



Plano Municipal de Turismo

Vista Alegre



Ficha Técnica

COORDENAÇÃO GERAL E REALIZAÇÃO

Sebrae-RS | Sicredi Conexão

Prefeitura de Vista Alegre

Prefeito – Zairo Riboli

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

Fotos 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 Vista Alegre	19
Vista Alegre no Mapa do Turismo Brasileiro e o Médio Alto Uruguaí	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	32
Eventos	34
Rotas e Roteiros Turísticos	36
Infraestrutura	38
Acesso e transporte	38
Apoio ao Turista e Conveniências	43
Hospedagem	43
Gastronomia	44
Aspectos Impulsionadores e Limitadores	46
Marketing	53
Presença e informações disponíveis na Internet	53
Posicionamento, identidade e visão	54
Síntese – IPM Unisinos	57
Plano de Ações	59
Avaliação e Encaminhamentos	68
Monitoramento – Conclusão	70
Referências	72
Anexo I – Lista de Presença	74

Anexo II – Foto das atividades	76
Anexo III – Avaliação de Turismo - IPM Unisinos	79

Mensagens do município

Com a flexibilização da pandemia, podemos perceber o potencial do turismo em nosso município e, diante disso, fazemos planos para contribuir com o desenvolvimento das atividades, estratégias e ações voltadas ao incremento e estruturação do turismo. Estamos definindo caminhos e apresentando estratégias para uma maior visibilidade às potencialidades turísticas municipais.

Prefeito de Vista Alegre

Zairo Riboli

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 Vista Alegre, 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 Sicredi Conexão e 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
Ecosistemas 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 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 Vista Alegre

É com a chegada de descendentes de imigrantes italianos das regiões gaúchas Guaporé e Júlio de Castilhos que surge o primeiro povoado de moradores em **Vista Alegre**, em **1919**, numa localização que ainda era coberta por mata nativa. Estes imigrantes cultivavam a terra e criavam gado e, aos poucos, com o crescimento da comunidade, a necessidade de organização e infraestrutura passou a exigir atenção especial para a construção de escolas, clubes, igrejas e casas comerciais.

Com o desenvolvimento, os primeiros **ideais emancipacionistas** vão tomando conta de Vista Alegre entre os membros da comunidade. A primeira formação de um grupo de líderes de todos os partidos e segmentos sociais ocorreu em 1º de março de 1985. No caminho desta jornada de Vista Alegre, problemas surgiram e foram superados, assim como objetivos propostos pelas lideranças do distrito e da população em geral foram perseguidos, como: eleger uma Comissão Emancipadora do futuro Município de Vista Alegre, dois anos após realizar um plebiscito pela emancipação, que é assinada pelo então governador do Estado do Rio Grande do Sul, Pedro Simon, em 09 de maio de 1988, e comemora-se o dia do Município de Vista Alegre, em 20 de dezembro.

O **distrito** foi criado sob a denominação de Vista Alegre (ex-povoado) no ano de 1958, com território desmembrado do distrito de Caiçara e anexado ao município de Frederico Westphalen. Em divisão territorial de 1960, o distrito de Vista Alegre é subordinado a Frederico Westphalen. Em 1988 é elevado à categoria de município com a denominação de Vista Alegre e, em 1990, desmembrado de Frederico Westphalen, constituído do distrito-sede, em 1991, e assim permanecendo em divisão territorial do IBGE, datada de 2020.

Vista Alegre no Mapa do Turismo Brasileiro e o Médio Alto

Uruguai

O **Mapa do Turismo Brasileiro**, elaborado no âmbito do Programa Nacional de Regionalização do Turismo¹, do Ministério do Turismo, classifica Vista Alegre na região turística denominada **Rota Águas e Pedras**, junto de outros 17 municípios. 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. **Vista Alegre** está classificado na **categoria E** do Mapa.

No **Cadastur**², cadastro dos prestadores de serviços turísticos do Ministério do Turismo, atualmente existe **1 guia de turismo** cadastrado em **Vista Alegre**, totalizando, portanto, **apenas um único prestador de serviço turístico registrado no Cadastur no município**.

Vista Alegre integra a mesorregião **Noroeste Rio-Grandense** que, por sua vez, é subdividida em outras 13 microrregiões. Vista Alegre 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 Vista Alegre é justamente a de **Frederico Westphalen**, que representa “a relação interurbana mais relevante da cidade de origem, tanto para acessar bens e

¹ 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.

² <https://cadastur.turismo.gov.br/>

serviços quanto por relações de gestão de empresas e órgãos públicos”. Já como região intermediária de influência para Vista Alegre, o IBGE (2020) elenca a região de **Passo Fundo**.

O **Médio Alto Uruguai** é outra regionalização importante da qual Vista Alegre faz parte, ao lado de outros **21 municípios**: Alpestre, Ametista do Sul, Caiçara, Cristal do Sul, 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 e Vicente Dutra. 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**.

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.

A região Águas e Pedras

Ao analisar o turismo na Região Noroeste 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. Vista Alegre 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 total de 2.832 habitantes (IBGE- 2021)

Orçamento do Município para 2020: R\$ 60.000,00

PIB per capita R\$ 34.239,96 (2019)

IDMH: 0,739 (2010)

Pelo Censo de 2010 conta, ao todo, com 885 domicílios. Destes, 398 compõem o núcleo urbano.

Gentílico: vista-alegrense

ÁREA DO MUNICÍPIO

Área do município: 78 KM²;

Bairros: Sagrado Coração de Jesus e Basílio Martins

Distância da Capital (POA): 430 Km

LOCALIZAÇÃO E CARACTERÍSTICAS FÍSICAS

Unidade federativa: Rio Grande do Sul – RS

Mesorregião: Noroeste rio-grandense

Microrregião: Frederico Westphalen

Latitude: 27°22'10,04"

Longitude: 53°29'33,91"

Altitude: 546 m

Clima: subtropical

Temperatura média de 19°C e pluviosidade média anual de 1800mm

Governança Municipal do Turismo

Secretaria responsável

Não há uma secretaria específica que trabalhe o turismo em Vista Alegre, sendo que, atualmente, os assuntos relacionados estão vinculados à Secretaria da Administração.

Conselho Municipal de Turismo e Fundo Municipal de Turismo

Há Conselho Municipal de Turismo (Comtur) criado pela Lei nº 1678, de 2013, e alterada pela Lei nº 2409, de 2022 – no entanto, o Conselho não está ativo. Não há Fundo Municipal de Turismo implantado por Lei em Vista Alegre e também não há associações ou outras organizações no município em prol do desenvolvimento do turismo.

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

Foi possível identificar em Vista Alegre apenas três atrativos nessa dimensão: a **Paróquia Sagrado Coração de Jesus**, a **Praça da Matriz** e a **Gruta Nossa Senhora da Salete**. O município não possui outros atrativos, como museus, galerias de arte, teatros e parques, além de haver poucos prédios históricos e igrejas. Vale ressaltar que Vista Alegre é um município recente, cuja colonização deu-se em 1919, tendo sido emancipado apenas em 1988.

A **Paróquia Sagrado Coração de Jesus** foi oficialmente criada em 1989, e teve sua instalação canônica pelo Bispo Diocesano Dom Bruno Maldaner, em 20 de dezembro de 1991. A Paróquia Sagrado Coração de Jesus faz parte da Diocese de Frederico Westphalen, junto a paróquias instaladas em outros 53 municípios da região. No entorno da paróquia, encontra-se também a **Praça da Matriz**, que conta com um espaço de área verde, bancos, pracinha para crianças, e pequenos espaços de lazer e

convivência, sendo o único lugar da cidade a oferecer esse tipo de estrutura aos munícipes.

Foto 1: Paróquia Sagrado Coração de Jesus



Fonte: IPM Unisinos

Foto 2: Praça da Matriz, no entorno da Paróquia Sagrado Coração de Jesus



Fonte: IPM Unisinos e Prefeitura Municipal de Vista Alegre

A **Gruta Nossa Senhora da Salete** fica na Linha Centenaro, no interior do município, porém a poucos minutos da área central. A gruta faz homenagem à Nossa Senhora da Salete, uma das denominações dadas a Maria, Mãe de Jesus, referente à sua aparição na montanha de La Salette, nos alpes franceses, e também conhecida como “mãe reconciliadora de todos os pecadores”. A gruta é palco de encontros, romarias e eventos no município, sendo o principal ponto turístico de Vista Alegre.

Próximo à gruta, há também uma cachoeira de fácil acesso e outras duas cachoeiras com acesso por trilha.

Foto 3: Gruta Nossa Senhora da Salete



Fonte: IPM Unisinos

Foto 4: À esquerda, escadarias de acesso à gruta, e à direita, gramado e espaço da comunidade Nossa Senhora da Salete



Fonte: IPM Unisinos

O acesso até a gruta é feito por meio de estrada de chão, e não há placas no centro da cidade que indiquem sua direção, sendo necessário perguntar para a população local. Durante o percurso, foi possível identificar duas placas indicativas do atrativo. Para acessar a gruta, é necessário descer uma escadaria, que conta com o apoio de corrimãos, o que torna o local inacessível para pessoas com dificuldade de locomoção. Há também no local um espaço específico da comunidade Nossa Senhora

da Salete, aparentemente destinado a encontros e eventos, e um amplo gramado, onde é possível estacionar.

