



MUNICÍPIO DE PINTO BANDEIRA
ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

PROJETO DE LEI Nº 48, DE 13 DE SETEMBRO DE 2018

*Institui o Plano Municipal de Turismo de
Pinto Bandeira/RS.*

Art. 1º É instituído o Plano Municipal de Turismo constante no anexo, parte integrante desta lei, o qual contém a proposta do turismo do Município de Pinto Bandeira, definindo as diretrizes, os objetivos e as metas.

Parágrafo Único. O Plano Municipal de Turismo terá duração de 04 (quatro) anos, a contar da publicação da presente Lei.

Art. 2º É de competência do Conselho Municipal de Turismo de Pinto Bandeira proceder ao acompanhamento e às avaliações periódicas do Plano Municipal de Turismo para sua implantação e operacionalização.

Art. 3º O Município divulgará o Plano Municipal de Turismo para a população visando a participação no acompanhamento de sua execução.

Art. 4º Esta lei será regulamentada por Decreto, no que couber.

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

GABINETE DO PREFEITO DE PINTO BANDEIRA, aos treze dias do mês de setembro de 2018.


HADAÍR FERRARI
Prefeito Municipal



MUNICÍPIO DE PINTO BANDEIRA
ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

EXPOSIÇÃO DE MOTIVOS

Excelentíssimo Sr. Presidente
Excelentíssimos Sr.(s) Vereadores (as)

O presente Projeto de Lei visa dispor sobre

O Projeto de Lei que segue versa sobre o Plano Municipal de Turismo de Pinto Bandeira que trata da formalização das demandas da comunidade e "Trade Turístico" para o desenvolvimento do Turismo e seus segmentos.

Essa formalização é importante para a implantação de diretrizes e ações perante o turismo, principalmente considerando que este tem se apresentado como alternativa de desenvolvimento socioeconômico de cidades, regiões e países.

É papel do Poder Público planejar as suas ações visando o desenvolvimento sustentável e a maior qualidade de vida da população, e pretende por meio de programas e metas existentes no Plano Municipal de Turismo, consolidar as ações do turismo local nos próximos quatro anos, estimulando a gestão compartilhada, para fortalecer o Município como um destino turístico.

De tal sorte, solicitamos a análise e aprovação do presente Projeto de Lei face aos fins a que se destinam, conforme o exposto.

GABINETE DO PREFEITO DE PINTO BANDEIRA, aos treze dias do mês de setembro de 2018.


HADAÍ FERRARI
Prefeito Municipal



PREFEITURA MUNICIPAL DE
PINTO BANDEIRA



PLANO MUNICIPAL DE TURISMO 2018/2022

Pinto Bandeira

Serra Gaúcha - RS



Abril de 2018

Ficha Técnica

COORDENAÇÃO GERAL E REALIZAÇÃO

Prefeitura Municipal de Pinto Bandeira

Hadair Ferrari – Prefeito Municipal

Secretaria Municipal de Educação, Cultura, Turismo, Esporte, Lazer, Assistência Social e Habitação

Angelita Pavan Poloni – Secretária Municipal

CONSULTORIA TÉCNICA

Maja Consultorias

Consultora Responsável: Tur^a Ms. Ivane Maria Remus Fávero

Abril a Junho de 2018

Fotos: Ivane Fávero

AGRADECIMENTO

A todos que participaram da Oficina de Planejamento do Turismo e colaboraram para a elaboração deste trabalho.

Sumário

Mensagem do Prefeito	04
Mensagem da Secretária Municipal	05
Apresentação e Metodologia	06
Secretaria de Turismo e Cultura	08
Análise Macroambiental	09
Apresentação do Território	13
Características da Demanda Turística	16
Oferta Turística	17
Expectativas e Visão de Futuro	18
Posicionamento	19
Aspectos Impulsionadores e Limitadores	22
Plano de Ações	26
Calendário de Eventos	35
Monitoramento - Conclusão	38
Referências	40
Anexos	42

Mensagem do Prefeito de Pinto Bandeira

A IMPORTÂNCIA DO TURISMO

A atividade turística nos últimos anos tem sido de extrema importância no que diz respeito ao desenvolvimento e crescimento da economia mundial, pois, além de promover a inclusão social, gerar oportunidade de emprego e renda, o turismo detém hoje grande parte do PIB de muitos países que têm melhorado suas condições econômicas em decorrência do avanço que o setor tem proporcionado.

A atividade turística pode constituir um investimento inicial gerador do processo ramificador da economia local, e por extensão, regional. É com esta ideia que investir no turismo pode ser uma alternativa positiva para o município de Pinto Bandeira, como complementação da economia e um maior desenvolvimento da cidade.

Para fortalecer as discussões sobre o turismo é necessária a parceria dos setores público e privado. Assim podem ser discutidas e analisadas as prioridades para que se possa planejar e executar projetos para o desenvolvimento do setor da região.

É preciso criar oportunidades de negócios para atrair mais turistas, seja com eventos ou projetos ligados à gastronomia, à cultura, à música regional, entre tantas outras ofertas. Além disso, nosso município possui uma localização geográfica privilegiada, a natureza é exuberante e oferece vários pontos que podem ser explorados ou visitados pelos turistas.

Em longo prazo, os benefícios trazidos pelo turismo no Município serão muitos, tanto sociais como econômicos, e a participação da comunidade durante o processo, direta ou indiretamente, seja cuidando da limpeza da sua rua, da fachada da sua casa, arborização, no atendimento ao turista com os mais diversos tipos de informação, colaborará para que estes benefícios sejam ainda maiores.

Frente a todas estas potencialidades e possibilidades, não há porque se esperar mais para fomentar o turismo em nosso Município e ver prosperar o nome de Pinto Bandeira em todo país e até mesmo no exterior, visto que nossa colonização é italiana.

Hadair Ferrari
Prefeito Municipal de Pinto Bandeira

Mensagem da Secretária Municipal de Educação, Cultura, Turismo, Esporte, Lazer, Assistência Social e Habitação

O turismo, nas últimas décadas, tem se apresentado como alternativa de desenvolvimento de cidades, regiões e países. É fenômeno social, econômico e cultural, pois fomenta e amplia o desenvolvimento socioeconômico, gera emprego e renda, promove a identidade local e contribui para a preservação dos bens naturais e do patrimônio histórico.

Assim, com o objetivo de ordenar as ações referentes ao turismo, o Município de Pinto Bandeira apresenta o Plano Municipal de Turismo, ferramenta de gestão e pilar que possibilitará a efetivação eficaz das ações turísticas locais.

Como ferramenta de gestão, o Plano Municipal de Turismo permitirá ao Município planejar e coordenar o turismo local. Como pilar, muito mais do que um conjunto de propostas, apresenta-se como instrumento condutor das políticas que norteiam a atividade turística de Pinto Bandeira.

Almejamos com este projeto, que é fruto da coletividade, promover um novo tempo para o turismo de Pinto Bandeira. Manifestamos nossa gratidão a todos aqueles que participaram e contribuíram desse momento de reflexão e construção.

Angelita Pavan Poloni
Secretária de Educação, Cultura, Turismo, Esporte,
Lazer, Assistência Social e Habitação

Apresentação e Metodologia

O objetivo do presente estudo é construir o Plano Municipal de Desenvolvimento Turístico (PMT) e o Plano Municipal de Marketing (PMKT) de Pinto Bandeira, focando em ações a serem desenvolvidas no período de 2018 a 2022.

Quando um determinado destino decide priorizar seus investimentos no desenvolvimento turístico, seu objetivo principal é o estímulo ao desenvolvimento econômico e social da comunidade.

Este processo só será efetivo se for planejado e orientado para ações coordenadas a longo, médio e curto prazos – pois, dessa maneira, teremos consolidadas as bases estratégicas que guiarão de forma harmônica e coesa o processo futuro de implementação das ações.

A metodologia foi adaptada do Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores, realizado pelo Ministério do Turismo e Fundação Getúlio Vargas, privilegiando o planejamento participativo e integrado do turismo. Sendo assim, foi realizada a palestra “Inovação e Criatividade no Turismo”, realizada no dia 06 de março de 2018, pela consultora Ivane Fávero, visando a sensibilização para a temática e, no dia seguinte foi realizada a Oficina de Planejamento do Turismo, durante o turno da manhã e tarde, com a participação de representantes do setor público, empresários e comunidade.

Na palestra houve a participação de grande público que foram recepcionados pelo Prefeito Municipal, Hadair Ferrari, e pela Secretária de Educação, Cultura, Turismo, Esporte, Lazer, Assistência Social e Habitação, Angelita Pavan Poloni. O Prefeito se manifestou falando sobre a potencialidade turística do município, seu forte valor cultural e a expectativa para que o desenvolvimento da atividade ocorra de forma sustentável. Também presentes outras autoridades, representando o poder legislativo e o trade turístico local e regional.

A construção do PMT e do PMKT, no que diz respeito à Oficina, foi conduzida pela consultora Ivane Fávero e contou com cerca de 25 pessoas presentes, que ressaltaram a importância do momento vivido por Pinto Bandeira, no que tange ao desenvolvimento do turismo, já que novos investimentos demonstram o interesse pela região como destino turístico.

Houve, logo após, a introdução e apresentação da metodologia, por parte da Consultora Ivane Fávero, comentando sobre o momento passado, mas trazendo a leitura do presente, um momento mais oportuno para o desenvolvimento do turismo, dado o próprio crescimento da atividade na região, especialmente na região da Serra Gaúcha.

Em seguida, a consultora mediou a formação de 4 grupos de trabalho, que foram divididos pelos seguintes eixos:

- Infraestrutura: Infraestrutura Geral e Acesso;

- Turismo: Serviços e Equipamentos Turísticos, Atrativos Turísticos e Políticas Públicas: Política Pública, Cooperação Regional e Monitoramento;
- Economia: Economia Local e Capacidade Empresarial e Sustentabilidade: Aspectos Ambientais, Aspectos Sociais e Aspectos Culturais;
- Marketing; Eventos: Estabelecer um calendário de eventos (foco no turismo) – existentes e novos.

O grupo construiu, assim, as forças, fraquezas, ameaças e oportunidades (Análise Swot ou Matriz Fofa), além da Missão, Visão de Futuro e Posicionamento. Foi sugerido que os grupos avaliassem também os Eventos, sendo que o calendário de eventos foi entregue para o grupo responsável pelo segmento.

Norteiam este estudo a busca por:

- Bem estar da comunidade
- Natureza protegida
- Crescimento econômico
- Satisfação do cliente
- Cultura autêntica

Conforme proposta, o Plano de Desenvolvimento do Turismo e o Plano de Marketing Turístico serão apresentados num documento único, haja vista que o Plano de Marketing foi incorporado à *Dimensão Marketing e Promoção Turística*, de acordo com a metodologia desenvolvida pelo Ministério do Turismo.

Secretaria de Educação, Cultura, Turismo, Esporte, Lazer, Assistência Social e Habitação de Pinto Bandeira

À Secretaria de Educação, Cultura, Turismo, Esporte, Lazer, Assistência Social e Habitação, compete desenvolver e executar as atividades educacionais exercidas pelo Município, especialmente as relacionadas à Educação Infantil e Ensino Fundamental, manutenção de bibliotecas, preservação, desenvolvimento e a difusão das atividades culturais e turísticas do Município. Compete também à promoção do esporte amador e do lazer. Ainda, compete auxiliar a habitação, a recuperação e a melhoria das condições de vida dos grupos em estado de necessidade, especialmente ao menor carente, desenvolvendo programas de ação social.

A Secretaria de Educação, Cultura, Turismo, Esporte, Lazer, Assistência Social e Habitação está localizada na Rua Almirante Barroso, 6 – Sala 3. A Secretaria está sob a responsabilidade de Angelita Pavan Poloni.

E-mail: educacao@pintobandeira.rs.gov.br

Telefone: 54 3468-0063

Horário de Atendimento da Secretaria: 07h 30min às 11h 30min e 13h às 17h

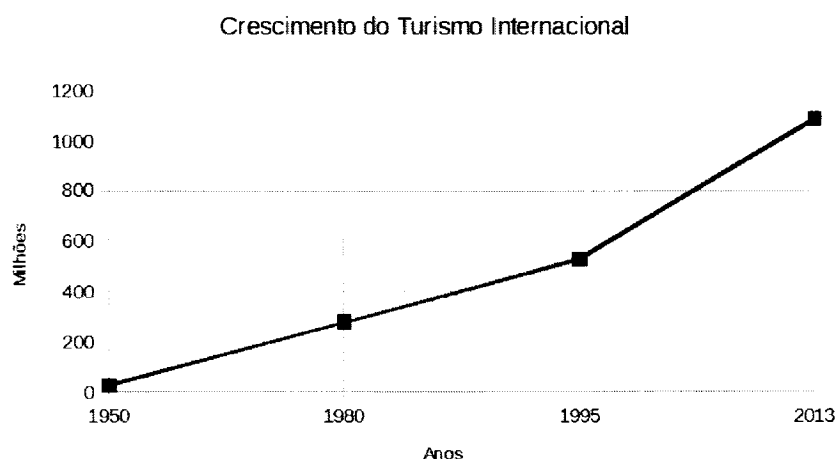
Análise Macroambiental

O turismo é um dos setores econômicos que crescem mais rapidamente no mundo, representando 9% do PIB mundial. É responsável pela geração de 1 em cada 11 empregos. Movimenta 1,4 bilhões de dólares, representando 6% das exportações internacionais, a “exportação invisível”, já que pressupõem que o produto seja consumido no local em que é produzido, ou seja, o próprio destino turístico.

A Organização Mundial do Turismo – OMT, afirma que é o turismo a chave para o desenvolvimento, a prosperidade e o bem-estar. Nos últimos anos se observa a entrada de mais países no circuito de destinos turísticos mundiais, onde o turismo tem promovido o progresso socioeconômico, mediante a obtenção de divisas advindas das exportações, da criação de emprego e da abertura de novas empresas, além da execução de infraestruturas.

Apesar de alguns percalços ocasionados pela movimentação da economia mundial, o turismo internacional tem registrado um crescimento praticamente ininterrupto. De acordo com dados da OMT, desde os 25 milhões de turistas que viajaram em 1950, passando pelos 278 milhões em 1980, os 528 milhões em 1995, até os 1.087 milhões em 2013, o fluxo turístico internacional continua crescendo (OMT).

Gráfico 1: Crescimento do fluxo turístico mundial



Fonte: OMT. Elaborado pela autora.

Esta análise demonstra que o turismo é um importante setor para a economia global. Depois da crise financeira em 2007-08, demonstrou uma forte capacidade de retomada ao crescimento econômico. Segundo dados da OMT, Os turistas de todo o mundo gastaram US\$ 1,5 trilhão em viagens internacionais no ano passado, um crescimento de US\$ 48 bilhões em relação a 2013, e uma média de US\$ 4 bilhões por dia.

O Turismo impacta a economia em três modos distintos:

- Direto: por meio da utilização de meios de hospedagem (resorts, hotéis, pousadas, casas de temporadas, campings), transporte (terrestre, marítimo, aéreo), entretenimento e atrações;
- Indireto: com investimentos públicos e privados em projetos para a construção de novas estruturas turísticas e manutenção das já existentes, gerando maior demanda aos fornecedores que alimentam toda a cadeia produtiva;
- Induzido: através do consumo de alimentos e bebidas, roupas, habitação, bens duráveis e recreação.

A indústria do turismo é transversal e formada por diferentes empresas que produzem bens e serviços importantes para a economia, proporcionando bem-estar tanto para os visitantes como para os residentes de uma determinada destinação.

Como produto, o turismo depende da ação de diversos agentes para chegar até o seu consumidor final. São eles:

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

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

Um dos exemplos de inovação do setor de *start-ups* globais é o o Airbnb, uma plataforma on-line de compartilhamento de hospedagem, que encerrou 2014 com um valor de mercado de US\$ 10 bilhões, chamando a atenção dos principais fundos de investimento em tecnologia. Tudo começou em 2008, quando dois designers com um espaço extra em casa hospedaram três viajantes que estavam em busca de um lugar para ficar, hoje criaram uma rede de mais de 1 milhão de acomodações e 25 milhões de hóspedes no mundo.

O surgimento das redes sociais também influenciou o setor, onde os destinos turísticos, seus atrativos e empresas, passaram a ser divulgados pelos usuários, instantaneamente, para o mundo todo. O Facebook, o Instagram e o Foursquare são apenas alguns exemplos dos inúmeros aplicativos que surgem diariamente, visando facilitar a vida do viajante. O *e-commerce* social é uma realidade, aproveitado corretamente por algumas empresas e ainda ignorado por outras. No entanto, a previsão é de que, de acordo com o Boletim de Tendência do Turismo, editado pelo SEBRAE em junho de 2014, as compras *on-line* continuem crescendo, com projeção de 120% até 2019, chegando a mais de 31 milhões de consumidores.

Atualmente, a escolha do destino se dá em sites de viagens como o TripAdvisor, Mochileiro, Aprendiz de Viajante (53%); em sites de agências on-line – OTAs (47%) e em sites de companhias aéreas, hotéis e outros provedores (38%). Somente 31% dos turistas já decidiram seu destino ao iniciarem o planejamento da viagem (SEBRAE, 2014).

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

Há um novo perfil de consumidor do turismo, ele é de 16 a 30 anos, ligado às tecnologias, e conectado à internet e às redes sociais. Principalmente por meio de smartphones acessa uma gama imensa de informações. Ainda, segundo o Boletim de Tendências, mais da metade desses turistas aproveitam uma viagem a trabalho para realizar mais atividades de lazer, muito diferente do público mais velho (SEBRAE, 2014). Assim, conhecer e operar no mercado on-line e no e-commerce social é fundamental para que as empresas do setor turístico sobrevivam.

TENDÊNCIAS DO SEGMENTO

De acordo com a Organização Mundial do Turismo – OMT (2015) são estes os principais desafios para o desenvolvimento do turismo:

- Desenvolvimento de infraestruturas e facilitação das viagens;
- Interconectividade aérea;
- Governança e coordenação entre os governos nacionais, regionais e locais;
- Atração de investimentos;
- Parcerias de iniciativas público-privadas;
- Planejamento e desenvolvimento de produtos inovadores;
- Promoção e marketing desenvolvendo marcas para os destinos;
- Segurança;
- Qualidade e preços competitivos;
- Capacitação dos profissionais.

Como tendências do turismo mundial, se observa a busca por experiências e vivências. A Economia da Experiência deve perpassar todos os segmentos da atividade turística, sendo trabalhada transversalmente. A Economia Criativa, da mesma forma, pode ser trabalhada em diferentes áreas da atividade turística, principalmente com foco na dinamização da cultura local. Um exemplo é a crescente procura por destinos gastronômicos que pautem sua oferta na qualidade e na identidade local.

Ao longo dos últimos anos, diversos pesquisadores tem apontado a ameaça que o turismo sofre, com as crises econômicas mundiais, sendo um dos primeiros cortes que as pessoas fariam em seu orçamento, as despesas de viagens. O turismo, de acordo com a tabela de Maslow, estaria no topo da pirâmide e, portanto, seria supérfluo. Ocorre que o comportamento humano tem apresentado uma sensível mudança neste aspecto. Observa-se, como afirmam os entrevistados da Revista Época (1/2/2015) “Compre experiências e não

coisas”, que as viagens estão sendo priorizadas, em detrimento de investimentos em bens e produtos tangíveis.

Outra tendência observada, conforme já apresentado, é a migração do turismo agenciado pelo turismo particular. Cada vez mais, as pessoas decidem suas viagens por meio de pesquisas na internet. Além dos sites das empresas e destinos, cada vez mais o consumidor acessa aplicativos, sites de compras coletivas, OTAs e outras ferramentas, avaliando a opinião dos consumidores, antes de definir pela compra. Com a globalização, o avanço de tecnologias e da Internet, o processo entre o produtor e o consumidor final deixa de ser passivo para ser ativo. A Internet passa a ser instrumento ideal para confrontar preços e vantagens que levarão a escolha da melhor oferta. Essa nova demanda propiciou a entrada de novos negócios no mercado e também novas formas de distribuição através de canais *on line*. Para o segmento de agências, esta realidade força a tomada de uma nova postura, com a consulta especializada, a busca de parcerias, alianças estratégicas, ou a inserção no *e-commerce*. Os hotéis também precisam estar adaptados aos viajantes hiperconectados, implantando inovações na venda direta, tecnologia e publicidade, com estratégias multicanal, que abarquem a internet, as redes sociais, aplicativos móveis e meta-buscadores. Para todos os segmentos do turismo se faz necessário disponibilizar um mix de canais que permitem responderem em tempo real, com atendimento personalizado e durante o momento da compra, ao turista.

