no mesmo.

O Distrito Industrial, que em outro momento havia sido elogiado, foi mencionado por um participante da pesquisa nesta questão, devido ao fato que existem determinadas áreas sem infraestrutura adequada, não sendo indicado levar o turista para conhecer estas áreas.

A Casa da Cultura também foi citada por um participante, que justificou que não levaria o turista, pois a cidade não possui este espaço – sendo uma das demandas da comunidade local há vários anos.

Embora as quatro primeiras questões tivessem o objetivo de instigar os participantes da pesquisa a destacar as principais características positivas e negativas da cidade e fazer uma análise geral dos atrativos turísticos locais, observou-se a dificuldade do grupo em chegar a um denominador comum em relação à vocação turística do local.

Ao final os participantes deveriam realizar uma análise geral da discussão e apresentar quais tipos de turismo o município teria potencial para desenvolver, de acordo com as suas principais características. Foram citados pelos informantes, nesta ordem, os segmentos de Turismo de Negócios, Turismo Religioso, Turismo de Eventos, Turismo Ecológico, Turismo Cultural e Turismo Gastronômico.

Percebe-se que o grupo relacionou suas respostas aos tipos de atrativos existentes na cidade. Foram citados diferentes segmentos turísticos como potencialmente viáveis, mas todos os informantes foram unânimes e concordaram que o Turismo de Negócios é o segmento mais evidente. O *Informante G* foi enfático em sua opinião, dizendo que o município deve projetar um produto específico diferenciado, sugerindo o segmento de Turismo de Eventos; e que os demais atrativos seriam complementares, devendo ser desenvolvidos em paralelo a este produto, de acordo com o tipo de público.

O grupo conseguiu perceber que a cidade possui diversos atrativos, porém, que não tem um produto turístico exclusivo e formatado, e apontaram a falta de planejamento local e regional como empecilhos ao desenvolvimento do setor.

2.5 AVALIAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA DE PANAMBI/RS SEGUNDO O COMTUR

As tabelas e gráficos, apresentados na sequência desta análise, foram elaborados com base nos dados coletados pelo segundo instrumento utilizado nesta pesquisa – um formulário de avaliação, com questões de múltipla escolha. O questionário foi aplicado em momento posterior à técnica do GF, enviado por e-mail aos mesmos dez informantes, membros do COMTUR.

Este segundo instrumento teve o objetivo tornar mais consistente a pesquisa, fazendo uma avaliação ampla de todos os componentes da oferta turística: atrativos, serviços e equipamentos turísticos, e a infraestrutura de apoio, constantes na documentação que compõe o Inventário Turístico da Cidade.

Os dados coletados são apresentados e analisados a partir nas tabelas e gráficos a seguir.

A primeira parte do questionário referiu-se à avaliação da qualidade dos componentes da infraestrutura de apoio ao turismo. Foram avaliados os itens que fazem parte dos meios de acesso ao município, sistema de comunicação, sistema de segurança, sistema de saúde, sistema educacional e outros serviços, que servem à comunidade local, mas que também dão apoio ao sistema turístico.

Observando a tabela e o gráfico número 1, verifica-se que a melhor avaliação é a do sistema educacional, com o conceito “muito bom”. Em sequência, os outros serviços melhor avaliados são a Feira do Produtor, mercados, postos de combustíveis, lojas de artesanato, agências bancárias e oficinas mecânicas, que obtiveram o conceito “muito bom”. As áreas de comunicação, segurança e saúde foram classificadas como nível “bom” e a pior avaliação, com conceito “regular”, foi a dos meios de acesso ao município.

Tabela 1 - Qualidade da Infraestrutura de Apoio ao Turismo em Panambi/RS

ITENS AVALIADOS		RUIM	REGULAR	BOM	M. BOM	ÓTIMO	NÃO SABE	TOTAL	PONTOS	Média parcial
		(1 ponto)	(2 pontos)	(3 pontos)	(4 pontos)	(5 pontos)	(0 pontos)	(repostas)	(máx. 50 pts)	(números absolutos)
Meios de Acesso	BR 158	2	2	3	2	1	0	10	24	19,7
	BR 285	2	2	4	1	1	0	10	23	
	Estação Rodoviária	8	2	0	0	0	0	10	12	
Sistema de Comunicação	Agência Postal (Correios)	0	0	5	5	0	0	10	35	27,0
	Emissoras de Rádio	0	0	6	4	0	0	10	34	
	Emissora de TV	1	3	3	1	0	2	10	20	
	Jornais	0	2	6	2	0	0	10	30	
	Revistas	1	6	2	1	0	0	10	23	
	Internet	2	6	2	0	0	0	10	20	
Sistema de Segurança	Polícia Civil	1	2	5	2	0	0	10	28	27,6
	Polícia Militar	1	2	4	3	0	0	10	29	
	Corpo de Bombeiros	1	1	4	4	0	0	10	31	
	SAMU	0	2	5	2	0	1	10	27	
	Defesa Civil	2	2	3	2	0	1	10	23	
Sistema de Saúde	Pronto-Socorro	2	1	5	1	1	0	10	28	29,3
	Hospital	0	4	6	0	0	0	10	26	
	Clínicas Médicas	1	3	5	0	1	0	10	27	
	Postos de Saúde	1	3	4	2	0	0	10	27	
	Farmácias	0	0	5	4	1	0	10	36	
	Clínicas Odontológicas	0	1	4	4	1	0	10	35	
Sistema Educacional	Clínicas Veterinárias	0	0	6	2	0	2	10	26	33,0
	Educação Infantil	0	1	4	5	0	0	10	34	
	Educação Básica	0	1	4	5	0	0	10	34	
	Escolas Técnicas	0	0	3	6	1	0	10	38	
Outros Serviços	Universidades	2	3	2	3	0	0	10	26	31,8
	Feira do Produtor	0	1	9	0	0	0	10	29	
	Mercados	0	1	5	4	0	0	10	33	
	Lojas de Artesanato	0	4	5	1	0	0	10	27	
	Agências Bancárias	0	0	6	4	0	0	10	34	
	Oficinas Mecânicas	0	0	7	3	0	0	10	33	
	Postos de Combustíveis	0	0	5	5	0	0	10	35	
MÉDIA GERAL									28,1	

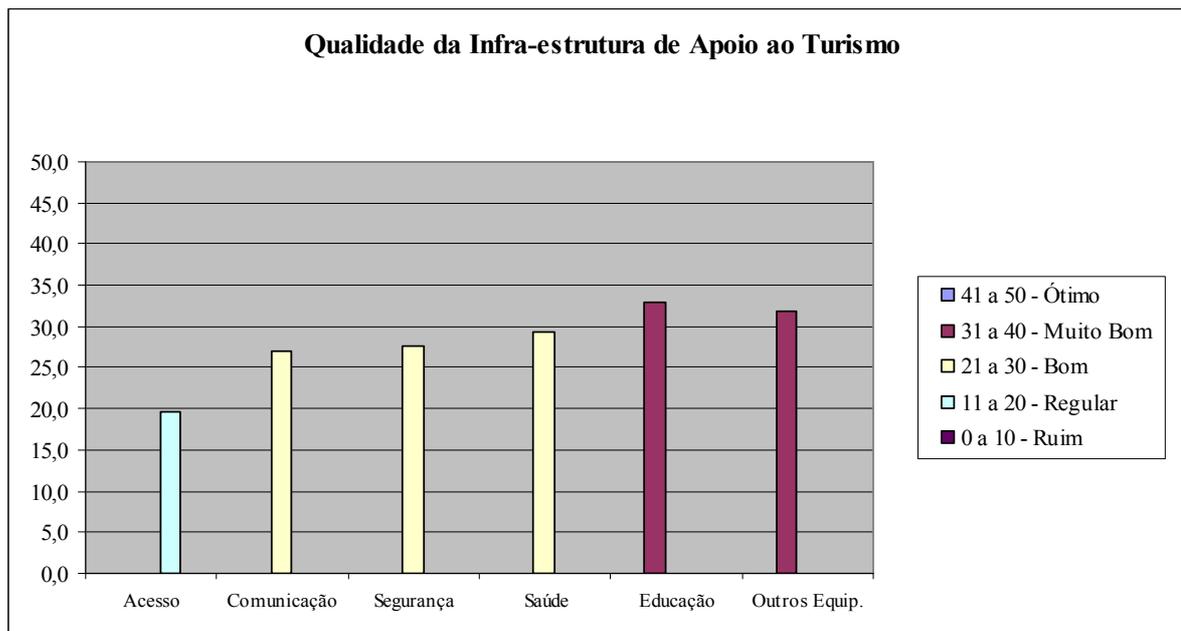


Gráfico 1 – Qualidade da Infraestrutura de Apoio ao Turismo em Panambi/RS

A segunda parte abrangeu a qualidade dos serviços e equipamentos turísticos, sendo eles: hospedagem, alimentos e bebidas, agências de turismo, transporte turístico, serviços e equipamentos para eventos, prática do lazer e outros. São aqueles equipamentos e serviços dos quais o turismo depende diretamente.

