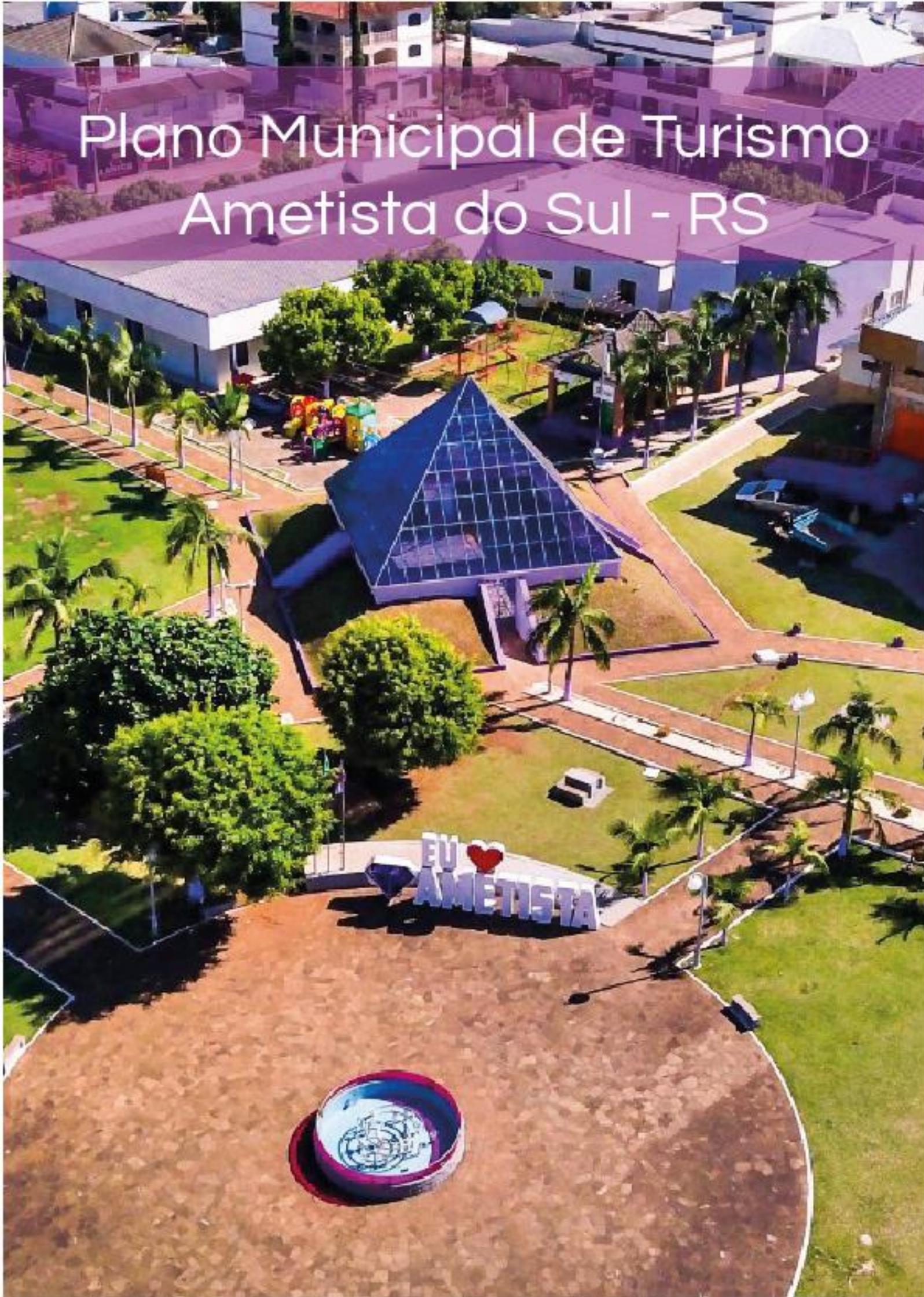


Plano Municipal de Turismo Ametista do Sul - RS





PLANO MUNICIPAL DE TURISMO- AMETISTA DO SUL-RS



Demandante:

Prefeitura Municipal de Ametista do Sul (RS)

Avenida Bento Gonçalves - 1433

pmametistadosul@gmail.com

(55) 3752-1122 / (55) 3752-1135

Secretaria de Indústria, Comércio, Mineração e Turismo

Secretário: Fabio dos Santos

Assessora: Elaine Broglio

Realização:

Kerkhoff Design: pesquisa, projetos e comunicação

Responsável técnica: Hélen Vanessa Kerkhoff Jacomassa

Foto capa:

Influence Agência Digital

PLANO MUNICIPAL DE TURISMO AMETISTA DO SUL-RS

2021-2024

Ametista do Sul-RS

Agosto de 2021

Mensagem do Prefeito de Ametista do Sul:



O Plano Municipal do Turismo é muito importante para a cidade de Ametista do Sul, pois é uma ferramenta que irá contribuir para o desenvolvimento das atividades do setor turístico do nosso município. Com orgulho, pode-se afirmar que o turismo de Ametista do Sul está crescendo em ritmo acelerado devido às ações dos empreendedores do setor. Assim, entende-se que o poder público está auxiliando diferentes iniciativas privadas por meio das estratégias e ações propostas neste plano, sendo possível mostrar algumas direções e investimentos necessários para qualificar o setor turístico da cidade.