Dentre os segmentos do turismo desenvolvidos no Estado, o enoturismo se apresenta como um diferencial, com força, inclusive, de captação de turistas estrangeiros. O segmento já é uma forte alavanca econômica para as vinícolas e mobiliza uma grande rede de organizações e pessoas em ambientes rurais, onde é mais difícil instalar indústrias. Somente para se ter um parâmetro, na Espanha cerca de 42.000 vinícolas receberam 2 milhões de visitantes em 2014, gerando mais de 50.000 empregos. O Rio Grande do Sul não possui uma medição do número de visitantes nas vinícolas espalhadas por diversas regiões turísticas, especialmente na Serra Gaúcha e Campanha. No entanto, percebe-se que este é um segmento que tem ampliado e se qualificado cada vez mais. Somente no Vale dos Vinhedos, mais de 400.000 turistas já são atraídos pela oferta enoturística.

Diversos estudos apontam o aumento da expectativa de vida. O Ministério do Turismo divulgou, em março deste ano, que os brasileiros idosos estão viajando mais. De acordo com levantamento do órgão, turistas com mais de 60 anos fizeram pelo menos 18 milhões de viagens em 2014, um aumento de 11% nos últimos quatro anos.

Devido à importância do turismo na economia mundial e sua suscetibilidade às questões apresentadas, é fundamental a união das instituições, em prol da construção conjunta de uma política macro de desenvolvimento sustentável do setor.

Apresentação do Território

Pinto Bandeira – Síntese Histórica

O fenômeno migratório europeu ao território americano que caracteriza o final do século XIX e o início do século XX está ligado a transformações sociais, políticas e econômicas da época em ambos os continentes.

No que diz respeito à imigração italiana ao sul o Brasil pode-se afirmar que, na Itália, a população experimentava as consequências da revolução industrial, caracterizada pelos altos impostos e pelo desemprego e, no Brasil, mais especificamente no Rio Grande do Sul, onde a maior parte do território era desabitada e a mão-de-obra era basicamente escrava, a imigração representava a real possibilidade de superação de tais problemas.

O porto de Gênova, ao norte da Itália, era o local da partida. A travessia, que durava pouco mais de um mês, era feita em navios sobrecarregados. Chegavam ao Rio de Janeiro e, após a quarentena na Casa dos Imigrantes, os viajantes eram transportados a vapores até Porto Alegre, numa viagem de mais ou menos dez dias. Ao chegarem eram alojados em construções precárias ou dormiam nas ruas e praças próximas ao porto. Da capital gaúcha seguiam em pequenas embarcações para Montenegro, São Sebastião do Caí e Rio Pardo. A viagem até a serra era feita em dois ou três dias, a pé, no lombo de cavalos ou em carretas, através de estreitos caminhos abertos, por eles mesmos, na densa mata.

No ano de 1876 instala-se em Pinto Bandeira o primeiro grupo de italianos. De posse de seus lotes e instrumentos de trabalho, separados das famílias vizinhas pela densa mata, era necessário enfrentar as adversidades: iniciar o desmatamento, construir a provisória casa e realizar os primeiros plantios. Até o ano de 1880, vários grupos chegaram ocupando terras localizadas na Linha Jansen, na Linha Jacinto e na Linha Silva Pinto, hoje Linha Anunciata.

Consigo, além de muita disposição para o trabalho, trouxeram profundo sentimento de religiosidade e fé. Inicialmente, sem um local comum para as celebrações, reuniam-se sob uma árvore ou numa das casas para recitar o santo rosário. Após a oração faziam o filó e festejavam a vida.

Em 1º de maio de 1902, o senhor Antônio Joaquim Marques de Carvalho Júnior, Intendente do município de Bento Gonçalves, em conformidade com o artigo 14 da Lei Orgânica Municipal, decretou a mudança do nome da localidade. A partir desta data, de Silva Pinto passa a chamar-se Nova Pompeia.

Pelo Ato Municipal nº 4, de 15 de janeiro de 1913, Nova Pompeia foi elevada à condição de distrito de Bento Gonçalves tendo como primeiro subprefeito o senhor Lívio Arpini. Neste

mesmo ano também foi instalado o cartório, sendo o senhor Cristóvão Luzzatto o primeiro titular.

O nome Nova Pompeia foi alterado para Pinto Bandeira pelo Decreto nº 7.842, de 30 de junho de 1938, quando às vésperas da deflagração da Segunda Guerra Mundial, foi proibida a língua italiana no país e, consequentemente, todos os nomes de origem italiana foram abolidos. Assim, em homenagem ao militar rio-grandense Rafael Pinto Bandeira, o distrito passa a denominar-se Pinto Bandeira.

Pinto Bandeira foi emancipado de Bento Gonçalves em 16 de abril de 1996 pela Lei Estadual nº 10.749/1996. As primeiras eleições ocorreram em 1º de outubro de 2000, elegendo como prefeito o senhor Severino João Pavan. A instalação do Município deu-se em 1º de janeiro de 2001. Em 2003, uma liminar do STF, determinou a que Pinto Bandeira retornasse à condição de distrito de Bento Gonçalves.

Em 30 de junho de 2010, por decisão do Supremo Tribunal Federal (STF), a localidade recuperou novamente sua autonomia política. As eleições municipais aconteceram em 07 de outubro de 2012. O senhor João Feliciano Menezes Pizzio foi eleito prefeito. Em 1º de janeiro de 2013, o Município foi reinstalado.

O atual prefeito, o senhor Hadair Ferrari, foi eleito em outubro de 2016 e tomou posse em 1º de janeiro de 2017. O vice-prefeito é o senhor Daniel Marini Pavan que também responde pela Secretaria Municipal de Agricultura, Pecuária, Comércio, Indústria e Meio Ambiente.

Fonte: <http://www.pintobandeira.rs.gov.br/secao.php?id=2>

DADOS DEMOGRÁFICOS
População total de 2.847 habitantes (IBGE- 2017) Orçamento do Município para 2018: R\$ 13.800.000,00 PIB per capita 16.618,07 R\$ [2015] IDMH: ... (2017) Pelo Censo de 2010 conta, ao todo, com 965 domicílios. Destes 249 compõem o núcleo urbano. Gentílico: pintobandeirense

ÁREA DO MUNICÍPIO
Área do município: 105,072 KM²; Acessos: SUL: Bento Gonçalves LESTE: Farroupilha OESTE: Bento Gonçalves NORTE: Farroupilha Não possui bairros. Distância da Capital (POA): 138 Km

LOCALIZAÇÃO E CARACTERÍSTICAS FÍSICAS

Unidade federativa: Rio Grande do Sul – RS

Mesorregião: Nordeste Rio-Grandense

Microrregião: Caxias do Sul

Região metropolitana: Serra Gaúcha

Pinto Bandeira está geograficamente situada entre os vales dos rios Burati e das Antas. As altitudes em relação ao nível do mar oscilam entre 150 e 800 metros. A densa mata mesclada às lavouras agrícolas, especialmente, de uva e pêssago, compõem o relevo e a vegetação do Município. O clima é subtropical, apresentando estações bem definidas.

Municípios limítrofes: Bento Gonçalves, Farroupilha, Nova Roma do Sul e Veranópolis

Latitude: Sul -29.096211 S

Longitude: West Greenwich -51.450463 W

Altitude: 643m

Clima: Subtropical – temperatura média de 17,3°C e pluviosidade média anual de 1767mm

Temperatura: no verão chega a 36°C; no inverno pode chegar a -06°C

Pinto Bandeira: uma história para ver, ouvir e contar!

Características da Demanda Turística

Para a definição da demanda atual e potencial, foram consideradas as informações fornecidas pelos participantes da Oficina, bem como dados de pesquisas realizadas na Região.

DEFINIÇÃO DE PÚBLICO
Origem principal: moradores das capitais e grandes cidades, especialmente de Porto Alegre, Rio de Janeiro e São Paulo; elevada escolaridade e renda mensal média; casados; viajam de carro; geralmente acompanhado por familiares, ou apenas o casal. Normalmente passam apenas o dia na cidade. Organizam a viagem por sugestão de parentes e amigos. Número de turistas por ano – aproximadamente 40 mil (estimativa)

Nos anos de 2009 e 2011 foram realizadas pesquisas visando identificar o perfil do turista que visita a Região Uva e Vinho. Assim, considerando a importância de um perfil qualitativo que oriente as ações de planejamento e marketing do destino, apresenta-se, em linhas gerais, o perfil do turista efetivo ou potencial, que já está circulando pela região:

- A maior parte dos turistas é oriunda da Região Sul, especialmente do Rio Grande do Sul (80%);
- Em segundo lugar, a Região Sudeste é o principal polo emissor, especialmente São Paulo;
- A maior parte dos turistas viaja com a família e de carro. Grupos ainda viajam de ônibus (muitos da 3ª idade). Casais chegam de avião e locam automóveis no aeroporto;
- Turistas internacionais são minoria na região. A maior incidência se dá motivados por eventos profissionais;
- A maior parte possui de 30 a 60 anos, nível superior, profissões diversas e numa faixa de renda alta.
- De acordo com as pesquisas, os turistas buscam viver a cultura e a identidade do destino.

Oferta Turística

Pinto Bandeira é vizinho e emancipado de Bento Gonçalves, um dos 65 Destinos Indutores do Turismo do Brasil, sendo que se localiza muito próximo do consagrado roteiro Caminhos de Pedra.

Destino procurado pelo enoturismo, principalmente, em função das vinícolas que integram a Associação dos Produtores de Vinho de Pinto Bandeira, mas também por seus eventos, alguns retomados e fortalecidos. Também é destino do segmento religioso, já que possui um Santuário Mariano.

Importante se ter em conta que o município faz parte da Região da Serra Gaúcha, o que deve ser ressaltado na promoção do destino, haja vista que esta é uma das regiões mais desenvolvida turisticamente no Rio Grande do Sul.

Expectativas

No início da Oficina de Planejamento do Turismo foram levantadas as expectativas dos participantes quanto ao presente Plano, sendo destacadas:

- Formar base para o desenvolvimento do turismo
- Preparar e organizar o município para receber bem o turista
- Buscar o comprometimento de todos
- Promover a união de todos
- Fortalecer o envolvimento da comunidade
- Saber mais sobre Pinto Bandeira
- Buscar a consciência da nossa realidade
- Entender quais são as novas possibilidades
- Não visar o lucro só para si, mas para a comunidade (não ser ganancioso)
- Ter consciência do que é trabalhar com turismo (abrir mão dos feriados e finais de semana)
- Descobrir o nosso potencial e valorizá-lo
- Trabalhar muito o ser e depois o ter
- Ser hospitaleiro – em que e como?
- Envolver os jovens (estimular)
- Divulgar o que se tem e o que se é (aproveitar a mídia espontânea)
- Cobrar um valor justo (oferta)
- Trazer as pessoas de volta e estimular que os jovens permaneçam aqui

Visão de Futuro

O grupo presente na Oficina elencou alguns apontamentos sobre como objetivam ver Pinto Bandeira, no que tange ao turismo, no futuro. Com base nestes apontamentos, construiu-se a visão do futuro.

- Ser reconhecido como um destino turístico qualificado, um dos principais destinos de enoturismo do Brasil;
- Ter um número de turistas que promova a sustentabilidade de todos os empreendimentos e que respeite a qualidade de vida local.

VISÃO DE FUTURO PARA PINTO BANDEIRA
Ser reconhecido como um dos principais destinos enoturísticos do Brasil, de uma beleza natural ímpar, um destino de elegante simplicidade, com um fluxo brando de turistas que promova o desenvolvimento sustentável de todos os empreendimentos e a qualidade de vida da comunidade.

Posicionamento – A Identidade de Pinto Bandeira

Pinto Bandeira, como a maior parte dos destinos turísticos brasileiros, carece de pesquisa e monitoramento do turismo. Assim, visando se identificar a demanda e, também, obtendo subsídios para a construção do Plano de Marketing, questionou-se o grupo sobre “Por que motivo os turistas visitam Pinto Bandeira?”. Respostas:

- Pela qualidade de vida;
- Por um ser um município de beleza paisagística, por sua geografia. Beleza natural;
- Pelas roseiras do caminho;
- Por conta das grutas, trilhas (a desenvolver). Pelo potencial de turismo de natureza;
- Por causa dos meios de hospedagens diferenciados (limitados);
- Pela gastronomia qualificada (Champenoise e festas);
- Pela oferta do Cicloturismo (Dall’Onder);
- Por causa dos eventos (calendário de eventos);
- Em função da existência de muitos pessegueiros – florada e fruta;
- Pela transparência de ser um destino seguro, como a existência das casas sem cerca;
- Por ser um destino particular, diferenciado;
- Por conta da rica cultura – talian + Tradição, também representado na gastronomia, usos e costumes;
- Devido a existência do Santuário Mariano;
- Por causa do clima (quatro estações – mais ameno no verão. Destino de veranistas;
- Em função de ser um destino de preço justo (barato);
- Por ser um destino novo - Novidade (turistas são curiosos, já conhecem outros roteiros);
- Devido a oferta enoturística – vinícolas e vinhedos;
- Pelo *terroir* propício para elaboração dos espumantes – Denominação de Origem;
- Devido ao fato de aqui serem recebidos pelos proprietários ou receberem um atendimento diferenciado;
- Por ser um destino de turismo brando;
- Pela hospitalidade e simplicidade.

E se Pinto Bandeira fosse uma pessoa, o que ela seria (sexo)?

Respostas: Mulher (jovem)

E o seu perfil? Respostas:

- Honesta
- Linda
- Acolhedora
- Diferentes formas
- Gostosa
- Encantadora
- *Pintosona*
- Versátil

- Determinada
- Ativa
- Sonhadora
- Esperançosa
- Inspiradora
- Eclética
- Egoísta
- Criança – está na infância
- Humilde
- Com forte base cultural
- Atraente
- Bela Adormecida que está despertando
- Cidade do 'lá tinha'
- Uma jovem mulher
- Visual
- Acanhada, tímida, encabulada
- Forte coração (centro convergente)
- Cheirosa
- Sabe viver os momentos

Quais os principais atributos? Respostas:

- Tem algo a oferecer
- Cativante – faz com que retorne
- Encanto próprio – diferenciada
- Elegância da simplicidade
- Singeleza
- Autêntica
- Com história
- Personalidade própria
- Tranquila
- Rústica e moderna ao mesmo tempo
- Chamosa
- Caprichosa
- Bela por natureza
- Emana a paz
- Natural (permite ouvir os pássaros e ver as estrelas...)
- Conservada (casas e jardins)
- Qualidade de vida (em todas as gerações)
- Harmonia
- Convivência
- Interessante

- Alegre, festiva

Com base nestes depoimentos colhidos durante a Oficina e, ainda, com a observação da consultora, nas visitas feitas, elaborou-se o Posicionamento de Pinto Bandeira.

POSICIONAMENTO PARA PINTO BANDEIRA
Localizada na Região Uva e Vinho, Serra Gaúcha, Pinto Bandeira se destaca pela paisagem de altitude e pela cultura da imigração italiana. Pequeno e acolhedor município, onde se pode brindar com os melhores espumantes aqui elaborados, observando a floração dos pessegueiros e ameixeiras, ou simplesmente, caminhar pelo centro da cidade, ouvindo o badalar dos sinos do Santuário Mariano. Há um encanto próprio, a beleza da simplicidade e da singeleza, que toca a todos que visitam Pinto Bandeira, motivados pelos eventos ou pelas experiências turísticas aqui ofertadas, com o cuidado de quem quer receber um turista que busca por vivências autênticas.

Aspectos Impulsionadores e Limitadores (Análise SWOT)

O grupo que participou da Oficina de Planejamento do Turismo elencou as Forças e Fraquezas, bem como as Ameaças e Oportunidades, visando o desenvolvimento da atividade turística no município. As fraquezas foram encaradas como oportunidades de melhoria e deverão privilegiar ações visando à alteração do status.

As Ameaças e Oportunidades foram construídas posteriormente, com a análise da conjuntura regional, nacional e internacional, elaborada pela consultora.

ANÁLISE SWOT	
PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
• Espumantes qualificados • Vinícolas reconhecidas • Cooperativa São João e Aurora • Arquitetura das casas e construções (cemitério – Passarin e outros, fornos, capitéis, etc) • Denominação de Origem (Espumantes) • Existência da Asprovinho • Paisagem natural diferenciadas • Caminho das roseiras • Floração do pêssego e da ameixa – produção de frutas diversas • Colheita da uva, bem como a poda • Colheita do pêssego (produto distinto, com sabores diferenciados) • Segurança – é possível caminhar nas ruas • Grutas (N. Sra de Lourdes e Passarin) • Inverno característico e verão ameno • Eventos (Festa da Padroeira e procissão encenada...) • Divulgação dos eventos (especialmente interna) • Turismo religioso (1º Santuário Mariano do RS) – Capelas e cemitérios antigos – Construção do Caminho dos Santuários (juntamente com Santo Antônio e Caravagio), bem como as capelas	• Falta de restaurantes (escassez) • Necessidade de estruturar os restaurantes – principalmente aos finais de semana e oferta de comidas típicas – identificar os pratos típicos regionais • Precariedade na estrutura de hospedagem – modernizar e qualificar (qualidade do café da manhã, da cama, etc...) • Falta de placas (na BR) • Falta de sinal wifi (internet) • Sistema de telecomunicações deficitário (telefonía) • Ausência de um pórtico para identificar o município • Ausência de um monumento que represente os produtos locais: pêssego e espumante • Ausência de marketing turístico, visando atrair mais turistas • Não é aproveitada a paisagem como atrativo turístico • Qualidade das estradas –manejo e pavimentação • Vindima pouco explorada, bem como a colheita do pêssego • Não se exploram os recursos naturais • Grande parte da população não conhece a história e a oferta turística do município (atrativos e serviços), nem sobre as características de seus

• Grupo de Teatro 'Urta con la panza' e coral Ricordo del Paese • Patrimônio histórico imaterial • História do Vin del Tchodo • Paisagem – mata atlântica + vinhedos + pessegueiros • Festa do Pêssego – escolha da rainha (próxima edição em 2019) – unir com Festa do Espumante • Descoberta de existência de águas termais • Empresas reconhecidas individualmente • Novas vias sendo pavimentadas • Alternativas para eventos de pequeno porto em empreendimentos • Atrativos reconhecidos pela qualidade • Restaurantes com propostas diferenciadas • Potencial de novos empreendimentos • Aumento de ciclistas no município • Artesanato • Qualidade de vida • Reunião – Oficina de planejamento – Consultoria • Fácil acesso ao poder público – envolvimento do setor público • Interesse da comunidade pelo turismo • Reabertura da Associação dos Produtores de Pêssego • Estarmos entre os 11 da CremaBento • Existência de três pousadas • Enoturismo • Existência de três restaurantes e cafés • Geografia do município – paisagem de vales, montanhas e serra • Museu Sueco (Vilma Tasca) • Museu do Lucindo Pavan • Qualidade da educação • Limpeza da cidade • Separação e reciclagem do lixo • Praça central • Cascata dos Amores • Ponte de Pedra	produtos • Carência de oferta de transportes – ônibus e táxis, bem como Uber • Falta de um guia turístico, de um site e outros, para informações e agendamento • Carência de sinalização (vias e atrativos) física e virtual • Falta de um CAT – Centro de Atendimento ao Turista • Falta de um lugar específico para eventos (centro de eventos) • Ausência da oferta de AIRBN • Falta de envolvimento das empresas com a comunidade (especialmente as vinícolas) • Falta de maior utilização das mídias sociais • Falta de ações visão maior entendimento dos roteiros • Qualificação dos profissionais que atendem aos turistas • Falta de união dos empreendimentos • Estruturação e exploração de outros caminhos de acesso • Falta de segurança 24 horas • Falta do Comtur • Via asfáltica regular • Necessidade de pavimentar entre Pinto Bandeira e São Pedro • Falta de divulgação • Falta de organização para a alta temporada de turistas (junho/julho) • Não exploração da florada • Falta de projetos para captação de recursos federais (incentivo à cultura e infraestrutura) • Falta de apoio do setor privado (coletividade) • Burocracia para liberação de verbas – AMEAÇA • Baixo número de turistas no município • Falta de qualificação para o atendimento aos turistas • Falta de incentivo fiscal para o empreendedor • Falta de padrão na coleta de dados da informação – fluxo e perfil de turistas
---	--

