



Portal de Legislação do Município de Três Coroas / RS

LEI MUNICIPAL Nº 4.697, DE 20/06/2025

DISPÕE SOBRE O PLANO MUNICIPAL DE TURISMO PARA O TRIÊNIO 2025-2027 E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

FABIEL CRISTÓVÃO PORT, PREFEITO MUNICIPAL DE TRÊS COROAS, no uso de suas atribuições legais,

FAZ SABER, que a Câmara de Vereadores aprovou e eu sanciono e promulgo a seguinte Lei:

Art. 1º Fica instituído o novo Plano Municipal de Turismo constante no Anexo I, parte integrante desta Lei, o qual contém a proposta para o turismo no Município de Três Coroas, definindo as diretrizes, os objetivos e as estratégias, em conformidade com o Plano Nacional de Turismo.

Art. 2º A implementação, monitoramento e avaliação do Plano serão de responsabilidade da Secretaria Municipal de Indústria, Comércio, Turismo e Cultura com acompanhamento do Conselho Municipal de Turismo.

§ 1º O Plano Municipal de Turismo tem vigência para o triênio 2025 a 2027, a contar da publicação desta Lei.

§ 2º Em futuras revisões, esse prazo do plano poderá ser ampliado, se assim for o entendimento do colegiado responsável.

Art. 3º O Município divulgará o Plano Municipal de Turismo para a população, por intermédio dos canais competentes, visando a participação no acompanhamento de sua execução.

Art. 4º A presente Lei será regulamentada por Decreto, naquilo que se fizer necessário.

Art. 5º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Prefeitura Municipal de Três Coroas, 20 de junho de 2025.

*FABIEL CRISTOVÃO PORT
Prefeito Municipal*

*PUBLIQUE-SE E REGISTRE-SE.
Data Supra.*

*TIAGO RICARDO DA SILVA
Secretário de Administração*

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.Produo 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. 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
14.1Mapa Estratégico.....	30
15. Considerações Finais.....	42
16. Referências	
Bibliográficas.....	43

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 Trescoroense 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

Área	168,123 km². (2023)
Lei de Criação	Orgânica Municipal de 22/02/1990, promulgada em 22 de fevereiro de 1990.
Microrregião	Vale do Paranhana
Municípios Limítrofes	Canela, Gramado, Igrejinha, Santa Maria do Herval, São Francisco de Paula e Taquara.
Distância rodoviária à capital	72km
Acessos rodoviários	Novo Hamburgo: RS-239 Porto Alegre: BR-101 Morungava: RS-020; São Francisco de Paula: RS-020; Taquara –Igrejinha RS-115.

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

2.2. CONTAGEM DA POPULAÇÃO (2022)

População Último Senso	24.425 habitantes
------------------------	-------------------

Fonte: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/rs/tres-coroas.html>

2.3. FINANÇAS PÚBLICAS (12/06/2024 até 12/06/2025)

Repasse do Fundo de Participação dos Municípios (FPM)	18.674.839,77
---	---------------

Fonte: <https://transferencias.cnm.org.br>

2.4. DADOS ECONÔMICOS

Número de Estabelecimentos Industriais (2021)	272
Estabelecimentos Bancários (2025)	5

Número de estabelecimentos do comércio varejista (2025)	304
Número de serviços	714
Número de MEI's	2.353
Número de Casas de Locação por Temporada	112
Número de Campings	09
Número de Parques de Aventura	03

2.5.PRODUTO INTERNO BRUTO (PIB)

Total de Despesas Brutas Empenhadas (2023)	R\$ 135.058.408,70
PIB per Capita (2021)	R\$ 27. 813,49

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

2.6.ÍNDICE DE DESENVOLVIMENTO HUMANO (IDH)

	2010
IDH - M	0,710

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

2.7.TURISMO

Número de turistas por mês	7.239/média
Média de turistas nos principais atrativos anualmente	86.878
Média anual de turistas no atrativo Templo Budista	35.000