Mensagem do Secretário de Turismo de Ametista do Sul:

O Plano Municipal de Turismo de Ametista do Sul, vem para auxiliar os empreendedores, pois apresenta dados concretos do setor, além de trazer uma previsão dos investimentos por parte do município. A ideia é que essas ações, voltadas a curto, médio e longo prazo, unam forças entre as iniciativas públicas e privadas, para que seja possível a realização das estratégias e ações, aqui apresentadas. Assim, com essas informações, visa-se auxiliar no crescimento e desenvolvimento turístico da cidade. Vale ressaltar que esse plano foi pensado e criado para dar suporte para o crescimento que o turismo vem tendo durante os últimos anos, deste modo, torna-se possível planejar o futuro e evitar o crescimento desordenado do turismo.



Sumário

1. Apresentação	7
2. Pandemia e a Incerteza no Turismo	8
2.1 Turismo Brasileiro e o Impacto da COVID-19	9
2.2 Retomada Turística Pós-pandemia	10
3. Dados Socioeconômicos	15
3.1 Aspectos Físicos	15
3.2 Dados Populacionais (2020)	15
3.3 Finanças Públicas (2020)	15
3.4 Dados Econômicos (2021)	16
3.5 Produto Interno Bruto (PIB)	16
3.6 Índice de Desenvolvimento Humano (IDH-M)	16
3.7 Turismo	16
4. Justificativa do Plano de Desenvolvimento do Turismo de Ametista do Sul	18
5. Metodologia	19
6. História do Município	22
7. Contextualização do Turismo	26
7.1 O Turismo em Ametista do Sul	26
7.2 Infraestrutura: Hospedagem e Alimentação	28
7.3 Ofertas Turísticas	30
8. Segmentos Prioritários	45
9. Missão	49
10. Visão	50
11. Valores	51

12. Fatores Críticos de Sucesso	52
13. Análise do Ambiente- FOFA.....	53
13.1 Pontos Fortes/Potencialidades	53
13.1.1 Turismo	53
13.1.2 Infraestrutura	54
13.1.3 Meio Ambiente	54
13.1.4 Cultura	54
13.2 Pontos Fracos	55
13.1.1 Turismo	55
13.1.2 Infraestrutura	56
13.1.3 Meio Ambiente	56
13.1.4 Cultura	56
13.3 Oportunidades	57
13.4 Ameaças.....	57
14. Objetivos, Estratégias e Ações	59
14.1 Mapa Estratégico	60
15. Considerações Finais	70
Referências	71
Glossário	73

1. APRESENTAÇÃO

A Prefeitura Municipal de Ametista do Sul, por meio da Secretaria de Indústria, Comércio, Mineração e Turismo, elaborou o Plano Municipal de Turismo de Ametista do Sul 2021-2024, com o objetivo de organizar, orientar, direcionar e agregar esforços para o desenvolvimento das atividades turísticas no município.

O Plano Municipal de Turismo (PMT) surgiu de um esforço coletivo. Esse processo de planejamento ocorreu de maneira democrática e participativa, contando com contribuições de várias entidades relacionadas ao turismo de Ametista do Sul, por meio de reuniões, entrevistas e questionários.

Ressalta-se que o PMT busca coletar informações relevantes sobre o turismo local, regional, nacional e internacional e apresenta diferentes pontos de vista sobre a pandemia (COVID-19) e o período pós-pandemia, trazendo reflexões sobre o futuro do turismo. Dentro desse contexto, faz-se uma apresentação aprofundada dos dados de turismo do município, focados na oferta e demanda turística da cidade.

Vale salientar que os planos estratégicos são uma ferramenta muito importante para gestão dos municípios, pois, por meio deles, é possível analisar diferentes pontos de vista, organizar e melhorar o que já existe no município e criar novas oportunidades para o futuro do turismo na cidade.

Com este plano, busca-se estruturar e adequar os produtos e serviços turísticos novos e os já existentes, a fim de qualificar o turismo em Ametista do Sul para colher melhores oportunidades, visando boas parcerias entre poder público e entidades privadas, para promover o turismo da cidade.

Salienta-se que este plano estará disponível para fins de consulta na Secretaria de Indústria, Comércio, Mineração e Turismo e no seu respectivo *site*, proporcionando o acesso a toda a comunidade.

2. PANDEMIA E A INCERTEZA NO TURISMO

A humanidade já enfrentou diversas epidemias, algumas centradas e outras mais disseminadas, que se caracterizaram como pandemia (CORBARI; GRIMM, 2020). Segundo os autores supracitados,

só entre 2011 e 2018, a Organização Mundial da Saúde (OMS) acompanhou 1483 eventos epidêmicos e pandêmicos em 172 países (WHO, 2019) [...] Em 2020, eclodiu a pandemia de COVID-19, desencadeada no início de janeiro de 2020, em Wuhan, na província de Hubei, na China. A COVID-19 é uma doença respiratória, causada pelo vírus SARS-CoV-2, pertencente à família dos coronavírus. É altamente transmissível entre seres humanos e tem como seu principal efeito a Síndrome Respiratória Aguda Grave (CORBARI; GRIMM, 2020, p. 5).

Assim, com o surgimento da COVID-19, todos os países e setores de turismo foram afetados, alguns de forma mais impactante, devido às restrições de viagens e fechamento de fronteiras e outros de forma mais branda, porém o mundo todo sentiu as consequências. Diante disso, torna-se relevante observar o impacto da pandemia no setor turístico.

Segundo Porterfield (2020), em matéria publicada para Forbs, a Organização Mundial de Turismo das Nações Unidas (OMT) anunciou que o setor de turismo no mundo teve um prejuízo de US\$ 320 bilhões em apenas cinco meses de coronavírus, entre os meses de janeiro e maio de 2020. A matéria destaca que a necessidade de isolamento social provocou um enorme declínio no setor do turismo no mundo.