• Histórica do Paco • Usina Hidrelétrica 14 de Julho (Ceran) • Belvedere dos Tomasin • Hino de Pinto Bandeira • Agroindústrias (cachaçaria, vinho colonial, suco, geleias...) • Câmaras Frias •	• Limpeza das vias • Ausência de um museu com a história do município • Poucas oficinas de atualização e conhecimento sobre a cultura local e outros • Perda de costumes (cultura). Perda do 'tálian' • Pouca participação da população local nos eventos • Ausência de postos de gasolina abertos nos domingos à tarde • Falta de estrutura para acessar e usufruir a Cascata do Rio 20, bem como a Sede Campestre do Rosário • Ponto de ônibus da praça não qualificado • Falta de área verde nas escolas • Trânsito ao redor da praça confuso • Falta de apropriação da história do Paco • Comercialização de produtos 'Paraguaí' na praça • Falta de uma feira de produtos ecológicos na praça • Banheiro público (qualificar e sinalizar) •
---	--

OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
• Clima • Ano eleitoral – aproveitar o desejo de eleição ou reeleição dos candidatos e solicitar apoio aos projetos – • Eleições podem trazer políticos que apoiem mais o turismo • Verbas federais e estaduais, liberadas por meio de projetos • Interesse de investidores externos • A percepção dos destinos emissores de um destino próximo (proximidade) • Integração dos destinos turísticos regionais • Parcerias e políticas públicas de integração • Interesse da mídia estadual e nacional por temas como frio e espumantes • Interesse do brasileiro por espumantes • Existência de verbas e editais públicos e privados • Desenvolvimento turístico regional	• Condições climáticas limitando a realização de eventos ou mesmo danificando acessos etc. Condições climáticas afetando os eventos • Febre amarela e outras doenças (dengue, zica, etc) • Interesse de um público não qualificado e vândalo pelo município (possibilidade) • Eleições estaduais e federais (podem trazer ainda mais perdas para o turismo) • Falta de interatividade por parte dos municípios da região e integração dos circuitos • Falta de ações concretas no âmbito regional • Desenvolvimento econômico regional (economia em crise) – economia pautada na produção rural e deixando pouco valor agregado ao município • Faltam verbas específicas para eventos • Crise política e institucional

• Atrativos fortes • Força dos Caminhos de Pedra (ao lado) • Fluxo turístico já existe na Serra Gaúcha • Dólar alto (estímulo ao turismo interno) • Interesse da mídia por novidades	• Crise financeira • Dólar estável (estímulo ao turismo internacional) • Violência e falta de segurança no Brasil e RS •
--	---

Plano de Ações

O Plano de Ações que compõe o Plano de Desenvolvimento do Turismo e Plano de Marketing de Pinto Bandeira (2018-2022) foi construído durante a Oficina realizada em 18/04/2018, com a contribuição de todos participantes, e, ainda, contou com a complementação da consultora e revisão da Prefeitura Municipal – SMCT. O mesmo está estruturado de acordo com as dimensões trabalhadas. Foi proposta, posteriormente, a fusão dos eixos Turismo e Economia Local. A prioridade vai de 1 a 5, sendo 5 a mais urgente e importante e, em ordem decrescente, a 1 a menos urgente e importante. O presente Plano deverá ser avaliado e monitorado pelo Conselho Municipal de Turismo – Comtur.

Infraestrutura e Acesso					
<i>O que fazer</i>	<i>Quem faz</i>	<i>Quando fazer</i>	<i>Prioridade</i>	<i>Recurso</i>	<i>Situação</i>
Criar uma comitiva para ir ao Governo do Estado, para ser resolvido imediatamente o problema de acesso.	Prefeitura e empreendedores	Junho 2018	4	Próprio	
Executar obra na rodovia que liga São Pedro a Pinto Bandeira (parcialmente).	Prefeituras de PB e BG	Final 2018	4	Próprio	
Captar recursos para pavimentação da rodovia que liga São Pedro a Pinto Bandeira (parcialmente).	Prefeituras de PB e BG	2019	4	RS	
Solicitar ao Poder Público Estadual – Daer – sinalização das vias estaduais. Pressionar governantes VRS 855.	Prefeitura e empreendedores	Junho 2018	4	RS	
Executar a sinalização do interior e vias internas do município (fazer projeto e executar). Indicar os diferentes caminhos (ida e volta).	Prefeitura	2019	4	Próprios	
Definir o pórtico e, junto a ele, colocar um Centro de Atendimento ao Turista. Ou estudar um projeto com características típicas/culturais e pessoal qualificado (promover capacitação). Implantar um monumento que identifique a identidade do município.	Prefeitura	2019	3	Mtur Próprios	

Fazer parceria com o Centro de Atendimento ao Turista do Barracão (Bento Gonçalves), com estagiários pagos em parceria com Pinto Bandeira.	Prefeitura e Asprovinho	Imediata	5	Próprios e parceria	
Cobrar das empresas provedoras de comunicação (internet e telefonia) para qualificarem o sinal em Pinto Bandeira.	Prefeitura e empreendedores	Imediata	5	Próprios e parceria	
Buscar informações para fornecer incentivo fiscal ao empreendedor, dentro da legalidade.	Prefeitura e empreendedores	Imediata	3	Próprios e parceria	
Ativar as câmaras de monitoramento de PB e ver a possibilidade de ter mais policiais na cidade.	Prefeitura e empreendedores	Imediata	5	Próprios e parceria	
Organizar todos os atrativos e produtos turísticos. Fazer projeto de sinalização. Contratar empresas para implantação da sinalização turística e cotizar investimento.	Prefeitura e empreendedores	2019	5	Próprios e parceria. Buscar recursos.	
Manter as roçadas e coleta do lixo.	Prefeitura e comunidade	Permanente	5	Próprios e parceria	
Sensibilizar a população sobre a destinação do lixo.	Prefeitura e comunidade	Permanente	5	Próprios e parceria	
Sinalizar as faixas de segurança.	Prefeitura	Permanente	4	Próprios	

Turismo e Economia Local / Sustentabilidade Políticas Públicas e Cooperação Regional					
<i>O que fazer</i>	<i>Quem faz</i>	<i>Quando fazer</i>	<i>Prioridade</i>	<i>Recurso</i>	<i>Situação</i>
Criar o Conselho Municipal de Turismo.	Prefeitura	Imediata	5	Próprio	
Reunir os restaurantes locais para que façam a promoção de Pinto Bandeira em conjunto.	Prefeitura e empreendedores	2019	5	Próprios e parceria	
Promover ações de promoção dos produtos e serviços turísticos de PB.	Prefeitura e empreendedores	2019	5	Próprios e parceria	

Promover cursos profissionalizantes, para qualificar o atendimento nos empreendimentos turísticos e no setor público.	Prefeitura e empreendedores	2019	5	Próprios e parceria	
Manter o foco no desenvolvimento do turismo de PB.	Prefeitura e empreendedores	Imediata	5	Próprios e parceria	
Contatar as Câmaras Frias para identificar o interesse em desenvolver o turismo. Divulgar em conjunto aos outros atrativos (Asprovinho).	Prefeitura, Asprovinho e empreendedores	Imediata	5	Próprios e parceria	
Estimular empreendedores para abertura de negócios ligados ao turismo.	Prefeitura e empreendedores	Permanente	4	Próprios e parceria	
Criar parcerias com agências para pacotes – roteiros em Pinto Bandeira.	Prefeitura e empreendedores	2019	4	Próprios e parceria	
Incentivar novos empreendimentos hoteleiros (incentivos fiscais).	Prefeitura e empreendedores	Imediata	5	Próprios e parceria	
Estimular a população a fazer cadastro no AIRBNB. Trazer casos de sucesso para se apresentarem (quebrar mitos).	Prefeitura e empreendedores	Imediata	5	Próprios e parceria	
Desenvolver, junto à Asprovinho, palestras e cursos, para sensibilização da comunidade e educação para o turismo. Incentivar as crianças (educação em sala de aula e projetos).	Prefeitura e empreendedores	Permanente	5	Próprios e parceria	
Promover oficinas de artesanato para crianças.	Prefeitura e empreendedores	Anualmente	3	Próprios e parceria	
Criar um grupo no whats app, para troca de informações sobre o turismo.	Prefeitura e empreendedores	Imediata	5	Próprios e parceria	
Incentivar empreendedores para abrirem aos finais de semana e feriados. Fazer escalas mensais.	Prefeitura e empreendedores	Permanente	5	Próprios e parceria	
Divulgar os empreendimentos abertos aos finais de semana e feriados.	Prefeitura e empreendedores	Permanente	5	Próprios e parceria	
Sensibilizar o trabalhador para que se mantenha atualizado.	Prefeitura e empreendedores	Permanente	3	Próprios e parceria	
Criar oficinas e cursos de aperfeiçoamento para os trabalhadores, juntamente com a Prefeitura.	Prefeitura e empreendedores	Anualmente	5	Próprios e parceria	

Sensibilizar a comunidade sobre o poder da união. Criar eventos e palestras com casos de sucesso de empreendimentos e roteiros.	Prefeitura e empreendedores	Permanente	5	Próprios e parceria	
Retomar o projeto de turismo religioso.	Prefeitura e Atuaserra	Anualmente	4	Próprios e parceria	
Criar um projeto de turismo rural – rotas e Turismo Ativo (bike, caminhada, corrida)	Prefeitura e empreendedores	2019	5	Próprios e parceria	
Fundar um Museu Histórico e Cultural do Município. Fazer parceria com Lucindo Pavan.	Prefeitura e empreendedores	2019	5	Próprios e parceria	
Sensibilizar a população para participar e valorizar os eventos do município.	Prefeitura e comunidade	Permanente	5	Próprios e parceria	
Capacitar Condutores Locais de Turismo, para guiar o turista (roteiros).	Prefeitura e empreendedores	Setembro 2018	4	Próprios e parceria	
Fomentar a produção orgânica no município. Organizar a visitação aos produtores.	Prefeitura e comunidade	Permanente	5	Próprios e parceria	

MARKETING E PROMOÇÃO DO DESTINO					
<i>O que fazer</i>	<i>Quem faz</i>	<i>Quando fazer</i>	<i>Prioridade</i>	<i>Recurso</i>	<i>Situação</i>
Criar parceria com a Prefeitura, para se promover conjuntamente os produtos e serviços turísticos locais.	Prefeitura e comunidade	Permanente	5	Próprios e parceria	
Promover uma oficina de capacitação (pessoas locais que conheçam os pontos falam para os locais). História, turismo...	Prefeitura e comunidade	Permanente	5	Próprios e parceria	
Divulgar os eventos na mídia regional. Aproveitar as oportunidades de mídia espontânea (ex.: agenda RBS).	Prefeitura e comunidade	Permanente	5	Próprios e parceria	
Famtoours internos. Promover visitas dos próprios moradores aos produtos turísticos locais.	Prefeitura e comunidade	Permanente	5	Próprios e parceria	
Criação da marca turística do município.	Prefeitura e parceiro	2017	5	Próprios e parceria	Buscar patrocínio de empresa
Elaborar calendário de eventos, distribuídos nas 4 estações.	Prefeitura	Permanente	5	Próprios	Preparar calendário 2019

Fazer um vídeo promocional de curta duração, para veiculação nas mídias digitais (podem ser vários vídeos)	Prefeitura e parceiros	2018	3	Próprios	-
Assessoria de imprensa / Relações Públicas. Avaliar se um/a funcionário/a da Prefeitura tem perfil para acompanhar e criar ações, gerar matérias e exposição da marca.	Prefeitura	Permanente	5	Próprios / empresários	
Fortalecer a relação com formadores de opinião para se tornarem embaixadores do destino. Criar lei ou agir informalmente.	Prefeitura	Permanente	3		
Cadastrar todos os empreendimentos e atrações turísticas no TripAdvisor.	Prefeituras e empresários	Permanente	5	Próprios	Buscar mais apoio do trade local para ação.
Criar e gerenciar o marketing digital: Fanpage, Instagram e outros.	Prefeitura e empresários	Permanente	5	Próprios / trade	
Criar um site específico para o turismo. Destino Pinto Bandeira	Prefeitura e parceiros	2018	5	Próprios	
Criar e imprimir material de promoção turística: folder, flyer, pôster, banner	Prefeitura e parceiros	2018	5	Próprios	
Fazer promoções dirigidas ao turista potencial.	Prefeitura e empresários	Permanente	4	Próprios	
Estabelecer um calendário de eventos do setor em que PB participará, promovendo o destino. Preparar um Kit promocional e estimular a participação dos empresários	Prefeitura e empresários	Permanente	4	Próprios / setor privado	
Realizar famtour para agências de turismo de Bento, Gramado, Caxias e Porto Alegre.	Prefeitura e empresários	2018	4	Próprios	
Realizar presstrips para imprensa e blogueiros do turismo. Estabelecer um calendário estratégico (ver calendário de eventos) e buscar parcerias para viabilizar.	Prefeitura e empresários	2018	4	Próprios	
Criar nomes e ações para as quatro estações	Todos	2017	4	Próprios	
Construir relacionamento com a mídia regional e estadual. Convidar jornalistas foco.	Todos	Permanente	3	Próprios	
Realizar evento de lançamento da proposta que está sendo construída, com nova marca e material de promoção.	Todos	2018	5	Próprios	
Valorizar a produção associada ao turismo, especialmente as artes (música e dança), criando espaços para sua apresentação valorizada.	Prefeitura	Permanente	4	Próprios	

Estabelecer parcerias para se qualificar as informações turísticas, com estabelecimentos do centro como pontos de informação (farmácias, postos de gasolina, cafés etc.)	Prefeitura	Permanente	3	Próprios	

POLÍTICAS PÚBLICAS E COOPERAÇÃO REGIONAL					
<i>O que fazer</i>	<i>Quem faz</i>	<i>Quando fazer</i>	<i>Prioridade</i>	<i>Recurso</i>	<i>Situação</i>
Ampliar recursos para o Turismo. Captar recursos federais.	Legislativo / Executivo	Permanente	5	Próprios	Articular.
Dotar a Secretaria Municipal de Turismo e Cultura de um quadro técnico suficiente e capacitado.	Prefeitura	2018	5	Próprios	Dentro das limitações financeiras. Falta uma pessoa para o turismo.
Encaminhar o presente Plano para que seja avaliado pela Câmara de Vereadores e transformado em Lei, visando sua permanência, transformando-se num Plano do Destino.	Prefeitura	2018	5	Próprios	O Plano deve ser revisado e atualizado anualmente.
Fortalecer o relacionamento com as instâncias regionais de turismo, tais como Segh, Atuaserra, Ibravin e outros, visando captar recursos, capacitações e promoção para o município.	Todos	Permanente	4	Próprios e parceiros	Articular.
Manter a boa relação com o Governo Estadual e Governo Federal e estar atento para as oportunidades de captar recursos, capacitações e promoção para o município.	Prefeitura	Permanente	5	Próprios	Articular parceria e presença.
Fortalecer programas entre as cidades irmãs, <i>gemellaggio</i> - articular novos. Elencar interesses em outros países e no Brasil	Prefeitura	2018 Permanente	4	Próprios	

Integrar-se à Associação Internacional de Enoturismo (Aenotur)	Prefeitura	2018 Permanente	3	Próprios	
Fortalecer a Asprovinho	Prefeitura Asprovinho	2018	4	Próprios	
Desenvolver e participar de projetos regionais – Atuaserra. Participar da 1ª Colônia de Imigração Italiana	Prefeitura / Atuasserra	Permanente	3	Próprios	Quais projetos em andamento?
Programa de integração dos empresários locais, famtour interno, endomarketing. Desvendando o próprio município e sua oferta turística.	Prefeitura e empresários	2018	3	Próprios	
Realizar pesquisa e monitoramento sobre fluxo e perfil de turistas, bem como sobre a satisfação dos mesmos.	Prefeitura e empresários	Permanente	3	Próprios / setor privado	Ver Observatório RS e Atuaserra.
Utilizar o grupo de WhatsApp para que sejam divulgados relatórios mensais sobre ações e resultados do turismo	Prefeitura e empresários	Permanente	3	Próprios / setor privado	Desenvolver a ferramenta.
Ativar o Conselho Municipal do Turismo, que terá o compromisso de monitorar o presente Plano.	Prefeitura	2018	5	Próprios	Urgente
Implantar a educação do turismo nas escolas do município, atuando transdisciplinarmente, por meio de projetos anuais. Implementar programa nas escolas junto com os diretores, professores e alunos, para valorização e inclusão do turismo. Ver projeto <i>Pulando Janelas</i> da Atuaserra.	Prefeitura	2018 Permanente	5	Próprios	
Estudar a implantação de leis de incentivo ao empreendedorismo, bem como à inovação.	Prefeitura	2018	3	Próprios	

Estabelecer calendário de reuniões com os empresários e interessados no desenvolvimento do turismo, formando grupos temáticos, se necessário.	Prefeitura	2018 Permanente	4	Próprios	
Criar uma coleção de artesanato local, valorizando a identidade, por meio de peças mais vendáveis.	Prefeitura Atuaserra	2018	3	Próprios Atuaserra	Consultora Tina e Lui.
Qualificar a presença na oferta turística regional, se integrando aos roteiros, fortalecendo a presença e visibilidade.	Prefeitura	Permanente	3	Próprios	
Educar para a compreensão da DO Pinto Bandeira. Realizar Dia de Campo para reconhecimento das vinícolas e agroindústrias.	Prefeitura e Asprovinho	Permanente	5	Próprios e parceria	
Criar uma Lei para Ponto de Táxi e funcionamento do Uber.	Prefeitura e empreende dores	2019	5	Próprios e parceria	
Aumentar o incentivo à Cultura. Criar projetos de incentivo à cultura e ao turismo.	Prefeitura e empreende dores	2019	4	Próprios e parceria	
Padronizar o atendimento e qualificar a oferta dos meios de hospedagem. Buscar parceria com Segh e Sebrae. Fazer auditorias.	Prefeitura e empreende dores	Agosto 2018	5	Próprios e parceria	
Realizar Prestação de Contas (anualmente), com a apresentação das ações do turismo.	Prefeitura e empreende dores	No início de cada ano	3	Próprios e parceria	
Aproveitar a associação à Atuaserra e ao Segh. Fazer mais parcerias.	Prefeitura e empreende dores	Permanente	4	Próprios e parceria	

Roteiro de Visitação Sugestão 16 e 17 de junho

O Grupo responsável pelo Marketing ainda elaborou uma sugestão de visita às propriedades de Pinto Bandeira, que será realizada pela Consultora, visando contribuir com o município, numa contrapartida da contratação, por meio da construção de uma apresentação da oferta turística local. A sugestão foi aprimorada pela Secretaria de Turismo.

Dia 15/06 (sexta-feira)

Cachaçaria Santin (3455 6283)

Sabores do Vale (3455 6283)

Agroindústria Sabores da Montanha (3455 7365) – não poderá receber pois estará na Expobento

Museu Sueco (9 9138 4095)

Câmaras Frias (Rizzardo) (9 9972 4615)

Museu de Lucindo Pavan (3455 7383)

Pôr do Sol, jantar e hospedagem na Don Giovanni (3455 6293)

Dia 16/06 (sábado)

Vinícola Terraças (9 9970 6029)

Almoço no Champenoise (9 9660 3382)

Ponte de Pedra

Ponte de Ferro

Vinícola Valmarino (3455 7474)

Cave Geisse (3455 7462)

Cascata dos Amores e Fornasier

Pousada Fornasier

Dia 17/06 (domingo)

Casa das Artesãs (D. Margarida) (3452 1665)

Centro de PB – Santuário, Torre da Igreja, Sala de Promessas e Praça

Almoço no Colheita e Pousada Elida (3468 0057)

Gruta – passeio Linha Burati e Rio das Antas

Empório Castelumare com tábua de frios (3455 7367)

Calendário de Eventos

Um dos grupos da Oficina de Planejamento do Turismo ficou responsável por revisar o Calendário de Eventos do município e sugerir novos eventos. Posteriormente, a consultoria inseriu algumas sugestões.

