

TERMO DE REFERÊNCIA

CONSULTORIA PARA ELABORAÇÃO DE PLANO DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO CULTURAL PARA A CIDADE
DE PORTO ALEGRE

VIL-2024-0564

CENTRO+4D

SUMÁRIO

2. JUSTIFICATIVA E OBJETIVO DA CONTRATAÇÃO.....	2
2. 1. Justificativa	2
2.2 Objetivo	7
2.2.1 Objetivo geral	7
2.2.2 Objetivos específicos.....	7
3. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO	7
3.1 Diagnóstico:	8
3.2 Prognóstico:.....	8
3.3 Plano de Ação:	8
3.4 Definição e execução de projetos-piloto	8
4. EXECUÇÃO DO OBJETO	9
4.1 Metodologia	9
4.2 Cronograma de Execução.....	12
5. PRODUTOS E PRAZOS	13
6. EXPERIÊNCIA E QUALIFICAÇÃO EQUIPE TÉCNICA.....	13
7. SERVIÇOS PRESTADOS SOB ORDENS DE COMPRA	15
8. MATERIAIS A SEREM DISPONIBILIZADOS	15
9. Informações relevantes para o dimensionamento da proposta	15
Disposições finais	16

1. OBJETO

1.1. Contratação de consultoria para elaboração de Plano Estratégico de Desenvolvimento Turístico Cultural para a cidade de Porto Alegre, conforme condições, quantidades e exigências estabelecidas neste instrumento:

ITEM	DESCRIÇÃO/ ESPECIFICAÇÃO	Unidade de Medida	Quantidade
1	Diagnóstico	Relatório	01
2	Prognóstico e definição de conjunto de diretrizes para o desenvolvimento sustentável do turismo, de forma integrada.	Relatório	01
3	Estruturação de Plano de Ação para intervenção no território compreendido pelo Projeto Centro + 4D*.	Plano	01
4	Execução de projetos-pilotos na área de intervenção.	Projetos	A definir

1.2 O objeto tem a natureza de serviço comum não contínuo de consultoria e capacitação técnica.

1.3 A área do projeto compreende o recorte territorial adotado para o “Projeto de Regeneração Verde Resiliente e Inclusivo da Área Central de Porto Alegre – Projeto Centro + 4D”, correspondente ao Centro Histórico e bairros que compõem o 4º Distrito, além das áreas adjacentes de interesse turístico: Cidade Baixa, Ilhas e Orla do Guaíba.

1.4 O contrato oferece maior detalhamento das regras que serão aplicadas em relação à vigência da contratação.

2. JUSTIFICATIVA E OBJETIVO DA CONTRATAÇÃO

2. 1. Justificativa

Porto Alegre, com quase trezentos anos de história, uma população de aproximadamente 1.332.845 (IBGE, censo 2022) e uma área de 476,3 Km², é uma das mais importantes capitais do Brasil. Situada às margens do Lago Guaíba, cercada por 40 morros e 16 ilhas, oferece uma variedade de atrações para os visitantes, desde suas belezas naturais, passando por seus pontos históricos, seus centros de alta tecnologia, chegando a sua vida cultural e noturna, famosas por manterem espaços de arte e bares tradicionais, casas de shows, peças de teatro e concertos.

A singularidade da capital dos gaúchos vem de suas origens: aos índios e aos lendários gaúchos que povoavam esta região pastoril na fronteira com a Argentina e o Uruguai somaram-se, a partir de 1752, imigrantes portugueses, italianos, alemães, espanhóis, africanos, entre outras etnias. Um mosaico de faces, costumes e visões que influenciou o crescimento da cidade e todas as formas de manifestação cultural, gastronômica, social.

Foi dessa mistura e variedade que Porto Alegre se tornou uma cidade ligada às tradições, podendo, toda essa pluralidade, ser identificada nos mais variados serviços e atividades oferecidos pela cidade, desde gastronomia, compras, atrações naturais e culturais, até eventos, hospedagem, mobilidade e na dinâmica de vida de seus moradores. Além de atrativos e serviços, Porto Alegre projetou, do Rio Grande do Sul para o mundo, inúmeros escritores, intelectuais, artistas e políticos.

Junto a algumas destas características, Porto Alegre tem, ainda, uma localização estratégica que possibilita a chegada de turistas da América Latina e da Europa em voos sem escalas. Possui ligação aérea direta com Buenos Aires, Montevideú, Cidade do Panamá, Lima e Lisboa. Para quem chega a terras gaúchas, Porto Alegre é a porta de entrada para os principais atrativos turísticos da região, desde a Serra Gaúcha até o litoral e outros destinos que atraem turistas ao estado, situação que favorece à cidade tornar-se uma parada relevante, capaz de oportunizar a vivência de experiências diversas, especialmente culturais e gastronômicas.

Os turistas que mais visitaram os destinos brasileiros ao longo do ano de 2022 foram argentinos (1.032.762), norte-americanos (441.007) e paraguaios (308.234). O Rio Grande do Sul foi uma das principais portas de entrada destes turistas internacionais ao Brasil, tendo registrado a chegada de 474.474 visitantes estrangeiros neste ano, ficando atrás apenas de São Paulo, Rio de Janeiro e Paraná.

Na pesquisa “Novo Posicionamento do Turismo do RS”, realizada pela SETUR/RS, o perfil do turista internacional argentino e uruguaio que visita o estado é de famílias que já estão fazendo a segunda ou a terceira viagem ao Brasil. São autoguiadas e vão em busca das praias gaúchas e catarinenses, permanecendo em média cinco noites no total da viagem. De acordo com o Estudo de Fluxo Turístico (SEBRAE/VIVO), em 2022, Porto Alegre recebeu 3.362.867 turistas únicos. Se considerarmos aqueles que tiveram mais de uma vez na capital no período da pesquisa esse número sobe para 13.569.903 pessoas.

Além da facilidade de acesso e da circulação de turistas na cidade, nos últimos anos, Porto Alegre contou com investimentos e ações institucionais de grande importância para transformar positivamente a cidade. A desburocratização da gestão para autorização de eventos e produções audiovisuais em espaços públicos, a redução de tributos para empresas do setor de eventos, além da facilidade de deslocamento e estruturas de eventos já existentes, insere Porto Alegre na rota das turnês de grandes shows nacionais e internacionais, eventos esportivos, e outros relacionados à saúde, ao agronegócio, à área científica e à área da inovação, como o South Summit, além de grandes eventos na região metropolitana, que posicionam o município como indutor de grande movimentação.