Ao analisar os resultados obtidos pela tabela e pelo gráfico número 2, percebe-se que as agências de viagens receberam a melhor avaliação – conceito “muito bom”. Já o transporte turístico existente, bem como os serviços de alimentação, hospedagem e de lazer receberam conceito “bom”.

Em uma análise mais específica, os hotéis tiveram maior pontuação dentre os meios de hospedagem. Nos serviços de alimentos e bebidas, destaca-se a pontuação das padarias e confeitarias. Nos serviços e equipamentos de lazer, os mais bem pontuados são o Parque Municipal de Panambi e os Centros de Tradições Gaúchas.

Obtiveram a avaliação “regular”, a mais baixa desta questão, os serviços e equipamentos para eventos e o item os outros serviços e equipamentos turísticos.

Tabela 2 - Qualidade dos Serviços e Equipamentos Turísticos em Panambi/RS

ITENS AVALIADOS		RUIIM	REGULAR	BOM	M. BOM	ÓTIMO	NÃO SABE	TOTAL	PONTUAÇÃO	Média parcial (números absolutos)
		(1 ponto)	(2 pontos)	(3 pontos)	(4 pontos)	(5 pontos)	(0 pontos)	(repostas)	(máx. 50 pts)	
Hospedagem	Hotéis	0	1	5	4	0	0	10	33	
	Pensões	0	3	6	0	0	1	10	24	
	Motel	0	0	6	1	0	3	10	22	
	Camping	1	2	4	0	0	3	10	17	24,0
	Restaurantes	0	2	7	1	0	0	10	29	
Alimentos e Bebidas	Bares	1	4	4	0	0	1	10	21	
	Lanchonetes	1	2	7	0	0	0	10	26	
	Cafeterias	2	4	2	0	0	2	10	16	
	Sorveterias	0	2	5	3	0	0	10	31	
	Padarias e Confeitarias	0	0	4	6	0	0	10	36	26,5
	Agências de Turismo	Agências de viagem	0	3	4	2	1	0	10	31
Transporte turístico	Transportadoras turísticas	1	2	4	2	0	1	10	25	
	Táxis	0	1	5	4	0	0	10	33	29,0
Equip. para Eventos	Espaços para eventos	2	5	3	0	0	0	10	21	
	Serviços especializados	2	5	2	0	0	1	10	18	19,5
Equipamentos de Lazer	Parque Municipal	0	2	5	3	0	0	10	31	
	Parques de Rodeios	0	1	5	2	0	2	10	25	
	Praças	1	4	3	2	0	0	10	22	
	Estádio de Futebol	1	4	4	1	0	0	10	25	
	Ginásio Poliesportivo	1	3	4	2	0	0	10	24	
	Piscinas	1	4	3	2	0	0	10	26	
	Boates	1	1	4	0	0	4	10	15	
	Cineclube	2	3	2	2	0	1	10	22	
	Clubes Sociais	1	4	2	3	0	0	10	27	
	CTG's	0	0	6	4	0	0	10	34	
Outros equipamentos	Pesque e Pague	0	1	7	0	0	2	10	23	
	Sítios de Lazer	0	3	6	0	0	1	10	24	24,8
Outros equipamentos	Posto de Informações	5	3	1	1	0	0	10	18	
	Guia de Condução	6	2	0	1	0	1	10	14	16,0
NOTA MÉDIA GERAL									24,4	

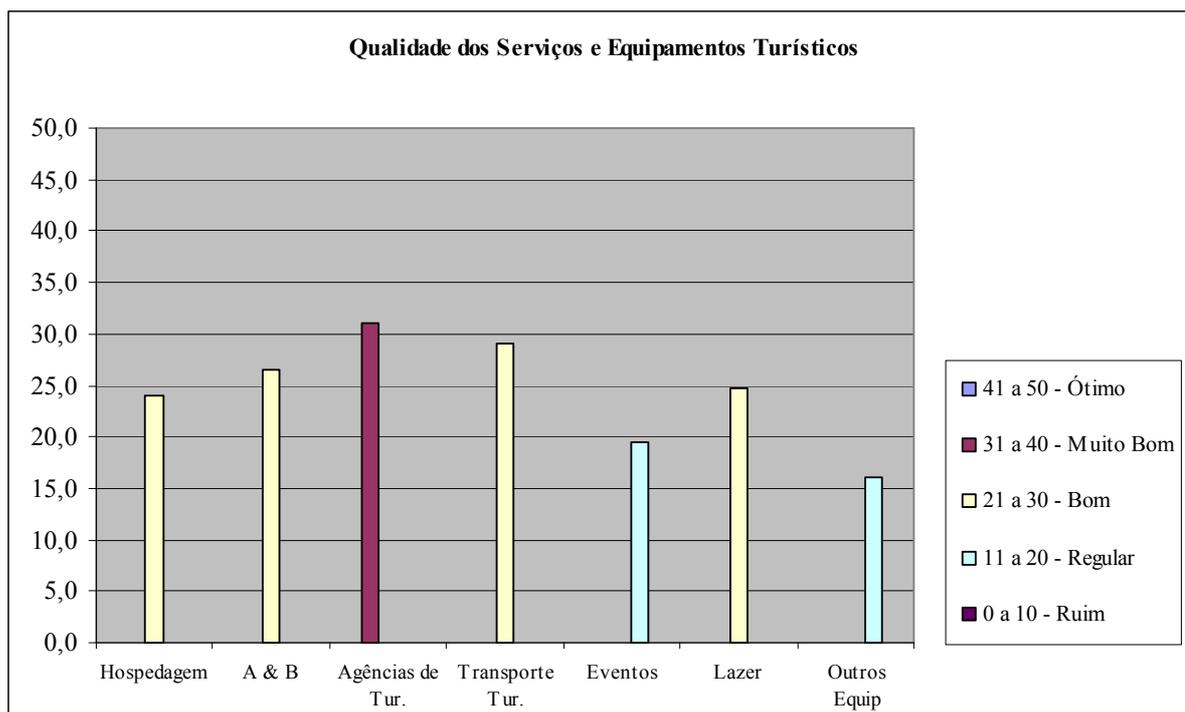


Gráfico 2 – Qualidade dos Serviços e Equipamentos Turísticos em Panambi/RS

A terceira parte do questionário avaliou os atrativos turísticos, que podem ser classificadas em: naturais, culturais, atividades econômicas, realizações técnicas e científicas contemporâneas, e os eventos programados. Em observação à tabela e ao gráfico número 3, ganham destaque alguns itens específicos em cada modalidade de atrativo.

As atividades econômicas, os atrativos culturais e realizações técnicas e científicas contemporâneas ganharam o conceito “muito bom”. Enquanto os eventos e os atrativos naturais receberam o conceito “bom”. Dentre os atrativos naturais, o mais bem pontuado foi o Parque Municipal.

