



ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE TRÊS COROAS**

**PROJETO DE LEI MUNICIPAL Nº 4.243, de 09 de novembro de 2022.**

**Dispõe sobre o Plano Municipal de Turismo para o Triênio 2022-2024 e dá outras providências.**

**Art. 1º** Fica instituído o Plano Municipal de Turismo para o triênio 2022/2024.

**Parágrafo único.** O Plano referido no “caput”, aprovado pelo Conselho Municipal de Turismo em reunião ordinária do dia 12 de julho de 2022, constitui-se no anexo desta presente Lei.

**Art. 2º** Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Prefeitura Municipal de Três Coroas, 09 de novembro de 2022.

  
**ALCINDO DE AZEVEDO**  
Prefeito Municipal

Câmara Municipal Vereadores de Três Coroas  
Elisa Cristina Scheffer Pires  
Oficial Legislativa  
Matricula : 29.58 - 471

*Recebido*  
*11/11/2022*  
*13h 15min*



ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE TRÊS COROAS**

**Senhor Presidente:**

**Senhores Vereadores:**

**ALCINDO DE AZEVEDO**, Prefeito Municipal de Três Coroas, no uso de suas atribuições legais, vem respeitosamente à presença dos Nobres Edis apresentar o seguinte projeto de lei:

*“Dispõe sobre o Plano Municipal Plurianual de Turismo para o Triênio 2022-2024 e dá outras providências.”*

Através do presente Projeto de Lei, o Executivo Municipal vem solicitar a esta Egrégia Casa Legislativa a aprovação do Plano Municipal de Turismo para o triênio 2022-2024.

O Planejamento Estratégico do Turismo de Três Coroas foi elaborado com o objetivo de ordenar e integrar esforços para o desenvolvimento de atividades turísticas no município. Deste planejamento, surgiram os processos de ordenamento, com iniciativas de sensibilização, capacitação, regulamentação e investimentos em obras de infraestrutura relacionadas às atividades turísticas.

Este Plano é o refinamento da matriz estratégica elaborada pelo trade de turismo de Três Coroas e foi elaborado de maneira participativa, contando com a contribuição de diversos setores que movimentam o turismo trescoroense e do Poder Público, por meio de encontros periódicos, e com o apoio do SEBRAE-RS. Além disto, foram levados em consideração, também, outros estudos já realizados no destino.

Os planos estratégicos constituem-se cada vez mais numa importante ferramenta para a gestão dos municípios. Neste contexto, Três Coroas se desperta para a importância de não somente organizar e elaborar este plano, mas também, para a relevância das parcerias entre poder público e entidades privadas, visando organizar a atividade turística e promover a sustentabilidade.



ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE TRÊS COROAS**

Dito isto, a aprovação do presente projeto de lei se faz necessária para fins de iniciarmos um processo de conscientização, sensibilização e capacitação dos vários segmentos que compõem a estrutura turística do município, especialmente para que reconheçam a importância e a dimensão do turismo como gerador de emprego e renda, conciliando o crescimento econômico com a preservação e a manutenção do patrimônio histórico, artístico, cultural e ambiental.

Assim, este plano surge com o objetivo de embasar o processo de gestão estratégica do turismo de Três Coroas e estará disponível, para fins de consulta, no site prefeitura municipal.

Diante do acima exposto, submete-se esta proposição à análise e aprovação desta Casa Legislativa.

Três Coroas, 09 de novembro de 2022.

  
**ALCINDO DE AZEVEDO**  
Prefeito Municipal

Ata nº 06/2022 do Comut – Conselho Municipal do Turismo de Três Coroas

As oito horas e trinta minutos do dia doze de julho de dois mil e vinte e dois, realizou-se no Plenário da Secretaria de Educação, a reunião ordinária do COMUT. A presidente Ruti Debaba deu a abertura da reunião dando as boas-vindas aos participantes. No início da reunião foram feitas algumas trocas de membros do conselho e essas mesmas serão encaminhadas para o Executivo Municipal fazer as devidas alterações nominativas. A Paula Schmidt assumiu o lugar de Carol Schmidt (representante dos meios de hospedagens), Júnior Kellermann assumiu o lugar de Grasiela Carine Zimmer (representante dos meios de transportes turísticos) e Bruna Camila da Cruz e Agnes Muck trocaram, sendo que Bruna passou a ser titular e Agnes sua suplente (representantes da Secretaria de Educação e Esporte). Os conselheiros aprovaram o Plano Municipal de Turismo. Em seguida Cristian Krummenauer falou que será encaminhado o Plano Municipal de Turismo para conhecimento e aprovação do Executivo Municipal. E ressaltando o compromisso que o Conselho de Turismo e o executivo municipal terá com as demandas e ações definidas no Plano Municipal de Turismo. Jonas Fetter comentou e demais conselheiros concordaram que é necessária votação para a escolha de feiras que estaremos presentes, assim como algumas outras decisões onde o conselho faça parte. Ruti e Cristian lembraram que precisamos formalizar nosso regimento e fazer adequações para que ele se torne deliberativo. Cristian nos informou sobre os pedidos de explicação do Poder Legislativo sobre as placas de turismo e o meio de comunicação Visite Três Coroas. Cristian responderá a eles formalmente. Cristian lembrou do projeto rotas de cicloturismo e caminhantes de Três Coroas, na qual foi solicitado explicações por parte da Câmara de Vereadores de Três Coroas sobre as placas e enfatizou que não está sendo utilizado verba pública e para elaboração estão contando com voluntários no planejamento do projeto, e que esse projeto é do conselho municipal de turismo em parceria com a ASTECA e iniciativa privada. Cristian explicou como funcionará a Expofeira que irá acontecer dia 23 e 24 de julho. Jonas parabenizou a organização e pela escolha do local. Ruti falou sobre o Tresco Gourmet, evento organizado pela ADEC que acontecerá na rua Coberta nos dias 20 e 21 de agosto. Bruna comentou sobre algumas mudanças no Projeto Esporte para Todos, principalmente a inclusão de cultura. Fabiel questionou o Secretário Cristian sobre a Programação da Copa Cidade Verde, na qual ainda não tem informações. Cristian comentou sobre o evento Desafios da Natureza, que esperasse ter canoagem e corridas de aventura. Cristian também falou do calendário de eventos de 2023 que já estão organizando na Secretaria de Indústria, Comércio, Turismo e Cultura.

*Luzia*

12.07.2022

Arquimius Bedin

Ogyen Shak

Jouis Feller

Bruna Cruz

J. Fabre Fort

Ruy Junior



Luis Paulo



# PLANO MUNICIPAL DE TURISMO

Três Coroas – RS



## Sumário

1. Apresentação.....	4
2. Dados Socioeconômicos do Município de Três Coroas.....	5
2.1.Aspectos Físicos.....	5
2.2.Contagem da População.....	5
2.3.Finanças	
Públicas.....	5
2.4.Dados Econômicos.....	5
2.5.Produzo Interno Bruto.....	6
2.6.Índice de Desenvolvimento Humano Municipal.....	6
2.7.Turismo.....	6
3. Por que construir um Plano de Desenvolvimento do Turismo para Três Coroas.....	8
4. Metodologia.....	9
5. Histórico do Município.....	10
6. O Turismo em Três Coroas.....	11
6.1. A competitividade do Destino Turístico de Três Coroas.....	14
7. Segmentos Prioritários.....	16
8. Missão.....	21
9. Visão.....	21
10. Valores.....	22
11. Políticas.....	23
12. Fatores Críticos de Sucesso.....	23
13. Análise do Ambiente.....	24
13.1. Pontos Fortes/Potencialidades.....	24
13.1.1. Turismo.....	25
13.1.2. Localização/Infraestrutura.....	25
13.1.3. Meio Ambiente.....	25
13.1.4. Cultura.....	26
13.2.Pontos fracos/Problemáticas.....	26
13.2.1. Turismo.....	26

13.2.2. Localização/Infraestrutura.....	27
13.2.3. Meio Ambiente.....	28
13.2.4. Cultura.....	28
13.3. Oportunidades.....	29
13.4. Ameaças.....	29
14. Objetivos, Estratégias e Ações.....	29
14.1 Mapa Estratégico.....	30
15. Considerações Finais.....	42
16. Referências	
Bibliográficas.....	44



## PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE TRÊS COROAS (RS)

### 1. APRESENTAÇÃO

O Sebrae RS e a Prefeitura Municipal de Três Coroas, por meio da Secretaria de Indústria, Comércio, Turismo e Cultura e o Trade de Turismo de Três Coroas, firmaram uma parceria para elaboração do Planejamento Estratégico do Turismo de Três Coroas, com objetivo de ordenar e integrar esforços para o desenvolvimento de atividades turísticas no município. Deste planejamento, surgiram os processos de ordenamento, com iniciativas de sensibilização, capacitação, regulamentação e investimentos em obras de infraestrutura, relacionadas às atividades turísticas.

Este Plano é o refinamento da matriz estratégica elaborada pelo trade, este processo ocorreu de maneira participativa, contando com a contribuição de diversos setores que movimentam o turismo três-coroense e Poder Público, por meio de encontros periódicos. Foram levados em consideração também, outros estudos já realizados no destino.

Os planos estratégicos constituem-se cada vez mais numa importante ferramenta para a gestão dos municípios. Neste contexto, Três Coroas se desperta para a importância de não somente organizar e elaborar este plano, mas também, para a relevância das parcerias entre poder público e entidades privadas, visando organizar a atividade turística e promover a sustentabilidade.

Este plano surge com o objetivo de embasar o processo de gestão estratégica do turismo de Três Coroas e estará disponível, para fins de consulta, no site prefeitura municipal.