Ressalta-se que a estratégia de isolamento social, criada para diminuir a curva de contágio, tem um impacto enorme em diferentes setores da economia, principalmente para os serviços que não são considerados essenciais, como é o caso do setor turístico (CORBARI; GRIMM, 2020). De acordo com a OMT, a pandemia pode colocar em risco cerca de 100 a 120 milhões de empregos, diretamente ligados ao turismo, sendo o pior resultado da histórica do turismo internacional desde 1950 (UNWTO, 2020).

Outra questão relevante é que a OMT informou, em dezembro de 2020, que, entre janeiro e outubro, o turismo internacional sofreu uma redução de 900 milhões de turistas. Entende-se, assim, que os prejuízos causados ao turismo internacional em 2020, devido à pandemia, são maiores que o prejuízo registrado em 2009, quando o mundo sofria o impacto da crise econômica (UNWTO, 2020). Segundo o UNWTO,

o turismo global sofreu seu pior ano já registrado em 2020, com as chegadas internacionais caindo 74% de acordo com os últimos dados

da Organização Mundial do Turismo (OMT). Os destinos em todo o mundo receberam 1 bilhão de chegadas internacionais a menos em 2020 do que no ano anterior, devido a uma queda sem precedentes na demanda e restrições de viagens generalizadas. Isso se compara com a queda de 4% registrada durante a crise econômica global de 2009 (UNWTO, 2021).

Ainda segundo a OMT, os cenários estendidos para 2021 até 2024 indicam que, para que o turismo internacional volte aos níveis de 2019, pode-se levar de dois anos e meio a quatro anos (UNWTO, 2021).

Portanto, é possível observar, por meio dos dados apresentados, que a pandemia traz um cenário de incertezas e fortes impactos internacionais para o setor do turismo. A perspectiva de recuperação desse cenário é crítica e levará anos para se reerguer novamente, fazendo com que o turismo busque novas formas de se reconstruir. Em matéria publicada no *site* da OMT (UNWTO, 2021), especialistas explicam que estão cientes de que a crise está longe do fim, gerando um cenário de incertezas sobre o futuro do turismo global.

Assim, para compreender melhor os impactos no quesito nacional, na subseção a seguir, constam dados focados no turismo brasileiro, além de apontamentos pertinentes sobre o impacto da COVID-19 no setor do turismo nacional.

2.1 Turismo Brasileiro e o Impacto da COVID-19

Compreende-se que o isolamento social tem sido utilizado como estratégia para “frear” o avanço da COVID-19 no Brasil e no mundo, mas essa ação traz um impacto enorme na atividade econômica, principalmente para aqueles serviços que não são considerados essenciais, como é o caso do setor turístico.

Destaca-se que, nos dias atuais, o turismo é uma das principais atividades de lazer da sociedade e representa um papel de importância nos setores econômico e social, pois a atividade fomenta a geração de empregos e promove o desenvolvimento econômico (CLEMENTE *et al.*, 2020).

Segundo a Fundação Getúlio Vargas (FGV) (2020), o Brasil estava experimentando, antes da pandemia, uma trajetória de crescimento no turismo: dados do IBGE “indicam que o turismo no país contribui, diretamente, para cerca de 3,7% do PIB nacional e 3% do total de empregos no país” (FGV- PROJETOS, 2020, p. 8). O autor supracitado salienta que, no turismo internacional, o Brasil obteve um crescimento de 4,1 milhões

de chegadas internacionais de turistas no ano de 2003, para mais de 6 milhões nos últimos anos.

Entretanto, é um setor bastante sensível diante das crises, pois é vulnerável diante de colapsos econômicos. Além disso, é um dos primeiros setores a serem excluídos da lista de prioridades das pessoas, por não ser um serviço essencial, causando danos e impactos no cotidiano de quem trabalha diretamente com o setor turístico.

Segundo o relatório de impacto da pandemia de COVID-19 nos setores de turismo e cultura no Brasil (2020), de acordo com os dados do Novo CAGED, de janeiro a julho de 2020, a contratação e demissão da economia do turismo foi negativo em 364.044 postos de trabalho formais. Conforme dados do IBGE, o conjunto de atividades turísticas (de janeiro a julho de 2020) apresentou retração de 37,9%, se comparado a igual período do ano de 2019, principalmente pelos ramos de restaurantes, transporte aéreo, hotéis, rodoviário coletivo de passageiros, *catering*, bufê e outros serviços alimentícios, e agências de viagens.

Verificou-se, também, que o Brasil teve uma queda abrupta no número de empregados admitidos nos diferentes setores da economia brasileira, enquanto ocorreu um aumento no número de desligados. Salienta-se que a pandemia resultou em demissões generalizadas no setor turístico brasileiro, muitas vezes se deparando com uma situação catastrófica, pois muitos funcionários se depararam com pouca ou nenhuma proteção financeira ou social. Diante disso, instiga-se a pensar se os postos de trabalho perdidos serão reativados após a crise e/ou como reativá-los (CORBARI; GRIMM, 2020).

Assim, torna-se de grande relevância compreender o que estudiosos da área explanam sobre a retomada turística pós-pandemia e quais são as tendências de viagens e mudanças em relação à procura turística.

2.2 Retomada Turística Pós-pandemia

A pandemia do novo coronavírus ocasionou uma transformação mundial. O ano de 2020 ficou marcado em vários aspectos, sendo necessário repensar os próximos anos para o turismo. Inicia-se um momento de ruptura, no qual muitas coisas irão mudar, inclusive, no setor turístico. Estudiosos da área revelam que a procura por viagens domésticas irá aumentar. Outras mudanças serão em relação à segurança sanitária, consumidores com hábitos mais sustentáveis e a procura por empresas que transmitam maior segurança.

