



# ***Plano Municipal de Turismo***

## ***Alpestre***



## **Ficha Técnica**

### **COORDENAÇÃO GERAL E REALIZAÇÃO**

**Sebrae-RS | Sicredi Conexão**

**Prefeitura de Alpestre**

Prefeito – Valdir José Zasso

**Consultoria Técnica**

**Maja Consultoria**

Consultora responsável: Tur<sup>a</sup> Ms. Ivane Maria Remus Fávero

### **Agradecimento**

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

Foto de capa: Acervo/Prefeitura



## Sumário

Mensagens do Município	5
Mensagem do Sebrae-RS e do Sicredi	8
Apresentação e Metodologia	10
Análise Macroambiental – Turismo	14
Tendências pós-pandemia	17
Apresentação do Território	21
Histórico de Alpestre	21
Alpestre no Mapa do Turismo Brasileiro e o Médio Alto Uruguai	22
A região Águas e Pedras	23
Dados do Município	25
Governança Municipal do Turismo	26
Secretaria responsável	26
Conselho Municipal de Turismo e Fundo Municipal de Turismo	26
Associações	27
Oferta Turística	28
Atrativos históricos e culturais	28
Atrativos naturais	31
Atrativos econômicos	36
Eventos	39
Rotas e Roteiros Turísticos	41
Infraestrutura	43
Acesso e transporte	43
Apoio ao Turista e Conveniências	47
Hospedagem	48
Gastronomia	49
Aspectos Impulsionadores e Limitadores	51
Marketing	58
Presença e informações disponíveis na Internet	58
Posicionamento, identidade e visão	59
Síntese – IPM Unisinos	62
Plano de Ações	64

Avaliação e Encaminhamentos	75
Monitoramento – Conclusão	77
Referências	79
Anexo I – Lista de Presença	81
Anexo II – Foto das atividades	84
Anexo III – Convite para a comunidade	87
Anexo IV – Avaliação de Turismo - IPM Unisinos	88

## Mensagens do Município

Nossa expectativa, pós pandemia, é uma das melhores. Acreditamos que é um momento propício para discutir, alavancar e caminhar rumo ao desenvolvimento do turismo no município, **CONSIDERANDO:**

- O crescimento do turismo mundial, nacional e regional como alternativa econômica e de geração de renda;
- O enfoque que se tem dado ultimamente para que o crescimento do turismo, seja através de iniciativas sustentáveis, que beneficiem pessoas e empresas, bem como a natureza e o meio ambiente;
- O envolvimento, a participação e a integração no momento, com entidades não governamentais, interessadas em discutir o assunto “**turismo**” local e regional;
- A existência do diagnóstico do turismo local e regional, já realizado por uma equipe técnica e conhecedora do assunto;
- O exemplo de outras regiões, que desenvolveram o turismo a partir de projetos técnicos, baseados em diagnósticos reais e acreditaram que o turismo pode mudar significativamente a vida das pessoas e das comunidades que atinge.

Creemos que é o momento certo para elaborar o **Plano Municipal de Desenvolvimento do Turismo**, adotando estratégias para:

- Identificar a vocação turística do município, quais os atrativos e produtos que o município dispõe e o que interessa;
- Preparar e reestruturar os roteiros locais com potencial turístico e integrá-los ao turismo regional;
- Fortalecer a estrutura local de turismo e delinear um plano de ação, que atraia o turista;
- Incentivar e atrair parcerias público-privada e/ou investidores com potencial e,
- Estabelecer metas, onde queremos chegar e imaginar o município “no futuro”.

**Valdir José Zasso**  
**Prefeito**

O turismo, em suas diversas formas, vem mudando muito nos últimos tempos. E, mais do que nunca, percebe-se que a pandemia da Covid-19 intensificou essa mudança, pois atualmente o turista vem buscando novas formas de descanso e lazer, fugindo das aglomerações e indo ao encontro do contato com a natureza e com o sossego da contemplação. Nesse sentido, o Município de Alpestre tem um potencial maravilhoso com incontáveis locais de belezas naturais, tanto para fotos como para simplesmente desacelerar, observar, meditar...

Temos um Roteiro de Turismo Rural que já esteve organizado e que queremos revitalizar. Também com a liberação pelo IBAMA do PACUERA, que é um conjunto de diretrizes e proposições com o objetivo de disciplinar a conservação, recuperação, o uso e ocupação do entorno do reservatório artificial, de forma a manter a qualidade ambiental do lago da Usina Hidrelétrica Foz do Chapecó, o município tem uma área onde será desenvolvido um grande projeto de turismo e lazer local, com a expectativa de expandir ao turismo regional e nacional. Para isso, busca-se parcerias público- privadas.

Quanto aos eventos é interessante dizer que temos ações a nível regional, nacional e até internacional, como a Corrida Rústica, no mês do município, e a Oktoberfest, em outubro.

**Günter Ianssen**

**Secretário da Educação, Cultura, Desporto e Turismo**

O município de Alpestre vem trabalhando a questão do turismo há muitos anos. O Conselho de Turismo existe há 20 anos, e desde que vim a Alpestre, em 2003, a Emater faz parte do Conselho e já se discute a respeito do assunto.

Em função da implantação da Usina Foz do Chapecó se construiu o Plano Diretor do Município e, conseqüentemente, o Plano Municipal de Turismo, o que mostra que o município vem trabalhando sobre este assunto há anos, porém sabemos que este é um assunto que demora tempo para dar resultados, é preciso o engajamento de todos e uma vontade imensa de conquistar espaços - e depende muito, também, de acreditar nisso.

A Secretaria da Educação, Cultura, Desporto e Lazer, que é a pasta que integra o turismo, vem cumprindo o seu papel no que diz respeito em apoiar, divulgar e manter a parte burocrática sempre atualizada. O Conselho, por sua vez, atua aprovando e auxiliando para mostrar o trabalho efetuado.

Temos também a ATURA – Associação Turismo Rural de Alpestre, da qual fazem parte as propriedades de turismo rural, os guias de turismo do município e mais algumas pessoas envolvidas com o assunto. Esta associação tem um roteiro de turismo rural montado - Sabores e Saberes da Roça -, com visita a diversas propriedades, cada qual com sua peculiaridade. Este roteiro teve uma parada durante o período da pandemia, agora começa a voltar, buscando seu espaço novamente.

Acredito que agora em um novo momento, com mais entidades envolvidas, a entrada da Sicredi Conexão, da CDL, um chamamento do comércio local e mais o Poder Público, esta atualização no Plano de Turismo venha para fazer a expansão e o crescimento do turismo em nosso município e na região.

**Adriana Memlak**  
**Presidente do COMTUR**



## Mensagem do Sebrae-RS e do Sicredi

O turismo tem se demonstrado um setor da economia com grande potencial de desenvolvimento, tendo em vista a relevante quantidade de recursos naturais, culturais e históricos 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 Alpestre, 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.

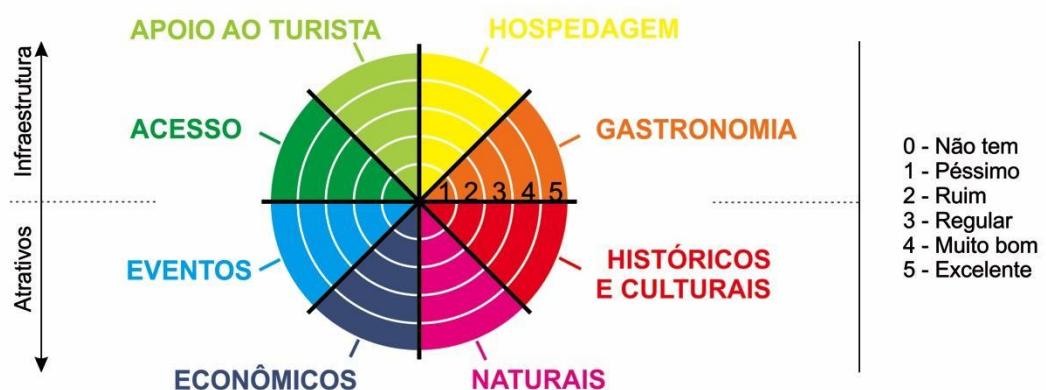
O radar foi elaborado dentro do projeto de Desenvolvimento do Turismo Regional, uma parceria entre Sicredi Conexão e Sebrae-RS, com o objetivo de identificar as oportunidades e os desafios do turismo regional do Alto Uruguai, região turística Águas e Pedras, contribuindo assim para o seu desenvolvimento.

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.

<b>As tendências de Consumo 2022 (Euromonitor)</b>
<b>1 – SEMPRE COM UM PLANO B</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.
<b>2 – AGENTES DO CLIMA</b>
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.
<b>3 – IDOSOS DIGITAIS</b>
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.
<b>4 – AFICIONADOS FINANCEIROS</b>
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.
<b>5 – A GRANDE RENOVAÇÃO DA VIDA</b>
Os consumidores se concentram em desenvolvimento pessoal e bem-estar, e estão fazendo drásticas mudanças de vida que refletem seus valores, paixões e propósitos.
<b>6 – O MOVIMENTO METAVERSO</b>
Ecossistemas digitais imersivos e tridimensionais começam a transformar as conexões sociais. As vendas globais de headsets de realidade aumentada e realidade virtual cresceram 56% de 2017 a 2021, atingindo a cifra de US\$ 2,6 bilhões no último ano.
<b>7 – ANTIGOS PRODUTOS, NOVOS DONOS</b>

Mercados de compras peer-to-peer e de segunda mão crescem à medida que os consumidores buscam itens únicos, acessíveis e sustentáveis.

## **8 – URBANOS RURAIS**

Os consumidores estão se mudando para áreas mais seguras, limpas e verdes. Os moradores da cidade também querem que esses benefícios sejam trazidos para seus bairros.

## **9 – EM BUSCA DO AMOR-PRÓPRIO**

Autenticidade, aceitação e inclusão são as prioridades de escolhas de estilo de vida e hábitos de gastos à medida que os consumidores adotam sua verdadeira essência.

## **10 – O PARADOXO DA SOCIALIZAÇÃO**

Níveis de conforto variáveis criam um retorno conflituoso para a vida pré-pandemia. Em 2021, 76% dos consumidores do mundo adotaram precauções de saúde e segurança ao saírem de casa.

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

### **1. MUDANÇA NA ESCOLHA DE DESTINOS**

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

### **2. FLEXIBILIDADE É MAIS IMPORTANTE DO QUE NUNCA**

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

### **3. NÔMADES DIGITAIS**

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

### **4. MENOS INTERAÇÃO FÍSICA**

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

### **5. SUSTENTABILIDADE**

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

### **6. VIAGENS MULTIGERACIONAIS**

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

### **7. VIAGENS MULTIPROPOSITAIS**

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

## **8. MULTICANALIDADE**

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

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

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

### **Turismo doméstico**

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

## Apresentação do Território

### Histórico de Alpestre

A região que hoje compreende o Município de **Alpestre** foi inicialmente habitada pelos **índios Caingangues**, que viviam na região denominada Alto Farinhas e na costa do Rio Uruguai. Os índios viviam da caça, pesca, coleta de mel, frutas e raízes, sendo que as águas termais eram fonte de saúde e de peixes. Com a colonização iniciada por volta de 1900, os índios dispersaram-se do local, ocupando outras regiões do Estado, como a do Município de Nonoai.

Os primeiros imigrantes instalaram-se, principalmente, nas costas dos rios, vindos de outras regiões do Brasil, como o Paraná, e também dos municípios gaúchos de São Leopoldo, Casca, Guaporé e Bento Gonçalves. A Revolução de 1923 foi um dos fatores que impulsionou a migração para o território. Os núcleos habitacionais formados perto do Rio Uruguai deram início à vila que, mais tarde, veio a tornar-se o município de Alpestre. A colonização se deu por várias origens étnicas, com o maior número de habitantes da etnia **polonesa**, seguida dos **italianos, alemães e luso-brasileiros**.

A primeira construção da localidade foi um **paiol** erguido por **Eugênio Paduam**, morador de Nonoai. O primeiro nome de Alpestre originou-se dessa construção: **Paiol do Paduam** ou **Paiol Grande**. Em 1930, foi oficialmente criado como **distrito de Iraí**, passando a chamar-se de **Terceiro** (em função de ser o 3º distrito de Iraí); poucos anos mais tarde, recebeu a denominação de **Ithay**. O nome definitivo, **Alpestre**, foi fixado em 1938, quando passou à **categoria de vila**, dado pelo político Vicente Dutra. A região, por ser um local montanhoso, foi comparada por Dutra aos Alpes Suíços, daí a inspiração para o nome. A emancipação de Alpestre se deu em 1963, quando foi elevado à categoria de **município**, constituído de quatro distritos: Alpestre, Farinhas, Sertãozinho e Volta Grande, todos desmembrados de Iraí.

## Alpestre no Mapa do Turismo Brasileiro e o Médio Alto Uruguai

O **Mapa do Turismo Brasileiro**, elaborado no âmbito do Programa Nacional de Regionalização do Turismo<sup>1</sup>, do Ministério do Turismo, classifica Alpestre 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. **Alpestre** está classificado na **categoria D** do Mapa. No **Cadastur**<sup>2</sup>, cadastro dos prestadores de serviços turísticos do Ministério do Turismo, atualmente existem **apenas 2 cadastros** vinculados a Alpestre, que se referem a transportadores turísticos.

O **Médio Alto Uruguai** é outra regionalização importante da qual Alpestre faz parte, ao lado de outros **21 municípios**: 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, Vicente Dutra e Vista Alegre. O principal **centro urbano** do **Médio Alto Uruguai** é Frederico Westphalen, com uma população de 31.675 habitantes. Em segundo plano aparecem Nonoai, Planalto e Seberi, com populações entre 10 e 15 mil habitantes. O restante dos

---

<sup>1</sup> 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.