De acordo com o Índice de Concorrência dos Municípios 2022 (ICM), pesquisa realizada pelo Ministério da Economia, Porto Alegre é a capital que possui o melhor ambiente de negócios do Brasil, situação que oportuniza agregar valor à marca da cidade e a potencializar a difusão de sua imagem, sendo considerada um dos principais centros de eventos do país e estando entre as dez cidades brasileiras que mais recebem eventos internacionais, segundo a International Congress & Convention Association (ICCA). Esta posição é sustentada por equipamentos versáteis e tecnologicamente atualizados.

Entre estes equipamentos estão o Centro de Eventos da Federação das Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul (FIERGS), um dos mais tecnologicamente preparados da América Latina, o Centro de Eventos da Pontifícia Universidade Católica (PUCRS), o Centro de Eventos do BarraShoppingSul e o Centro de Eventos AMRIGS.

Além dos Centros de Eventos, dois modernos estádios de futebol ampliam também a oferta e o potencial da capital gaúcha para eventos diversos, inclusive grandes shows. Além disso, complexos esportivos, campos oficiais de golfe e clubes náuticos trazem competições nacionais e internacionais em vela e remo para o Lago Guaíba.

A revitalização da orla e o surgimento de novos espaços de lazer, entretenimento e gastronomia, como o Cais Embarcadero e o Parque Pontal, tornam a capital gaúcha um potencial destino turístico de “bleisure” (business + leisure, ou negócios + lazer).

“Porto Alegre pra se encontrar” foi o branding construído e adotado pelos porto-alegrenses e, para além de uma marca, traduz a hospitalidade e a diversidade das pessoas, a cultura dos eventos de rua, do chimarrão nos parques e praças.

A Capital Mundial do Churrasco quer compartilhar suas paixões e receber gente de todo mundo. A começar pelos vizinhos do Mercosul que passam pelo estado do Rio Grande do Sul em direção às praias catarinenses, não aproveitando o que a capital tem para oferecer, muitas vezes pelo desconhecimento das potencialidades de Porto Alegre como destino.

Assim, reunindo acesso facilitado, cultura, história, gastronomia diferenciadas, uma cidade verde, arborizada, com uma zona rural dificilmente encontrada em grandes centros urbanos, uma orla viva, com praias e um pôr do sol que é um dos seus cartões postais, além de um ambiente de negócios e inovação favoráveis, fazem de Porto Alegre uma cidade que atrai pessoas de cidades vizinhas, de outros estados e outros países, para trabalhar, estudar, fazer negócios, participar de feiras, congressos e outros eventos, mas também para visitar parentes e amigos, passear e conhecer o que a cidade tem de diferente.

Nesse sentido, entende-se que Porto Alegre, além da atratividade já explorada, pode beneficiar-se ainda mais com o turismo, a partir do momento em que souber trabalhar estrategicamente características que a tornam uma capital única no Brasil, bem como as facilidades que oferece a quem chega ao destino.

Ainda, fundamental ressaltar que após o desastre climático ocorrido em maio de 2024, o Projeto de Regeneração Verde Resiliente e Inclusivo da Área Central de Porto Alegre – Programa Centro + 4D foi reestruturado através de alinhamento entre prefeitura, os entes financiadores e o governo federal. Mediante os graves danos à infraestrutura da cidade, os investimentos previstos no Programa, além de contemplarem investimentos de vulto em drenagem urbana e saneamento na área mais afetada pela inundação, alavancarão a reconstrução econômica da cidade, mais do que a reconstrução imediata das infraestruturas afetadas. Assim, a expectativa é que a regeneração e modernização dos espaços públicos do Centro Histórico e do 4º Distrito pós-desastre estimulem decisivamente a recuperação econômica, a densificação habitacional das duas regiões, bem como o desenvolvimento de suas economias, através de atração de novos negócios e do fortalecimento da rede de comércio e serviços, especialmente em relação ao vetor puxado pelo turismo e pela economia criativa, dando amplitude ao conjunto de ativos culturais, patrimoniais e ambientais já instalados e próprios da região. Nesse sentido, e a fim de potencializar o efeito da atividade turística, foram retomadas também as tratativas em relação ao Plano Estratégico de Desenvolvimento Turístico Cultural, objeto da presente contratação.

Turismo Cultural

A contratação de um Plano de Desenvolvimento Turístico Cultural para a Cidade de Porto Alegre, com ênfase nos territórios do Centro Histórico e do 4º Distrito, decorre de Apoio Técnico proporcionado pela AFD (Agência Francesa de Desenvolvimento), visando a estruturação do “Projeto Centro +4D”, em operação cofinanciada pelo Banco Mundial.

Nesse sentido, o Turismo Cultural foi identificado como um dos potenciais pilares para alavancar o desenvolvimento de Porto Alegre e, em especial, da região que comporta o 4º Distrito e o Centro Histórico da cidade, tendo em vista a relevância de seus atrativos naturais e a concentração local de equipamentos e atividades do gênero, de prédios e sítios históricos e com valor de preservação, e da rede de gastronomia instalada.

A área denominada Centro Histórico concentra o maior acervo de patrimônio cultural da cidade. Para o turismo, os atrativos culturais incluem desde o patrimônio edificado às intangíveis relações estabelecidas em espaços, como o Mercado Público e seu entorno, o corredor cultural da Rua dos Andradas, a Praça da Matriz, Praça da Alfândega e o Cais do Porto. Além disso, concentra uma oferta turística ampla e qualificada, equipamentos culturais, como museus, centros culturais, teatros, entre outros espaços, exposições permanentes e temporárias, e uma programação intensa o ano inteiro. São espetáculos teatrais, de dança, shows de produção local, nacional e internacional, que atraem não só porto-alegrenses, mas públicos de outras cidades gaúchas, do país e países vizinhos. Além desses elementos, que compõem a oferta de atrativos turísticos de Porto Alegre, o Centro Histórico concentra parcela significativa de equipamentos e serviços turísticos, como empreendimentos hoteleiros, restaurantes, agências de viagem, serviços bancários e funções administrativas.

É no Centro Histórico também que estão localizados alguns dos pontos de saída de passeios de barco pelo Guaíba, principal atrativo natural do destino. Nessa área ainda está um dos principais portões de entrada de visitantes à cidade: a estação rodoviária.

