



Plano Municipal de Turismo

Cristal do Sul



Ficha Técnica

COORDENAÇÃO GERAL E REALIZAÇÃO

Sebrae-RS | Sicredi Conexão

Prefeitura de Cristal do Sul

Prefeito – Otelmo Reis da Silva

Consultoria Técnica

Maja Consultoria

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

Agradecimento

A todos que participaram da oficina de construção do Plano de Ações para o Desenvolvimento do Turismo e colaboraram para a elaboração deste trabalho

Foto de capa: Acervo/Prefeitura

Sumário

Mensagens do município	5
Mensagem do Sebrae-RS e do Sicredi	6
Apresentação e Metodologia	8
Análise Macroambiental – Turismo	12
Tendências pós-pandemia	15
Apresentação do Território	19
Histórico de Cristal do Sul	19
Cristal do Sul no Mapa do Turismo Brasileiro e o Médio Alto Uruguai	20
A região Águas e Pedras	22
Dados do Município	24
Governança Municipal do Turismo	25
Secretaria responsável	25
Conselho Municipal de Turismo e Fundo Municipal de Turismo	25
Oferta Turística	26
Atrativos históricos e culturais	26
Atrativos naturais	29
Atrativos econômicos	31
Eventos	33
Rotas e Roteiros Turísticos	35
Infraestrutura	36
Acesso e transporte	36
Apoio ao Turista e Conveniências	39
Gastronomia	40
Hospedagem	41
Aspectos Impulsionadores e Limitadores	42
Marketing	48
Presença e informações disponíveis na Internet	48
Posicionamento, identidade e visão	49
Síntese – IPM Unisinos	52
Plano de Ações	54
Avaliação e Encaminhamentos	64
Monitoramento – Conclusão	66

Referências	68
Anexo I – Lista de Presença	70
Anexo II – Foto das atividades	72
Anexo III – Convite para a comunidade	74
Anexo IV – Avaliação de Turismo - IPM Unisinos	75

Mensagens do município

Nosso município é essencialmente agrícola, as propriedades do interior são riquíssimas em belezas naturais, basta saber começar a enxergar com os olhos do turismo. Nossos rios e garimpos escondem verdadeiras joias naturais de valores inimagináveis. Nossos produtores de uvas, que também fabricam vinho, possuem em suas propriedades pontos turísticos com alto poder de atrair turistas para degustação e compra de frutas e bebidas. No que depender do poder público, daremos total apoio e incentivo para alavancar e impulsionar o turismo em Cristal do Sul.

Otelmo Reis da Silva
Prefeito de Cristal do Sul

Esperamos que, em nosso município, o turismo gere impactos econômicos e sociais marcantes, bem como a valorização de nossas comunidades, conservação de nossa cultura e do meio ambiente, incentivo para novos investimentos, aumento da arrecadação de impostos e geração de mais renda e empregos. Temos que ter em mente algum fator atrativo diferencial para os turistas, pois o dinheiro vindo de fora irá propiciar o desenvolvimento e crescimento da atividade turística em Cristal do Sul.

John Lenon Triz
Presidente do COMTUR

Mensagem do Sebrae-RS e do Sicredi

O turismo tem se demonstrado um setor da economia com grande potencial de desenvolvimento, tendo em vista a relevante quantidade de recursos naturais, culturais e histórico que a região do Médio Alto Uruguai/RS possui. Atualmente, turistas buscam vivenciar experiências diferenciadas, diversificadas e intensas, características marcantes que são encontradas em nossa região.

A “indústria” do turismo é completa quando falamos em sustentabilidade, pois contribui com o desenvolvimento econômico pela receita agregada, impacta no social pela geração de postos de trabalho, além da valorização da cultura e promoção do desenvolvimento humano; assim como contribui com o desenvolvimento do pilar ambiental, por aliar renda e preservação, um exemplo disso é o ecoturismo, que só existe com a preservação do meio ambiente.

E para que pessoas dos quatro cantos do planeta possam encontrar, na região, o seu destino turístico, os municípios têm se unido em prol da evolução deste setor. O primeiro passo já foi dado. A ideia foi lançada pela então Sicredi Alto Uruguai RS/SC/MG, que neste período evoluiu sua denominação para Sicredi Conexão, em conjunto com a Sicredi Região da Produção RS/SC/MG e Sebrae/RS, proporcionando que toda a comunidade tenha disponível uma análise minuciosa do turismo, com as edições do Radar Turístico Regional e o livro “Águas e Pedras — Posicionamento e estratégias turísticas para o desenvolvimento regional” e, conseqüentemente, o Plano Municipal de Turismo.

Através deste trabalho foi possível entender melhor a região e então estruturar um projeto estratégico, os Planos Municipais de Turismo. Os materiais são o desdobramento deste projeto nos municípios e eles vão dar um suporte para que cada município tenha um plano para desenvolver o turismo que irá priorizar ações e visando o trabalho em conjunto com a iniciativa privada, para prospecção e captação de recursos para projetos, entre tantas outras ações.

Entretanto, este trabalho criado por centenas de voluntários dedicados, deve permanecer sendo construído de modo contínuo e cocriado em conjunto com a comunidade, a fim de orientar o planejamento de iniciativas de turismo nos municípios, sempre em alinhamento com o posicionamento regional. Este é um conteúdo que irá ultrapassar gerações e irá conectar os eixos norteadores a projetos estratégicos visando a consolidar a identidade municipal e regional, potencializando as nossas atrações e agregando ainda mais valor à cadeia econômica e social que o turismo oferece.

SEBRAE RS
SICREDI CONEXÃO
SICREDI REGIÃO DA PRODUÇÃO RS/SC/MG

Apresentação e Metodologia

O objetivo do presente estudo é construir o Plano Municipal de Desenvolvimento do Turismo de Cristal do Sul, no Rio Grande do Sul, focando em ações a serem desenvolvidas nos próximos anos.

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 que se apresenta privilegia o planejamento participativo e integrado, viabilizado por meio de diversos encontros presenciais. Os trabalhos foram coordenados pela consultora e mestre em Turismo, Ivane Fávero. No âmbito do município, a mobilização dos grupos, bem como o fornecimento de informações relevantes para o trabalho, ficou a cargo da Secretaria/Departamento de Turismo.

Durante o trabalho de consultoria, foi realizada a construção da análise de pontos fortes, fracos, ameaças e oportunidades (SWOT) do município; houve a construção do Plano de Ações; da Identidade e Posicionamento Turístico do Município; e, por fim, a Priorização das Ações, além da conclusão e encaminhamentos, o que está sendo apresentado e avaliado neste documento.

Norteiam este estudo os **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável** (ODS), propostos em 2015 pela Organização das Nações Unidas (ONU). Os 193 países membros assinaram a Agenda 2030, um plano global composto por 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e 169 metas para que esses países alcancem o desenvolvimento sustentável - aquele que consegue atender às necessidades da geração atual sem comprometer a existência das gerações futuras – em todos os âmbitos até 2030. Os ODS elencados pela ONU são:

1. Acabar com a pobreza em todas as suas formas, em todos os lugares;
2. Acabar com a fome, alcançar a segurança alimentar e melhoria da nutrição e promover a agricultura sustentável;

3. Assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todos, em todas as idades;
4. Assegurar a educação inclusiva e equitativa de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos;
5. Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas;
6. Assegurar a disponibilidade e gestão sustentável da água e saneamento para todos;
7. Assegurar o acesso confiável, sustentável, moderno e a preço acessível à energia, para todos;
8. Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo, e trabalho decente para todos;
9. Construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação;
10. Reduzir a desigualdade dentro dos países e entre eles;
11. Tornar as cidades e os assentamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis;
12. Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis;
13. Tomar medidas urgentes para combater a mudança do clima e seus impactos;
14. Conservar e usar sustentavelmente os oceanos, os mares e os recursos marinhos para o desenvolvimento sustentável;
15. Proteger, recuperar e promover o uso sustentável dos ecossistemas terrestres, gerir de forma sustentável as florestas, combater a desertificação, deter e reverter a degradação da terra, e deter a perda de biodiversidade;
16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, proporcionar o acesso à justiça para todos e construir instituições eficazes, responsáveis e inclusivas em todos os níveis;
17. Fortalecer os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável.

Os 17 Objetivos são integrados e indivisíveis, e mesclam, de forma equilibrada, as três dimensões do desenvolvimento sustentável: a econômica, a social e a ambiental. São como uma lista de tarefas a serem cumpridas pelos governos, a

sociedade civil, o setor privado e todos cidadãos na jornada coletiva para um 2030 sustentável. Nos próximos anos de implementação da Agenda 2030, os ODS e suas metas irão estimular e apoiar ações em áreas de importância crucial para a humanidade: Pessoas, Planeta, Prosperidade, Paz e Parcerias.

Figura 1: Os 5 P's da Sustentabilidade



Fonte: ONU

Este documento utilizou-se, também, da metodologia do Radar Turístico, desenvolvida conjuntamente entre o Instituto de Pesquisa de Mercado (IPM) da Unisinos e o Sebrae-RS. A pesquisa foi coordenada pelo professor, Marcelo Jacques Fonseca, e pelo professor, Guilherme Trez, e cedida para a construção deste plano.

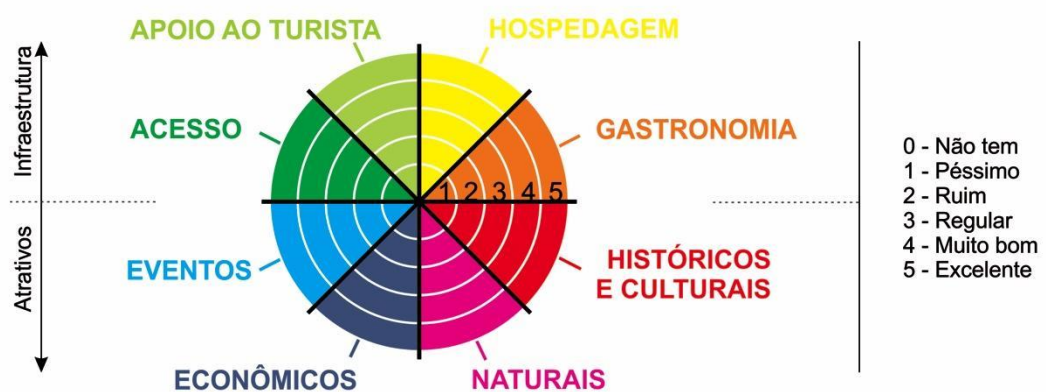
O radar foi elaborado dentro do projeto de Desenvolvimento do Turismo Regional, uma parceria entre a Sicredi Conexão e o Sebrae-RS, com o objetivo de identificar as oportunidades e os desafios do turismo regional do Alto Uruguai, região turística Águas e Pedras, contribuindo, assim, para o seu desenvolvimento.

A ferramenta tem o objetivo de, a partir da combinação de diferentes abordagens de pesquisa, analisar o atual posicionamento turístico e identificar oportunidades para o respectivo desenvolvimento desse setor no município. Mais

especificamente, a metodologia do radar envolve (a) *desk research* / pesquisa documental, (b) entrevistas qualitativas com representantes do poder público e da iniciativa privada, e (c) observações *in loco* nos atrativos e nos serviços de infraestrutura relacionados ao turismo no município.

Ao todo, são analisadas 8 categorias (divididas entre atrativos e infraestrutura), conforme demonstra a figura a seguir:

Figura 2: Radar Turístico e as 8 categorias avaliadas



Fonte: IPM Unisinos

A figura do radar é uma representação gráfica criada para melhor ilustrar o desempenho de cada cidade, bem como para facilitar comparações e complementaridades entre as cidades de uma determinada região. As evidências coletadas durante a pesquisa e posterior análise são avaliadas a partir de uma escala de zero (não tem) a cinco (excelente). Cada uma dessas categorias tem seu desempenho caracterizado e justificado, o que permite, ao final, a síntese das oportunidades e dos principais desafios para o desenvolvimento turístico de cada município.

Análise Macroambiental – Turismo

O turismo antes da Covid- 19

O estudo *Benchmarking* (da *World Travel & Tourism Council – WTTC*, em parceria com a *American Express*, e divulgado na revista *Panrotas* em 2019), apresentou dados importantes para entender a importância do crescimento do turismo antes da pandemia da Covid-19. A contribuição direta do setor turístico ao PIB global atingiu US\$ 2,8 trilhões em 2018. Incluindo os impactos indiretos e induzidos, o turismo gerou US\$ 8,8 trilhões em PIB globalmente (10,4%), excedendo o dos setores agrícola, bancário, automotivo e de mineração.

O levantamento, que abrangeu 26 países e 10 regiões do mundo, apontou o turismo como o setor de mais rápido crescimento no mundo em 2018, expandindo 3,9%, à frente da manufatura automotiva (3,7%) e da saúde (3,3%), e a uma taxa superior à da economia global pelo oitavo ano consecutivo. Foram considerados impactos econômicos que viagens e turismo tiveram em 2018 em oito indústrias: agricultura, mineração, saúde, automotiva, varejo, serviços financeiros, bancos e construção.

Em 2018, o setor de turismo foi responsável por 292 milhões de empregos, o equivalente a 1 em cada 10 na economia global (Plano Nacional de Turismo, MTur, 2018). De acordo com o documento do Governo Federal, 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:** por meio do consumo de alimentos e bebidas, roupas, habitação, bens duráveis e recreação.

O sistema turístico é transversal e formado por diferentes empresas que produzem bens e serviços importantes para a economia, proporcionando, desde que planejado e visando a sustentabilidade, 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. Constituem o Sistema Turístico (Beni, 1990):

- Produtores: turistas, transportadoras, agentes receptivos (hotéis, albergues, campings), fornecedores de serviços locais;
- 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 foi, nos últimos anos, fortemente influenciado pelo surgimento de novos formatos de negócios. Da agência de viagens convencional, com atendimento de balcão, o mercado migrou 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.

O surgimento das redes sociais influenciou muito o setor, onde os destinos turísticos, seus atrativos e empresas, passaram a ser divulgados pelos usuários, instantaneamente, para o mundo todo. A importância dos dados deixados on-line pelos consumidores é outro ponto fundamental para customizar serviços e aproveitar oportunidades.

Em 2019, o turismo gerou 16,9 milhões de empregos, ou 7,9% da força de trabalho total na América Latina. Além disso, contribuiu com US\$ 298,9 bilhões para o PIB da região, o que representou 8,1% da economia latino-americana, um crescimento de 1,6% em relação a 2018. Segundo dados da Revista Panrotas (2020), as despesas de visitantes internacionais totalizaram US\$ 47,4 bilhões, ou seja, 6,7% do total das exportações da América Latina.