<sup>2</sup> <https://cadastur.turismo.gov.br/>

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**.<sup>3</sup>

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.<sup>4</sup>

## **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.

---

<sup>3</sup> Fonte: Perfil Socioeconômico COREDE Médio Alto Uruguai (2015). Disponível em: <https://planejamento.rs.gov.br/upload/arquivos/201512/15134133-20151117102639perfis-regionais-2015-medio-alto-uruguai.pdf>

<sup>4</sup> Idem 2



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. Alpestre possui condições de desenvolver o turismo nos quatro eixos apontados.

- EIXO NATURAL

Dimensões: Águas, Aventura, Rural e Contemplação;

- EIXO BEM-ESTAR

Dimensões: Termas, Terapias, Produtos e Experiências;

- EIXO ESPIRITUAL

Dimensões: Holística, Mística, Religiosa e Celebrações;

- EIXO SLOW LIFESTYLE

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

## Dados do Município

### DADOS DEMOGRÁFICOS

População estimada de 5.885 habitantes (IBGE – 2021)

Orçamento do Município para 2022: R\$ 54.284.254,84

PIB per capita 2019: R\$ 85.727,21

IDMH (Censo 2010): 0,671

Pela estimativa 2020, o município conta com aproximadamente 2.427 domicílios.

Destes, 680 domicílios compõem o núcleo urbano.

Gentílico: alpestrense

### ÁREA DO MUNICÍPIO

Área do município: 324 Km<sup>2</sup> (BGE - 2021)

Acessos: ERS-324, ERS-504, ERS-404, BR-386, BR-470

Bairros: 7 - Centro, Colina, Alpes I, Alpes II, Vila Brasília, Águas Claras e Valdomiro Durigom

Distância da capital Porto Alegre: 430 Km

### LOCALIZAÇÃO E CARACTERÍSTICAS FÍSICAS

Unidade federativa: Rio Grande do Sul – RS

Mesorregião: Noroeste Rio-grandense

Microrregião: Frederico Westphalen

Latitude Sul: 27°14'19''

Longitude Oeste: 53°00'08''

Altitude: 400m

Clima: Subtropical

“Alpestre, um recanto hospitaleiro no extremo Norte do Rio Grande”

## Governança Municipal do Turismo

### Secretaria responsável

A **Secretaria de Cultura, Desporto e Turismo**, vinculada à prefeitura, é a responsável pela agenda turística de Alpestre. A sede fica na Rua Dr. Álvaro Leitão, nº 530. No momento, Alpestre não conta com profissionais técnicos de turismo (turismólogo, guias...) no seu quadro funcional.

### Conselho Municipal de Turismo e Fundo Municipal de Turismo

Há Conselho Municipal de Turismo (Comtur) em Alpestre, nomeado de acordo com o artigo 51 da Lei Orgânica Municipal vigente, e de conformidade com a Lei Municipal nº 898, de 1997. As reuniões ocorrem de forma trimestral.

A nominata atual é constituída conforme a relação elencada abaixo.

Representante de Cooperativas:

Titular: Cesar Luiz Zuzelski;

Suplente: Milton José Erthal.

Representante dos Prestadores de Serviço:

Titular: Adriana Fátima Memlak;

Suplente: Alencar dos Santos.

Representante das Associações Étnicas Municipais:

Titular: Jeneci Serafini;

Suplente: Patricia Mileski.

Representante da Câmara dos Dirigentes Lojistas – CDL:

Titular: Adriele Paula Riva Particheli;

Suplente: Marcos Roberto Malinski.

Representante da Igreja (Católica ou Evangélica):

Titular: Rosimar Pereira Silveira;

Suplente: João Gabriel Correa Medeiros.

Representante da Secretaria Municipal da Educação, Cultura, Desporto e Turismo:

Titular: Günter Ianssen;

Suplente: Marinês Zarichta.

Representante da Secretaria Municipal da Administração:

Titular: Ana Paula Tissiani;

Suplente: Sirlei Terezinha Szyburski.

Representante da Secretaria Municipal da Agricultura, Abastecimento e Meio Ambiente:

Titular: Edson Vargas de Mello;

Suplente: Jeferson Dias da Silva.

Representante da Secretaria Municipal de Obras Públicas e Trânsito:

Titular: Evandro Adão Particheli;

Suplente: Ivanir Barki.

O Fundo Municipal de Turismo de Alpestre existe dentro do orçamento do município com rubrica própria, porém sem CNPJ. Para o ano de 2022 o orçamento é de R\$ 232.254,48.

## Associações

O município possui uma associação criada em prol do turismo municipal, chamada de **Associação de Turismo Rural de Alpestre - ASTURA**, criada em 2017. As principais ações relacionadas ao turismo em Alpestre foram realizadas no âmbito da associação, como a criação e o lançamento, também em 2017, do **roteiro de turismo rural “Sabores do Campo”**. Apesar de estabelecido, o roteiro de turismo rural não está em funcionamento, mas a associação possui, dentre seus associados, pequenas propriedades rurais com potencial de exploração turística. Também desempenham papel importante nesse cenário a Emater e o Senar, que atuam no mapeamento das propriedades rurais e na capacitação dos empreendedores.

## Oferta Turística

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. 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

Grande parte dos atrativos históricos e culturais de Alpestre concentra-se na região central da cidade, sendo os principais a **Igreja Polonesa**, a **Igreja São Francisco de Assis** e a **Praça Tancredo Neves**. Além destes, outro atrativo histórico e cultural de Alpestre é o **Ponto Extremo Norte**, monumento que representa o ponto extremo norte do Rio Grande do Sul.

A **Praça Tancredo Neves** é a principal do município e é, também, o local que abriga a prefeitura. A praça em si possui uma estrutura simples, mas em bom estado de conservação, com alguns bancos de madeiras para acomodar seus visitantes e jardins espalhados no seu entorno. Também possui uma quadra de esportes, além de um monumento que homenageia os imigrantes e colonizadores do município. A praça costuma ser frequentada principalmente pela população local para momentos de lazer.

A **Igreja São Francisco de Assis**, que fica em frente à Praça Tancredo Neves, mais precisamente na Rua Doutor Álvaro Leitão, foi construída em meados de 1953 e passou por um projeto de reforma recente, que incluiu a construção de uma torre e uma nova fachada, além da automatização do sino, troca dos vitrais e outras reformas estruturais, como a substituição do telhado e a implantação de recursos de acessibilidade para pessoas com mobilidade reduzida.

Como o Município de Alpestre foi colonizado predominantemente por **poloneses, alemães e italianos**, características culturais relacionadas a esses grupos étnicos são reconhecidas com frequência na cidade e em diferentes âmbitos. Durante a pesquisa, foram identificadas duas associações que trabalham em prol da preservação dos aspectos culturais relacionados a esses grupos étnicos, como a **Associação Polonesa de Alpestre (APODAL)** e a **Associação Cultural Alemã Alpestre (ACAAL)**, essa última responsável pelo maior evento do município, a Oktoberfest. Além desse evento, outro atrativo histórico e cultural que explora alguma dessas etnias mencionadas é a Igreja Polonesa.

Foto 1: Fachada da Igreja Polonesa



Fonte: IPM Unisinos

A **Igreja Polonesa** situa-se na mesma rua da Igreja São Francisco de Assis e trata-se de uma pequena igreja construída pela Associação Polonesa de Alpestre

(APODAL). O templo, que homenageia Nossa Senhora do Monte Claro, padroeira da Polônia, foi construído em 2006, na região mais alta do município, o que lhe confere uma bela vista de Alpestre. A igreja fica aberta durante o dia para visitação e, também, tem missas semanais.

Outro atrativo de destaque em Alpestre é o **Ponto Extremo Norte**, que foi construído em aproximadamente 1996 e marca o **ponto extremo norte do Estado do Rio Grande do Sul**. O monumento fica na Comunidade Porto Santa Lúcia, onde também é possível encontrar uma pequena igreja de madeira, que foi recentemente reformada pela própria comunidade local mas, atualmente, não fica aberta para visitação, apenas para missas da comunidade.

Foto 2: Marco do ponto extremo norte do Rio Grande do Sul e a igreja do local.



Fonte: IPM Unisinos

Verifica-se que Alpestre possui alguns atrativos que tornam tangível a história e a cultura do município, mas que, atualmente, não são atrativos consolidados nem explorados do ponto de vista turístico, sendo voltados especialmente à comunidade local. Também foi possível verificar que o município tem uma forte conexão com a sua cultura e história e que existem associações criadas com o objetivo de trabalhar em

prol da preservação desses aspectos. Isso é um fator positivo e que pode contribuir para a concepção de atrativos que tenham como pontos centrais a história e a cultura de Alpestre.

Deste modo, as principais oportunidades identificadas nesta categoria, se referem à criação de produtos de **turismo cultural**, que reúnam, num só roteiro, os atrativos religiosos, culturais e históricos do município. Outra oportunidade identificada se refere à maior exploração da relação do município com os **diferentes grupos étnicos** que fundaram a cidade, por meio de festivais de etnias de cunho gastronômico, artístico e/ou cultural, a criação de espaços como museus e/ou casas de cultura, que poderiam fazer uso de tecnologia, sons, imagens, animações, entre outras possibilidades, como forma de incremento da experiência do visitante. Por fim, ressalta-se a importância da valorização dos espaços públicos e centrais da cidade, como a Praça Tancredo Neves, que poderia ser revitalizada, com melhoramento estético e acessibilidade, de modo a torná-la atrativa à circulação da comunidade local e assim atrair mais visitantes.

### **Atrativos naturais**

Alpestre possui uma **grande área natural, com florestas, cascatas e cachoeiras**. Boa parte de sua extensão é cercada pelo **Rio Uruguai**, sendo que alguns dos atrativos naturais do município incluem o aproveitamento das águas do rio, como a **Prainha do Estreito**, além da contemplação da sua paisagem. Além disso, há diversos atrativos oriundos da **Usina Hidrelétrica Foz do Chapecó**, que serão descritos na sequência desta seção.

A Usina Hidrelétrica Foz do Chapecó está instalada no Rio Uruguai, entre os Municípios de Alpestre, no Rio Grande do Sul, e Águas de Chapecó, em Santa Catarina. A casa de força, onde as unidades geradoras estão abrigadas, fica totalmente localizada em Alpestre. Segundo dados da própria usina, a capacidade de geração de energia é o suficiente para abastecer aproximadamente cinco milhões de casas.

Antes de chegar na usina, existe o **Mirante da Usina**, que consiste numa estrutura em madeira construída pela própria empresa, para a contemplação da natureza e também da estrutura da hidrelétrica. A estrutura do mirante é simples, não



incluindo qualquer infraestrutura extra para os visitantes, como sanitários ou loja de conveniência/souvenirs. Na hidrelétrica em si não existe qualquer atrativo para visitação, além da contempla o de sua robusta infraestrutura. Inclusive, não há ninguém trabalhando ou fiscalizando a hidrelétrica, pois todo trabalho acontece de forma remota, a partir da sede em Florianópolis.

O **Lago da Barragem** consiste numa grande área que foi inundada pela barragem da Usina Hidrelétrica Foz do Chapecó, formando o lago hoje utilizado para lazer pelas comunidades de Alpestre e Rio dos  ndios. O local, atualmente, não possui infraestrutura física disponível para a comodidade de quem o visita, como, por exemplo, sanitários e serviços ou equipamentos de alimenta o. A ideia de ambos os municípios é construir essa infraestrutura de turismo (serviços gastronômicos, espaços para prática de esportes náuticos e/ou aventura...) de forma que atraiam mais pessoas para desfrutar do local. Outro ponto importante a ser levado em considera o é o fato de que, para transformar o lago em atrativo turístico, as prefeituras precisam verificar questões de autoriza es e licenças relacionadas à preserva o ambiental junto à Usina Hidrelétrica Foz do Chapecó.

Foto 3: Paisagem do Lago da Barragem - de um lado   Alpestre e do outro, Rio dos  ndios



Fonte: IPM Unisinos

Foto 4: Vista do Mirante da Usina - Rio Uruguai e a Hidrelétrica Foz do Chapecó



Fonte: IPM Unisinos

Além do Mirante e da Usina em si, a Foz do Chapecó também contribuiu com a criação de outro atrativo em Alpestre, a **Biofábrica Foz do Chapecó**, que foi inaugurada em 2012. O espaço, que faz parte do roteiro Sabores do Campo, consiste em um laboratório de criação de mudas, com alto valor genético e sanitário através de seleção e melhoramento genético. Essa iniciativa tem a intenção de colaborar com os agricultores que tiveram algum dano oriundo da inundação causada pela usina, não só em Alpestre, mas em outros municípios da região como Taquaruçu do Sul, Canudos, Cacique e Lajeado Grande.

Toda a gestão e atividades que garantem o funcionamento da Biofábrica são custeadas com recursos da Usina Hidrelétrica Foz do Chapecó, que trabalha em parceria com a Cooperativa Extremo Norte, que auxilia principalmente na distribuição das mudas para a comunidade. Durante a visita à biofábrica todo processo de seleção genética e plantação das mudas é explicado. A visita deve ser agendada com antecedência e acontece em horário comercial, sendo que, atualmente, a biofábrica costuma receber principalmente visitantes da comunidade local e de grupos escolares.

É importante ressaltar que esse é um projeto social, portanto as mudas da biofábrica não são comercializadas.

Foto 5: Mudanças da Biofábrica e estufas para plantação das mudas



Fonte: IPM Unisinos

O principal atrativo de Alpestre, oriundo do Rio Uruguai, é a **Prainha do Estreito**. Este local consiste em uma praia de pedras que é formada apenas quando o Rio Uruguai está mais seco, sendo bastante visitado pela comunidade local nessas ocasiões. Normalmente, o rio seca quando as comportas da barragem da Foz do Chapecó são fechadas. Quando o rio está alto, não é possível desfrutar da prainha. O lugar é frequentado pela comunidade local para aproveitar a praia de pedras, mas suas instalações são precárias, havendo um espaço para fazer refeições e comprar bebidas e, também, banheiros e uma área de camping.