CALENDÁRIO DE EVENTOS					
Evento	Quem faz	Quando fazer	Prioridade	Recurso	Situação
Seguir realizando e qualificar os eventos existentes: - Festa do Pêssego e do Espumante (bianual) – retomar - Dia do Vinho - Rústica municipal <i>La Sfida</i> (duas edições por ano) - Romaria e Festa de N. Sra do Rosário, e procissão com encenação temática, com bênção das rosas - Pinto Stock	Iniciativa Privada e Prefeitura	Anual Iniciar em 2019	5	Próprios Parceiros Patrocínios	
Criar novos eventos, junto à comunidade: - Explorar a vindima - Fazer um filó para os turistas - Noite Borbulhante ou Noite do Espumante (ver registros de marca já existentes) – sexta, sábado e domingo – duas edições por ano (maio e agosto). Estabelecimentos abertos, Food trucks, venda de taças de espumantes, juntar todos os estabelecimentos e encontrar tudo o que tem (inclusive o comércio aberto - desfiles).	Iniciativa Privada e Prefeitura	Anual Iniciar em 2019	5	Próprios Parceiros Patrocínios	
Criar parceria para divulgação de eventos. Ofertar os locais para realização de eventos.	Iniciativa Privada e Prefeitura	Permanent e	5	Próprios Parceiros Patrocínios	
Retomar a Festa do Pêssego e do Espumante. Avaliar nome e formato.	Iniciativa Privada e Prefeitura	Anual Iniciar em 2019	5	Próprios Parceiros Patrocínios	

Comtur – monitorar os eventos	Iniciativa Privada e Prefeitura	Anual Iniciar em 2019	5	Próprios Parceiros Patrocínios	
Resgatar a história do ‘El Vin del Tchodo’, aproveitando a lei do Vinho Colonial. Criar Festival com gastronomia, teatro, artesanato, vinhos e espumantes.	Iniciativa Privada e Prefeitura	Anual Iniciar em 2019	5	Próprios Parceiros Patrocínios	
Qualificar os espaços para eventos e dotá-los de infraestrutura (internet e equipamentos).	Iniciativa Privada e Prefeitura	2019	5	Próprios Parceiros Patrocínios	

Com relação aos eventos, entende-se que é necessário realizar mais alguns eventos de pequeno porte, numa parceria público-privado, visando estimular o fluxo de turistas e obtendo mídia espontânea, mantendo Pinto Bandeira lembrado. Estes eventos podem acontecer nas empresas (individuais) ou na Praça (coletivos), ou em espaços públicos ou de entidades, fechados. Sugere-se:

Eventos privados (realizados nas empresas que atuam no turismo):

- Jantares temáticos – Os restaurantes e outros empreendimentos que oferecem gastronomia podem realizar, ao longo do ano, jantares tematizados de acordo com a estação ou a data.
- Cursos de degustação – as vinícolas, em suas propriedades ou em parceria com restaurantes, podem ofertar cursos de degustação, de acordo com a estação ou a data, tematizando a atividade. Por exemplo, no dia dos namorados, ofertar uma degustação para casais, com luz de velas.
- Cursos de culinária – os restaurantes podem ofertar cursos de preparo dos pratos tradicionais
- Encontros Enogastronômicos + Cinema – podem ser realizadas parcerias com promotores consagrados, para a realização destes.
- Piqueniques – organizar refeições ao ar livre, visando aproveitar as belas paisagens.
- Passeios de bicicleta pelos vinhedos + degustação de vinhos – organizar passeios ciclísticos diferenciados, passando pelas vinícolas.

Eventos em parceria (público-privada):

- Passeios ciclísticos – vários grupos realizam passeios pela região e, inclusive, por Pinto Bandeira. Convidar os grupos de ciclistas locais/regionais para o planejamento dos passeios e a inclusão no calendário de eventos turísticos.
- Caminhadas – Da mesma forma, convidar os grupos que promovem caminhadas e organizar o calendário de realização. Propor inovação e tematização. Por exemplo, Caminhada do Florescer dos Pêssegos.

- Corridas – Igualmente, convidar os promotores para a construção de um calendário de eventos e tematizar.
- Eventos musicais – com premiadas iniciativas no município, promover mais eventos deste perfil, valorizando os talentos locais. Pode-se somar a feira de produtos locais.
- Saraus culturais – o município possui uma cultura fortalecida, como foi expresso pelos participantes da Oficina de Planejamento. Aproveitar este interesse e promover encontros de poetas, escritores, cantores, musicistas, etc. Convidar artistas da região e realizar em ambientes fechados ou abertos, de acordo com a estação.
- Feiras de produtos orgânicos e artesanais. Divulgar as feiras existentes para o turista. Ampliar as mesmas e levá-las para as áreas urbanas (abertas).

Em face de seus importantes efeitos econômicos, sociais, ambientais, políticos e culturais, o Turismo, organizado e planejado, é poderoso instrumento de aceleração ou complementação do processo de desenvolvimento.

(BENI, 1998, p. 120)

Monitoramento - Conclusão

É fundamental que as ações desenvolvidas sejam registradas e que se organize uma forma de coleta de dados, visando identificar o acerto, ou não, das estratégias adotadas, visando o desenvolvimento do turismo.

Será necessário o trabalho da SMCT, no sentido de coletar as informações sobre número de visitantes nos empreendimentos e eventos turísticos. Por outro lado, os empresários e promotores de eventos deverão se comprometer em repassar os dados. Inclui-se, neste sentido, a taxa de ocupação hoteleira.

Outro fator será monitorar o próprio Plano de Desenvolvimento do Turismo, verificando se as ações estão sendo desenvolvidas. Assim, torna-se fundamental a estruturação do Conselho Municipal de Turismo que terá esta função.



Todos deverão trabalhar com o mesmo foco, que seja, a realização das ações propostas conjuntamente no presente plano.

Assim, sugere-se criar e implantar indicadores do turismo:

- Fluxo de turistas (medir nas vinícolas, hotéis, eventos, ...);
- Ocupação hoteleira (SMCT deverá solicitar taxa de ocupação mensalmente);
- Número de empregados do setor turístico (medir em hotéis, restaurantes, agências, mas também ver o impacto no artesanato, comércio, etc);
- Criar um concurso público para Startups apresentarem proposta para monitoramento do fluxo e perfil do turista;

- Ter uma série histórica;

*Um lembrete: As pessoas não decidem vir à sua empresa, decidem vir ao território.
Vocês devem divulgar o seu território!*

Referências

- FÁVERO, Ivane M. R. Políticas de Turismo: Planejamento na Região Uva e Vinho: EDUCS, 2006.
- MINISTÉRIO DO TURISMO. Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores, Brasília, 2010.
- MINISTÉRIO DO TURISMO. Anuário Estatístico 2014. Volume 41. Ano base 2013.
- MINISTÉRIO DO TURISMO. *Plano Aquarela*: Marketing turístico internacional do Brasil. Relatório executivo. Metodologia e Coordenação: Chias Marketing. Ministério do Turismo. 2005.
- SEBRAE; CNTUR. Pesquisa do perfil do turista e dos segmentos de oferta, 2012.
- SEBRAE. Boletim de Tendência do Turismo. Junho 2014.
- SEBRAE. Boletim de Tendência do Turismo. Junho 2015.
- SEBRAE. *Índice de competitividade do turismo nacional* (Recurso eletrônico): destinos indutores do desenvolvimento turístico regional : relatório Brasil 2014 / Coordenação Luiz Gustavo Medeiros Barbosa. – Brasília, DF : SEBRAE, 2014.
- ABAV http://www.abav.com.br/texto.aspx?id=1&id_area=1
- ABBTUR <http://www.abbtur.org.br/abbtur/conteudo.asp?cod=1>
- EMBRATUR <http://www.embratur.gov.br/piembratur-> Acessado em 13 de junho, às 15h. [new/opencms/historia/fundacao_estrutura.html](http://www.embratur.gov.br/piembratur-new/opencms/historia/fundacao_estrutura.html)
- ENVISION – <http://www.envisiontecnologia.com.br/principais-otas-brasil/>
- EPOCA <http://epoca.globo.com/vida/noticia/2015/02/bcompre-experiencias-be-nao-coisas.html>
- EUROMONITOR-
<http://go.euromonitor.com/rs/euromonitorinternational/images/TheNewOnlineTravelConsumer.pdf>
- FOLHA UOL <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2014/01/1391988-gasto-de-turista-brasileiro-sobe-10-vezes-em-10-anos.shtml>
- FORUM GLOBAL <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2014-2015/>
- MIEREST, L; PINENT, M; MERLLO, M. *O Mercado de Trabalho do Turismo no Rio Grande do Sul: análise 2013*. Disponível em <http://www.turismo.rs.gov.br/conteudo/2931/artigo-trabalho-e-emprego-no-turismo-gaucho---2013>
- OBSERVATÓRIO DO TURISMO DO RS. Relatórios disponíveis em <http://www.turismo.rs.gov.br/lista/410/Dados---Observatorio-de-Turismo>
- OMT – Panorama OMT del Turismo Internacional, 2014 – http://dtxtg4w60xqp.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_annual_report_2014.pdf
- OMT - <http://www2.unwto.org/es>

Mais informações em:

No site da Prefeitura <http://www.pintobandeira.rs.gov.br/>

No TripAdvisor https://www.tripadvisor.com.br/Attractions-g3844590-Activities-Pinto_Bandeira_State_of_Rio_Grande_do_Sul.html

Zero Hora <https://gauchazh.clicrbs.com.br/comportamento/viagem/noticia/2017/06/com-duas-vinícolas-renomadas-pinto-bandeira-e-atracao-na-serra-9808657.html>

Zero Hora <https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/noticia/2012/10/vinícolas-de-pinto-bandeira-na-serra-concentram-a-producao-de-espumantes-3912233.html>

No site da Asprovinho <http://www.asprovinho.com.br/>

Na mídia:

<http://gazeta-rs.com.br/moradores-podem-participar-da-oficina-de-planejamento-de-turismo/>

ANEXOS

ANEXO 1 – DIAGNÓSTICO DA REGIÃO UVA E VINHO (ATUASERRA)

Ambiente Interno

Antes de se iniciar o desenvolvimento de um novo negócio do setor turístico, é importante que se conheça a região onde ele está inserido. Neste sentido, apresenta-se o *Perfil do Destino*, elaborado pelo Governo do Estado, por meio da Secretaria de Estado do Turismo e da Atuaserra (Associação de Turismo da Serra Nordeste), com a contratação da Prisma Consultoria, no ano de 2014. Um levantamento de informações, de ordem quantitativa e qualitativa, com uma visão do destino turístico Região Uva e Vinho/Serra Gaúcha.

O estudo foi atualizado pela consultora.

Diagnóstico Atual da Região Uva e Vinho

A Região Uva e Vinho possui uma das mais antigas governanças regionais do turismo do Brasil.

É formada por quatro macro roteiros, que são as microrregiões.

Foi a Região que trouxe o conceito de Turismo nas Quatro Estações.

“A Atuaserra, fundada em 25 de outubro de 1985, na Cidade de Caxias do Sul, teve como sócios iniciais onze Secretarias de Turismo dos municípios de Caxias do Sul, Antônio Prado, Flores da Cunha, Garibaldi, Farroupilha, Bento Gonçalves, Veranópolis, Serafina Corrêa, Nova Prata, Guaporé e São Marcos. Na ocasião pretendiam unificar suas ações voltadas à promoção dos atrativos da região dos vinhedos, de forma a fortalecer e resgatar o turismo, presente até a década de 50 e substituído pela atividade industrial, cujo apogeu deu-se na década de 70.

Seu primeiro Estatuto foi registrado em 26 de junho de 1986 e seus objetivos eram:

- Promover e congregar os órgãos de turismo da Serra Nordeste.
- Debater e sugerir medidas destinadas a promoção do desenvolvimento dos municípios membros.

- Promover o aperfeiçoamento dos métodos de trabalho e aplicação de uma política de desenvolvimento conjunto que salvasse os usos, os costumes e as tradições peculiares a cada município integrante.
- Estimular o intercâmbio com os demais órgãos de Turismo, bem como o interrelacionamento entre os municípios membros e destes com outras regiões.
- Viabilizar roteiros turísticos que integrem a região.
- Assessorar, quando solicitada, os eventos promovidos individualmente ou em conjunto pelos municípios membros.
- Elaborar, em conjunto, o calendário anual de eventos da região, compatibilizando - o e divulgando-o amplamente em todos os centros emissores de turistas.
- Reivindicar, junto aos órgãos competentes, condições de infraestrutura financeira, material e apoio técnico organizacional, apropriados ao desenvolvimento turístico da região.

Em 1995, já com 19 municípios integrantes, decidiu-se implantar uma contribuição mensal, incentivar a participação dos novos municípios que se originaram a partir dos processos de emancipação desta década. Hoje com 30 associados, contando também com a participação da iniciativa privada através dos Centros de Indústria e Comércio, Sindilijas e CDLs e os Sindicatos de Hotéis Restaurantes Bares e Similares da Região.

Desta forma, em 1997 foi eleito o primeiro Presidente da Atuaserra proveniente da iniciativa privada, que passou a dar o cunho de execução, capacitação, profissionalização da Entidade, estruturando-a e contratando profissionais para que desenvolvessem as ações de implementação e promoção da Região Uva e Vinho.

Entre suas ações estão a preocupação de planejar mecanismos que tragam o desenvolvimento sustentável para a região, que possui riquezas em aspectos naturais e culturais. As atividades se fundamentam no conhecimento técnico do local, a criatividade, a compreensão da realidade como um todo, os recursos financeiros disponíveis e o envolvimento ativo da comunidade alvo, em todas as etapas do trabalho.

Hoje, a Associação de Turismo da Serra Nordeste coordena as ações de desenvolvimento do turismo regional e mais, a sustentabilidade das comunidades, a manutenção da cultura e do ecossistema em potencial existente na região.

Negócio: Coordenação do Desenvolvimento do Turismo Regional

Visão: Ser percebida como a associação com padrão de excelência no desenvolvimento de projetos e programas, integrados e regionalizados.

Missão: Promover o desenvolvimento do turismo sustentável na Região Uva e Vinho através da articulação dos municípios, integração dos atores sociais e aporte de conhecimentos, buscando a melhoria da qualidade de vida nas comunidades envolvidas.”

Fonte: <http://www.serragaucha.com/pt/paginas/quem-somos/>

QUADRO DIAGNÓSTICO – PERFIL DO DESTINO	
Informações quanto ao Turismo	
MUNICÍPIOS	1. Ipê (não integra a governança regional, não possui COMTUR e FUNTUR) 2. Antônio Prado (integra da governança regional e possui Comtur / Funtur) 3. São Marcos (integra da governança regional e possui Comtur) 4. Nova Roma do Sul (integra da governança regional e possui Comtur / Funtur) 5. Nova Pádua (integra da governança regional e não possui COMTUR) 6. Flores da Cunha (integra da governança regional e possui Comtur / Funtur) 7. Caxias do Sul (não integra da governança regional e possui Comtur / Funtur) 8. Farroupilha (integra da governança regional e possui Comtur) 9. Barão (integra da governança regional e possui Comtur) 10. Carlos Barbosa (integra da governança regional e possui Comtur , recriando o seu Funtur) 11. Garibaldi (integra da governança regional e possui Comtur / Funtur) 12. Boa Vista do Sul (não integra da governança regional e não possui Comtur / Funtur) 13. Coronel Pilar(não integra da governança regional e não possui Comtur / Funtur) 14. Monte Belo do Sul(integra da governança regional e possui Comtur) 15. Santa Tereza (integra da governança regional e possui a APHAST: que substitui o Comtur e Funtur- por ser cidade tombada pelo IPHAN) 16. Bento Gonçalves(integra da governança regional e possui Comtur / Funtur) 17. Cotiporã(integra da governança regional e possui Comtur e está criando o Funtur) 18. São Valentim do Sul (não integra da governança regional e não possui Comtur / Funtur) 19. Guaporé (integra da governança regional e possui Comtur e está criando o Funtur) 20. Serafina Correa(integra da governança regional e possui Comtur) 21. Casca (integra da governança regional e possui Comtur) 22. Santo Antônio do Palma (integra da governança regional e possui Comtur criando o seu Funtur) 23. São Jorge (não integra da governança regional e não possui Comtur/ Funtur) 24. Vila Maria (não integra da governança regional e possui Comtur) 25. Guabijú (não integra da governança regional e não possui Comtur/ Funtur) 26. São Domingos do Sul (não integra da governança regional e não possui Comtur/ Funtur) 27. Paraí (não integra da governança regional e não possui Comtur/ Funtur) 28. Nova Araçá (integra da governança regional e não possui Comtur / Funtur) 29. Nova Bassano (integra da governança regional e possui Comtur /e Funtur em criação) 30. Nova Prata (integra da governança regional e possui Comtur /e Funtur em criação) 31. Protásio Alves (integra da governança regional e possui Comtur) 32. Vila Flores(integra da governança regional e possui Comtur / e Funtur em criação) 33. Vista Alegre do Prata (não integra na atual gestão a governança regional e possui Comtur inativo) 34. Fagundes Varela (integra da governança regional há 2 gestões e não possui Comtur) 35. Veranópolis (integra da governança regional e possui Comtur) 36. União da Serra (não integra da governança regional e não possui Comtur /Funtur) 37. Pinto Bandeira (está em processo de integrar a governança regional e possui Comtur/ Funtur na pasta turismo e cultura)

SEGMENTOS-ÂNCORA	1. Enoturismo 2. Turismo Rural 3. Turismo Cultural/Gastronomia/Religioso 4. Eventos (Feiras , Congressos e Convenções) e Negócios 5. Turismo de Natureza e Aventura 6. Saúde- Águas Termais
ATRATIVOS-ÂNCORA	1. Maria Fumaça 2. Turismo Religioso: Santuários de Caravaggio (Farroupilha) , do Divino Pai Eterno (Vila Flores), Igreja de São Pelegrino (Caxias do Sul) 3. Turismo de Compras - Varejo: Farroupilha, Guaporé e Carlos Barbosa 4.Vale dos Vinhedos 5. Caminhos de Pedra 6. Rota dos Espumantes 7.Tramontina (Carlos Barbosa e Farroupilha) 8. Termas e Longevidade: Veranópolis, Vila Flores e Nova Prata
OUTROS ATRATIVOS MAIS VISITADOS	• 9. Turismo de Natureza: Parques em Nova Roma do Sul, Bento Gonçalves . • Trilhas e Caminhadas: Criúva -Caxias do Sul, Bento Gonçalves, Nova Roma do Sul, Cotiporã ,Rafting: Nova Roma e Nova Pádua, Rapel, Cascading e Tirolesa: Farroupilha, Cotiporã, Nova Roma do Sul, Nova Pádua, Flores da Cunha e Bento Gonçalves • Cicloturismo: Bento Gonçalves • 11. Vinhos de Montanha: Pinto Bandeira • 12. Vinhos dos Altos Montes: Flores da Cunha • 13. Estrada do Sabor- Garibaldi/Via Orgânica (atualização da autora) • 14. Caminhos da Colônia • 15. Vale Trentino • 16. Cidades Históricas: Antônio Prado e Santa Tereza
PRODUÇÃO ASSOCIADA	• Artesanato: cestaria em palha de trigo e milho, vime, bordados, crochê, embalagens, pet work, madeira, cerâmica, pinturas em tecidos, vidros, madeira, alumínio, telas, biscuit, , macramê, frivolitê, bainha aberta, crivo, dentre outras; • Gastronomia da Imigração Italiana no Brasil, alta gastronomia (nacional e internacional); • Agricultura: Agroindústria familiar de farináceos, doces e geleias, laticínios, embutidos, bebidas, produtos orgânica, propriedades rurais, pequenas cantinas familiares; • Indústria: Promoção de eventos, Eventos, show Rooms, participação como condôminos e incorporadores de equipamentos de Hotelaria, Feiras e eventos de Negócios.