Ainda quanto às intangíveis relações estabelecidas com espaços, Porto Alegre dá asas à imaginação através das suas várias lendas que instigam os mais curiosos. São ruas e locais associados a lendas urbanas que trazem detalhes das histórias que fazem parte da tradição e do imaginário popular. Dentre algumas das lendas que despertam curiosidade nos moradores e turistas que chegam à cidade, estão a do Açougueiro (na rua Fernando Machado), a do Castelinho do Alto da Bronze (na rua Vasco Alves), a das Torres, na Igreja das Dores, e a do Bará, no Mercado Público.

Já a área identificada como 4º Distrito (4D) de Porto Alegre abrigou, no século XX, o Polo Industrial da cidade. Essa área, porém, passou por modificações econômicas e esvaziamento populacional, o que deu origem a uma antiga zona industrial, degradada e obsoleta. Hoje, através do Masterplan, busca-se a requalificação urbana da área; preservar, valorizar e qualificar o patrimônio construído; melhorar a mobilidade e acessibilidade; revertendo o processo de degradação desta região e oportunizando investimentos econômicos e sociais.

Porto Alegre é a 2ª capital mais criativa do Brasil, sendo um ambiente propício para o desenvolvimento de empresas e projetos inovadores. No 4º Distrito concentram-se cervejarias artesanais, Distrito C, Associação Cultural Vila Flores, para citar alguns exemplos, possui grande potencial para investir e desenvolver a Economia Criativa. É também uma área que visa investir em saúde.

Tanto no Centro Histórico quanto no 4º Distrito, o turismo gastronômico e cervejeiro despontam como atrativos decisivos na atração de turistas e vizinhos da região, que buscam em Porto Alegre boas opções de lazer e gastronomia. E, além da gastronomia que já provou ser um dos fortes de Porto Alegre, com cozinhas nacionais e internacionais, de mais de 17 nacionalidades diferentes, o mercado cervejeiro também merece os holofotes. A história da produção industrial de cervejas no Brasil remete às décadas de 1870 e 1880, quando inicia a operação da cervejaria de Friederich Christoffel, em Porto Alegre.

Além de iniciar a produção em larga escala no centro urbano, a cervejaria trouxe, ao longo dos anos, inovações na produção, propagando a cultura cervejeira pela capital. Com o fortalecimento das micro cervejarias, é criada a Dado Bier, 1ª Micro Cervejaria do Brasil, pioneira em oferecer cerveja artesanal direto da fonte ao consumidor. Hoje, o novo conceito de cerveja atrai um consumidor que está cada vez mais exigente, buscando rótulos com melhores ingredientes, estudando as composições do que vai na bebida que ele ingere e evitando cada vez mais as produções em larga escala e cheias de composições químicas. E é nesse contexto que Porto Alegre se insere, seja na produção, na comercialização e no seu posicionamento como polo cervejeiro.

Desafios e soluções

Dentre os principais problemas identificados pela gestão do Turismo em Porto Alegre estão a falta de posicionamento estratégico de mercado, a desarticulação da oferta turística, a escassez de produtos turísticos formatados, e a ausência de políticas para animação turística dos espaços públicos. Apesar do significativo número de atrativos turísticos e da consistente rede de equipamentos culturais instalada na cidade, não existe um plano estratégico que proponha uma atuação de forma integrada e potencialize seu aproveitamento.

Dentro do Programa Centro+4D, o Turismo está identificado como atividade geradora de vagas de empregos formais e vetor da vitalidade econômica do território. Recente pesquisa do IBGE (PNAD) revelou que o estado do Rio Grande do Sul é o segundo maior destino de viagens no Brasil.

Assim, num primeiro momento, e em virtude da história presente nas suas ruas, prédios, museus, galerias de arte, bibliotecas, teatros, muitos concentrados numa mesma região, de fácil acesso e com deslocamento facilitado, eleger-se o Centro Histórico da capital como território a ser estudado e desenvolvido para acolher o turista e promover o turismo local.

De forma complementar, em função da proximidade com o Centro Histórico e por ser uma região em desenvolvimento e com grande potencial de investimento, tem-se no 4º Distrito um território a ser trabalhado em conjunto, uma vez que gastronomia e cervejarias, que integram a oferta local, estão em plena expansão e são alvo de desejo de turistas e moradores da própria cidade e região metropolitana.

O desafio desta contratação é criar meios de atrair o turista para Porto Alegre e mantê-lo na cidade, através da oferta de polos culturais, gastronômicos, de negócios, de grandes eventos e de interação com os atrativos da Orla e do Guaíba. Este potencial já é reconhecido e atrai um fluxo importante de turistas para a cidade.

No entanto, se faz necessário, neste momento, a análise do contexto atual, pelo qual a cidade passa por uma recessão econômica, resultante da catástrofe climática sofrida pelo estado no final de abril e início de maio de 2024, com ocorrência de chuvas e cheias extremas, registro de danos por inundações e deslizamentos. Choveu no Rio Grande do Sul o equivalente a três meses, uma média de 420mm acumulados entre 24 de abril e 04 de maio de 2024. Porto Alegre, em decorrência, passou por uma cheia persistente que se estendeu ao longo do mês de maio, tendo 30% do seu território urbano inundado, com danos severos a infraestrutura e canais logísticos. A ocorrência lembrou a enchente de 1941, superando a marca histórica de elevação do Guaíba, e colocou sob análise o sistema de proteção contra cheias, projetado na década de 70. Os efeitos de vários dias de inundação e as consequências diretas e indiretas foram e serão sentidas por um longo tempo, principalmente nos bairros mais atingidos, como o Centro Histórico e o 4º Distrito. Assim, tanto o impacto no território, na vida dos porto-alegrenses e na economia, como o processo de revitalização e retomada da cidade, a partir do enfrentamento das emergências, deverão permear as análises em todas as etapas e entregas.

Estabelecer sua conexão com a estrutura turística existente, assim como a construção de narrativas consistentes para que o turismo se qualifique e se constitua como vetor de desenvolvimento econômico efetivo. A valorização das riquezas naturais e culturais como ativos turísticos implicam em suas preservações, através de um processo de retroalimentação virtuosa que tem como principal referência a personalidade do cidadão.