Torna-se importante salientar que a OMT criou o Comitê de Crise do Turismo Global, que se reuniu pela primeira vez neste ano de 2021. O comitê acredita que, com o início da vacinação contra a COVID-19, o setor turístico está preparando a sua reabertura de forma segura e coordenada.

Segundo o *site* da UWNTO (2021), à medida que o turismo for recomeçar, “o Painel de Especialistas da OMT prevê uma demanda crescente por atividades turísticas ao ar livre e baseadas na natureza, com o turismo doméstico e as experiências de 'viagens lentas' ganhando interesse crescente”.

Assim, a tendência no primeiro momento pós-pandemia é que as pessoas prefiram passeios domésticos e viagens regionais que possam evitar aglomerações. Os turistas irão procurar por regiões mais próximas e que permitam viagens de carro, com atividades de lazer em ambientes abertos e contato com a natureza. Essas estimativas fazem parte o Sistema Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa (Sebrae-SP), com base na pesquisa elaborada pelo Laboratório de Inteligência de Mercado em Viagens (TRLV Lab), que avaliou os impactos e tendências pós-pandemia no turismo (O DIA, 2020).

Além da preferência por esses destinos, os dados apresentados pela pesquisa supracitada mostram que cerca de 38% da população pretende viajar com a família após a pandemia, sendo que cerca de 53% devem viajar nacionalmente. Esse é um aspecto positivo para cidade de Ametista do Sul, que tem como fonte de renda principal o turismo local, com espaços turísticos abertos e em contato com a natureza, prezando sempre pela segurança do turista.

A seguir, são apresentadas algumas tendências, aspectos e oportunidades que devem ser levados em consideração nesse novo cenário e nessa nova fase do turismo.

Tendências	Aspectos	Oportunidades
Viagens domésticas	Turismo local, valorização dos aspectos locais e regionais. A pandemia promoveu um aumento da valorização do nacionalismo.	Promover produtos com identidade local. Aproveitar para promover a história do produto, sua geolocalização. Produtos como vinhos locais, gastronomia local e vivência única relacionada aos espaços de cada ponto turístico remetendo a identidade local, trazem um diferencial e terão muita procura.

Segurança sanitária	Turistas que buscam locais com baixo fluxo de pessoas. Espaços que prezam pela segurança e higiene do turista.	Fazer com que o turista tenha uma vivência inesquecível e segura em termos de higiene em cada ponto turístico. A segurança sanitária está relacionada com a vivência positiva do turista para com a cidade.
Hábitos mais sustentáveis	Existe uma demanda crescente de turistas preocupados com o desenvolvimento turístico sustentável e comércio justo. Consciência social.	Mostrar a organização social e ética de suas empresas. Contar a história de suas empresas, de seus funcionários, de seus moradores. Valorizar os fornecedores locais, produção orgânica. Conceito de <i>Slow Tourism</i> ¹ .
Marcas que transmitem segurança	Empresas que são confiáveis quando se necessita de cancelamento, reagendamento de viagens, questões de higiene e sustentabilidade.	Buscar a priorização de seus clientes. Criar pacotes que expliquem o cancelamento e reagendamento caso surjam mais imprevistos com a pandemia ou outras situações. Deixar o cliente se sentir seguro. Apresentar a empresa, os funcionários as vivências que terão no local, os cuidados com a higiene do local, questões de sustentabilidade. Fazer com que o cliente se sinta abrigado pela empresa.

¹ Slow Tourism ou turismo lento (tradução livre) “foi inspirado no Slow food movimento criado pelo italiano Carlo Petrini para ser a antítese do fast-food, essa forma de experiência turística propõe mais do que visitar: sugere “viver” o destino. Tudo em ritmo lento, diminuindo a ansiedade cotidiana e aproveitando grandes e pequenas delícias locais... No livro “Slow Travel and Tourism” (“Viagem e Turismo Lento”, em tradução livre, de 2010), os autores Janet Dickinson e Les Lumsdon defendem que indivíduos que ficam mais e viajam menos incorporam o destino como uma experiência em si e se envolvem mais profundamente com a cultura local” (CATRACA LIVRE, 2020).

Mídias Sociais	Disputa pela atenção do consumidor. Mostrar valor e diferencial.	Utilizar bem as redes sociais, comunicar durante a pandemia para ser lembrado pós-pandemia. Utilizar as mídias sociais para ressaltar todos os aspectos já salientados anteriormente.
----------------	---	---

No primeiro item sobre a tendência de viagens domésticas, um aspecto importante refere-se à valorização de aspectos locais/regionais, o que proporciona o desenvolvimento de produtos com identidade local. Destaca-se que a cidade de Ametista do Sul trabalha bem essa oportunidade, pois, se tratando desse tipo de produtos, há em abundância diferentes produtos desenvolvidos em pedras, como joias, artesanatos em pedras; produtos locais, como vinhos e espumantes, entre outros.

Esses artigos atraem diferentes públicos, que podem estar ligados ao místico, à decoração, aos adornos, ao lado técnico ou visitantes que apenas querem adquirir um produto local para recordar.

No segundo item, apresenta-se a tendência de segurança sanitária. Nesse sentido, é importante salientar que, mesmo sendo um cenário pós-pandemia, os cuidados com a higiene dos locais para com as pessoas deverão seguir ainda mais rígidos. Os turistas vão acabar buscando por locais com baixo número de pessoas, para que se sintam mais seguros e aproveitem de forma mais tranquila suas viagens.