Analisando os principais elementos e informações levantadas na categoria Históricas e Culturais, observa-se que **Vista Alegre possui poucos atrativos que tornam tangível a história e a cultura do município**, já que, conforme ressaltado no início desta dimensão, o município é jovem e conta com apenas 33 anos de emancipação. Fica evidente, por conta deste fato, que não há um grande número de prédios e edificações históricas na cidade que possibilitem a exploração turística. No entanto, os atrativos existentes, representados pela Paróquia Sagrado Coração de Jesus, pela Praça da Matriz e pela Gruta Nossa Senhora da Salete, são os atrativos mais importantes do município e também os responsáveis por atrair e movimentar o maior número de pessoas em Vista Alegre, em especial, o público religioso.

Tendo isso em vista, como principais **oportunidades** nesta dimensão, destaca-se a possibilidade de melhoria da infraestrutura dos atrativos existentes, além da estrutura de apoio do entorno, como a oferta de restaurantes, sinalização indicativa até os lugares, venda de produtos locais, entre outros. Especialmente na Gruta Nossa Senhora da Salete, que possui maior foco turístico, é possível desenvolver o local pensando em espaços de convivência, realização de eventos, estrutura de alimentação e sanitários, assim como o aprimoramento do local como um todo, como forma de torná-lo um atrativo robusto e significativo para Vista Alegre.

Atrativos naturais

Segundo a equipe da prefeitura, Vista Alegre pertence a uma região onde é possível encontrar tanto paisagens naturais mais planas, quanto lugares mais montanhosos, havendo também diversas **cachoeiras e quedas d'água**, sendo que muitas ainda são inexploradas ou nem foram descobertas. Os rios que banham a cidade são considerados de planalto com corredeiras, margens altas e leito em declive, sendo os principais o **Rio Pardo** e o **Rio Braguinha**. Embora a cidade conte com diversos pontos naturais, atualmente o único ponto explorado turisticamente pelo município são as **cachoeiras** que ficam junto à Gruta Nossa Senhora da Salete, sendo

uma delas de fácil acesso e as outras duas com acesso por meio de trilha pela mata nativa.

Foto 5: Cachoeira que fica junto à Gruta Nossa Senhora da Salete



Fonte: IPM Unisinos

Conforme já mencionado na dimensão de atrativos Históricos e Culturais, a **Gruta Nossa Senhora da Salete**, assim como as **cachoeiras** que ficam na mesma localidade, encontram-se na Linha Centenaro, a poucos quilômetros do centro da cidade. Uma vantagem identificada foi o fato de uma das cascatas ser de **fácil acesso**, sendo possível acessá-la tanto por meio de escadarias que levam até o local, quanto de carro, o que facilita a exploração turística. Segundo entrevistas, o espaço já é utilizado pela população da cidade e da região como área de lazer aos finais de semana. No entanto, **não há no local nenhuma estrutura para este fim**, sendo que foi possível identificar, durante a visita, diversas latas de cerveja vazias, restos de carvão para churrasco e até mesmo CD's descartados na natureza, mesmo havendo placas na localidade solicitando aos visitantes para que levem seu lixo consigo, após o uso do espaço.

Além da cachoeira citada, há ao menos mais duas quedas d'água, mas que só são acessíveis por meio de uma trilha na mata nativa, sem nenhum tipo de estrutura de apoio, o que pode ser perigoso para quem não conhece o local. Para acessar a trilha, é preciso atravessar a cachoeira existente, o que pode ser igualmente perigoso, especialmente em dias com grande fluxo de água.

Segundo entrevistas, há também uma queda d'água na Linha Piaia Candaten que é explorada por meio de **esportes de aventura**, como rapel, sendo um local de difícil acesso, onde ainda não houve nenhum tipo de intervenção. Por conta do relevo variado, Vista Alegre também conta com a exploração da natureza por meio de **trilhas para motos e bicicletas**, sendo que o município possui ao menos 80km de trilhas para motos em seu interior. Vale ressaltar que todas essas atividades ainda não são feitas de forma estruturada ou formal, sendo exploradas informalmente por alguns grupos da cidade e da região.

É possível concluir que já **existe ao menos um atrativo explorado** no município nessa categoria, que são as cachoeiras que ficam junto à Gruta Nossa Senhora da Salete. Além destas cachoeiras, há também a exploração de ao menos mais uma cachoeira para atividades esportivas de aventura, assim como a realização de trilhas de moto e bicicleta no interior do município. No entanto, todas as atividades desempenhadas nos atrativos naturais da cidade ainda não estão plenamente estruturadas ou desenvolvidas, sendo praticadas isoladamente por grupos específicos e compostos, em especial, pela população local e regional.

Deste modo, como principais **oportunidades** nesta categoria, destaca-se a possibilidade de criação de uma infraestrutura de apoio adequada no espaço, como um todo, da Gruta Nossa Senhora da Salete, como sanitários, lixeiras, áreas de lazer, churrasqueiras, infraestrutura de acesso até as demais cachoeiras, como corrimãos, abertura da mata, degraus, placas, entre outros. O desenvolvimento de serviços de apoio no entorno, como restaurantes, pousadas, venda de produtos locais ou de outros produtos para consumo no espaço, também são possibilidades, conforme já mencionado em outras seções deste relatório.

Outra possibilidade nessa dimensão é o **mapeamento** de todas as cachoeiras existentes no município, como forma de identificar a vocação desses espaços e classificá-los a partir de oportunidades de exploração, seja para lazer, para esportes, contemplação, entre outras possibilidades. Nessa perspectiva, é possível criar um **roteiro** dentro do município de visitação às cachoeiras, que pode ser integrado a rotas regionais nessa mesma linha. Destaca-se que a infraestrutura de acesso a esses locais, como sinalização adequada, informações sobre os lugares, corrimãos, escadarias,

estrutura para a prática de esportes, entre outros, são fundamentais para um bom desenvolvimento nesse sentido.

Por fim, percebeu-se que as atividades já desempenhadas no município, como a prática de **esportes de aventura**, trilhas de motos e de bicicletas, possuem grande potencial, podendo ser mais estruturadas, formalizadas e ter sua exploração ampliada. Isso pode ser feito a partir da organização de espaços devidamente pensados para esses fins, que ofereçam segurança, sinalização e infraestrutura adequadas, que sejam abertos ao público e não estejam limitados a grupos específicos. Além disso, a divulgação desses espaços, bem como a realização de eventos, pode ajudar a impulsionar o desenvolvimento nessa direção.

Atrativos econômicos

A base econômica do Município de Vista Alegre é representada, principalmente, pelo **setor agropecuário**, sendo a bovinocultura de leite a atividade mais expressiva, seguida pela criação de suínos, de aves, além do cultivo de milho, fumo e outros grãos. Outro setor que vem crescendo na cidade é o das **agroindústrias**, com duas em destaque: a **Andrimar Alimentos** e a **Via Master**.

A **Andrimar Alimentos** é uma agroindústria de produtos derivados de suínos, como copa, salame, presunto, linguiça, cortes de carne, sendo que a empresa conta com aproximadamente 30 variedades de produtos em sua produção. A **Via Master** também é uma empresa do mesmo segmento, e ambas vendem seus produtos na cidade, na região e em algumas partes do Estado. Além das agroindústrias citadas, que já estão consolidadas, há ao menos mais dois segmentos em ascensão em Vista Alegre, que são as agroindústrias voltadas à produção de produtos **derivados da cana de açúcar**, como melado, açúcar mascavo, cachaça, entre outros, assim como agroindústrias que tem a **mandioca** como sua matéria-prima. Segundo a EMATER, essas novas atividades estão sendo estruturadas com o apoio da instituição e, embora as agroindústrias já estejam operando, ainda há diversos pontos em fase de ajustes.

Outra empresa significativa no município é a **Massas Rondeli**. Como o próprio nome sugere, é uma indústria de massas de diversos tipos, como espaguete, agnolini, tortei, massas para pastel, lasanha, além de produtos prontos para fritura, como

pastéis, enrolados de salsicha, bolinhas de queijo, entre outros. Vale ressaltar que Vista Alegre não conta com um local específico para a comercialização dos produtos locais, sendo possível encontrá-los nos mercados da cidade ou diretamente com os produtores. O mesmo se aplica aos produtos provenientes da agricultura familiar, que são comercializados eventualmente em feiras realizadas na cidade.

Em relação ao **artesanato** local, há grupos de artesanato organizados no município, tanto pela Emater, quanto pelo CRAS, sendo que só é possível adquirir as produções a partir do contato direto com os artesãos ou em feiras específicas que ocorrem no município. Também não foi identificado nenhum **produto local marcante** em evidência em Vista Alegre, embora existam oportunidades nessa linha, como os produtos já produzidos na cidade e que representam as principais frentes econômicas e culturais do município. Ressalta-se que a definição de um produto local marcante deve ser feita a partir das **potencialidades** existentes na cidade, aliadas ao **posicionamento turístico** definido pelo município, de forma que o produto local escolhido ajude a comunicar este posicionamento.

Conclui-se que as atividades econômicas desenvolvidas em Vista Alegre **ainda não são exploradas turisticamente**, sendo mais voltadas ao beneficiamento da população local. As agroindústrias familiares apresentaram um bom potencial nessa dimensão, já que seus produtos e processos produtivos podem ser explorados por meio de visitas guiadas, voltadas tanto ao turista que está na cidade a passeio, quanto a visitas técnicas feitas por escolas e universidades. A degustação dos produtos no local, a oferta de áreas de lazer, oficinas de aprendizado sobre a fabricação dos produtos e outras atividades correlacionadas também podem ser avaliadas, conforme o caso. Essa lógica também pode ser aplicada à bovinocultura de leite, que pode ser explorada por meio do **turismo rural**.