É importante ressaltar que a prainha é uma propriedade particular sendo que, normalmente aos finais de semana, o proprietário disponibiliza as instalações para quem quiser usufruir do local, inclusive faz a comercialização de comidas e bebidas. Contudo, como o local depende do nível do rio para ser aproveitado, é preciso entrar em contato com o proprietário antes para verificar se haverá comércio de alimentos e bebidas e camping.

Analisando as informações, verifica-se que as águas do Rio Uruguai, as áreas naturais de Alpestre e os atrativos associados à Usina Hidrelétrica Foz do Chapecó, **apresentam grande potencial de exploração** turística mas, no momento, não são amplamente divulgados nem explorados, estando mais voltados ao lazer da própria comunidade local.

Alguns desses pontos não contam com uma infraestrutura que possibilite a atração e a recepção de turistas e visitantes e outros possuem infraestrutura bastante simples ou precária. Um **ponto crítico** observado é que o efetivo aproveitamento e exploração turística dos atrativos ligados à Usina Hidrelétrica Foz do Chapecó, dependem da obtenção de autorizações e licenças ambientais junto à própria usina, para que sejam realizadas obras e intervenções diretas nos locais.

A despeito destas questões, como principais **oportunidades** identificadas nesta categoria, destaca-se o **melhor aproveitamento do Rio Uruguai e dos atrativos associados à Usina Hidrelétrica Foz do Chapecó**, tais como o Lago da Barragem, o Mirante da Usina e a Biofábrica, para o desenvolvimento de produtos turísticos em Alpestre. Para tanto, como já mencionado, obras de melhoria para a construção de infraestrutura seriam necessárias. A exploração dos locais se tornaria viável a partir do incremento da infraestrutura do Mirante da Usina e/ou a construção de empreendimentos de lazer, espaços de contemplação e de convivência junto às vistas para as paisagens, assim como restaurantes, bares e até mesmo locais para hospedagem, como um pequeno hotel ou pousada. Além disso, a criação de estruturas para a prática de esportes náuticos e aquáticos, a realização de passeios de barco, criação de áreas de camping e pesca, trilhas ecológicas, entre outros, são caminhos possíveis para que estes atrativos naturais possam ser explorados com foco turístico. Ademais, seria possível pensar em **atrações conjuntas** com outros municípios também banhados pelo Rio Uruguai, como Rio dos Índios e Nonoai.

Cabe destacar, por fim, a potencialidade representada pela Biofábrica Foz do Chapecó, que consta nesta seção do relatório classificada como atrativo natural por ser oriunda da usina, mas que se configura como um atrativo também em outras categorias, como cultural. Assim sendo, indica-se maior divulgação e exploração turística deste atrativo, criando produtos turísticos dentro da própria biofábrica, que

possibilitem receber um perfil de público mais diversificado, além do público de pesquisadores e escolas que já usufruí do empreendimento.

## **Atrativos econômicos**

A economia de Alpestre tem um número representativo de **empresas de prestação de serviços e de comércio**. Em 2019, os empreendimentos destes setores, juntos, representavam **89% dos empreendimentos formais do município**, mas apenas 15,5% do valor adicionado ao PIB municipal, de acordo com o Perfil das Cidades Gaúchas do Sebrae (2020). As **indústrias de transformação e da construção civil** representavam 10% dos empreendimentos e 68,3% do valor adicionado ao PIB. Com relação às **atividades agropecuárias**, os empreendimentos formais deste segmento representavam apenas 1%, com valor adicionado ao PIB de 8,4%. Segundo a mesma publicação, em 2018, havia, em Alpestre, **1.416 propriedades rurais**, com uma produção ampla e diversificada, destacando, assim, a **agricultura familiar**.

Um espaço de valorização da produção rural de Alpestre é a **Feira de Produtores**, que acontece todas as sextas-feiras na Praça Tancredo Neves. Na feira, são comercializados diversos produtos como hortaliças, frutas, queijos, melado, açúcar mascavo, cachaça, geleias e outros artigos e mercadorias fabricados localmente. Além da feira, também é possível comprar produtos diretamente com os produtores, junto às propriedades rurais, sendo que recebem maior destaque aqueles empreendimentos participantes do roteiro de turismo rural Sabores do Campo. Entre eles, citam-se o **Ecoparque Ogliari**, a **Agroindústria Ponto Extremo Norte**, a **Agroindústria Sabor do Lago** e o **Sítio do Tio Sabino**.

O **Ecoparque Ogliari** é o integrante do roteiro de turismo rural Sabores do Campo que mais recebe visitantes, principalmente de Planalto e Iraí, além de ser sede para eventos particulares e corporativos. Localizado a aproximadamente 5 quilômetros de estrada de chão do Centro de Alpestre, a propriedade particular oferece atividades para quem vai passar o dia, como canchas de bocha, quadra de esportes e churrasqueiras. Além disso, o local também possui espaço para camping. O valor do ingresso é de R\$ 7 para passar o dia e de R\$ 25 para acampar. Para utilizar os espaços do Ecoparque é preciso entrar em contato com a família para agendamento prévio,

normalmente pelas redes sociais. A família proprietária do local também comercializa diversos produtos no estabelecimento, como bebidas alcoólicas e **produtos coloniais** de fabricação própria.

A **Agroindústria Ponto Extremo Norte** localiza-se mais distante do Centro de Alpestre, a aproximadamente 13 quilômetros, parte deles em estrada de chão, na Comunidade Barra Grande. A família produz e comercializa na propriedade (e também na Feira de Produtores) **açúcar mascavo, melado e cachaça artesanal**. É possível, também, visitar o alambique do local, a indústria de melado e aprender sobre o seu processo de produção. Há também um açude em construção. Atualmente, a família recebe turistas e visitantes a partir de agendamento prévio e não cobra ingresso.

A **Agroindústria Sabor do Lago** está finalizando a estruturação da propriedade para receber visitantes na **indústria de queijos e derivados de leite**. Localizada na Comunidade de Dois Marcos, a aproximadamente 7 quilômetros do Centro de Alpestre, assim que a propriedade estiver preparada, pretende receber visitantes para conhecer o funcionamento da agroindústria, a fabricação dos queijos e dos derivados de leite e também comercializar os produtos diretamente ao consumidor. Destaca-se, ainda, que a propriedade fica localizada muito próxima do Rio Uruguai e possui uma vista belíssima para o rio.

O **Sítio do Tio Sabino** tem espaço para a contemplação da mata nativa, trilhas, duas cachoeiras e área para camping. Além dos espaços naturais, o sítio também oferece **degustação de frutas e sucos**, cultivados e produzidos no local. O sítio funciona somente mediante agendamento prévio e, atualmente, recebe sobretudo público local.

Durante a pesquisa, o cultivo de **árvores frutíferas** recebeu destaque e foi apontado como um diferencial do município. Foi possível observar a existência de diversas culturas de árvores, cultivadas pelas famílias, que em função dos terrenos em declive (fator que dificulta a plantação de grãos) tem se espalhado cada vez mais pelo município. Além das árvores frutíferas, a **pecuária de corte** também foi destacada pela prefeitura como uma atividade importante e com produtos de qualidade.

Foto 6: Ecoparque Ogliari



Fonte: IPM Unisinos

Foto 7: Entrada da Agroindústria Ponto Extremo Norte



Fonte: IPM Unisinos

Durante a pesquisa, algumas dificuldades para a efetiva operacionalização e a consolidação do **roteiro de turismo rural Sabores do Campo** foram identificadas. Além

da pandemia em si, falta transporte entre os empreendimentos, que ficam distantes uns dos outros, considerando que, atualmente, não há linhas de transporte público que percorrem os mesmos. Além disso, faltam agentes que se dedicam a comercializar o mesmo, bem como pessoal para acompanhar e guiar os visitantes, já que, atualmente, tanto a comercialização como o acompanhamento do roteiro são de responsabilidade da Associação de Turismo Rural (Astura).

Assim, verificou-se que, atualmente, **as atividades econômicas desenvolvidas em Alpestre geram pouco fluxo turístico** ao município, salvo algumas exceções. A **potencialidade** relacionada às propriedades rurais e à agricultura familiar é reconhecida, tanto que, recentemente, foi criado o roteiro de turismo rural Sabores do Campo. No entanto, o roteiro e o segmento de turismo rural ainda estão em fase inicial de estruturação e exploração turística, sendo essencial a clara **identificação das barreiras** (e de suas **causas**) à operacionalização do roteiro bem como a **tomada de medidas** que visem eliminar estes obstáculos, para que o segmento do turismo rural se desenvolva e se consolide em Alpestre. Por fim, cabe evidenciar que este segmento é uma alternativa interessante para o desenvolvimento turístico do município, para o qual Alpestre possui vocação, indicando-se, assim, a continuidade dos esforços relacionados à implementação do roteiro.

## Eventos

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

Durante a pesquisa, a **Oktoberfest** foi identificada como o principal evento do município. A festa de origem alemã acontece anualmente durante três dias do mês de **outubro** e atrai participantes de toda região. Segundo a equipe da prefeitura, costumam circular pelo município durante os dias do evento, aproximadamente 10 mil pessoas. A Oktoberfest acontece no Ginásio Municipal e é organizada pela Associação Cultural Alemã Alpestre (ACAAL).



Os principais atrativos da festa são os *mesaços*, que consistem em 160 mesas com chopeiras elétricas. Esse espaço pode ser comprado com antecedência e não tem capacidade máxima. Com isso, quem compra uma das mesas pode convidar quantas pessoas quiser para compartilhar o chope. Além dos “mesaços”, o evento também oferece **alimentação típica alemã, dança e canecos de chope** avulsos para quem não está em uma das mesas com chopeira.

Alpestre também realiza **eventos religiosos** de menor porte, que costumam atrair apenas a comunidade local e algumas pessoas de comunidades vizinhas. Um desses eventos é a **Festa de São Roque**, realizada pela Paróquia São Francisco de Assis, no Centro de Alpestre. A festa conta com comidas, bebidas, música e missas, além da tradicional bênção do sal, dos pães e dos carros. Ressalta-se que o dia de São Roque é feriado municipal e a festa costuma acontecer anualmente, tendo sido interrompida somente durante a pandemia. Como mencionado antes, a Festa de São Roque tem abrangência da comunidade local, geralmente não se estendendo ao resto da comunidade regional.

Em 2018 ocorreu a última edição de um evento esportivo, a **Corrida Rústica de Alpestre**, em comemoração ao aniversário do município. O percurso consistiu numa volta no perímetro urbano de Alpestre, variando em trajetos de 2 a 7 quilômetros, dependendo do ano e da categoria. O Poder Executivo Municipal tem a intenção de retomar este evento, que acontecia no mês de abril.

Em resumo, verifica-se que o principal evento de Alpestre é a **Oktoberfest**, que possui relação com a cultura e a história local, mas também é de cunho de entretenimento e lazer. Este é o evento de maior abrangência do município, pois atrai também público de outras localidades. Os demais eventos têm menor abrangência, recebendo sobretudo a participação da comunidade local. Observou-se, também, que **não há um calendário de eventos municipal** definido e formalizado, assim como há dificuldade para se obter informações a respeito dos eventos atualmente realizados.

Assim, como principais oportunidades de melhoria identificadas nesta categoria, recomenda-se a **articulação dos atores e das organizações locais**, públicas e privadas, para a **definição de um calendário de eventos anual unificado**, atentando-se, também, para a equilibrada distribuição destes ao longo dos meses 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 datas, programação e os locais onde ocorrem, além da divulgação em outros meios de comunicação, como as redes sociais. Por fim, destaca-se que a elaboração do calendário de eventos deve **levar em conta o posicionamento turístico** do município.

## **Rotas e Roteiros Turísticos**

Segundo o Mapa do Turismo Brasileiro, do Ministério do Turismo, Alpestre 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, bem como os rios, balneários, quedas d'água e hidrelétricas dos municípios participantes.

As principais rotas e roteiros turísticos já existentes e operacionalizados na região envolvem os municípios de **Ametista do Sul, Iraí 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 Yicumã**. Derrubadas recebe destaque pois possui um importante atrativo natural, o **Salto Yicumã**, a mais extensa queda d'água longitudinal do mundo, localizada no Parque Estadual do Turvo, na divisa com o Uruguai. Alpestre situa-se a cerca de 120 quilômetros de distância de Derrubadas se utilizado o trajeto mais rápido entre os dois municípios, via ERS-472 e ERS-591. 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 em Alpestre, atualmente, não há roteiros<sup>5</sup> turísticos **em pleno funcionamento**, nem foram identificadas rotas turísticas regionais que incluam o município.

Cabe destacar, porém, que entre os anos de 2017 e 2019 foi elaborado e lançado o **roteiro de turismo rural “Sabores do Campo”**, do qual fazem parte os seguintes empreendimentos: Recanto Uai, tchê!, a Biofábrica da Foz do Chapecó, o

---

<sup>5</sup> Um roteiro turístico tem menor abrangência, sendo realizado dentro da cidade. Uma rota turística inclui mais de um município.

Ecoparque Ogliari, o Sítio do Tio Sabino, a Agroindústria Extremo Norte e a Agroindústria Sabor do Lago.

No entanto, o roteiro encontra-se paralisado, principalmente por conta da pandemia e pela **falta de transporte** entre os empreendimentos, que ficam distantes uns dos outros, considerando que, atualmente, não há linhas de transporte público que os percorrem. Além disso, faltam agentes que se dedicam a comercializar, bem como pessoal para acompanhar e guiar os visitantes, já que, atualmente, tanto a comercialização como o acompanhamento do roteiro são de responsabilidade da Associação de Turismo Rural (Astura). Mesmo assim, alguns integrantes recebem visitação de forma independente ao roteiro. É importante ressaltar, também, que há interesse por parte dos integrantes pela retomada do roteiro de turismo rural.