Tabela 3 - Qualidade dos Atrativos Turístico em Panambi/RS

(continua)

ITENS AVALIADOS		RUIJM	REGULAR	BOM	M. BOM	ÓTIMO	NÃO SABE	TOTAL	PONTUAÇÃO	Média parcial
		(1 ponto)	(2 pontos)	(3 pontos)	(4 pontos)	(5 pontos)	(0 pontos)	(repostas)	(máx. 50 pts)	
Atrativos Naturais	Relevo	0	5	3	2	0	0	10	27	25,8
	Rios	1	4	5	0	0	0	10	24	
	Arroio Moinho	3	4	3	0	0	0	10	20	
	Parque Municipal	0	1	5	3	0	1	10	29	
	Cascata do Rio Palmeira	0	0	8	1	0	1	10	28	
	Cascata do Rio Caxambú	0	1	7	1	0	1	10	27	
	Moinho Velho	0	0	5	5	0	0	10	36	
	Monumento ao Imigrante	0	8	1	1	0	0	10	23	
	Monumento à Bíblia	0	4	4	2	0	0	10	28	
	Museu e Arquivo Histórico	0	0	2	6	2	0	10	40	
Atrativos Culturais	Museu Militar	0	0	2	6	2	0	10	40	
	Biblioteca Municipal	0	0	7	2	1	0	10	34	
	Edifício Rudi A. Franke	0	2	8	0	0	0	10	28	
	Igreja Batista Emanuel	0	0	5	2	1	2	10	28	
	Igreja Matriz	0	0	8	1	1	0	10	33	
	Igreja IECLB	0	0	7	2	1	0	10	34	
	Gastronomia típica	1	1	4	3	1	0	10	32	
	Artesanato	0	2	6	1	1	0	10	31	
	Grupos de danças	0	1	7	1	1	0	10	32	
	Corais	1	0	5	3	1	0	10	30	
	Orquestras e conjuntos	0	0	7	2	1	0	10	34	
	Grupos teatrais	1	3	2	1	0	3	10	17	31,2
	Atividades Econômicas	Agropecuária	0	1	6	3	0	0	10	32
Comercial		1	1	5	3	0	0	10	30	
Industrial		0	0	1	4	5	0	10	44	
Realizações Técnicas/Científicas	Usina da Hidropan	0	0	5	4	0	1	10	31	31,0
Eventos programados	<i>Panambifest</i>	0	3	5	2	0	0	10	29	29,9
	<i>Oktoberfest</i>	1	1	7	1	0	0	10	28	
	Moinho da Canção Gaúcha	0	0	2	5	2	1	10	36	
	Seminário Internacional do Meio Ambiente	0	0	3	4	1	2	10	30	
	Desfile Farroupilha	0	0	5	3	1	1	10	32	
	Desfile Cívico	0	3	3	3	1	0	10	32	
	Festa do Padroeiro São João Batista	0	1	3	3	1	2	10	28	
	Festa do Colono, Imigrante e Motorista	0	2	3	3	0	2	10	25	

Tabela 3 - Qualidade dos Atrativos Turístico em Panambi/RS

ITENS AVALIADOS	(conclusão)							PONTUAÇÃO (máx. 50 pts)	(números absolutos)	Média parcial
	RUIIM (1 ponto)	REGULAR (2 pontos)	BOM (3 pontos)	M. BOM (4 pontos)	ÓTIMO (5 pontos)	NÃO SABE (0 pontos)	TOTAL (repostas)			
Natal	0	2	4	3	1	0	10	33		
Rally de Velocidade e Regularidade	0	0	3	5	0	2	10	29		
Motocross	0	1	4	3	0	2	10	26		
Rodeios Crioulos e Festas Campeiras	0	0	3	5	0	2	10	29		
Fecolônia	0	2	1	6	0	1	10	31		
MÉDIA GERAL									30,6	

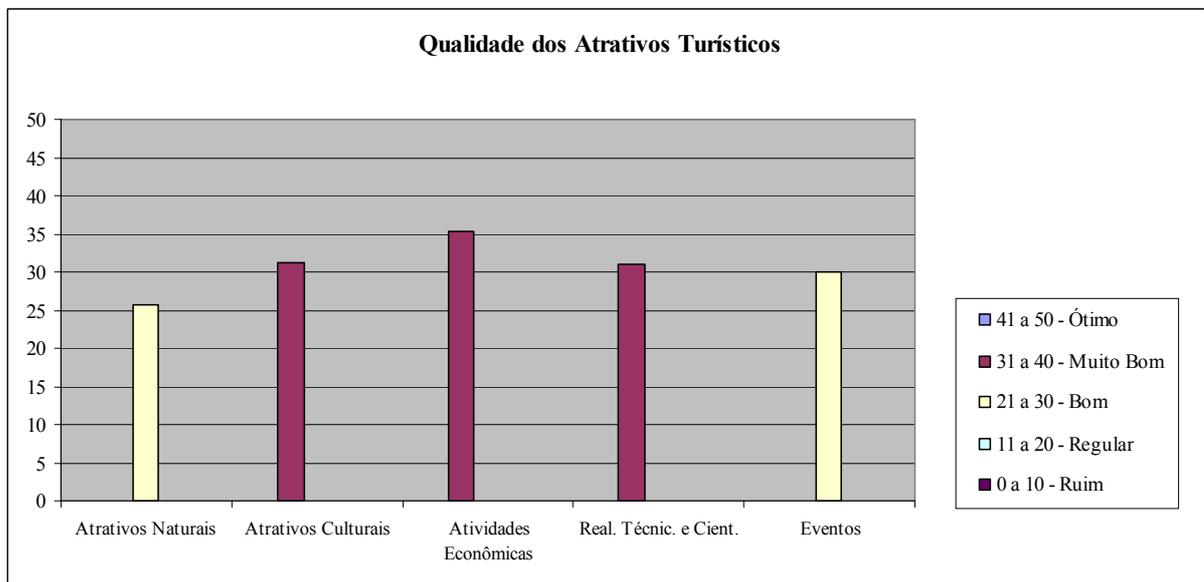


Gráfico 3– Qualidade dos Atrativos Turísticos em Panambi/RS

Num comparativo entre os dados obtidos na aplicação da técnica do GF e os dados apontados pelo questionário, verifica-se que há uma complementaridade entre os resultados.

O questionário veio aprofundar e complementar os apontamentos dos informantes no GF. Tanto os aspectos positivos quanto os negativos foram confirmados.

Diante destes resultados da avaliação da oferta turística de Panambi/RS existem algumas justificativas a serem ponderadas.

Na avaliação dos itens da *Infraestrutura de Apoio*, a destacada pontuação do sistema educacional deve-se a dois fatos importantes. Primeiro: os gestores públicos do município sempre investiram no *Sistema Educacional*, em todos os níveis. Segundo: historicamente, o ensino técnico profissionalizante foi priorizado, em virtude da capacitação de mão de obra para as indústrias metal-mecânica, e, além disso, nos últimos anos ocorreu a ampliação da oferta de cursos técnicos com a instalação do Instituto Federal Farroupilha.

Já a pontuação negativa dos *Meios de Acesso* ao município é um reflexo da real precariedade da estrutura da Estação Rodoviária da cidade, configurando-se um grande problema, tanto para os moradores da cidade quanto para os turistas. Muito pequena e mal localizada, sua estrutura não é compatível com a realidade do município e com as necessidades dos seus usuários. Numa análise geral da infraestrutura de apoio ao turismo, percebe-se que um dos itens mais importantes para o turista nesta categoria - o acesso - foi o que menos pontuou.

Na avaliação dos *Serviços e Equipamentos Turísticos*, os resultados apontam para uma realidade curiosa e também negativa. As agências de viagens da cidade, que apenas operam no turismo emissivo, tiveram a melhor avaliação. Isso significa que, dentre todos os serviços avaliados, justamente aquele que não trabalha recebendo o turista no município, é o melhor serviço turístico ofertado. Hotéis, restaurantes, transportes turísticos, equipamentos de lazer, de eventos e outros equipamentos, que trabalham diretamente no turismo receptivo, são os menos eficazes.

Entretanto, numa análise mais específica dentre os *Meios de Hospedagem* avaliados, os hotéis obtiveram uma pontuação que, separadamente, lhes enquadrariam na avaliação de “muito bom”. Ou seja, os demais meios de hospedagem avaliados (motel, camping, pensão) prejudicam a média deste item.

Também, é importante explicar a baixa média atingida pelos *Equipamentos para Eventos*. O município é carente de espaços para realização de eventos, bem como de empresas especializadas em eventos.