Por fim, recomenda-se avaliar a viabilidade de se ter um espaço na cidade de valorização e comercialização dos produtos produzidos em Vista Alegre, especialmente dos pequenos produtores e artesãos do município, além da realização de feiras e eventos com o mesmo propósito. Sugere-se também a denominação e/ou criação de um **produto local marcante**, que esteja alinhado ao posicionamento turístico a ser definido pela cidade.

Eventos

No site da Prefeitura de Vista Alegre existe, junto à aba “imprensa”, uma página destinada aos eventos do município. No entanto, ao entrar na página, ela **encontra-se em branco**, não sendo possível obter nenhuma informação. Em outros espaços dentro do site, também não é possível encontrar dados substanciais sobre os eventos da cidade, o que demonstra que **ainda não há a formalização de um calendário de eventos oficial** e sua consequente divulgação por parte da prefeitura. Segundo a equipe da prefeitura, os eventos do município são divulgados nos meios de comunicação da região, como rádios e jornais, e também nas redes sociais do município.

Durante a pesquisa, foram sugeridos pela prefeitura dois eventos de maior importância, o **Aniversário do Município de Vista Alegre** e a **Festa do Padroeiro de Vista Alegre Sagrado Coração de Jesus**. Além desses eventos, foi possível identificar ao menos mais um evento, relacionado ao principal atrativo turístico do município, que é a **Festa da Nossa Senhora da Salete**, que acontece na comunidade da Gruta Nossa Senhora da Salete, na Linha Centenaro.

O **Aniversário do Município de Vista Alegre** ocorre sempre no dia 20 de dezembro, e é comemorado por meio de programações diversas, que variam ano a ano, sendo que, no ano de 2020, não houve nenhum tipo de festejo por conta da pandemia. O município está programando uma **feira** durante os dias de comemoração, com a participação de produtores locais dos setores da agricultura e da agroindústria, além dos grupos de artesanato da cidade. A intenção é que esta feira se mantenha nos meses subsequentes, sendo realizada de forma recorrente. Além da feira, também estão previstas atividades de Natal com as crianças do município, aproveitando a proximidade do aniversário da cidade com esta data.

A **Festa do Padroeiro de Vista Alegre Sagrado Coração de Jesus** ocorre sempre uma semana após o Corpus Christi, no mês de maio ou junho, e é uma festa promovida pela Paróquia Sagrado Coração de Jesus, apoiada pela comunidade local e pelo poder público. A programação geralmente inclui a realização de uma novena, e há atividades previstas durante esses nove dias. O dia de maior festejo é no domingo,

quando é realizada a Festa do Padroeiro, que atrai não só a população da cidade, mas também devotos de outras cidades da região.

Além dos eventos mencionados, também foi possível identificar a **Festa da Nossa Senhora da Salete**, geralmente celebrada no dia 19 de setembro, dia da Nossa Senhora da Salete. No último evento, realizado em 2020, foram realizadas romarias, caminhadas e procissões até a Gruta, atividades na Paróquia Sagrado Coração de Jesus, missa e atendimento do cônego para confissões e bênçãos diretamente da gruta, entre outras atividades.

Ao analisar as informações levantadas na categoria Eventos, verifica-se que dois dos principais eventos da cidade, a Festa do Padroeiro de Vista Alegre Sagrado Coração de Jesus e a Festa da Nossa Senhora da Salete, possuem cunho religioso, sendo a Festa do Padroeiro o evento mais consolidado e abrangente do município. O Aniversário do Município de Vista Alegre, embora seja um evento que ocorre anualmente, não apresentou consistência em sua proposta, já que a cada ano há uma proposição diferente do ano anterior, o que prejudica a sua consolidação e a atração de um público que não seja o da cidade. Ressalta-se que a disponibilização de informações sobre os eventos do município é um ponto bastante crítico, pois nem o site da prefeitura apresenta informações detalhadas a este respeito.

Assim, como principais **oportunidades** de melhoria, cita-se a possibilidade de oferecer propostas mais robustas e estruturadas nos eventos existentes, com foco no aumento de sua abrangência e atração de um maior número de pessoas. Ainda, sugere-se a elaboração e definição de uma proposta consistente, a ser explorada no Aniversário do Município de Vista Alegre, como forma de consolidar este evento no município e na região. Temas que abordam a economia local, a cultura e colonização italiana, bem como a venda e valorização dos produtos produzidos na cidade, são grandes oportunidades nesse sentido.

Recomenda-se a articulação dos atores e das organizações locais, públicas e privadas, para 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 detalhadas, datas, programação e os locais onde ocorrem, além da ampla

divulgação em outros meios de comunicação, como as redes sociais no município. Destaca-se que a elaboração do calendário de eventos deve **levar em conta o posicionamento turístico** do município.

Rotas e Roteiros Turísticos

Segundo o Mapa do Turismo Brasileiro, do Ministério do Turismo, o Município de Vista Alegre faz parte da **região turística** denominada **Rota Águas e Pedras**. Esta é uma regionalização do órgão federal que tem como finalidade articular os municípios para o desenvolvimento integrado do turismo e destinar recursos federais. A região das Águas e Pedras tem como principais atributos as jazidas de pedras, as atividades de extração, beneficiamento e produção de joias, o uso das pedras na arquitetura e para a fabricação de outros produtos e utensílios, bem como os rios, balneários, quedas d'água e hidrelétricas dos municípios integrantes.

Na esfera estadual, Vista Alegre também aparece no site da Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo do Rio Grande do Sul (Sedetur), **classificado como integrante da região Rota Águas e Pedras**. Porém, ao buscar por rotas e roteiros turísticos envolvendo Vista Alegre, o site não retorna nenhum resultado.

As principais rotas e roteiros turísticos já existentes e operacionalizados na região geográfica envolvem os municípios de **Ametista do Sul, Iraí, Frederico Westphalen e Derrubadas**. Este último não faz parte da região turística Rota Águas e Pedras do Ministério do Turismo e sim da região turística **Rota do Yucumã**. 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. Vista Alegre situa-se a cerca de 50,1 quilômetros de distância de Derrubadas se utilizado o trajeto mais rápido entre os dois municípios, via 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 Vista Alegre, **não há roteiros turísticos elaborados** e em pleno funcionamento. A visitação ao município, especificamente para fins de turismo, é praticamente nula, já que ainda não há um

número relevante de atrativos turísticos na cidade. O público externo que se dirige ao município se restringe a pessoas a trabalho, pessoas que vão visitar seus familiares que moram na cidade e moradores de municípios vizinhos ou próximos.

Infraestrutura

Acesso e transporte

Vista Alegre localiza-se a cerca de 430 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 em 5h29min quando percorrido de carro. Há também a opção de utilizar a **BR-386 e depois a BR-158**, passando por Panambi (6h39min de viagem) ou a BR-116 e depois as ERS-240/ERS-129 que passa por Bento Gonçalves em direção à Veranópolis, alcançando Passo Fundo até conectar, novamente, à BR-386 em Carazinho e, posteriormente, seguindo em direção à Vista Alegre (7h16min de viagem).

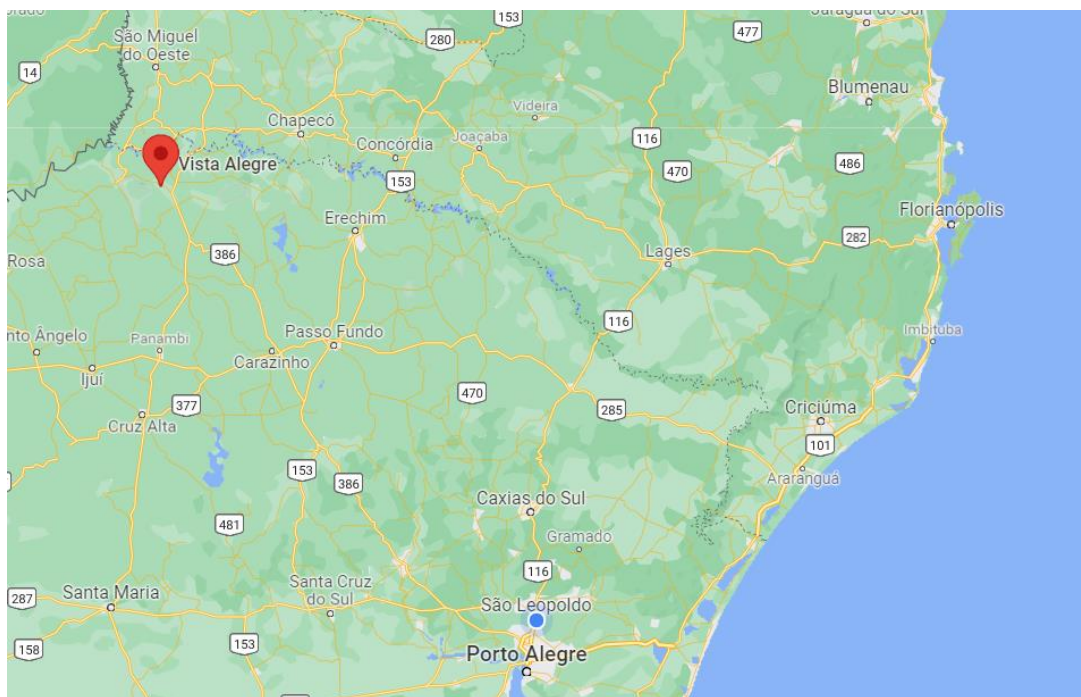
Para quem viaja de **ônibus** de Porto Alegre, não **há opção de transporte direto para o Município de Vista Alegre**. A viagem necessita ser feita em dois trechos: **de Porto Alegre para Frederico Westphalen e de Frederico Westphalen para Vista Alegre**. A empresa **Ouro e Prata** disponibiliza a viagem de **Porto Alegre para Frederico Westphalen** com **dois horários de partida diários** na modalidade **comum ou semi-direto**, cujo valor médio da passagem varia entre R\$ 130,80 a R\$ 156,05 (com ou sem seguro). A viagem pode durar até 7h30min na modalidade comum, sendo um pouco mais rápida na semi-direta, levando 5h40min para fazer o percurso.