Na esfera estadual, Alpestre também aparece no site da Secretaria de Desenvolvimento Econ mico e Turismo do Rio Grande do Sul (Sedetur), **classificado como integrante da região Rota  guas e Pedras**. No entanto, o texto descritivo da rota destaca somente os municípios de Ametista do Sul, Iraí, Vicente Dutra e Frederico Westphalen e, ao buscar por rotas e roteiros turísticos envolvendo Alpestre, o site não retorna nenhum resultado.

## Infraestrutura

### Acesso e transporte

Alpestre localiza-se a cerca de 434 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 6 horas quando percorrido de carro. Há também a opção de utilizar a **BR-386** e a **BR-158**, passando por Panambi (7h30min de viagem) ou somente a **BR-158**, acessando a BR-287 em Tabaí, passando por Santa Cruz do Sul, Candelária e Cruz Alta (8 horas de viagem).

Para quem viaja de **ônibus** de Porto Alegre a Alpestre, a empresa Ouro e Prata disponibiliza **um horário de partida diário** na modalidade comum, cuja passagem custa entre R\$ 144 e R\$ 154 (com ou sem seguro). A viagem dura em torno de 8 horas e **não há horários de viagens disponíveis aos sábados e domingos**. Não foi identificada a disponibilidade de viagens de ônibus entre Alpestre e Frederico Westphalen, nem entre Alpestre e Chapecó (SC).

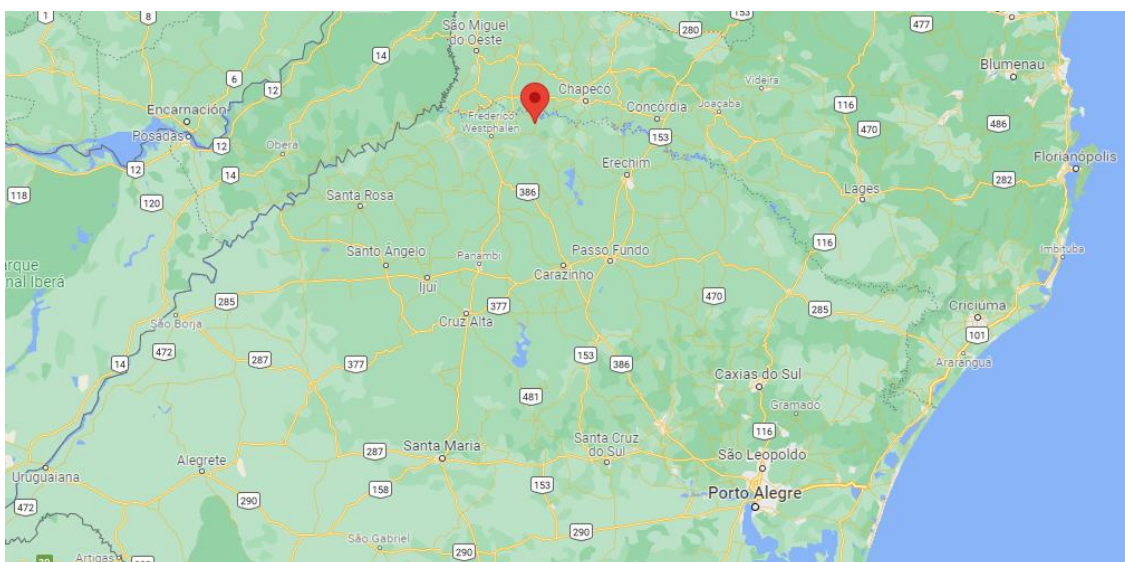
Em relação a **Frederico Westphalen**, principal centro urbano da região do Médio Alto Uruguai, Alpestre localiza-se a 55 quilômetros de distância, utilizando o trajeto rodoviário mais curto, via ERS-591. Em relação a **Chapecó**, principal região de influência de Alpestre, o município está localizado a 75 e a 89 quilômetros de distância, dependendo do percurso rodoviário escolhido. Já em comparação a outros municípios da Rota Águas e Pedras, Alpestre faz **divisa** com Iraí e Planalto, localizando-se a cerca de 47 quilômetros de distância de Iraí (utilizando a ERS-234) e a apenas 12 quilômetros de Planalto.

Alpestre também faz **divisa com os municípios catarinenses** de São Carlos (34,6km), Palmitos (52km) e Águas de Chapecó (32km). Em relação ao município de **Derrubadas**, importante destino da região turística **Rota do Yucumã**, Alpestre localiza-se a 120 quilômetros de distância. Situada no **extremo Norte** do Rio Grande do Sul, além de ser próximo de municípios catarinenses que localizam-se perto da divisa entre os dois Estados, Alpestre também tem uma boa localização em relação à **região Oeste**

de Santa Catarina, o que representa um potencial de fluxo turístico originado no Estado vizinho.

Ao situar Alpestre em relação a outras cidades e regiões importantes do Rio Grande do Sul, verifica-se que o município localiza-se a, no mínimo, 377 quilômetros de distância de Caxias do Sul, na **Serra gaúcha**; a pelo menos 595 quilômetros de distância de Uruguaiana, na **Fronteira Oeste**; e a 522 quilômetros de distância de Osório, no **Litoral Norte**. Na região **Sul**, a 640 quilômetros de distância de Pelotas e a 700 quilômetros de distância de Rio Grande. Frente ao escasso transporte intermunicipal de ônibus, os **traslados turísticos** na região geralmente são realizados por **transportadoras turísticas** contratadas com esta finalidade.

Figura 4: Localização de Alpestre (pino vermelho) no estado do RS e na divisa com SC



Fonte: Google Maps

O **principal acesso** para Alpestre ocorre pela **ERS-504**, rodovia que cruza o município e, ao adentrá-lo, se transforma na Avenida Farrapos. Também é possível seguir pela Rua Treze de Abril para acessar o município, sendo que ambas são estradas pavimentadas. A chegada e o acesso a Alpestre são sinalizados por meio de um “pórtico” ou monumento instalado no canteiro que separa a Avenida Farrapos e a Rua Treze de Abril, sendo uma estrutura de concreto com um letreiro com o nome do

município. Esta estrutura fica aparente tanto para quem está chegando ao município como para quem está saindo.

Foto 8: Pórtico de entrada de Alpestre.



Fonte: IPM Unisinos

A **estação rodoviária** de Alpestre localiza-se no Centro, na própria Avenida Farrapos, sendo de fácil acesso e localização. A estrutura, em geral, e do local destinado ao embarque e ao desembarque de passageiros é precário. Não há sinalização dos boxes e, para quem está aguardando o ônibus, a rodoviária conta com alguns bancos de concreto na área externa, além de sanitários e uma lancheria. Os sanitários carecem de estrutura de qualidade e limpeza. Há um espaço interno para a compra de passagens e a obtenção de informações, porém não há acessibilidade para pessoas com dificuldades de locomoção.

A rodoviária **não possui um site próprio na internet** para que sejam consultados horários de viagens, tampouco fazer a compra de passagens. Ao pesquisar no Google por “rodoviária de Alpestre”, o resultado oferece o endereço e o telefone do local. Para consulta de informações on-line, aparecem sites de terceiros como Tchê Ônibus, Rodoviaria.Biz e Rodoviaria.Club; contudo, ao realizar uma busca para

municípios como Frederico Westphalen, as pesquisas não geram resultados. Assim, para a obtenção de informações corretas, é recomendado solicitá-las via ligação telefônica.

Com relação a outros meios de transporte, o município conta com uma **frota de táxis** que cobre os trajetos no Centro e no interior do município. Dois táxis ficam junto à estação rodoviária, outros três no Centro e dois no interior. As linhas e os horários de ônibus são escassos, sendo que a população depende basicamente dos táxis ou de carro próprio para locomover-se dentro do município. Também se verificou que, atualmente, **não há transporte por aplicativo** em funcionamento no município.

Analisando todos os quesitos que compõem a categoria de Acesso e Transporte e relacionando-os aos dados coletados em Alpestre, foram identificados aspectos positivos, negativos e oportunidades relacionados. Como **ponto positivo**, ressalta-se a proximidade de Alpestre em relação a municípios de maior porte e/ou relevantes da Rota Águas e Pedras, como Ametista do Sul, Iraí, Frederico Westphalen, Planalto e Chapecó. Também se destaca o aspecto relacionado às condições de acesso ao município, pois tanto a ERS-504/Avenida Farrapos e a Rua Treze de Abril são pavimentadas e sinalizadas.

A principal **oportunidade** identificada relaciona-se à proximidade de Alpestre e da região Rota Águas e Pedras, como um todo, 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 de a região Oeste estar distante geograficamente do litoral catarinense (557 quilômetros é o menor trajeto entre Chapecó e Florianópolis, por exemplo).

Nesse contexto, 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.

Por fim, visando o desenvolvimento da oferta e da infraestrutura de turismo de Alpestre e o aproveitamento da potencialidade relacionada à localização geográfica

do município, evidencia-se a necessidade de melhorar as **condições de acesso**, principalmente no que tange a qualidade das estradas que levam ao município, como forma de torná-lo mais seguro e atrativo. Ainda, recomenda-se analisar a possibilidade de melhorar a infraestrutura disponível para a chegada dos visitantes, com um local adequado para a parada dos ônibus e desembarque de passageiros com maior qualidade, segurança e conforto. Também é importante melhorar a qualidade e a visibilidade das informações sobre viagens disponibilizadas na internet (ônibus intermunicipais) fornecendo, também, contatos de taxistas, motoristas, empresas e/ou profissionais que possam fazer traslados dentro e fora do município.

### **Apoio ao Turista e Conveniências**

Alpestre não possui **agências de turismo registradas no Cadastur** e também não foram identificadas agências de turismo em atuação do município durante a pesquisa. O **turismo receptivo** é realizado por agências de outras cidades, inclusive externas à Rota Águas e Pedras e que não necessariamente incluem Alpestre em suas rotas. Os destinos mais visitados, atualmente, são Ametista do Sul, Iraí, Vicente Dutra e Derrubadas, integrante da região turística Rota Yucumã.

Alpestre **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 as ruas que ficam no perímetro urbano são identificadas por placas, sendo que algumas encontram-se deterioradas. No interior e nas áreas mais afastados do perímetro urbano, há pouca ou nenhuma sinalização, além de **não haver sinal telefônico ou de internet**, o que prejudica a localização do turista, especialmente ao tentar encontrar os atrativos turísticos presentes nessas zonas. Com relação à **estrutura bancária**, o município possui agências das cooperativas Sicredi e Cresol e do banco Banrisul, além de uma lotérica da Caixa e, sobre a **estrutura de saúde**, Alpestre conta com um hospital municipal, um posto de saúde e ao menos 1 farmácia.



## Hospedagem

Como meios de hospedagem, buscaram-se **hotéis e pousadas**. No **Cadastur**, não existe meio de hospedagem cadastrado em Alpestre. Durante a pesquisa, verificou-se a existência de um hotel no município, o **Hotel Alpestre**. No **Airbnb**, ao buscar por acomodações em Alpestre, a maioria dos resultados gerados se refere a opções de hospedagem em Ametista do Sul, não tendo sido identificadas alternativas especificamente no município.

O **Hotel Alpestre** localiza-se na Rua Borges de Medeiros, no Centro, próximo ao terminal rodoviário, sendo de fácil acesso e localização. A fachada do hotel indica a chegada ao estabelecimento, que possui uma estrutura simples e informal. O hotel conta com 22 quartos, porém não possui elevador nem estacionamento coberto. Os valores praticados nas diárias variam de **R\$ 80 a R\$ 150**, dependendo do conforto oferecido e o café da manhã é incluso na diária. O Hotel Alpestre aceita todas as formas de pagamento e oferece nota fiscal. Ressalta-se que o hotel costuma ser ocupado por familiares de munícipes ou pessoas a trabalho na região, que precisam apenas pernoitar.

Foto 9: Fachada do Hotel Alpestre



Fonte: IPM Unisinos

De maneira geral, o atendimento prestado é predominantemente **informal e familiar**. Verificou-se que o estabelecimento não possui site próprio na internet, não sendo possível fazer reservas on-line nem via sites de terceiros, como Booking. As reservas são realizadas diretamente por telefone ou e-mail. Ademais, não foram identificados recursos de **acessibilidade** como quartos adaptados.

De maneira geral, analisando todos os quesitos que compõem a categoria de Hospedagem e relacionando-os aos dados coletados em Alpestre, conclui-se que a oferta atual de hospedagem não tem foco turístico, atendendo a uma demanda específica de pessoas a trabalho, familiares ou a própria comunidade local. Considerando todos estes aspectos, avalia-se a oferta de hospedagem em Alpestre como **insuficiente**, se analisada sob o ponto de vista turístico, considerando fatores como a qualidade e a profissionalização do atendimento, a infraestrutura e o conforto oferecidos.

Futuramente, a partir da realização de outros trabalhos de estruturação turística em Alpestre e do conseqüente aumento do fluxo turístico no município, pode-se pensar na criação de propostas de hospedagem com foco no **turismo rural, turismo de lazer, turismo de natureza e ecoturismo**, por meio de chalés, pousadas, hotéis-fazenda ou outros tipos de empreendimentos, aproveitando, também, os atrativos turísticos em potencial do município, como os atrativos naturais e as propriedades rurais. Por fim, indica-se o registro dos estabelecimentos de hospedagem junto ao **Cadastur** do Ministério do Turismo e a verificação dos requisitos para a obtenção do **selo Turismo Responsável**.

## **Gastronomia**

Como estabelecimentos gastronômicos, consideraram-se restaurantes, lancherias, padarias, sorveterias, cafeterias, entre outros. No **Cadastur**, **não existe estabelecimento gastronômico cadastrado em Alpestre**, contudo, durante a pesquisa, verificou-se a existência de alguns estabelecimentos de alimentação, para almoço, jantar, café ou lanche, porém com cardápios pouco diversificados, predominando os buffets por quilo, hambúrgueres e pizzas. Os preços são pouco variáveis (a maioria na

mesma faixa de valores), não havendo opções mais qualificadas disponíveis (nem em termos de qualidade, nem de preços mais elevados).