No caso da baixa pontuação do item *Outros Serviços Turísticos*, a avaliação justifica-se porque, atualmente, a estrutura do Posto de Informações Turísticas existe, porém encontra-se desativada. Além disso, não existem guias turísticos locais.

Na avaliação dos *Atrativos Turísticos*, existem resultados importantes a explicar. O fato de as atividades econômicas obterem a melhor média justifica-se, porque é o setor industrial que move a economia local.

A pontuação média atingida, no item *Atrativos Culturais*, justifica-se, em função de a cidade possuir maior número de atrativos culturais do que naturais, e porque o Moinho Velho e os dois Museus serem considerados pelos entrevistados como muito bons, tendo uma pontuação destacada. Na avaliação dos *Atrativos Naturais*, fica claro que seu nível de atratividade não é suficiente ou diferenciado, ao ponto de, por si só, atrair turistas para a cidade. Outro aspecto a considerar é que os atrativos naturais, que permitiriam a visita, não possuem infra-estrutura turística adequada e/ou de qualidade.

Na classificação *Realizações Técnicas e Científicas Contemporâneas*, o único atrativo existente na cidade é a Usina da HIDROPAN. Ela realmente é importante para a cidade, está localizada em um espaço de grande beleza natural e tem condições para atender e satisfazer ao turista.

Em relação à qualidade dos *Eventos Programados*, o maior destaque foi com relação ao Moinho da Canção Gaúcha. Neste caso, deve-se considerar que ocorreu, até a data da avaliação, apenas uma edição do evento e que esta foi muito positiva. Esse fator pode ter influenciado a respostas dos informantes.

Dado o exposto, verifica-se que a avaliação da Oferta Turística de Panambi realizada pelo COMTUR, ficou classificada no nível “bom”. Considerando estes dados no diagnóstico turístico municipal, pode-se dizer que Panambi/RS precisa alcançar patamares mais elevados de qualidade na maioria dos componentes da oferta turística, se pretende que a atividade

turística se desenvolva, a ponto de ser uma atividade econômica importante para a comunidade local.

2.6 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS E SUGESTÕES

A partir da análise dos dados coletados e apresentados até este ponto do estudo, chega-se ao primeiro diagnóstico turístico de Panambi/RS. O uso de dois instrumentos de coleta de dados permitiu uma análise profunda e comparativa entre as duas técnicas e se obteve dados mais consistentes, considerando o problema de pesquisa.

Com base nas diferentes informações obtidas através da aplicação das duas técnicas de coleta de dados – Grupo Focal e Questionário – verificou-se que, atualmente, Panambi/RS não pode ser considerado um município turístico, mas com potencial turístico. Utilizando-se do conceito de potencial turístico de Almeida (2006 *apud* SOARES; CARDOZO, 2009), a oferta turística de Panambi/RS apresenta condições objetivas ao desenvolvimento do setor que, por meio de um planejamento adequado, tem condições de explorar a atividade turística e satisfazer sua demanda.

À luz do conceito de Ruschmann (*apud* Rose, 1994) este diagnóstico descreve a situação atual do município com base nos fatos, estatísticas e no seu histórico, obtidos através do inventário. Seu formato está adequado à amplitude desta pesquisa e da realidade do município. O que se revela importante, neste caso, é que este estudo apresenta uma visão analítica do fenômeno turístico no município. Através dele, é possível visualizar as fraquezas e as forças do turismo no município.

Em relação à oferta turística local (serviços, equipamentos e atrativos), o nível “bom” revelado através da média de avaliação obtida é questionável. Tomando-se isoladamente alguns itens do questionário e comparando com os comentários registrados no uso da técnica GF, pode-se afirmar que o município precisa receber investimentos significativos para a melhoria da infraestrutura turística básica, principalmente com relação aos acessos, aos atrativos e alguns serviços e equipamentos turísticos da cidade. Considerando o conceito de

diagnóstico de Dagnino (2009, p.100), onde ele destaca que “Cada ator social tem a sua visão da realidade [...]” entende-se que o conceito “bom” poderia não ter sido atingido, caso a avaliação da oferta fosse aplicada diretamente aos turistas. Isso abre a possibilidade para a ampliação desta pesquisa, dando mais consistência ao diagnóstico.

Na esfera da gestão local, o relatório coloca em evidência que Panambi/RS possui um órgão municipal gestor dos recursos públicos do turismo, apenas na esfera legal – na teoria – a Secretaria de Desporto, Turismo e Lazer. Operacionalmente, a realidade destaca a existência de um único funcionário de carreira na secretaria. Este ponto do diagnóstico revela que, para uma atuação eficiente, a Secretaria precisa ser estruturada com melhores recursos físicos, mais recursos humanos e financeiros. O próprio Ministério do Turismo (BRASIL, 2009) alerta que os municípios brasileiros que realmente queiram desenvolver o turismo deverão, necessariamente, possuir uma Secretaria de Turismo para atender às demandas do setor com eficiência.

Como ponto favorável, o município dispõe de uma instância de governança local atuante, o COMTUR, órgão consultivo que promove a descentralização administrativa destes recursos. Entretanto, fica explícito este precisa envolver-se com a elaboração de um plano estratégico de desenvolvimento para o setor e agir em prol de sua execução, de modo que seja possível identificar o melhor caminho para o desenvolvimento do turismo local e colocar o município no mercado turístico do Estado e do País.

O diagnóstico demonstrou que Panambi/RS possui atrativos muito especiais e diversas possibilidades para desenvolver a atividade turística, porém, revelou o turismo de negócios como o segmento de maior destaque, devido ao perfil econômico do município na área metal-mecânica. Este resultado corrobora com o estudo realizado por Junges (2005), que apresenta o turista de negócios como demanda real e potencial.

Neste sentido, será necessário planejar e compreender que, conforme Barreto (2005, p.30-31), o planejamento é “um processo dinâmico, está em permanente revisão e sofre muitas correções de rumo. Exige um repensar constante, mesmo após a concretização dos objetivos”.

Cabe ainda ressaltar a importância da participação da comunidade local neste processo, considerando que o ato de planejar implica em tomada de decisão e envolve o futuro de uma localidade. Um dos pontos básicos para o sucesso do planejamento estratégico destacado por Rezende (2008, p.18) é a participação e o pensar coletivo, pois este ato compromete a comunidade a agir em prol dos resultados esperados.

Enfim, para dar continuidade ao processo de melhorias na gestão do turismo no município de Panambi/RS, sugere-se que este diagnóstico seja apresentado a todos os membros do COMTUR, titulares e suplentes, aos que participaram e aos que não participaram da pesquisa, para que se possa realizar uma avaliação dos resultados obtidos e dar início a elaboração de um Plano Estratégico do Turismo.

A partir desta avaliação, será necessário que o COMTUR articule-se no sentido de:

- buscar de apoio técnico e político para a elaboração do Plano;
- realizar de um ou mais eventos específicos (seminário, simpósio ou oficina) para a elaboração do mesmo;
- formalizar parcerias em prol da execução e acompanhamento das ações estratégicas com os demais segmentos vinculados à atividade turística.

Para a elaboração do Plano Estratégico do Turismo, a autora da pesquisa sugere as seguintes ações, que poderão ser transformadas em metas:

- Escolher o Turismo de Negócios como segmento do mercado turístico para atuar e investir.
- Investir constantemente nos serviços e equipamentos turísticos atrelados a este segmento.
- Buscar a integração com municípios próximos da Região do Yucumã e desenvolver um roteiro integrado para a demanda real e potencial.
- Estudar constantemente a demanda real – hóspedes dos hotéis da cidade – para identificar seu perfil e conhecer suas reais necessidades e vontades enquanto turistas.

- Desenvolver um roteiro turístico adequado ao perfil do turista de negócios e de suas necessidades.
- Criar um evento anual para movimentar o turismo de negócios.
- Ampliar a estrutura física e de recursos humanos da Secretaria Municipal de Desportos, Turismo e Lazer.
- Realizar eventos de sensibilização e educação para o turismo envolvendo a comunidade
- Realizar cursos de capacitação para o turismo direcionados aos trabalhadores do setor.
- Formatar e Investir no produto turístico local (evento e/ou roteiros) e criar um plano de marketing, visando colocar o município na vitrine do turismo nacional.