A metodologia proposta é o desenvolvimento de um plano estratégico que tenha como uma das entregas a organização e recuperação dos atrativos existentes e a estruturação de atrativos em potencial, entendida como forma de organizar e integrar a oferta turística, gerando produtos rentáveis e comercialmente viáveis.

Por fim, cabe ressaltar que o processo de elaboração deverá considerar todos os estudos e planos já elaborados, bem como aqueles que se encontrem em execução, como o DTI - Destinos Turísticos Inteligentes, o Plano de Turismo do COMTUR e o Plano Municipal de Economia Criativa, entre outros, iniciando com um processo de diagnóstico do turismo na cidade antes e pós enchente, seguido de um prognóstico e levantamento das diretrizes,

resultando na construção de um plano de ação e avançando, em fase inicial de implementação, no desenvolvimento de projetos-piloto, que terão como objetivo validar o planejamento idealizado, cancelando o turismo cultural no posicionamento estratégico ao desenvolvimento sustentável do território definido para esta contratação.

2.2 Objetivo

2.2.1 Objetivo geral

Tornar o turismo um vetor essencial para o desenvolvimento econômico regional, definindo diretrizes estratégicas que promovam o desenvolvimento harmonioso e sustentável do destino.

Esse plano de desenvolvimento do turismo será baseado em dois princípios fundamentais:

- uma abordagem que coloca as expectativas dos clientes existentes no centro do processo, a fim de consolidá-las, e as dos novos alvos a serem conquistados, a fim de desenvolver uma oferta e uma organização adequadas;
- um processo de co-construção do plano de ação com os diversos atores locais (representantes eleitos, instituições e profissionais) para garantir que os objetivos sejam incorporados, um pré-requisito essencial para que todos contribuam em seu próprio nível para o desenvolvimento bem-sucedido da economia do turismo;

2.2.2 Objetivos específicos

- a) Aumentar o número de turistas, seu tempo de permanência e seu gasto médio na cidade;
- b) Fomentar e favorecer outras atividades indutoras e complementares à cadeia produtiva do turismo, a fim de possibilitar o desenvolvimento social e econômico;
- c) Implementar práticas sustentáveis para minimizar o impacto ambiental, alinhadas à Agenda 20-30 e aos 17 ODS da ONU, especialmente: ODS 8, 11, 12 e 17; colocar tabela ODS;
- d) Estimular a inovação e o empreendedorismo no turismo;
- e) Potencializar a atratividade da área compreendida pelo Plano de Ação, qualificando a oferta turística local, alinhada com os projetos urbanos e comerciais em desenvolvimento (Projetos Centro + 4D, Orla etc.), e a revitalização dos espaços após o período de enchente de maio de 2024;
- f) Preservar e promover a cultura local e o patrimônio histórico da região;
- g) Desenvolver e/ou fortalecer processos de governanças territoriais;
- h) Monitorar os impactos econômicos, sociais e ambientais do turismo no território compreendido pelo plano, identificando possíveis melhorias.

3. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO

O escopo da contratação envolve a elaboração, implantação e operacionalização de um plano estratégico para o desenvolvimento turístico cultural de Porto Alegre, tendo como recorte territorial de atuação a área compreendida pelo projeto Centro+4D. O trabalho será composto das seguintes etapas:

3.1 Diagnóstico:

- a) Caracterização da atratividade turística do município, com ênfase na identificação e mapeamento do patrimônio material e imaterial da região do Centro+4D, bem como da infraestrutura turística, equipamentos e serviços turísticos locais.
- b) Identificação da demanda turística real e potencial das áreas turísticas da cidade, os públicos-alvo, suas expectativas e os novos alvos a serem conquistados.
- c) Análise dos setores econômicos com maior potencial para desenvolvimento para ampliação da oferta, de novos produtos e serviços turísticos.
- d) Identificação da capacidade empresarial para mobilização do território.
- e) Pesquisa referencial de destinos com experiências de sucesso/ boas práticas no posicionamento para turismo cultural. A partir de indicadores elaborados, as pesquisas deverão contemplar análise de projetos, coleta dados secundários para avaliação das estratégias e políticas públicas adotadas, entrevistas e visitas técnicas para investigação dos impactos e participação das governanças no processo.
- f) Verificação dos pontos fracos e fortes, oportunidades e riscos do desenvolvimento do turismo cultural na região.
- g) Análise comparativa da situação antes da enchente, após a enchente (situação atual) e com situação pretendida.

3.2 Prognóstico:

- a) construção de possíveis cenários futuros: pessimista, realista e otimista;
- b) identificação das alternativas viáveis;
- c) formulação de hipóteses e propostas para diferentes caminhos a serem seguidos para o desenvolvimento do turismo cultural no território;
- d) escolha do modelo ou cenário mais adequado, de acordo com os objetivos pretendidos.
- e) análise e definição das diretrizes, metas e objetivos.

3.3 Plano de Ação:

- a) elaboração do plano, com detalhamento das propostas, etapas, indicadores de monitoramento, cronograma de execução e responsáveis técnicos pelo desenvolvimento, implantação e monitoramento.
- b) considerando:
 - a estruturação e fortalecimento de governanças locais para gestão do turismo e para o desenvolvimento de territórios criativos, sua modelagem e forma de atuação baseada na quintupla hélice;
 - a sustentabilidade e inclusão, por meio da valorização, requalificação e dinamização dos elementos patrimoniais (material e imaterial), bem como as características socioculturais, econômicas, ambientais e políticas do Centro+4D.
 - o monitoramento estratégico.

3.4 Definição e execução de projetos-piloto

Com objetivo de qualificar e ampliar a oferta turística da região, os projetos-pilotos deverão ser pensados enquanto elementos/ produtos âncora, indutores do desenvolvimento e, capazes de ampliar a atratividade da localidade. Terão como premissas:

- a) impacto e abrangência no território;
- b) integração da comunidade local e o desenvolvimento de ecossistemas;
- c) inovação e o aporte tecnológico;
- d) qualificação de equipamentos culturais, com a proposição de novos usos;
- e) valorização da cultura e reforço da identidade local;
- f) projetos básicos, termos de referência ou prontos para implementação e/ou contratação (no caso de serviços).