## 2. DADOS SOCIOECONÔMICOS DO MUNICÍPIO DE TRÊS COROAS

### 2.1. Aspectos Físicos

<b>Área</b>	185,535 km <sup>2</sup> . (2010)
<b>Lei de Criação</b>	Lei Estadual Nº 3.741 de 12/05/1959.
<b>Microrregião</b>	Vale do Paranhana
<b>Municípios Limítrofes</b>	Canela, Gramado, Igrejinha, Santa Maria do Herval, São Francisco de Paula e Taquara
<b>Distância rodoviária à capital</b>	72km
<b>Acessos rodoviários</b>	Por Novo Hamburgo: RS-239; Por Porto Alegre: BR-101/Morungava RS-020; Por São Francisco de Paula:RS-020.

Fonte: <https://www.cidade-brasil.com.br/municipio-tres-coroas.html>

### 2.2. CONTAGEM DA POPULAÇÃO (2021)

<b>População Estimada</b>	27.832 habitantes
---------------------------	-------------------

Fonte: <https://www.cidade-brasil.com.br/municipio-tres-coroas.html>

### 2.3. FINANÇAS PÚBLICAS (2010)

<b>Repasses do Fundo de Participação dos Municípios (FPM)</b>	1.768.819,78
---	--------------

Fonte: <http://www.famurs.com.br/RECEITASMUNICIPAIS>

### 2.4. DADOS ECONÔMICOS

<b>Número de Estabelecimentos Industriais (2021)</b>	329
<b>Estabelecimentos Bancários (2021)</b>	6
<b>Número de estabelecimentos do comércio varejista (2021)</b>	329
<b>Número de serviços</b>	597

<b>Número de MEI's</b>	<b>1.680</b>
<b>Número de Pousadas</b>	<b>19</b>
<b>Número de Hotéis</b>	<b>01</b>
<b>Número de Casas de Locação por Temporada</b>	<b>45</b>
<b>Número de Campings</b>	<b>03</b>
<b>Número de Parques Temáticos</b>	<b>05</b>

#### **2.5. PRODUTO INTERNO BRUTO (PIB)**

<b>PIB (2018)</b>	<b>R\$33.865,84</b>
<b>PIB per Capita (2018)</b>	<b>R\$14.681,01</b>

Fonte: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/tres-coroas/panorama>

#### **2.6. ÍNDICE DE DESENVOLVIMENTO HUMANO (IDH)**

	<b>2010</b>
<b>IDH - M</b>	<b>0,710</b>

Fonte: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/tres-coroas/panorama>

#### **2.7. TURISMO**

<b>Número de turistas por mês</b>	<b>16.990/média</b>
<b>Média de turistas nos principais atrativos anualmente</b>	<b>191.850</b>
<b>Média anual de turistas no atrativo Templo Budista</b>	<b>131.490</b>
<b>Média anual de turistas no atrativo Parques Naturais</b>	<b>60.356</b>

<b>Origem dos turistas Alta Temporada</b>	Região Metropolitana, Vale do Paranhana, Serra e Sinos.  Estados SC, Paraná  Argentina, Chile
<b>Origem dos turistas Baixa Temporada</b>	Região metropolitana, Vale do Paranhana, Sinis e Serra
<b>Números de Meios de Hospedagem (Hotéis, pousadas, Locações por Temporada)</b>	46
<b>Número de Estabelecimentos de Alimentação</b>	533
<b>Número de Agências de Viagem (receptivo local)</b>	10
<b>Ocupação Hotelaria</b>	821 leitos
<b>Número de empregos diretos gerados</b>	4200
<b>Perfil do turista – Alta temporadas</b>	Famílias com ou sem filhos 56%  Grupo de amigos 33%  Sozinho 11%

<p><b>Perfil do turista – Baixa temporada</b></p>	<p><b>Famílias com ou sem filhos 38%</b></p> <p><b>Grupo de amigos 15%</b></p> <p><b>Sozinho 47%</b></p>
---	--

### 3. POR QUE CONSTRUIR O PLANO MUNICIPAL DE TURISMO PARA TRÊS COROAS?

Um plano estratégico ocupa-se das decisões, que em matéria de desenvolvimento turístico, são tomadas pelos diversos atores envolvidos na atividade, ou seja, é um processo de conscientização, sensibilização e capacitação dos vários segmentos que compõem a estrutura do município.

Especialmente, para que reconheçam a importância e a dimensão do turismo como gerador de emprego e renda, conciliando o crescimento econômico com a preservação e a manutenção do patrimônio histórico, cultural e ambiental, tendo como fim a participação da comunidade e empresários nas decisões de seus próprios recursos.

Somente por meio do planejamento participativo é possível apresentar ao destino um plano de desenvolvimento turístico sustentável, que pauta pelo tripé:

- Filosofia de processo: porque a construção é permanente (Pontos Fortes X Pontos Fracos, Oportunidades X Ameaças, Avaliação X Reestruturação);
- Foco no rumo: evitando a dispersão e centrado em prioridades;
- Compromisso com a otimização: tirando o máximo proveito dos recursos internos (capacidade e disponibilidades) com a dinâmica do ambiente externo.

Mesmo Três Coroas tendo sua base econômica no setor calçadista, a visibilidade do município para o turismo já tem reconhecimento registrado. Estamos no momento de integrar as iniciativas e fazer com que o turismo cresça de maneira adequada e sustentável, com a união e o comprometimento de todos os segmentos, aproveitando os esforços e estudos feitos anteriormente, de forma legal, dentro da legalidade que toda empresa, todo negócio precisa para tomar à proporção que realmente lhe é devida.

Esta é a proposta deste Plano, para que o turismo possa ser um importante instrumento transformador da economia local. A elaboração de um Plano de Turismo, como um estudo analítico do cenário turístico de Três Coroas, tem como objetivo desenvolver e manter a identidade local, determinando os objetivos, estratégias e ordenando as ações que nortearão o desenvolvimento sustentável do turismo de nossa cidade.

#### 4. METODOLOGIA

O processo de planejamento do turismo de Três Coroas foi feito de forma participativa. A construção foi feita por consultora do SEBRAE do Rio Grande do Sul, especialista na área de turismo, mas contando com a contribuição substancial do trade turístico da cidade. Ou seja, este plano é fruto de um esforço coletivo de busca, coleta, discussão e validação de informações, que expressa à vontade do município em relação ao desenvolvimento da atividade turística.

As etapas de construção do Plano aconteceram conforme a metodologia que segue:

- Reunir o trade turístico em sua diversidade de segmentos;
- Reuniões com o trade para prognóstico e levantamento com direcionamento de consultoria do SEBRAE;
- Oficinas de Diagnóstico SEBRAE (levantamento de pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças – Análise SWOT);
- Oficinas SEBRAE para levantamento de Ações;
- Oficinas de Direcionamento Estratégico SEBRAE (construção de missão, visão, segmentos prioritários, valores, políticas e fatores críticos de sucesso);



- Reunião para avaliação do direcionamento e objetivos;
- Reunião de Priorização de Ações.

O planejamento foi realizado em uma primeira etapa de 29 de junho a 31 de dezembro de 2018, por meio de reuniões e oficinas, contando com a presença de membros do setor público e os segmentos do turismo da cidade, bem como pessoas interessadas do trade e da comunidade três-coroense. Vale destacar que apesar da participação ter sido aberta a todos, a presença nos encontros se manteve praticamente a mesma. Em determinado tempo o COMUTT (Conselho Municipal de Turismo de Três Coroas) direcionou o alinhamento das ideias para conseguir a fluidez deste processo de construção, mas todo grupo que esteve reunido durante o processo de construção junto ao SEBRAE se manteve interessado o que fez com que o planejamento estratégico ganhasse a força que será expressa neste Plano. Para a etapa de conclusão do planejamento os conselheiros do COMUTT reuniram-se após o período de pandemia COVID-19 no ano de 2021 e findando o Plano Municipal de Turismo no ano de 2022.

Destaca-se que o horizonte previsto para o planejamento foi de oito anos, ou seja, 2017 a 2024, mas prevê a revisão das ações, flexibilizando-o quando a demanda for realmente comprovada.

## **5. HISTÓRICO DO MUNICÍPIO DE TRÊS COROAS**

A história de Três Coroas tem origem em 1846, na região do vale do Rio Santa Maria, quando Tristão Monteiro adquiriu essa gleba, sesmarias de terras, de um morador de Rio Pardo. Tristão Monteiro dividiu em 200 lotes rurais e passou a vender estes lotes aos imigrantes de outras colônias. O Vale de Santa Maria, como era conhecido antes o Vale do Paranhana, não foi colonizado por povos vindos direto da Alemanha, estes já haviam passado por outros lugares como Dois Irmãos e Ivoti. Foram destes dois lugares que vieram à maioria dos imigrantes que se estabeleceram em Três Coroas, na época conhecida como “Linha dos Últimos Alemães” por que era um dos últimos lugares em direção norte que recebia imigrantes desta etnia.

As manifestações cívicas e patrióticas começaram a manifestar-se na Guerra do Paraguai, onde tivemos a participação de soldados que eram agricultores em defesa da Pátria, deixaram suas lavouras para se colocar na linha de fogo dos campos de batalha.