Embora as metas possam parecer difíceis de ser alcançadas, acredita-se que possam ser atingidas, através de um planejamento bem estruturado. Assim sendo, entende-se que esta pesquisa poderá tornar-se um marco inicial de mudanças na gestão pública do turismo em Panambi/RS.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho de conclusão de curso teve como propósito a identificação das potencialidades turísticas do município de Panambi/RS, através da participação do COMTUR na construção de um Diagnóstico Turístico. Além disso, a pesquisa foi conduzida de maneira a qualificar o trabalho da pesquisadora dentro de suas atribuições junto ao órgão municipal de turismo, onde atua.

Desde o início de sua atuação como funcionária do Departamento de Turismo em 2006, a pesquisadora já percebera a necessidade de elaborar um plano estratégico para o setor, juntamente com os interessados no desenvolvimento do turismo em Panambi/RS e focado nas potencialidades locais. Diversas vezes essa demanda foi solicitada pelo próprio Conselho Municipal de Turismo, porém, devido a uma série de fatores como a falta de articulação técnica e política, a elaboração do plano estratégico ficou somente no campo das discussões.

Através do Curso de Especialização em Gestão Pública Municipal, ocorreu a oportunidade de fomentar este processo de planejamento juntamente com o COMTUR, pesquisando e reunindo as informações técnicas necessárias para a formatação de um diagnóstico turístico municipal. Assim, entende-se que o conteúdo obtido através desta pesquisa contribuirá, de maneira muito consistente, para a futura elaboração do Planejamento Estratégico do turismo do município, uma vez que o diagnóstico está iniciado e configura-se a primeira etapa de um planejamento.

Este diagnóstico turístico do município consiste num primeiro e importante passo. A partir dele, os interessados na elaboração do um Plano Estratégico do Turismo poderão concentrar-se nas etapas seguintes, que são: o prognóstico, o estabelecimento de objetivos e metas, a definição dos meios de se atingir os objetivos, a implantação do plano e o acompanhamento dos resultados.

É imprescindível reconhecer que este estudo compreende a visão do Conselho Municipal do Turismo acerca da realidade turística local e não se constitui num diagnóstico

acabado ou único. Porém, suas informações são importantes e devem ser utilizadas como instrumento básico na elaboração do Plano Estratégico do Turismo para o município.

Além disso, foi possível compreender que, isoladamente, o município não tem condições de tornar-se um destino turístico, devido ao nível de sua oferta e de seus atrativos turísticos. Com este entendimento, a participação do município em uma Instância de Governança Regional – consórcio, associação ou roteiro regional– facilita a articulação e o crescimento do turismo de modo regional.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, M. **Matriz de avaliação do potencial turístico de localidades receptoras**. Tese de doutorado Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo, 2006.

BARRETTO, Margarita. **Planejamento responsável do turismo**. Campinas, SP: Papyrus, 2005.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 5. ed. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2001.

BOENY, Carla J.; GOIDANICH, Karin L. **O papel do poder público e o Turismo**. Porto Alegre, RS: Edição FAMURS, 2001.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo (PNT):** diretrizes, metas e programas 2003-2007. Brasília: Ministério do Turismo, 2003.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo (PNT):** uma viagem de inclusão 2007-2010. Brasília: Ministério do Turismo, 2007.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Programa de Qualificação à Distância para o Desenvolvimento do Turismo**. Curso de Regionalização do Turismo – Livro 1. Florianópolis: SEAD/FAPEU/UFSC, 2008.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Programa de Qualificação à Distância para o Desenvolvimento do Turismo**. Curso de Regionalização do Turismo – Livro 2. Florianópolis: SEAD/FAPEU/UFSC, 2008.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Programa de qualificação à distância para o Desenvolvimento do Turismo**. Curso de Regionalização do Turismo – Livro 3. Florianópolis: SEAD/FAPEU/UFSC, 2008.

BRASIL. Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008. **Lei Geral do Turismo**, Brasília, DF, 17 set. 2008. Disponível em:
<http://200.143.12.112/export/sites/default/turismo/legislacao/downloads_legislacao/lei_11771_08_17_setembro_2008.pdf> Acesso em 10 nov. 2011.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Programa de Qualificação à Distância para o Desenvolvimento do Turismo: formação de gestores das políticas públicas do turismo**. Florianópolis: SEAD/FAPEU/UFSC, 2009.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil: Módulo Operacional 1 - Sensibilização**. Brasília: Ministério do Turismo, 2007. Disponível em:
http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/modulo_operacional_1_sensibilizacao.pdf> Acesso em: 28 out. 2011.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo** – Roteiros do Brasil : Módulo Operacional 2 - Mobilização. Brasília: Ministério do Turismo, 2007.

Disponível em:

<http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/modulo_operacional_2_mobilizacao.pdf> Acesso em: 28 out. 2011.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo** – Roteiros do Brasil : Módulo Operacional 3 – Institucionalização da Instância de Governança Regional.

Brasília: Ministério do Turismo, 2007. Disponível em:

<http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/conselhos/conselho_nacional/documentos_conselho/modulo_operacional_3_institucionalizacao_da_instancia_de_governanca_regional.pdf> Acesso em: 28 out. 2011.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo** – Roteiros do Brasil : Módulo Operacional 4 – Elaboração do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional. Brasília: Ministério do Turismo, 2007. Disponível em:

<http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/modulo_operacional_4_elaboracao_do_plano_estrategico_de_desenvolvimento_do_turismo_regional.pdf> Acesso em: 28 out. 2011.

BRASIL. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. **Anuário Estatístico de Turismo 2010**. Brasília-DF, v.37, 2009. Disponível em:

<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/anuario/downloads_anuario/Anuxrio_2010_-_Ano_Base_2009___Final_internet.pdf>. Acesso em: 25 out. 2011.

CARLINI-COTRIM, Beatriz. **Potencialidades da técnica qualitativa grupo focal em investigações sobre abuso de substâncias**. Revista Saúde Pública, 30 (3): 285-93, São Paulo-SP, 1996. Disponível em: <www.scielo.br/pdf/rsp/v30n3/5075.pdf> Acesso em: 12 nov. 2011.

CARNEIRO, Margareth F. Santos. **Gestão Pública: o papel do planejamento estratégico, gerenciamento de portfólio, programas e projetos e dos escritórios de projetos na modernização da gestão pública**. Rio de Janeiro: Brasport, 2010.

DAGNINO, Renato P. **Planejamento Estratégico Governamental**. Departamento de Ciências da Administração/USFC; [Brasília]: CAPES: UAB, 2009

DE ANTONI, C. et. al. **Grupo focal: Método qualitativo de pesquisa com adolescentes em situação de risco**. Arquivos Brasileiros de Psicologia, 53(2), 38-53. Disponível em:

<<http://www.msmedia.com/ceprua/artigos/clarissa1.pdf>> Acesso em: 12 nov. 2011.

DIAS, Cláudia Augusto. Grupo focal: técnica de coleta de dados em pesquisas qualitativas.

Informação & Sociedade: estudos, João Pessoa, v. 10, n. 2, p. 141-158, 2000. Disponível em: <<http://bogliolo.eci.ufmg.br/downloads/DIAS%20Grupo%20Focal.pdf>> Acesso em: 12 nov. 2011.

GOELDNER, Charles R. **Turismo: princípios, práticas e filosofias**. Trad. Roberto Cataldo Costa. 8. ed. Porto Alegre: Book-man, 2002.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo**. 1. ed. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2002.

JUNGES, Cláudia. **Uma Proposta de planejamento turístico para o município de Panambi – RS em função da demanda potencial em Turismo de Negócios**. Monografia (Graduação). Cruz Alta-RS: UNICRUZ, 2005.

LEITZKE, Eugen. Pontos de nossa história. In: Associação dos Escritores de Panambi. **Porções de Bem Querer**. Ijuí-RS: Sedigraf, 1997.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento estratégico: conceitos metodologia e práticas**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1991

OMT. Organização Mundial de Turismo. *El turismo: um fenômeno econômico y social*. Disponível em: < <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>> Acesso em 14 mar. 2012.