4. EXECUÇÃO DO OBJETO

4.1 Metodologia

4.1.1 Diagnóstico

Esta etapa prevê um estágio inicial de alinhamento da consultoria com a equipe técnica na PMPA, onde serão apresentadas a situação atual do turismo, projetos urbanos e políticas públicas existentes nas regiões, considerando também os impactos e processo de revitalização em decorrência da enchente de maio de 2024. Ainda, serão repassadas informações econômicas e das ações em andamento. A consultoria poderá solicitar, a qualquer tempo, complementação das informações e/ou esclarecimentos. Estão previstos:

- a) Levantamento de dados para caracterização do território: realização de inventário turístico, definindo critérios avaliativos e categorias para enquadramento da oferta turística existente (atrativos, equipamentos e serviços turísticos) por nível de atratividade. Deverão ser inventariados os serviços de receptivo turístico, serviços básicos, sinalização, acessibilidade, etc.; mapeamento do patrimônio cultural material e imaterial existente; mapeamento da indústria criativa nos territórios e de possíveis clusters; mapeamento de equipamentos turísticos implantados, em projeto ou prospecção nos territórios e proximidades, como Parque da Orla Trechos 01 e 03, Parque Temático Harmonia, Trecho 02 da Orla, Marina Pública e Centro de Eventos, Cais Mauá, Museu Iberê Camargo, Pontal do Estaleiro, Estádio Beira Rio e Gigantinho, Shopping Centers Barra, Pontal, Praia de Belas e Total, Aero móvel, Caminhos Rurais, etc.; levantamento da rede de gastronomia, bares e casas noturnas; levantamento dos equipamentos culturais (rede de museus e casas de cultura, monumentos, obras e galerias de arte, casas e ateliers de artistas, cinemas, teatros, auditórios públicos e privados, etc.); mapeamento dos impactos e da mancha de inundação nos territórios (resgate histórico de eventos anteriores, memórias e processos de revitalização após enchentes), mapeamento da rede hoteleira e de ofertas de habitação temporária e de seu grau de conhecimento e capacidade de atuar na difusão dos valores turísticos e culturais da cidade; levantamento de feiras e eventos comerciais (livre, orgânica, artesanato/design); levantamento de calendário de eventos da cidade com capacidade de atração em nível nacional e regional, bem como o público de cada um desses eventos (South Summit, agenda esportiva, shows, feiras, carnaval, congressos, etc) e sua possível interação com o território objeto desta contratação; construção de indicadores e levantamento de dados para análise situacional da educação e qualificação na área de turismo, economia criativa e setores correlatos.
- b) Desenvolvimento de mapa situacional da oferta turística identificada no território delimitado para esta contratação (Centro Histórico e 4 Distrito) - em formato digital. A partir dos dados levantados no inventário, produzir o mapa digital do território, localizando os atrativos e equipamentos identificados.
- c) Realização de escutas à comunidade, com oficinas de metodologias participativas para identificação de carências e oportunidades, considerando indicadores de desenvolvimento da infraestrutura turística e de apoio; oferta turística; promoção e inserção mercadológica; qualificação profissional; processo de inovação e tecnologia e legislação.
- d) Realização de pesquisas de demanda real e potencial: assim, deverão ser realizadas pesquisas visando identificar o perfil do turista que circula e consome o território estudado (origem, meio de transporte,

motivação, tempo de permanência, hospedagem, pontos de interesse, canal de informação sobre a cidade), ainda é importante identificar o turista em potencial, aqueles que utilizam os terminais de passageiros da cidade, contudo não permanece (dirigindo-se a outros destinos do RS), e pesquisa de satisfação em relação ao espaço, atrativos e serviços consumidos. Com relação à análise comparativa, considerando a demanda atual pelo município, bem como o interesse em um posicionamento futuro para turismo cultural, é necessária uma análise sobre a demanda em potencial, por meio de uma análise de mercado.

- e) Realizar levantamento da legislação pertinente ao turismo, ao ordenamento do território e a temas correlatos, nas esferas municipal, estadual e federal, que possam impactar, subsidiar e contribuir na estruturação do turismo cultural local.
- f) Estruturar e aplicar pesquisa junto a estabelecimentos inseridos no território objeto desta contratação, para realização de levantamento de dados econômicos, definindo correlações entre o turismo local e os impactos econômicos gerados.
- g) Analisar a governança em turismo e temas correlatos (patrimônio; economia criativa; inovação). Identificar processos institucionalizados (conselhos; grupos de trabalho; comitês, comissões, fóruns e instâncias de governança, etc.) que estão ativos para apontar possíveis sobreposições e necessidades de atualização. Ampliando a análise para outros processos de desenvolvimento de governanças não estatais, diferentes formas de atuações no território, e até grau de abrangência e capilaridade. Exemplo: as alianças, os coletivos, os ecossistemas de inovação e criativos, os arranjos produtivos, buscando entender a capacidade de mobilização do setor empresarial local.
- g) Levantamento e análise de outros projetos turísticos (e/ou com possível integração) em desenvolvimento na área, como projetos Parque GAM3, Centro de Eventos, Marina Pública, Roda Gigante (anexos), etc.
- h) Benchmarking - Análise comparativa de outros destinos que obtiveram sucesso na implementação de estratégias para o desenvolvimento do turismo cultural, com vistas à melhor apropriação dos espaços e cultura local, revitalização urbana e modelos/ processos de governança. No primeiro momento, deverão ser definidos indicadores para análise comparativa a partir da coleta de dados por meio de fontes secundárias, big data, e consultas prévias, abrangendo um universo maior de destinos com características semelhantes a Porto Alegre - deverão ser objeto de análise destinos nacionais (até 3), destinos internacionais sul-americanos (até 3) e até internacionais (até 3). Deste universo, deverão ser escolhidos ao máximo três destinos para visitas técnicas, sendo realizadas, neste momento, entrevistas e investigações “in loco” da implementação dos projetos culturais (antes/ depois) e processos de governança. As investigações deverão contemplar também análises do posicionamento de mercado, identidade cultural, projeto para atração de eventos/ incentivos. Ainda poderão ser considerados análises de cases de sucesso em territórios que tiveram espaços revitalizados após catástrofes climáticas, sendo ativados por meio do turismo. Sugere-se que essas máximas três visitas sejam realizadas por uma equipe de 06 representantes técnicos (cada visita) e contemplem destinos nacionais e internacionais para cidades sul-americanas e da Europa. Elencados, a seguir, alguns destinos referência (esclarecendo que estes não são definitivos, podendo a consultoria propor outros que acreditar serem mais adequados: a) nacionais—São Paulo, Belo Horizonte, Recife; b) internacionais - sul-americanos – Peru (Lima), Argentina (Buenos Aires); c) internacionais Europa - França (Nantes), Portugal (Lisboa/ Porto), Espanha (Bilbao). O valor máximo dessa viagem não deve exceder 50.000 euros, incluindo transporte¹, diárias (inclusive custos de acomodação) e traduções, se necessário. As viagens de estudo serão objeto de uma proposta de programa, a ser fornecido 1 mês antes da data de partida e um relatório de viagem, que deve ser entregue 15 dias após o retorno.
- i) Reuniões de acompanhamento e apresentação dos resultados da 1ª etapa para validação por parte da equipe técnica da PMPA, para discussão e encaminhamentos.