A pandemia e a crise no turismo

O impacto da pandemia da Covid-19 no turismo é inegável. **O registro é de um bilhão de chegadas internacionais a menos em 2020, uma queda de 74% em relação a 2019**, devido a uma perda de demanda sem precedentes e restrições de viagens na maioria dos países. De acordo com a OMT, **o colapso representou uma perda estimada de US\$ 1,3 trilhão em receita com exportações**, um rombo 11 vezes maior do que o registrado em 2009 no mesmo índice. **A crise colocou de 100 a 120 milhões de empregos diretos no turismo em risco**, a maioria deles em empreendimentos de pequeno e médio portes (Panrotas, 2020).

No geral, o turismo brasileiro perdeu R\$ 55,6 bilhões em faturamento e 110 mil postos de trabalho em 2020, em comparação ao ano anterior. A retração mais expressiva aconteceu na aviação civil que, sozinha, já perdeu R\$ 2,5 bilhões em meio à pandemia (Estadão Viagem, 2021).

No Brasil, as atividades turísticas somaram um prejuízo de R\$ 453 bilhões desde março de 2020 até outubro de 2021, segundo dados da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC).

Tendências pós-pandemia

A pandemia mudou os hábitos de viagens do consumidor, desde a maneira de fazer reserva até a procura por destinos e hospedagens. A empresa de pesquisa de mercado global *Euromonitor International* apresenta em seu relatório “10 Principais Tendências Globais de Consumo 2022” apontamentos que devem motivar o comportamento dos consumidores e desafiar estratégias de negócios neste ano.

As tendências de Consumo 2022 (Euromonitor)
1 – SEMPRE COM UM PLANO B
Os consumidores encontram soluções criativas para comprar seus produtos desejados ou pesquisar as próximas melhores opções diante da grande escassez causada por interrupções das cadeias de abastecimento.
2 – AGENTES DO CLIMA
A eco ansiedade e a emergência climática promovem o ativismo ambiental para uma economia “net zero”. Em 2021, 35% dos consumidores no mundo reduziram ativamente suas emissões de carbono.
3 – IDOSOS DIGITAIS
Os consumidores mais velhos se tornam usuários mais aptos da tecnologia. Soluções virtuais devem ser personalizadas segundo as necessidades desse público on-line mais amplo.
4 – AFICIONADOS FINANCEIROS
A gestão democratizada do dinheiro possibilita que os consumidores ampliem seus conhecimentos e segurança em matéria financeira. Mais da metade dos consumidores no mundo acredita que estará melhor financeiramente nos próximos cinco anos.
5 – A GRANDE RENOVAÇÃO DA VIDA
Os consumidores se concentram em desenvolvimento pessoal e bem-estar, e estão fazendo drásticas mudanças de vida que refletem seus valores, paixões e propósitos.
6 – O MOVIMENTO METAVERSO
Ecossistemas digitais imersivos e tridimensionais começam a transformar as conexões sociais. As vendas globais de headsets de realidade aumentada e realidade virtual cresceram 56% de 2017 a 2021, atingindo a cifra de US\$ 2,6 bilhões no último ano.

7 – ANTIGOS PRODUTOS, NOVOS DONOS
Mercados de compras peer-to-peer e de segunda mão crescem à medida que os consumidores buscam itens únicos, acessíveis e sustentáveis.
8 – URBANOS RURAIS
Os consumidores estão se mudando para áreas mais seguras, limpas e verdes. Os moradores da cidade também querem que esses benefícios sejam trazidos para seus bairros.
9 – EM BUSCA DO AMOR-PRÓPRIO
Autenticidade, aceitação e inclusão são as prioridades de escolhas de estilo de vida e hábitos de gastos à medida que os consumidores adotam sua verdadeira essência.
10 – O PARADOXO DA SOCIALIZAÇÃO
Níveis de conforto variáveis criam um retorno conflituoso para a vida pré-pandemia. Em 2021, 76% dos consumidores do mundo adotaram precauções de saúde e segurança ao saírem de casa.

A consultoria *Phocuswright*, durante o LatAm/Talk 2021, também abordou oito tendências do turismo pós-vacinação (Panrotas, 2022).

1. MUDANÇA NA ESCOLHA DE DESTINOS

Destinos lotados e aglomerados, palcos de overtourism no passado, estão sendo evitados de maneira geral pelos consumidores de viagens. Em vez disso, está havendo uma preferência por locais a céu aberto e contato com a natureza. Cidades litorâneas ganham ainda mais relevância neste contexto. A procura por praia/oceano lidera nas tendências apontadas pela *Phocuswright*.

2. FLEXIBILIDADE É MAIS IMPORTANTE DO QUE NUNCA

Companhias aéreas, hotéis, operadoras e agências têm de se preocupar cada vez mais em oferecer flexibilidade de compra para os clientes. O consumidor dará preferência a compras que não tenham o estresse de perder dinheiro em virtude de imprevistos. Cancelamento flexível, remarcação e reembolsos estão muito mais importantes hoje do que no pré-pandemia.

3. NÔMADES DIGITAIS

Nômades digitais, que podem estar em qualquer lugar, trabalhando, curtindo, morando, continuam cada vez mais impactantes na indústria. A pandemia ampliou o perfil dos nômades digitais, que agora têm faixa etária mais ampla e trabalham em tempo integral, têm alto nível educacional, ganham bem, podem ser sêniores, casados e com filhos os acompanhando.

4. MENOS INTERAÇÃO FÍSICA

Quanto mais ferramentas sem toque físico as empresas e fornecedores apresentarem a seus clientes, melhor. Pagamento, abertura de quarto, autenticação, assinatura... O viajante se acostumou a ter uma experiência mais digital e sem toques, e continuará demandando isso. Máscaras, distanciamento, álcool gel e outros protocolos são bem-vindos, mas governos e empresas precisam tomar cuidado, pois há algumas resistências a formulários médicos e aplicativos que requerem informações sensíveis.

5. SUSTENTABILIDADE

Pensar no impacto ambiental é essencial para as empresas conquistarem os clientes. Medidas que se comprovem realmente efetivas para a proteção do meio ambiente e de um positivo impacto na comunidade são cada vez mais requeridas pelos viajantes.

6. VIAGENS MULTIGERACIONAIS

Na América Latina, esta é uma tendência ainda mais relevante em comparação com o resto do mundo. O latino é culturalmente apegado às pessoas amadas e tem o hábito de estar com elas para construir experiências memoráveis de férias.

7. VIAGENS MULTIPROPOSITAIS

Empresas, hotéis e destinos têm de se adaptar e serem mais flexíveis para alcançar um cliente que viaja a trabalho, a lazer, para se aventurar, sair à noite e curtir a família, tudo em uma só viagem. Os roteiros são cada vez mais cheios de propósitos e a linha entre corporativo e lazer se torna ainda mais tênue.

8. MULTICANALIDADE

Quase 100% dos viajantes fazem pelo menos uma ação on-line em suas viagens, seja com reservas, pesquisas, seja um post nas redes sociais ou a procura pelo mapa. As empresas precisam se comunicar em todos os canais de maneira fluida.

Outros estudos e análises recentes do setor também acreditam que as mudanças de vida geradas pela pandemia criaram maior consciência sobre turismo sustentável e mais responsabilidade por parte dos viajantes. A ausência das viagens por tanto tempo também sinaliza a volta dos projetos adiados e o maior envolvimento com os destinos, questionando mais posturas e linhas de conduta de hotéis e prestadores, com foco na gastronomia local e, sobretudo, na manutenção de seu bem-estar (Estadão Viagem, 2022).

Seja pelo trabalho remoto ou por sistemas híbridos de ensino, as estadias devem ser mais longas, hóspedes passando mais tempo nas acomodações, consumindo mais produtos e serviços na hospedagem escolhida e, conseqüentemente, novas modificações estruturais em hotéis que ainda não se adaptaram e esse novo perfil de viajante (Estadão Viagem, 2022). As hospedagens hoje estão acontecendo por períodos mais longos, com mais serviços agregados, contribuindo para a subida dos gastos gerais com férias e escapadas (Uol, 2022).

Turismo doméstico

As limitações das viagens internacionais e a desvalorização da moeda brasileira favoreceram um movimento intenso do turismo doméstico no Brasil, o que, sem dúvida, ajudou a consolidar diferentes destinos no imaginário de um grande número de brasileiros. Além disso, as redes sociais, especialmente o Instagram, ajudaram na criação de desejos de viagens nacionais nos últimos tempos (Uol, 2022). A pandemia reforçou a constatação de que o desenvolvimento do turismo se dá em espiral, indo do local, ao regional, estadual, até o nacional.

Apresentação do Território

Histórico de Cristal do Sul

É no início da década de 1930 que a área onde está situado hoje o Município de **Cristal do Sul** começa a receber os primeiros imigrantes vindos de Casca, Erechim, Sarandi e Soledade, bem como de outros municípios do Estado do Rio Grande do Sul. O objetivo de estabelecerem-se nesta região está associado à expectativa de desenvolver atividades agropecuárias. Denominada no início de **Linha Seca**, devido ao travessão, por linha seca, que passava ali, a paisagem da região caracterizava-se por uma mata fechada e as possibilidades de vias de transporte terrestre foram originadas pelo trabalho braçal dos colonizadores, que abriram as picadas, sendo que o principal meio de transporte neste período eram o cavalo e a carroça puxada por bois.

No ano de 1943, a localidade ganha a construção de um capitel, destinado a abrigar a imagem de São Roque, e aos finais de semana as pessoas se reuniam naquele local para rezar o terço. Em 1953, a comunidade se organiza e dá início à construção da primeira igreja, a Capela de São Roque. Na década de 1960, a capela necessitou ser substituída, mas antes disso a comunidade optou pela troca de nome para Capela Nossa Senhora Imaculada Conceição, devido à existência de outras capelas que levavam o nome do padroeiro São Roque. No ano de 1975, um novo prédio foi construído e existe até hoje.

Quase 20 anos mais tarde, em terreno doado por um dos moradores, uma escola maior foi construída pelas mãos da própria comunidade. Ela funciona até hoje com o mesmo nome: Escola Mathias Balduino Huppes. No ano de 1961, a escola, até então mantida pela comunidade, passa aos cuidados do Estado, que se responsabiliza pela construção de um novo prédio.

Além da agricultura e do comércio, desenvolve-se no município a **extração mineral de pedras semipreciosas**, além de pequenas indústrias madeireiras e ligadas ao segmento de móveis. É no ano de 2004 que entra em operação no município a Pequena Central Hidrelétrica do Braga, pertencente à Creluz, que gera energia elétrica e serve de ponto turístico.

O **distrito** foi criado sob a denominação de Vila Cristal no ano de 1964, subordinado ao Município de Rodeio Bonito. Na década de 1990, cria-se o movimento emancipatório do distrito de Vila Cristal, resultando na **emancipação no ano de 1995** passando a chamar-se **Cristal do Sul**, elevado à categoria de **município** e desmembrado de Rodeio Bonito e Seberi. O município foi instalado em 1997 constituído do distrito-sede, assim permanecendo em divisão territorial do IBGE, datada de 2020.

Cristal do Sul no Mapa do Turismo Brasileiro e o Médio Alto Uruguai

Cristal do Sul integra a mesorregião **Noroeste Rio-Grandense** que, por sua vez, é subdividida em outras 13 microrregiões. O município faz parte da microrregião denominada **Frederico Westphalen**, composta por outros 27 municípios, sendo o principal Frederico Westphalen. Segundo o IBGE (2018), a principal região de influência de Cristal do Sul é justamente a de Frederico Westphalen, que representa “a relação interurbana mais relevante da cidade de origem, tanto para acessar bens e serviços quanto por relações de gestão de empresas e órgãos públicos”. Já como região intermediária de influência para Cristal do Sul, o IBGE (2020) elenca a região de **Passo Fundo**.

O **Médio Alto Uruguai** é outra regionalização importante da qual Cristal do Sul faz parte, ao lado de outros 21 municípios: Alpestre, Ametista do Sul, Caiçara, Dois Irmãos das Missões, Erval Seco, Frederico Westphalen, Gramado dos Loureiros, Iraí, Nonoai, Novo Tiradentes, Palmitinho, Pinhal, Pinheirinho do Vale, Planalto, Rio dos Índios, Rodeio Bonito, Seberi, Taquaruçu do Sul, Trindade do Sul, Vicente Dutra e Vista Alegre. O principal **centro urbano** do Médio Alto Uruguai é **Frederico Westphalen**, com uma população de 31.675 habitantes. Em segundo plano aparecem Nonoai, Planalto e Seberi, com populações entre 10 e 15 mil habitantes. O restante dos municípios do Médio Alto Uruguai é de **pequeno porte**, com populações abaixo de 10 mil habitantes.

O perfil econômico do Médio Alto Uruguai **possui características rurais**, com participação da **agropecuária na economia superior à média estadual**, assim como o

maior contingente da população reside na área rural. A agropecuária é diversificada, exercida predominantemente nas pequenas propriedades. A indústria tem pouca participação na economia regional, restringindo-se ao beneficiamento de produtos primários. A região também possui grandes áreas de **terras indígenas** e de **unidades de conservação ambiental**.¹

O **turismo** se configura como uma **atividade econômica** em potencial a ser desenvolvida regionalmente, porém, o desenvolvimento de atividades turísticas demanda boa acessibilidade. Atualmente, o acesso entre os municípios do Médio Alto Uruguai é dificultado em função das **condições viárias**. O acesso asfáltico de boa qualidade não é uma realidade entre vários municípios. Além disso, a região apresenta **grandes distâncias** da capital e dos principais centros consumidores do Estado do Rio Grande do Sul.²

Atualmente, Cristal do Sul não encontra-se classificado em **nenhuma região turística** do **Mapa do Turismo Brasileiro**, elaborado no âmbito do Programa Nacional de Regionalização do Turismo³ do Ministério do Turismo. As regiões turísticas são territórios que possuem características similares e/ou complementares e aspectos em comum (identidade histórica, cultural, econômica e/ou geográfica) podendo existir, numa região, **municípios que não recebem turistas, mas que se beneficiam da atividade pelo fornecimento de produtos e serviços**.

O Mapa categoriza os municípios que compõem estas regiões de acordo com o fluxo turístico. As categorias vão de “A” a “E”, sendo que **“A” representa as capitais e os municípios com maior fluxo turístico**, maior número de estabelecimentos, empregos e arrecadação de impostos federais no setor de hospedagem, enquanto **“E” representa os municípios que zeraram as cinco variáveis**: quantidade de empregos e estabelecimentos formais em hospedagem, estimativa de turistas internacionais e domésticos e arrecadação nos estabelecimentos de hospedagem. No **Cadastur**⁴

¹ Fonte: Perfil Socioeconômico COREDE Médio Alto Uruguai (2015) Disponível em: <https://planejamento.rs.gov.br/upload/arquivos/201512/15134133-20151117102639perfis-regionais-2015-medio-alto-uruguai.pdf>

² Idem 1

³ O Programa de Regionalização do Turismo classifica os municípios brasileiros em regiões turísticas. Os municípios se articulam para desenvolver o turismo de forma conjunta. A lógica do Programa pressupõe que trabalhar o turismo de forma integrada, regionalizada e cooperada é mais vantajoso para a região.