A maioria dos estabelecimentos gastronômicos de Alpestre localiza-se no Centro do município. O mais conhecido é o **Restaurante Vanzella**, que serve buffet livre de comida caseira com carnes servidas na mesa. Aos sábados, o Restaurante Vanzella vende frango assado, também no horário do meio-dia, e não funciona em nenhum dia à noite. Outro estabelecimento muito conhecido no município é o **Leo Bar e Lanches**, localizado bem em frente à prefeitura, que também oferece almoço de segunda a sexta-feira e abre à noite servindo lanches, petiscos, pizzas, hambúrgueres e à la minuta.

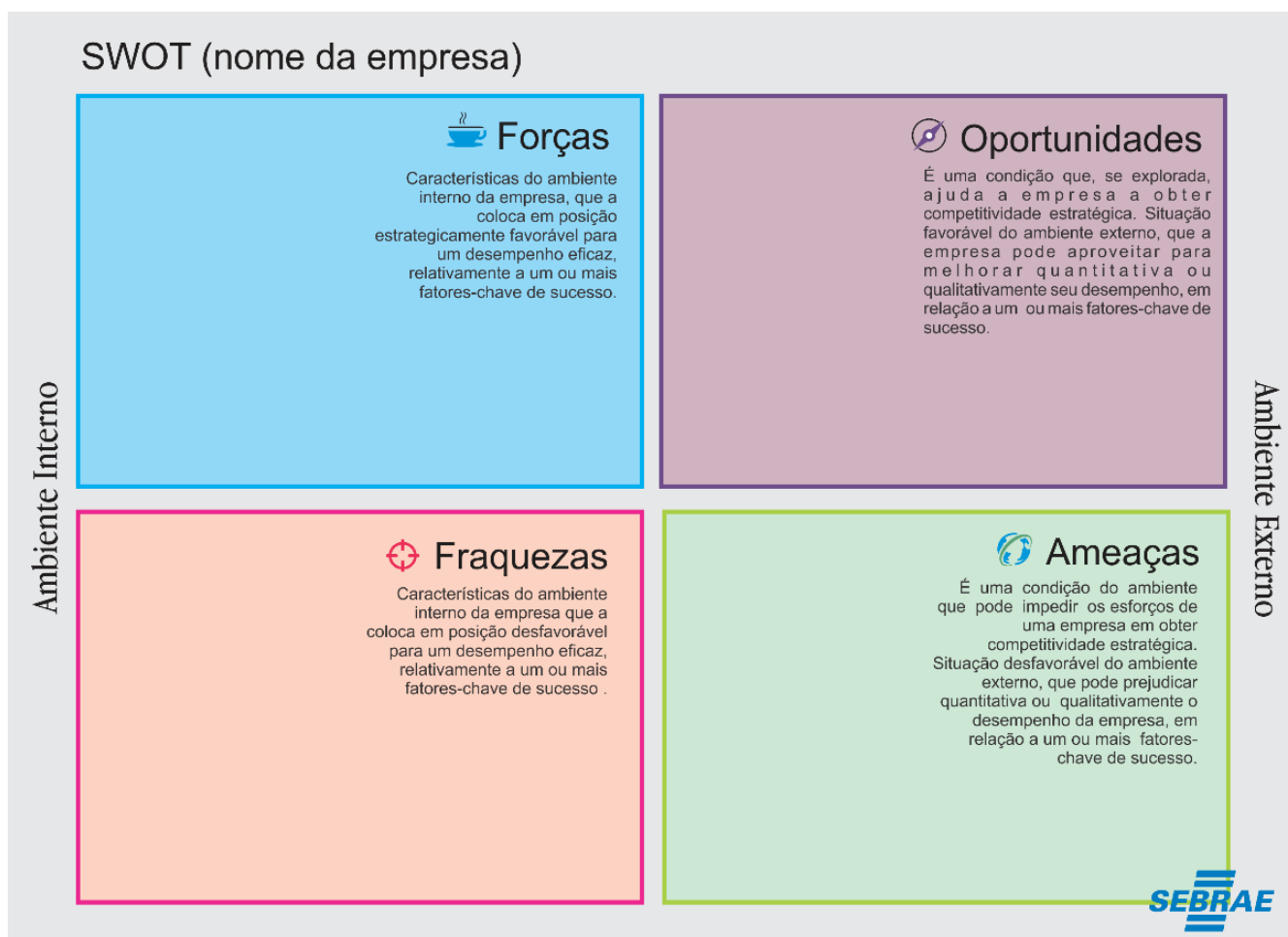
Outro estabelecimento que merece destaque é o **Restaurante Paladar**, que serve almoço de segunda-feira a sábado, além de lanches e petiscos à noite, de segunda a sábado também. Além desses, ainda é possível encontrar outras duas lancherias no município, ambas localizadas próximas à estação rodoviária: a **Lancheria Crisjaque** e a **Lancheria Ligoski**, sendo que ambas oferecem lanches e petiscos variados e funcionam de segunda-feira a sábado ao meio-dia e à noite.

De maneira geral, o **atendimento** prestado nos estabelecimentos gastronômicos de Alpestre apresenta uma abordagem cordial, porém informal e familiar. Há oportunidade de qualificação neste quesito, visando a padronização, a profissionalização e a conseqüente qualificação do atendimento ao consumidor. Além disso, um ponto de atenção é a **ausência de oferta gastronômica aos domingos**, dia em que tradicionalmente há maior fluxo turístico. Os estabelecimentos, no geral, não possuem recursos de **acessibilidade**, como rampas e instalações acessíveis, dificultando o acesso de pessoas com dificuldade de locomoção.

Por fim, futuramente pode-se pensar na criação de novas propostas de estabelecimentos gastronômicos para Alpestre, criando ofertas diferentes das existentes atualmente, com maior foco turístico. Conjuntamente, deve-se levar em conta a possibilidade de ampliação dos horários de atendimento dos estabelecimentos gastronômicos, para os finais de semana e feriados, dias em que o fluxo turístico tende a ser maior.

## 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 cinco grupos, e revisada pela consultora.



FORÇAS	FRAQUEZAS
<b>1. Infraestrutura:</b> Infraestrutura Geral (trânsito, saneamento, energia, comunicações, etc.) e <b>Acesso</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Há um pórtico no município;</li> <li>● Limpeza, flores e embelezamento na cidade;</li> <li>● Plantio de palmeiras nas ruas centrais.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Faltam placas de sinalização turística na área urbana e rural;</li> <li>● Não há um outdoor no acesso;</li> <li>● Ainda precisa qualificar a pavimentação e manutenção das ruas e estradas;</li> <li>● Deficiência no sinal de telefonia e internet, especialmente no interior;</li> <li>● Falta manutenção nas estradas do interior;</li> <li>● Acesso aos atrativos precisa de melhorias;</li> <li>● Não há seguro dos visitantes nos pontos turísticos do interior;</li> <li>● Não há primeiros socorros nos atrativos;</li> <li>● Deficitário recolhimento de lixo no interior;</li> <li>● Ainda podem qualificar o paisagismo do município, com o aproveitamento de espécies nativas.</li> </ul>
<b>2. Políticas Públicas:</b> Política Pública, Cooperação Regional; <b>Monitoramento:</b> Pesquisa, dados; e <b>Economia:</b> Economia Local e Capacidade Empresarial	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Há uma Secretaria de Educação e Turismo;</li> <li>● Há o Departamento do Turismo na secretaria;</li> <li>● Há um Comtur – Conselho Municipal de Turismo criado;</li> <li>● Há uma associação de turismo rural;</li> <li>● Existência de associações culturais (poloneses, alemães);</li> <li>● Empresários com capacidade de investimento no turismo;</li> <li>● Moradores locais que deixaram o município estão retornando, aplicando o que aprenderam em</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● A própria comunidade desconhece seus atrativos turísticos e não compreende Alpestre como destino turístico;</li> <li>● Comunidade não se engaja com a oferta turística;</li> <li>● População local vai para os municípios vizinhos para utilizar os serviços turísticos (restaurantes e passeios);</li> <li>● Comtur não possui um Plano de Trabalho e agendas mensais;</li> <li>● Individualismo atrapalhando as ações coletivas. Falta mais envolvimento das comunidades</li> </ul>

<p>outras cidades;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Construção do Plano Municipal de Turismo;</li> <li>● Parceria com Sicredi e Sebrae-RS;</li> <li>● Parceria com Emater.</li> </ul>	<p>na realização de eventos e ações diversas;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Há um pessimismo contaminando e desestimulando as ações de desenvolvimento inovadoras;</li> <li>● Limitado orçamento e equipe no Departamento do Turismo.</li> </ul>
<p><b>3. Capacitação</b> – Cursos, formação, qualificação, capacitação, visitas técnicas, famtours, benchmarking, turismo seguro</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Iniciativas de capacitação de algumas entidades do município.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Não há capacitação para atuar no turismo (empreender ou trabalhar);</li> <li>● Não há compreensão sobre como aproveitar as atividades da agricultura, pecuária, indústria e comércio como produto turístico;</li> <li>● Não há educação do turismo nas escolas;</li> <li>● Falta qualificar a compreensão sobre o embelezamento, recolhimento de lixo e cuidado com a cidade;</li> <li>● Não há educação dos idiomas dos imigrantes nas escolas (somente há o inglês). Está se perdendo o domínio das línguas ou dialetos polonês, alemão e italiano;</li> <li>● Falta um pertencimento, despertar o orgulho de Alpestre, por parte da comunidade local;</li> <li>● Falta capacitação em marketing turístico.</li> </ul>
<p><b>4. Turismo:</b> Serviços e Equipamentos Turísticos, Atrativos Turísticos.  <b>Sustentabilidade:</b> Aspectos Ambientais, Aspectos Sociais e Aspectos Culturais</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Barragem – Usina Hidrelétrica;</li> <li>● Prainha do Estreito (Praia de Pedra do Rio Uruguai);</li> <li>● Rio Uruguai;</li> <li>● Produção de moranguinhos;</li> <li>● Olaria;</li> <li>● Agroindústria de queijos;</li> <li>● Produção de cachaça, rapadura e</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Faltam meios de hospedagem focados no atendimento de turistas;</li> <li>● Faltam meios de hospedagem alternativos para receber os turistas nos períodos de eventos;</li> <li>● Faltam restaurantes no interior e na área urbana;</li> </ul>

melado;

- Existe um hotel no município;
- Existência de alguns restaurantes e lancherias;
- Mix de diversas etnias e culturas;
- Implantação de vinhedos – produção de uvas;
- Rota Sabores e Saberes da Roça;
- Igreja Matriz;
- Igreja dos Poloneses;
- Comércio estruturado;
- Extremo Norte do RS – existência de um marco;
- Existe um CTG.

- Não há um café colonial no município – organizado e divulgado para atrair os turistas;
- Não há um prato típico do município;
- Não há atendimento nos estabelecimentos gastronômicos em todos os dias (especialmente nos domingos) e não servem os pratos típicos;
- Comércio não possui capacitação para atender ao turista (hospitalidade, mix de produtos, dias e horários de atendimento);
- Não aproveitam os potenciais do município, como a barragem e a hidroelétrica;
- Não há passeios organizados, com barco, no Lago da Barragem, integrando os produtores do entorno;
- Mirante da Barragem não funciona mais – precisa de melhorias na infraestrutura;
- Rota Sabores e Saberes da Roça não está ativa;
- Falta hospedagem e locais de alimentação na rota local;
- Não há um Centro de Atendimento ao Turista – CAT;
- Não há guias e condutores locais de turismo;
- Não há uma visita orientada na Igreja Matriz ou na Igreja dos Poloneses;
- Faltam atrativos/produtos turísticos que aproveitem as etnias e sua influência cultural, durante todo o ano;
- Dificuldade de adquirir os produtos da agroindústria local;
- Marco do Extremo Norte do RS está abandonado e não é aproveitado adequadamente;
- Faltam experiências turísticas que aproveitem os aspectos naturais e culturais;