¹ A viagem aérea será feita em classe econômica ou premium se o tempo de viagem for superior a 10 horas.

4.1.2 Prognóstico

Nesta etapa o trabalho é baseado na construção coletiva, um processo colaborativo para análise e validação dos caminhos a serem seguidos. Com base nas informações geradas na etapa anterior, de diagnóstico, serão projetados os cenários pessimista, realista e otimista. As análises irão pautar as tomadas de decisões de projeto que, ao final desta etapa, serão consolidadas em diretrizes, metas e objetivos. Estão previstas as seguintes ações:

- a) Avaliação do potencial de atratividade turística das áreas prioritárias, conforme categorização dos atrativos principais e secundários estabelecidos na etapa anterior.
- b) Análise da demanda turística potencial.
- c) Apresentação do diagnóstico e realização de oficinas com atores locais para análise dos cenários. Sugere-se a realização de oficinas de futuro (baseados na STEPH ou outras metodologias similares) com diferentes grupos de atores locais, comunitários, empresariais, de educação e governo.
- d) Propostas para o incremento e/ou qualificação da oferta turística existente.
- e) Análise de oportunidades e soluções para qualificar e/ou suprir carências identificadas na promoção turística.
- f) Proposição de soluções para qualificar e/ou suprir carências e fragilidades na qualificação profissional.
- g) Reuniões de acompanhamento e apresentação dos resultados da 3ª etapa para validação por parte da equipe técnica da PMPA.

4.1.3 Plano de Ação

Esta etapa refere-se à elaboração do planejamento estratégico, em um processo colaborativo. Neste sentido, conforme as diretrizes, metas e objetivos elaborados na etapa anterior, serão detalhadas as propostas, etapas, indicadores de monitoramento, com desenvolvimento do cronograma de execução e indicação dos responsáveis. Também nesta etapa são previstas ações de mobilização da governança e da comunidade diretamente e indiretamente atingidas. Integram esta etapa as seguintes ações:

- a) articulação da governança do plano, mobilização dos agentes, atores locais e interlocutores do governo;
- b) desenvolvimento de oficinas para co-criação do plano;
- c) consolidação do documento, redação e editoração;
- d) estruturação de novo mapeamento turístico do território, incluindo projetos propostos, de forma a criar um mapa da área turística projetada (digital);
- e) plano de comunicação para mobilização e engajamento da comunidade local, stakeholders, trade turístico, agentes criativos, e outros que integram o público-alvo do projeto, prevendo a criação de identidade visual do projeto; campanha de promoção da área especial de interesse turístico, vinculado ao plano de marketing para o turismo da cidade. O posicionamento do projeto, deve estar conectado à marca da cidade (marca horizonte, em anexo);
- f) eventos de apresentação e sensibilização da comunidade local, utilizando-se espaços e equipamentos disponibilizados pelo poder público e parceiros da iniciativa privada.
- g) elaborar relatório síntese ou sumário ou resumo executivo – com os principais resultados do plano, a fim de obter um produto único que possa ser consultado e divulgado mais facilmente.

4.1.4 Projetos-Pilotos

Nesta última etapa do trabalho, objetiva-se a realização de projetos pilotos alinhados com as propostas previstas no plano de ação (etapa anterior). Assim, estes projetos terão o intuito de iniciar o desenvolvimento do plano, induzindo o processo de estruturação e a qualificação da oferta turística em turismo cultural. Os projetos deverão

considerar as premissas elencadas no 3.4, da descrição da solução. Abaixo estão elencadas algumas possibilidades a serem consideradas, sendo estas apenas sugestões e não exaustiva.

- a) Elaboração, e definição da forma de comercialização de roteiros turísticos, levando em conta os projetos de desenvolvimento urbano, atuais e planejados, considerando os segmentos identificados como potenciais e prioritários. Exemplo: roteiro artístico-cultural, roteiro gastronômico, roteiro religioso, etc. Na etapa de planejamento os planos (como produtos) deverão ser entregues em formato relatórios digitais, devendo ser considerada para operacionalização os possíveis formatos de realização, modais a serem articulados, etc.; Ainda nesta etapa deverá ser incluído um teste do roteiro, a fim de que possam ser previstas a capacitação do receptivo; propostas as formas para comercialização, como realização de rodadas de negócio e desenvolvimento de campanha digital, com material de divulgação e promoção trilingue para serem veiculados em canais próprios de comunicação da PMPA.
- b) Elaboração de termo de referência, com levantamento do escopo, funcionalidades, diferenciais, necessidades de integração e os custos para desenvolvimento de aplicativo de mapa turístico interativo, onde os roteiros turísticos testados e aprovados serão disponibilizados para o público, como produto para consumidor.
- c) Proposta de readequação e/ou refuncionalização de equipamentos culturais, prevendo análise arquitetônica e redesenvolvimento de projetos-pilotos emblemáticos, propondo novos usos e ampliação de atratividade, a partir de novos modelos de negócios associados, valorizando a cultura local, a resiliência e adaptabilidade aos processos de cheias do Lago Guaíba e situação de enchentes, por meio de, por exemplo, novos projetos museográficos, desenvolvimento de centros interpretativos com utilização de tecnologias imersivas, hubs criativos, etc. O produto nesta etapa poderá contemplar um termo de referências e estudos conceituais, para implementação em nova contratação.
- d) Elaboração de conceito e plano de ação para o desenvolvimento de territórios criativos. Definição: O território é compreendido como o espaço geográfico que apresenta potencial cultural criativo capaz de promover o desenvolvimento integral e sustentável, aliando a preservação e promoção de seus valores culturais e ambientais. A partir de intervenções urbanas e fomento aos setores criativos, valorizando a identidade territorial e o capital humano. Este ocorre por meio do desenvolvimento de arranjos colaborativos, relacionado aos ecossistemas de inovação, redes de produção, distribuição e circulação de bens e serviços, APLs. O incentivo ao turismo cultural, neste contexto, buscando integrar ações governamentais e privadas na promoção da cidade como destino turístico, observando estratégias de preservação patrimonial e ambiental com ações de fortalecimento local. Alguns exemplos referência para a cidade: PobleNouUrbanDistrict (<https://poblenouurbandistrict.com/es/membres/>), Bronx Distrito Creativo (<https://bronxdistritocreativo.gov.co/>) ; VibeCreativeDistrict (<https://vibecreativedistrict.org/>); El Perpetuo Socorro - Distrito Creativo de Medellín (<https://www.instagram.com/elperpetuosocorro/>). Desta forma o plano entregue deverá contemplar uma ou mais ferramentas de mapeamento e articulação das governanças existentes (conforme acima sugerido), bem como formas de ativação do espaço para promoção do ecossistema criativo.