Em relação a **Frederico Westphalen**, principal centro de influência de Vista Alegre, o município localiza-se a 18,3 quilômetros de distância, e há disponibilidade de **transporte intermunicipal** entre Frederico Westphalen e Vista Alegre, com saídas nos seguintes horários: 7h50min, 9h30min, 12h, 15h e 17h30min de segunda a sexta, sábados apenas 9h30min e domingos não há transporte disponível. As passagens custam em média entre R\$ 8 e R\$ 9, e as viagens levam em torno de 30 minutos.

Ao situar Vista Alegre em relação a **outros municípios da Rota Águas e Pedras**, o município faz divisa com **Taquaruçu do Sul e Palmitinho**, localizando-se a 4,2 quilômetros de distância de Taquaruçu do Sul e 7,5 quilômetros de Palmitinho; de **Caiçara e Pinheirinho do Vale**, as distâncias são de 13 quilômetros e 26,6 quilômetros, respectivamente. Com relação a **Ametista do Sul e Iraí**, importantes destinos da região

turística, Vista Alegre localiza-se a cerca de 42,9 e 47,9 quilômetros de distância desses municípios, respectivamente, e a 50,1 quilômetros de **Derrubadas**, outro importante destino da região turística **Rota do Yucumã**. Apesar de haver transporte intermunicipal de ônibus, ligando os municípios a Frederico Westphalen, principalmente, os **traslados turísticos** geralmente são realizados por **transportadoras turísticas** contratadas com esta finalidade.

Figura 4: Localização de Vista Alegre (pino vermelho) no RS e em relação com SC



Fonte: Google Maps

Em relação a outras cidades e regiões do Estado do Rio Grande do Sul, verifica-se que Vista Alegre está localizada a no mínimo 403 quilômetros de distância de Caxias do Sul, na **Serra gaúcha**; a pelo menos 546 quilômetros de distância de Uruguaiana, na **Fronteira Oeste**; e a 500 quilômetros de distância de Osório, no **Litoral Norte**. Na região **Sul**, a 585 quilômetros de distância de Pelotas e a 642 quilômetros de distância de Rio Grande.

Por estar situado no **extremo Norte** do Rio Grande do Sul, Vista Alegre é próximo de municípios catarinenses que se localizam perto da divisa entre os dois Estados, entre eles, **Chapecó**, que tem mais de 227.500 habitantes, a 131 quilômetros de distância, e da **região Oeste** de Santa Catarina como um todo, o que representa um

potencial de fluxo turístico originado no Estado vizinho. Além disso, Vista Alegre está localizado próximo da sua principal região de influência, que é Frederico Westphalen, assim como de destinos turísticos importantes da região da Rota Águas e Pedras, como o Município de Iraí.

Para acessar a cidade de Vista Alegre, é necessário trafegar pela BR-158 e, posteriormente, entrar na **ERS-472. Não há nenhuma placa** na BR-158 que indique a direção do município, sendo que, na entrada da ERS-472, as placas informam apenas as cidades de Tenente Portela, Três Passos e a Rota do Yucumã. A entrada para a ERS-472 é de fácil acesso no sentido Frederico Westphalen/Vista Alegre, no entanto, no sentido contrário, é necessário aguardar no acostamento e atravessar a BR-158, sendo que não há estrutura na estrada adequada para isso, somado ao trânsito intenso, especialmente nos horários de pico, o que torna esse acesso perigoso. Já na ERS-472, é necessário trafegar aproximadamente 10km até Vista Alegre, que tem a entrada sinalizada por meio de um **pórtico** com os dizeres: “Vista Alegre - Te recebe sorrindo!”.

Foto 6: Pórtico de entrada da cidade de Vista Alegre



Fonte: IPM Unisinos

Vista Alegre **não possui uma estação rodoviária**. O embarque e desembarque de passageiros costuma ser feito em uma **parada de ônibus** junto ao estabelecimento Bar Central, não havendo nenhuma estrutura, além de um espaço coberto e cadeiras de plástico, que fazem parte do Bar. Não há nenhum local formal e específico voltado a ceder **informações** sobre horários de ônibus, assim como não há estrutura voltada à comodidade do passageiro, como banheiros, serviços de caixas eletrônicos e alimentação, além da possibilidade de utilizar a estrutura do bar.

Foto 7: Parada de ônibus em Vista Alegre



Fonte: IPM Unisinos

Vista Alegre também **não conta com site próprio na internet** para consultas de horários de viagens ou compra de passagens. Ao pesquisar no Google por “rodoviária de Vista Alegre” ou “terminal de ônibus de Vista Alegre”, os resultados **são inexistentes ou apresentam informações equivocadas**. Portanto, o acesso a informações sobre os horários de ônibus da cidade é escasso, sendo possível obter algum tipo de dado somente a partir da checagem direta com as empresas que operam no município, bem como por meio do site da rodoviária de Frederico Westphalen, em relação aos ônibus que tem como origem essa cidade. Não foi

possível identificar frota de **táxi** operando no município ou transporte por aplicativo em funcionamento, como Uber e Garupa.

Em contrapartida, como **ponto positivo**, ressalta-se que Vista Alegre situa-se próximo a Frederico Westphalen, principal centro urbano da região, assim como de Ametista do Sul e Iraí, dois dos destinos turísticos mais conhecidos da região Rota Águas e Pedras atualmente. Além disso, localiza-se às margens da ERS-472, estrada que também é utilizada para chegar até o Município de Derrubadas, principal destino da região turística Rota do Yucumã, o que pode contribuir estrategicamente para o desenvolvimento do turismo no município.

Outra **oportunidade** identificada com relação à localização de Vista Alegre, bem como da região Rota Águas e Pedras como um todo, é sua proximidade 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). Assim sendo, a exploração da **vocação da Rota Águas e Pedras**, principalmente no que diz respeito às **águas** (quedas d'água, cachoeiras, hidrelétricas, rios, entre outros) se mostra como uma oportunidade para o desenvolvimento do turismo na região como um todo, que pode apresentar propostas voltadas à exploração dos atrativos naturais existentes, bem como por meio de outros empreendimentos, como parques aquáticos, temáticos e estruturas de lazer e entretenimento.

Deste modo, visando o desenvolvimento da oferta e da infraestrutura de turismo de Vista Alegre, ressaltam-se como principais pontos de melhoria a **sinalização** indicativa até o município. Ainda, recomenda-se a disponibilização de **informações**, tanto no local quanto nos meios digitais, sobre as possibilidades de transporte de acesso à Vista Alegre, como horários de ônibus, contatos de possíveis motoristas, empresas e/ou profissionais que possam fazer traslados dentro e fora da cidade. Também é necessário analisar a viabilidade do município contar com uma **estação rodoviária própria**, que possa oferecer mais conforto e conveniências aos visitantes, ou a melhoraria das condições do local de espera de ônibus atual.

Apoio ao Turista e Conveniências

Vista Alegre não possui **agências de turismo registradas no Cadastur**, contando apenas com **1 cadastro de guia de turismo**. O **turismo receptivo** é desenvolvido na região da Rota Águas e Pedras por agentes e agências de turismo, que **não necessariamente incluem Vista Alegre em suas rotas e roteiros**. Os destinos mais visitados, atualmente, são Ametista do Sul, Iraí e Frederico Westphalen, além de Derrubadas, integrante da Rota Yucumã.

Vista Alegre **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**, como mapas, folders, *flyers*, elaborado e disponibilizado pelo poder público. Com relação à **sinalização**, somente algumas ruas que ficam no perímetro urbano são identificadas por placas, sendo que algumas placas se encontram deterioradas. Não há sinalização indicativa para atrativos e pontos importantes do município, como Igreja, posto de saúde ou prefeitura. Nas linhas do município e localidades fora do perímetro urbano, há pouca ou nenhuma sinalização, além de não ter **sinal telefônico** ou de **internet**, o que prejudica a localização do turista, especialmente ao tentar encontrar os **atrativos turísticos** presentes nessas zonas. Sobre a **estrutura bancária**, o município possui agências do Banrisul e das cooperativas Sicredi e Cresol, além de uma lotérica da Caixa. Sobre a **estrutura de saúde**, a cidade conta com ao menos uma farmácia e um posto de saúde, recorrendo à estrutura de hospitais de cidades próximas em casos mais complexos ou de internação.

Hospedagem

Como meios de hospedagem, consideram-se **hotéis e pousadas**. No **Cadastur**, não há nenhum meio de hospedagem registrado em Vista Alegre e, durante a pesquisa, também não foi identificada a existência de meios de hospedagem deste tipo no município. Ao procurar no Airbnb por acomodações em Vista Alegre, a maioria dos resultados gerados se refere a opções de hospedagem em Ametista do Sul, não tendo sido identificadas alternativas especificamente no município. No momento, os

visitantes que estão na cidade devem procurar opções de hospedagem em cidades vizinhas, como Palmitinho e Frederico Westphalen, com alternativas a 8,7km e 19km de distância de Vista Alegre, respectivamente.

