

Porto Alegre deve investir no turismo voltado aos negócios

Entre 2027 e 2030, eventos injetarão R\$ 34 milhões de faturamento na cadeia de serviços

/ TURISMO

Cássio Fonseca
cassiof@jcrs.com.br

Afinal, Porto Alegre é desti-
no ou passagem para os turistas
que buscam os atrativos do in-
terior do Rio Grande do Sul? A
busca por essa resposta foi tema
no Menu Poa ontem, evento pro-
movido pela Associação Comer-
cial de Porto Alegre, no Palácio
do Comércio. E, na verdade, o
mais correto é trocar o “ou” pelo
“e”, assumindo que o aeroporto
é uma ponte para as belezas do
Estado e que a Capital, ao mesmo
tempo, vem se consolidando no
turismo de negócios.

A secretária municipal de
Desenvolvimento Econômico,
Turismo e Eventos, Susana Ka-
kuta, explica que a cidade pas-
sa por uma transformação his-
tórica em seu desenvolvimento
econômico, migrando da condi-
ção de um perfil industrial, man-
tido até os anos 1970, para um
modelo fundamentado no setor
de serviços.

Ela diz que essa transição
exige ações estruturais objetivas
ao se tratar de turismo, incluindo
a qualificação da mão de obra,
reforço na segurança pública,
limpeza urbana e melhorias na
estrutura hoteleira. Em meio ao
movimento, Susana entende que

Porto Alegre já está posta como a
capital nacional de eventos e res-
alta estratégias para incorporar
datas locais e grandes marcas ao
calendário turístico.

Dentre os principais desta-
ques, o South Summit Brazil,
o Acampamento Farroupilha,
novas programações previs-
tas para Natal e Ano Novo e a
ideia de aproveitar o Líquida
Porto Alegre, evento costumeiro
do verão, para reter os turistas
no município.

Por fim, a secretária enfa-
tiza que a criação de um calen-
dário fixo e previsível permite
que todo o ecossistema esteja
mais preparado, “impulsionan-
do a economia e promovendo
o desenvolvimento sustentável
da cidade”.

A vice-presidente da ACPA e
Diretora do Grupo Cisne Branco,
Adriane Hilbig, entende que Por-
to Alegre deve “assumir o cará-
ter de cidade do turismo de ne-
gócios”. Ela destaca que a cidade
é sim ponto de passagem para o
interior, e que o principal desa-
fio é encontrar maneiras de ele-
var o fluxo contínuo de visitan-
tes, englobando tanto o turismo
de lazer quanto o de negócios,
já consolidado.

Porém, o grande obstácu-
lo na avaliação da dirigente é a
“falta de alinhamento no discurs-
o entre o poder público, as enti-



CÁSSIO FONSECA/ESPECIAL/JC

Evento debateu se Capital é destino ou passagem no turismo gaúcho

dades representativas e a inicia-
tiva privada sobre o que Porto
Alegre deve vender”. Para ela,
as entidades precisam parar de
buscar protagonismo individual
e isolado, devendo sentar-se à
mesma mesa e defender uma
única bandeira conjunta para
fortalecer o turismo.

O presidente do Porto Alegre
Convention & Visitors Bureau,
Luiz Vicente Basso, segue na
mesma linha ao defender que a
cidade é destino e passagem ao
mesmo tempo. Ele afirma que a
ocupação hoteleira da Capital se
equipara à da Serra em períodos
normais, mas falta investimento
em marketing e estratégia para
vender seus diferenciais.

A resposta, então, está jus-

tamente em assumir o “DNA de
negócios”. Basso reforça que o
município possui pilares como
saúde, tecnologia e corridas e
entende que é preciso profissio-
nalizar o lazer sem tentar repli-
car o modelo de Gramado, ci-
dade mais que afirmada como
ponto turístico para brasileiros
e estrangeiros.

Para os próximos anos, o
executivo traz o exemplo de
eventos que já estão fechados
para serem sediados em Porto
Alegre. Um deles, o Congresso de
Cardiologia, em 2028, prevê reu-
nir entre 6 mil e 7 mil profissio-
nais especializados, ao longo de
3 a 4 dias, gerando entre 20 mil
e 25 mil diárias na rede hoteleira
da cidade.