Já no terceiro item sobre hábitos mais sustentáveis, apresenta-se um cenário referente ao conceito de *Slow Tourism*, que traz um turismo focado em um ritmo mais lento, fazendo com que o turista tire o peso da ansiedade cotidiana e aproveite mais o que o turismo local tenha a oferecer. Os hábitos sustentáveis visam ao lado social, à valorização de fornecedores locais e à produção orgânica.

O quarto item, sobre a tendência a escolher marcas que transmitem segurança, refere-se a empresas que se preocupam em deixar o seu consumidor mais seguro e feliz. Devido à pandemia, muitas viagens foram canceladas. Com isso, o cancelamento de hospedagens em hotéis, reservas em restaurantes, entre outros aspectos, gerou um estresse grande para quem já estava com tudo organizado, fazendo com que os turistas busquem por empresas transparentes que prezem pelos clientes, trazendo soluções de cancelamento e reagendamento caso surjam novos imprevistos. O consumidor busca empresas que os abriguem de forma justa e transparente.

No quinto item, abordam-se questões relacionadas às mídias sociais, sua importância nesta época de pandemia para colher frutos no período pós-pandemia. As mídias sociais funcionam como estratégia de marketing para que os turistas conheçam os pontos turísticos de Ametista do Sul e sintam a necessidade de buscar a cidade para fazer visita no pós-pandemia. Além disso, as mídias sociais servem para comunicar todos os outros aspectos colocados como tendências no quadro.

Portanto, conhecendo esse contexto de pandemia e pós-pandemia no Brasil e no mundo, torna-se possível visualizar tendências futuras que irão auxiliar na organização dos caminhos a serem tomados como ponto de partida para orientação de acolhida aos turistas e do novo modo de pensar. Inicia-se, então, a apresentação de dados focados no município de Ametista do Sul, Rio Grande do Sul, Capital Mundial da Pedra Ametista, pedra símbolo do Rio Grande do Sul.

3. DADOS SOCIOECONÔMICOS

Nesta seção, são apresentados os dados socioeconômicos do Município de Ametista do Sul. As informações se tornam pertinentes para adquirir maior conhecimento do município. As próximas subseções serão divididas da seguinte forma: Aspectos Físicos, Dados Populacionais, Finanças Públicas, Dados Econômicos, Produto Interno Bruto (PIB), Índice de Desenvolvimento Humano e Turismo. Os dados foram retirados do *site* do IBGE, do *site* do Governo do Brasil (tesouro transparente), além do levantamento de dados municipais referentes a informações de comércios e turismo.

3.1 Aspectos Físicos

Área Territorial	93,704 km ² [2020]
Data e Lei de Criação	20/03/1992 – (Lei nº. 9570)
Microrregião	Frederico Westphalen
Distritos e Vilas/Povoados	Primeiro Distrito é a Sede, Segundo Distrito é a Linha de São Valentin da Gruta e possui as seguintes Vilas: São Rafael, Barreiro Grande, Barreirinho, Alto Barreirinho, Santa Catarina, Sangão, Santo Antônio, São Valentin da Gruta, Tajuva, Pedra, Santo Antônio, Três Coqueiros, Fátima e Linha Alta.
Municípios Limítrofes	Cristal do Sul, Rodeio Bonito, Frederico Westphalen, Iraí e Planalto.
Municípios de Origem	Planalto, Iraí e Rodeio Bonito
Distância Rodoviária da Capital	438 Km da capital, Porto Alegre
Acessos Rodoviários	RS-591

3.2 Dados Populacionais (2020)

População Estimada	7.403 pessoas
--------------------	---------------

3.3 Finanças Públicas (2020)

Repasso do Fundo de Participação dos Municípios (FPM)	6.813.043,93
---	--------------

Fonte: www.tesourotransparente.gov.br/temas/estados-e-municipios/transferencias-a-estados-e-municipios

3.4 Dados Econômicos (2021)

Número de garimpos ativos no município	130
Estabelecimentos Bancários	<ul style="list-style-type: none"> • Banrisul • Sicredi • Cresol • Caixa (Lotérica)

3.5 Produto Interno Bruto (PIB)

PIB <i>per capita</i> (2018)	16.218,90
------------------------------	-----------

3.6 Índice de Desenvolvimento Humano (IDH-M)

Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) [2010]	0,682
--	-------

3.7 Turismo

Número de Turistas no ano 2019	Aproximadamente 110 mil
Origem dos Turistas no ano de 2019 (Estados)	Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná
Número de Estabelecimentos de Hospedagem (2021)	Aproximadamente 10
Número de Estabelecimentos de Alimentação (2021)	Aproximadamente 30
Número de Estabelecimentos de Lojas de Pedras (2021)	Aproximadamente 16
Número de Agências de Viagem (2021)	Aproximadamente 5
Número de Empregos diretos gerados pelo turismo	Aproximadamente 339
Perfil do Turista (2019)	A maior parte dos turistas e visitantes é do sexo feminino, viajam em família ou excursões, e têm como principal motivo da viagem lazer (viagem de férias ou fins de semana).
Perfil do Turista (Período da pandemia-2020/2021)	A maior parte dos turistas e visitantes é do sexo feminino, viajam em sua maior parte em família, casais sem filhos e excursão de idosos, e têm como principal motivo da viagem o lazer, passeios naturais e turismo de experiências (vivências únicas), viagem de férias, feriado ou fins de semana.