Assim sendo, conclui-se que a oferta de hospedagem de Vista Alegre é **inexistente**. No momento, não há um fluxo significativo de visitantes na cidade que justifique a criação de opções de hospedagem. No entanto, foram visualizadas algumas oportunidades relacionadas a meios de hospedagem com foco no **turismo rural**, **turismo de lazer** e **turismo de natureza**, especialmente junto a espaços naturais, no interior do município, e próximos à Gruta Nossa Senhora da Salete, já que este é, atualmente, o principal atrativo turístico de Vista Alegre. Nessa linha, propostas como chalés, pousadas, hotéis-fazenda ou outros tipos de empreendimentos, que aliem uma boa e confortável estrutura de hospedagem, gastronomia, contato com a natureza, com a vida no campo e com a oferta de experiências diferenciadas ao visitante, podem ser alternativas para o desenvolvimento desta dimensão, assim como ser um apoio para a consolidação do atrativo existente como ponto turístico.

Gastronomia

Como estabelecimentos gastronômicos, consideraram-se **restaurantes**, **lancherias**, **padarias**, **sorveterias**, **cafeterias**, entre outros. No **Cadastur**, **não existe nenhum estabelecimento registrado** na categoria de “restaurante, cafeteria, bar e similares” em Vista Alegre. Durante a pesquisa, foi possível identificar um único estabelecimento de alimentação na cidade: o **Restaurante e Pizzaria do Marcão**.

O **Restaurante e Pizzaria do Marcão** localiza-se no perímetro urbano, em uma das vias de acesso à Vista Alegre. O local oferece almoço no estilo buffet (apenas livre, com preço único), de segunda a sexta-feira, das 11 horas às 13h30min. Na parte da noite, são servidos lanches, pizza e porções, de terça a domingo, das 18 horas às 22 horas. O local é simples, assim como a comida servida no buffet, que é no estilo caseiro. O local possui rampas de acesso, mas os banheiros não são adaptados para receber pessoas com dificuldade de locomoção.

Além da opção citada, não foi possível encontrar nenhuma outra alternativa para almoço ou jantar, exceto opções para tele-entrega. **Não foram identificadas**

alternativas para cafés e lanches além da possibilidade de comprar alimentos em mercados ou em uma padaria local. Ressalta-se que, aos finais de semana (período de potencial fluxo turístico), essa problemática se agrava, já que grande parte dos estabelecimentos citados operam com horários limitados aos sábados e não abrem aos domingos, o que pode deixar o visitante sem opções de alimentação, tendo que buscar alternativas em cidades próximas.

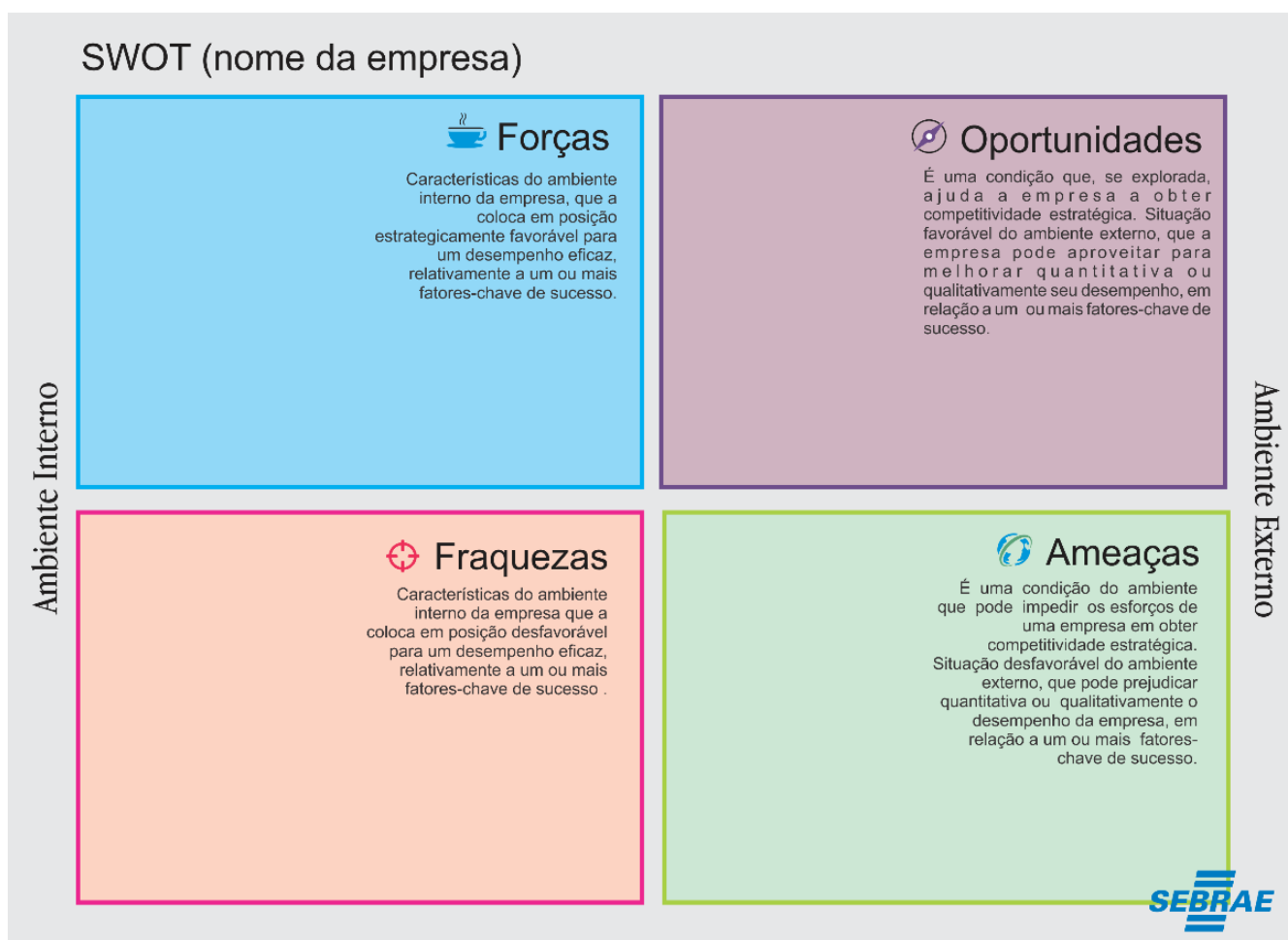
Avalia-se a oferta gastronômica em Vista Alegre como **insuficiente**. Embora os estabelecimentos existentes atendam parcialmente a demanda da cidade e de quem está a trabalho no município, não há variedade nos cardápios oferecidos e não há opções para cafés, lanches e vida noturna. Além disso, não há nenhum estabelecimento que opere aos sábados e domingos ao meio-dia, dias de maior potencial turístico, o que não favorece o desenvolvimento do turismo na cidade. De maneira geral, o **atendimento** prestado nos estabelecimentos gastronômicos de Vista Alegre é informal e familiar.

Como principais **oportunidades** nessa dimensão, cita-se a possibilidade de **qualificação** dos estabelecimentos existentes, como forma de oferecer um melhor serviço e atendimento ao cliente, além da **criação de novos estabelecimentos gastronômicos**, com foco turístico e cardápios diversificados, seja para almoço, lanche, café ou jantar. A criação de novos estabelecimentos também pode ser favorecida por conta da localização de Vista Alegre, que está às margens da ERS-472, estrada que faz parte do trajeto até o Salto do Yucumã, atrativo natural consolidado do município de Derrubadas e que já recebe um bom fluxo turístico.

É possível também a criação de propostas gastronômicas que tenham como foco a **valorização dos produtos de fabricação local**, tanto das agroindústrias como de outros pequenos produtores, assim como a possibilidade de explorar a **culinária italiana**, por conta da colonização italiana do município. Também há a oportunidade de se fazer estabelecimentos de alimentação, assim como a venda de produtos locais, próximos ao principal atrativo turístico do município, a Gruta Nossa Senhora da Salete, contribuindo para o desenvolvimento da infraestrutura de apoio do local e para a atração de visitantes. Ressalta-se também a importância dos estabelecimentos existentes e futuros aderirem ao **Cadastur**, ao **selo Turismo Responsável**, bem como a adequação da estrutura física dos lugares que ainda não possuem **acessibilidade**.

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"> ● Vias de acesso qualificadas; ● Bom fornecimento de energia; ● Agronegócio; ● Boa sinalização das vias urbanas. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Não há sinalização turística; ● Deficitária sinalização rural; ● Não há saneamento básico; ● Sinal de telefonia, especialmente no interior, é deficitário; ● Sinal de internet é deficitário em todo município; ● Não há banheiros públicos; ● Deficitário fornecimento de energia elétrica no interior (para novos investimentos); ● Falta embelezamento da cidade (público e privado).
2. Políticas Públicas: Política Pública, Cooperação Regional; Monitoramento: Pesquisa, dados; e Economia: Economia Local e Capacidade Empresarial	
<ul style="list-style-type: none"> ● Livro do município está sendo escrito; ● Programa Jardins do Norte Gaúcho da Emater (organização das propriedades); ● Foi criado o Comtur – Conselho Municipal de Turismo; ● Construção do Plano Municipal de Turismo. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Dependência do setor público; ● Comtur ainda não está ativo, não se reúne; ● Divisão política partidária; ● Não há um Departamento de Turismo, ligado às secretarias municipais.