⁴ <https://cadastur.turismo.gov.br/>

(cadastro dos prestadores de serviços turísticos do Ministério do Turismo) de Cristal do Sul, no momento **não existe cadastro** de prestadores de serviços turísticos.

A região Águas e Pedras

Ao analisar o turismo na Região Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, o Instituto de Pesquisa de Mercado (IPM) da Unisinos e o Sebrae-RS apresentaram um projeto estratégico para o desenvolvimento da região. A partir das pesquisas de campo e dos workshops desenvolvidos com a comunidade local, foram estruturados quatro eixos norteadores que representam e caracterizam a diversidade da região.

Estes eixos são conceituais e funcionam como camadas que, sobrepostas, estruturam e sustentam o novo posicionamento da Região Águas e Pedras. Para atender às diferentes nuances de possibilidades contidas nestes conceitos, cada um destes eixos se desdobra em quatro dimensões que ajudam a moldar e reforçar seu significado.

Figura 3: “Águas e Pedras - Terra de boas energias” e os eixos conceituais



Fonte: Águas & Pedras: posicionamento e estratégias turísticas para o desenvolvimento regional

A região Águas e Pedras se estabelecerá e será comunicada como a “terra de boas energias”. Este posicionamento está fortemente articulado com os elementos identitários que compõem e caracterizam a região, tendo a missão de conquistar um lugar especial na mente dos seus visitantes.

Para cada eixo norteador, foram trabalhadas dimensões e os pilares das ações que sustentarão o novo posicionamento. Cristal do Sul possui condições de desenvolver o turismo nos quatro eixos apontados.

- EIXO NATURAL

Dimensões: Águas, Aventura, Rural e Contemplação;

- EIXO BEM-ESTAR

Dimensões: Termas, Terapias, Produtos e Experiências;

- EIXO ESPIRITUAL

Dimensões: Holística, Mística, Religiosa e Celebrações;

- EIXO SLOW LIFESTYLE

Dimensões: Slow tourism, Slow food, Slow living e Slow mobility.

Dados do Município

DADOS DEMOGRÁFICOS

População estimada de 2.840 habitantes (IBGE – 2021)

PIB per capita: R\$ 23.222,91 (IBGE -2019)

IDHM: 0,660 (IBGE -2010)

Gentílico: cristalense

ÁREA DO MUNICÍPIO

Área do município: 97,077 km² (BGE - 2021)

Distância da capital (POA): 428 km

Limite com os municípios de: Ametista do Sul, Seberi, Pinhal, Frederico Westphalen, Rodeio Bonito

LOCALIZAÇÃO E CARACTERÍSTICAS FÍSICAS

Unidade federativa: Rio Grande do Sul – RS

Mesorregião: Noroeste Rio-grandense

Microrregião: Frederico Westphalen

Latitude: 27° 27' 14" S

Longitude: 53° 14' 45" O

Altitude: 369m

Clima: subtropical

Governança Municipal do Turismo

Secretaria responsável

Atualmente, não há em Cristal do Sul uma Secretaria ou Departamento de Turismo. Também não há associações ou outras organizações criadas em prol do desenvolvimento do turismo municipal. Como principais dificuldades para o desenvolvimento do turismo em Cristal do Sul, foram citados a falta de incentivo e de discussão sobre o tema, nos âmbitos público e privado, de recursos públicos e privados para a realização de investimentos, de estrutura hoteleira, de rotas e roteiros turísticos e de capacitação dos prestadores de serviço.

Conselho Municipal de Turismo e Fundo Municipal de Turismo

Não há Conselho Municipal de Turismo (Comtur) e nem Fundo Municipal de Turismo implantados por Lei em Cristal do Sul.

Oferta Turística

Na retomada do turismo, há que se reforçar a oferta turística de forma integrada. Mais do que falar de empresas ou atrativos, é necessário falar da identidade e da segurança do destino e da qualidade das experiências que o visitante poderá vivenciar. Por parte do setor privado, é fundamental criar estratégias que envolvam hospedagem, atrativos, refeições e guiamento turístico, criando experiências distintas e únicas.

Com relação aos eventos, é fundamental que se comunique a agenda atualizada dos eventos. Para estabelecer um diferencial para o destino, é importante evidenciar os pontos relativos à produção associada no município, já que muitos poderão vir em busca destes produtos, comprando-os diretamente do produtor.

É necessário que tanto o poder público como os estabelecimentos privados atualizem constantemente os horários, recomendações e qualquer informação relevante a um potencial visitante. A comunicação de tudo que envolve o turismo do município deve ser realizada de forma conjunta e clara.

Atrativos históricos e culturais

Cristal do Sul conta com poucos atrativos históricos e culturais, sendo o principal sua **Praça Central**. O município possui, ainda, um pequeno museu e uma capela na Usina do Braga, da Creluz, porém não conta com outros atrativos nesta categoria, como parques ou construções históricas.

A **Praça Central** de Cristal do Sul conta com uma estrutura que não recebeu obras recentes de renovação, mas encontra-se em bom estado de conservação e manutenção. Estão à disposição do visitante bancos, aparelhos de ginástica, banheiros, brinquedos infantis e um palco, todos em condições satisfatórias de uso. A praça não dispõe de recursos de **acessibilidade**, como rampas e piso tátil.

Foto 1: Praça Central de Cristal do Sul



Fonte: IPM Unisinos

A Usina do Braga, da Creluz, a ser descrita na seção Atrativos Econômicos, conta com o **Centro Regional de Memória Afonso Morgenstein**. O espaço se constitui como um museu sobre a história da energia elétrica, com a exposição de equipamentos de diferentes épocas. Também na Usina do Braga está o **Santuário Nossa Senhora da Saúde**, uma pequena capela de pedra localizada na mesma trilha do museu. Atualmente, a usina está fechada para visitação, porém costumava ser possível acessar o espaço de forma gratuita. A usina tem boa infraestrutura e é de fácil acesso, estando localizada a apenas 4 quilômetros da zona urbana de Cristal do Sul, por meio da ERS-587.

Como **característica** ou **produto típico local** que identifique a cidade culturalmente, pode-se citar as **pedras preciosas** que, inclusive, inspiraram a denominação do município. No entanto, as pedras são pouco exploradas turisticamente, sendo vendidas sobretudo em sua forma bruta ao município de Ametista do Sul.

Foto 2: Centro Regional de Memória Afonso Morgenstein



Fonte: IPM Unisinos

Foto 3: Santuário Nossa Senhora da Saúde



Fonte: IPM Unisinos

Analisando os principais elementos e informações levantadas na categoria Históricos e Culturais, observa-se que Cristal do Sul possui **poucos atrativos que tornam tangível a história e a cultura do município**. Deve-se levar em conta que foi emancipado em 1995, tendo apenas 26 anos. Deste modo, não há um número

considerável de atrativos históricos e culturais, sendo que a maioria das edificações existentes são de construção recente e moderna.

Deste modo, as principais oportunidades identificadas nesta categoria relacionam-se ao potencial de **exploração do produto típico local**, que é a **pedra ametista**. A formação histórica e cultural do município, baseada na extração das pedras pode auxiliar no desenvolvimento de atrativos culturais assim como econômicos, naturais, entre outros, e na consequente constituição de uma **identidade cultural** para o município em torno deste produto. No entanto, ações e investimentos planejados se fazem necessários para destacar Cristal do Sul como um destino turístico com foco nesse produto.

Por fim, ressalta-se a importância da valorização dos espaços públicos da cidade, como a Praça Central, que poderia ser revitalizada, com melhoramento estético e implantação de acessibilidade, de modo a torná-la atrativa à circulação da comunidade local e dos visitantes.

Atrativos naturais

As **águas e as pedras preciosas** representam os principais recursos naturais de Cristal do Sul. O município é cortado por dois rios, o **Rio Lajeado Braga** e o **Rio da Várzea**. O **Rio Lajeado Braga** está presente ao longo de ampla extensão do município de Cristal do Sul. Este desemboca no Rio da Várzea e dispõe de pontos em que é possível acessar suas águas a apenas 2 dois quilômetros da área urbana. Já o **Rio da Várzea** tem 165 quilômetros de comprimento e desemboca no Rio Uruguai, mas trata-se de uma pequena parcela deste que se localiza no Município de Cristal do Sul, afastado cerca de 9 quilômetros da zona urbana, no limite com Ametista do Sul.

A contemplação aos rios e o banho nas águas só é possível acessando pequenas propriedades privadas, a partir de contato direto com os proprietários. Nesse sentido, a exploração dos locais acontece informalmente, não havendo qualquer tipo de infraestrutura que viabilize a exploração turística, sendo possível chegar a alguns pontos de acesso somente de carro.

O fato de estar localizado no limite com Ametista do Sul, um dos principais destinos turísticos da região, desperta na Prefeitura de Cristal do Sul a ideia de criação

de uma **travessia alternativa com a cidade vizinha**, servindo também como **atrativo turístico**. A travessia seria realizada por meio de embarcações ou bondes aéreos, o que é um interessante potencial turístico, pois pode aproveitar-se das vistas da paisagem natural do município, como o Rio da Várzea e a mata nativa, para gerar fluxo turístico.

Além disso, tem potencial a criação de roteiros para a exploração de outro bem natural e também econômico: **as pedras preciosas**. Cristal do Sul conta com uma **rota de garimpos na linha São Miguel do Braga**, a ser detalhada na seção Atrativos Econômicos, onde atualmente é coletado a maior parte do recurso mineral beneficiado e vendido em Ametista do Sul. No entanto, esses garimpos estão em funcionamento, não sendo possível realizar visitas por questões de segurança.

Foto 4: Vista de garimpo na Linha São Miguel do Braga



Fonte: IPM Unisinos

Analisando as informações levantadas na categoria Atrativos Naturais, é possível concluir que, embora apresentem potencial, as águas, paisagens naturais e pedras preciosas, no momento, não são explorados turisticamente em Cristal do Sul, tampouco há infraestrutura que possibilite a atração e a recepção de turistas e visitantes aos locais.

Deste modo, como principais oportunidades nesta categoria, destacam-se as possibilidades de implantação de uma **rota ou roteiro⁵ dos garimpos** que, futuramente, poderia ser associado à travessia ao município de Ametista do Sul, além de uma criação de infraestrutura de lazer, segurança e de serviços de apoio junto a eles. Além disso, aproveitando-se das **águas**, seria possível investir em estrutura voltada à prática de esportes náuticos e aquáticos e de passeios de barco; a criação de áreas de camping e pesca; trilhas ecológicas no entorno dos rios; restaurantes e/ou equipamentos hoteleiros, entre outras, sendo estes alguns caminhos possíveis para que os Atrativos Naturais de Cristal do Sul possam ser explorados com foco turístico.

Cabe ressaltar, no entanto, que se fazem necessários diversos investimentos, desde a criação de acessos, implantação de sinalização, infraestrutura física e de serviços de apoio aos locais, para que estes se desenvolvam e se consolidem como atrativos turísticos. Além disso, é necessário pensar nas questões de operacionalização das rotas/roteiros, como por exemplo um planejamento junto aos empreendimentos participantes, de modo a criar um cronograma de funcionamento das atividades, tornando interessante aos proprietários dos espaços a exploração turística dos garimpos após a finalização de atividades de extração das pedras preciosas.

Atrativos econômicos

A economia de Cristal do Sul está baseada na **agropecuária**, com destaque para o cultivo de grãos e suinocultura, e na **mineração**. Apesar de os empreendimentos de agropecuária representarem apenas 4% dos empreendimentos formais do município, a atividade contribui consideravelmente para seu PIB, com um valor adicionado de 38,4% (dados de 2019 do Perfil das Cidades Gaúchas do Sebrae). Ainda segundo a mesma publicação, em 2018, havia **449 propriedades rurais** em Cristal do Sul, sendo que 64,5% da população residia na zona rural, segundo o censo do IBGE (2010).

Atualmente, o município conta com atividade industrial pouco representativa. A prefeitura realiza, no momento, um processo de **construção de uma área industrial**

⁵ Uma rota turística envolve um maior número de municípios enquanto um roteiro turístico acontece dentro de um município.

à beira da ERS-587, com o intuito de atrair pequenas indústrias dos setores do agronegócio, alimentação e moveleiro. Parte da área já foi adquirida por uma empresa de móveis e outra de embutidos. A prefeitura também espera, com isso, viabilizar a construção de um galpão para a venda das pedras preciosas extraídas no município.

O município conta com um empreendimento que possui potencial de exploração turística, porém que não está em funcionamento no momento. A **Usina do Braga**, da Cooperativa de Energia Creluz, costumava ser um atrativo visitado pela população local e da região. Trata-se de um espaço com churrasqueiras e camping, além de um pequeno museu. O espaço tinha acesso aberto e gratuito, tendo encerrado suas atividades devido a questões relacionadas a danos ao patrimônio. Atualmente, ainda é frequentado por escolas para visitas ao funcionamento da hidrelétrica. A usina tem potencial de exploração pela sua boa infraestrutura, fácil acesso (a apenas 4 quilômetros da zona urbana por meio da ERS-587) e beleza natural.

O **Projeto Despertar para a Agroecologia** é um espaço, atualmente, explorado para a visitação por escolas da região. Trata-se de um sítio localizado a 5 quilômetros do centro de Cristal do Sul e se constitui como um espaço de **educação agroecológica**, com galpão para cursos e trilhas ecológicas.

O município também conta com pequenas propriedades rurais, tendo quase **500 famílias** no campo produzindo alimentos de forma agroecológica, entre eles **uva e vinho**. Essas propriedades estão situadas na **Linha São Miguel do Braga**, mesma região em que se encontra a principal rota dos garimpos do município. Atualmente, os garimpos estão em funcionamento e sem exploração turística, sendo possível a criação de atrativos diretamente nos garimpos somente após o esgotamento da extração de pedras.

Analisando as informações levantadas na categoria Atrativos Econômicos, conclui-se que **as atividades econômicas desenvolvidas em Cristal do Sul, atualmente, não geram fluxo turístico para o município**. Embora exista a possibilidade de **exploração de produtos típicos locais**, a exemplo das **pedras preciosas** e dos demais produtos fabricados localmente pelas propriedades rurais, não há, no momento, formas de se ter contato com o processo de extração das pedras, processos produtivos de produtos coloniais ou outras atividades que os explorem no âmbito turístico. Verifica-se que a potencialidade apresentada pelos garimpos locais e os seus

produtos poderia aliar-se à possibilidade de visitação às propriedades rurais, desenvolvendo, assim, empreendimentos e roteiros voltados ao **turismo rural**.