6 Média anual de turistas no atrativo Parques Naturais	51.878
Origem dos turistas Alta Temporada	Região Metropolitana, Vale do Paranhana, Serra e Sinos. Estados SC, Paraná Argentina, Uruguai e Chile.
Origem dos turistas Baixa Temporada	Região metropolitana, Vale do Paranhana, Sinos e Serra.
Números de Meios de Hospedagem (Hotéis, pousadas, Locações por Temporada)	167
Número de Estabelecimentos de Alimentação	56
Número de Agências de Viagem (receptivo local, operadores turísticos)	79
Ocupação Hotelaria	1209 leitos
Número de empregos diretos gerados	1200 (aproximadamente)
Perfil do turista – Alta temporadas	Famílias com ou sem filhos 56% Grupo de amigos 33%

	Sozinho 11%
Perfil do turista – Baixa temporada	Famílias com ou sem filhos 38% Grupo de amigos 15% Sozinho 47%

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, oportunidade es 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 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 Trescoroense. 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.

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. Importante ressaltar que o Plano Municipal de Turismo, foi atualizado e aprovado pelos conselheiros da nova gestão do COMUTT, em reunião extraordinária, realizada no dia 22/04/2025. A validade prevista para o plano é de 2 anos.

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 São Leopoldo, 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 certo 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, em Estrela 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 pela gestão do Prefeito Ricardo Schmidt Müller 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.

Três Coroas recebeu no ano de 1996 o Pré Mundial de Canoagem.

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 à canoagem deram início ao Rafting na cidade. A diversão de descer as corredeiras do rio em meio à 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 Três Coroas em Festa, 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, passeios de Quadricíclos, tirolesa, 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 apresentados 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 somasse 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 2024 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 (IGR) e em Conselho Municipal de Turismo de Três Coroas (COMUTT). Três Coroas têm 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 à 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 muitos 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, atualmente classificado como “município de oferta complementar”.

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 16 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 consomem os atrativos naturais e culturais na perspectiva preservacionista do ecoturista, o que existe¹⁷ 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 o Parque Municipal das Laranjeiras.

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 em Que caracteriza nossa demanda turística como predominantemente regional, autônomos, que tem Três Coroas como um destino de lazer e suas preferências são a prática do Rafting, o templo budista, gastronomia e hospedagem.

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.

SEGMENTO	POSICIONAMENTO DA DEMANDA	ESTÁGIO DE DESENVOLVIMENTO
Turismo Cultural	Demanda Potencial	Desenvolver
Turismo de Negócios e Eventos	Demanda potencial	Desenvolver
Turismo Pedagógico	Demanda Potencial	Desenvolver
Ecoturismo	Demanda Potencial	Qualificar e Promover
Turismo de Aventura	Demanda Efetiva	Qualificar e Promover
Turismo de lazer (camping e sol)	Demanda Efetiva	Qualificar e Promover
Turismo Rural	Demanda Efetiva	Qualificar e Promover
Turismo Religioso	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 à 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 2026, 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 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
- Novo fluxo: Rota das Nuvens (Igrejinha/Três Coroas/Gramado) e Rota Panorâmica.
- Próximo de aeroportos

13.1.3. Meio Ambiente

- Área rural - riqueza natural fauna e flora.
- Natureza abundante e preservada.
- Geografia e topografia proporciona 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 Informações
- 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

Segurança

- Inexistência de guarda municipal

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 implementação e fiscalização quanto à aplicação das leis pertinentes de uso do solo (Plano Diretor, Código Edificações, Código de Postura).
- 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	EVENTOS	COMUNIDADE	RECURSOS E GESTÃO DE
------------	----------------	-----------	--------------	---------	------------	----------------------

			COMERCIALIZAÇÃO			PROJETOS
Criar identidade visual do destino “Três Coroas Viva + Emoções”	Manutenção e melhoria dos acessos aos atrativos.	Praça Affonso Saul (eventos)	Elaborar material de divulgação	Calendário de eventos municipais em todos os estabelecimentos	Aproximar escolas e estudantes aos ambientes turísticos	Acompanhar projetos turísticos
	Revitalização dos decks	Criar roteiro rural	Empreendimentos divulguem o destino	Eventos Turísticos: Festival das Águas Templo Budista Evento Mensal		Criar um fundo para realização de ações - taxa turismo
	Reestruturar rotatória na rodovia RS 115 e parques	Envolver o comércio	Formar banco de imagens			Fazer o acompanhamento do planejamento
	Melhorar o paisagismo na cidade	Qualificação de mão de obra	Ter uma assessoria de imprensa			
	Melhorar a sinalização dos atrativos	Famtour com empreendimentos	Criar canais de venda turística			
	Melhorar as calçadas		Parcerias com agências			
	Criar ciclovias		Elaborar mapa dos atrativos			
	Estruturar centro de Atendimento ao Turista		Guia Gastronômico e de Hospedagem			
	Projeto Acessibilidade		Participação em eventos fora da cidade para divulgação			