<p>Perfil Esperado de Turista Pós-pandemia</p>	<p>Pretende-se focar em um perfil de turista que passe mais tempo na cidade. Ou seja, turistas e visitantes que possam viajar durante a semana, para ficarem mais tempo experienciando o município e seus pontos turísticos. Com um poder aquisitivo maior e que buscam entender a realidade do lugar onde estão, apreciando os espaços e o turismo em Ametista do Sul. O foco é em turistas que vivenciem a cidade, sejam eles famílias, amigos, estudantes ou excursões.</p>
--	--

4. JUSTIFICATIVA DO PLANO DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO DE AMETISTA DO SUL

O Plano Municipal de Turismo (PMT) tem por finalidade apresentar um conjunto integrado de ações para o desenvolvimento do turismo no município de Ametista do Sul. Logo, o PMT trata dos programas e das ações necessárias para o fomento e crescimento das atividades turísticas no município.

Destaca-se que sua elaboração é de extrema importância, pois traça objetivos e apresenta um diagnóstico com metas e iniciativas para todas as modalidades de turismo em nível municipal, com articulações para o desenvolvimento regional e nacional.

Ametista do Sul tem sua economia focada no setor mineral com a extração de pedras preciosas, como a Ametista, a Ágata, a Jaspe, entre outras, sendo a principal atividade econômica do município com aproximadamente 75% do movimento. Em virtude disso, muitos empreendimentos voltados ao setor turístico começaram a surgir no município, demonstrando a importância da organização de um plano de desenvolvimento turístico.

Além da mineração, há a agricultura e a pecuária, que movem a economia municipal. Atualmente, destaca-se o setor de vitivinicultura, que vem crescendo no município e acredita-se ser esta uma fonte de renda que irá acelerar ainda mais o crescimento do município com a produção de vinho, auxiliando também em mais atrativos turísticos na cidade.

Assim, estima-se que, direta e indiretamente, o turismo movimenta a economia local, gerando aproximadamente 339 empregos diretamente ligados ao setor turístico.

Isso demonstra a relevância da criação de metas, objetivos e articulações para a área, principalmente nos dias atuais, visto que, dentro do cenário catastrófico que se vive atualmente, devido à pandemia, torna-se necessário repensar novas maneiras de agir e se realocar no mercado turístico. Novas tendências surgem e, com elas, novos estilos de vida.

O PMT justifica-se, então, por sua relevância para o município, pois se trata de um plano que será desenvolvido de maneira participativa com a comunidade geral e empreendedores locais, integrando a visão dos diferentes atores que estão ligados ao turismo.