4.2 Cronograma de Execução

[illegible]

Plano de Ação Centro + 4D																	
Projetos-Pilotos																	

5. PRODUTOS E PRAZOS

Todos os trabalhos terão constante acompanhamento da AFD e da Prefeitura de Porto Alegre através da UGP/SMPAE, SMDet e SMCEC. A duração dos trabalhos de elaboração está estimada em 570 dias a partir do aceite do plano de trabalho, entretanto algumas etapas poderão ocorrer concomitantemente, reduzindo o período de entregas relacionadas. Os produtos esperados e seus prazos de entrega estão descritos no cronograma das atividades abaixo:

PRODUTO	DESCRIÇÃO	PRAZO <i>dias</i>
1	Diagnóstico	180
2	Prognóstico	90
3	Plano de Ação Centro+4D	90
4	Execução de projetos pilotos	210
	TOTAL	570

Os documentos técnicos produzidos em cada fase de elaboração do trabalho deverão ser submetidos à avaliação da PMPA, nos prazos preestabelecidos contratualmente.

A contratante terá 15 dias úteis (prorrogáveis de acordo com a necessidade) para as avaliações de cada etapa dos produtos apresentados, e para cada fase de análise deverá constar documento de entrega e recebimento dos referidos produtos pelas partes envolvidas, de forma a constar no cronograma de acompanhamento de execução dos trabalhos. Quando alterações e complementações forem solicitadas, a contratada terá novo prazo estabelecido para efetuar as alterações de projeto, e depois de efetuadas, o projeto volta a ser analisado pela contratante. Este processo pode se repetir até que a contratante julgue o resultado dos produtos satisfatórios.

A análise dos produtos será feita em conformidade com as condições estabelecidas nesta especificação de serviços, na legislação pertinente, nas normas técnicas brasileiras e com os documentos técnicos aceitos nas etapas anteriores de execução do projeto.

Todas essas questões relativas a prazos, forma de entregas e cronograma de execução, serão ajustadas quando da apresentação do Plano de Trabalho pela consultoria contratada. O plano de trabalho é uma etapa prévia, devendo ser apresentado em até 15 dias da assinatura do contrato. Nesta etapa poderão ser repactuados os prazos de entrega dos produtos, podendo ser reduzidos os períodos de realização, sem redução do escopo, considerando a experiência e eficiência da equipe, tendo em vista o prazo máximo do cronograma.

6. EXPERIÊNCIA E QUALIFICAÇÃO EQUIPE TÉCNICA

A proponente deverá apresentar uma equipe técnica, comprovadamente qualificada, em conformidade com as competências relacionadas abaixo:

Profissional		Qualificações e Atribuições
Professional Sênior	Coordenador	Profissional da área de turismo, economia, engenharia, arquitetura, planejamento urbano e afins, com mestrado ou doutorado; com atuação comprovada de 15 anos nas áreas de turismo, desenvolvimento econômico, planejamento estratégico, planejamento de marketing e/ou gestão de projetos. Experiência em projetos de cooperação internacionais, programas de desenvolvimento e fomento, para atuar na área de coordenação de equipes, supervisão e compatibilização de projetos.
Professional Sênior	Especialista em Turismo	Profissional da área de turismo, formado há pelo menos 10 anos, com especialização em planejamento e gestão turística no setor público ou experiência em organizações relacionadas à gestão e promoção de destinos turísticos com responsabilidades gerenciais ou trabalho de consultoria em projetos de desenvolvimento do Turismo financiados por organismos multilaterais de crédito.
Professional Sênior	Especialista em Comunicação/ Marketing	Profissional da área de design, arquitetura, marketing, comunicação, e afins, formado há pelo menos 10 anos, com experiência em design estratégico, placebranding, planos de marketing, posicionamento turístico e desenvolvimento econômico e ou serviços de características semelhantes;
Professional Sênior	Especialista em Análise de Mercado	Responsável por coletar, analisar e interpretar dados e informações relevantes para entender o cenário econômico e as tendências de um determinado setor ou mercado. Experiência em análise de dados e BI
Professional Sênior	Especialista Cultura	Profissional da área de história, museologia, turismo, arquitetura, artes plásticas, curadoria, comunicação e afins, formado há pelo menos 10 anos, com experiência anterior em elaboração de projetos museográficos, patrimônio cultural, curadoria ou serviços de características semelhantes;
Profissional Junior	Tecnologia da Informação/ Analista de Sistemas	Profissional para atuar no desenvolvimento e implementação de soluções tecnológicas conforme demandas do projeto.
Profissional Junior	Arquitetura e Urbanismo	Experiência de pelo menos 10 anos na área de projetos, com experiência anterior em serviços de características semelhantes; Experiência de pelo menos 5 anos na área de planejamento urbano, orçamento, cronogramas, elaboração de documentos licitatórios, gestão de obra;
Profissional Junior	Advogado	Advogado especialista em direito administrativo (área pública). Análise das políticas públicas, conforme modelos legais sugeridos e adequação legal de modelos de governanças, parcerias públicos-privada, modelagem de incentivos e proposição de minutas para redação legal das propostas.
Profissional Junior	Especialista em Políticas Públicas	Experiência em processos de governança, redes de Cooperação e desenvolvimento de arranjos produtivos/ clusters
Profissional Junior	Designer	Experiência em design estratégico, <i>placebranding</i> , etc.