VISÃO

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

Legenda:

Status: OK = realizado EA = Em Andamento P = Postergado C = Cancelado
Prioridade para implantação: 1 - 2 – 3
Ações de curto prazo: um ano
Ações de médio prazo: a partir de um ano
Ações contínuas: até ser alcançado resultado
Responsável: 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
Desenvolvimento da identidade turística e criação da identidade visual;	1	médio	Adm. Mun.	EA
Verificar com SEBRAE a possibilidade de fomentar as 4 regiões turísticas em desenvolvimento de Três Coroas.	1	curto	Adm. Mun./ SEBRAE	EA
Desenvolvimento de material promocional físico e virtual.	1	curto	Adm. Mun.	EA
Foco no ecoturismo e na sustentabilidade. (ODS)	1	médio	COMUTT	EA

Estratégia: Manutenção e melhoria dos acessos aos atrativos

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Finalizar infraestrutura de acessos, sinalização das 4 regiões turísticas de Três Coroas	1	contínuo	Adm. Mun.	E.A
Criação de pórticos de entrada	1	contínuo	Adm. Mun.	E.A
Quilombo - buscar emenda parlamentar ou financiamento	1	contínuo	Adm. Mun.	E.A
Moreira	1	contínuo	Adm. Mun.	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. Mun.	P

Estratégia: Reestruturar rotatórias na rodovia RS 115 e parques.

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Verificar autorização do EGR	1	curto	Adm. Mun.	EA
Paisagismo rótulas de acesso, Monumento Rio Paranhana (RS115)	1	médio	Adm. Mun.	EA

Estratégia: Melhorar o paisagismo na cidade

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Parceria com CDL para que empresas adotem jardins (canteiros) para manutenção. Parcerias Sec. Meio Ambiente e universidades. Lei PPP.	1	médio	COMUTT/ Adm. Mun.	P
Poder público com ações definidas (padrão de paisagismo, edital de regulamento)	1	curto	Adm. Mun.	P

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	COMUTT	EA
Recurso via PPP. Ex	1	contínuo	COMUTT/ ADEC	EA

Estratégia: Melhoria das calçadas

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Sensibilização sobre a lei, com diretrizes de padrões e para que seja responsabilidade do proprietário sua construção e manutenção;	1	curto	Adm. Mun.	P

Estratégia: Criar ciclovias

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Projeto para desenvolvimento de ciclovias e sinalização.	1	contínuo	Adm. Mun.	P

Estratégia: Criar canais de venda turística

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Promover produtos turísticos desenvolvidos pela iniciativa privada com parceiros regionais, nacionais e internacionais.	1	contínuo	Sec. Turismo/ COMUTT	E.A
Identificar pontos e roteiros a serem comercializados	1	contínuo	COMUTT	E.A
Relacionamento com SETUR/RS, MTUR, ANSEEDITUR, EMBRATUR, outras entidades e secretários de turismo regional.	1	contínuo	Sec. Turismo	E.A

Estratégia: Roteiro rural

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Sensibilização através de palestras com parceiros (SENAR, EMATER, SEBRAE) etc.	1	médio	Adm. Mun. COMUTT	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
Qualificação e capacitação dos prestadores de serviços turísticos.	1	contínuo	COMUTT	E.A
Disponibilizar plataformas de cursos gratuitos e online.	1	curto	COMUTT	E.A
Palestra de atendimento e bem receber	1	curto	COMUTT	EA
Regionalização de Parcerias – Vale Paranhana e Sinos	1	médio	COMUTT	EA
Grupo Escoteiro Paranhana/ASTECA ser o embaixador do Turismo local.	1	contínuo	COMUTT/ Adm. Mun.	P
Elaborar calendário anual de eventos e atividades	1	contínuo	Adm. Mun.	E.A