Em contrapartida, diversas ações de estruturação seriam necessárias para a efetivação de roteiro turístico neste segmento, desde o mapeamento das propriedades, a identificação da vocação de cada uma delas, o investimento (público e privado) em infraestrutura de apoio e de atendimento ao turista, a elaboração de roteiros de visitação e das atividades que poderiam ser realizadas, a capacitação dos empreendedores, entre outras.

A partir disso, poderiam ser viabilizadas programações como a visitação à produção, a degustação de produtos, a criação de empreendimentos de gastronomia (como cafés coloniais) e de hospedagem, além de lojas diretas ao consumidor junto às propriedades. Também deve-se atentar para as questões práticas relacionadas à operacionalização de roteiros especificamente junto aos garimpos. Por fim, o investimento na criação no distrito industrial, com a possibilidade de construção de um **galpão para a comercialização das pedras preciosas**, também apresenta-se como um potencial, na complementação da experiência do turismo rural e no desenvolvimento do segmento do **turismo de compras** podendo tornar-se, inclusive, um ponto de interesse de alguma rota turística regional.

Eventos

No site da Prefeitura de Cristal do Sul, não foram encontradas páginas destinadas a apresentar informações sobre o calendário de eventos do município. Para obter informações sobre eles, é necessário recorrer ao buscador no site da prefeitura e a portais de notícias da internet, mas, mesmo assim, as buscas não geram muitos resultados e as informações disponíveis são incompletas e difusas.

Durante a pesquisa, foi indicado como principal evento do município a **Feira do Artesanato, Agricultura e Peixe**, também chamada de **Feira do Produtor**. A feira é **realizada mensalmente**, na primeira sexta-feira do mês, na rua em frente à Praça Central, comercializando produtos de origem vegetal, peixe vivo e pedras preciosas beneficiadas. É possível levar em consideração o uso deste evento como promotor das

principais atividades econômicas de Cristal do Sul, sendo a agricultura e a exploração da pedra ametista.

Além deste, Cristal do Sul participa do **circuito regional de cavalgadas**, por meio do CTG Os Tropeiros. As cavalgadas são realizadas sempre na Semana Farroupilha e também ao longo do ano, em datas que não são pré-estipuladas, mas combinadas ao longo do ano entre os Centros Tradicionalistas da região. Além do trajeto entre diferentes comunidades dos municípios, são realizados almoços, jantares e apresentações de danças culturais.

Assim, verifica-se que Cristal do Sul não possui um calendário de eventos anual definido e formalizado. Os eventos que ocorrem atualmente no município tem abrangência principalmente local, não sendo capazes de atrair fluxo turístico externo representativo para o município. Além disso, não há divulgação satisfatória a respeito dos mesmos, seja no site da prefeitura ou em outros meios e canais.

Como principais oportunidades de melhoria identificadas nesta categoria, recomenda-se a **articulação dos atores e das organizações locais**, públicas e privadas, para pensar em propostas de eventos para Cristal do Sul, em conjunto com a definição de um calendário de eventos anual e unificado, atentando-se, também, para a equilibrada distribuição destes ao longo do ano ou o agrupamento de eventos em determinadas datas. Também é recomendada a divulgação deste calendário em canais oficiais na internet, como o site da prefeitura, apresentando informações como datas, programação e os locais onde ocorrem, além da divulgação em outros meios de comunicação, como as redes sociais. Por fim, destaca-se que a elaboração do calendário de eventos deve levar em conta o posicionamento turístico do município.

Rotas e Roteiros Turísticos

Atualmente, **Cristal do Sul não encontra-se classificado em nenhuma região turística do Mapa do Turismo Brasileiro**, do Ministério do Turismo. A classificação dos municípios brasileiros em regiões turísticas, pelo órgão federal, tem como finalidade **articular** os municípios para o desenvolvimento integrado do turismo e **destinar recursos federais**. Da mesma forma, na esfera estadual, Cristal do Sul consta no site da Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo do Rio Grande do Sul (Sedetur) como um **município não regionalizado**. Deste modo, ao buscar por **rotas e roteiros turísticos** envolvendo Cristal do Sul, o site não retorna nenhum resultado.

As principais rotas e roteiros turísticos⁶ já existentes e operacionalizados na região geográfica de Cristal do Sul envolvem os municípios de Ametista do Sul, Iraí, Frederico Westphalen e Derrubadas. Os três primeiros integram a região turística Rota Águas e Pedras e o último faz parte da região turística Rota do Yucumã, do Ministério do Turismo. Derrubadas recebe destaque, pois possui um importante atrativo natural, o **Salto Yucumã**, a mais extensa queda d'água longitudinal do mundo, localizada no Parque Estadual do Turvo, na divisa com o Uruguai. Cristal do Sul situa-se a cerca de 87 quilômetros de distância de Derrubadas, se utilizado o trajeto mais rápido entre os dois municípios, via BR-386 e ERS-472. Deste modo, é bastante comum a comercialização de pacotes turísticos que envolvem, além dos municípios da Rota Águas e Pedras, o município de Derrubadas.

Especificamente dentro do município de Cristal do Sul, **não há roteiros turísticos elaborados** e em pleno funcionamento. A visitação ao município, especificamente para fins de turismo, é escassa, pois há poucos atrativos turísticos. O público externo que se dirige ao município se restringe a pessoas a trabalho e a moradores das cidades do entorno.

⁶ Uma rota turística abrange diferentes municípios ou regiões, enquanto um roteiro turístico tem menor abrangência, ocorrendo dentro do município.

Infraestrutura

Acesso e transporte

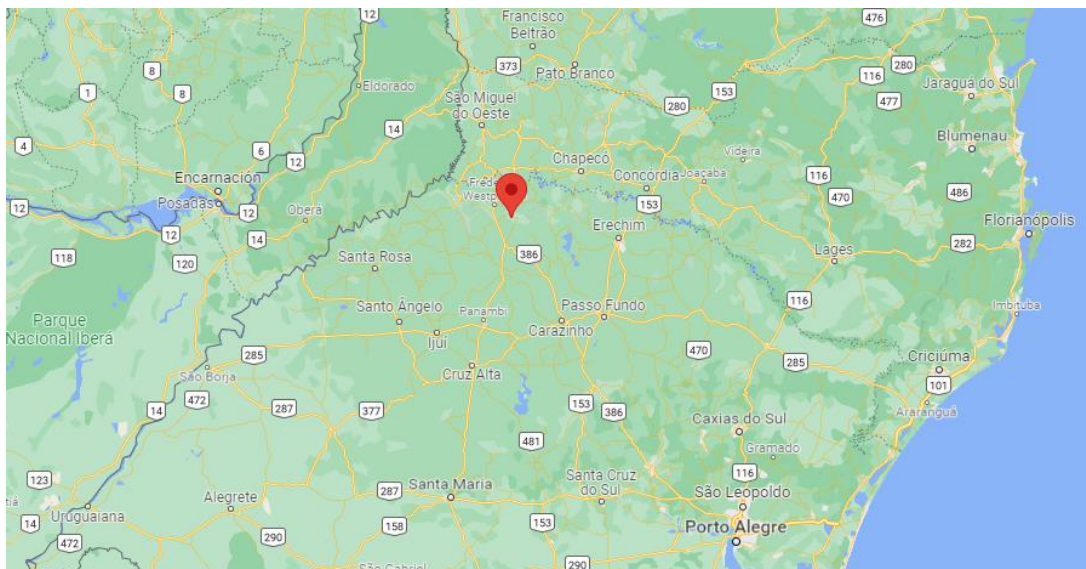
Cristal do Sul localiza-se a cerca de 428 quilômetros de distância de Porto Alegre. O **trajeto mais curto é via a BR-386**, passando por Nova Santa Rita, Estrela e Lajeado, subindo o Estado em direção à divisa com Santa Catarina. Este percurso tem duração estimada de 5h45min quando percorrido de carro. Há também a opção de utilizar a **BR-386** até Soledade e depois a **ERS-332** e **ERS-223**, seguindo por Espumoso em direção a Cruz Alta. Nesse município, conecta-se à **BR-158** seguindo em direção à Panambi e Palmeira das Missões, num trajeto de 504 quilômetros e aproximadamente 6h43min de viagem. Uma terceira opção seria, ainda, utilizar a **BR-386**, passando por Nova Santa Rita, rumo à Tabaiá, e depois pegar a **BR-287** em direção à Venâncio Aires e Santa Cruz do Sul, alcançando Santa Maria e, posteriormente, pela **BR-158** seguir em direção ao município de Júlio de Castilhos, Palmeiras das Missões até Cristal do Sul, num trajeto de 575 quilômetros de distância e 7h38min de viagem.

Para quem deseja viajar de **ônibus** de Porto Alegre a Cristal do Sul, **não há transporte direto**, sendo necessário ir de Porto Alegre a **Frederico Westphalen** e lá pegar o **transporte intermunicipal**. Há dois horários de partida disponíveis de Frederico Westphalen a Cristal do Sul, às 11 horas e 16h45min, de segunda a sexta-feira. Aos sábados, apenas um horário, às 12h30min e, aos domingos, não há transporte entre os municípios. A passagem custa entre R\$ 9,15 e R\$ 11 (sem ou com seguro) e as viagens levam em torno de 45min, sendo que Frederico Westphalen fica a 35 quilômetros de distância de Cristal do Sul.

Cristal do Sul faz **divisa** com os municípios de Ametista do Sul (24km de distância), Seberi (21km), Pinhal (12,5km), Frederico Westphalen (35km) e Rodeio Bonito (9,5km de distância), todos estes **integrantes da região turística Rota Águas e Pedras**. Em relação a **Derrubadas**, outro destino turístico relevante, porém integrante da região turística **Rota do Yucumã**, Cristal do Sul situa-se a 87 km de distância. Apesar de haver transporte intermunicipal de ônibus, ligando os municípios a Frederico

Westphalen, principalmente, os **traslados turísticos** na região geralmente são realizados por **transportadoras turísticas** contratadas com esta finalidade.

Figura 4: Localização de Cristal do Sul no estado do RS e em relação a SC



Fonte: Google Maps

Em relação a outras cidades e regiões do Estado do Rio Grande do Sul, verifica-se que Cristal do Sul está localizado a, no mínimo, 413 quilômetros de distância de Caxias do Sul, na **Serra gaúcha**; a pelo menos 562 quilômetros de distância de Uruguaiana, na **Fronteira Oeste**; e a 515 quilômetros de distância de Osório, no **Litoral Norte**. Na região **Sul**, a 582 quilômetros de distância de Pelotas e a 646 quilômetros de distância de Rio Grande. Situada no **extremo Norte** do Rio Grande do Sul, Cristal do Sul é próximo de municípios catarinenses que localizam-se perto da divisa entre os dois Estados, entre eles **Chapecó**, que tem mais de 227.500 habitantes, localizado a 117 quilômetros, e da **região Oeste** de Santa Catarina como um todo, o que representa um potencial de fluxo turístico originado no Estado vizinho.

O **principal acesso** a Cristal do Sul ocorre pela **ERS-587**, saindo da BR-386. Ambas rodovias são pavimentadas, mas a rodovia estadual carece de sinalização adequada, trevos de acesso ou outra estrutura construída com esta finalidade. O ingresso ao município é feito por duas entradas principais, nas quais há ampliação da pista e um letreiro de concreto sobre o canteiro, com o nome da cidade.

Foto 5: Letreiro no acesso a Cristal do Sul



Fonte: IPM Unisinos

Cristal do Sul **não possui estação rodoviária**. O local utilizado para a chegada dos ônibus é o acesso principal da cidade, à beira da ERS-587. Não há qualquer infraestrutura disponível para o viajante, como bancos ou cobertura. As informações sobre viagens de ônibus a Cristal do Sul devem ser obtidas junto a sites de terceiros como Rodoviaria.Biz, Rodoviaria.Clube, TcheOnibus. Para comprar passagens pela internet, deve-se entrar nos sites das estações rodoviárias de origem (as que possuem site próprio) ou das empresas de ônibus que operam nos trechos que oferecem essa possibilidade. Com relação a outros meios de transporte, não foi identificado, durante a pesquisa, **nenhum ponto de táxi** no município, nem serviços de **transporte por aplicativo** em funcionamento.

Como **ponto positivo**, ressalta-se a proximidade de Cristal do Sul em relação a municípios de maior porte e/ou relevantes da Rota Águas e Pedras e da Rota do Yucumã, inclusive fazendo divisa com Ametista do Sul e Frederico Westphalen. Destaca-se, também a proximidade com municípios catarinenses, como Chapecó, o que pode contribuir estrategicamente para o desenvolvimento do turismo no município, bem como para a geração de fluxo turístico vindo de outro Estado.

A principal oportunidade identificada relaciona-se à proximidade de Cristal do Sul da divisa com Santa Catarina, mais especificamente da região Oeste desse Estado. Além disso favorecer, de maneira geral, o fluxo turístico interestadual, ressalta-se também o fato da região Oeste estar distante geograficamente do litoral catarinense (557 quilômetros é o menor trajeto entre Chapecó e Florianópolis, por exemplo).

As principais fragilidades se referem às condições de acesso ao município, especialmente a infraestrutura da ERS-587; à ausência de uma estação rodoviária ou outra estrutura que possibilite o embarque e o desembarque de passageiros com qualidade e segurança, aliada à dificuldade para obter informações qualificadas, em canal de informação próprio, a respeito de viagens que tenham o município de Cristal do Sul como destino.

Apoio ao Turista e Conveniências

Cristal do Sul não possui **agências de turismo registradas no Cadastur**. O **turismo receptivo** é desenvolvido nas regiões “vizinhas”, como a Rota Águas e Pedras e a Rota do Yucumã, por agentes e agências de turismo que **não necessariamente incluem Cristal do Sul em suas rotas e roteiros**. Soma-se a isso o fato de Cristal do Sul não integrar, formalmente, nenhuma região turística do Mapa do Turismo Brasileiro. Sendo assim, os destinos mais visitados, atualmente, são os municípios de Ametista do Sul, Iraí, Frederico Westphalen e Derrubadas.

Cristal do Sul **não possui CAT** - Centro de Atenção ao Turista em funcionamento ou estrutura similar para a concessão de orientações e informações turísticas. Também não foi identificada a existência de **material informativo impresso/folheteria turística** como mapas, folders, *flyers*, elaborado e disponibilizado pelo poder público. Com relação à sinalização, somente as principais ruas, próximas à avenida principal, são identificadas com placas. O **trânsito** tem boa sinalização, porém os **atrativos turísticos** e outros locais importantes não são sinalizados. Sobre a **estrutura bancária**, o município possui poucas agências e caixas eletrônicos e, com relação à **estrutura de saúde**, o município possui uma unidade básica de saúde. Por fim, deve-se mencionar que o **sinal de celular** na localidade é ruim ou inexistente.