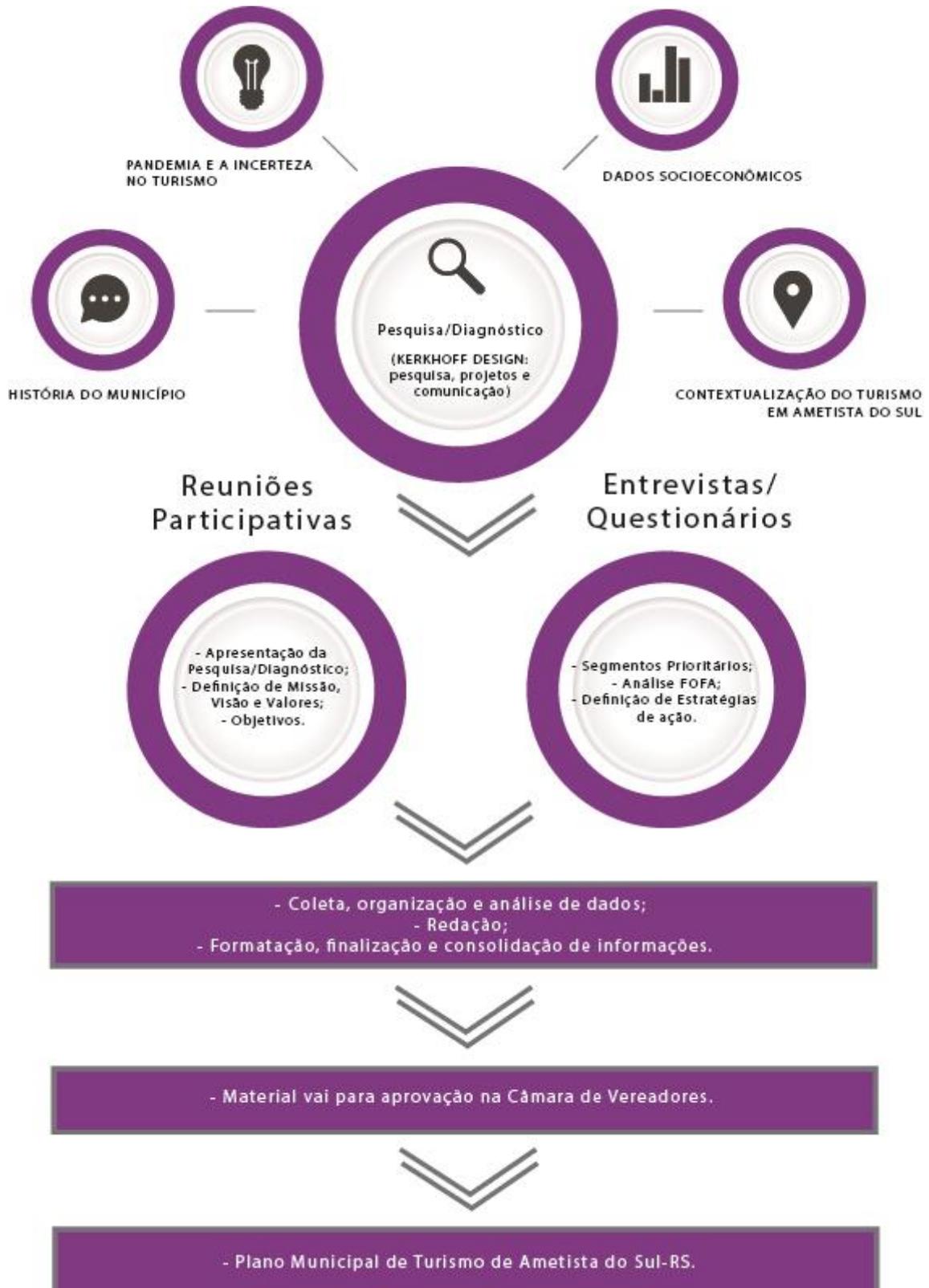
5. METODOLOGIA

O Plano Municipal de Turismo foi desenvolvido de março a julho de 2021. Todo o processo foi construído pela Secretaria Municipal da Indústria, Comércio, Mineração e Turismo, junto ao Conselho Municipal de Turismo (COMTUR), elaborado com assessoria e consultoria da empresa Kerkhoff Design: pesquisa, projetos e comunicação.

O processo de criação do Plano Municipal de Turismo de Ametista do Sul foi feito de forma participativa, por meio de reuniões, entrevistas e questionários *on-line* (devido à pandemia). Tudo foi realizado junto a atores da iniciativa privada e poder público.

Primeiramente, foi realizada uma pesquisa ampla, com fontes de dados secundários, para diagnosticar a situação do turismo atual (local e nacional). Em seguida, iniciaram-se as reuniões com o COMTUR e entidades ligadas ao turismo. Inicialmente foram planejadas oficinas com atores da iniciativa privada e poder público, mas, devido à pandemia, foi reestruturado o formato de coleta de informações e aplicados diferentes questionários de forma *on-line* e entrevistas mais individualizadas com atores importantes do meio.

O infográfico a seguir demonstra as etapas de desenvolvimento do PMT.



A etapa de pesquisa e diagnóstico ocorreu a partir de fontes de dados primários e secundários. Em posse de informações relevantes sobre o assunto, realizaram-se reuniões para apresentar a coleta de informações e quais seriam os próximos passos. Nessas reuniões, foram abordados diversos assuntos, como objetivos, missão, visão e valores que o PMT deve ter.

Já nas etapas de questionários e entrevistas, foram abordados assuntos mais específicos referentes à segmentação turística, as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças do município e do turismo, além de coletar pontos de vistas diferentes sobre ações que a comunidade e entidades turísticas acreditam ser importantes para melhorar e qualificar o setor turístico no município.

Após todas essas informações coletadas, o próximo passo foi analisar e compilar os dados recebidos. Seguindo a pesquisa, foram levantados diferentes questionamentos e, a partir da participação de diferentes atores da sociedade, foi possível criar estratégias e ações. Destaca-se que este plano possui um planejamento previsto de quatro anos, ou seja, 2021 a 2024, o que restringe a aplicação de ações fora do período previsto.

6. HISTÓRICO DO MUNICÍPIO

Ametista do Sul, conhecida como a Capital Mundial da Pedra Ametista, teve sua origem na década de 1930. Na época, era uma região de difícil acesso, devido à superfície de seu território ser totalmente irregular. Com o passar do tempo, foram aparecendo alguns trilhos no meio da densa floresta, sendo que esses caminhos levavam a vários outros povoados, como Iraí, Planalto, Barril (Frederico Westphalen) e Rodeio Bonito.

Acredita-se que, nesse mesmo período, foram encontradas as primeiras pedras preciosas e, com elas, iniciou-se a chegada dos primeiros moradores. Assim, em meados de 1940, surgiram os primeiros núcleos habitacionais e se instalou o primeiro comércio, sendo o local conhecido naquela época pelo nome de Cordilheira.

Nessa mesma década, começaram a chegar muitas famílias vindas da cidade de Caxias do Sul para trabalhar na agricultura, pois a terra era muito fértil, entre elas, famílias de nacionalidade italiana, trazendo consigo suas tradições religiosas. Assim, os imigrantes demonstraram sua religiosidade ao construir, em 1945, um capitel, onde foi colocada a imagem do Arcanjo São Gabriel. Com isso, o local passou a ser conhecido como São Gabriel até 1992. Esse altar existe até os dias atuais e localiza-se em frente ao comércio de Ferragens Bassi.

Já na década de 50, foi construída a primeira escola (Figura 01) e a primeira igreja, bem como começaram a ser abertas estradas que facilitavam o deslocamento de pessoas e produtos. Na década de 60, foi transformada em distrito de Iraí, sendo então chamada de São Gabriel do Iraí. A antiga capela passou a paróquia de São Gabriel pelo bispo João Hoffman (Bispo diocesano de Frederico Westphalen). Em 1964, São Gabriel virou Distrito de Planalto, época em que a agricultura era muito forte, bem como a suinocultura.

Figura 01: Primeira escola.



Fonte: Acervo Secretaria de Turismo de Ametista do Sul, 2021.

Nos anos 70, a agricultura e a agropecuária foram dando lugar à extração de pedras preciosas, como ametistas e ágatas. Com a instalação de grandes empresas exportadoras no distrito São Gabriel, os negócios começaram a prosperar e também começaram a chegar mais habitantes e máquinas para a exploração desses minérios. Assim, nos anos 80, o pequeno povoado começa a dar ares de cidade, com ruas e avenidas bem traçadas, calçadas, água e iluminação pública, telefone, ginásio de esportes, hospital, entre outros.