CALENDÁRIO DE EVENTOS	*Festa da Uva *Fimma Brasil *Movelsul *Fenavinho *Expobento *Fenachamp *Festqueijo • Romaria de Nossa Senhora do Caravaggio • Corpus Christie • Festa Nacional da Vindima • Mostra Flores • Feira de Inverno • Tempo de Vindima em Flores da Cunha • Mostra Guaporé, Intimasul e Serra Grife • Eventos Automobilísticos de Guaporé • Eventos por Municípios: Fenamassa, Noite Italiana, La Cocagna, Femaça, Festa do Pêssego, Fest In Veneto, Jantar Italiano, Jantar Orgânico, Festa do Basalto, Festival Internacional de Folclore, • Convenções nas áreas de medicina, contabilidade, segmentos da agricultura e vinhos dentre outras • Convenções : segmentos econômicos e negócios: Bento Gonçalves e Caxias do Sul
SERVIÇO DE ATENDIMENTO E INFORMAÇÕES AO TURISTA	Postos- CATs • Garibaldi • Bento Gonçalves, • Caxias do Sul • Antônio Prado • Vila Maria • Veranópolis • Cotiporã • Vila Flores • Nova Prata Demais estão Fechados (Flores da Cunha, Guaporé, Serafina Correa) ou não possuem.

QUADRO DIAGNÓSTICO – PERFIL DO DESTINO	
Informações quanto ao Mercado – Demanda e Oferta	
DEMANDA ATUAL Origem do mercado consumidor (geográfico e perfil de público)	Individuais- famílias e casais: Grande Porto Alegre Centro e Sul do Estado (Pelotas, Rio Grande, Santa Maria, Cachoeira do Sul) Vale do Taquari (Santa Cruz do Sul, Venâncio Aires, Candelária, Lageado, Estrela) Norte do Estado (Passo Fundo, Erechim, Carazinho, Santo Angelo, Ijuí,...) São Paulo e Estado de São Paulo Paraná, Santa Catarina, Goiás, Mato Grosso e mato Grosso do Sul, Nordeste. Turismo Regional: Caxias do Sul- é o maior emissor para os municípios do entorno Grupos: São Paulo e interior do Estado, Rio Grande do Sul (centro, sul, vale do taquari e centro -serra), Grande Porto Alegre Nordeste do país e Centro oeste do país Obs: dos grupos da Maria Fumaça - 50% hospedam-se na Região das Hortênsias.
MOTIVAÇÃO DOS TURISTAS O que vem procurar	Questões culturais, paisagens, clima de serra, enoturismo, lazer e negócios
SAZONALIDADE Maior e menor fluxo de turistas	Maior Fluxo: Maio, Junho, Julho, novembro, outubro, dezembro até a 1ª quinzena de fevereiro. Feriados e feriados Menor Fluxo: 2ª quinzena de Fevereiro, Abril, 2ª quinzena de agosto, setembro, outubro até 2ª quinzena de novembro, podendo variar de acordo com os eventos e feriados.
COMUNICAÇÃO Ferramentas usadas para promoção	Sites, Fan pages (Facebook), Folders, Revista On line, vídeos, News Letters, Revista Imprensa, Jornais, rádios e um alto índice "por indicação de amigos, familiares..." Atualmente, aplicativos.

RECEPTIVOS/COMENTÁRIOS	• Flores da Cunha: Terra Bella Turismo • São Marcos: Lobão Turismo de Natureza • Carlos Barbosa e Farroupilha: No Limits • Garibaldi: Viaggio Tour e HidroSport (ainda terceirizados, porém operam quando acessados pelos hotéis e pousadas) • Veranópolis: Tony Formaiari Turismo Receptivo • Guaporé: Karine Bonatto Turismo Receptivo e Navetur • Nova Roma do Sul: Cia Aventura • Bento Gonçalves: Agência Mundo do Vinho; Desafio Sul Assessoria e Turismo Aventura; Eficenzze Turismo Ltda; Felise Viagens e Turismo Ltda.; Gasper Montanhismo e Trabalho em Altura; Giordani Turismo; Privilege Turismo; Radical Sul; Rio das Antas Turismo; Salini Turismo. Caxias do Sul- classificação de acordo com o Sindicato dos Guias de Turismo da Região Uva e Vinho) a) Aventura: Criúva Operadora de Turismo Receptivo, ecoturismo e turismo de aventura; High Aventura; Rupestre Turismo ecológico, eventos, educação e emissivo; Oguata Kaagui ecoturismo e turismo de aventura; Ontrip viagens e turismo (aventura e emissivo) b) Receptivo: Arte do Turismo; Fatho Turismo e Eventos; Vinotur Viagens e Turismo c) Educacional: Companhia do Turismo e Avgtur d) Emissivo e Receptivo: Farrapo Travel- Viagens e Turismo e Milletur Viagens e Turismo
MOBILIZAÇÃO DO TRADE TURÍSTICO	Importante participar das reuniões do Clube de Excelência em Turismo de Garibaldi, bem como acompanhar as News enviadas pela Secretaria de Turismo e Cultura do Município. Fundamental será apresentar o projeto num encontro do trade turístico, bem como para as associações turísticas (SHRBS Garibaldi, SEGH Região), além das entidades empresariais de Garibaldi (CIC, CDL, CEC, APEME, etc).

QUADRO DIAGNÓSTICO – PERFIL DO DESTINO	
Caminhos para o Posicionamento	
IDENTIDADE DA REGIÃO ELEMENTOS DA OFERTA Elementos mais fortes que fazem parte e compõem a identidade	• Uva e Vinho, Paisagem, cultura italo - Brasileira
POSICIONAMENTO Como oferece seu produto turístico e qual o foco/diferencial	• Uva e Vinho • Paisagem • Experiência • Inovações em atrativos (esforço para a não repetição/cópia de atrações) • 110 a 150km do Aeroporto Salgado Filho
SLOGAN DO DESTINO	• Turismo nas Quatro Estações
MARCA TURÍSTICA	 ATUASERRA REGIÃO UVA E VINHO

Ambiente Externo

Tendências econômicas, tecnológicas e comportamentais que afetam o turismo atualmente. Com o objetivo de se fazer a análise do ambiente externo, apresentam-se algumas macrotendências.

ASPECTOS ECONÔMICOS, TECNOLÓGICOS E POLÍTICOS

TENDÊNCIA	ASPECTOS	OPORTUNIDADE	AMEAÇA
Globalização	<i>Sem barreiras mindiais para a informação e competição.</i>	<i>Acesso a tecnologias e mercados mundiais.</i>	<i>Concorrência Internancional..</i>
Regionalização	<i>Consideração das variáveis locais e valorização dos aspectos regionais.</i>	<i>Promover produtos com identidade.</i>	<i>Perda da identidade cultural regional.</i>
Tecnologias de rede	<i>Descentralização e senso cooperativo.</i>	<i>Construção de uma Rede de Cooperação a partir do grupo de empreendedores.</i>	<i>O grupo não compreender sua responsabilidade no turismo.</i>
Proliferação de mídias	<i>Disputa pela atenção do consumidor; tem que ter valor e diferencial para ser percebido.</i>	<i>Aproveitar as mídias para evidenciar os aspectos culturais do destino.</i>	<i>Ter impacto frente à grande concorrência.</i>
Recessão econômica	<i>Consumidores comprando menos; crise é igual a oportunidade.</i>	<i>Pode trazer maior potencialidade para produtos turísticos nacionais.</i>	<i>Consumidores diminuir o número de saídas para jantar fora.</i>
Personalização	<i>Tendência que apela para a exploração da individualidade do turista.</i>	<i>Desenvolver produtos sob medida, fazer com que o turista se sinta importante e único na vivência, de modo a agregar valor ao produto.</i>	<i>Personalizações podem acarretar custos mais altos para trade e turista.</i>

ASPECTOS SOCIOLÓGICOS, ANTROPOLÓGICOS E COMPORTAMENTAIS

TENDÊNCIA	ASPECTOS	OPORTUNIDADE	AMEAÇA
------------------	-----------------	---------------------	---------------

Aventura da experiência	<i>Tendência comportamental de fuga das tensões atuais, buscando estímulos através de “experiências turísticas” memoráveis e seguras. Trata-se de uma demanda mista, baseada, de um lado, no “conforto”, e de outro, na “aventura”.</i>	<i>Comidas exóticas; restaurantes temáticos; trilhas e esportes em meio à natureza; possibilidade de vivência da cultura; parques temáticos; lojas que ofereçam mais do que produtos; embalagens criativas; enfim, tudo o que possa desviar o produto ou o serviço da previsibilidade.</i>	<i>Cair no “commoditie da experiência”, ou seja, na percepção de falsidade.</i>
Autenticidade	<i>Trata-se de conferir um caráter autêntico à experiência, uma vez que os consumidores cada vez mais tomam decisões de compra com base no quão reais ou falsas consideram as ofertas.</i>	<i>Destino e temática do projeto apresentam originalidade, retirando inspiração da história e explorando nossas memórias. O que possibilita promover experiências ímpares.</i>	<i>Cuidado com a artificialidade dos produtos, que pode atestar contra o objetivo de encantamento.</i>
Consciência sócio-ecológica	<i>A fim de proteger nosso planeta, precisamos redescobrir uma consciência social, com base em uma mistura de ética, emoção e compaixão. Há uma demanda crescente de consumidores preocupados com o desenvolvimento turístico sustentável e comércio justo.</i>	<i>Dar foco aos produtos turísticos do destino em sustentabilidade.</i>	<i>Inautenticidade, no sentido de os produtos “esconderem” os problemas sócio-ecológicos dos locais.</i>

Destino de moda	<i>Sempre esteve na moda ser visto em certos lugares do mundo. No entanto, quando cada vez mais o público adota isso como um princípio fundamental na escolha do destino, tem certamente grandes implicações para o destino. Essa tendência acarreta uma maior importância à imagem dos destinos, à maneira como são percebidos.</i>	<i>Comunicar produtos associados a personalidades ou grupos, tornando os produtos do destino desejados.</i>	<i>Oferecer produto consistente para que sua percepção não se reduza a um modismo.</i>
Hedonismo efêmero	<i>Os turistas tendem a se libertar de regras e regulamentos durante as viagens, desejando participar de “orgias secretas” com uma infinidade de “frutos proibidos”. Gratificação espontânea.</i>	<i>Fazer inovações nos produtos tornando-os exóticos, para gerar interesse e envolvimento do turista. Disposição do consumidor a experimentar coisas que em sua vida normal não faz.</i>	<i>Tomar cuidado para com isto não serem oferecidos produtos que possam causar percepção de danos ao turista e ao meio ambiente.</i>
Saudosismo	<i>Uma tendência que acompanha o fenômeno recente de retorno às raízes culturais, de um lado, e ao universo infantil, de outro.</i>	<i>Desenvolver inovações de caráter culturais e históricos nos produtos turísticos. Permite envolver o turista em situações lúdicas.</i>	<i>Não cair na percepção de falsidade, retratar a história de forma fiel à realidade histórica e ao mesmo tempo envolvente.</i>
Poder do consumidor	<i>Devido ao aumento da diversidade de oferta, aumenta o poder de barganha do consumidor.</i>	<i>Desenvolver inovações nos produtos considerando as expectativas do turista.</i>	<i>Não estar focado no consumidor e não perceber seus desejos e ter produtos obsoletos.</i>

Anexo 2 - O Turismo em Pinto Bandeira

O texto a seguir, de autoria de Ivane Fávero, foi adaptado para o presente estudo e anteriormente publicado no Blog Viajante Maduro, do qual é editora. A Prefeitura Municipal de Pinto Bandeira está autorizada a utilizar o texto, bem como as imagens, no material de divulgação/promoção do município, resguardando os direitos autorais (sinalizar a autoria das mesmas com: Consultora Ivane Fávero/Blog Viajante Maduro).

Post do Blog Viajante Maduro: Um Final de Semana Diferenciado em Pinto Bandeira – Serra Gaúcha

O texto e as fotos poderão ser utilizadas pela Prefeitura Municipal e empreendedores, desde que referenciado a autora.

A Serra Gaúcha oferece muitas possibilidades de vivências de turismo. Uma opção diferenciada, para curtir um final de semana, é o pequeno e charmoso município de Pinto Bandeira. Destino para quem busca tranquilidade e autenticidade, num ambiente naturalmente elegante. Neste inverno estivemos por lá, no mês de junho, de sexta-feira a domingo, e contaremos tudo aqui, neste detalhado post sobre Pinto Bandeira. Dentro de algum tempo, publicaremos as experiências vividas em alguns empreendimentos que nos acolheram com tanta hospitalidade e que valem ser referenciados mais de uma vez. Vamos começar pela história e descrição do novo município e, depois, apresentaremos os atrativos turísticos, com foco na oferta enoturística, além de falar dos excelentes restaurantes e das boas pousadas. E, sim, há o que fazer num final de semana inteiro por aqui, mas, se desejar ficar mais tempo, curta também os Caminhos de Pedra, em Bento Gonçalves, que se localiza logo ao lado de Pinto Bandeira, ou se aventure pelos municípios da região.



Paisagem de Pinto Bandeira, desde a Vinícola Valmarino. Foto: Ivane Fávero

Pinto Bandeira: município dos espumantes, pêssegos e rosas

Pinto Bandeira é um município da Serra Gaúcha localizado a 138 km de distância de Porto Alegre e que compreende cerca de 105 km² de área situada entre os vales dos rios Burati e das Antas. A densa mata mesclada às lavouras agrícolas de uva e pêssego, adornadas pelas singelas roseiras, é o que compõe as paisagens dessa pequena cidade. De acordo com estimativas do IBGE de 2017, Pinto Bandeira possui 2.847 mil habitantes. Antigo distrito de Bento Gonçalves, é município emancipado desde 2013. Foi desbravado e colonizado pela imigração italiana na Serra Gaúcha.

Atualmente, a cidade é conhecida pela exuberância das paisagens naturais e oferece experiências turísticas únicas na romântica Serra Gaúcha. Também detém o título de Capital Brasileira do Pêssego, fruta que, junto com a uva, é amplamente cultivada na região.



Vinhedos cobertos pela geada. Inverno na Pousada Don Giovanni, Pinto Bandeira. Foto: Ivane Fávero

História

A imigração italiana ao Sul do Brasil fez parte do intenso movimento migratório europeu ao território americano no final do século XIX e início do século XX. Com os impostos elevados e a alta taxa de desemprego, os italianos viram no Brasil uma oportunidade de construir uma vida melhor. No Rio Grande do Sul, a maior parte do território era desabitado e o Governo necessitava de mão de obra para substituir a recém-abolida força de trabalho escrava. Assim, deu-se o início da imigração italiana na região Sul.

Os italianos imigrantes saíam do Porto de Gênova, no norte da Itália e, em pouco mais de um mês em navios sobrecarregados, desembarcavam no Rio de Janeiro. Após a quarentena na Casa dos Imigrantes, viajavam de trem até Porto Alegre, onde eram alojados em habitações precárias. Da região da capital, anteriormente ocupada por portugueses e alemães, seguiam até a serra em busca de espaço para morar, cultivar e criar os filhos. Em significativa menor quantidade, a Serra Gaúcha também recebeu a imigração de outros países europeus – como a Suécia e a Polônia.

Foi no ano de 1876 que se instalou o primeiro grupo de imigrantes na área de Pinto Bandeira. Deram início ao árduo trabalho de construir casas e realizar plantios em uma área tomada pela mata densa e fechada. Até o ano de 1880, outras famílias ocuparam as terras localizadas na Linha Jansen, na Linha Jacinto e na Linha Silva Pinto – atualmente denominada Linha Anunciata. O distrito foi denominado Silva Pinto, nome posteriormente alterado para Nova Pompeia. Carregou a denominação em homenagem à cidade italiana de Pompeia até 1938, quando, às vésperas da Segunda Guerra Mundial foi proibida a utilização do idioma italiano no nosso país. Em homenagem ao militar rio-grandense Rafael Pinto Bandeira, passou então a se denominar Pinto Bandeira.

Conhecendo Pinto Bandeira

A visita ao município deve ser iniciada pelo centro da cidade, onde estão a Praça da Matriz e os espaços religiosos. A devoção e a fé sempre foi um aspecto muito presente na vida dos imigrantes que habitaram a região, e esta importância é simbolizada pelo belo Santuário Mariano e pela Sala de Promessas. Na mesma área, vale a observação da estátua construída em homenagem ao agricultor, profissão alicerce do desenvolvimento da cidade.



Símbolos da Fé

O Santuário Nossa Senhora do Rosário de Pompeia teve sua pedra fundamental lançada no dia 8 de maio de 1899. Após três anos de mobilização da comunidade na construção do novo templo, no dia 7 de maio de 1902 foi realizado o primeiro culto e, no dia seguinte, realizou-se a bênção solene da construção e uma procissão, onde se transportou o quadro de Nossa Senhora do Rosário de Pompeia. Estiveram presentes cerca de 6 mil pessoas na ocasião histórica e aconteceram pregações em italiano, português e polonês no santuário.

Em 1947, o Pe. Justino Mariotto, à época pároco do santuário, encomendou a planta da **torre do sino**, inaugurada em 1949. Essa obra monumental, que harmoniza com o estilo romano-renascentista do Santuário, oferece um maravilhoso conjunto que realça a beleza panorâmica do lugar e apregoa a religiosidade do povo.



Inaugurada em 13 de outubro de 2013, a **Sala de Promessas** é a continuidade do santuário, onde cada devoto pode expressar de maneira singela sua gratidão por todos os benefícios e graças recebidas, e manifestar seu louvor à Virgem Maria, sob o título de Nossa Senhora do Rosário de Pompeia.



Quadro Nossa Senhora do Rosário de Pompeia

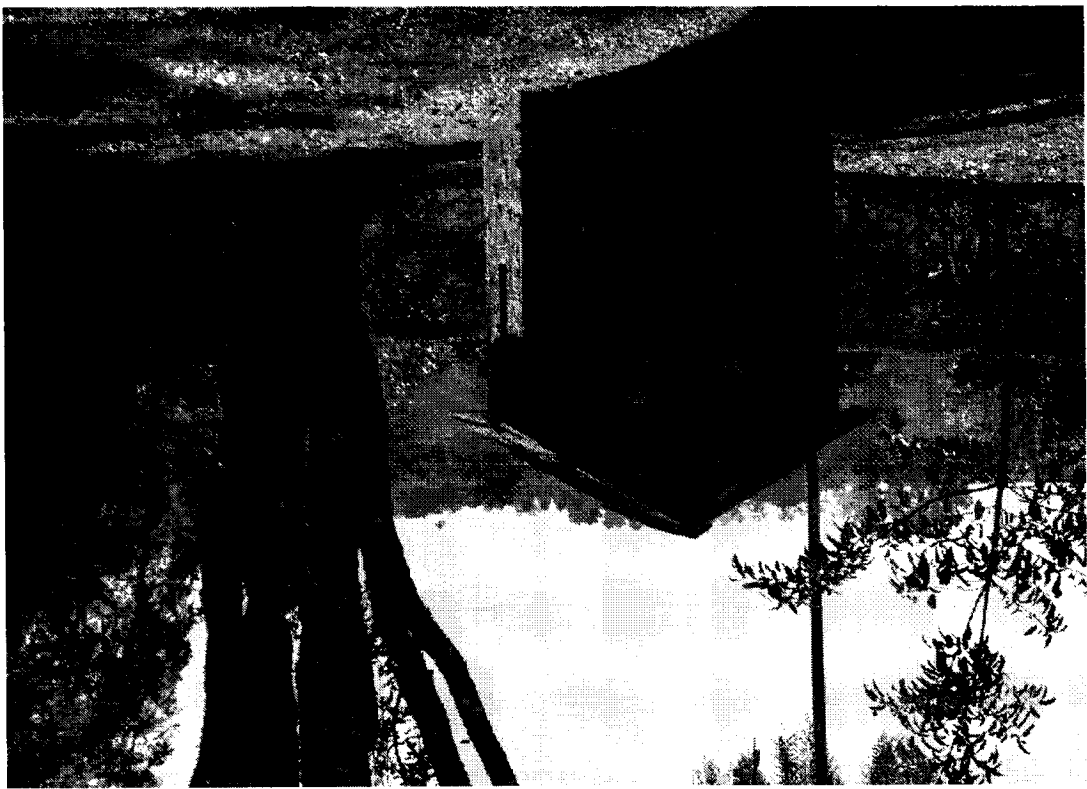
No ano de 1897, vindo da Itália, estabeleceu-se no o padre diocesano Luiz Segale com o firme propósito de propagar a devoção mariana. Chegou a Porto Alegre em 3 de outubro com o quadro de Nossa Senhora do Rosário de Pompeia (fac-símile), cópia do original que se venerava em Pompeia, na Itália. Em dez de outubro, ainda em Porto Alegre, foi bento e no dia 16 deste mesmo mês, seguiu com Pe. Segale até Pinto Bandeira. No dia 24 de outubro de 1897, o quadro é exposto à veneração pública na antiga igreja e inicia-se a propagação da devoção ao Santo Rosário.