Gastronomia

Como estabelecimentos gastronômicos, consideraram-se **restaurantes, cafeterias, lancherias, padarias, sorveterias, docerias**. No Cadastur, não existe estabelecimento cadastrado no município de Cristal do Sul nestas categorias. Durante a pesquisa, identificou-se que Cristal do Sul tem um **número muito pequeno e pouco variado de estabelecimentos de alimentação**. Os **preços são pouco variáveis** (a maioria na mesma faixa de valores), não havendo opções mais qualificadas disponíveis (nem em termos de qualidade, nem de preços mais elevados).

Foi mapeado um restaurante familiar de pequeno porte, localizado no centro da cidade, de fácil localização e acesso. O restaurante oferece buffet livre, abrindo durante a semana no horário do almoço. À noite, há somente bares e lancherias de pequeno porte disponíveis. Aos domingos não há opções de refeições e os mercados ficam abertos somente até o meio-dia.

Quanto ao **atendimento** prestado nos estabelecimentos locais, trata-se de uma abordagem cordial, porém informal e familiar. Há oportunidade de qualificação neste quesito, visando a padronização, a profissionalização e a consequente qualificação do atendimento ao consumidor. Nenhum dos estabelecimentos conta com acessibilidade, como rampas e instalações acessíveis, dificultando o acesso de pessoas com dificuldade de locomoção.

Avaliando todos estes aspectos, considera-se que Cristal do Sul possui uma oferta gastronômica que atende principalmente a demanda da comunidade local. Se analisada a oferta atual sob o ponto de vista turístico, **é insuficiente**, pois funciona somente em dias de semana, em horários restritos e não há diversificação dos cardápios ou propostas diferenciadas.

Hospedagem

Como meios de hospedagem, buscaram-se **hotéis e pousadas**. No **Cadastur**, não existe hotel ou pousada cadastrados em Cristal do Sul e, durante a pesquisa, **não foi identificada a existência de hotéis ou pousadas no município**. No **Airbnb**, ao buscar por Cristal do Sul, a maioria dos resultados gerados se refere a opções de hospedagem em Ametista do Sul, não tendo sido identificadas alternativas especificamente no município.

O público que demanda por serviços de hospedagem em Cristal do Sul é formado pelas famílias dos moradores locais, sobretudo em datas festivas, sendo necessário, neste caso, ficar hospedados nas casas de parentes ou buscar hotéis e pousadas em municípios vizinhos, como Seberi e Rodeio Bonito. O mesmo ocorre com a demanda de pessoas que se dirigem à Cristal do Sul a trabalho.

Assim sendo, a oferta de hospedagem formal de Cristal do Sul é **inexistente**, o que evidencia a necessidade de criação e de desenvolvimento de empreendimentos com esta finalidade, como fator relevante para o desenvolvimento de uma boa infraestrutura de turismo no município. Futuramente, a partir de outros trabalhos de estruturação turística e da conseqüente geração de fluxo turístico para o município, pode-se pensar na criação de propostas de hospedagem com foco no **turismo rural, turismo de lazer, turismo de natureza e ecoturismo**, por meio de chalés, pousadas, hotéis-fazenda ou outros tipos de empreendimentos, aproveitando, também, os atrativos turísticos em potencial do município, como as propriedades rurais e os atrativos naturais.

Aspectos Impulsionadores e Limitadores

A construção da matriz SWOT identifica as Ameaças e Oportunidades (ambiente externo), além das Forças e Fraquezas (ambiente interno) da região e do município. A construção foi realizada pelos participantes da oficina, divididos em quatro grupos, e revisada pela consultora.



FORÇAS	FRAQUEZAS
1. Infraestrutura: Infraestrutura Geral (trânsito, saneamento, energia, comunicações, etc.) e Acesso	
<ul style="list-style-type: none"> ● Rodovia ERS-587 qualificada e pavimentada – acesso qualificado; ● Abundância de água; ● Plano Diretor do município; ● Bom fornecimento de energia - Cooperativa Creluz; ● Muito sol e luz; ● Projeto do trevo aprovado; ● Há uma campanha forte trabalhando a destinação correta dos resíduos – lixos; ● Qualidade na praça local. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Não há sinalização turística; ● Não há indicação do município; ● Falta de água potável; ● Não há trevo na entrada da cidade; ● Sinal de telefonia deficitário; ● Sinal de internet deficitário; ● Não há tratamento de esgoto – saneamento básico; ● A comunidade não está trabalhando adequadamente a separação do lixo; ● Não há compostagem do lixo orgânico; ● Não há acessibilidade em locais públicos e privados.
2. Políticas Públicas: Política Pública, Cooperação Regional; Monitoramento: Pesquisa, dados; e Economia: Economia Local e Capacidade Empresarial	
<ul style="list-style-type: none"> ● Apoio da gestão municipal; ● Criação do Plano Municipal de Turismo; ● Capacidade empresarial – investimentos no município; ● Apoio aos investidores – Estruturação do Distrito Industrial; ● Entidades que apoiam o desenvolvimento: Emater, Sicredi, Sebrae, etc; ● Elaboração do radar – diagnóstico do turismo; ● Fazem parte da Região Águas e Pedras. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Não há uma Secretaria ou Departamento do Turismo; ● Não há um Comtur; ● Não há um Fundo Municipal do Turismo; ● Não sabem por onde começar a desenvolver o turismo; ● Não há orçamento público para desenvolver o turismo; ● Falta confiança sobre o potencial turístico; ● Comércio local nem sempre possui Nota Fiscal; ● O município não integra o mapa turístico de regionalização do Brasil.
3. Turismo: Serviços e Equipamentos Turísticos, Atrativos Turísticos. Sustentabilidade: Aspectos Ambientais, Aspectos Sociais e Aspectos Culturais	
<ul style="list-style-type: none"> ● Proximidade com Ametista do Sul; ● Grupo das Mulheres com 	<ul style="list-style-type: none"> ● Não sabem como criar experiências turísticas, baseadas na cultura e paisagem local;

medicina alternativa – cura por meio do uso de ervas medicinais;

- Culinária tradicional – comida de verdade, com identidade e memória (cultura da imigração italiana);
- Agricultura, suinocultura;
- Águas dos rios – Rio Lajeado Braga e Rio da Várzea;
- Extração de pedras – garimpo na Linha São Miguel de Braga;
- Belezas naturais – morros (meditação, apreciação da natureza) e matas;
- Hospitalidade natural;
- Garimpo de pedras;
- Produção de uvas;
- Praça Central;
- Usina do Braga com estrutura para receber o turista e museu;
- Há agroindústrias legalizadas no município: moinho de pedra;
- Construção da área de lazer, com pesque-pague e cabanas;
- Produção de hortaliças, frutas, peixes, etc;
- Artesanato local – existência de artesãos;
- Visitas técnicas à Usina do Braga, da Creluz, com o Centro Regional de Memória Afonso Morgenstein, com horto florestal, trilhas, doação de mudas e Santuário N. Sra. da Saúde (turismo pedagógico e técnico científico);
- Potencial múltiplo de trabalhar com o turismo;
- Existência de Agrofloresta, com turismo pedagógico – Projeto Despertar para a Agroecologia;
- Existência do CTG Os Tropeiros.

- Não há guia ou condutor de turismo;
- Não há um Centro de Atendimento ao Turista;
- Não há meios de hospedagem no município;
- Não há restaurantes, bares ou cafés;
- Agricultor não sabe como desenvolver o turismo, incorporando esta atividade ao fazer rural;
- Não há incentivo à exploração da pedra como atrativo turístico;
- Não beneficiam as pedras no município;
- Não há elaboração de vinhos regulamentados;
- Falta incentivo e subsídios para a agroindústria local se formalizar e trabalhar com turismo;
- Salto não possui estrutura para o turismo – não é explorado financeiramente;
- Não há incentivo a investidores de fora do município;
- Não há uma rota turística;
- Produtos turísticos não estão formatados;
- Não sabem como comercializar o artesanato – não há uma coleção voltada ao turista.

4. **Capacitação** – Cursos, formação, qualificação, capacitação, visitas técnicas, famtours, benchmarking, turismo seguro

<ul style="list-style-type: none"> ● Realização dos encontros do projeto de turismo, em parceria com Sebrae e Sicredi. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Própria comunidade desconhece seu potencial e as possibilidades de investir no turismo; ● Falta de capacitação para atender ao turista (como atender, o que apresentar); ● Não há profissionais qualificados para trabalhar com turismo; ● Não realizam visitas técnicas para destinos turísticos consolidados; ● Não há oferta de cursos de capacitação para o turismo.
<p align="center">5. Promoção - Marketing e Comunicação – promoção do destino</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ● Existência da Rádio Comunitária; ● Telefonia e internet em alguns pontos, com projeto de fibra ótica; ● Departamento de Marketing da Creluz promovendo o município; ● Profissionais para trabalhar com o marketing; ● Usam o WhatsApp para divulgar a feira do produtor à população local. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Não há programas de visitação às propriedades do município; ● Não há mídias sociais para promoção do turismo – Facebook, Instagram e outros; ● Não há um portal – site – de promoção do turismo; ● Não há folders ou mapas do turismo; ● Empreendedores não sabem como comercializar e promover seus produtos – não há estratégias de marketing, nem marcas e embalagens; ● Não há uma marca do turismo, nem slogan; ● A tecnologia e a inovação não são exploradas; ● Comunidade local tem pouco conhecimento sobre marketing digital.
<p align="center">6. Eventos: Estabelecer um calendário de eventos (foco no turismo) – existentes e novos</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ● Existência do calendário de eventos; ● Realização da Feira do Produtor e Artesão; ● Festas comunitárias; ● Participa do Circuito Regional de Cavalgadas, com o CTG Os Tropeiros. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Não há um calendário impresso ou digital dos eventos turísticos; ● Empreendedores não sabem como criar eventos turísticos; ● Não promovem os eventos para atrair turistas.

7. Monitoramento – pesquisa, perfil e fluxo, Observatório do Turismo, impacto do turismo	
<ul style="list-style-type: none"> ● Estudo Radar (Sebrae-Unisinos-Sicredi). 	<ul style="list-style-type: none"> ● Não há pesquisas sobre perfil, fluxo, satisfação e impactos do turismo.
<p style="text-align: center;">AMEAÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Condições climáticas extremas/sazonalidade; ● Possíveis novas pandemias; ● Queda da renda em função do desemprego/inflação; ● Estruturas de acesso com necessidade de melhorias (rodovias estaduais e federais); ● Crise econômica – mundial e nacional; ● Descontinuidade de projetos e gestores; ● Posicionamento on-line qualificado de outros destinos; ● Burocracia governamental; ● Falta de criação de marcos legais para a política do turismo; ● Ambiente político nacional instável. 	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Localização estratégica regional/estadual: Região Águas e Pedras; ● Interesse por lugares em meio a natureza, experiências ao ar livre; ● Interesse por meios de hospedagem alternativos; ● Interesse do turista por mais atividades voltadas à família (jovens e crianças); ● Aumento da população 50+ e 60+; ● Compreensão do turista de que o destino deve ser organizado como uma rede – busca por uma venda conjunta por parte dos municípios; ● Interesse do turista do RS e Sul do Brasil por viagens locais - Turismo doméstico (passeios de carros) reforçado; ● Interesse pela cultura em suas diversas expressões; ● Interesse pela gastronomia com identidade local; ● Valorização do local/compre local; ● Interesse pelo saudável e orgânico; ● Capacitações sendo ofertadas em vários canais; ● Possibilidade de trocas entre missões - benchmarking; ● Busca de informações sobre destinos turísticos em plataformas digitais diversas.

Aumento da presença no digital;

- Existência de diversas plataformas digitais, onde o destino e os empreendimentos podem estar presentes;
- Dados secundários, pesquisa e data base para subsídios (pesquisa Sebrae-RS);
- Linha de financiamento novas, como Fungetur – Sicredi e outros.

Marketing

Presença e informações disponíveis na Internet

O site da Prefeitura de Cristal do Sul **não possui uma página** dedicada a ceder informações turísticas ou informações que possam ser úteis para alguém que esteja de viagem ao município, como por exemplo, meios de transporte, serviços de alimentação e de hospedagem. No **Facebook**⁷, a prefeitura possui uma página oficial, atualizada regularmente, apresentando notícias sobre diversas áreas, como a realização de serviços, calendário de vacinação, eventos e demais ações realizadas pela prefeitura. No **Instagram**⁸, há o perfil oficial do município, cuja primeira publicação foi realizada em outubro de 2021.

Ao buscar sobre “turismo em Cristal do Sul” no Google, o primeiro resultado gerado é o do site página de turismo⁹ da Sedetur - Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Rio Grande do Sul, onde é possível encontrar algumas informações sobre o município, apresentadas nas seguintes seções: “Como chegar”, “Onde ficar”, “Onde comer” e “O que fazer”, porém, a seção “Onde ficar” está em branco. Há informações nas seções: “Onde comer” com um bar (Bar da Skina), uma lancheria (Lancheria da Ivone), uma lancheria e Pizzaria (Pizzaria e Lancheria do Paulista), um restaurante (Restaurante da Neide) e um estabelecimento que não faz referência à sua natureza (Galina); na seção “O que fazer”, é mencionado o local Boccati - Vinhos, Queijos e Gastronomia e “Garimpos e Pedras Preciosas”¹⁰, que dá a entender que é possível aprender sobre a extração de pedras em Cristal do Sul. No entanto, ao fazer contato telefônico com a prefeitura, o atendente não soube informar sobre o que se tratava esta sugestão de atividade.

O resultado seguinte remete ao site **Ferias.Tur** que fornece algumas, mas poucas, informações a respeito de Cristal do Sul, como um breve histórico e fotos. Na sequência de busca, aparece o site **TripAdvisor**, portal que fornece informações e opiniões de viajantes sobre serviços e atrativos turísticos do mundo todo. Entretanto,

⁷ <https://www.facebook.com/Prefeitura-Municipal-de-Cristal-do-Sul-104256861713775>

⁸ @prefcristaldosul

⁹ <https://www.turismo.rs.gov.br/oquefazer/419/cristal-do-sul>

¹⁰ <https://www.turismo.rs.gov.br/atrativo/425/garimpos-e-pedras-preciosas>

os atrativos e hotéis apresentados na página de Cristal do Sul no TripAdvisor são do município de *Cristal*, da zona Sul do Estado do Rio Grande do Sul. Por fim, aparece a página **Guiadoturista.net**¹¹, um site de dicas de turismo, porém as informações sobre Cristal do Sul são inexistentes. Assim sendo, verifica-se que informações relacionadas aos principais pontos e atrativos turísticos em Cristal do Sul, na internet, são escassas e difusas, havendo bastante espaço para melhorias neste quesito. Além disso, outro ponto de atenção é que boa parte das buscas por Cristal do Sul remete a outro município, o de Cristal, o que pode gerar alguma confusão para o usuário.