Durante a Revolução Federalista, a colônia alemã de Santa Maria do Mundo Novo, estava no caminho de grupos revolucionários que subiam e desciam o Vale do Quilombo em busca de mantimentos, animais e armas. Uma das residências escolhidas foi a do comerciante Johann Petry, que ao ouvir a aproximação do bando se refugiou com a família e alguns clientes no sótão da casa. O bando cercou a casa e se prepararam para invadir a casa, Johann, cautelosamente, ergueu uma das telhas e pela abertura introduziu sua espingarda e aguardou o momento para atirar. Num descuido o líder do bando saiu do esconderijo para ver o movimento de dentro da casa, e Johann preparado acertou com um tiro certeiro o líder dos maragatos, que caiu morto. Vendo seu líder caído sem vida, os bandoleiros entraram em pânico acreditando ser uma emboscada legalista, saíram em disparada. A revolução terminou poucos meses depois e Johann Petry ficou conhecido como o alemão que venceu os maragatos com um único disparo.

Em 31 de março de 1938 Três Coroas foi elevada à categoria de vila. Com arrecadação progressiva e condições de independência, a emancipação política aconteceu em 12 de maio de 1959.

O município é conhecido e carrega o slogan de “Cidade Verde”, por isso conhecer Três Coroas é apaixonante, o povo que aqui faz sua morada, prima pelo bem viver, pelo zelo a riqueza natural de nossa cidade, localizada às margens do Rio Paranhana, com planícies, vales, montanhas ricas e férteis. Tem como fonte principal a economia calçadista, o comércio, a agricultura e o turismo. A população dispõe de vida social e cultural bastante ativa, oferece várias modalidades esportivas e recreativas, além de sediar eventos e shows de expressão nacional consagrados na região. O Templo de Budismo Tibetano e a prática de atividades de natureza nos parques de ecoturismo, trazem ao município inúmeros turistas.

## **6. O TURISMO EM TRÊS COROAS.**

A cidade de Três Coroas apresenta um posicionamento geográfico estratégico por estar a 26 km de Gramado/RS, próximo a aeroportos, a centros indutores de turismo e a capital do estado, que contribuem de forma significativa para a demanda turística do município. Além disso, Três Coroas conta com a riqueza natural e cultural de grande diversidade. A imagem dos parques de aventura é reconhecida como uma das melhores estruturas de aventura do país e fora do Brasil, no Rio Paranhana é praticado

o rafting de altíssima qualidade, uma localidade abraçada por uma natureza abundante e preservada, cuja topografia e geografia proporcionam muitas alternativas de turismo de natureza. A consciência e vontade da população por desenvolver outras economias no município trazem na diversidade turística e nos ODS (Objetivos de Desenvolvimento Sustentável) uma bela oportunidade de não depender apenas da economia da indústria do calçado.

Nesse sentido, Três Coroas conserva um importante acervo histórico-cultural na tradição e imagem da canoagem, o desenvolvimento do esporte levou o nome da cidade ao mundo, sendo sede do primeiro mundial de canoagem no Brasil. O “rio que corre ligeiro”, esta é a definição tupi-guarani ao nome Paranhana. O início da canoagem no Rio Grande do Sul foi no ano de 1943, quando um imigrante alemão que residiu na região metropolitana de Porto Alegre buscou águas do rio Taquari para lembrar o esporte que praticava na Alemanha, onde havia nascido em 1915. A partir disso despertou o interesse da comunidade local pela canoagem.

Entre os anos de 1983 e 1984 surgiram os primeiros barcos de canoagem em Três Coroas. Em pouco tempo, os praticantes vindos de Vale dos Sinos, tinham um grupo de jovens observando a novidade do rio Paranhana. Sem demora os três-coroenses estavam praticando o esporte.

Os primeiros festivais de canoagem aconteceram a partir de 1985, realizados anualmente no Camping da Pedreira. na terceira edição o festival foi patrocinado pela marca de cigarros Hollywood, com shows musicais. O trabalho de divulgação resultou num grande público, reunindo 15 mil pessoas. O evento, que aconteceu em novembro de 1987 teve a primeira vez uma pista da modalidade slalom na cidade.

As descidas pelo Paranhana revelaram um trecho muito apreciado do rio pelos atletas, que era conhecido pela curva do “S”, onde mais tarde a área de terras foi adquirida e atualmente fica localizado o Parque Municipal das Laranjeiras.

O campeonato sul americano de 1989 foi a primeira competição internacional que aconteceu na cidade, que já era considerada um importante centro de canoagem do Brasil e do continente.

Nas olimpíadas de 1992 na Espanha, três atletas representaram o Brasil na canoagem slalom, todos eram de Três Coroas. Nas olimpíadas de 2000, na Austrália, apenas um atleta representou o Brasil na canoagem slalom, ele era de Três Coroas.

No ano de 1997 foi realizada pela primeira vez um campeonato mundial de canoagem fora do eixo Europa e América do Norte. A cidade de Três Coroas foi escolhida para esse feito, sendo o primeiro campeonato mundial de canoagem no Brasil muito elogiado, colocando o país e a cidade de Três Coroas no circuito internacional.

No ano de 1993 as pessoas ligadas a canoagem deram início ao rafting na cidade. A diversão de descer as corredeiras do rio em meio a natureza de Três Coroas deixou de ser exclusividade dos praticantes de canoagem e recebe milhares de pessoas todos os anos através do turismo de aventura.

O turismo não só privilegiou a cultura tradicional, destacando importantes eventos como a Expo Feira de produtos Coloniais, os Desafios da Natureza, a Feira Cultural e Literária e o Natal Brilha Três Coroas, como também as belezas naturais ao redor do município que são exuberantes, protegidas por santuários de vida silvestre e enriquecidas por morros, rios e belas cachoeiras, locais que servem para prática de ecoturismo e esportes de aventura. Estar em meio ao bioma de Mata Atlântica, nos possibilita aproveitar de maneira sustentável o verde que nos cerca, com trilhas ecológicas, arvorismo, escaladas, rapel, e toda uma infinidade de atividades que nos brindam com a vida ao ar livre.

Conhecida como “Cidade Verde” é palco de uma diversidade cultural que impressiona por sua harmonia. As diversas etnias que buscam prosperar nesta terra produzem riqueza nas tradições, costumes, idiomas, gastronomia e traços arquitetônicos do município.

A exemplo, Três Coroas é sede do maior Templo Budista da América do Sul, junto a ele, fomos presenteados com a cultura tibetana, que é bastante emblemática, com simbologias e cores, entre elas as cores vermelho, verde, azul, amarela e branco, que representam os cinco elementos (fogo, plantas, espaço, terra, nuvens e águas). A esta cultura somam-se experiências temáticas e contemporâneas como o Lo Sar, ou Ano Novo Tibetano. Ele compreende um período de 15 dias, para quem vive essa

cultura, é uma ocasião de grandes festas e celebrações, conhecida por sua música, dança e um espírito geral de celebração, período este em que nossa cidade recebe grande número de turistas.

Essas oportunidades são o estopim para fazer com que o turista que VISITE TRÊS COROAS, VIVA MAIS EMOÇÕES.

Além do turismo de natureza e religioso, nossa cidade é também berço para outras formas de turismo como o de contemplação, tendo em vista a beleza natural encontrada aqui em Três Coroas, com praças, decks, cascatas, locais especiais para passeios com a família, amigos. E ainda o turismo de experiência proporcionado nas festividades populares. Todos os anos no mês de julho acontece a tradicional Expofeira evento que conta com exposição e comercialização de produtos locais, exposição de animais e máquinas, que valorizam os produtores locais e suas tradições.

O museu Armindo Lauffer resgata a história da cidade, através de objetos e documento dos tempos pioneiros, um rico acervo de materiais utilizados pelos fundadores foi coletado pelo historiador local Armindo Lauffer, um dos mais completos do Rio Grande do Sul sobre a colonização europeia.

O turismo em Três Coroas é bastante promissor, suas ações estão centradas no aproveitamento dos atrativos históricos, culturais e naturais e hoje é vista como a principal potência a ser trabalhada para diversificar a economia local, pois vem movimentando o comércio e serviços e gerando novas oportunidades de emprego e renda para quem está disposto a prosperar no conhecimento da receptividade e atendimento ao turista.

## **6.1 A o Destino Turístico de Três Coroas no mapa brasileiro**

O novo Mapa do Turismo Brasileiro 2022-2023 compreende ao todo, 338 regiões turísticas do país que foram validadas e incluídas na atualização da plataforma. Neste ano, os estados e municípios contaram com novos critérios, compromissos e



recomendações estabelecidas pelo Ministério do Turismo, entre elas a obrigação de participação em instância de governança e em Conselho Municipal de Turismo de Três Coroas (COMUTT). Três Coroas tem atuado com ações junto ao COMUTT e faz parte da instância de governança Fórum do Paranhana (IGR Vale do Paranhana).

A integração destes locais no novo Mapa do Turismo é fundamental para que haja um direcionamento das ações que desenvolvam o setor em cada região. Estamos num momento de virada para o turismo brasileiro este mapa tem por objetivo ter uma radiografia atualizada do potencial turístico do Brasil.

Além da necessidade de o município ter um órgão de turismo em atividade e conselho municipal funcionando, o novo mapa adotou outros critérios obrigatórios para a participação na plataforma: orçamento próprio destinado ao turismo e possuir prestadores de serviços turísticos de cadastro obrigatório registrados no Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos (Cadastur), do Ministério do Turismo. Estes novos critérios objetivam também a oportunidade de trabalhar com foco na qualidade dos destinos e na melhoria dos serviços prestados aos turistas. Um dos trabalhos a ser realizado junto ao COMUTT é movimentar os setores de turismo a realizarem seus cadastros dentro da plataforma do CADASTUR, isso possibilita que o município suba nas categorizações dentro do mapa.