/ TRIBUTOS

IMPOSTOS FEDERAIS E ESTADUAIS

23/09	IOF	Operações de Crédito - Pessoa Jurídica, de fato gerador de 2º decêndio mês atual (20/09/2026)
23/09	IOF	Operações de Crédito - Pessoa Física, de fato gerador de 2º decêndio mês atual (20/09/2026)
23/09	IRRF	Rendimentos de Capital - Títulos de renda fixa - Pessoa Jurídica, de fato gerador de 2º decêndio mês atual (20/09/2026)
30/09	PIS/Pasep	Retenção - Aquisição de autopeças, de fato gerador de 1ª quinzena mês atual (15/09/2026)
30/09	IRRF	Fundos de investimento imobiliário - rendimentos e ganhos de capital distribuídos semestralmente, de fato gerador de Mês Anterior (31/08/2026)
30/09	IRRF	Ganhos líquidos em operações em bolsa, de fato gerador de Mês Anterior (31/08/2026)



tecmasul

51 3373.5509

@tecmasulrs

www.tecmasul.com.br



Multifuncionais color
as melhores do mercado
em **rapidez** e **economia**.

- Touch Screen
- Rede Wi-fi
- Multiusuário
- Ecotank
- Impressão A3/A4
- Alto Rendimento



O jornal de economia e negócios do RS

Fundado por J.C. Barros - 1933

Jornal do Comércio

Filiado **ANJ** ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNALISTAS www.anj.org.br

www.jornaldocomercio.com

Departamento de Circulação
circulacao@jornaldocomercio.com.br

Atendimento ao Assinante
Telefone (51) 3213.1300
De 2ª a 6ª das 8h às 18h
atendimento@jornaldocomercio.com.br

Vendas de Assinaturas
Telefone/Whatsapp: (51) 3213.1397
vendas.assinaturas@jornaldocomercio.com.br

Exemplar avulso: R\$ 6,50

Assinaturas		
Mensal	R\$	109,90
Trimestral à vista	R\$	269,73
1+2	R\$	99,90
Total Parcelado	R\$	299,70
Semestral à vista	R\$	528,66
1+5	R\$	97,90
Total Parcelado	R\$	587,40
Anual à vista	R\$	997,92
1+11	R\$	92,40
Total Parcelado	R\$	1.108,80

Desconto de 10% para pagamento à vista

Formas de Pagamento:
Cartões de Crédito (VISA, MASTER, ELO, AMERICAN e DINERS)
Débito em Conta: BB, Bradesco, Banrisul, CEF, Santander, Sicredi e Itaú e Pix
Boleto Bancário.

Consulte nossos planos promocionais em:
www.jornaldocomercio.com/assine

Departamento Comercial
Atendimento às agências e anunciantes
Telefone (51) 3213.1333
agencias@jornaldocomercio.com.br

Operações comerciais
Tel: (51) 3213.1355
anuncios@jornaldocomercio.com.br

Publicidade legal
Tel: (51) 3213.1331 / 3213.1338
comercial@jornaldocomercio.com.br

Redação
Telefones e e-mails
(51) 3213.1362

Editoria de Economia
(51) 3213.1369
economia@jornaldocomercio.com.br

Editoria de Geral
(51) 3213.1372
geral@jornaldocomercio.com.br

Editoria de Política
(51) 3213.1374
politica@jornaldocomercio.com.br

Editoria de Cultura
(51) 3213.1376
cultura@jornaldocomercio.com.br

Administrativo e Financeiro
Telefone (51) 3213.1381
financeiro@jornaldocomercio.com.br
rh@jornaldocomercio.com.br
suprimentos@jornaldocomercio.com.br

Henderson Comunicação
Brasília - DF
QI 23. LOTE 09 BLOCO A 604 GUARÁ II
71060-636
Telefone (61) 3322.4634 e (61) 3322.8989
marciaglobal@terra.com.br