Posicionamento, identidade e visão

Além da elaboração da matriz SWOT, das considerações acima e do Plano de Ação do destino, os participantes da oficina construíram o posicionamento do destino, base para o Plano de Marketing e Promoção. Os participantes responderam as questões abaixo.

1. Por que um turista escolheria visitar o seu município?

- Passar por uma rota já estabelecida – Ametista do Sul;
- Pelas placas que serão instaladas;
- Povo acolhedor e hospitaleiro;
- Fortes raízes culturais;
- Qualidade de vida;
- Pontos turísticos e belezas naturais;
- Baixo índice de criminalidade;
- Comida;
- Feira do Produtor.

2. Se o seu município fosse uma pessoa, como ela seria?

- Olhos brilhantes iguais às nossas pedras preciosas;
- Belas curvas igual aos nossos rios;
- Trabalhadora igual ao nosso povo;
- Cativante igual a nossa história;
- Passiva;
- Potencial de crescimento;
- Acomodada;

¹¹ <https://www.guiadoturista.net/america-do-sul/brasil/rio-grande-do-sul/cristal-do-sul>

- Solidária;
- Dificuldade de trabalhar em grupo;
- Pouco espírito de liderança;
- Carismática;
- Simpática;
- Receptiva.

3. Como você apresentaria o município para atrair o perfil ideal de turista?

- Nosso município é diversificado, tendo público para as 4 estações, verões refrescantes devido às nossas águas, invernos calorosos devido aos nossos vinhos, um outono resguardado e de mudanças e primaveras floridas e calmas.
- Cristal do Sul, a terra da hospitalidade e das belezas naturais, da cultura raiz, da alma campeira, da boa comida, da medicina alternativa e do sossego para mentes cansadas.
- Procuraria mostrar os atrativos que o município possui, de maneira a chamar a atenção para as coisas boas que o turista poderia encontrar e desfrutar, as quais não encontraria em outras regiões.

Com base nos apontamentos dos presentes, a consultora propõe o seguinte **posicionamento** a ser trabalhado:

Cristal do Sul, município da região Águas e Pedras – RS, terra da hospitalidade, de belezas naturais, da cultura autêntica, da boa comida, da medicina alternativa, do moinho de pedra, de eventos e do sossego para mentes cansadas. Aqui os turistas vivenciam as quatro estações: com refrescantes verões, devidos às águas dos rios; calorosos invernos, devido aos vinhos; coloridos outonos, devido às matas e belos projetos de reflorestamento; e calmas primaveras, devido às flores e jeito de viver.

Visite Cristal do Sul, Terra que Brilha!

4. Qual a Visão que se deseja para o turismo do município (em 4 anos)?

- Que nosso município consiga se organizar enquanto Conselho e comunidade, para atrair investidores e turistas, tornar nossas belezas ainda mais belas e conhecidas, valorizar nossos empreendedores e produtores, que nosso município seja referência nessa área, resgatando nossa cultura e, a partir daí, gerar emprego e renda para muitas famílias, que sejamos modelos para outros municípios.
- Ser um potencial turístico, com rota definida, com estrutura organizada nos diversos setores e pessoas engajadas, cada vez mais, e investir em melhorias para atrair os turistas.
- Criação do Departamento de Turismo, implantação do PMT, ter um roteiro turístico implementado no município, mostrando nossas riquezas, guias de turismo com conhecimento dos roteiros.

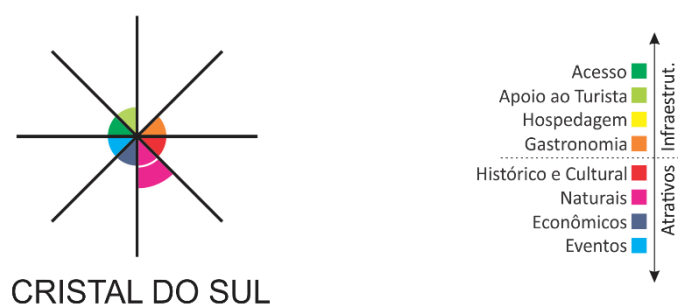
Com base nos apontamentos dos grupos, a consultora propõe a seguinte visão:

Estar organizado enquanto destino turístico, com um COMTUR e um Departamento de Turismo estruturados, monitorando e executando o Plano Municipal de Turismo, com investimentos pelo setor privado e um fluxo de turistas constante, promovendo a geração de emprego, renda e empreendedorismo, propiciando o desenvolvimento sustentável de Cristal do Sul.

Síntese – IPM Unisinos

O relatório do Instituto de Pesquisas de Mercado (IPM) da Unisinos entende que as condições do cenário turístico em Cristal do Sul podem ser representadas da seguinte forma:

Figura 5: Resultado do Radar de Cristal do Sul



Fonte: IPM Unisinos

A figura evidencia que, de forma geral, há **clara necessidade de se pensar o turismo como um ecossistema completo**, que combine diferentes recursos a uma estrutura de apoio confortável e eficiente, visando qualificar a oferta turística do município.

Conclui-se que **o posicionamento turístico de Cristal do Sul não é claro**. A inexistência de um órgão responsável pela agenda turística do município, de medidas como a criação de um Conselho Municipal de Turismo e a baixa articulação entre os atores locais, públicos e privados, demonstram que ainda é incipiente o desenvolvimento da atividade turística. São necessárias diversas ações de sensibilização, articulação, planejamento e cooperação entre os atores ligados ao ecossistema de turismo para que seu respectivo desenvolvimento seja viabilizado. No momento, Cristal do Sul não é um destino turístico consolidado e suas principais potencialidades, como a pedra ametista, não são exploradas turisticamente.

Com base em todos os atrativos levantados, considera-se que nenhum tenha atingido patamar satisfatório de reconhecimento e consolidação do ponto de vista turístico, não por falta de potencial e sim por falta de estruturação. Há algumas categorias com maior potencialidade em Cristal do Sul, como a exploração da pedra

ametista, que se configura como um produto relevante no âmbito dos atrativos históricos/culturais, naturais e econômicos; atrativos econômicos (relacionados ao garimpo e às propriedades rurais) e atrativos naturais (rios, paisagens e pedras preciosas). No entanto, a exploração destas oportunidades passa por diversas ações que resultem na qualificação do ecossistema turístico municipal, combinando diferentes recursos a uma estrutura de apoio confortável e eficiente, sendo este um **pré-requisito** para que o segmento do turismo em Cristal do Sul se desenvolva e consolide.

Por fim, reitera-se que o desenvolvimento e a consequente consolidação de Cristal do Sul como uma cidade turística também requer um trabalho de **definição e comunicação do seu posicionamento como produto turístico**.

Plano de Ações

O Plano de Ações que compõe o Plano de Desenvolvimento do Turismo de Cristal do Sul foi construído em encontro presencial no dia 11 de agosto de 2022, conforme listas de presenças do Anexo I.

O plano contou com a contribuição de todos participantes, e, ainda, com a complementação da consultora e revisão da equipe da prefeitura, por meio do setor responsável.

O documento está estruturado de acordo com as dimensões trabalhadas. 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.

Os pressupostos são os alicerces das estratégias e das ações de desenvolvimento, devendo nortear as atividades e as realizações em prol do desenvolvimento do turismo no município. O Plano de Ações a seguir considera o seguinte período: curto prazo – um ano; médio prazo – dois anos; e longo prazo – quatro anos.

Inovação com emoção +

Qualidade com hospitalidade +

Segurança com transparência +

Governança com cooperação

PLANO DE AÇÕES

O que fazer	Quem faz	Quando fazer	Prioridade	Recurso	Situação
INFRAESTRUTURA E ACESSO					
Infraestrutura Geral (trânsito, saneamento, energia, comunicações, etc.) e acessos diversos					
Fazer projeto e implantar placas de sinalização turística;	Daer e prefeitura	Curto prazo	5	Estadual Municipal	
Estruturar o trevo de acesso e sinalizar o município;	Daer e prefeitura	Curto prazo	4	Estadual Municipal	
Articular com as operadoras de telefonia e internet para qualificar o sinal no município. Fazer uma ação regional. Mobilizar Ministério Público;	Prefeitura, região, entidades e autoridades	Curto prazo	4	Das operadoras	
Fazer um projeto de sensibilização e educação sobre a destinação correta dos resíduos, com separação e compostagem do lixo orgânico;	Prefeitura e Emater	Curto prazo	4	PPP	
Atualizar e colocar em prática o Plano de Saneamento – educar sobre as práticas ambientais (uso de agrotóxicos);	Prefeitura e Câmara Vereadores	Médio prazo	4	Público	

Articular para ampliar a oferta de linhas de transportes intermunicipais (ônibus), junto com as empresas de transportes;	Prefeitura e Câmara Vereadores	Médio prazo	3	Transportadoras	
Legalizar os poços artesianos. Ativar o plano diretor de saneamento. Desenvolver o projeto de canalização de rios, com tratamento;	Prefeitura	Curto prazo	3	Público (Mun e Est)	
Estimular para que os empreendimentos usem Pix e aceitem cartão de crédito e articular com as agências bancárias para estarem abertas aos finais de semana.	Prefeitura e Câmara Vereadores	Médio prazo	3	-	

POLÍTICAS PÚBLICAS, COOPERAÇÃO REGIONAL E MONITORAMENTO

Política Pública, Cooperação Regional; Pesquisa, dados;

Finalizar o PMT e torná-lo Lei Municipal;	Prefeitura e Câmara Vereadores	Curto prazo	5	-	
Criar o Departamento de Turismo, por meio de projeto;	Executivo e Legislativo	Curto prazo	5	Público	
Criar o Conselho Municipal de Turismo – Comtur;	Prefeitura	Curto prazo	5	-	
Criar o Fundo Municipal de Turismo;	Prefeitura	Médio prazo	4	Público PPP	
Conhecer outros destinos turísticos, para ter um norte de como proceder e	Emater, STR, prefeitura,	Curto prazo	4	PPP	

empreender;	Comunicação, Sicredi, Creluz e Sebrae				
Sensibilizar o comércio para se adequar ao momento e emitir NF;	Prefeitura	Curto prazo	4	-	
Trabalhar com o tema “turismo” na educação pública do município. Organizar projetos transversais envolvendo diversas disciplinas;	Prefeitura	Curto prazo Permanente	4	-	
Após a criação do Departamento do Turismo, buscar recursos para os investimentos no setor;	Prefeitura	Médio prazo	3	Públicos e fazer projetos PPP	
Enviar as informações da organização do turismo para o Ministério do Turismo e Secretaria de Turismo do RS, a fim de incluir Cristal do Sul no Mapa de Regionalização do Turismo do Brasil;	Prefeitura e Comtur	Médio prazo	3	-	
Fortalecer a participação de Cristal do Sul na região Águas e Pedras.	Prefeitura e Comtur	Médio prazo	3	-	

CAPACITAR

Cursos, formação, qualificação, capacitação, visitas técnicas, famtours, benchmarking, turismo seguro

Realizar cursos de capacitação para empreender e trabalhar com o turismo. Capacitar profissionais para empreenderem nas novas áreas de atuação no turismo;	Prefeitura, Comtur, entidades, Sebrae, Sicredi, Emater e STR	Curto prazo Permanente	5	PPP	
Capacitar os empreendedores para atuarem no marketing físico e digital;	Entidades e público	Curto prazo Permanente	5	PPP	
Organizar visitas técnicas às empresas locais, possibilitando aos estudantes do município conhecerem seu potencial;	Prefeitura, Creluz e propriedades	Permanente	5	PPP	
Realizar visitas técnicas a destinos turísticos consolidados;	Prefeitura, Comtur e entidades	Médio prazo	4	PPP	
Capacitar condutores locais de turismo;	Prefeitura, Comtur e entidades	Médio prazo	3	PPP	
Proporcionar a formação para condutores locais de turismo e guia de turismo.	Prefeitura, Comtur, entidades, Sebrae, Sicredi, Emater e STR	Longo prazo	2	PPP	

PRODUTOS E EXPERIÊNCIAS TURÍSTICAS – TURISMO RESPONSÁVEL E SEGURO

Oferta/Produto turístico – Turismo Seguro – Experiências Turísticas - Economia Local e Capacidade Empresarial

SUSTENTABILIDADE

Aspectos Ambientais, Aspectos Sociais e Aspectos Culturais

Criar Lei Municipal para incentivar os investimentos no turismo;	Executivo e Legislativo	Curto prazo	5	-	
Formatar produtos e experiências turísticas. Valorizar a oferta turística existente (Santuário N. Sra da Saúde, Moinho, Agrofloresta – Despertar para a Agroecologia, Horto Florestal, Centro Regional de Memória Afonso Morgenstein, Praça, eventos, etc);	Prefeitura, Comtur, Sistema S, Sicredi e Emater	Médio prazo	5	PPP	
Qualificar os empreendimentos gastronômicos existentes e sensibilizar moradores sobre a possibilidade de empreender no setor, aproveitando a boa culinária local;	Prefeitura, Comtur, Sistema S, Sicredi e Emater	Médio prazo	5	PPP	
Estimular a regularização das agroindústrias. Criar o SIM municipal. Capacitar as agroindústrias com relação à produção, comercialização e promoção. Adotar os	Prefeitura e Emater	Curto prazo	5	Público Privado	

produtos na merenda local;					
Criar o Centro de Atendimento ao Turista – CAT;	Prefeitura	Médio prazo	4	Público	
Estimular a criação de meios de hospedagem no município. Sensibilizar os proprietários de imóveis para que entendam as possibilidades de empreender em diferentes estruturas (casas, cabanas, etc). Criar um grupo de aconselhamento;	Prefeitura e Comtur	Médio prazo	3	PPP	
Sensibilizar o comércio local para adequar o mix de produtos e os dias e horários de funcionamento à necessidade do turista;	Prefeitura, Comtur e entidades	Médio prazo	3	PPP	
Sensibilizar os moradores locais sobre as possibilidades de investir no turismo. Estimular a crença e propiciar o conhecimento. Focar nos segmentos de Turismo Rural, Turismo de Natureza, entre outros;	Prefeitura e Comtur	Médio prazo	3	PPP	
Criar uma associação dos artesãos locais. Capacitar os artesãos para elaborarem artesanato de interesse do turista, com identidade local. Estruturar espaços de comercialização;	Prefeitura e Emater	Médio prazo	3	PPP	