PANAMBI. **Fichas de Identificação do Produto Turístico**. Responsável: Ideiva Varaschin. Panambi, RS, 27 abr. 1998.

PANAMBI. **Lei Municipal nº 1.768/99, de 09 de novembro de 1999**. Cria o Conselho Municipal de Turismo, Cria o Fundo Municipal de Turismo. Gabinete do Prefeito Municipal. Panambi, RS, 09 nov. 1999.

PANAMBI. **Livro de Atas do Conselho Municipal de Turismo**. Panambi, RS, 15 jan. 2007.

PANAMBI. **Inventário Turístico**. Projeto de Inventariação Turística dos Municípios da Rota do Yucumã. Responsável: Cláudia Junges, Panambi, RS, 2008.

PANAMBI. **Portaria nº 066/2008, de 05 de março de 2008**. Nomeia os membros do Conselho Municipal do Turismo, por período de dois anos. Gabinete do Prefeito Municipal. Panambi, RS, 05 mar. 2008.

PANAMBI. **Portaria nº 161//2009 de 09 de abril de 2009**. Nomeia os membros do Conselho Municipal do Turismo, por período de dois anos. Gabinete do Prefeito Municipal. Panambi, RS, 09 abr. 2009.

PANAMBI. **Portaria nº 200/2011, de 08 de abril de 2011**. Nomeia os membros do Conselho Municipal do Turismo, por período de dois anos. Gabinete do Prefeito Municipal. Panambi, RS, 08 mar. 2011.

PANAMBI. **Portaria nº 308/2005, de 15 de dezembro de 2005**. Nomeia os membros do Conselho Municipal do Turismo, por período de dois anos. Gabinete do Prefeito Municipal. Panambi, RS, 15 dez. 2005.

PANAMBI. **Folder e guia da cidade**. Panambi-RS: Secretaria de Desportos, Turismo e Lazer, 2011.

PANAMBI. Lei nº 1,611/97, de 31 de outubro de 1997. **Dispõe sobre os quadros de cargos e funções públicas do município, estabelece o plano de carreira dos servidores, e dá outras providências.** Panambi, RS, 31 out. 1997. Disponível em: <<http://panambi.rs.gov.br/index.php?list=28>> Acesso em: 10 jan. 2012.

PANAMBI. Lei nº 1,528/96, de 23 de outubro de 1996. **Institui nova estrutura administrativa organizacional da Prefeitura Municipal de Panambi, e dá outras providências.** Panambi, RS, 23 out. 1997. Disponível em: <<http://panambi.rs.gov.br/index.php?list=28>> Acesso em: 10 jan. 2012.

REZENDE, Denis Alcides. **Planejamento Estratégico para Organizações: Públicas e Privadas.** Rio de Janeiro -RJ ed. Brasport, 2008.

ROSE, Alexandre Turatti de. **Turismo: Planejamento e Marketing.** 1.ed. São Paulo: Manole, 2002.

SALVATI, Sérgio Salazar (Org.). **Turismo Responsável – Manual para políticas públicas.** Brasília, DF: WWF Brasil, 2004

SERTEK, Paulo. **Administração e Planejamento Estratégico.** Curitiba, PR: Ibplex, 2007.

ALMEIDA, M. **Matriz de avaliação do potencial turístico de localidades receptoras.** Tese de doutorado Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo, 2006.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godói (Org.). **Turismo. Como aprender, como ensinar.** São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2001.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godói [et.al.] **Aprendiz de Lazer e Turismo.** Ed. rev. e ampl. São Paulo:IPSIS, 2007. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Aprendiz_de_Lazer_e_Turismo.pdf> Acesso em: 09 mar. 2012.

APÊNDICES

APÊNDICE A

SLIDES UTILIZADOS NA REUNIÃO (Grupo Focal)

1) O que é Turismo?



Para a OMT (Organização Mundial do Turismo)

“ Atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e permanência em lugares distintos dos que vivem, por um período de tempo inferior a um ano consecutivo, com fins de lazer, negócios e outros.”

Tipos de TURISMO

(Fonte: Ministério do Turismo)

TURISMO DE AVENTURA

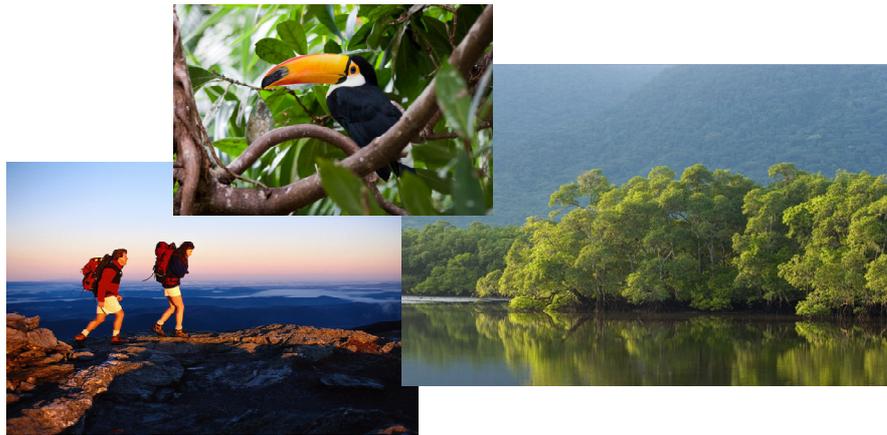


Turismo de Aventura: é a prática de atividades recreativas não competitivas que envolvem desafios e superações. No turismo de aventura, as experiências físicas e sensoriais proporcionam sensações de liberdade e prazer. As atividades podem ser realizadas em diversos locais, sejam eles naturais, construídos, rurais ou urbanos, na terra, na água ou no ar.

Entre as principais práticas realizadas no Brasil estão: arvorismo, atividades ciclísticas, em cavernas, equestres e fora de estrada, bungee jump, cachoeirismo, canionismo, caminhadas, escalada, rapel, tirolesa, boia-cross, canoagem, mergulho, rafting, asa delta, balonismo, parapente, paraquedismo e ultraleve.

Tipos de TURISMO

ECOTURISMO



O Ecoturismo: é o ramo da atividade turística baseado no contato com a natureza, oferecendo atividades relacionadas à conscientização e à conservação ambiental. O termo foi introduzido no Brasil no final dos anos 1980, seguindo a tendência mundial de valorização do meio ambiente. O ecoturismo está diretamente ligado ao turismo sustentável, que atende às necessidades dos turistas sem prejudicar as regiões receptoras.

- As principais características do ecoturismo são: a realização de atividades como caminhada, mergulho, trilhas e safáris fotográficos; a proteção e a conservação dos recursos naturais; e ainda o estímulo à educação ambiental.

Tipos de TURISMO

TURISMO NÁUTICO



O Turismo Náutico atrai mais de 500 mil visitantes por ano ao Brasil. É praticado em águas de rios, mares, represas e lagos, em programas que envolvem passeios, excursões, pescarias, pesquisas e regatas.

Com um clima ameno e boas condições marítimas, o Brasil tem muito a oferecer a quem pratica turismo náutico. São mais de 7 mil quilômetros de litoral e cerca de 9 mil quilômetros de margens de reservatórios de água doce (hidrelétricas, lagos e lagoas).

Tipos de TURISMO

TURISMO DE PESCA



Pesca é todo ato de captura ou extração de elementos animais ou vegetais que tenham na água seu meio de vida. O turismo de pesca compreende as atividades turísticas decorrentes da prática amadora desse tipo de atividade.

No Brasil, **o Turismo de Pesca** ganha cada dia mais adeptos devido à extensa dimensão territorial, costeira e hídrica, e pela diversidade de espécies existentes no país. Além de ser prazerosa, a prática também colabora para que os destinos turísticos conservem os recursos naturais.

Tipos de TURISMO

TURISMO CULTURAL



No **Turismo Cultural**, a principal motivação do viajante é vivenciar, conhecer e valorizar o patrimônio histórico e cultural visitado. Festas populares, culinária, dança, entre outras manifestações do povo brasileiro, são muito apreciadas pelos turistas estrangeiros.