Entre os benefícios do Mapa do Turismo estão a categorização dos municípios turísticos, que vai de “A” a “E”. Essa classificação é um instrumento de acompanhamento do desempenho das economias turísticas locais. Além disso, ele subsidia a priorização de investimentos por programas do Ministério do Turismo, incluindo ações de infraestrutura turística, qualificação profissional e promoção dos destinos, observando características peculiares de demanda e vocação turística.

A certificação é uma maneira de comprovar que o município está inserido no Mapa e faz parte do rol de 2.694 destinos brasileiros que trabalham o turismo como política de desenvolvimento econômico e geração de emprego e renda. Esse instrumento, previsto como uma estratégia de implementação do Programa de Regionalização do



Turismo, permite tomar decisões mais acertadas e implementar políticas que respeitem as peculiaridades dos municípios brasileiros.

A partir daí se chegou a quatro variáveis objetivas:

- Número de ocupações formais no setor de hospedagem.
- Número de estabelecimentos formais no setor de hospedagem.
- Estimativa do fluxo turístico doméstico.
- Estimativa do fluxo turístico internacional.

Dentro desta categorização, o município de Três Coroas está neste momento na categoria D. O trabalho junto à instância de governança e o Conselho Municipal tem sido no rumo da melhora desta categorização.

## **7. Segmentos Prioritários**

A segmentação Turística é entendida como “a forma de organizar o turismo para fins de planejamento, gestão e mercado. Os diferentes segmentos são estabelecidos a partir de elementos de identidade da oferta de serviços e atrativos e da variação da demanda por elementos” (MTUR,2008). Segmentar é dividir demanda em grupos diferentes nos quais todos os clientes compartilham características relevantes que os distinguem de cliente de outros segmentos (LOVELOCK;WRIGHT,2001). A sociedade está constituída por um número substancial de pessoas com necessidades básicas já satisfeitas e que estão canalizando seu tempo, dinheiro e esforços para satisfazer outras necessidades e desejos, como o lazer, a viagem, o turismo (TRIGO, 2003).

Diferentes perfis de turistas podem ter expectativas diferentes e motivações diferentes para a realização de suas viagens. Assim, se faz necessário

entender a demanda dos turistas para que possam ser oferecidos produtos que atendam às expectativas desse público. Com isso, percebe-se que é necessário segmentar também a oferta, com vistas a suprir as demandas dos visitantes com produtos específicos para cada necessidade ou desejo.

No intuito de trabalhar dentro das diretrizes do MTUR, neste trabalho será adotada a estratégia de segmentação da demanda potencial e da demanda efetiva (ligada à oferta turística existente) do destino de Três Coroas. Para tanto, oficinas estarão sendo realizadas periodicamente com os integrantes do COMUTT, e também a leitura dos estudos e pesquisas feitas pelo trade em parceria com o SEBRAE. Ainda será elaborado pelo COMUTT, enquetes via redes digitais, podendo ser no site da prefeitura e também em outras redes do destino Três Coroas, a fim de que a comunidade possa opinar sobre os segmentos turísticos a serem trabalhados por este Plano. Durante a oficina de segmentação, o grupo gestor do plano (COMUTT) destaca demanda potencial em virtude da gama variada de atrativos naturais, culturais (oferta) existente e também pelo potencial de crescimento que o setor apresenta: turismo cultural, turismo de negócios & eventos, turismo pedagógico e ecoturismo.

Ainda em relação à demanda potencial, caracteriza-se por turismo cultural o grupo de turistas interessados em vivenciar e consumir a cultura local, incluindo manifestações populares, museus, artesanato, gastronomia e outros. Essa é uma tendência do turismo no mundo, pois destino turístico que possui condições de oferecer identidade, agregar elementos singulares aos seus produtos, obterá maiores possibilidades de êxito junto ao consumidor final. Três Coroas possui um dos maiores acervo histórico da região junto ao museu Armindo Lauffer que já começa no rico patrimônio arquitetônico que o abriga, primeiro prédio comercial de nossa cidade, carrega características de nosso povo, em sua arquitetura as vezes confundida com chaimel, mas que é na verdade um belo modelo de bioconstrução popularmente conhecido como “pau a pique” e na sua proximidade

com o rio Paranhana, por ser um prédio comercial, as mercadorias chegavam de outros lugares tendo como meio o rio Paranhana. É necessário levar em consideração o tamanho do mercado do Turismo Cultural e o gasto médio do turista cultural.

O turismo de negócios & eventos compreende as atividades turísticas decorrentes dos encontros profissionais. As empresas estão cada dia mais buscando destinos de natureza exuberante, paz e tranquilidade para realizar seus eventos e reuniões de negócios, nos quais o participante fica emergido em suas atividades propostas.

Já o turismo pedagógico compreende as atividades turísticas envolvidas nas viagens técnicas com proposta educacional, seja ambiental e/ou cultural. As instituições de ensino estão adotando a atividade supracitada na integração de conteúdos curriculares em projetos multidisciplinares.

O ecoturismo é caracterizado por “grupo de turistas que busca a prática da atividade turística de forma sustentável, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista por meio da interpretação ambiental natural e cultural, promovendo o bem-estar das populações” (MTur, 2010). Há uma gama de atrativos (oferta) voltada para o ecoturista, o que ocorre é que ainda não há uma demanda efetiva de turistas que consumem os atrativos naturais e culturais na perspectiva preservacionista do ecoturista, o que existe são turistas que têm interesse na prática de lazer em contato com a natureza (rafting, rapel e/ou lazer). Esse tipo de turista não tem o perfil característico do ecoturista, ao contrário, esse turista somente quer praticar atividades recreativas no rio, na cachoeira em dia de sol, causando assim, um maior impacto ambiental. Esse perfil é observado nos turistas que frequentam os parques de aventura em nossa cidade.

No estudo de imagem de mercado de Três Coroas feito pela Secretaria de Turismo do Estado, em 2013, mostra que de forma positiva alguns fatores, como a existência de escolas de idiomas na cidade e a exportação de mercadorias de alto valor agregado, existência de instituições de ensino com programas regulares de formação superior e de cursos livres e as redes de meios de hospedagem. Foram elencadas características que são limitantes à expansão do turismo, como a carência de pessoal local qualificado para trabalhar em hotelaria, ausência de grupos de redes nacionais ou internacionais do setor turístico, como empresas do segmento de locação de automóveis. A inexistência de adensamento de empreendimentos turísticos que fomentem o empreendedorismo organizados com arranjos produtivos locais, que caracteriza nossa demanda turística como predominantemente regional, autônomos, que tem Três Coroas como um destino de escapada (finais de semana e feriado) e suas preferências são a prática do rafting, o templo budista e a gastronomia.

A partir da interpretação das informações e dados da oferta turística, é percebido que cada segmento proposto para ser trabalhado, encontra-se em um estágio diferente de desenvolvimento.

Assim, será proposta uma classificação conforme o nível de desenvolvimento desses segmentos turísticos. Essa análise será usada para o planejamento e direcionamento das ações das entidades interessadas no desenvolvimento do destino, considerando os seguintes descritivos para cada nível:

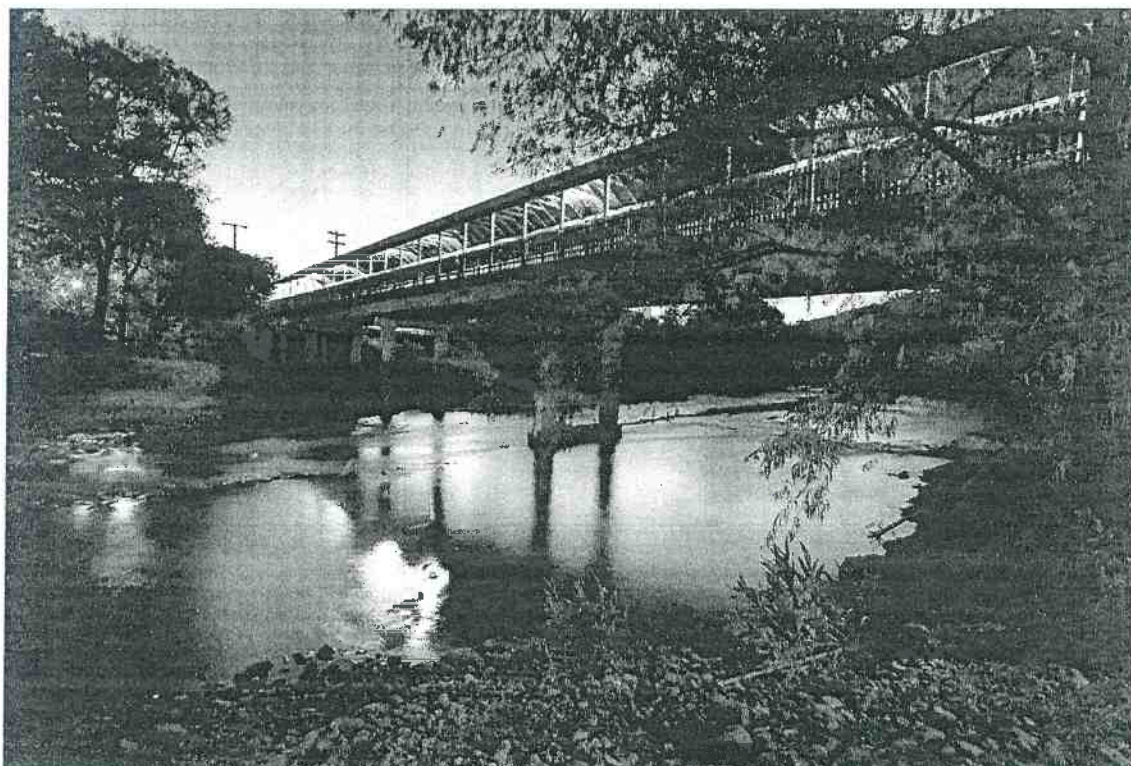
- Desenvolver: Apresenta potencialidades turísticas para o mercado, ainda sem estruturação, com deficiência de recursos humanos, equipamentos e infraestrutura.
- Qualificar: possui infraestrutura turística para atender ao mercado, mas ainda apresenta necessidade de melhorar a qualidade dos serviços prestados aos turistas, bem como de capacitação de pessoal e qualificação de equipamentos.