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

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">● Programas e projetos da Emater;● Parceria com Sebrae e Sicredi. | <ul style="list-style-type: none">● Não há capacitação para atuar ou empreender no turismo;● Não há conhecimento sobre as possibilidades de investir no turismo;● Falta o espírito de pertencimento. Falar bem do município – ‘orgulho de viver aqui’;● Não há educação do turismo nas escolas;● Não capacitam os professores para realizarem projetos de educação para o desenvolvimento turismo;● Não realizam cursos e capacitações para atuar e empreender no turismo;● Comunidade não está conscientizada sobre o potencial do turismo;● Não realizam visitas técnicas para outros destinos turísticos;● Não realizam estudos de caso de desenvolvimento do turismo;● Não realizam visitas internas, não conhecem os próprios atrativos (município e região). |
|--|---|

4. **Turismo:** Serviços e Equipamentos Turísticos, Atrativos Turísticos.
Sustentabilidade: Aspectos Ambientais, Aspectos Sociais e Aspectos Culturais

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">● Existência de agroindústrias no | <ul style="list-style-type: none">● Não há meios de hospedagens no |
|---|--|

<p>município: embutidos, cana-de-açúcar, massas, mandioca;</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Pontos turísticos: Gruta N. Sra da Salete; ● Natureza exuberante – com potencial turístico; ● Artesanato – produção local; ● Há um guia de turismo. 	<p>município;</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Não há atendimento em restaurantes aos finais de semana; ● Não aproveitam as belezas naturais para desenvolver experiência turística; ● Não há um trabalho para atrair investidores; ● Não há empreendedores locais no turismo. Há uma descrença sobre o turismo como gerador de emprego e renda; ● Não aproveitam o fluxo de turistas na região Águas e Pedras; ● Faltam estabelecimentos gastronômicos focados em atender o turista; ● Agroindústrias não oferecem experiências e não estão estruturadas ou abertas para receber turistas; ● Não há um ponto para comercialização do artesanato local; ● Não há empresas cadastradas no Cadastur.
<p>5. Promoção - Marketing e Comunicação – promoção do destino</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ● Alguns eventos e capelas criaram seus perfis nas mídias sociais; ● Divulgação das ações do município são realizadas nas rádios da região (outros municípios). 	<ul style="list-style-type: none"> ● Não há uma marca do turismo de Vista Alegre; ● Não há placa ou outdoor do turismo do município; ● Não há um site – página oficial – do turismo de Vista Alegre; ● Não há mídias sociais do turismo

	<p>local @visitevistaalegre (Facebook e Instagram);</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Não há rádio local – a que existia foi fechada; ● Não há jornais locais; ● Não há estratégias de atração de influenciadores para falar do município; ● Não há folders impressos; ● Não há mapa turístico; ● Não divulgam o artesanato local, nem as agroindústrias; ● Não há um e-commerce para comercializar os produtos e artesanato local.
<p>6. Eventos: Estabelecer um calendário de eventos (foco no turismo) – existentes e novos</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ● Realização de Feirões de Negócios, com agricultura familiar e artesanato; ● Realização de Festas Religiosas em todas comunidades; ● Interesse dos ex-moradores do município pelos eventos locais. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Não há um calendário de eventos turísticos; ● Deficitária divulgação dos eventos locais; ● Faltam eventos com foco na atração de turistas; ● Festas comunitárias estão perdendo a identidade e a qualidade (focam mais o econômico) e não possuem cozinhas adequadas.
<p>7. Monitoramento – pesquisa, perfil e fluxo, Observatório do Turismo, impacto do turismo</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ● Elaboração do RADAR – Diagnóstico da oferta turística. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Não há pesquisas sobre perfil e impacto do turismo;

	<ul style="list-style-type: none"> ● Não há um inventário da oferta turística local.
<p>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>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 do turista por empresas que adotam protocolos que passam a segurança e tranquilidade para o visitante; ● 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 Vista Alegre possui uma página dedicada ao Turismo, porém consta apenas uma única informação assim apresentada: **“Gruta Nossa Senhora da Salete - Linha Centenaro - Vista Alegre-RS”**, e na sequência uma informação do Google Maps rejeitando a solicitação, como se a página apresentasse um problema técnico. No **Facebook**³, a prefeitura possui uma página oficial, assim como um perfil oficial no **Instagram**⁴. Ambas as mídias são atualizadas regularmente, apresentando notícias sobre diversas áreas, como a realização de serviços, calendário de vacinação, eventos e demais ações realizadas pela prefeitura, não tendo o foco em divulgar atrativos ou atividades turísticas do município ou da região.

Ao buscar sobre “turismo em Vista Alegre” no Google, o primeiro resultado gerado é o do site **TripAdvisor**, portal que fornece informações e opiniões de viajantes sobre serviços e atrativos turísticos do mundo todo. Entretanto, os atrativos e hotéis apresentados na página de Vista Alegre no TripAdvisor são de outras cidades, como Frederico Westphalen e Ametista do Sul, não havendo destaque para pontos ou estabelecimentos turísticos localizados, de fato, no município. Os resultados seguintes apresentam sites de terceiros sem relevância ou não contém nenhuma informação.

Na página de turismo⁵ da **Sedetur - Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Rio Grande do Sul** é possível encontrar alguns campos voltados a divulgar informações sobre Vista Alegre, como: “Como chegar”, “Onde ficar”, “Onde comer” e “O que fazer”, porém **todas as seções encontram-se em branco**. Assim sendo, verifica-se que informações relacionadas aos principais pontos e atrativos turísticos em Vista Alegre, na internet, são escassas e difusas, havendo bastante espaço para melhorias neste quesito.

³<https://www.facebook.com/prefeituradevistaalegre>

⁴ @prefeituradevistaalegre

⁵ <https://www.turismo.rs.gov.br/cidade/316/vista-alegre>

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?

- Município pequeno;
- Cultura acolhedora;
- Belas paisagens naturais;
- Cachoeiras;
- Espaços amplos, bonitos e preservados;
- Acolhimento;
- Simplicidade;
- Hospitalidade;
- Agroindústrias;
- Busca de produtos coloniais e artesanais;
- Festas religiosas;
- Canto coral;
- Vínculo das pessoas (ex-moradores);
- Cultura;
- Terceiro maior município produtor de leite da região (43 municípios).

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

- Alma boa;
- Corpo atraente;
- Esportista;
- Em processo evolutivo, mesmo a duras penas;
- Precisa ser lapidada;
- Falta visibilidade, não se mostra;
- Não se mostra em seu valor;
- Batalhadora;
- Exigente;
- Alegre;
- Divertida;
- Acolhedora;
- Dinâmica;
- Humilde;
- Prestativa;
- Trabalhadora.

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

- Município predominante agrícola, com uma forte etnia italiana, onde os turistas podem desfrutar das belezas naturais, como cascatas, trilhas ecológicas e saborear nossos produtos locais. Apreciar e vivenciar a transformação de nossa matéria-prima em produto final;
- Venha conhecer e visitar Vista Alegre. Aqui você encontrará belezas naturais, paisagens belíssimas, hospitalidade, um povo acolhedor, um ambiente aconchegante, um local calmo, bom de conviver, com belíssimas nascentes de sol, pôr do sol, para você descansar de sua correria do dia a dia;
- Aconchegante e tranquilo para visitar e conhecer, com belos recursos naturais, trilhas e vegetação nativa. O melhor município para se conhecer;

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

Vista Alegre, pequeno município da Região Águas e Pedras, Norte do RS, possui qualificadas agroindústrias e produtos coloniais e artesanais diferenciados, com destaque para a produção leiteira. Venha degustar os embutidos, as massas, o açúcar mascavo, além da boa gastronomia local. Encante-se com a Gruta N. Sra da Salete e com suas cascatas, além das trilhas ecológicas e os belos momentos de nascer e pôr do sol. Aproveite as festas religiosas, com um povo hospitaleiro, que também sabe cultivar a cultura e a calma do convívio neste lugar propício para você descansar.

Conheça Vista Alegre, terra de sabores e de fé!

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

- Que seja desenvolvido o turismo dentro da rota, com visitação nas agroindústrias, comercialização e degustação dos produtos, além do artesanato e produtos da agricultura familiar.
- Uma pequena cidade do Norte gaúcho, com os canteiros mais floridos do RS, com mobiliário e mobilidade urbana. Possui uma praça com infraestrutura para todas idades, ruas conservadas, iluminação pública adequada, exploração das cascatas, infraestrutura para esportes radicais e trilhas, alimentação com infraestrutura básica nos locais turísticos, para que os turistas permaneçam no

município, apreciando as demais atividades, com a marca criada, termos uma referência. Criar os derivados do leite, ampliar o processamento.

- Queremos estar participando de uma rota turística regional. Criar a curiosidade dos munícipes para que implementem novos empreendimentos turísticos na área natural, artesanato, agricultura familiar e cultural. Que a região Águas e Pedras passe por dentro da cidade. Que sejamos ativos.

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

Ser reconhecido, na Região Águas e Pedras, pela qualidade de sua agroindústria e pelo turismo de natureza e religioso, com o Plano Municipal de Turismo implementado, com um Comtur ativo e atuante e uma comunidade envolvida e orgulhosa de seu município, recebendo um fluxo de turistas constante, gerando emprego, renda e empreendedorismo.