Igreja da Comunidade Anunciata

Próximo ao centro há outra preciosidade, ligada à formação religiosa da comunidade. O berço do Santuário hoje existente inicia na Comunidade Anunciata. Lá encontra-se uma réplica da primeira capela de pedra que foi construída em 1882. Por ocasião do centenário (1882-1982) a réplica foi erguida. Na pequena capela há duas inscrições que chamam a atenção: "D.O.M.", cujo significado seria 'Deus Optimum Maximum' e, logo abaixo, "In onore B.M.V. " que significa, 'Em honra à Beatíssima Virgem Maria'. Ao lado da réplica há uma igreja construída, em alvenaria, no ano 1922. Todas

as famílias da comunidade auxiliaram na construção e o terreno foi doado pela família Santolin.



Enoturismo

Pinto Bandeira tem destaque internacional quando o assunto é vinho, especialmente espumantes, de qualidade e enoturismo.

A produção artesanal de vinhos na região data de 1880. Desde então, virou tradição passada de pai para filho e considerada um culto à memória dos antepassados italianos. Além disso, as belas paisagens do município e região foram fundamentais para que hoje o município seja considerado um destino enoturístico inigualável.

A Associação dos Produtores de Vinhos de Pinto Bandeira (Asprovinho) foi criada em 29 de junho de 2001 com o objetivo de preservar e valorizar os vinhos e espumantes produzidos no local. A entidade foi essencial no trabalho de garantir que, desde 2010, Pinto Bandeira se tornasse um dos quatro municípios do Rio Grande do Sul com Indicação de Procedência (IP) do vinho. A certificação é concedida pelo INPI e serve para conferir reputação, valor e identidade ao produto. Atualmente, conta com seis vinícolas associadas.

Os vinhos indicados agregam características únicas da geografia e dos modos de produção local. São elaborados exclusivamente com oito variedades autorizadas como procedentes da área geográfica delimitada, a partir de padrões de identidade e qualidade - estes são controlados pelo Conselho Regulador da Indicação de Procedência.

Os produtos e variedades autorizados são:

Vinho Espumante Fino – exclusivamente pelo método tradicional: Chardonnay, Pinot Noir, Riesling Itálico, Viognier.

Vinho Fino Tinto Seco: Cabernet Franc, Merlot, Cabernet Sauvignon, Pinot Noir, Tannat, Pinotage, Ancellotta, Sangiovese.

Vinho Fino Branco Seco: Chardonnay, Riesling Itálico, Moscato Branco, Moscato Giallo, Trebbiano, Malvasia Bianca, Malvasia de Candia, Sémillon, Peverella, Viognier, Sauvignon Blanc, Gewurztraminer.

Vinho Moscatel Espumante: Moscato Branco, Moscato Giallo, Moscatel Nazareno, Moscato de Alexandria, Malvasia de Candia, Malvasia Bianca.



Vinhedos da Vinícola Don Giovanni, numa manhã de geada (Inverno 2018). Foto: Ivane Fávero

E a história não acaba aí. O município será o primeiro da América a conferir Denominação de Origem (D.O.) a espumantes. A certificação irá abranger espumantes produzidos pelo método tradicional (champenoise) com pelo menos 18 meses de maturação, a partir de três variedades – Chardonnay, Pinot Noir e Riesling Itálico. Todas cultivadas em espaldeira/plantio vertical. Vamos apresentar as vinícolas que fazem parte da Asprovinho:

Vinícola Don Giovanni

A vinícola Don Giovanni é um ícone da região, não só pela qualidade de seus produtos, mas também pelas lindas instalações junto à Pousada, pela história da família (pioneirismo dos Dreher na vitivinicultura e no enoturismo do Brasil) e pelo trabalho com os vinhedos de forma sustentável, reduzindo ao máximo o uso de defensivos e introduzindo a produção biodinâmica. Respeito à natureza e aos seres que vivem nesse lindo lugar.

Em 17 hectares de vinhedos, priorizam as variedades mais adaptadas: chardonnay, pinot noir, merlot e cabernet franc, o que se traduz em excelentes vinhos e

espumantes, além dos brandys, elaborados, envelhecidos e comercializados na bela loja da vinícola, repleta de obras de arte.

A vinícola está estabelecida, desde 1981 (quando adquiriram a área), no lugar onde havia funcionado uma estação experimental da extinta empresa Dreher. O casal Ayrton Giovannini e Beatriz Dreher Giovannini (Bitá) seguem injetando seu amor e energia ao projeto da vinícola, pousada e restaurante, além dos vinhedos, mas a empresa é hoje gerenciada pelo Daniel Panizzi, genro do casal, que nos recebeu com a costumeira atenção e hospitalidade.





O enoturista deve agendar sua visita pelo **site da vinícola**, escolhendo entre as opções: visita aos vinhedos, visita técnica, visita turística ou degustação premium. A Don Giovanni ainda oferece uma sala de cursos, onde grupos podem agendar uma vivência mais profunda de aprendizado enológico.



Um dos pontos fortes da experiência enoturística oferecida pela Don Giovanni é a vivência do Pôr do Sol. É possível agendar esta experiência incrível, onde o enoturista é convidado a visitar os vinhedos e, no entardecer, degustar um vinho e um espumante admirando as tonalidades distintas que se formam no céu.



Daniel iniciando o serviço para a degustação no pôr do sol da Don Giovanni. Estava muuuuuito frio! Foto: Ivane Fávero

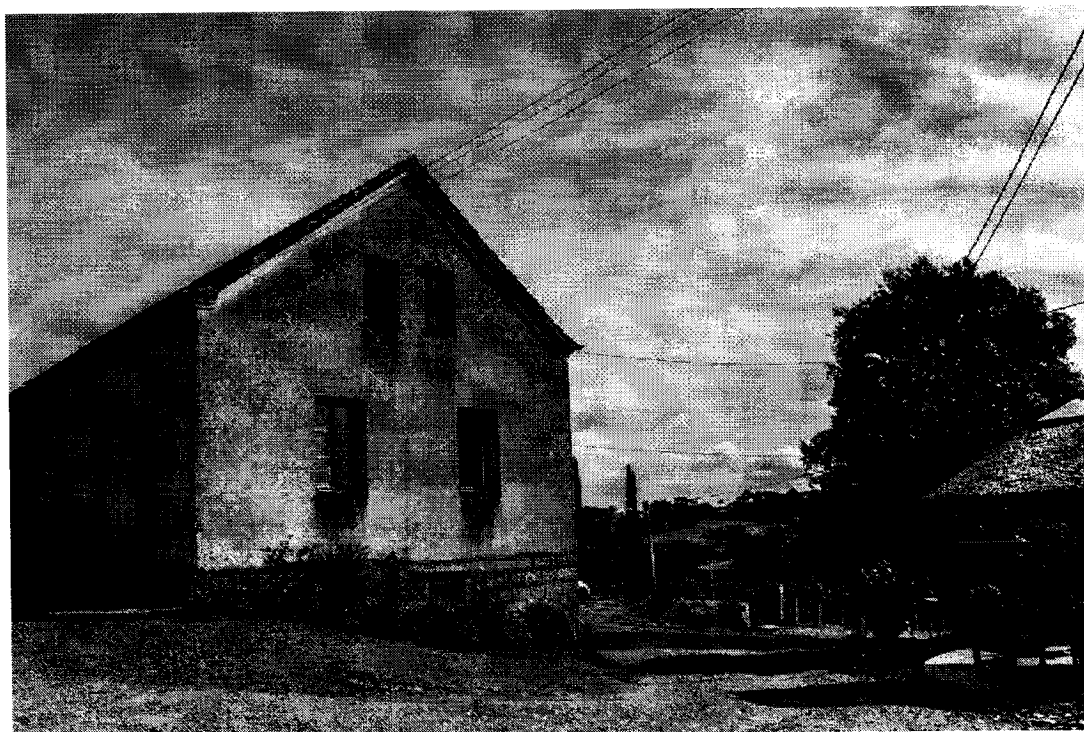


A vinícola está localizada na Linha Amadeo, km 12. O telefone para contato é (54) 3455-6294. Mais informações, clique **aqui**.

Vinícola Valmarino

A Vinícola Valmarino foi fundada em 1997 pelo enólogo Orval Salton, membro da terceira geração da família Salton, que preservou a tradição de cultivo e elaboração de vinhos desde a chegada do patriarca da família em Bento Gonçalves, no ano de 1878. O nome da vinícola é uma homenagem aos antepassados imigrantes provenientes da comuna italiana Cison di Valmarino, localizada na região do Vêneto.

A **encantadora paisagem** e o **atendimento exclusivo** fazem da visita ao local, imperdível. Seus vinhos finos e espumantes de qualidade reconhecida fazem com que muitos enoturistas se desloquem para conhecer de perto o lugar onde são elaborados os produtos. A casa, de arquitetura tradicional, é rodeada de 16 hectares de vinhedos em uma altitude média de 700 metros que dão origem a produtos premiados nacional e internacionalmente.



A Valmarino cultiva atualmente 20 ha de vinhedos com 14 variedades viníferas diferentes e elabora 200 mil litros de vinhos finos e espumantes comercializados em duas marcas. A linha Valmarino para vinhos e espumantes diferenciados que apresentam uma maior complexidade de sabores e com bom potencial de guarda. E a

linha Tre Fradéi composta por produtos mais frescos e frutados, sendo ideais ao consumo diário.

A visitação na Valmarino compreende uma degustação orientada ao qual o turista pode optar por degustar produtos distintos ou em sequência determinada pela carta de degustação. De acordo com o clima e a estação do ano, a sequência da degustação poderá ser alterada para uma melhor percepção de sabores, aromas e características de cada vinho e espumante harmonizados pelo fator local e o contato com a natureza. Existe, ainda, a possibilidade de se realizar uma visita técnica aos vinhedos localizados em frente à vinícola e às instalações de produção, conforme agendamento prévio. Esta visita e degustação geralmente é acompanhada pelos proprietários ou pelo enólogo da empresa, de acordo com a sua disponibilidade.

A vinícola utiliza o slogan “Paixão pelo Vinho”, desde a sua fundação, o que demonstra que o empreendimento familiar é movido pela dedicação, paixão e prazer na busca da excelência.





A Vinícola Valmarino está aberta diariamente, recebendo os enoturistas, das 8 às 18h, de segunda a sexta-feira, e das 9 às 17h, nos domingos e feriados. Sugere-se o agendamento para melhor atendimento.



Consulte mais informações para visitação e degustação em:

E-mail: atendimento@valmarino.com.br

WhatsApp: 54 99615 4882

Fone: 54 3455 7474

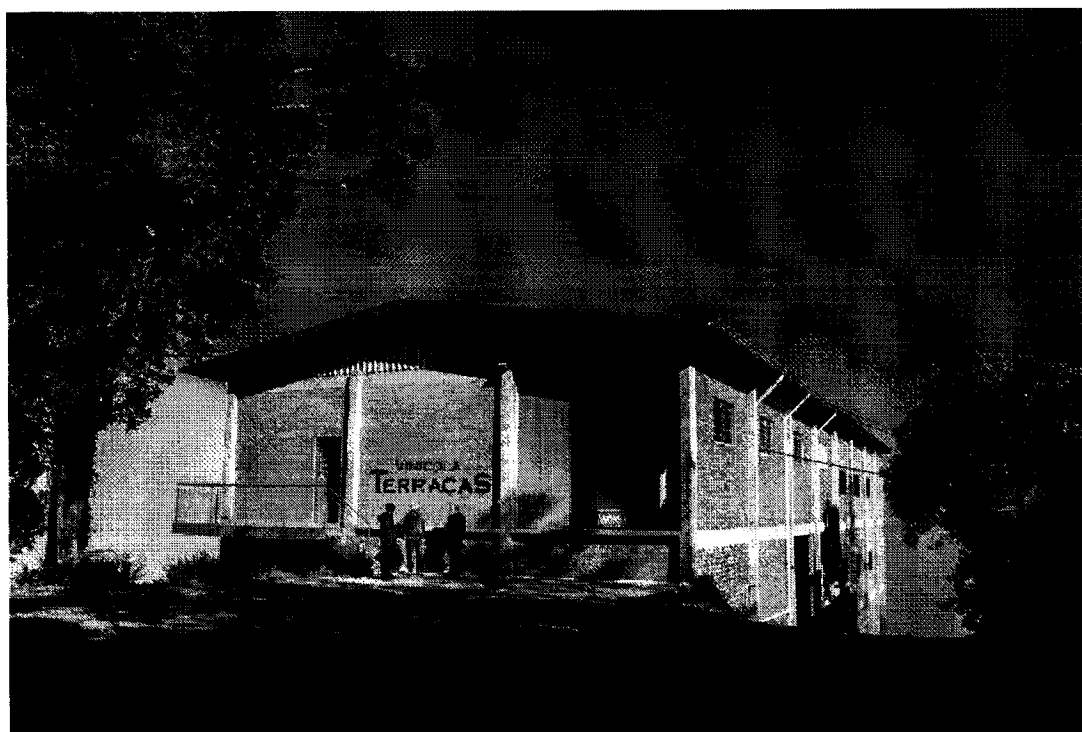
Facebook: Vinícola Valmarino (<https://www.facebook.com/vinicolavalmarino/>)

Instagram: @vinicolavalmarino (<https://www.instagram.com/vinicolavalmarino/>)

A vinícola está localizada na Linha Jacinto Sul, Lote Rural 1.

Vinícola Terraças

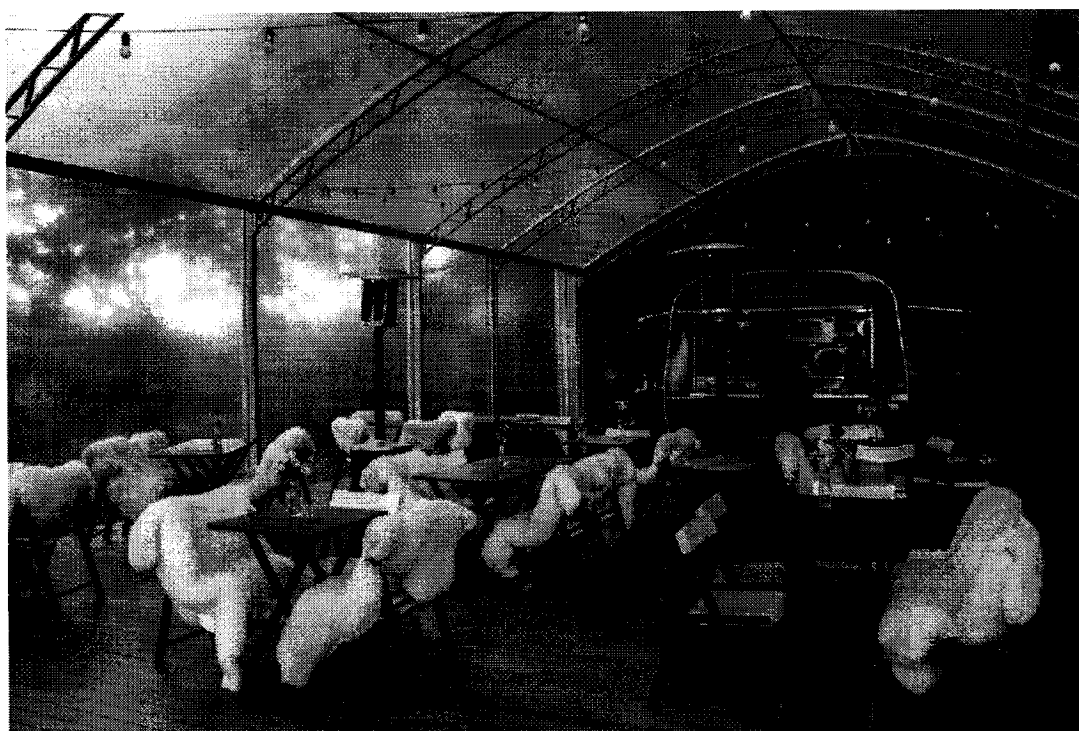
É a principal referência da região ao tratar de suco de uva. Especializada na bebida, é destino agradável e recomendado para famílias com crianças. A visita à intimista e aconchegante propriedade familiar tem um toque especial pela paisagem estonteante ao redor e conta com degustação de diversos tipos de suco. Além disso, conta com a explicação sobre a produção do que é considerada a expressão máxima da uva, impressiona.



A Vinícola Terraças está localizada na Linha Jansen, KM 4, na Estrada de Pinto Bandeira. O telefone para contato é (54) 3455-6214 ou montanhadovale@gmail.com

Cave Geisse

Nem todos sabem, mas a tímida cidade de Pinto Bandeira conta com um local ícone da enologia brasileira. A Cave Geisse foi fundada em 1976 pelo enólogo chileno Mario Geisse, que chegou à região como representante da Moët & Chandon e viu no pequeno distrito enorme potencial para a elaboração de espumantes únicos e de altíssima qualidade. Na região, Mário também foi pioneiro ao renunciar ao sistema de produção latada e dar início ao cultivo por espadeiras altas, método de plantio hoje reconhecido por proporcionar qualidade ímpar ao produto final. Atualmente, a Cave Geisse é uma das vinícolas que encabeça o projeto de Denominação de Origem (D.O.) para espumantes – o primeiro do Novo Mundo.





Além dos vinhos e espumantes de excelente qualidade vencedores de premiações ao redor do mundo, a vinícola oferece experiências enoturísticas que vão muito além do roteiro “visita-degustação”. A visita impressiona pela variedade de opções e sofisticação dos produtos apresentados.

Visitação + Degustação

São três opções de degustações de espumantes e uma de vinho. Todas incluem a visita interna, onde o turista conhece o processo de elaboração de espumante e de vinho pelo método tradicional champenoise passando pelas instalações. As modalidades são:

Visita + Degustação Clássica (Espumantes: Amadeu Brut + Amadeu Brut Rosé + Amadeu Moscatel): R\$ 30

Visita + Degustação Conceito (Espumantes: Cave Geisse Brut + Cave Geisse Extra Brut + Cave Geisse Rosé): R\$ 60

Visita + Degustação Premium (Espumantes: Cave Geisse Blanc de Blanc + Cave Geisse Blanc de Noir + Cave Geisse Terroir Rosé): R\$ 80

Degustação de vinhos

Visita + Degustação Chile Clássico (Reserva Carmenere + Reserva Cabernet Sauvignon + Reserva Bland): R\$ 40

Visita sem degustação: R\$20

Os horários para visitação interna + degustação são:

Segunda a Sexta-Feira: 9h, 10h, 13h, 14h, 15h e 16h.

Finais de semana e feriados nacionais: 10h, 11h, 12h, 13h, 14h, 15h, 16h.

Os valores são individuais e podem ser revertidos integralmente em compras na loja.

As visitas são realizadas através de agendamento, que pode ser realizado neste link.

Geisse Experience

A “Geisse Experience” é um passeio que tem como objetivo proporcionar ao turista de forma aventureira um conhecimento amplo sobre a principal característica da vinícola: o conceito de *terroir*. *Terroir* é definido como o conjunto adequado de microclima, solo e variedade da uva para obter vinhos de personalidade e características únicas. A vinícola trabalha com vinhedos em uma área demarcada e escolhida a partir de características de solo especiais para a produção das variedades Chardonnay e Pinot Noir, utilizadas na elaboração de espumantes.

Durante o passeio guiado realizado em um carro 4x4 em meio à mata virgem e aos vinhedos, é possível desfrutar das belezas que compõem esse *terroir* e descobrir os principais diferenciais do cultivo. A área total da vinícola são 76 hectares, das quais somente 25 hectares foram demarcados e selecionados para o plantio dos vinhedos pelas suas características excepcionais, o restante da área foi preservada com a mata nativa que ajuda a compor o *terroir*, imprimindo características únicas aos espumantes. O passeio também inclui duas paradas para degustação de espumante.

Os valores para 1 e 2 pessoas é R\$ 200,00, para 3 pessoas: R\$ 250,00, para 4 pessoas: R\$ 300,00 e 5 pessoas: R\$ 350,00. Crianças e adolescentes de 8 à 17 anos pagam R\$ 30,00 e os menores de 7 anos não pagam. O tempo estimado do passeio é de 1h30.