Criar produtos turísticos aproveitando o potencial dos rios existentes no município (Rio Lajeado Braga e Rio da Várzea, tais como travessia de Cristal do Sul até Ametista do Sul, criando uma experiência turística;	Empreendedores	Longo prazo	3	Privado	
Constituir uma rota turística, integrando todos os produtos turísticos do município;	Prefeitura, Comtur e empreendedores	Longo prazo	3	PPP	
Capacitar os garimpeiros para entenderem a pedra como atrativo – realizar o beneficiamento no município, agregar valor – regulamentar a extração das pedras, assegurar que sejam comercializadas com nota fiscal;	Prefeitura e Comtur	Longo prazo	2	PPP	
Após a criação de empresas e a capacitação de profissionais, estimular a adesão ao Cadastur.	Prefeitura e Comtur	Longo prazo	2	PPP	

EVENTOS

Qualificação dos Eventos – Calendário de eventos turísticos – estruturas e profissionais

Elaborar e divulgar o calendário de eventos turísticos;	Prefeitura e promotores	Curto prazo	5	PPP	
Capacitar os promotores de eventos. Qualificar os eventos;	Prefeitura, Comtur e	Médio prazo	4	PPP	

	Sistema S				
Manter, qualificar e promover a Feira do Produtor (Artesanato, Agricultura e Peixe);	Prefeitura e comunidade	Permanente	4	PPP	
Realizar eventos privados inovadores e promovê-los.	Empreendedores	Médio prazo	3	Privado	

MARKETING E POSICIONAMENTO DO MUNICÍPIO

PROMOVER - Marketing e Comunicação – promoção do destino

Contratar empresas profissionais para a criação das peças publicitárias;	Prefeitura, comunicação, Sicredi, Creluz e Sebrae	Curto prazo	5	PPP	
Fazer banco de imagens e vídeos do município;	Prefeitura, comunicação, Sicredi, Creluz e Sebrae	Curto prazo	5	PPP	
Criar a marca e o slogan do destino turístico;	Prefeitura e Comtur	Curto prazo	5	Público PPP	
Criar os perfis nas mídias sociais: Facebook e Instagram, de @visitecristaldosul;	Prefeitura e Comtur	Curto prazo	5	Público PPP	

Criar o folder e o mapa turístico;	Prefeitura, empreendedores, entidades e parceiras	Curto prazo	5	PPP	
Elaborar um portal (site) do destino turístico ou criar aba no site da prefeitura, com todas informações turísticas;	Prefeitura, entidades e Comtur	Médio prazo	4	PPP	
Promover o município e seus atrativos turísticos, para o turista e para a própria comunidade local estimulando o pertencimento;	Prefeitura, comunicação, Sicredi, Creluz e Sebrae	Curto prazo	4	PPP	
Formar equipe para manter a divulgação e promoção do município;	Prefeitura	Médio prazo	4	Público	
Incluir os atrativos em grandes portais de promoção e comercialização, como TripAdvisor e Airbnb, entre outros;	Prefeitura, empreendedores e Comtur	Médio prazo	3	-	
Convidar influenciadores digitais para promoverem o município e seus atrativos;	Prefeitura, empreendedores e Comtur	Médio prazo	2	PPP	

Avaliação e Encaminhamentos

Os participantes foram convidados a responder, em grupos, as seguintes questões, visando provocar a reflexão sobre o valor da jornada, e os encaminhamentos decorrentes, na construção deste plano.

1) Uma palavra que resuma essa construção:

- Confiança;
- Planejamento;
- Aprendizado;
- Desafio;
- Sonho;
- Organização;
- Integração;
- Vontade;
- Harmonia;
- Propósito;
- Missão;
- Esperança;
- União;
- Comprometimento;
- Transformação;
- Crescimento;
- Visão estratégica.

2) Como foi a vivência nesta jornada? O que você leva de aprendizados?

- Muito produtiva, mostrando uma visão do município que até então não tínhamos;
- Importante troca de conhecimento e ideias, nos levando a acreditar no potencial do município e de sua população, a qual tem muitas riquezas que precisam ser mostradas, exploradas e mais valorizadas;
- Foi muito positiva toda a vivência hoje experimentada;
- Euforia por um futuro brilhante;
- Motivação para a ação;
- Através de um grupo unido e focado, podemos construir coisas brilhantes;
- Um momento em que foi possível ter uma visão, organizar e planejar diferentes pontos, uma coletividade para um crescimento amplo, onde todas as ideias e pensamentos colhidos poderão se transformar em ações.

3) Como você irá disseminar este conhecimento aos demais agentes turísticos/comunidade, envolvendo mais pessoas nesta construção?

- Falando do Plano Municipal de Turismo e de suas ações, para que, assim, a população possa se inteirar do assunto e contribuir com essa construção;
- Através da ação, levando os temas discutidos hoje, para a comunidade, amigos e familiares, começando, assim, um efeito em cascata, com uma corrente de inovação;
- Novos momentos de construção coletiva;
- Fomentar a divulgação nas mídias.

4) Como apoiar a efetivação das ações propostas?

- Acreditar no potencial do município e das pessoas, apostando nessa construção coletiva e participando de cada ação proposta, para que assim o plano possa ser implementado e mudar o cenário do turismo no município;
- Buscar, através de parcerias público-privadas, a capacitação e o desenvolvimento financeiro de nossos empreendedores, gerando assim rentabilidade para o turismo, e, através do poder público, formar e planejar e estruturar um turismo de longo prazo, um projeto de todos;
- Se colocar à disposição para apoiar dando continuidade nas ações, ser protagonista e voluntário.

Monitoramento – Conclusão

Cristal do Sul, município da região das Águas e Pedras, é um pequeno município, mas com grande valor, que possui na sua cultura e na paisagem, na hospitalidade natural, o seu maior potencial. O município deve estruturar a oferta turística, desenvolvendo produtos locais, fomentando o turismo rural, de natureza, gastronômico e religioso, além dos eventos, com continuidade de ações, e focando na sustentabilidade.

Novos investidores já estão atentos ao potencial da cidade, fortalecido pela proximidade com Ametista do Sul, destino âncora da região. E isso deve ser entendido como um sinal do potencial de empreender no município, o que deve ser aproveitado pela população local.

Observa-se que a estrutura de apoio ao turista de Cristal do Sul ainda precisa ser desenvolvida, como *consequência* de um trabalho orientado para o turismo no município. Diversos pontos precisam ser trabalhados, a começar pela inclusão formal de Cristal do Sul como integrante de uma região turística, entrando no Mapa do Turismo Brasileiro do Ministério do Turismo.

Ao mesmo tempo em que a localização do Médio Alto Uruguai pode ser um empecilho para o desenvolvimento do turismo, por encontrar-se afastada de outras regiões do Estado do Rio Grande do Sul, esse também pode ser um potencial, especialmente para o perfil de turista que procura destinos turísticos menos movimentados e mais isolados, com foco em atividades de descanso, lazer, contemplação e conexão com a natureza.

É fundamental que toda a comunidade entenda a relevância da atividade turística, como forma de diversificar a matriz econômica do município, gerando emprego, renda e empreendedorismo. E que os ganhos advindos desta atividade poderão beneficiar toda a comunidade, com investimentos diretos e indiretos. Há que se organizar a oferta de experiências e, ainda, estimular o surgimento de eventos, além de qualificar as opções gastronômicas e os meios de hospedagem, compondo o que se entende como destino turístico.

O turista quer clareza e precisa confiar no destino para poder optar por ele. Todas as informações devem estar disponíveis “num clique”, serem seguras, completas

e responderem às questões básicas do turista: Onde está localizado? Há hospedagem – onde dormir? Qual a gastronomia – onde comer? O que eu posso vivenciar – o que fazer? Estabelecimentos comerciais – o que comprar? E, ainda, quais os diferenciais, a identidade deste destino turístico. Assim, torna-se fundamental deixar mais clara essa comunicação, direta e indiretamente, envolvendo o setor público e privado.

A oficina foi de grande valia, pois permitiu a participação de todos nesta construção. O plano é resultado da visão da comunidade, setor público e privado que, juntos, desejam o melhor para Cristal do Sul. Mas agora será fundamental que estes encontros sigam, sejam sistemáticos, e que se trabalhe, efetivamente, com: UNIÃO, PLANEJAMENTO E AÇÃO.

O Plano de Ações é o “coração” do Plano Municipal de Turismo e deve nortear todas as ações em prol do desenvolvimento do setor. Assim, é extremamente importante que as ações desenvolvidas sejam registradas e que se organize uma forma de coleta de dados com o objetivo de identificar o acerto, ou não, das estratégias adotadas, visando ao desenvolvimento do turismo. O papel do Conselho Municipal de Turismo é fundamental no monitoramento deste Plano de Turismo, que deverá ser atualizado anualmente e, ainda, transformado em Lei Municipal.

Um lembrete:

**As pessoas não decidem vir à sua empresa ou entidade,
decidem vir ao território.**

Vocês devem divulgar o seu território!

Referências

Águas & Pedras: posicionamento e estratégias turísticas para o desenvolvimento regional. -- 1. ed. -- Porto Alegre, RS: Fabricio Tarouco, Paulo H. R. Bittencourt, Gabriel Gallina Jorge, Marcelo J. Fonseca, Guilherme Trez, 2022 Disponível em: https://www.sicredialtouruguai.com.br/media/documentos/a61f7146-e554-40f5-a7e6-b5a18bf701f9/livro_aguas_e_pedras_2022_digital_compactado.pdf. Acesso em: 30 ago. 2022.

BENI, M. C. (1990). **Sistema de Turismo - SISTUR**: Estudo do Turismo face à moderna Teoria de Sistemas. *Revista Turismo Em Análise*, 1(1), 15-34. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v1i1p15-34>.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2018-2022: mais emprego e renda para o Brasil**. Brasília: Ministério do turismo. Brasília, DF: 2015. 162 p.

ESTADÃO VIAGEM. **Tendências de viagem para 2022: o turismo redefinido**. *Por Mari Campos. 19 de dezembro de 2021 | 19h59*. Disponível em: <https://viagem.estadao.com.br/blogs/sala-vip/tendencias-de-viagem-para-2022-o-turismo-redefinido/>. Acesso em: 16 mar.2022.

EUROMONITOR. **10 Principais Tendências Globais de Consumo 2022**. *Publicado em 18 de Janeiro de 2022*. Disponível em <https://go.euromonitor.com/white-paper-EC-2022-Top-10-Global-Consumer-Trends-PG.html>. Acesso em: 16 mar.2022.

FERNANDES, VICTOR. **Pandemia afetou 53% dos empregos no setor de Turismo global**. *Panrotas. 15/03/21 17:37*. Disponível em: https://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2021/03/pandemia-afetou-53-dos-empregos-no-setor-de-turismo-global_180263.html. Acesso em: 26 mar. 2021.

IBGE. **Panorama cidades – Cristal do Sul**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/cristal-do-sul/panorama>. Acesso em: 15 set.2022.

INSTITUTO DE PESQUISA DE MERCADO (IPM) - UNISINOS. **Radar Turístico**: Cristal do Sul. *Coordenação: Prof. Dr. Marcelo Jacques Fonseca e Prof. Dr. Guilherme Trez. Junho/2022*. Acesso em: 13 set.2022.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS - ONU BRASIL. **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável**. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>. Acesso em: 20 jun. 2021.

PANROTAS. **Números da OMT oficializam o rombo da crise no Turismo em 2020**. *28/01/2021 12:33 | Rodrigo Vieira*. Disponível em: <https://www.panrotas.com.br/mercado/economia-e-politica/2021/01/numeros-da->

omt-oficializam-o-rombo-da-crise-no-turismo-em-2020_179334.html. Acesso em:
Acesso em: 13 abr. 2021.

PANROTAS. **Atestado para a força do Turismo.** Disponível em:
<https://blog.panrotas.com.br/mktdestinos/2021/03/29/atestado-para-a-forca-do-turismo/>. Acesso em: 13 abr. 2021.

PANROTAS. **Turismo foi o setor de mais rápido crescimento no mundo.** Beatrice Teizen. Disponível em: <https://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2019/09/turismo-foi-o-setor-de-mais-rapido-crescimento-no-mundo>. Acesso em: 05 jan. 2020.

PANROTAS. **8 tendências do Turismo pós-vacinação.** 09/12/2021. 19:13 | *Rodrigo Vieira*. Disponível em:
https://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2021/12/8-tendencias-do-turismo-pos-vacinacao_186234.html. Acesso em: 10 mar. 2022.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CRISTAL DO SUL. Site Institucional. Disponível em:
<https://cristaldosul.atende.net/cidadao>. Acesso em: 25 set.2022.

UOL. **Redescoberta Do Brasil?** Pandemia e alta do dólar levaram o brasileiro a viajar mais pelo país. Será um amor eterno ou fogo de palha? *Mari Campos*. Disponível em:
<https://www.uol.com.br/nossa/reportagens-especiais/redescobrir-o-turismo-no-brasil-e-tendencia-real-ou-fogo-de-palha/>. Acesso em: 25 abr.2022.