Síntese – IPM Unisinos

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

Figura 5: Resultado do Radar de Vista Alegre



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 Vista Alegre não é claro**. No momento, Vista Alegre não é um destino turístico consolidado, e suas principais potencialidades ainda não são exploradas turisticamente. Portanto, são necessárias diversas ações de articulação e planejamento entre os atores ligados ao ecossistema de turismo para que seu respectivo desenvolvimento seja viabilizado.

A partir das informações levantadas por meio do Radar de Turismo, percebeu-se que há algumas categorias com maior **potencialidade** em Vista Alegre, como a categoria de **atrativos naturais** e **atrativos econômicos**. Com relação aos atrativos naturais, o município já apresenta, no momento, ao menos um atrativo passível de exploração turística imediata, que é a cachoeira que fica junto à Gruta Nossa Senhora da Salete, sendo que as demais cachoeiras da localidade ainda precisam de infraestrutura para serem aproveitadas, assim como outros pontos identificados que podem ser desenvolvidos nessa dimensão. Já na categoria de atrativos econômicos, as

agroindústrias da cidade, bem como a bovinocultura de leite, também demonstraram potencial de exploração, seja a partir da venda direta de produtos ou de outros tipos de exploração turística, como visitas técnicas e o **turismo rural**. Tudo isso pode ser favorecido por conta da localização de Vista Alegre, que fica próximo a Frederico Westphalen e no caminho para o Salto do Yucumã, principal atrativo turístico da Rota do Yucumã.

No entanto, ressalta-se que, para que o desenvolvimento turístico da cidade seja possível, é necessário a oferta de uma **infraestrutura** mínima de qualidade ao turista, como adequadas condições de acesso ao município, qualidade das informações cedidas pelo município nos meios físicos e digitais, qualificação e ampliação das alternativas gastronômicas, além da possibilidade de instalação de meios de hospedagem na cidade. Tudo isso, somado a criação, aprimoramento e a qualificação de atrativos turísticos, bem como a inclusão de Vista Alegre em rotas turísticas regionais e/ou a criação de roteiros turísticos municipais, são **pré-requisitos para que o sistema de turismo em Vista Alegre se desenvolva e consolide**.

Plano de Ações

O Plano de Ações que compõe o Plano de Desenvolvimento do Turismo de Vista Alegre foi construído em encontro presencial no dia 6 de setembro 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 da evolução 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					
Implantar as placas de sinalização no interior e também identificar o que a comunidade possui de turismo;	Prefeitura	Curto prazo	5	Público	
Fazer ou concluir o calçamento e pavimentação das principais vias turísticas, especialmente a que leva à Gruta N. Sra da Salette;	Prefeitura	Curto prazo	5	Público Emenda parlamentar	
Implantar o saneamento no município (estações de tratamento e fiscalização sobre fossa e filtro);	Prefeitura	Longo prazo	5	Público	
Construir os banheiros públicos;	Prefeitura	Médio prazo	5	Público	
Embelezar a cidade (mobiliário urbano, ajardinamento e paisagismo) e qualificar a iluminação das praças;	Prefeitura, comunidade, Comtur e entidades	Médio prazo	5	PPP	
Articular com as operadoras para qualificar o sinal de telefonia, especialmente no interior;	Prefeitura comunidade, Comtur, entidades e região	Médio prazo	3	Operadoras	

Articular com as operadoras para qualificar o sinal de internet em todo município;	Prefeitura, comunidade, Comtur, entidades e região	Médio prazo	3	Operadoras	
Articular com as operadoras para qualificar o fornecimento de energia elétrica no interior (para novos investimentos).	Prefeitura, comunidade, Comtur, entidades e região	Médio prazo	3	Operadoras	

POLÍTICAS PÚBLICAS, COOPERAÇÃO REGIONAL E MONITORAMENTO

Política Pública, Cooperação Regional; Pesquisa, dados

Efetivar o Conselho Municipal de Turismo, compondo Câmaras Temáticas e criando uma agenda de reuniões mensais. Construir um Plano de Trabalho do Comtur;	Prefeitura	Curto prazo	5	PPP	
Criar a Lei do Plano Municipal de Turismo;	Prefeitura e Legislativo	Curto prazo	5	PPP	
Criar o Departamento do Turismo, ligado à Secretaria de Administração, com equipe e orçamento. Em longo prazo avaliar a criação da Secretaria de Turismo;	Prefeitura e Legislativo	Curto prazo	5	Público	
Incentivar a pesquisa – monitoramento do fluxo e perfil do turista;	Prefeitura, comunidade, Comtur e entidades	Médio prazo Permanente	3	PPP	
Incentivar a cultura local. Valorizar os talentos locais	Prefeitura, Comtur e	Médio prazo	3	Privado	

nos eventos e atrativos;	entidades				
Fazer levantamento da oferta turística efetiva e potencial - inventário turístico.	Prefeitura, Comtur e entidades	Médio prazo	3	Privado	
CAPACITAR					
Cursos, formação, qualificação, capacitação, visitas técnicas, famtours, benchmarking, turismo seguro					
Fazer um levantamento sobre a necessidade de capacitação para atuar no turismo e ofertar cursos etc;	Prefeitura, Comtur e entidades	Curto prazo	5	PPP	
Sensibilizar os professores do município para que eduquem os estudantes para compreender a relevância e as possibilidades de atuar e desenvolver o turismo;	Prefeitura, Comtur e entidades	Curto prazo Permanente	5	Público	
Implantar a educação do turismo nas escolas do município (estadual e municipal);	Prefeitura, Comtur e entidades	Curto prazo Permanente	5	Público	
Realizar visitas técnicas no próprio município. Organizar grupos para conhecerem seus atrativos;	Prefeitura, Comtur, entidades, Senar, Emater e Sebrae	Curto prazo	5	PPP	
Realizar visitas técnicas para destinos turísticos consolidados;	Prefeitura, Comtur, entidades, Senar,	Curto prazo	5	PPP	

	Emater e Sebrae				
Construir redes de relacionamento para buscar informações e capacitação para o turismo;	Prefeitura, Comtur e entidades	Curto prazo	5	PPP	
Realizar ações de sensibilização da comunidade para o turismo. Criar momentos e espaços para falar sobre turismo. Criar grupo WhatsApp, fazer reuniões, encontros e eventos;	Prefeitura, Comtur, entidades, Senar, Emater e Sebrae	Curto prazo	5	PPP	
Capacitar os proprietários de agroindústrias para receber turistas;	Prefeitura, Comtur, entidades, Senar, Emater e Sebrae	Curto prazo	4	PPP	
Criar o grupo de trabalho, com os participantes da oficina, 'vestindo a camisa do turismo', estimulando mais pessoas a se integrarem. Fazer oficinas com terceira idade, grupos de mulheres, comunidades, entidades e outros grupos do município.	Prefeitura, Comtur, entidades, Senar, Emater e Sebrae	Médio prazo Permanente	4	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

Estruturar e qualificar a Gruta N. Sra da Salete, dando visibilidade para as três cascatas, construindo mirantes, sanitários e avaliando a concessão de espaço de alimentação;	Prefeitura, Comtur e entidades	Curto prazo	5	Privado	
Estimular e incentivar a construção ou estruturação de meios de hospedagens;	Prefeitura, Comtur e entidades	Médio prazo	5	Privado	
Buscar investidores (locais ou externos) para empreender no turismo, especialmente no setor da gastronomia (restaurantes, bares e cafés), hospedagens e experiências;	Prefeitura, Comtur e entidades	Longo prazo	5	Privado	
Estruturar as agroindústrias locais para receberem turistas. Criar experiências turísticas e organizar espaços de comercialização;	Prefeitura, Comtur, Emater, entidades e proprietários	Médio prazo	5	Privado	
Estruturar os esportes radicais. Estimular a regulamentação do rapel e outros;	Prefeitura, Comtur, Emater, entidades e proprietários	Médio prazo	4	Privado	
Estimular a mais empresas se cadastrarem no Cadastur;	Prefeitura, Comtur,	Médio prazo	3	PPP	

	entidades e empreendedores				
Criar rotas turísticas locais e regionais. Aproveitar a oferta da região Águas e Pedras e Salto do Yucumã. Integrar Vista Alegre;	Prefeitura, Comtur e entidades	Médio prazo	2	PPP	
Criar um ponto de divulgação e comercialização dos produtos e do turismo do município. Construir um Centro de Atendimento ao Turista – CAT na rodovia. Avaliar a concessão do espaço (licitação) para o setor privado operar.	Prefeitura, Comtur, entidades e empreendedores	Médio prazo	2	PPP	

EVENTOS

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

Criar um calendário de eventos do município. Também elaborar um calendário turístico;	Prefeitura, entidades e Comtur	Curto prazo	5	PPP	
Qualificar os eventos comunitários. Estimular a manutenção das receitas e a qualidade dos serviços;	Prefeitura, entidades e Comtur	Médio prazo	3	PPP	
Criar novos eventos, visando atrair turistas;	Prefeitura, entidades e Comtur	Médio prazo	3	PPP	
Resgatar e apoiar as diferentes modalidades esportivas e criar eventos esportivos;	Prefeitura e entidades	Médio prazo	3	PPP	
Retomar os Jogos Rurais.	Prefeitura e entidades	Médio prazo	3	PPP	