O passeio pode ser feito em finais de semana e feriados nacionais. Os horários são 10h, 12h, 14h ou 15:30. **Para participar da experiência, o turista deve agendar o passeio através deste link.**

Open Lounge

A vinícola também conta com o espaço “**Open Lounge**”. É um jardim com mesas e pufs embaixo de árvores em área aberta agradável. Tem um pequeno deck fechado, onde é possível comprar garrafas e taças de espumantes gelados, drinks, sucos e lanches, como as tradicionais empanadas chilenas, tábua de frios e sobremesas.

É aberto nos finais de semana e feriados nacionais. O horário de funcionamento é das 11h até 17h ou 18h durante o Horário de Verão. Não há necessidade de agendamento prévio.

Para saber mais:

Endereço: Linha Jansen, s/nº

Fones: (54) 3455-7461 / 3455-7463

turismo@vinicolageisse.com.br

<http://www.vinicolageisse.com.br/>

Experiências Valorosas

Além do enoturismo, há outras vivências imperdíveis em Pinto Bandeira.

Museu Sueco

Pouco se fala, mas não existem só descendentes de italianos e alemães na região da Serra Gaúcha. Abatidos pelas consequências devastadoras das Guerras Napoleônicas, grupos provenientes da Suécia começaram a emigrar no século XIX em busca de melhores oportunidades em países da América. Entre eles, o Brasil. Registros históricos constam que cerca de 50 famílias suecas se estabeleceram na região serrana do Rio Grande do Sul. Muitas outras, ao se depararem com as adversidades de uma região ainda inabitada e inóspita, voltaram ao país de origem.

A fim de resgatar a história, preservar e divulgar as tradições de seus antepassados, Vilma Bohm Tasca, da terceira geração de suecos da região, fundou o Museu Sueco.

É um lugar para ser desvendado por turistas que gostam de descobrir preciosidades. Entre Pinto Bandeira e Farroupilha e localizado três quilômetros após a Cave Geisse, o Museu Sueco abriga ainda o Museu do Linho e um Café, e é neste lugar singelo e belo

que Vilma recebe os visitantes que desejam saber mais sobre a imigração da Suécia e sobre seu conhecimento na confecção de cordas em linho.

A cozinheira de mão cheia e verdadeira chef, Sônia Maria Foresti Bohm, prepara os pratos de inspiração na gastronomia sueca, que são servidos aos turistas que fizerem agendamento.



A grande mesa central coberta de doces e salgados coloridos com esmerada decoração, na ambiência da casa de madeira, remete a um café europeu. Ao degustar as pequenas almôndegas, servidas com uma maionese com picles; o tradicional sanduíche aberto; os waffles docemente harmonizados com geleias e aromatizados de baunilha; a torta de merengue, entre tantos outros sabores que harmonizam tão bem com o chá de maçã, canela e algo mais, percebemos que tudo foi feito com muito carinho e esmero e nos sentimos confortados. Não é exagero dizer que foi o melhor café que já degustei!



Importante salientar que o Café só atende mediante reserva e para grupos de no mínimo 15 pessoas, mas, visando atender aos 'turistas avulsos', ou seja, aos casais ou pequenas famílias, passaram a abrir no terceiro domingo de cada mês, das 15 às 17h. Ainda assim, é importante agendar. A visita ao Museu custa R\$5 e o Café tem um custo de R\$ 40.



Vilma e Sônia, uma dupla de simpatia e hospitalidade! Foto: Ivane Fávero

O Museu Sueco está localizado na Linha Jansen, no distrito de Farroupilha, a 3 quilômetros da Cave Geisse. O telefone para contato e reservas é (54) 991384095 (WhatsApp) ou (54)3261-9188 / 3504-2019.

Mirante da Cascata dos Amores

Localizada junto à Pousada Fornasier, no caminho entre Bento Gonçalves e Pinto Bandeira, o Mirante da Cascata dos Amores é ponto obrigatório de visita. Uma breve parada para apreciar a vista da cascata e fazer uma foto especial. Não deixe de fotografar o próprio mirante, que é lindo inclusive à noite, quando está iluminado.



Para se Aventurar Mais

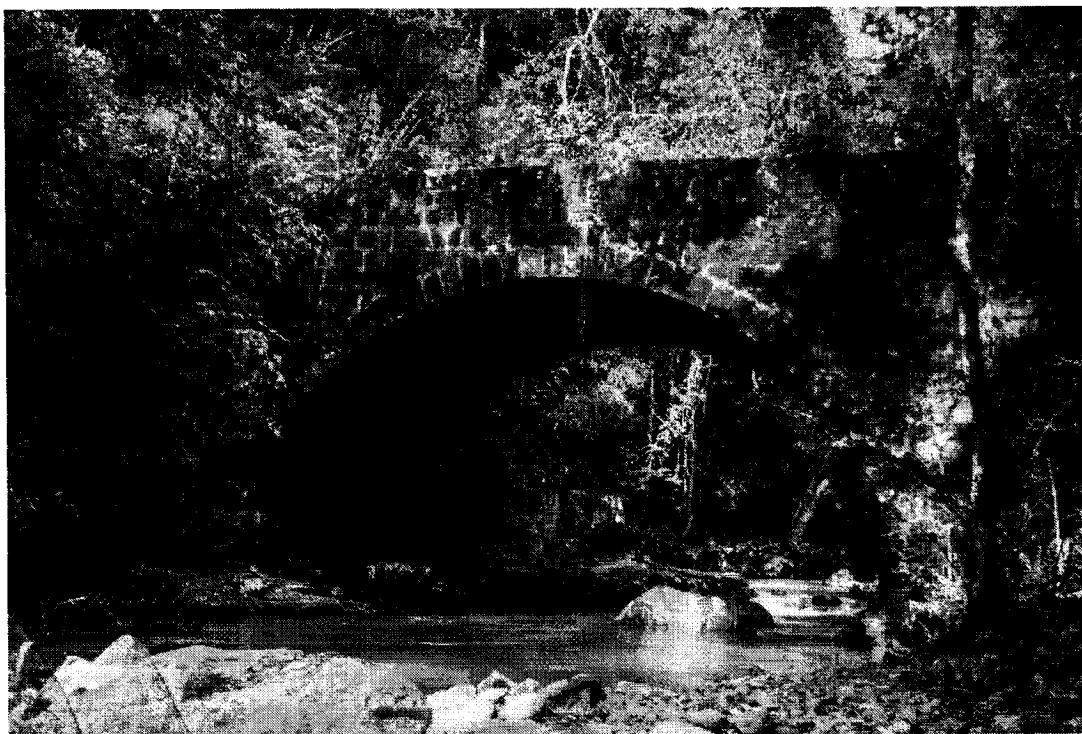
Apresentamos algumas sugestões, como ir até a Ponte de Ferro de Nova Roma do Sul, onde é possível fazer uma parada no bar e restaurante e, antes, passar pela Ponte de Pedra. A estrada de chão aumenta o 'clima' de aventura. Num outro caminho (Linha Brasil), também passando por estrada de chão, é possível visitar a Gruta de N. Sra. de Lourdes, local de uma festividade religiosa que vale a pena ser vivenciada.

Ponte de Pedra sobre o Rio Vinte

Diante das dificuldades enfrentadas pela população de Pinto Bandeira para comercializar com os municípios de Antônio Prado e Vacaria, localizados do outro lado do Rio das Antas, em 1917 a população se uniu para abrir uma estrada que ligasse o distrito até o rio. Com a ajuda de uma balsa, alcançavam o outro lado do rio e assim poderiam comercializar seus produtos.

A estrada começou a ser aberta onde hoje localiza-se o cemitério central do município e alcançou um percurso de aproximadamente 6 km.

Próximo ao Rio da Antas, os trabalhadores encontraram um obstáculo que os impedia de continuar a obra. Passava ali outro rio menor, o chamado “Rio 20”, que mais adiante deságua no Rio das Antas. mas que os impedia de continuar ali uma estrada. Resolveram, então, construir uma ponte. Com a necessidade de ser resistente, escolheram pedra como matéria-prima, material encontrado com facilidade na região. Em 1918, as obras começaram. A construção da denominada Ponte de Pedra exigiu dedicação e esforço dos trabalhadores, haja vista que foi construída em pedra maciça. A retirada do local de origem e o entalhamento das pedras foi todo realizado à mão, apenas com o suporte de martelos e picaretas. O transporte do material até a ponte era feito com carrinhos de mão ou com a ajuda de carroças. Após 6 anos de muito trabalho, dedicação e esforço conjunto, em 1924 os bravos homens viram sua magnífica obra concluída.



A ponte toda talhada em pedra maciça tem aproximadamente 3 metros de extensão, 4 metros de altura do seu topo até o rio. Sua parte inferior tem o formato de arco - da parte mais alta de seu arco até o rio temos aproximadamente 3 metros de altura. É uma grande obra que se esconde em meio a natureza, com um rio de águas calmas que corre embaixo dela, e logo adiante se torna gigante ao se encontrar com as águas do conhecido Rio das Antas. Já foi cenário de books fotográficos, de amadores, mas

serve principalmente de local de convivência entre os moradores de Pinto Bandeira e arredores, que se reúnem nos finais de semana no lugar para degustar um bom churrasco com amigos.

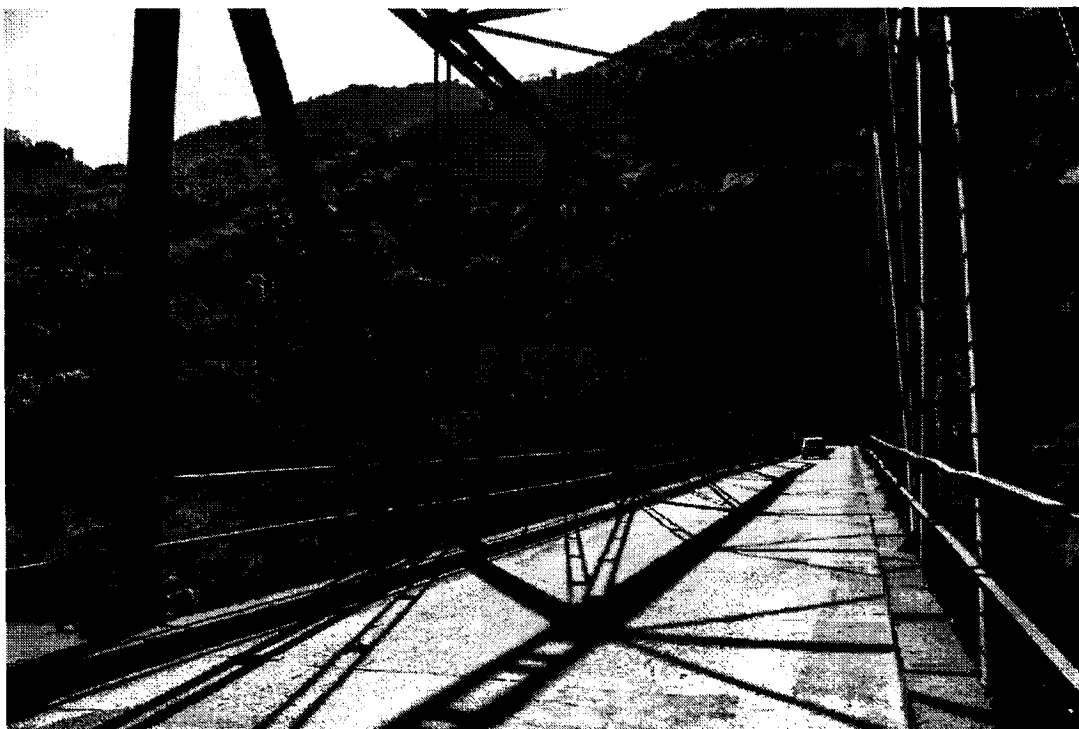


A distância Pinto Bandeira até a Ponte de Pedra é de 5,8 km.

Ponte de Ferro

Localizada no distrito de Nova Roma do Sul, vizinho de Pinto Bandeira, as obras da Ponte de Ferro foram iniciadas em novembro de 1928, durante o governo de Getúlio Vargas. Após uma parada na Ponte de Pedra, vale a pena conhecer a obra histórica.

Inicialmente, foi construído um pilar de 22 metros de altura no meio do Rio das Antas. Os blocos de pedra basáltica foram fornecidos por duas pedreiras localizadas uma em cada margem do rio e as barras de ferro eram produzidas na oficina da Viação Férrea do Estado do Rio Grande do Sul, na cidade de Garibaldi, e transportadas por trem até Farroupilha na antiga estação férrea Nova Vicenza. De lá, eram levadas em caminhões até o rio.



A distância da Ponte de Pedra de Pinto Bandeira até a Ponte de Ferro de Nova Roma do Sul é 3,3 km.

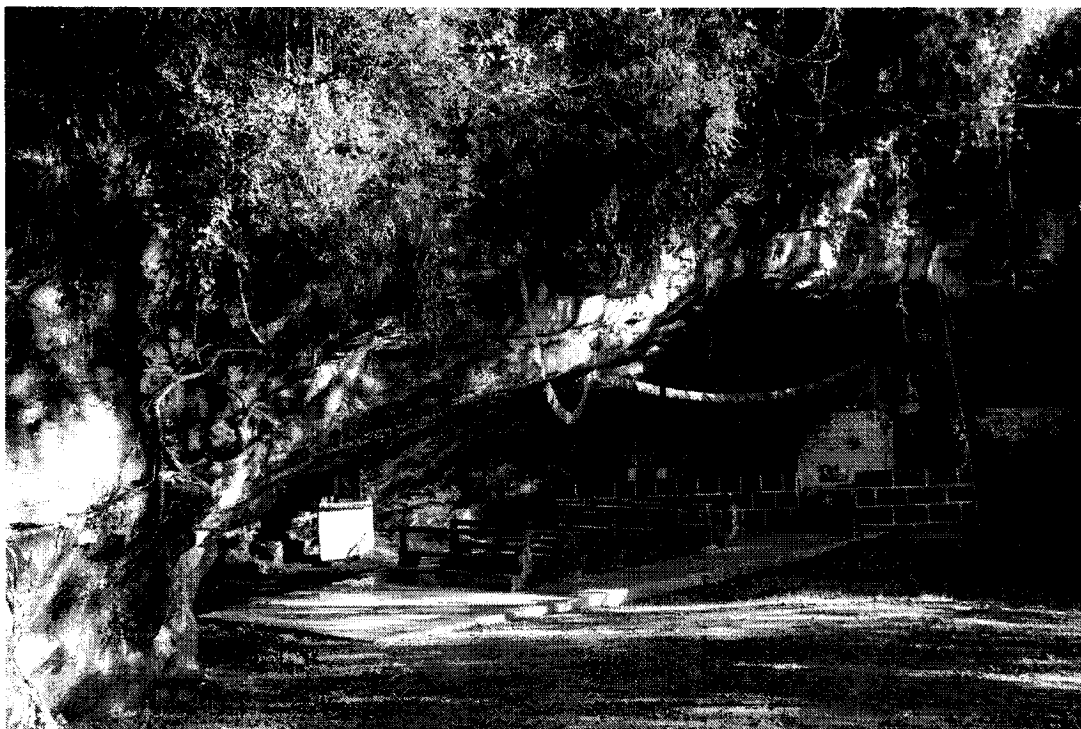
Gruta Nossa Senhora de Lourdes

A Gruta Nossa Senhora de Lourdes está localizada na Linha Brasil e constitui-se num recanto de devoção e fé, patrimônio herdado por todas as gerações e fruto incansável dos antepassados dos habitantes da região. É uma gruta seminatural, em uma pedra gigantesca cujo vão já existia e do topo vertia água constantemente.

Para ampliar o lugar, a rocha foi escavada com a ajuda de toda a comunidade fazendo uso de recursos rudimentares. A obra foi iniciada no ano de 1944 tendo à frente o Pe. Domingos Marini, que é natural da região, e foram necessários aproximadamente três anos de construção.

A imagem de Nossa Senhora de Lourdes foi doada por Teodoro Bortolo Marin, que, por encontrar-se muito doente, pediu a graça da saúde e foi atendido.

Atualmente, o local conta com salão comunitário, construído em 1984, para a festa realizada anualmente no mês de fevereiro, em homenagem à santa.



A distância de Pinto Bandeira até a Capela São Marcos, na Linha Brasil, é de 7,2 km e da capela até a gruta, 3,2 km.

Outras Possibilidades

Câmara Fria Rizzardo

Pinto Bandeira possui muitas câmaras frias, para manutenção do pêssego durante a safra. Uma das que está aberta para visitação no período da safra do pêssego é a Câmara Fria Rizzardo.

Mais informações e reservas pelo fone 54. 9 9972 4615.

Acervo de Lucindo Pavan

Algumas pessoas nos indicaram conhecer o acervo do Sr. Lucindo Pavan. Ele nos recebeu em sua casa e nos conduziu até a antiga residência, onde, numa pequena casa e no porão de outra estão guardadas algumas relíquias de família.

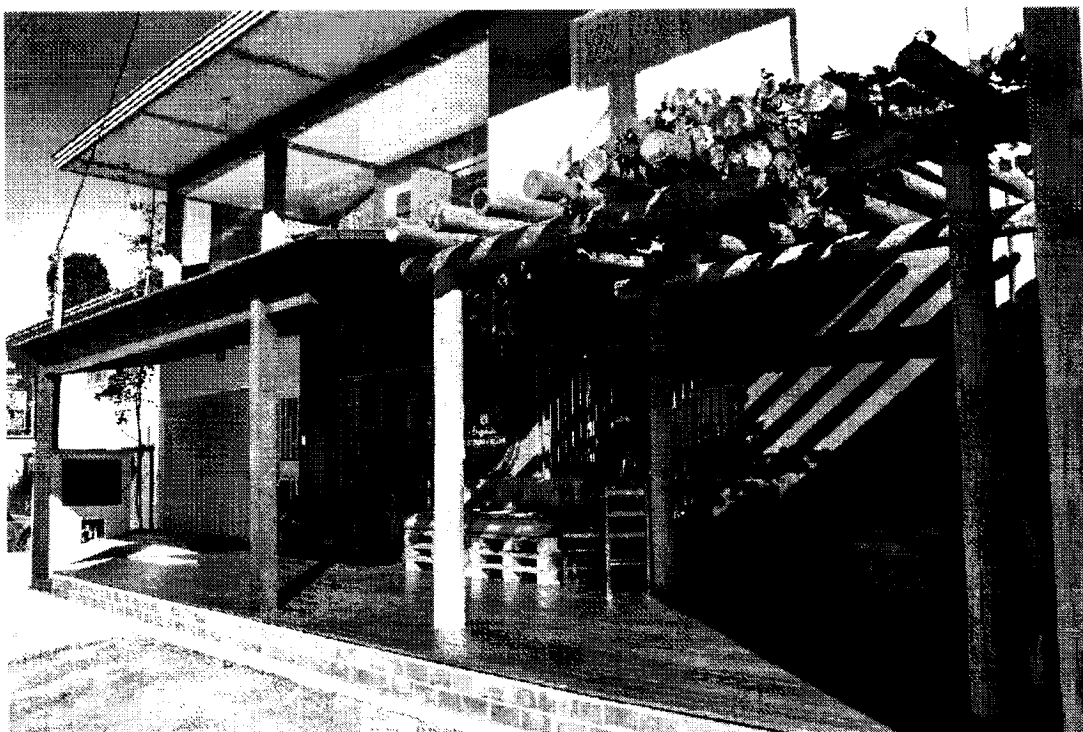


Mais informações e reservas pelo fone 54. 3455 7383. É fundamental agendar com antecedência.

Onde Comprar

Empório Castelamare

É um espaço recém-idealizado pela sua proprietária, Sandra Odorcick, que já gerenciava um bar e armazém. Ao perceber o crescimento no número de turistas, Sandra decidiu empreender e investiu em um belo lugar para acolher os visitantes que buscam produtos locais. O foco da casa é a comercialização dos produtos da Cooperativa São João, que tem sede em Farroupilha, mas produção bem próxima do Empório, além das deliciosas e lindas tábuas de frios (embutidos e queijos), com frutas da estação e pão (opcional) As tábuas são oferecidas em dois tamanhos: grande, que custa R\$ 55, e a média, por R\$ 45. Também há a opção da tábua de torradinhas com patês e geleias por R\$ 25.