Anexo I – Lista de Presença

LISTA DE PRESENÇA						
REGIONAL: SEBRAE NORTE AGENDA: 166121 PALESTRA DE ELABORAÇÃO DE PLANO MUNICIPAL PARA TURISMO - PRODUTO DE TERCEIROS - CRISTAL DO SUL - RS						
INSTRUTORES: IVANE MARIA REMUS FAVERO PROJETO: 2022-Estruturação do Turismo da Rota Águas e Pedras						
Nº	CNPJ	CPF	PARTICIPANTE	TELEFONE	EMAIL	ASSINATURA
1	020248610035	949.14095068	Judite Paula da Silva	55 984148516	Otelmareis@hot.riol	
2		263207880-80	Alvaro Cardoso	999115332		
3		887327700-49	Valeir R. Truedini	984263492	va.truedini@hot.riol	
4		952654140-53	Adriano Bossa	55-999279646	adriano.bossa@hot.riol	
5		02728660-23	Keli C. Gambetta Zama	55-98446-2788	keli.gambetta@hot.riol	
6		045.076.260-23	Maíra Kem	65-384379494		
7		611936360-91	Cláudio S. Gomes	997145785		
8		04071630070	John L. Trujillo	992092945	john.trujillo@hotmail.com	
9		03529732007	Thiago C. Luis	984680525	thiago.c.luis@hot.riol	
10		00300964056	Denise Tres	984523961	denise.2018tres@gmail.com	
11		002.284.410.48	Fabiane P. Kerber	98433.8329	fabiane@amantetche.com	
12			MARCELA DOS SANTOS	999929048		
13			Enio M. de Azevedo	999919941		

14	CPF 522.1748053	Amaldo L. C. Pinto	55)984423053			
15	CPF 0001946045	Suzelene de Magalhães				
16	043.858.160-78	Guilherme G. Martins	55 997122398			
17	338.860.200-78	José K. Beltrão	984594020			
18	313.929.16000	Adelino Prado	964365602			
19	9974618034	Selma P. Pellegrini				
20		Deli C. Younes				
21	CPF 28455754087	Thaizinha Paquet de Pellegrini	(55) 984619517	thaizinha.pellegrini@hotmail.com		
22	CPF 64056368015	Adelino Prado	55 984078877			
23	907674460-20	Sueli L. Machado	(55) 996070358	sueli.l.machado@hotmail.com		
24		Kerluine Wimmer	(55) 996528545	kerluine-wimmer@riol		
25						
26						
27						
28						
29						

LISTA DE PRESEÇA

REGIONAL: SEBRAE NORTE AGENDA: 166122 OFICINA DE ELABORAÇÃO DE PLANO MUNICIPAL PARA TURISMO - PRODUTO DE TERCEIROS - CRISTAL DO SUL - RS
 INSTRUTORES: IVANE MARIA REMUS FAVERO PROJETO: 2022-Estruturação do Turismo da Rota Águas e Pedras

N°	CNPJ	CPF	PARTICIPANTE	TELEFONE	EMAIL	ASSINATURA
1		042223750-71	Kertrone Womme	(55) 996528545		
2		887327700-49	Valesa R. Tenedini	(55) 984263492	vrtenedini@bol.com.br	
3		963207880-20	Musa Cardozo	997115332		
4		907674460-20	Sueli L. Machado	(55) 996070358	suelilmbe@hotmail.com	
5		284597540-87	Terezinha R. de Peluzini	55 984619517	traguelpeluzini@fictmail.com	
6			Marlei K. de Santos	55 999929048		
7		05297390-07	Duza Clara	55 984690228	duzaclar@terra.com.br	
8		01071630070	John J. Tin	55 992097945	john.tin@netmail.com	
9		046267270-00	Daniela R. Benatti	55 98483942	dania_rein@ig.com.br	
10		952654100-53	Adriano Bossi	55 999279646	adriano_bossi@netmail.com	
11		043.954.160-39	Simion Graebin	55-992172798		
			Melina Piroch	994365602		
		004.863.540-59	Jeff T. de Souza	999216193	deffsouza@net.com.br	

14	00300964056		Denise Tres	95984523964		
15		002.284.410-48	Fabiane J. Kurber	5598433.8329	fabiane@emater.tche.br	
16	0	023248870-37	Direi Tardelli	5599149683	direitardelli@netmail.com	
17						
18						
19						
20						
21						
22						
23						
24						
25						
26						
27						
28						
29						

Anexo II – Foto das atividades





Anexo III – Convite para a comunidade



Vamos falar de **Turismo?**

Iniciamos a segunda fase do Projeto Turismo Regional, e precisamos da sua participação e contribuição para, em conjunto, realizarmos a construção dos planos municipais de turismo. Por isso, convidamos você para estar conosco neste momento.

Data: 11/08/2022

Horário: 08 horas













Local: Ginásio da Imaculada Conceição em Cristal do Sul/RS















Esperamos você!
















Anexo IV – Avaliação de Turismo - IPM Unisinos

Acesso e Transporte (itens que pontuam)	Disponibilidade
Principais rodovias de acesso ao município em boas condições (asfalto em boas condições, sem risco)	?
Oferta de ônibus intermunicipais para acesso ao município	?
Oferta de horários para viagens nos ônibus intermunicipais	?
Potencial de fluxo para o município ("caminho" para outros destinos ou isolado)	✓
Proximidade de grandes centros/municípios de maior porte	✓
Oferta de ônibus municipais aos principais atrativos do município (afastados do Centro)	?
O município possui rodoviária	?
Rodoviária e respectiva estrutura física (mobiliário, limpeza, pintura...) em bom estado de conservação	?
Caixa eletrônico na rodoviária	?
Serviços de alimentação na rodoviária	?
Sinalização interna da rodoviária (placas orientativas, identificação de boxes de ônibus, embarque/desembarque...)	?
Rodoviária possui site atualizado (é possível consultar os horários de ônibus)	?
É possível comprar passagens no site da rodoviária	?
O telefone/atendimento telefônico da rodoviária funciona (atende às	?

ligações, presta informações)	
O município possui serviço/frota/pontos/central de táxi	
O município possui serviço de transporte por aplicativo (Uber, 99Taxi, Garupa ou aplicativo local...)	
Outras perguntas para compor relatório (itens que NÃO pontuam)	Disponibilidade
Há outras formas de acesso disponíveis (avião, barco, trem...) em funcionamento?	
Faixas de valores das passagens dos diferentes tipos de transporte (existência de opções mais baratas e mais caras)	
Acesso de possíveis centros emissivos, além de Porto Alegre (outras localidades de maior porte)	
Apoio ao Turista e Conveniências (itens que pontuam)	Disponibilidade
O município possui Centro de Atenção ao Turista (CAT), Centro de Informações Turísticas e/ou similares em pleno funcionamento (abertos sistematicamente)	
Qualidade do atendimento prestado no CAT/hospitalidade	
Horário de atendimento do CAT atende a necessidade dos turistas (de acordo com a realidade do local)	
Os CATs/Centros de Informações Turísticas são bem localizados (atende a necessidade dos turistas)	
Há material informativo impresso (mapas, folders, flyers) elaborado e disponibilizado pelo poder público (nos CATs, hotéis, restaurantes, agências locais...)	
Qualidade do material informativo impresso	
Município possui placas com os nomes das ruas	

Sinalização turística/indicativa nos principais pontos turísticos do município (distâncias, como chegar)	
O município possui agência de turismo que oferta pacotes receptivos	
O município possui agências bancárias e/ou caixas eletrônicos	
O site da Prefeitura Municipal possui uma seção específica de informações turísticas	
As informações turísticas no site da Prefeitura Municipal são robustas (há informações sobre atrativos turísticos, hospedagem, gastronomia, rotas e roteiros turísticos, com site, telefone, e-mail, pessoas de contato)	
As informações turísticas no site da Prefeitura Municipal estão atualizadas	
O município possui perfil atualizado no Instagram (oficial, gerenciado pela Prefeitura)	
O município possui página no Facebook atualizada (oficial, gerenciada pela Prefeitura)	
O município possui (ou faz parte) de rotas ou roteiros turísticos	
As rotas ou roteiros estão em pleno funcionamento (sistemizados)	
O município conta com estrutura própria para atendimento de urgência e emergência em saúde?	
Outras perguntas para compor o relatório (itens que NÃO pontuam)	Disponibilidade
Município possui aplicativo turístico próprio (Exemplo: Pelotas Tem)	
Município possui outros recursos com fins de atendimento ao turista (Exemplo: Totem de autoatendimento, sites e perfis não oficiais voltados ao turismo)	
A busca no Google pelo 'nome do município + palavras-chave relacionadas a turismo remete a sites com informações atualizadas e com credibilidade (o	













que fazer, onde comer...)	
As informações constantes no site da Secretaria da Cultura, Turismo, Esporte e Lazer do Rio Grande do Sul (SEDETUR) sobre o município estão atualizadas	?
Hospedagem (itens que pontuam)	Disponibilidade
Quantidade de locais disponíveis para hospedagem	?
Qualidade dos locais disponíveis para hospedagem	?
Localização das opções de hospedagem (centro do município, acessíveis, bem localizadas - observar comodidades do entorno)	?
Os estabelecimentos possuem protocolos de prevenção ao Covid-19 implementados	?
Atendimento profissional e qualificado (funcionários treinados, uniformizados) assinalar NÃO caso seja feito pela própria família, informal	?
Qualidade do atendimento prestado (profissional ou informal)	?
Imagem, limpeza e conservação dos locais	?
Acessibilidade na entrada, áreas de uso comum e quartos	?
Outras perguntas para compor relatório (itens que NÃO pontuam)	Disponibilidade
Disponibilidade de meios de pagamento eletrônicos	?
Disponibilidade de nota fiscal (não apenas recibo)	?
Valores praticados (há alternativas mais baratas e mais caras?)	?
Oferta de outros serviços de alimentação além do café da manhã? (jantar, serviço de quarto)	?

Estabelecimentos possuem fachada	
Há sinalização indicativa para os estabelecimentos (como chegar)	
Disponibilidade de estacionamento para os clientes	
Gastronomia (itens que pontuam)	Disponibilidade
Quantidade de locais disponíveis para alimentação (café, almoço, lanche, janta)	
Qualidade dos locais disponíveis para alimentação	
Localização das opções de gastronomia (centro do município, acessíveis, bem localizadas)	
Os estabelecimentos possuem protocolos de prevenção ao Covid-19 implementados	
Existem estabelecimentos que servem a gastronomia típica local?	
Atendimento profissional e qualificado (funcionários treinados, uniformizados) assinalar NÃO caso seja feito pela própria família, informal	
Qualidade do atendimento prestado (profissional ou informal)	
Imagem, limpeza e conservação dos locais	
Imagem e apresentação dos alimentos	
Acessibilidade (entrada, circulação, banheiros)	

Outras perguntas para compor o relatório (itens que NÃO pontuam)	Disponibilidade
Disponibilidade de meios de pagamento eletrônicos	?
Disponibilidade de nota fiscal (não apenas recibo)	?
Valores praticados (há alternativas mais baratas e mais caras?)	?
Estabelecimentos possuem fachada	?
Há sinalização indicativa para os estabelecimentos (como chegar)	?

Eventos (itens que pontuam)	Disponibilidade
O município possui calendário de eventos anual definido pela Prefeitura	?
O calendário de eventos do município é oficial e formalizado	?
O calendário de eventos anual está divulgado na internet, em canais oficiais (site da Prefeitura Municipal, página da Prefeitura no Facebook)	?
Abrangência/projeção dos eventos do município local/regional/estadual/nacional	?
Os eventos do município são bem distribuídos ao longo do ano (sazonalidade)	?
Tradição/constância dos eventos do município	?
O município conta com pelo menos um evento sistemático cujo tema é relacionado a cultura/história/natureza/economia local (público ou privado)	?

Outras perguntas para compor o relatório (itens que NÃO pontuam)	Disponibilidade
O município realiza eventos com fins econômicos/geração de negócios tais como: feiras, exposições de produtos, remates, shows e festivais... (públicos ou privados)	?
O município realiza ou recebe eventos esportivos (corridas, caminhadas, passeios ciclísticos, mountain bike, surfe...) (públicos ou privados)	?
O município realiza ou recebe eventos acadêmicos (congressos, seminários...) ligados a universidades e/ou instituições de ensino e pesquisa (públicos ou privados)	?
Atrativos Econômicos (itens que pontuam)	Disponibilidade
As atividades econômicas desenvolvidas no município são exploradas turisticamente (é possível fazer visitas guiadas ou técnicas, comprar produtos típicos ou “de fábrica”; qualquer pessoa consegue agendar/fazer, há um roteiro pré-definido e divulgado; não depende de alguém que conheça “o dono” para ter acesso aos locais)	?
As atividades econômicas desenvolvidas no município têm potencial de exploração turística	✓
O município explora econômica/turisticamente seus atrativos naturais, culturais ou históricos por meio de empreendimentos de hospedagem e gastronomia	?
O município possui pelo menos um 'produto local' marcante (artesanato, comida, bebida...)	?
O município explora turisticamente o 'produto local' marcante	?
Disponibilidade de 'produto local' (facilidade de encontrar/comprar)	?
O município possui produtos de artesanato local	?
O município possui perspectivas de investimentos diretos ou indiretos em turismo	?

Outras perguntas para compor o relatório (itens que NÃO pontuam)	Disponibilidade
O município faz parte de algum cluster ou APL...?	
O município possui empreendimentos de turismo rural? (campings, piscinas, café colonial, almoços, pousadas...)	
O município possui locais de valorização e/ou comercialização do artesanato local (existência de cooperativas, associações, Casa do Artesão, feiras de artesanato...?)	
O município possui feiras de agricultura local ou de produtos caseiros?	
Atrativos Naturais (itens que pontuam)	Disponibilidade
O município possui atrativos naturais explorados turisticamente? (praias, montanhas, serra, lagos, lagoas, laguna, áreas de proteção ambiental, reservas ecológicas, florestas...?)	
O município possui atrativos naturais com potencial de exploração turística? (praias, montanhas, serra, lagos, lagoas, laguna, áreas de proteção ambiental, reservas ecológicas, florestas...?)	
A visitação aos principais atrativos é sistematizada OU os locais são de fácil acesso? (possui horários específicos de visitação, roteiros definidos e estruturados? Estes roteiros estão divulgados/acessíveis a qualquer pessoa? É possível fazer por conta própria ou é necessário contratar guia/agência?)	
Há transporte municipal para os principais atrativos?	
Quanto a qualidade da infraestrutura física disponível nos principais atrativos	
Quanto a disponibilidade de serviços de alimentação nos atrativos	
Quanto as condições/qualidade das ruas de acesso aos atrativos	
Quanto ao estado de conservação/manutenção dos locais	

Atrativos Históricos e Culturais (itens que pontuam)	Disponibilidade
O município possui elementos que tornam “tangível” a história do local (monumentos, prédios, museus, arquitetura, casas de cultura, igrejas...	✓
Estes elementos são explorados turisticamente?	?
Estes elementos possuem potencial de exploração turística?	✓
A visitação aos principais atrativos é viável e sistematizada (são locais públicos ou privados? Horários específicos de visitação? Há roteiros definidos e estruturados? Estes roteiros estão divulgados/acessíveis a qualquer pessoa? É possível fazer por conta própria ou é necessário contratar guia/agência?)	?
Quanto a qualidade da infraestrutura física disponível nos principais atrativos	?
Quanto a qualidade do atendimento presencial prestado nos principais atrativos	?
Quanto as condições/qualidade das ruas de acesso aos atrativos	?
Quanto ao estado de conservação/manutenção dos atrativos	?
Governança e Cooperação (não pontua, apenas descritivo)	Disponibilidade
O município conta com uma Secretaria de Turismo?	?
O município conta com pelo menos um profissional de turismo (turismólogo, guia...) na equipe?	?
O município possui um Plano de Turismo?	?
O Plano de Turismo está em execução?	?
O município possui um Conselho de Turismo?	?

O Conselho de Turismo está em funcionamento? (reuniões e ações regulares, sistematizada)	?
O Conselho de Turismo é composto por membros de diferentes setores/segmentos importantes para o turismo?	?
O município possui alguma organização, associação, projeto (não governamental) em prol do turismo?	?
O município realiza monitoramento do seu fluxo turístico? (possui indicadores atualizados)	?
O município possui compreensão sobre o seu perfil de turismo? (quem são os visitantes, o que fazem na cidade...)	?
Os atores tem um bom nível de engajamento na causa do turismo no município	?