A equipe acima descrita será pontuada, através das informações constantes na proposta técnica, de acordo com o especificado no Edital e deverá ser apresentado um Curriculum Vitae – CV.

7. SERVIÇOS PRESTADOS SOB ORDENS DE COMPRA

Serviços adicionais podem ser solicitados e contratados na forma de formulários de pedido, caso em que serão descritos em detalhes.

O prestador de serviços será pago pela autoridade contratante mediante a aplicação de preços unitários, conforme estabelecido na tabela de preços.

8. MATERIAIS A SEREM DISPONIBILIZADOS

- I. Glossário do Turismo (MTUR) – Anexo 1
- II. Plano de Marketing Turístico de Porto Alegre (PMPA/ SMDet - SEBRAE) – Anexo 2
- III. Mapa Turístico de Porto Alegre (PMPA / SMDet) - Anexo 03
- IV. Cartilha Turística de Porto Alegre (PMPA/ SMDet) - Anexo 04
- V. Mapa do Comportamento do Turista no Rio Grande do Sul (SETUR) - Anexo 05
- VI. Marca de Porto Alegre - Manual de Identidade Visual – PMPA - Anexo 06
- VII. Posicionamento do Turismo – Porto Alegre - Anexo 7
- VIII. Pesquisa Maratona Porto Alegre 2023 - Anexo 08
- IX. Relatório Fluxo Turístico Porto Alegre-2022 (SEBRAE) - Anexo 09
- X. Plano Municipal de Economia Criativa (PMEC) - Anexo 10

9. Informações relevantes para o dimensionamento da proposta

O Programa Centro+4D (Projeto de Regeneração Verde, Resiliente e Inclusiva da Área Central de Porto Alegre) constitui uma ação estratégica do Município para a qualificação do Centro Histórico e do 4º Distrito, além de suas conexões com a Orla e a Cidade Baixa, áreas vizinhas de relevante interesse para o projeto.

O escopo do projeto é constituído, em grande parte, por intervenções de recuperação, renovação e qualificação da cota zero destes setores, diretamente impactados pelas cheias de maio de 2024. Estrategicamente, a transformação dos espaços públicos em locais apazíveis, resilientes, seguros e capazes de proporcionarem o florescimento de atividades de convívio, constitui o principal caminho para a atração de novos moradores, instalação de negócios e para a criação de um ambiente favorável ao desenvolvimento do turismo.

No Centro Histórico está prevista a qualificação ou reurbanização de toda sua rede de praças, totalizando ações em mais de 20 sítios, bem como a remodelação dos perfis viários de praticamente todas as vias dos setores comercial e cultural, que correspondem às áreas de maior densidade de uso e de atrativos.

As intervenções preveem alargamentos de passeios e substituição de sua pavimentação, implantação de mobiliário urbano, parklets e ações de paisagismo, com a criação de canteiros e arborização.

Os investimentos também se direcionam no sentido de incentivar o transporte ativo através da implantação de ciclovias e de medidas que favorecem o deslocamento pedestre, como o aumento das áreas de sombreamento e qualificação da sinalização, segurança viária.

A segurança pública também será melhorada pelo incremento da iluminação e instalação de câmeras de vídeo monitoramento.

O projeto conta com a previsão de recuperação de diversos edifícios de valor histórico e importante incremento da rede de equipamentos culturais, considerando intervenções financiadas e de contrapartidas.

Com recursos do município estão sendo restaurados o Mercado Público Municipal, a Casa Godoy, o Viaduto Otávio Rocha e o Edifício do Cine Imperial, que irá abrigar o Centro Cultural da Caixa Econômica Federal.

Com os recursos financiados serão recuperados o prédio da Confeitaria Rocco, a Casa Torelly, a Casa dos Leões e o Paço Municipal, que sediará um novo museu de importância regional. O projeto também prevê a construção do Museu do Legado Afrobrasileiro e a reurbanização do Largo Zumbi dos Palmares, constituindo um novo marco de referência e difusão cultural.

Paralelamente encontra-se em execução, através da PPP de iluminação pública, a iluminação cênica de mais de 40 prédios históricos dentro perímetro da área central.

O projeto prevê também a implantação de circuitos turísticos e culturais, articulando fisicamente eixos e setores que concentram as principais praças e conjuntos edificados de valor patrimonial, equipamentos culturais e clusters de gastronomia do Centro Histórico.

Inicialmente os circuitos serão implantados através de ações de Urbanismo Tático com investimentos do tesouro municipal, articulando os núcleos da Praça da Matriz, da Praça da Alfândega, do Largo Glenio Peres/ Paço Municipal e Mercado Público, o eixo da Rua dos Andradas, o Cais Mauá, a Orla do Guaíba e o conjunto Largo dos Açorianos e Viaduto Otávio Rocha.

Esta rede corresponde também aos territórios onde estão instalados os restaurantes e cafés mais qualificados e representativos do Centro Histórico, muitas vezes ligados aos próprios prédios históricos ou equipamentos culturais, como no caso do Mercado Público, do Chalé da Praça XV e da Galeria Chaves, junto ao Largo Glenio Peres, do Teatro São Pedro, da Catedral Metropolitana e do Viaduto Otávio Rocha, junto à Praça da Matriz, do MARGS e do Farol Santander, na Praça da Alfândega, da Casa de Cultura Mário Quintana e Usina do Gasômetro, no eixo da Andradas, e dos complexos do Cais Mauá e da Orla do Guaíba.

No 4 Distrito o roteiro do Urbanismo Tático irá vincular os principais bares, restaurantes e casas de espetáculos já existentes, consagrando fisicamente o chamado quadrilátero do entretenimento que vem se consolidando ano a ano.

Os mapas em anexo identificam os roteiros propostos e suas principais conexões.

Disposições finais

Todos os produtos entregues pela empresa contratada passarão a integrar o patrimônio público.

Todas as condições propostas no projeto devem estar compatibilizadas com os planos e as normas urbanísticas, programas de obras e outros projetos julgados importantes.

Tur. Joana de Macedo Braga

Coordenação Economia Criativa SMDet

Identificação e assinatura do servidor (ou equipe) responsável

Anexos:

1. Centro Histórico



2. 4º Distrito