Os patrimônios são bens de natureza material e imaterial que expressam ou revelam a memória e a identidade das populações e das comunidades. Podem ser de valor histórico, artístico, científico ou simbólico, como arquivos, edificações, conjuntos urbanísticos, sítios arqueológicos, ruínas, museus e eventos envolvendo música, gastronomia, artes visuais e cênicas, festas, exposições e outros.

Tipos de TURISMO

TURISMO DE ESTUDOS E INTERCÂMBIO



Conhecido popularmente como intercâmbio, o **Turismo Educativo** envolve troca de experiências, vivências culturais, aprendizado orientado, treinamento e ampliação de conhecimentos entre pessoas de países distintos.

2) Tipos de TURISMO

Fonte: <http://www.ecodesenvolvimento.org.br/posts/2011/junho>

TURISMO RELIGIOSO



De acordo com dados do Ministério do Turismo, o número de estrangeiros que visitam o Brasil com fins religiosos é de cerca de 25 mil por ano. Esse número representa 0,5% dos embarques no país.

São pessoas interessadas em conhecer igrejas barrocas, santuários, monumentos considerados sagrados, fazer romarias e peregrinações, além de buscar a paz interior e encontrar a si próprio.

Essas viagens podem ajudar no desenvolvimento de comunidades do interior do Brasil. O turismo religioso de Aparecida, no estado de São Paulo, por exemplo, é um dos destinos mais procurados por fiéis no país.

2) Tipos de TURISMO

(Fonte: Ministério do Turismo)

TURISMO RURAL



O **Turismo Rural** ainda é um segmento em expansão no Brasil. Esse tipo de atividade é muito conhecido nos Estados Unidos e na Europa desde a década de 1950. No entanto, apenas nos anos 80 ela se tornou uma atividade econômica no Brasil.

Para o turista rural, são desenvolvidas atividades como pesca, esportes de aventura, caminhadas, visitação a fazendas e casas de cultura, e atividades recreativas no meio rural.

Esse segmento também traz benefícios para a população local, como a melhoria de condições de vida das famílias, novas oportunidades de trabalho e a diminuição do êxodo rural.

Tipos de TURISMO

TURISMO DE NEGÓCIOS E EVENTOS



O **Turismo de Negócios e Eventos** engloba atividades que envolvem viagens, serviços de hospedagem, lazer e alimentação relacionados aos setores comercial ou industrial, para fechar contratos, convênios, vender e comprar bens e serviços. O turismo de negócios e eventos é importante para atrair e fidelizar clientes, aumentando a demanda pelos serviços.

Segundo a Associação Internacional de Congressos e Convenções (ICCA, na sigla em inglês), em 2008 o Brasil foi o sétimo país do mundo que mais organizou eventos internacionais. Além de infraestrutura para abrigar feiras, congressos, convenções, exposições etc., as cidades brasileiras oferecem aos participantes opções de lazer em seus vários destinos turísticos.

Tipos de TURISMO

TURISMO SOL E PRAIA



- O **Turismo de Sol e Praia** constitui-se das atividades turísticas relacionadas à recreação, entretenimento ou descanso em praias, em função da presença conjunta de água, sol e calor.

Com um litoral que se estende por mais de 8.500 quilômetros, o Brasil possui algumas das mais belas praias do mundo. As altas temperaturas durante todo o ano em grande parte do território brasileiro garantem um considerável índice de visitas internacionais, inclusive no inverno.

Tipos de TURISMO

TURISMO DE SAÚDE



São atividades turísticas que usam serviços para fins médicos, terapêuticos e estéticos, como o turismo hidrotermal, o turismo de bem-estar e o turismo de águas

A escolha do destino é determinada de acordo com os serviços e as estruturas oferecidos por cada lugar - desde equipamentos próprios da área de saúde (hospitais, clínicas, consultórios) até os considerados turísticos, como spas, balneários e estâncias - e também de acordo com as condições e os elementos com propriedades terapêuticas (clima, água, terra, ar) que cada destino oferece.

Tipos de TURISMO

TURISMO DE ESPORTES



Um dos segmentos turísticos que mais atrai estrangeiros ao Brasil é o esporte. Por ter grande extensão territorial, boas condições climáticas, geográficas e de infraestrutura, o país é atrativo para o turismo esportivo. Nos próximos anos, será foco de atenção mundial por sediar a Copa do Mundo, em 2014, e as Olimpíadas, em 2016.

O esporte como forma de turismo engloba as atividades competitivas, sejam elas torneios, campeonatos ou amistosos. Esses eventos atraem atletas, organizadores e espectadores. Os esportes também estão relacionados a outros tipos de turismo. Quando uma pessoa vai a um evento esportivo, aproveita toda a cadeia de serviços: hotéis, restaurantes, teatros, passeios, etc.

Atrativo Turístico

Atrativos turísticos são locais, objetos, equipamentos, pessoas, fenômenos, eventos ou manifestações capazes de motivar o deslocamento de pessoas para conhecê-los.

(Fonte: www.ibam.org.br/media/arquivos/.../roteirizacao_turistica_turismo.pdf)

Produto Turístico

- **PRODUTO:** um conjunto de atrativos, de acessos, de bens e serviços turísticos ofertados de forma organizada ao turista – consumidor. – envolve basicamente transporte, alimentação, hospedagem e atrativos.
- O produto turístico cidade, é uma mescla de bens e serviços públicos e privados, todos voltados para um mesmo objetivo: atender ao turista.

(Fonte: Ministério do Turismo)

Potencial Turístico

Para Almeida (2006 p. 216) potencial turístico pode ser entendido como:

“ [...] a existência de condições objetivas favoráveis da oferta turística, dos aspectos normativo-institucionais e de outros fatores complementares capazes de viabilizar, por meio do adequado planejamento, uma exploração turística sustentável destinada a satisfazer uma demanda atual ou latente.”

APÊNDICE B

INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS 1: roteiro da reunião para a aplicação da técnica de Grupo Focal (GF) aplicada aos membros do Conselho Municipal do Turismo, em 22 de dezembro de 2011.

Parte 1: Breve explicação oral dos objetivos da pesquisa.

Parte 2: Apresentação em slides dos conceitos relacionados às questões do debate:

- O que é turismo?
- Quais são os tipos de turismo (segmentos) existentes?
- O que é atrativo turístico?
- O que é um produto turístico?
- O que é potencial turístico?

Parte 3: Debate a partir das questões orientadoras:

- 1) Quais as características positivas (pontos fortes) de Panambi/RS em relação ao turismo?
- 2) Quais as características negativas (pontos fracos) de Panambi/RS em relação ao turismo?
- 3) Se você fosse um guia turístico hoje, que tipo de atividade ou passeio você ofereceria a ele? Por quê?
- 4) Se você fosse um guia turístico hoje, que tipo de atividade ou passeio você não ofereceria a ele? Por quê?
- 5) A partir desta análise, quais os segmentos turísticos (tipo de turismo) que Panambi/RS tem potencial para desenvolver?

APÊNDICE C

INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS 2: Formulário de Avaliação aplicado aos integrantes do Conselho Municipal do Turismo que participaram da reunião do Grupo Focal.

Formulário de Avaliação

Este é um Formulário com questões de múltipla escolha elaborado para avaliar os principais componentes da Oferta Turística do município de Panambi/RS, de modo a coletar informações que servirão de base ao Diagnóstico Turístico Municipal. Como membro do COMTUR, solicito a vossa contribuição e atenção ao respondê-lo e devolvê-lo dentro do prazo de cinco dias.

Marque suas respostas com um “X”.

OBS: Responda a todos os itens.