- **Qualificar e Promover:** apresenta produtos estruturados e qualificados aptos para promoção e comercialização no mercado, mas com vistas à necessidade de qualificação constante.

<b>SEGMENTO</b>	<b>POSICIONAMENTO DA DEMANDA</b>	<b>ESTÁGIO DE DESENVOLVIMENTO</b>
<b>Turismo Cultural</b>	Demanda Potencial	Desenvolver
<b>Turismo de Negócios e Eventos</b>	Demanda potencial	Desenvolver
<b>Turismo Pedagógico</b>	Demanda Potencial	Desenvolver
<b>Ecoturismo</b>	Demanda Potencial	Qualificar e Promover
<b>Turismo de Aventura</b>	Demanda Efetiva	Qualificar e Promover
<b>Turismo de lazer (camping e sol)</b>	Demanda Efetiva	Qualificar e Promover
<b>Turismo Rural</b>	Demanda Efetiva	Qualificar e Promover
<b>Turismo Religioso</b>	Demanda Efetiva	Qualificar e Promover

Portanto, faz-se necessário um maior esforço físico/financeiro de adequação do destino para captar as demandas potenciais: Turismo Cultural, Negócios & Eventos, e pedagógicos que, todavia, são capazes de minimizar os impactos negativos que a sazonalidade traz para o destino. Para tanto, segue no conteúdo deste documento, ações que devem ser implementadas para tais adequações.





## 8. Missão

Conceito: a missão expressa a razão da existência deste plano, o motivo de sua elaboração e a quem a sua execução pretende beneficiar.

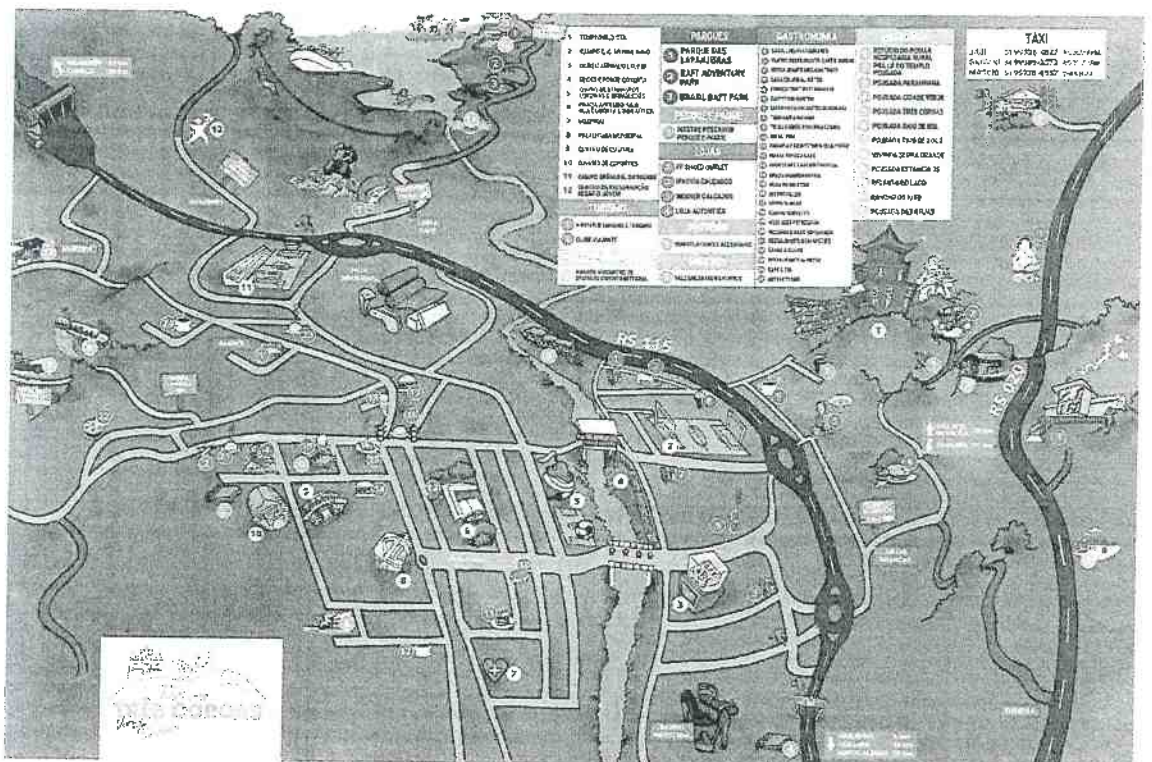
**“Proporcionar experiências únicas e despertar emoções buscando a satisfação e o bem estar de todos, desenvolvendo o turismo de forma sustentável em suas dimensões e subsidiando políticas públicas para conservação do patrimônio cultural e natural”.**



## 9. Visão

Conceito: a visão expressa onde se pretende chegar e em que período de tempo. É uma projeção sobre a forma como a atividade turística precisa ser vista no futuro.

**“Ser reconhecido, até 2024, como destino turístico no RS, pela diversidade e originalidade dos atrativos, pela qualidade dos serviços e pelo atendimento acolhedor.”**



## 10. Valores

Conceito: são princípios dos quais não pode se desvincular para desenvolvimento da atividade turística. Expressam atitudes e comportamentos que devem ser prezados.

- **Acolhimento** – nosso jeito de receber e cuidar, hospitalidade, atenção e carinho.
- **Respeito** – às pessoas, as relações, a natureza e as culturas.
- **Sustentabilidade** – crescimento econômico, social e ambiental permitindo a coexistência e a interação harmoniosa destes pilares.
- **Transparência** – em todas as ações e com todos os envolvidos.
- **Segurança** – busca pela estabilidade e confiança de todos os envolvidos. Evitar danos.
- **Responsabilidade** – obrigação de responder pelos próprios atos e pelos compromissos assumidos conjuntamente.
- **Profissionalismo** – comprometimento com as regras, normas e ética. Imparcialidade.
- **Simplicidade** – atuar de forma simples e natural, descomplicar, manter a autenticidade, franqueza e sinceridade.

## 11. Políticas (estratégias permanentes)

Conceito: expressam estratégias permanentes que devem ser executadas para que o alcance dos objetivos seja possível. As políticas estão listadas em ordem alfabética, e não pelo grau de relevância.

- Divulgação do destino e capacitação constante dos diversos setores da cadeia produtiva do turismo.
- Eventos que valorizem a conservação do patrimônio natural e cultural de Três Coroas com parcerias público privada.
- Infraestrutura e educação patrimonial, cultural e natural.
- Regulamentação e fiscalização das atividades e empreendimentos turísticos.
- Sustentabilidade.

## 12. Fatores Críticos de Sucesso

Conceito: são condições sem as quais o alcance dos objetivos definidos e da visão proposta pode ficar comprometido. Os fatores estão listados em ordem alfabética, e não pelo grau de relevância.

- Captação de recursos
- Conexão e exploração de eventos (calendários de eventos x empreendimentos turísticos)
- Envolvimento do comércio em ações do turismo
- Falta divulgação
- Falta de planejamento
- Falta de conhecimento dos atrativos pela população local (comunidade)
- Futuros governos (apoio ou não apoio no desenvolvimento da economia do turismo – municipal, estadual e nacional)
- Infraestrutura deficiente para turismo (estradas, centro de informações, decks, etc)
- Identidade turística definida
- Mão de obra qualificada para turismo
- Setor calçadista não envolvido com o setor turístico
- Sinalização ao turista – pouco atrativa e tímida – RS 115 e RS 020

## 13. Análise do Ambiente

Para levantamento do diagnóstico foi utilizada a metodologia de análise SWOT, que consiste em analisar o ambiente interno Forças/Strengths e Fraquezas/Weaknesses, nesse caso, fatores relativos ao município e sua gestão, bem como, o ambiente externo em que foram analisadas as forças externas ao município, que têm direta influência nos resultados, Oportunidades/Opportunities e Ameaças/Threats.

A constatação desses itens advém do resultado de uma análise combinada, incluindo levantamentos em oficinas participativas, pesquisa em fonte secundária de dados e entrevistas individuais com atores do trade turístico.

A fim de facilitar a leitura, o levantamento diagnóstico foi agrupado em quatro dimensões: Turismo, Infraestrutura, Meio Ambiente e Cultura. Ressalta-se que os itens a seguir estão listados em ordem aleatória, não havendo intenção, neste momento, de colocá-los em grau de importância.