MARKETING E POSICIONAMENTO DO MUNICÍPIO

PROMOVER - Marketing e Comunicação – promoção do destino

Criar um site específico para o turismo local, com uma área de e-commerce, possibilitando que os empreendedores e artesãos coloquem seu link para comercialização dos produtos;	Prefeitura, Comtur, ACI, Agroindústrias, Emater, Sindicato, artesãos e Cooperativas	Curto prazo	5	PPP	
Criar um banco de imagens e vídeos para divulgação do município;	Prefeitura e Comtur	Curto prazo	5	PPP	
Criar os folders e o mapa do turismo local;	Prefeitura, Comtur, entidades e empreendedores	Curto prazo	5	PPP	
Criar as mídias sociais do turismo local @visitevistaalegre no Facebook e no Instagram;	Prefeitura, Comtur, entidades e empreendedores	Curto prazo	5	Privado	
Criar redes de relacionamento, atrair influenciadores para falar sobre o município;	Prefeitura e Comtur	Médio prazo	4	PPP	
Criar a marca do turismo de Vista Alegre;	Prefeitura e Comtur	Curto prazo	4	PPP	

Participar em feiras e eventos do setor turístico (Expofred, Festuris Gramado, etc);	Prefeitura, Comtur, entidades e empreendedores	Permanente	4	Privado	
Cadastrar empreendimentos e atrativos turísticos em portais como o TripAdvisor, Airbnb e outros;	Prefeitura, Comtur, entidades e empreendedores	Médio prazo	3	PPP	
Estimular a criação de uma Rádio Comunitária;	Prefeitura, Comtur, entidades e empreendedores	Médio prazo	3	PPP	
Implantar placa ou outdoor do turismo do município na rodovia.	Prefeitura, Comtur, entidades e empreendedores	Médio prazo	3	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:

- Planejamento;
- Motivação;
- Ação;
- Determinação;
- Desafiador;
- União;
- Entusiasmo;
- Vontade;
- Resignificar;
- Persistência;
- Otimismo;
- Participação.

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

- Produtiva;
- Motivadora;
- Despertou um olhar diferenciado para o desenvolvimento do turismo, antes não visto;
- Necessidade de implementar ações;
- Todos que estão e virão tem algo a contribuir para este desenvolvimento;
- A união de todos faz acontecer;
- Despertou no grupo o potencial que o município possui;
- Foi momento de parada para planejarmos ações e visualizarmos um futuro que queremos para nosso município;
- O aprendizado é que precisamos de muita união para que haja evolução das ideias;
- Foi algo novo, porém motivador, que nos deixou cheios de esperança e entusiasmo de abrir novos caminhos e explorarmos os pontos turísticos de nosso município.

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

- Manifestar este tema em todos os eventos municipais;
- Usando o marketing digital;
- Passar o vídeo do município em todos eventos e encontros de entidades;
- Disponibilizar uma apresentação padrão para todos utilizarem, visando sensibilizar para o turismo;
- Interiorização do tema, como forma de criar uma cultura nova;
- Criar um folder com QRCode da apresentação;
- No site que será construído ter a apresentação;
- Ter um profissional do município cuidando da comunicação;
- Através dos espaços públicos;
- Do poder de influenciar positivamente as pessoas com quem convivemos;
- Cada um de nós pode influenciar as pessoas com quem tem afinidade;
- Motivar as pessoas, bem como toda a comunidade, para valorizar as belezas naturais, que muitas vezes passam despercebidos;
- Fotografar ambientes locais;
- Postar no grupo;
- Criar um grupo de WhatsApp dos participantes da oficina e interessados em desenvolver o turismo.

4) Como apoiar a efetivação das ações propostas?

- Sendo agente participante;
- Incentivando;
- Comunicando;
- Acreditando;
- Sendo parte integrante de um grupo que busca incentivar, motivar, valorizar e mobilizar, bem como trabalhar para destacar as belezas naturais, muitas vezes desconhecidas pela população local.

Monitoramento – Conclusão

Vista Alegre, município da região das Águas e Pedras, entende que pode e deve aproveitar o desenvolvimento do turismo regional, como forma de diversificar a matriz econômica local. Para isso ocorrer, 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. Deste modo, observa-se que a estrutura de apoio ao turista de Vista Alegre ainda precisa ser desenvolvida, como *consequência* de um trabalho orientado para o turismo no município.

Ao mesmo tempo que a localização da região Rota Águas e Pedras pode ser um empecilho para o desenvolvimento do turismo, por encontrar-se afastada de outras regiões do Rio Grande do Sul, esse também pode ser um potencial, especialmente para o perfil de turista que procura destinos turísticos menos badalados 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, seu potencial de gerar 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 Vista Alegre. 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. 2022.

IBGE. **Panorama cidades** – Vista Alegre. Disponível em: Acesso em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/vista-alegre/panorama>. 20 nov. 2022.

INSTITUTO DE PESQUISA DE MERCADO (IPM) - UNISINOS. **Radar Turístico: Vista Alegre**. Coordenação: Prof. Dr. Marcelo Jacques Fonseca e Prof. Dr. Guilherme Trez. Junho/2022. Acesso em: 29 out.2022.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS - ONU BRASIL. **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável**. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>. Acesso em: 20 jun. 2022.

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. 2022.

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. 2022.

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. 2022.

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 VISTA ALEGRE Site Institucional. Disponível em: <https://www.pmvistaalegre.com.br/site/>. Acesso em: 20 nov.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

	CPF	PARTICIPANTE	TELEFONE	E-MAIL	ASSINATURA
13	384.941.670-49	Silvane Lutz Natta	999797359	silvane@silvane.com.br	
14	56614985000	CLÁUDIO CEMENARO	996205795	claudio@cememaro.com.br	
15	964.049.8048	Roseleia Allouche	999114022	adm@roseleia.com.br	
16	722.787.060-04	Isolaine C. Patus	996975621	isolaine@patus.com.br	
17	1942668710-52	Jo de Souza	997348940		
18					
19					
20					
21					
22					
23					
24					
25					
26					

fe fe

LISTA DE PRESENÇA - VISTA ALEGRE						
REGIONAL: SERRA NORTE		AGENDA: 146778	PALESTRA DE ELABORAÇÃO DE PLANO MUNICIPAL PARA TURISMO - PRODUTO DE TERCEIROS			
INSTRUTORES: IVANE MARIA REMUS FAVERO		PROJETO: 2022-Estruturação do Turismo da Rota Águas e Pedras				
Nº	CNPJ	CPF	PARTICIPANTE	TELEFONE	EMAIL	ASSINATURA
1		02936322944	Sidineia Marchean	999303400	sidineia.marchean@marceli.com.br	
2		038780040-84	Ranissa Polanski Magri	994203148	ranissamagri99@gmail.com	
3		544.558.980-24	Ana Claudia Pedron	996507484	acpedron@emaktdor.com.br	
4		014.333.730-09	Jonimar Bellezante	99705.700.9	jbellezante@emaktdor.com.br	
5		022.496.070-95	Jaques Camilatin Brudi	996380746	jacbrudi@gmail.com	
6		005.290.290-06	Marceli da Silva	991253213	marceli@emaktdor.com.br	
7		898.648.080.87	Elton Regina Vargas	999.789.555	eltonregina@emaktdor.com.br	
8		464.014.030-00	Mara V. das Santos Brudi	53.936.262.745	maravdas@emaktdor.com.br	
9		966.843.990-20	Damiani G. Quing	(55)993353804	damiani.quing@gmail.com	
10		521.612.550.91	Percepcion V. Brudi	(55)996257160	percep@emaktdor.com.br	
11		655.490.150-71	Luís Michel	(54)991234835	luismichel71@gmail.com	
12		855.576.460.49	Elcio F. Basso	(55)99938.3240	elcio@emaktdor.com.br	

fe fe

LISTA DE PRESEÇA - VISTA ALEGRE						
REGIONAL: SEBRAE NORTE		AGENDA: 166779	OFICINA DE ELABORAÇÃO DE PLANO MUNICIPAL PARA TURISMO - PRODUTO DE TERCEIROS			
INSTRUTORES: IVANE MARIA REMUS FAVERO		PROJETO: 2022-Estruturação do Turismo da Rota Águas e Pedras				
Nº	CNPJ	CPF	PARTICIPANTE	TELEFONE	EMAIL	ASSINATURA
1		401.074.030-00	Nana M ^{te} dos Santos Cavalli	55 996262745	nanzamaria.cavalli@gmail.com	
2		024.333.732-09	Josimar Belleganti	55 99705 7009	belleganti@emater.tche.br	
3		544.558.980.34	Ana Claudia Penatto Pedem	55 99650 7484	acpedem@emater.tche.br	
4		805.290.290-06	Marcos Schmitt	55 996753213	marcoschmitt@emater.tche.br	
5		722.787.960-04	Edineia F. Paiva	55 996975621	edineiafpaiva@emater.tche.br	
6		384.941.670-69	Gilvan F. F. F. F.	499 7973 54	gilvanf@emater.tche.br	
7		029.363.20944	S. Dimas Marchezan	989 353400	s.dimas.marchezan@emater.tche.br	
8		905.546.460-49	Elcio F. Barros	57 99938 3740	elcio@emater.tche.br	
9		966.843.990-20	Daniela B. Guing	(65) 999353.804	daniela.guing@emater.tche.br	
10		364.049.86-68	Rogério A. M. M. M.	99311.4022	admna2021@hotmail.com	
11		494868720-53	Isabel Soares	55 917348440		
12		68890806068	Adriana Paiva	99604 1358	adriana.paiva@hotmail.com	

13		03207408078	Edumado Al Rio	55 996536406	edumado.alrio@hotmail.com	
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22						
23						
24						
25						
26						

Anexo II – Foto das atividades








































Anexo III – 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 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 (sistematizados)	?
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 economica/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	?