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Poucos estabelecimentos no Cadastur;</li> <li>● Faltam experiências que aproveitem o Rio Uruguai.</li> </ul>
<b>5. Eventos:</b> Estabelecer um calendário de eventos (foco no turismo) – existentes e novos	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Existência de um Calendário de Eventos do Município;</li> <li>● Oktoberfest;</li> <li>● Festa dos Produtores de Uva;</li> <li>● Feira do Produtor;</li> <li>● Mês de Abril – Aniversário do Município;</li> <li>● Rústica do Município;</li> <li>● Festa do Colono e do Motorista;</li> <li>● Festa da N. Sra do Monte Claro;</li> <li>● Festa de São Roque;</li> <li>● Festa Germânica da Comunidade de Volta Grande;</li> <li>● Semana do Gaúcho;</li> <li>● Cavalgada;</li> <li>● Eventos da terceira idade;</li> <li>● Romaria de Santa Terezinha;</li> <li>● Apresentação de danças;</li> <li>● Festa Natalina;</li> <li>● Existência de um coral, com incentivo da prefeitura e do Sicredi;</li> <li>● Festa do Trabalhador.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Calendário de Eventos não está organizado, há conflito de datas;</li> <li>● Não há um calendário de eventos turísticos – divulgado para atrair turistas;</li> <li>● Pouco aproveitamento turístico da Feira do Produtor (só acontece um dia da semana);</li> <li>● Não realizam mais a Festa das Etnias;</li> <li>● Falta resgatar a cultura da Festa do Colono e do Motorista;</li> <li>● Falta resgatar o aspecto cultural de todos eventos;</li> <li>● Desfile Cívico não motiva a participação;</li> <li>● Faltam mais eventos no final de ano (Natal, Ano Novo);</li> <li>● Faltam eventos esportivos diversos, aproveitando os vários segmentos;</li> <li>● Falta valorizar os talentos culturais locais nos eventos do município.</li> </ul>
<b>6. Promoção - Marketing e Comunicação – promoção do destino</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Existência dos meios de comunicação da prefeitura: site, mídias sociais;</li> <li>● Existência de rádios locais;</li> <li>● Existência de jornais regionais;</li> <li>● Divulgação da Rota Sabores e Saberes e outros pontos turísticos;</li> <li>● Divulgação da Oktoberfest, Festa da Uva.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Falta banco de imagens e vídeos;</li> <li>● Falta promoção da Rota Sabores e Saberes da Roça;</li> <li>● Falta um site específico do Turismo de Alpestre;</li> <li>● Faltam mídias sociais – Facebook e Instagram @visitealpestre;</li> <li>● Falta um profissional qualificado para atuar no marketing;</li> <li>● Falta divulgação por parte dos empreendedores do setor turístico;</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Não há um folder turístico;</li> <li>● Não há mapa turístico atualizado;</li> <li>● Estabelecimentos não divulgam um ao outro;</li> <li>● Não realizam visitas técnicas internas – Famtour;</li> <li>● Não foram criados outdoors e placas de interpretação turística;</li> <li>● Não participam de feiras e eventos do setor turístico (Festuris Gramado, etc);</li> <li>● Não há divulgação e informações na chegada da cidade (um CAT);</li> <li>● Não se aproveitam os influenciadores do município, região e de fora. Não há a cooperação dos empreendedores para trabalhar o marketing de influência;</li> <li>● Falta conhecimento sobre como aproveitar com criatividade o potencial das mídias sociais. A própria comunidade não divulga e apoia seus atrativos;</li> <li>● Não há # definidas para divulgar o turismo;</li> <li>● Os moradores ao viajar não divulgam a própria cidade;</li> <li>● Poucos estabelecimentos e atrativos se divulgam nos grandes portais, como TripAdvisor, Booking, etc;</li> <li>● Não há uma marca do Destino Turístico.</li> </ul>
<p align="center"><b>7. Monitoramento</b> – pesquisa, perfil e fluxo, Observatório do Turismo, impacto do turismo</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Elaboração do Radar – Diagnóstico do turismo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Não há pesquisas sobre a oferta turística (inventário);</li> <li>● Não há pesquisa sobre perfil e fluxo turístico;</li> <li>● Falta definir o público alvo.</li> </ul>
<p align="center"><b>AMEAÇAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Condições climáticas extremas/sazonalidade;</li> </ul>	<p align="center"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Localização estratégica regional/estadual: Região Águas e</li> </ul>

- 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.

- Pedras – Extremo Norte do RS;
- 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.

## Marketing

### Presença e informações disponíveis na Internet

O site da Prefeitura de Alpestre não possui uma página dedicada exclusivamente a ceder informações turísticas. Existe uma seção que apresenta um breve histórico do município<sup>6</sup> e outra<sup>7</sup> que apresenta o endereço, telefone da Astura (Associação de Turismo Rural de Alpestre) e o endereço da prefeitura. No **Facebook**<sup>8</sup>, a prefeitura possui uma página oficial, assim como um perfil oficial no **Instagram**<sup>9</sup>. 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 há, nesses canais, foco em divulgar atrativos ou atividades turísticas do município ou da região.

Ao buscar sobre “turismo em Alpestre” 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. Contudo, os atrativos e hotéis apresentados na página de Alpestre no TripAdvisor são de outras cidades, como Planalto e Ametista do Sul, não havendo destaque para pontos ou estabelecimentos turísticos localizados, de fato, no município.

Os dois próximos resultados da busca listam a página de turismo<sup>10</sup> da Sedetur - Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Rio Grande do Sul - que apresenta algumas informações turísticas, tais como: como chegar, onde ficar, onde comer e o que fazer em Alpestre, porém algumas seções estão em branco (onde ficar) e as informações prestadas nas outras seções é escassa, gerando dúvida sobre a sua credibilidade. O resultado seguinte remete à página de turismo no site da prefeitura, já descrita no início desta seção e que não traz informações robustas sobre o tema. Os demais resultados do Google se referem a blogs pessoais de viagens, sites “não

---

<sup>6</sup> <https://www.alpestre.rs.gov.br/municipio>

<sup>7</sup> <https://www.alpestre.rs.gov.br/turismo>

<sup>8</sup> <https://www.facebook.com/Prefeitura-Municipal-de-Alpestre-RS-2022916797820937>

<sup>9</sup> @alpestreprefeitura

<sup>10</sup> <https://www.turismo.rs.gov.br/cidade/389/alpestre>

oficiais” sobre turismo e a páginas de agências de turismo locais, que não necessariamente atuam com turismo receptivo em Alpestre.

## **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?**

- Pesca;
- Natureza;
- Rio Uruguai;
- Rotas;
- Parque Ogliari;
- Sítio Tio Sabino;
- Agroindústrias;
- Casa das Suculentas;
- Usina;
- Grande curso do Rio Uruguai;
- Maior festa Germânica – Oktoberfest;
- Ponto Extremo Norte;
- Diversidade cultural;
- Uma das duas biofábricas do Brasil – abertas à visitação;
- Tranquilidade;
- Contato com a natureza;
- Em busca de aventura;
- Resgate da cultura;
- Simplicidade;
- Experiência de voltar ao passado;
- Povo acolhedor;
- Educação de qualidade;
- Gastronomia;
- Eventos culturais e religiosos;
- Lagos;
- Liberdade e segurança;
- Parceria com a França na formação de turismo rural.

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

- Simples;
- Humilde;

- Alegre;
- Trabalhadora;
- Acolhedora;
- Receptiva;
- Batalhadora;
- Educada;
- Hospitaleira;
- Simpática;
- Organizada;
- Cheia de etnias;
- Maturidade;
- Transita entre as culturas;
- Vasta em conhecimento;
- Valores éticos e morais;
- Precisa ser lapidada na pegada ecológica e sustentável;
- Constante crescimento.

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

- Você que busca tranquilidade, bem-estar em meio à natureza, com sua família, visite Alpestre, pois aqui temos rios, passeios rurais, praias naturais, como a do Rio Uruguai, podendo também desfrutar os sabores das nossas agroindústrias locais.
- Ei, você, você mesmo, que está cansado, precisando de férias ou de um dia fora do agito, venha conhecer Alpestre, no extremo Norte do RS, com grande extensão territorial, costeada pelo majestoso Rio Uruguai. Você será acolhido por um povo de várias culturas, venha e sinta-se em casa, à vontade!
- Alpestre, situado no ponto extremo Norte do RS, um município onde se destaca por suas belezas naturais, entre elas, o majestoso Rio Uruguai, com o turismo rural em ascensão, gastronomia diversificada resgatando a culinária das etnias, um município que promove eventos reconhecidos, como festas religiosas, esportivas e culturais, onde se destaca a maior festa germânica da região, a Oktoberfest. O Município de Alpestre faz parte do roteiro Águas e Pedras. Visite Alpestre e se encante com nossas belezas.
- Situado no extremo Norte do RS, Alpestre é um município acolhedor, hospitaleiro, composto de diversas culturas e com inúmeras belezas naturais a serem contempladas. Venha desfrutar de momentos agradáveis e renovar suas energias, pois quem passa um dia por esta terra, uma saudade fará voltar.
- Venha conhecer Alpestre e vivenciar momentos únicos em contato com a natureza e o meio rural, com tranquilidade e segurança para sua família, desfrutando dos sabores e saberes de nossa terra.

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

**Alpestre, município da Região Águas e Pedras, Norte do RS, se destaca pelas belezas naturais, ainda mais valorizadas pelo majestoso Rio Uruguai. Venha conhecer a rota de turismo rural Sabores e Saberes da Roça e suas agroindústrias diversas, integradas ao Lago da Barragem e ao Mirante da Usina Foz do Chapecó. Descanse e viva a tranquilidade deste lugar sossegado e seguro. Aproveite o relevo sinuoso, contemple a natureza ou pratique esportes. Divirta-se na Oktoberfest ou nos vários eventos realizados ao longo do ano, valorizando todas etnias que compõem este município de rica diversidade cultural.**

**Visite Alpestre, extremo Norte do Rio Grande do Sul, terra de sabores e saberes.**

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

- Turismo estruturado em torno de pessoas comprometidas. A população consciente das potencialidades, receptivas e preparadas. Rotas turísticas definidas e mapeadas com indicações claras. Parcerias com municípios vizinhos.
- Um turismo diferenciado e organizado, voltado às belezas da natureza de nosso município, bem como à cultura aqui existente. Um turismo natural, explorando assim as belezas naturais. Temos que ter os nossos munícipes felizes, recebendo bem as pessoas que vierem nos visitar, para que voltem e divulguem nosso município, valorizando o bom acolhimento que tiveram. Com a visão de que o turismo é uma fonte de renda.
- Consolidado no roteiro turístico, reconhecido em nível estadual e nacional.
- Que a teoria de hoje seja colocada em prática, colhendo os frutos do planejamento, buscando melhorar o que não deu certo.
- Rotas organizadas, hospedagens rurais, trilhas ecológicas, passeios pelos rios. Visitações ampliadas nas fábricas.

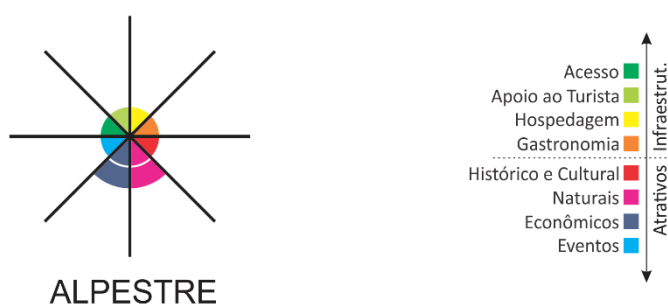
Com base nos apontamentos dos grupos, a consultora propõe a seguinte visão:

**Ser referência, na região Águas e Pedras, em turismo rural e de natureza, com o Plano Municipal de Turismo implementado, colhendo os frutos do planejamento, da ação e da união, sempre buscando qualificar a oferta turística, com a comunidade envolvida e engajada, boa representatividade do Comtur e com o turismo fortalecendo a preservação ambiental, a valorização cultural, além do desenvolvimento econômico e social de Alpestre.**

## Síntese – IPM Unisinos

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

Figura 5: Resultado do Radar de Alpestre



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, assim, que **o posicionamento turístico de Alpestre ainda não é claro**. As ações realizadas, tais como a fundação de um Conselho Municipal de Turismo, a criação de um Plano Municipal de Turismo, a fundação da Associação de Turismo Rural de Alpestre (Astura) e, mais recentemente, a criação do roteiro Sabores do Campo, demonstram que os atores locais, públicos e privados, reconhecem o potencial dos seus atrativos e do desenvolvimento do turismo no município. No entanto, observa-se que a maioria destas ações não foi efetivamente colocada em prática e/ou não teve continuidade. Nesse sentido, é necessário manter a articulação, planejamento e cooperação entre os atores do ecossistema de turismo, para que seu respectivo desenvolvimento seja viabilizado.

No momento, Alpestre não é um destino turístico consolidado e suas principais potencialidades, como os atrativos naturais e econômicos, não são exploradas turisticamente. Com base em todos os atrativos levantados, considera-se que nenhum

tenha atingido patamar satisfatório de reconhecimento e consolidação do ponto de vista turístico, não por falta de potencial e sim por falta de estruturação. 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 condições de acesso adequadas ao município, qualidade das informações turísticas cedidas nos meios físicos e digitais, qualificação e ampliação da oferta gastronômica e de hospedagem, sendo estes alguns dos pré-requisitos para que o sistema de turismo em Alpestre se desenvolva e consolide.



## Plano de Ações

O Plano de Ações que compõe o Plano de Desenvolvimento do Turismo de Alpestre foi construído em encontro presencial no dia 30 de agosto de 2022, conforme listas de presenças do Anexo I.

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

O documento está estruturado de acordo com as dimensões trabalhadas. A prioridade vai de 1 a 5, sendo 5 a mais urgente e importante e, em ordem decrescente, a 1 a menos urgente e importante. O presente plano deverá ser avaliado e monitorado pelo Conselho Municipal de Turismo.