### **13.1. Forças/ Potencialidades**

#### **13.1.1. Turismo**

- Crescimento do turismo de natureza
- Crescimento do turismo de experiência.
- Atrativos noturnos
- Força atrativa - diversidade
- Imagem dos parques de aventura no Brasil e fora do Brasil – melhor rafting
- Melhor estrutura de aventura do país.
- Sinalização para atrativos consolidados
- Templo budista.
- Restaurantes Tibetanos - tendo 1º da América do Sul
- Estruturas favoráveis para eventos esportivos diversos.
- Copinha.
- Imagem da cidade no estado e no país – já reconhecida pelo rafting, canoagem e templo budista.
- Tradição e imagem da canoagem.
- Reconhecimento como Cidade Verde.
- Espaço para desenvolvimento.
- Estrutura favorável para eventos esportivos diversos.
- Apoio do poder público para desenvolvimento do turismo.
- Engajamento dos envolvidos no turismo (empreendimentos, empresários, poder público, etc)
- Relacionamento com entidades que representam o comércio local
- Saturação de Gramado, busca por alternativas próximas.
- Busca por alternativas mais econômicas próximas a Gramado

#### **13.1.2. Infraestrutura**

##### **Comunicação**

- Acesso a órgãos de turismo em âmbito estadual e nacional
- Relacionamento com entidades que representam o comércio local
- Telefonia celular recebe sinal de quatro operadoras (Tim, Vivo, Oi e Claro)
- Disponibilidade de sinal de internet via telefone, via rádio, fibra ótica e via satélite.
- Redes sociais.

- Mídia em busca de novidades pois precisam gerar notícias
- Público cada vez mais segmentados (no turismo)

#### **Segurança**

- Iniciativas de segurança: Programa de combate às drogas (Proerd)

#### **Sistema de Saúde**

- Existência de hospital
- Existência do Posto de Saúde nos bairros da cidade.
- Atuação de Agentes de Endemias.

#### **Transporte**

- Localização - próximo a centros indutores de turismo e a capital do estado.
- Localização - proximidade da capital, região das hortênsias e serra gaúcha.
- Grande fluxo na rodovia RS 115 e RS 020
- Próximo de aeroportos

#### **13.1.3. Meio Ambiente**

- Área rural - riqueza natural fauna e flora.
- Natureza abundante e preservada.
- Geografia e topografia proporcionam muitas alternativas de turismo de natureza.
- Crescimento de destinos sustentáveis.
- Trilhas ecológicas.
- Alta biodiversidade
- Ecoturismo
- Existência do Conselho Municipal de Meio Ambiente (COMMA)
- Lei Municipal de gestão de resíduos sólidas já existente
- Existência do Código Municipal Ambiental.
- Sanitários públicos bem conservados.

#### **13.1.4. Cultura**

- Existência do Conselho Municipal de Cultura
- Diversidade gastronômica
- Gastronomia contemporânea e temática.
- Gestão: a secretaria e os segmentos organizados têm atuação positiva
- Existência de agenda de eventos culturais.

## **13.2. Fraquezas/Problemáticas**

### **13.2.1. Turismo**

#### **Atrativos e empreendimentos turísticos**

- Investimentos locais
- Comunicação entre parceiros e demais empreendimentos
- Setor calçadista não envolvido com setor turístico
- Conexão e exploração de eventos (calendário de eventos x empreendimentos turísticos).
- Organização e divulgação do “Desafios da Natureza”

#### **Cadeia produtiva e comercialização**

- Falta divulgação
- Captação de recursos
- Falta de conhecimento dos atrativos pelos próprios empreendimentos envolvidos com turismo.
- Envolvimento do comércio em ações do turismo
- Mão de obra restrita e sem qualificação para turismo.

#### **Comunidade**

- Falta de conhecimento e consciência da população das riquezas turísticas existentes.
- Falta de conhecimento dos atrativos pela população local (comunidade).

#### **Eventos**

- Continuidade dos projetos
- Falta planejamento
- Evento máster e consolidado - atração.

#### **Equipamentos de apoio**

- Sinalização ao turista - pouco atrativa e tímida - rodovia RS 115 e RS 020
- Centro de atendimento ao turista municipal (CAT)
- Fortalecimento da identidade turística definida

#### **Qualificação e Informação**

- Captação de recursos
- Instabilidade ou crise econômica
- Futuros governos (apoio ou não apoio no desenvolvimento da economia do turismo - municipal, estadual e nacional)



- Crise política que leva a crise econômica
- Mão de obra restrita e sem qualificação para o turismo

### **13.2.2. Infraestrutura**

#### **Saneamento**

- Esgoto clandestino ligado a águas pluviais

#### **Acessibilidade**

- As placas indicativas nas cidades próximas não existem, ou estão em locais pouco visíveis.
- Falta divulgação
- Sinalização precária de ruas e avenidas

#### **Gestão de áreas públicas**

- Má conservação de jardins e canteiros.
- Infraestrutura deficiente para turismo (estradas, centros de informação)
- Acesso principal a cidade.
- Acesso aos principais atrativos atuais - templo e parques
- Principais atrativos estão posicionados ao lado direito da rodovia e a cidade fica do lado esquerdo (ou vice versa)

#### **Coleta de lixo**

- Coleta seletiva não funciona
- Má gestão de resíduos
- Sujeira na cidade e na beira do rio

#### **Comunicação**

- Falta de comunicação digital eficiente
- Necessidade de produção de material de mídia

#### **Transporte**

- Transporte intermunicipal precário
- Inexistência de transporte turístico regular

#### **Trânsito e trafegabilidade**

- Fluxo da rodovia RS 020 saem por São Francisco de Paula.
- Livre acesso da rodovia RS 115
- Crescimento das cidades próximas investindo em turismo.

### **13.2.3. Meio Ambiente**

- Dilapidação dos patrimônios ambiental, geológico, paisagístico e arqueológico.
- Gestão do lixo é precária.
- Ausência de rede de esgoto
- Falta de gestão das Unidades de Conservação (UC's) públicas.
- Poluição do rio Paranhana e afluentes.
- Ocupação e construções irregulares.
- Falta de sensibilização da comunidade quanto à conservação ambiental.
- Má divulgação da rica biodiversidade do município.
- Falta de cumprimento da lei de zoneamento urbano.

### **13.2.4. Cultura**

- Falta de associação de profissionais da cultura
- Falta de verba para garantir a constância dos eventos culturais.
- Pouca utilização de especialistas culturais existentes.

### **13.3. Oportunidades**

- Aquecimento da economia e elevação do câmbio aumenta o turismo interno.
- Apoio do poder público (vontade política) para desenvolver a economia do turismo.
- Consciência e vontade da população por desenvolver outras economias no município a não serem mais dependentes apenas da economia da indústria do calçado.
- Recursos disponíveis para projetos na área.
- Investidores de fora da cidade.
- Possibilidade de explorar de forma diferente, releitura a cultura alemã e italiana (contemporâneo)

### **13.4. Ameaças**

- Clima e fenômenos naturais.
- Principal atividade econômica atual - calçados.
- Redução do fluxo turístico pela possível saturação de Gramado.
- Conserva a cultura local (mentalidade não voltada ao turismo).
- Desenvolvimento de turismo de "quentura" - locais mais quentes - outros locais.
- Cultura alemã e italiana sendo bem exploradas em outras regiões há mais tempo consolidadas.

## 14. Objetivos, Estratégias e Ações

Foram listados os objetivos, estratégias e ações que devem ser tomados para solucionar ou minimizar os problemas apresentados em diagnóstico, bem como melhor aproveitamento das potencialidades identificadas.

Para fins de alinhamento, compreende-se neste documento o Objetivo: como lugar onde se pretende chegar; estratégia: caminho a ser seguido para alcance do objetivo; e Ação: atividade que deve ser desenvolvida dentro de cada estratégia.

Ressalta-se que os itens a seguir estão listados em ordem aleatória, não havendo intenção, neste momento, de colocá-los em sequência lógica. Foram elencadas também as possíveis entidades e instituições, que poderão ser articuladores e parceiros para as ações estabelecidas no Plano.

É necessário destacar que as entidades e instituições elencadas abaixo, são somente sugestões, este documento não tem a intenção de responsabilizá-las pelas ações relatadas no Plano.

### 14.1. Mapa Estratégico

#### MISSÃO

**“Proporcionar experiências únicas e despertar emoções buscando a satisfação e o bem estar em todos”**



#### OBJETIVOS



Agregar 3% do fluxo turístico da rodovia RS 115 e RS 020	Melhorar a comunicação interna e externa (empreendimentos turísticos)	Aumentar a permanência do turista na cidade atingindo entre 3 a 5 dias	Tornar independente e organizado o destino turístico Três Coroas mantendo o apoio do poder público
--	---	--	--



#### ESTRATÉGIAS



IDENTIDADE	INFRAESTRUTURA	ATRATIVOS	DIVULGAÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO	EVENTOS	COMUNIDADE	RECURSOS E GESTÃO DE PROJETOS
Criar identidade visual do destino "Três Coroas Viva + Emoções	Manutenção e melhoria dos acessos aos atrativos.	Criar um city tour	Elaborar material de divulgação	Calendário de eventos municipais em todos os estabelecimentos	Aproximar escolas e estudantes dos ambientes turísticos	Reativar o Conselho Municipal de Turismo
	Revitalização dos decks	Criar roteiro rural	Empreendimentos divulguem o destino	Avaliar a continuidade dos eventos existentes na prefeitura	Divulgar junto à comunidade a importância do turismo como economia	Criar um fundo para realização de ações - taxa turismo
	Reestruturar rotatória na rodovia RS 115 e parques	Envolver o comércio	Formar banco de imagens	Definir os eventos que serão âncora do turismo, da mídia espontânea e da comunidade		Criar um comitê de projetos
	Melhorar o paisagismo na cidade	Qualificação de mão de obra	Ter uma assessoria de imprensa	Criar um comitê de eventos no COMUT para apoiar as entidades e poder público		Fazer o acompanhamento do planejamento
	Melhorar a sinalização dos atrativos	Faturar com empreendimentos	Divulgação junto à comunidade	Definir padrão de decorações (regras)		
	Melhorar as calçadas	Souvenirs	Estruturar o Centro de Informações Turísticas			
	Criar ciclovias	Abrir o museu nos finais de semana	Elaborar mapas dos atrativos			
	Melhoria rodoviária da	Praça Afonso Saul (sinal wi-fi, chimarródromo)	Faturar para jornalistas, blogueiros e colonistas do RS			
		Colocação de bancos pela cidade para as pessoas sentarem	Colocação de recuos na rodovia RS 115 com wi fi			
		Parceria com indústria de aromas	Outdoor humano			
			Participação em eventos fora da cidade para divulgação			
			Parcerias com			

			agências			
			Parceria com empresa de transporte para que divulguem o destino Três Coroas.			