Estratégia: Famtour com empreendimentos

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Elaborar FAMTOUR e PresTrip	1	curto	COMUTT	EA

Estratégia: Praça Affonso Saul

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Feirinha Verde – incentivo ao comércio local grupo de produtores orgânicos, produtos artesanais e coloniais.	1	contínuo	COMUTT/ idealizadores da feira	OK

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	EA
Adequação da página no facebook, instagram	1	curto	COMUTT	OK
Criar conteúdos (fazes) sobre Três Coroas e o turismo.	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	Adm. Municipal	E.A

Estratégia: Ter uma assessoria de imprensa

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Verificar a utilização da assessoria da prefeitura	1	curto	adm.pública	E.A

Estratégia: Estruturar o Centro de Atendimento ao Turista

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Verificar a viabilidade junto ao poder público.	1	contínuo	COMUTT	EA
Identificar local e modelo de funcionamento.	1	contínuo	COMUTT	C

Estratégia: Elaborar mapa dos atrativos

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Identificar todos atrativos	1	contínuo	COMUTT	E.A
Criar ou atualizar mapa contendo todos os atrativos - foco turismo	1	contínuo	COMUTT	EA
Reproduzir o mapa em meio físico e digital para distribuição	1	contínuo	COMUTT	EA
Criar 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	E.A
Desenvolvimento de mapa em outros idiomas	1	Curto	Sec. Turismo	E.A

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. Ex Fenadoce, Festuris, etc	2	contínuo	COMUTT/ Adm. Mun.	E.A
Selecionar os mais importantes e formatar parcerias com entidades como Secretaria Estadual de Turismo SEBRAE, etc.	2	contínuo	COMUTT/ Adm. Mun.	EA

Estratégia: Parceria com agências

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Identificar e aproximar agências de turismo especializada em experiência.	3	contínuo	COMUTT	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/ Adm. Mun.	E.A
Integrar o calendário dos eventos de turismo com o calendário municipal	1	contínuo	COMUTT	E.A

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. Mun.	EA
Criar um projeto que leve os estudantes até algum atrativo para conhecer e experimentar	1	contínuo	COMUTT Adm. Mun.	EA
Elaborar projeto Jovem Embaixador Turismo Três Coroas	1	contínuo	COMUTT Adm. Mun.	E.A

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: Acompanhamento de projetos turísticos

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Projetos de cunho turístico devem ser aprovados pelo COMUTT.	1	curto	COMUTT	EA
Verificar formas de acompanhar os recursos disponíveis para projetos.	1	curto	COMUTT	EA
Acompanhar captação em elaboração de projetos para captação de recursos - público, privado - Badesul, BRDE, BNDES, LIC, Sicredi, Visa, outras bandeiras e empresas privadas.	1	curto	Adm. Mun. COMUTT	EA

Estratégia: Fazer o acompanhamento do planejamento

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Marcar reuniões semestral para avaliar resultados do planejamento.	1	contínuo	COMUTT	EA
Convocar todas as empresas e empreendimentos envolvidos	1	contínuo	COMUTT	EA

Estratégia: eventos de Turismo

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
Criar o Festival das Águas (abertura temporada de rafting da cidade/campeonato de rafting+entre outros atrativos)	1	contínuo	Adm. Mun. COMUTT	P
Evento no Templo Budista	1	contínuo	Adm. Mun. COMUTT	P
Evento mensal com feira no centro de Três Coroas	1	contínuo	Adm. Mun. COMUTT	

Estratégia: Acessibilidade

Ação	Prioridade	Prazo	Responsável	Status
-------------	-------------------	--------------	--------------------	---------------

Projeto Acessibilidade	1	contínuo	Adm. Mun.	P
Entorno praça, centro, decks, museu, centro de cultura e bosque das orquídeas.	1	contínuo	Adm. Mun.	P

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/.

SEBRAE. **Planejamento Estratégico**