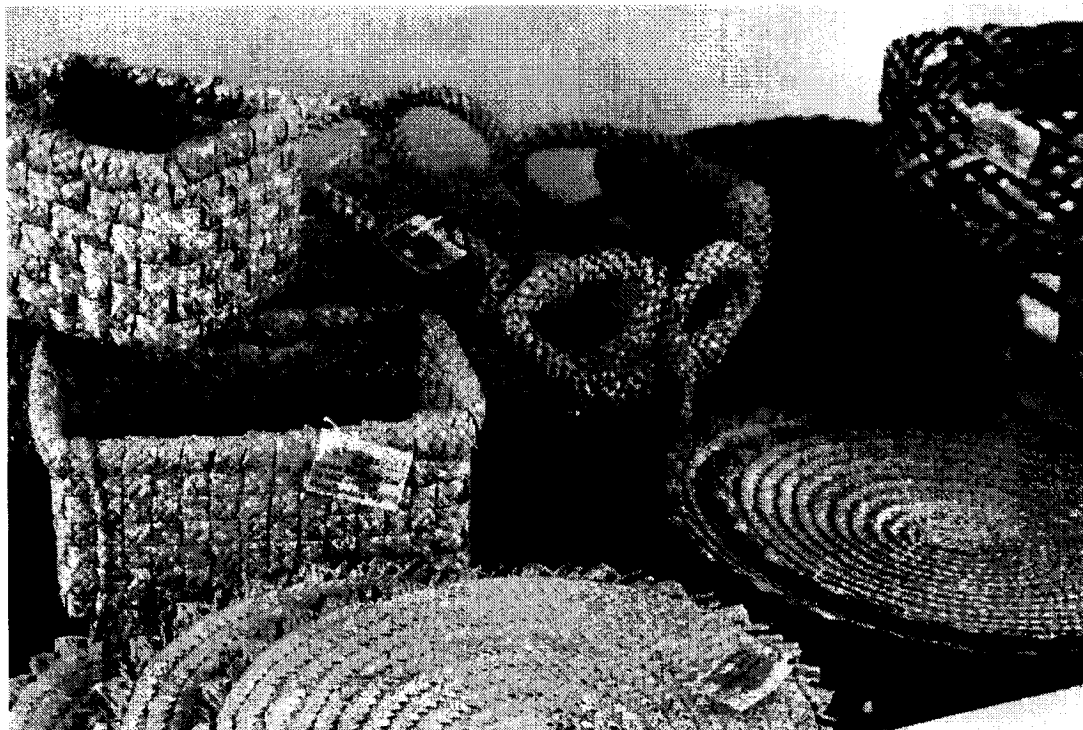


O espaço funciona das 9h às 17h, na Linha 28. O telefone para contato é (54) 3455-7367. Mais informações e reservas: <https://www.facebook.com/emporiocastellamare/>

Casa do Artesão

Aqui o artesanato segue firme e lindo, cultura que é mantida pelas mãos, mentes e coração de queridas mulheres. Conheço elas há algum tempo e admiro a persistência com que seguem costurando, bordando, trançando seus sonhos de ter a Casa do Artesão constituída de fato. Enquanto isso, você pode encontrar as senhoras Domingas de Lourdes Nichetti, Margarida Nichetti Bottin, Lourdes Trivelin de Toni, Terezinha Paese e Helena Guisso no centro da cidade, na propriedade de uma delas.





Endereço: Rua Sete de Setembro, 817. Fundamental avisar antes. Fones: 54.34521665 ou 34680130.

Agroindústrias

Como as cidades vizinhas, Pinto Bandeira é farta em agroindústrias familiares de qualidade. Infelizmente, não pudemos visitar as principais, que estavam participando de uma feira em Bento Gonçalves. Ainda assim, conhecemos os produtos de alta qualidade produzidos na região e indicamos alguns dele aqui:

Destilados Santin e Sabores do Vale

A Cachaçaria Santin começou sua história como um pequeno alambique artesanal criado por quem amava a arte da cachaçaria. Isso há cerca de 6 anos. Recentemente, foi premiada na categoria cachaça prata na Expointer 2018. Os produtos podem ser encontrados nos estabelecimentos de Pinto Bandeira, como no Empório Castelamare. O telefone para contato da empresa é (54) 3455-6283.

Sabores da Montanha

A agroindústria foi fundada em 2008 por Cirley Lorenzatti, uma entre muitas mulheres empreendedoras da região que investiram e cresceram através do trabalho duro e gratificante da agricultura familiar. Na propriedade, a família cultiva frutas como uva, pêssigo, figo, bergamota, caqui e outros, que utiliza para produção de doces, geleias e frutas desidratadas.



A marca possui o selo estadual Sabor Gaúcho e o federal de Agricultura Familiar, que visam garantir a qualidade e os modos de produção artesanais. O empreendimento está localizado na Linha Jansen e o telefone para contato é (54) 3455-7365.

Onde Ficar

Pousada Don Giovanni

Encantadora e aconchegante, a pousada é famosa por mesclar arte, antiguidades e conforto, além de ter fama reconhecida por sua gastronomia. Reúne, em um lugar minuciosamente bem decorado, vinícola, pousada e restaurante. E tudo encanta!



A família responsável pela consolidação do que hoje é um dos melhores hotéis da Serra Gaúcha, comprou a propriedade da empresa Dreher, que a utilizava como centro tecnológico, e transformou em um espaço onde hoje se fabricam vinhos de alta qualidade e se hospeda em grande estilo. A casa de estilo *tradicionalesco* foi construída nos anos 1930 e transformada em pousada em 1997.

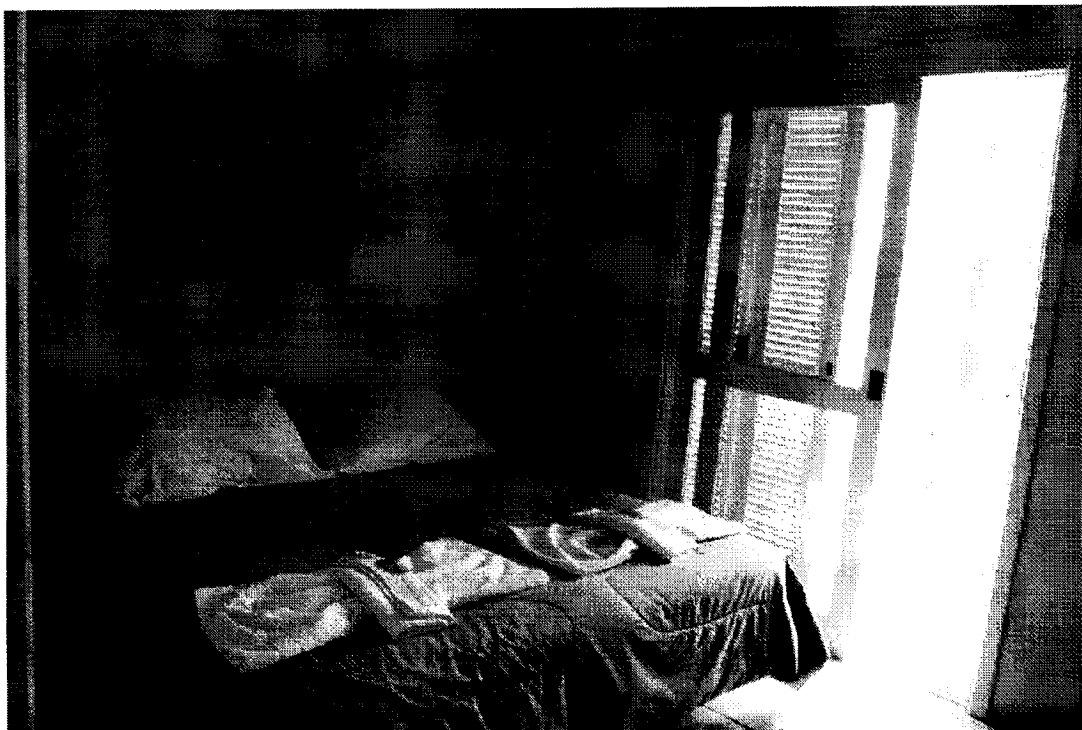


A pousada está localizada na Linha Amadeo, km 12. O telefone para contato é (54) 3455-6294. Mais informações, clique [aqui](#).

Pousada Dona Elida

Simples mas satisfatória, recentemente a pousada passou por remodelação para melhor atender ao maior número de turistas visitando a cidade. Oferece o essencial em um ambiente intimista e familiar, com dez quartos – destes, três são suítes. Encanta o acolhimento familiar, a lareira no piso térreo e o fato de estar junto ao Restaurante Colheita Sazonal.

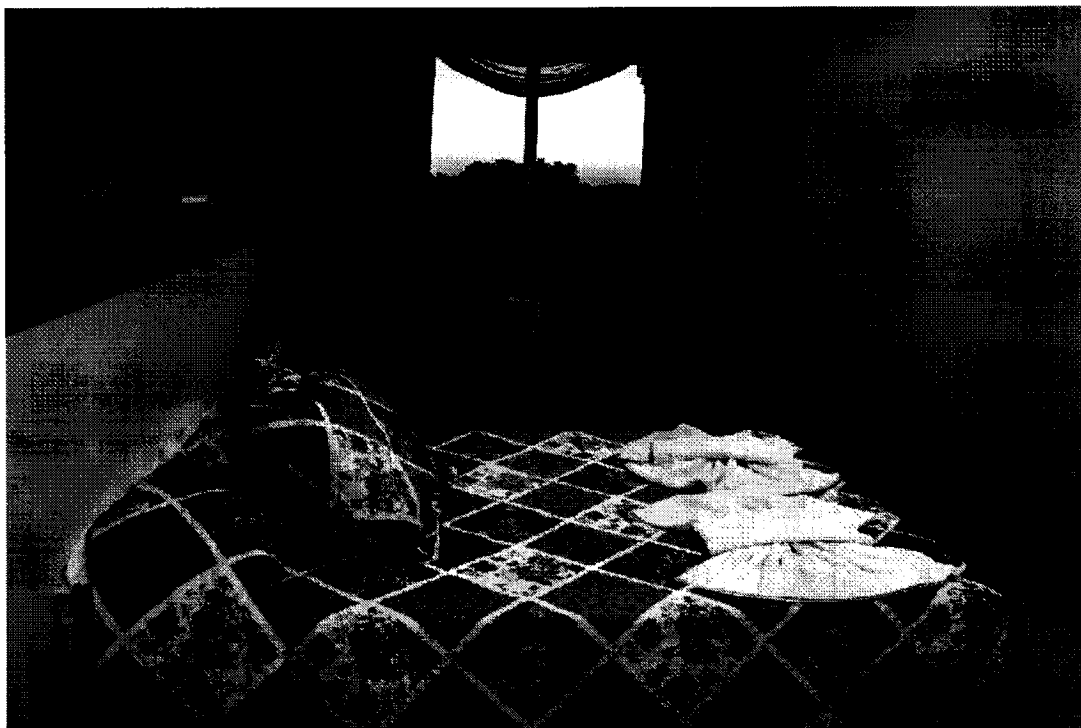




O estabelecimento está localizado na Rua Sete de Setembro, 1471, no Centro de Pinto Bandeira. O telefone para contato é (54) 3468-0057. Mais informações, clique [aqui](#).

Pousada Fornasier

A maior pousada de Pinto Bandeira está localizada num lugar privilegiado, rodeado de vistas deslumbrantes da serra. Suas instalações são bastante simples e contam com o diferencial da maravilhosa vista das janelas. Possui sala de jogos, áreas de entretenimento e piscina. Fica próxima ao Mirante da Cascata dos Amores – o que é um ponto forte.



Fica na Estrada para Pinto Bandeira e o telefone para contato é (54) 2521-2666. Mais informações, clique [aqui](#).

Onde Comer

Restaurante Don Giovanni

Os jantares harmonizados do Restaurante e Pousada Don Giovanni esbanjam sofisticação em um ambiente agradável que une o que a Serra Gaúcha tem para oferecer de melhor. Os pratos são servidos em 4 tempos – entrada, risoto, prato principal e sobremesa - todos harmonizados com vinhos produzidos no próprio local, que também é uma vinícola. A Dona Bitá é conhecedora da boa cozinha, com comida de verdade, e sabe valorizar como ninguém uma alcachofra, aliás, o risoto com este vegetal é meu prato preferido.

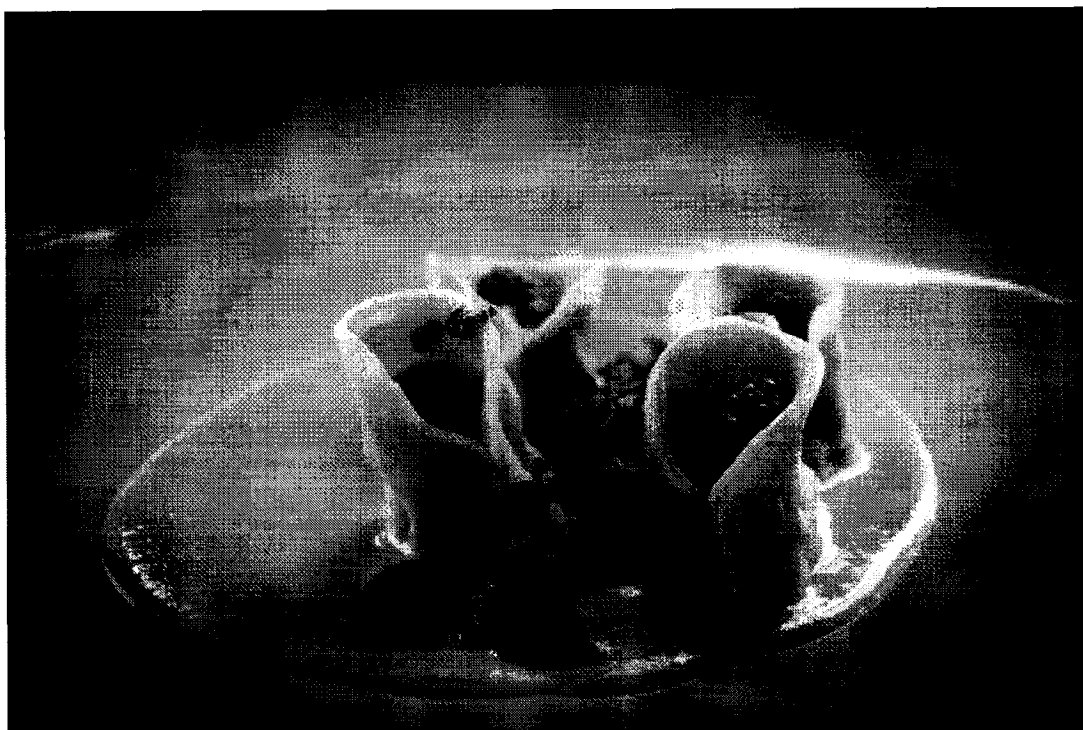


O restaurante/pousada/vinícola está localizada na Linha Amadeo, km 12. O telefone para contato é (54) 3455-6294. Mais informações, clique [aqui](#).

Champenoise Bistrô

Mais do que comida, oferece uma experiência gastronômica completa e surpreendente. O Champenoise Bistrô aborda a culinária italiana tradicional da região com um modo atual. Os sócios do empreendimento são membros do Convivium Slow Food Primeira Colônia, ou seja, aplicam, em todos os processos do restaurante, a filosofia do alimento Bom, Justo e Limpo. Assim, os pratos, que utilizam de ingredientes orgânicos e são preparados de modo sustentável, detêm ainda mais

qualidade de sabor. Não é para menos, uma vez que o restaurante é do casal Marina Santos e Isral Dedea Santos - a primeira, com especialização em agroecologia e o segundo, chef de cozinha. Uniram suas qualidades e transformaram a pequena casa, construída em 1927, em um dos melhores restaurantes contemporâneos da região. Vale a visita. O valor do menu completo está por volta de R\$95,00 por pessoa.

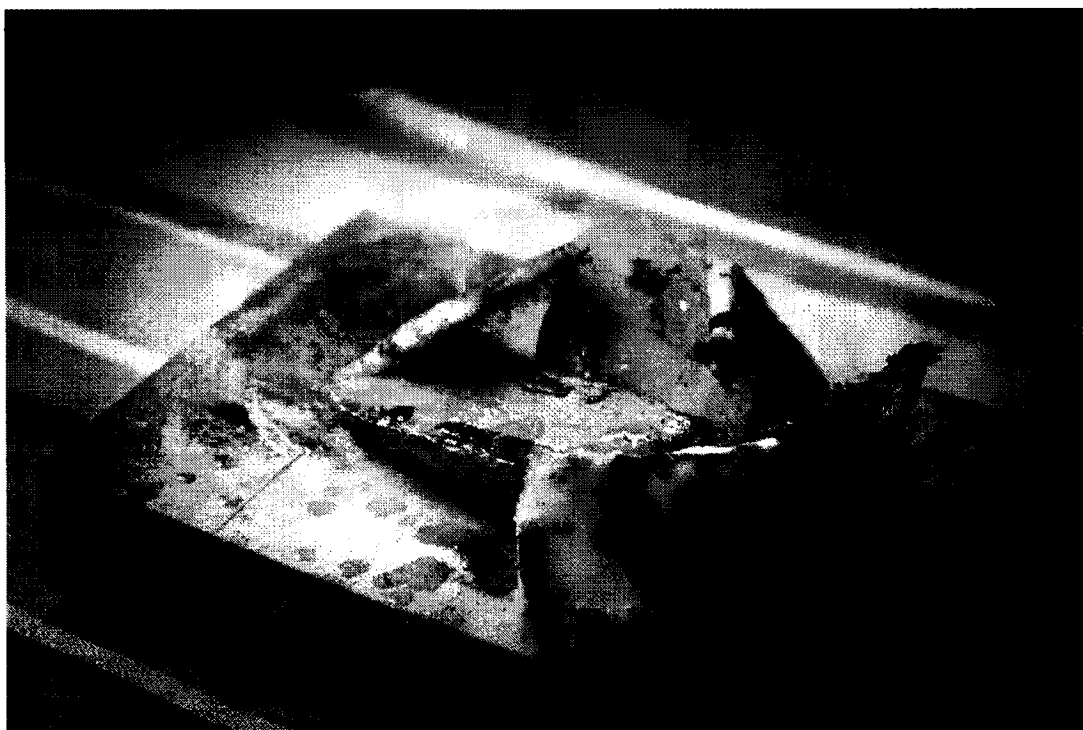




O restaurante está localizado na Linha Amadeo e fica aberto de quinta-feira à domingo, das 12h às 14h30min. O telefone para contato e reservas é (54) 9 9660-3382.

Colheita Butique Sazonal

O Colheita Butique Sazonal inova ao apresentar conceitos da cozinha de fogo e técnicas rudimentares de cozinha. São poucos restaurantes brasileiros que buscam este resgate às origens em pratos deliciosos como os oferecidos no local. O casal Giordano Tarso e a Ana Gonçalves, também integrantes do Convivium Slow Food Primeira Colônia, se atentam aos alimentos orgânicos, muitos cultivados nas proximidades do restaurante, e priorizam ingredientes sazonais na confecção dos mais diversos e elaborados pratos. A prática visa o respeito pelo tempo de plantio e colheita para garantir alimentos frescos e mais saborosos.



A ambiência do local é acolhedora e proporcionam uma verdadeira experiência gastronômica ao turista em um local rústico e informal. Aos finais de semana, os almoços funcionam no esquema "menu degustação", preparados na brasa pelo proprietário e chef Giordano Tarso. Aí é servido um menu degustação de 7 passos,

uma verdadeira ode ao sabor. O valor do menu completo está por volta de R\$95,00 por pessoa.

O local funciona junto à Pousada Dona Elida, administrada pela mãe do chef, na rua Sete de Setembro, 1471. O telefone para contato e reservas é (54) 99977-1210. Mais informações www.facebook.com/colheitarestaurante.

IMPORTANTE!

O Viajante Maduro visitou Pinto Bandeira a convite da Prefeitura Municipal. Agradecemos pelo fundamental apoio de Angelita Pavan Poloni, na busca de informações sobre os atrativos visitados e na observação atenta dos textos.

A opinião aqui expressa é a nossa verdade! A autoria das fotos é de Ivane Fávero . Edição de Lúcia Fávero e Júlia Freitas, que também contribuiu com o texto.