☐  
**VISÃO**  
☐

**“Ser reconhecido como destino turístico no RS, pela diversidade e originalidade dos atrativos, pela qualidade dos serviços e pelo atendimento acolhedor”**

**Legenda:**

<b>Status:</b> OK = realizado EA = Em Andamento P = Postergado C = Cancelado
<b>Prioridade para implantação:</b> 1 - 2 - 3
<b>Ações de curto prazo:</b> um ano
<b>Ações de médio prazo:</b> a partir de um ano
<b>Ações contínuas:</b> até ser alcançado resultado
<b>Responsável:</b> Entidade que possa viabilizar, articular e cobrar a realização das ações estabelecidas no plano

**Estratégia: Criar a identidade visual do destino Três Coroas Viva + Emoções**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Identificar universidades que possam formatar parcerias para desenvolvimento de identidade visual (custo zero)	1	curto	COMUTT	EA
Verificar com SEBRAE a possibilidade de ressignificar uma empresa para desenvolver a marca, logotipia, etc	1	curto	COMUTT	P
Divulgar promoções a serem criadas em cima das publicações (criadas no curto prazo), em todo comércio incentivando a vinda para Três Coroas.	1	médio	COMUTT	EA
Foco nas belezas e na diversidade	1	médio	COMUTT	OK

**Estratégia: Manutenção e melhoria dos acessos aos atrativos**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Templo budista -buscar emenda parlamentar	1	contínuo	adm.pública	E.A
Parques - Rota Panorâmica (proposta de bancada\MTUR)	1	contínuo	adm.pública	E.A
Quilombo - buscar emenda parlamentar ou financiamento	1	contínuo	adm.pública	E.A
Serra Grande / Encosta da Serra	1	contínuo	Adm pública	E.A
Moreira	1	contínuo	adm.pública	E.A

**Estratégia: Revitalização dos decks**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Acompanhar a movimentação para uso do recurso federal, recebido via emenda parlamentar	1	médio	adm.pública	OK

**Estratégia: Reestruturar rotatórias na rodovia RS 115 e parques.**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Verificar autorização do DAER	1	curto	Adm.pública	OK
Verificar viabilidade, recursos e burocracia.	1	médio	Adm.pública	OK

**Estratégia: Melhorar o paisagismo na cidade**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Parceria com CDL para que empresas adotem jardins (canteiros) para manutenção	1	médio	COMUTT/ad m.pública	P
Poder público com ações definidas (padrão de paisagismo, edital de regulamento)	1	curto	adm.pública	OK

**Estratégia: Melhorar a sinalização dos atrativos**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Projeto de sinalização dentro dos padrões exigidos para legalizar a colocação das placas	1	contínuo	adm.pública	OK
Recurso via emenda parlamentar ou via recursos próprios	1	contínuo	adm.pública	OK



**Estratégia: Melhoria das calçadas**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Fiscalização da lei, com diretrizes de padrões e para que seja responsabilidade do proprietário sua construção e manutenção	1	curto	adm.pública	EA

**Estratégia: Criar ciclovias**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Tratativas e viabilização de recursos	1	contínuo	adm.pública	E.A

**Estratégia: Melhoria da rodoviária**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Estudar a viabilidade junto com o poder público, elaborar projeto arquitetônico	3	contínuo	COMUTT	P

**Estratégia: Criar um city tour**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Rever pacotes (trabalhar em um city tour), serviços, estrutura, identidade visual, fluxo de trabalho etc. - otimizar.	1	contínuo	COMUTT	E.A
Ter pacotes já consolidados do destino (atividade, hospedagem, guia, gastronomia).	1	contínuo	COMUTT/agências de turismo	E.A
Identificar pontos e roteiros a serem comercializados	1	contínuo	COMUTT	E.A
Formatar e divulgar nas agências receptoras	1	contínuo	COMUTT	E.A

**Estratégia: Criar roteiro rural**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Sensibilização através de palestras com parceiros (SENAR, EMATER) etc.	1	médio	Adm.pública COMUTT	E.A
Mapear propriedades e ofertas	1	curto	COMUTT/E MATER	E.A
Elaborar oferta - produto turismo	1	médio	COMUTT/E MATER	E.A

**Estratégia: Envolver o comércio**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Reunião com CDL e sindilojas para apresentar projeto turístico e ações	1	médio	COMUTT	EA
Buscar parcerias e formas de divulgar no comércio local as ações de turismo	1	contínuo	COMUTT	EA

**Estratégia: Qualificação de mão de obra**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Organizar cursos de capacitação nos parques naturais da cidade e no templo budista, com empresários locais, a fim de além de proporcionar o curso, levar a população que trabalha no receptivo (atendimento ao turista) a conhecer e vivenciar uma experiência. (aqui entram frentistas, garçons, balconistas, etc).	1	contínuo	COMUTT	E.A
Disponibilizar nas mídias oficiais, plataformas de cursos gratuitos e online.	1	curto	COMUTT	E.A
Palestra de atendimento e bem receber	1	curto	COMUTT	EA
Sindetur Gramado - parceria	1	médio	COMUTT	EA
Curso Guias de Turismo Ecológico Juvenil - menor aprendiz	1	contínuo	COMUTT/adm.pública	P
Elaborar calendário anual de eventos e atividades	1	contínuo	adm.pública	E.A

**Estratégia: Famtur com empreendimentos**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Elaborar um cronograma de visitas entre todos os empreendimentos	1	curto	COMUTT	EA

**Estratégia: Souvenirs**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Todos os empreendimentos comercializar souvenirs de Três Coroas (layout do turismo, brasão, etc)	1	curto	COMUTT	E.A

**Estratégia: Abrir o museu aos finais de semana**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Verificar a possibilidade com a Secretaria de	1	curto	adm.pública	P

Educação e Cultura, para abrir o museu aos domingos quando solicitado ou a partir do momento em que houver movimentação firmada				
Qualificar historiador	1	curto	adm.pública	P

**Estratégia: Praça Afonso Saul**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Colocação de placa comunicando área de Wi-Fi free	2	contínuo	adm.pública	OK
Água para chimarrão (chimarródromo)	2	contínuo	adm.pública	OK
Comunicar artesãos sobre o planejamento do turismo	2	contínuo	COMUTT	OK
Propor tempo para atividades entre amigos e família trazer alguma vivência dos parques para a cidade, como forma de aproximação Tirolesa na praça, escalada, trilha urbana, chopp artesanal, foods da cidade.	2	médio	COMUTT	EA
Feirinha Verde – ajudar a organizar (incentivo ao comércio local grupo de produtores orgânicos, produtos artesanais e coloniais) um sábado ou domingo por mês.	1	contínuo	COMUTT/idealizadores da feira	OK
Manter a limpeza	2	contínuo	adm.pública	EA

**Estratégia: Colocação de bancos pela cidade para pessoas sentarem**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Solicitar junto ao poder público (protocolo) com indicação de locais (designer diferente para bancos)	2	curto	Adm.pública	OK

**Estratégia: Parceria com indústria de aromas**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Atrativos comercializarem e usarem aroma “Cidade Verde”	2	curto	COMUTT	P

**Estratégia: Elaborar materiais de divulgação**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Criação do folder digital	1	curto	COMUTT	OK
Criação ou adequação de site	1	curto	COMUTT	OK
Criar as # para que todos utilizem em suas publicações	1	curto	COMUTT	OK
Criação ou adequação da página no facebook,	1	curto	COMUTT	OK

instagram				
Produzir e publicar conteúdos sensíveis ao momento (ex.: quando tudo passar Três Coroas te espera para Viver Mais Emoções, ....Mais Amor.... Mais etc)	1	curto	COMUTT	OK

**Estratégia: Empreendimentos divulgarem o destino**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Todos empreendimentos que possuem site ou blog, possuírem um link para o destino	1	curto	COMUT	E.A
Materiais de divulgação do destino em todos os empreendimentos	1	curto	COMUT	OK

**Estratégia: Formar banco de imagens**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Todos os estabelecimentos compartilharem imagens enviando-as para o COMUT	1	curto	COMUT	OK

**Estratégia: Ter uma assessoria de imprensa**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Verificar a utilização da assessoria da prefeitura	1	curto	adm.pública	OK
Verificar voluntários para fazer a assessoria de imprensa	1	curto	COMUT	OK

**Estratégia: Divulgação junto à comunidade**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Realizar e incentivar ações sociais para gerar empatia e engajamento da comunidade, (atividade de cunho ambiental geram sentimento de pertencimento, sensibilidade e tem a "pegada" de nossa cidade). 2ª edição do concurso Floresce Três Coroas (com categorias distintas, para comércio, indústria, urbano profissional e rural).	1	contínuo	COMUT	E.A
Utilizar as estruturas metálicas do Natal para colocação de banners com imagens sobre os atrativos e paisagens.	1	curto	Adm.pública COMUT	P



**Estratégia: Estruturar o Centro de Atendimento ao Turista – CAT.**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Verificar a viabilidade junto ao poder público	1	contínuo	COMUTT	OK
Identificar local e modelo de funcionamento (itinerante ou fixo).	1	contínuo	COMUTT	OK
Verificar universidades - arquitetura, publicidade e propaganda	1	contínuo	COMUTT	E.A