Os pressupostos são os alicerces das estratégias e das ações de desenvolvimento, devendo nortear as atividades e as realizações em prol 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
<b>INFRAESTRUTURA E ACESSO</b>					
Infraestrutura Geral (trânsito, saneamento, energia, comunicações, etc.) e acessos diversos;					
Qualificar o programa de recolhimento e separação do lixo. Definir um local onde os moradores do interior podem levar o lixo seco e químico;	Prefeitura e moradores	Curto prazo Permanente	5	PPP	
Realizar a pavimentação asfáltica até a usina;	Prefeitura	Médio prazo	5	Público	
Criar projeto e implantar as placas de sinalização urbana, rural e turística;	Prefeitura	Curto prazo	5	Público	
Realizar manutenção das estradas e acessos, especialmente no interior;	Prefeitura e proprietários	Curto prazo Permanente	4	Público Privado	
Fazer a aquisição e treinar os empreendedores em primeiros socorros. Avaliar contratação de seguro para as atividades com risco;	Proprietários e empreendedores	Médio prazo	3	Privado	
Implantar programa de paisagismo, sensibilizar e influenciar o plantio de espécies nativas;	Prefeitura e moradores	Curto prazo Permanente	3	PPP	
Embelezar a cidade e os acessos (ajardinamento, paisagismo, mobiliário)	Prefeitura	Médio prazo	2	Público	

urbano);					
Articular com as operadoras de telefonia e internet para qualificar o sinal no município – especialmente no meio rural;	Prefeitura	Médio prazo	2	Provedor	
Qualificar o fornecimento de água potável no município;	Prefeitura e Corsan	Médio prazo	2	Público Corsan	
Ampliar o saneamento básico no município;	Prefeitura e Corsan	Médio prazo	2	Público Corsan	
Pavimentar a rodovia que liga o município até a Foz do Chapecó, ligando RS a SC.	Prefeitura	Médio prazo	2	Público	

### POLÍTICAS PÚBLICAS, COOPERAÇÃO REGIONAL E MONITORAMENTO

Política Pública, Cooperação Regional; Pesquisa, dados

Ampliar equipe e orçamento do Departamento do Turismo;	Prefeitura	Longo prazo	5	Público	
Criar agenda de reuniões mensais, rever a Lei e Nominata do Comtur. Criar as Câmaras Temáticas (grupos de trabalho);	Prefeitura e Comtur	Curto prazo	5	-	
Tornar Lei o Plano Municipal de Turismo.	Prefeitura e Legislativo	Curto prazo	5	-	

## CAPACITAR

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

Fazer levantamento sobre a necessidade e interesse em realizar cursos e oficinas de capacitação no turismo e criar agenda de ofertas;	Entidades, prefeitura, Comtur, CDL, Astura e entidades	Curto prazo	5	PPP	
Ofertar capacitações diversas: em atendimento aos turistas, turismo rural, experiências turísticas, eventos, marketing turístico, etc, voltadas aos setores do comércio, serviços, empreendedores;	Entidades, prefeitura, Comtur, CDL e entidades	Curto prazo Permanente	5	PPP	
Sensibilizar os munícipes para conhecerem seus atrativos. Realizar famtours internos;	Entidades, prefeitura, Comtur e Astura	Curto prazo Permanente	5	PPP	
Engajar a comunidade nas ações de desenvolvimento do turismo. Cobrar a participação do Legislativo;	Prefeitura e Legislativo	Curto prazo	5	-	
Implantar o ensino do turismo nas escolas do município, trabalhando no contraturno ou em projetos;	Prefeitura e Comtur	Curto prazo Permanente	5	-	

Realizar visitas técnicas a outros destinos turísticos consolidados (benchmarking), visando aprender com as melhores práticas;	Entidades, prefeitura, Comtur, Astura e Sebrae-RS	Curto prazo Permanente	5	PPP	
Capacitar os moradores sobre a história local;	Entidades, prefeitura, Comtur e Astura	Curto prazo Permanente	5	PPP	
Ofertar a capacitação de condutores locais de turismo e estimular a formação de guias de turismo;	Entidades, prefeitura, Comtur e Astura	Curto prazo Permanente	4	PPP	
Implantar ensino dos idiomas das etnias, por meio de oficinas.	Cras, prefeitura e entidades culturais	Longo prazo	2	PPP	

### PRODUTOS E EXPERIÊNCIAS TURÍSTICAS – TURISMO RESPONSÁVEL E SEGURO

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

#### SUSTENTABILIDADE

Aspectos Ambientais, Aspectos Sociais e Aspectos Culturais

Organizar, ampliar e fortalecer a Rota Sabores e Saberes, com a adesão de novos estabelecimentos ou	Prefeitura, Comtur, entidades,	Curto prazo	5	PPP	
---	--------------------------------	-------------	---	-----	--

empreendimentos;	Astura e Empreendedores				
Incentivar a abertura de empreendimentos gastronômicos qualificados e voltados ao atendimento do turista;	Prefeitura, Comtur, entidades e empreendedores	Curto prazo	5	PPP	
Incentivar a criação de espaços para hospedagem, focados no atendimento de turistas;	Prefeitura, Comtur, entidades e empreendedores	Curto prazo	5	Privado	
Incluir a visitação à barragem na Rota Sabores e Saberes. Criar área de lazer no Lajeado Grande;	Prefeitura e concessionária	Médio prazo	4	Concessi onária	
Estruturar o Mirante da Barragem, com melhorias na infraestrutura;	Astura e prefeitura	Médio prazo	4	Público	
Reativar o Centro de Atendimento ao Turista – CAT. Avaliar o melhor local;	Astura e prefeitura	Médio prazo	4	Público	
Estimular a criação de Café Colonial e de propriedades rurais que ofereçam refeições;	Prefeitura, Comtur, entidades, Astura e empreendedores	Médio prazo	3	Privado	
Adequar o horário e os dias de atendimento do comércio local, bem como o mix de produtos, para o	CDL, prefeitura, Comtur e	Curto prazo	3	CDL	

atendimento ao turista;	entidades				
Estruturar visita aos atrativos centrais, como a Igreja Matriz e Igreja dos Poloneses, entre outros;	Prefeitura, Comtur, entidades, Astura e empreendedores	Médio prazo	3	PPP	
Qualificar e divulgar o Marco do Extremo Norte do RS, aproveitando o mesmo como atrativo turístico;	Prefeitura, Comtur, entidades e Astura	Médio prazo	3	PPP	
Estimular os estabelecimentos e profissionais do turismo a se cadastrarem no Cadastur;	Prefeitura, Comtur, entidades e Astura	Médio prazo	3	PPP	
Criar experiências turísticas que aproveitem os aspectos naturais e culturais. Ofertar passeios no Rio Uruguai.	Prefeitura, Comtur, entidades e Astura	Médio prazo	3	PPP	

## EVENTOS

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

Definir os eventos que representam o município e com foco na atração de turistas;	Prefeitura, Comtur, promotores de eventos e comunidades	Curto prazo	5	-	
Criar o Calendário de Eventos Oficial e Turísticos;	Prefeitura, Comtur, promotores de eventos e comunidades	Curto prazo	5	-	
Unir as comunidades e promotores de eventos para organizar estratégias de promoção conjunta;	Prefeitura, Comtur, promotores de eventos e comunidades	Curto prazo	5	-	
Acompanhar e estimular o foco cultural – autenticidade – dos eventos;	Prefeitura, Comtur, promotores de eventos e comunidades	Médio prazo	4	PPP	
Contratar um profissional para auxiliar a realização e o resgate cultural dos eventos (consultor);	Prefeitura e entidades	Médio prazo	4	PPP	



Criar programa de incentivo ao Esporte – diversificando as modalidades;	Prefeitura	Curto prazo	4	PPP	
Retomar os eventos que deixaram de existir e que sejam de interesse da comunidade;	Prefeitura, Comtur, promotores de eventos e comunidades	Médio prazo	4	PPP	
Valorizar os talentos locais na programação dos eventos do município. Estimular a cultura;	Prefeitura, Comtur, promotores de eventos e comunidades	Médio prazo	4	PPP	
Estimular a criação de eventos, privados e de pequeno porte, nos empreendimentos turísticos.	Prefeitura, Comtur, promotores de eventos e comunidades	Médio prazo	4	PPP	
<b>MARKETING E POSICIONAMENTO DO MUNICÍPIO</b>					
PROMOVER - Marketing e Comunicação – promoção do destino					
Criar a marca do destino turístico Alpestre (logo e slogan);	Comtur, entidades, Astura e empreendedores	Curto prazo	5	Privado	
Informar e divulgar, por meio de palestras e mídias sociais, os atrativos do município;	Comunidades, prefeitura e Comtur	Curto prazo permanente	5	PPP	

Realizar famtours (visitas) internos para a comunidade se conhecer e, conseqüentemente, divulgar sua oferta turística;	Prefeitura, Comtur, entidades, Astura e empreendedores	Curto prazo permanente	5	Privado	
Criar um banco de dados, imagens e vídeos de promoção turística;	Prefeitura	Curto prazo	5	Público	
Criar as mídias sociais do turismo @visitealpestre (Facebook e Instagram) e definir as #;	Prefeitura	Curto prazo	5	Público	
Criar um canal de comunicação no WhatsApp, integrando os empreendedores e entidades do turismo;	Prefeitura	Curto prazo	5	Público	
Incentivar a população a divulgar as belezas de seu município;	Comunidade, prefeitura e Comtur	Permanente	4	-	
Criar um canal de comunicação com a Rota Sabores e Saberes;	Astura e prefeitura	Curto prazo	4	PPP	
Criar um site específico do turismo “Visite Alpestre”;	Prefeitura	Curto prazo	4	Público	
Contratar profissional para trabalhar o marketing turístico do município;	Prefeitura	Médio prazo	4	Público	
Convidar influenciadores do município, região e de fora para visitarem e divulguem	Comunidade, prefeitura,	Curto prazo Permanente	4	PPP	

o município;	Comtur e Astura				
Criar folder e mapa turístico e imprimir o material;	Prefeitura	Médio prazo	3	Público	
Estimular aos estabelecimentos e atrativos para se divulgarem nos grandes portais, como TripAdvisor, Booking, etc;	Prefeitura, Comtur e Astura	Curto prazo Permanente	3	PPP	
Criar um outdoor para promoção do destino;	Prefeitura	Médio prazo	2	Público	
Participar em feiras e eventos do setor turístico;	Prefeitura	Longo prazo	2	PPP	

## Avaliação e Encaminhamentos

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

### 1) Uma palavra que resuma essa construção:

- Conhecimento;
- Inovador;
- Cultural;
- Motivação;
- Objetivos de realização;
- Engajamento;
- Persistência;
- Otimismo;
- União;
- Constância;
- Prática;
- Coragem;
- Sabedoria;
- Crescimento;
- Cocriação;
- Oportunidade;
- Despertar;
- Paixão;
- Coletividade;
- Foco;
- Autoavaliação;
- Visão;
- Entusiasmo;
- Comprometimento;
- Aprendizado;
- Inspirador;
- Expectativa;
- Amizade.

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

- Oportunidade de conhecer o município;
- A união faz a diferença;
- Juntos podemos construir o futuro que o povo alpestrense busca;
- Importância de planejar e monitorar a execução;
- Visualizar o potencial de nosso município, pois ele é bem maior e melhor do que temos que construir;
- Ser um disseminador do projeto para engajar mais pessoas, para que tudo que almejamos seja realizado;
- Conhecimento, troca de ideias, união e cooperação;

- Trabalho em equipe, com união, produz bons resultados;
- Troca de conhecimento é fundamental para uma construção de sucesso;
- Não basta somente acreditar, devemos ser persistentes;
- Foi algo fora de nosso cotidiano, fazendo a gente pensar em todo potencial que temos em Alpestre e que, às vezes, não nos damos conta;
- Conseguimos enxergar que podemos pôr em prática projetos e ideias e que se formos todos unidos atingiremos os objetivos traçados aqui, hoje, e com certeza será um sucesso.

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

- Começar a expor em conversas com pessoas próximas tudo o que vimos, que é possível fazer na questão do nosso turismo local;
- Informando o máximo de pessoas possível;
- Trabalho de divulgação nas mídias sociais, com as entidades participantes do PMT;
- Através do contato pessoal e redes sociais;
- Convidar mais pessoas e mostrar o projeto existente, demonstrando credibilidade no trabalho e somente teremos algo concreto com o envolvimento de todos;
- Não deixar o assunto morrer divulgando este conhecimento nas nossas redes de amigos, disseminar essas informações às comunidades, chamando a todos para o compromisso desta construção.

### **4) Como apoiar a efetivação das ações propostas?**

- Criando mecanismo de divulgação, promovendo visitas em grupo nos pontos turísticos, com nossas instituições, promovendo a rota turística, com professores e alunos e, de fato, ver quem é o turismo local;
- Não olhar mais para quem é 'do Grêmio ou do Inter', mas sim, olhar para o futuro em longo prazo;
- Participando, fortalecendo o Comtur, com reuniões frequentes para discussões. Fazer o regimento interno do Comtur;
- Trabalhando juntos, estando disponível e participando desta jornada;
- Sensibilizando e valorizando os munícipes e nosso município. "Fatiar o leão", organizar a melhor forma de colocar as ações em prática. Começar pelas prioridades máximas e dividir as responsabilidades;
- União da sociedade, participando das atividades, das ações e projetos, acompanhando o desenvolvimento delas e divulgando as coisas bonitas de nosso município.

## Monitoramento – Conclusão

Alpestre, município gaúcho da região das Águas e Pedras, possui localização estratégica, uma natureza ímpar – sendo o município da região com maior território banhado pelo majestoso Rio Uruguai, culturas diversas e já conta com alguns atrativos estruturados em uma Rota Turística lançada no passado, mas deve reestruturar 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. A estrutura de apoio ao turista de Alpestre ainda precisa ser desenvolvida, mas como uma *consequência* de um trabalho orientado para o turismo no município.

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

É fundamental que toda a comunidade entenda a relevância da atividade turística, como forma de diversificar a matriz econômica do município, gerando emprego, renda e empreendedorismo. E que os ganhos advindos desta atividade poderão beneficiar toda a comunidade, com investimentos diretos e indiretos.

Há que se organizar a oferta de experiências e, ainda, estimular o surgimento de eventos, além de qualificar as opções gastronômicas e os meios de hospedagem, compondo o que se entende como destino turístico.

O turista quer clareza e precisa confiar no destino para poder optar por ele. Todas as informações devem estar disponíveis “num clique”, serem seguras, completas e responderem às questões básicas do turista: Onde está localizado? Há hospedagem – onde dormir? Qual a gastronomia – onde comer? O que eu posso vivenciar – o que fazer? Estabelecimentos comerciais – o que comprar? E, ainda, quais os diferenciais, a identidade deste destino turístico. Assim, torna-se fundamental deixar mais clara essa comunicação, direta e indiretamente, envolvendo o setor público e privado.

A oficina foi de grande valia, pois permitiu a participação de todos nesta construção. O plano é resultado da visão da comunidade, setor público e privado que, juntos, desejam o melhor para Alpestre. 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](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](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 – Alpestre**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/alpestre/panorama>. Acesso em: 29 out. 2022.