De acordo com os seus conhecimentos a respeito da realidade turística de Panambi/RS, avalie:

1. A qualidade dos componentes existentes na **infra-estrutura de apoio** ao Turismo em Panambi/RS.

MEIOS DE ACESSO AO MUNICÍPIO						
	<i>Ruim (1 ponto)</i>	<i>Regular (2 pontos)</i>	<i>Bom (3 pontos)</i>	<i>Muito Bom (4 pontos)</i>	<i>Ótimo (5 pontos)</i>	<i>Não sabe/não opinou</i>
BR 158						
BR 285						
Estação Rodoviária						

SISTEMA DE COMUNICAÇÃO						
	<i>Ruim (1 ponto)</i>	<i>Regular (2 pontos)</i>	<i>Bom (3 pontos)</i>	<i>Muito Bom (4 pontos)</i>	<i>Ótimo (5 pontos)</i>	<i>Não sabe/não opinou</i>
Agência Postal (correios)						
Emissoras de Rádio						
Emissora de TV						
Jornais						

Revistas						
Internet						

SISTEMA DE SEGURANÇA						
	<i>Ruim (1 ponto)</i>	<i>Regular (2 pontos)</i>	<i>Bom (3 pontos)</i>	<i>Muito Bom (4 pontos)</i>	<i>Ótimo (5 pontos)</i>	<i>Não sabe/não opinou</i>
Polícia Civil						
Polícia Militar						
Corpo de Bombeiros						
SAMU						
Defesa Civil						

SISTEMA DE SAÚDE						
	<i>Ruim (1 ponto)</i>	<i>Regular (2 pontos)</i>	<i>Bom (3 pontos)</i>	<i>Muito Bom (4 pontos)</i>	<i>Ótimo (5 pontos)</i>	<i>Não sabe/não opinou</i>
Pronto-Socorro						
Hospital						
Clínicas Médicas						
Postos de Saúde						
Farmácias						
Clínicas Odontológicas						
Clínicas Veterinárias						

SISTEMA EDUCACIONAL						
	<i>Ruim (1 ponto)</i>	<i>Regular (2 pontos)</i>	<i>Bom (3 pontos)</i>	<i>Muito Bom (4 pontos)</i>	<i>Ótimo (5 pontos)</i>	<i>Não sabe/não opinou</i>
Educação Infantil (creches)						

Educação Básica (escolas de ensino fundamental e médio)						
Escolas Técnicas						
Universidades						

OUTROS SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE APOIO						
	<i>Ruim (1 ponto)</i>	<i>Regular (2 pontos)</i>	<i>Bom (3 pontos)</i>	<i>Muito Bom (4 pontos)</i>	<i>Ótimo (5 pontos)</i>	<i>Não sabe/não opinou</i>
Feira do Produtor						
Mercados						
Lojas de Artesanato						
Agências Bancárias						
Oficinas Mecânicas						
Postos de Combustíveis						

2. A qualidade dos **Serviços e Equipamentos Turísticos** em Panambi/RS.

SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM						
	<i>Ruim (1 ponto)</i>	<i>Regular (2 pontos)</i>	<i>Bom (3 pontos)</i>	<i>Muito Bom (4 pontos)</i>	<i>Ótimo (5 pontos)</i>	<i>Não sabe/não opinou</i>
Hotéis						
Pensões						
Motel						
Camping						

SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE ALIMENTOS E BEBIDAS						
	<i>Ruim (1 ponto)</i>	<i>Regular (2 pontos)</i>	<i>Bom (3 pontos)</i>	<i>Muito Bom (4 pontos)</i>	<i>Ótimo (5 pontos)</i>	<i>Não sabe/não opinou</i>
Restaurantes						

Bares						
Lanchonetes						
Cafeterias						
Sorveterias						
Padarias e confeitarias						

SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE AGÊNCIAS DE TURISMO

	<i>Ruim (1 ponto)</i>	<i>Regular (2 pontos)</i>	<i>Bom (3 pontos)</i>	<i>Muito Bom (4 pontos)</i>	<i>Ótimo (5 pontos)</i>	<i>Não sabe/não opinou</i>
Agências de Viagem						

SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE TRANSPORTE TURÍSTICO

	<i>Ruim (1 ponto)</i>	<i>Regular (2 pontos)</i>	<i>Bom (3 pontos)</i>	<i>Muito Bom (4 pontos)</i>	<i>Ótimo (5 pontos)</i>	<i>Não sabe/não opinou</i>
Transportadoras Turísticas						
Táxis						

SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS PARA EVENTOS

	<i>Ruim (1 ponto)</i>	<i>Regular (2 pontos)</i>	<i>Bom (3 pontos)</i>	<i>Muito Bom (4 pontos)</i>	<i>Ótimo (5 pontos)</i>	<i>Não sabe/não opinou</i>
Espaços para eventos						
Serviços especializados para eventos						

SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE LAZER

	<i>Ruim (1 ponto)</i>	<i>Regular (2 pontos)</i>	<i>Bom (3 pontos)</i>	<i>Muito Bom (4 pontos)</i>	<i>Ótimo (5 pontos)</i>	<i>Não sabe/não opinou</i>
Parque Municipal						
Parques de rodeios						
Praças						
Estádio de Futebol						

Ginásio Poliesportivo						
Piscinas						
Boates						
Cineclube						
Clubes sociais						
Centros de Tradições Gaúchas						
Pesque e pague						
Sítios de Lazer						

OUTROS SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS

	<i>Ruim (1 ponto)</i>	<i>Regular (2 pontos)</i>	<i>Bom (3 pontos)</i>	<i>Muito Bom (4 pontos)</i>	<i>Ótimo (5 pontos)</i>	<i>Não sabe/não opinou</i>
Posto de Informações Turísticas						
Guia e condução turística						

3. Os **Atrativos Turísticos** de Panambi/RS, de acordo com a sua capacidade em atrair turistas.

ATRATIVOS NATURAIS

	<i>Ruim (1 ponto)</i>	<i>Regular (2 pontos)</i>	<i>Bom (3 pontos)</i>	<i>Muito Bom (4 pontos)</i>	<i>Ótimo (5 pontos)</i>	<i>Não sabe/não opinou</i>
Relevo						
Rios (Fiúza, Palmeira e Caxambu)						
Arroio Moinho						
Parque Municipal						
Cascata do Rio Palmeira (Usina)						
Cascata do Rio Caxambu (Entre-Rios)						

ATRATIVOS CULTURAIS						
	Ruim (1 ponto)	Regular (2 pontos)	Bom (3 pontos)	Muito Bom (4 pontos)	Ótimo (5 pontos)	<i>Não sabe/não opinou</i>
Moinho Velho						
Monumento ao Imigrante						
Monumento 'a Bíblia						
Museu e Arquivo Histórico						
Museu Militar						
Biblioteca Municipal						
Edifício Rudi Arnoldo Franke						
Igreja Batista Emanuel						
Igreja Matriz						
Igreja IECLB (relógio)						
Gastronomia Típica						
Artesanato						
Grupos de Danças						
Corais						
Orquestras e Conjuntos Instrumentais						
Grupos Teatrais						

ATIVIDADES ECONÔMICAS						
	<i>Ruim (1 ponto)</i>	<i>Regular (2 pontos)</i>	<i>Bom (3 pontos)</i>	<i>Muito Bom (4 pontos)</i>	<i>Ótimo (5 pontos)</i>	<i>Não sabe/não opinou</i>
Agropecuária						
Comercial						
Industrial						

REALIZAÇÕES TÉCNICAS E CIENTÍFICAS CONTEMPORÂNEAS						
	<i>Ruim (1 ponto)</i>	<i>Regular (2 pontos)</i>	<i>Bom (3 pontos)</i>	<i>Muito Bom (4 pontos)</i>	<i>Ótimo (5 pontos)</i>	<i>Não sabe/não opinou</i>
Usina da Hidropan						

EVENTOS PROGRAMADOS						
	<i>Ruim (1 ponto)</i>	<i>Regular (2 pontos)</i>	<i>Bom (3 pontos)</i>	<i>Muito Bom (4 pontos)</i>	<i>Ótimo (5 pontos)</i>	<i>Não sabe/não opinou</i>
Panambifest – Aniversário do Município						
Oktoberfest						
Moinho da Canção Gaúcha						
Seminário Internacional do Meio Ambiente						
Desfile Farroupilha						
Desfile Cívico						
Festa do Padroeiro São João Batista						
Festa do Colono, Imigrante e Motorista						
Natal						
Rally de Velocidade e Regularidade						
Motocross						
Rodeios Crioulos e Festas Campeiras						
Fecolônia						