**Estratégia: Elaborar mapa dos atrativos**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Identificar todos atrativos	1	contínuo	COMUTT	OK
Criar ou atualizar mapa contendo todos os atrativos - foco turismo	1	contínuo	COMUTT	OK
Reproduzir o mapa em meio físico para distribuição	1	contínuo	COMUTT	OK
Estudar a possibilidade de o mapa ser reproduzido em formato de placa de sinalização, para colocação em locais de fluxo	1	contínuo	COMUTT	EA
Divulgação do mapa de atrativos nos sites das empresas e secretaria de turismo	1	contínuo	COMUTT	OK

**Estratégia: Fazer FAMTUR para jornalistas blogueiros e colunistas do RS**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Listar jornalistas, organizar, enviar convites e trazer para conhecer os atrativos	1	médio	COMUTT	P

**Estratégia: Colocação de recuos na rodovia RS 115 com Wi-fi**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Verificar com prefeitura a possibilidade de viabilizar três recuos	2	contínuo	COMUTT	P
Verificar com empresa de wi-fi a colocação sem custo, em troca de divulgação da empresa em placas indicativas do wi-fi	2	contínuo	COMUTT/ad m.pública	P

**Estratégia: Outdoor humano**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Parcerias com clubes, times, atletas de Três Coroas que competem e representam a cidade fora	2	contínuo	COMUTT	EA
Identificar e propor que levem a marca Três Coroas em	2	contínuo	COMUTT	EA

seus uniformes				
----------------	--	--	--	--

**Estratégia: Participação em eventos fora da cidade para divulgação**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Listar os eventos no estado e em outros estados como festas, feiras, festivais que possam participar com estande representando destino. - Fenadoce, Festuris, ABAV nacional e regionais, UGART, WTM, Abeta S.	1	contínuo	COMUTT/ad m.pública	OK
Selecionar os mais importantes e formatar parcerias com entidades como Secretaria Estadual de Turismo SEBRAE, EMATER, etc.	2	contínuo	COMUTT/ad m.pública	OK

**Estratégia: Parceria com agências**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Identificar agência de turismo especializada em experiência	3	contínuo	COMUTT	EA
Realizar FAMTUR com agências visitando os atrativos (diversos)	3	contínuo	COMUTT	EA

**Estratégia: Parcerias com empresas de transportes**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Formatar projeto para parceria com empresas de transporte de ônibus, vans, caminhões da cidade que divulguem eventos ou o destino turístico através de adesivagem nos veículos (citrail, outras)	3	médio	COMUTT	EA
Verificar com a prefeitura a possibilidade de adesivagem em veículos municipais - carros da prefeitura - eventos ou destinos	3	médio	adm.pública	EA

**Estratégia: Calendário de eventos municipais em todos os estabelecimentos**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Enviar a todos empreendimentos o calendário de eventos municipais	1	contínuo	COMUTT/a dm.pública	E.A
Integrar o calendário dos eventos de turismo com o calendário municipal	1	contínuo	COMUTT	E.A
Todos os empreendimentos podem divulgar em seus canais ou ter para informar aos turistas e visitantes	1	contínuo	COMUTT	E.A
Divulgar os bailes de kerb, como opções noturnas aos turistas - viver esta cultura	1	contínuo	COMUTT	E.A



**Estratégia: Avaliar a continuidade dos eventos existentes - prefeitura Viva + Emoções**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Verificar com as entidades que realizam os eventos, quais devem dar continuidade.	1	curto	COMUTT	EA
Definir os eventos que serão instituídos e sempre devem ser realizados	1	curto	adm.pública/ COMUTT	EA

**Estratégia: Definir os eventos que serão âncora do turismo, da mídia espontânea e da comunidade**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Viva + Emoções (verão, outono, inverno e primavera) eventos para comunidade	1	curto	COMUTTA dm\ADEC	EA
Copinha - evento esportivo - gerador de mídia espontânea	1	curto	Adm. Pública\ADE C	P
Ano novo Tibetano - potencial de evento turístico gerador de curiosidade e mídia espontânea	1	curto	COMUTTA DEC\ CULTURA	OK
Desafios da Natureza - evento para comunidade e turistas - gera aproximação e mídia espontânea	1	curto	COMUTTA dm Pública\ADE C\ASTECA	EA
Canoagem - evento de competição - gerador de mídia espontânea	1	curto	COMUTTA dm Pública\ ASTECA	P
Festa das Etnias - pode ser um atrativo com dança, gastronomia, etc - festa cultural (EXPOFEIRA)	1	curto	COMUTTA dm. Pública\EM ATER	P
Previsões de eventos já reservados – Desafios da Natureza – 26 e 27 de setembro (rústica e caminhada da colonização) ... estender para mais um final de semana 03 e 04 de outubro (as provas são organizadas pela confederação, ASTECA passa às necessidades) Criar o evento junto ao COMUTT a fim de torná-lo novamente atrativo ao turismo natural. (atividades e atrações com a vibe ecológica).	1	contínuo	COMUTT	OK

**Estratégia: Criar um comitê de eventos no COMUTT, para apoiar as entidades e poder público**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Avaliar a possibilidade de ter um comitê atuante ao COMUTT	2	curto	COMUTT	EA
Convidar membros que possam acompanhar eventos e ajudar na organização	2	curto	COMUTT	EA
Comitê ajuda na mobilização de pessoas da comunidade para auxiliar nos eventos	2	curto	COMUTT	EA
Tarde Cultural (buscando aproximação do conselho de cultura) nutrir a cultura e os artistas da cidade. (exposição de orquídeas e bonsai). Divulgar ganhadores do concurso Floresce Três Coroas.	1	contínuo	COMUTT	EA
Criar um Festival da Cerveja Artesanal / evento gastronômico.	1	contínuo	COMUTT\ Adm. pública	EA
Criar uma feira de turismo, comércio e calçado da cidade.	1	contínuo	COMUTT	EA

**Estratégia: Definir padrões de decorações (regras)**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Definir as regras de decoração	2	curto	COMUT	P
Divulgar as regras de decoração na cidade	2	curto	COMUT	P

**Estratégia: Aproximar escolas do ambiente turístico**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Fazer eventos por classes escolares no centro de cultura para apresentar os atrativos - Dia do Turismo - empreendimentos apresentam seus atrativos	1	contínuo	COMUTT\ Adm Pública	EA
Criar um projeto que leve os estudantes até algum atrativo para conhecer e experimentar	1	contínuo	COMUTT\ Adm pública	EA
Elaborar Curso de Formação em Ecoturismo, com reconhecimento acadêmico, MENOR APRENDIZ	1	contínuo	COMUTT	E.A

**Estratégia: Divulgar junto à comunidade a importância do turismo como economia**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Em eventos da comunidade ter um espaço de divulgação - atividades, folders, mídias digitais	1	contínuo	COMUT	OK
Trazer casos de sucesso no turismo de cidades menores - Nova Petrópolis, Cambará, etc, para relatarem suas experiências	1	curto	COMUT	EA
Post de "VOCÊ SABIA..."	1	curto	COMUTT	EA

**Estratégia: Reativar o conselho municipal de turismo**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Verificar pessoas interessadas em compor o conselho	1	curto	adm.pública	OK
Instituir os membros do conselho	1	curto	adm.pública	OK
Criar comitês para auxiliar nas diversas ações	1	curto	COMUTT	EA

**Estratégia: Criar um fundo para realização de ações - taxa de turismo**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Definir uma taxa mensal - contribuição	1	curto	COMUTT	E.A
Elaborar o regulamento para participação das empresas e contribuição através da taxa e formas de uso dos recursos oriundos da taxa	1	curto	COMUTT	E.A
Instituir a taxa de turismo para o setor	1	curto	COMUTT	E.A

**Estratégia: Criar um comitê de projetos**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Verificar quem deseja participar deste comitê ligado ao conselho de turismo	1	curto	COMUTT	EA
Verificar formas de acompanhar os recursos disponíveis para projetos, contatar produtoras	1	curto	COMUTT	EA
Buscar captação em elaboração de projetos para captação de recursos - público, privado - Badesul, BRDE, BNDES, LIC, Sicredi, Visa, outras bandeiras e empresas privadas	1	curto	COMUTT Adm Pública	EA

**Estratégia: Fazer o acompanhamento do planejamento**

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Marcar reuniões trimestrais para avaliar resultados do	1	contínuo	COMUTT	EA

planejamento				
Convocar todas as empresas e empreendimentos envolvidos	I	contínuo	COMUTT	EA

### 15. Considerações Finais

O planejamento estratégico apresentado neste documento é produto de um processo participativo. A partir de uma sequência metodológica, oportunizou-se a construção conjunta do direcionamento do turismo no município. Constitui-se num passo importante para a estruturação do município de Três Coroas como um destino turístico sustentável. Este é, porém, o primeiro passo. Cabe à comunidade de Três Coroas e os parceiros que participaram da construção do plano a tarefas de articular e monitorar as ações previstas.

## 16. Bibliografia

SANTOS, C. P. **No rio que corre ligeiro, a canoagem em Três Coroas.** RS, 2020.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cidades.** Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm>

MINTUR - Ministério do Turismo. **Programa e Ações.** MINTUR, Disponível em: [http://www.turismo.gov.br/turismo/programas\\_acoes/](http://www.turismo.gov.br/turismo/programas_acoes/).

SEBRAE. **Planejamento Estratégico do**



Leia o QR Code ou acesse o site:  
**visitetrescoroas.com.br**

  Visite Três Coroas