INSTITUTO DE PESQUISA DE MERCADO (IPM) - UNISINOS. **Radar Turístico: Alpestre**. *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](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 ALPESTRE. Site Institucional. Disponível em:  
<https://www.alpestre.rs.gov.br/>. 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

REGIONAL: SEBRAE NORTE		AGENDA: 166781	LISTA DE PRESENÇA - ALPSTRE			
INSTRUTORES: IVANE MARIA REMUS FAVERO		PALESTRA DE ELABORAÇÃO DE PLANO MUNICIPAL PARA TURISMO - PRODUTO DE TERCEIROS				
		PROJETO: 2022-Estruturação do Turismo da Rota Águas e Pedras				
N°	CNPJ	CPF	PARTICIPANTE	TELEFONE	EMAIL	ASSINATURA
1		364648.990-15	Yonquina Maci Medeiros	551996403456	atocunecunio@hokmel.com	Yonquina Maci
2		596.438.700-48	Cristina Tereza Marcos	55999568823		Cristina Marcos
3		246563300-79	Lucia Martini Gulkoski	55996906630	luciegulkoski93@gmail.com	Lucia Martini
4		025.193.090-40	Paula Gabri Portunathi	55996263129	paulsgportunathi@gmail.com	Paula Portunathi
5		987597180-04	Maraí Fatima Meatti	(55)997243457	marafmeatti@gmail.com	Maraí Meatti
6		027.956.180-60	André Ethel	1991992329850		André Ethel
7		511061539000	Alison de Kair	55999235713	Kalber transportes@gmail.com	Alison de Kair
8		6950612000	Altair Ogiluzi	55997205199		Altair Ogiluzi
9		61147877068	Paulo César Oldenby	55499595678	oldenbypaulo@gmail.com	Paulo César Oldenby
10		03831977044	Elisa Maria Bergula Beir	55996549014	beirbergulabeir@gmail.com.br	Elisa Maria Bergula Beir
11		577.189.380-34	Adelina da Rosa	035999318131	adelinadarosa@hotmail.com	Adelina da Rosa
12		522.971.280-58	BGRUADCTE O. VOLPATO	54999306723	OTWIKOXIGEN@GMAIL	BGRUADCTE O. VOLPATO

fe fe

CNPJ	CPF	Participante	Telefone	Email	Assinatura
	00889543070	Edmir F. P. Marmentini	55996666685	edipolera@hotmail.com	Edmir F. P. Marmentini
	743.808.509-00	Cecília Apes Rodrigues	55997071577	carol.rodrigues@hotmail.com	Cecília Apes Rodrigues
	77272674055	Elisabete A. Perivo	551996474535		Elisabete A. Perivo
	460169610-00	Elisa Fellensberg Jansson	55996433792		Elisa F. Jansson
	928.606.210-91	Adelina Lucilleste			Adelina Lucilleste
23.981.313/001.F3		Micheli Watti	(55)996275580	miceliwatti@gmail.com	Micheli Watti
	775.646.710-15	Sireni S. Galiminski	55999323730	sireni.galiminski@yahoo.com.br	Sireni S. Galiminski
	031.067.460-55	Enzo Tinotog	055999089107	enzo.tinotog@hotmail.com	Enzo Tinotog
	03671036052	João V. Zolati	55999031392	joaovzolati@gmail.com	João V. Zolati
	392788590-87	João Carlos Poletti	559967161822	joao.poletti@hotmail.com	João Carlos Poletti
	034.265.040-81	Patrícia Piatte	55997326091	pat.piatte11@outlook.com	Patrícia Piatte
	649211230-04	GUNTER JANSSON	55999264710	gunterjansson@hotmail.com	GUNTER JANSSON
	983245430-15	Claudis Traian	55996042608	claudisraian@gmail.com	Claudis Traian
	027.450.840-25	Tatiane Gropiglia	(54)999692533	tatiamegropiglia@hotmail.com	Tatiane Gropiglia

fe fe

Confidencial

	CPF	NOME	fone	EMAIL	ASSINATURA
27	61146366000	MARTA BRATZ	55-99114477	to big beer foto@hotmail.com	Marta Bratz
28	92149502020	Sirlei Zuffanti	55-999121361	telvlei.nob@hotmail.com	Sirlei
29	274687040-15	IVO DAVIELI	(55) 996102287		Ivo Davieli
30	685 275 430 87	Rosane3	551996255534	RTOO-RS@hotmail.com	Rosane3
	343 374230 68	Serevino Prinel			Serevino Prinel
	013 023 170 32	Michel Ubagnoci3	55 - 9 96338501	michel.ubagnoci@hotmail.com	Michel Ubagnoci
	5229672505	LEDOVIA A POCE	(51) 999753546	LEDOVIAPOCE@ig.com.br	Ledovia A Poce
	398951730911	Ariosto Jose Meotti	55 988246666	ariosto.jmeotti@hotmail.com	Ariosto Jose Meotti
	681417850-87	Cindiana W. Meotti	55856124116	Cindiana.w.meotti@gmail.com	Cindiana W. Meotti
	941495.260-84	Wagner R. Bortol	(51) 956870427	wagnerbortol@gmail.com	Wagner R. Bortol
	929.717.190-22	Mauricio Lauricio	551997325190	mauricio.lauricio@hotmail.com	Mauricio Lauricio
	030.05.600-86	Fabiano Kumpke	551399835233	fabkumpke@hotmail.com	Fabiano Kumpke
	399 733 520-68	Claci Balte Wengingroig	(51) 9966663334	claci.wengingroig@outlook.com	Claci Balte Wengingroig

Prof. F. F.

REGIONAL: SEBRAE NORTE    AGENDA: 166782    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

LISTA DE PRESENCIA - ALPESTRE

Nº	CNPJ	CPF	PARTICIPANTE	TELEFONE	EMAIL	ASSINATURA
1		02519309040	Paula Giseli Pertunatti	55996263129	paulagpertunatti@gmail.com	Paula Giseli Pertunatti
2		008895430170	Edenir F. Peloso Marmentini	55996666685	edipeloso@hotmail.com	Edenir F. Peloso
3	23.981.212/0001-73	018.753.170-66	Micheli Ubbi	(51) 996246580	baixinhacompro@hotmail.com	Micheli Ubbi
4		596-438700-49	Cristina Teixeira Marcom	55999568823		Cristina Teixeira Marcom
5		460169.610-00	Elisa Fellenberg Janssen	55996433799	-	Elisa F. Janssen
6		522971.280-53	BERNARDETE VOLPATO	5499906723	BERNARDETEVOLPATO@gmail.com	Bernardete Volpato
7		361.648.990-15	Ysaquima Aroci Innocencia	(55) 996403456		Ysaquima Aroci Innocencia
8		56682905068	Clarice A. Favistanovic	(55) 996122714	clarice.apes@hotmail.com	Clarice A. Favistanovic
9		227410840-25	Tatiane Gropio	(54) 999692533	tatiangropio@hotmail.com	Tatiane Gropio
10		983245430-15	Claudia Tronim	(51) 996040608	@gmail.com	Claudia Tronim
11		036.710.360-52	Ysaías Victor Zuberli	55999081392	ysaias.vz09@outlook.com	Ysaías Victor Zuberli
12		64921123004	GUNTER JANSSEN	55999224455	guntersonne@hotmail.com	Gunter Janssen

ff

	CPF	NOME	FONE	EMAIL	ASSINATURA
13					
14	476.265.400-34	Adriano F. Memlah	55 999519934	amemlah@emater.thery.	
15	52296725075	Leandro P. Paço	1551999253576	le-dopa@outlook.com	
16	577.189.380-34	Adelino da Rosa	55 999318131	adelinoda@gmail.com	
17	027.956.180-60	André Etthal	055992129850		
18	695061240	oo Altair Ogilvi	55199120519		
19	39278859087	João C. Paletti	996716822	joao.paletti@hotmail.com	
20	09881168009	Rodrigo N. Mattini	55 999388981	rodri.n.mattini@brt	
21	716646770-85	Sueli Selma S. Gabineski	55 999323777	sueli.gabineski@yahoo.com.br	
22	71272674053	Christiane de A. Pereira	55199641458		
23	034.265.040-81	Patricia Pilatti	55 999316091	patpilatti@outlook.com	
24	974697070-15	FILIO DALCANTO	55 996103227		
25	611463660-00	MARTA BRAATZ	55.997114477	bigben.pato@hotmail.com	Marta Braatz
26	030.032.600-86	Fabiane Douglas	55.329835233	fabking@hotmail.com	Fabiane Douglas
26	941.495.260-87	Wagner R. BOHN	(55)996870429	wagnerbohn@gmail.com	

	CPF	NOME	FONE	E-MAIL	ASSINATURA
27	596-4397004	Luiz Antonio Clarcor	55 999568823	luizantonioclarcor.com	
28	246.563300-78	Lucia Martins Julkaski	55 996906630	lucijulkaski93@gmail.com	
29	023.211.850-74	Adriano A. Neto	55 999680723	adrianoa.neto@gmail.com	
30	987197180-04	Mardi Fátima Meotti	55 997243457	meotifm@gmail.com	
	027.04460-55	Simone Finlatos	55993089107	simonefinlatos@outlook.com.br	
	399.733.520-68	Claci Paete Mengionig	55996666334		
	510.615.390-06	Antônio Luiz Kahlke	55.999235113	claci.riva@outlook.com	

## Anexo II – Foto das atividades







## Anexo III – Convite para a comunidade



**Vamos  
falar de  
Turismo?**

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

**Data:** 30/08/2022

**Horário:** 08 horas

**Local:** Centro Municipal da Cultura - Rua Frederico Westphalen nº333, Alpestre/RS

**Esperamos você!**



MUNICÍPIO DE  
ALPESTRE






























Sicredi

















## Anexo IV – Avaliação de Turismo - IPM Unisinos



Acesso e Transporte (itens que pontuam)	Disponibilidade
Principais rodovias de acesso ao município em boas condições (asfalto em boas condições, sem risco)	?
Oferta de ônibus intermunicipais para acesso ao município	?
Oferta de horários para viagens nos ônibus intermunicipais	?
Potencial de fluxo para o município ("caminho" para outros destinos ou isolado)	✓
Proximidade de grandes centros/municípios de maior porte	✓
Oferta de ônibus municipais aos principais atrativos do município (afastados do Centro)	?
O município possui rodoviária	✓
Rodoviária e respectiva estrutura física (mobiliário, limpeza, pintura...) em bom estado de conservação	?
Caixa eletrônico na rodoviária	?
Serviços de alimentação na rodoviária	?
Sinalização interna da rodoviária (placas orientativas, identificação 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...)	
<b>Outras perguntas para compor relatório (itens que NÃO pontuam)</b>	<b>Disponibilidade</b>
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)	
<b>Apoio ao Turista e Conveniências (itens que pontuam)</b>	<b>Disponibilidade</b>
O município possui Centro de Atenção ao Turista (CAT), Centro de Informações Turísticas e/ou similares em pleno funcionamento (abertos sistematicamente)	
Qualidade do atendimento prestado no CAT/hospitalidade	
Horário de atendimento do CAT atende a necessidade dos turistas (de acordo com a realidade do local)	
Os CATs/Centros de Informações Turísticas são bem localizados (atende a necessidade dos turistas)	
Há material informativo impresso (mapas, folders, flyers) elaborado e disponibilizado pelo poder público (nos CATs, hotéis, restaurantes, agências locais...)	
Qualidade do material informativo impresso	
Município possui placas com os nomes das ruas	
Sinalização turística/indicativa nos principais pontos turísticos do município (distâncias, como chegar)	











O município possui agência de turismo que oferta pacotes receptivos	
O município possui agências bancárias e/ou caixas eletrônicos	
O site da Prefeitura Municipal possui uma seção específica de informações turísticas	
As informações turísticas no site da Prefeitura Municipal são robustas (há informações sobre atrativos turísticos, hospedagem, gastronomia, rotas e roteiros turísticos, com site, telefone, e-mail, pessoas de contato)	
As informações turísticas no site da Prefeitura Municipal estão atualizadas	
O município possui perfil atualizado no Instagram (oficial, gerenciado pela Prefeitura)	
O município possui página no Facebook atualizada (oficial, gerenciada pela Prefeitura)	
O município possui (ou faz parte) de rotas ou roteiros turísticos	
As rotas ou roteiros estão em pleno funcionamento (sistemizados)	
O município conta com estrutura própria para atendimento de urgência e emergência em saúde?	
<b>Outras perguntas para compor o relatório (itens que NÃO pontuam)</b>	<b>Disponibilidade</b>
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	
<b>Hospedagem (itens que pontuam)</b>	<b>Disponibilidade</b>
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	?
<b>Outras perguntas para compor relatório (itens que NÃO pontuam)</b>	<b>Disponibilidade</b>
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	
<b>Gastronomia (itens que pontuam)</b>	<b>Disponibilidade</b>
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)	
<b>Outras perguntas para compor o relatório (itens que NÃO pontuam)</b>	<b>Disponibilidade</b>
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)	






<b>Eventos (itens que pontuam)</b>	<b>Disponibilidade</b>
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)	
<b>Outras perguntas para compor o relatório (itens que NÃO pontuam)</b>	<b>Disponibilidade</b>
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)	
<b>Atrativos Econômicos (itens que pontuam)</b>	<b>Disponibilidade</b>
As atividades econômicas desenvolvidas no município são exploradas turisticamente (é possível fazer visitas guiadas ou técnicas, comprar produtos típicos ou “de fábrica”; qualquer pessoa consegue agendar/fazer, há um roteiro pré-definido e divulgado; não depende de alguém que conheça “o dono” para ter acesso aos locais)	
As atividades econômicas desenvolvidas no município têm potencial de exploração turística	
O município explora econômica/turisticamente seus atrativos naturais, culturais ou históricos por meio de empreendimentos de hospedagem e gastronomia	
O município possui pelo menos um 'produto local' marcante (artesanato, comida, bebida...)	
O município explora turisticamente o 'produto local' marcante	
Disponibilidade de 'produto local' (facilidade de encontrar/comprar)	
O município possui produtos de artesanato local	
O município possui perspectivas de investimentos diretos ou indiretos em turismo	

<b>Outras perguntas para compor o relatório (itens que NÃO pontuam)</b>	<b>Disponibilidade</b>
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?	
<b>Atrativos Naturais (itens que pontuam)</b>	<b>Disponibilidade</b>
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	



<b>Atrativos Históricos e Culturais (itens que pontuam)</b>	<b>Disponibilidade</b>
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	✓
<b>Governança e Cooperação (não pontua, apenas descritivo)</b>	<b>Disponibilidade</b>
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	