Então, nos anos 90, um movimento emancipacionista (Figura 02) transformou o distrito em município, sob a lei nº 9.570, sancionada pelo governador Alceu Collares, em 20 de março de 1992, sendo a comissão emancipacionista composta por José Carlos Alves, Antônio da Rocha, Jorge Luís Bassi, Izaldir Sganzerla, Valdomiro Albino Toniazzo, entre outros. Como já havia no Rio Grande do Sul um município com o nome de São Gabriel, o novo município recebeu o nome de Ametista do Sul, uma referência a sua principal riqueza mineral, a pedra ametista. Ametista do Sul foi desmembrada dos demais municípios vizinhos da seguinte forma: 65% de Planalto, 5% de Rodeio Bonito e 30% de Iraí.

Figura 02: Dia da Emancipação de Ametista do Sul, 1992.



Fonte: Acervo Secretaria de Turismo de Ametista do Sul, 2021.

A cidade de Ametista do Sul tem como padroeiro o Arcanjo São Gabriel, cujo aniversário é comemorado no dia 29 de setembro. Já o aniversário da cidade é festejado no dia 20 março. Com o passar dos anos, o município se destacou nacional e internacionalmente, devido ao seu crescimento local e econômico, pois as preciosidades extraídas de seu solo atraem olhares do mundo todo.

Ressalta-se que, no ano de 2013, a pedra ametista foi escolhida para ser o mineral símbolo do Rio Grande do Sul, devido à relevância para o estado. Sendo assim, o Projeto de Lei 101 – 2013 foi aprovado em 2015 pelos deputados estaduais do Rio Grande do Sul, trazendo ainda mais orgulho para os moradores da cidade.

Salienta-se, também, que, a cada dois anos, acontece no município a Expopedras, uma feira da indústria e de comércio de pedras que proporciona aos seus expositores demonstrarem a beleza e a qualidade das suas pedras, visando fazer bons negócios com o mercado nacional e também internacional no ramo de gemas, joias e capelas, além de divulgar as grandes atrações turísticas de Ametista do Sul e região.

Atualmente, Ametista do Sul é conhecida como a “Capital Mundial da Pedra Ametista”, sendo que a sua principal atividade econômica, com aproximadamente 75% do movimento, é o setor mineral, com a extração de pedras preciosas, como a ametista,

ágata, jaspe e outras. No setor turístico, a cidade ganhou visibilidade a partir do ano 2008, devido a empreendimentos privados e públicos.

O município possui 353 estabelecimentos comerciais e 24 estabelecimentos industriais. Os principais produtos oriundos da agricultura são: uva, laranja e produção de grãos. Uma grande conscientização está ocorrendo com os agricultores na diversificação da propriedade agrícola para citricultura, suinocultura e vitivinicultura. Na pecuária, há uma pequena produção de subsistência, suínos, aves, bovinos, sendo que o gado leiteiro produz uma média de 3,5 milhões de litros por ano. O município conta também com projetos de suinocultura, com seis pocilgas; a vitivinicultura, que iniciou em 1997 com oito agricultores e quatro hectares e que, atualmente, possui mais de 68 agricultores integrados e um aumento de 180 hectares plantados. Acredita-se ser esta uma fonte de renda que irá acelerar ainda mais o crescimento do município, com a produção de vinho.

7. Contextualização do Turismo

Existem diversos conceitos sobre o que é turismo, porém entende-se que é de extrema importância compreender o que é essa atividade tão complexa que pode movimentar a economia de diversas cidades. Para a OMT, do ponto de vista técnico, “o turismo compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras” (OMT, 2001, p. 38).

Observa-se que essa definição é mais ampla e explana as características mais importantes da atividade, que são elas: Introdução dos possíveis elementos motivadores de viagem: lazer, negócios ou outros; Nota temporária do período por um ano, período realmente amplo, máximo se comparado com o tempo normal de duração dos vistos de viagem para turismo dados pelos governos – três meses – ou com a periodicidade prevista por algumas legislações para delimitar o que se considera habitual – seis meses; Delimitação da atividade desenvolvida antes e durante o período de estada; Localização da atividade turística como a atividade realizada "fora do seu entorno habitual" (OMT, 2001 apud VASCONCELOS, 2005, p. 159).

O conceito de turismo pode ser compreendido de diversas formas, devido sua complexidade, porém, acredita-se que o conceito que a OMT traz é o que se encaixa melhor no entendimento técnico da atividade. Portanto, explanando o conceito de turismo aplicado e entendido no desenvolvimento deste plano, apresenta-se agora o turismo da cidade de Ametista do Sul.

7.1 O Turismo em Ametista do Sul

A cidade de Ametista do Sul tem o privilégio geológico de possuir as maiores jazidas de ametista do mundo, germinadas nas convulsões vulcânicas do Período Cretáceo da terra, ocorrido há 135 milhões de anos.

Localizada a 450 km de Porto Alegre (Capital do Rio Grande do Sul) e 90 km de Chapecó, divisa com o estado de Santa Catarina, a cidade está em elevado crescimento socioeconômico devido à vasta riqueza mineral extraída e processada, ao lado do fortalecimento da fruticultura especialmente com o cultivo da uva e produção de vinhos.

Favorecido por essas dádivas da natureza, Ametista do Sul também adotou o turismo como fonte de renda. Atualmente, faz parte das Rotas “Águas e Pedras” e “Gemas e

Jóias”. Possui, de fato, características empresariais, culturais, históricas e naturais inusitadas em nível nacional.

Nesse sentido, Ametista do Sul torna-se uma cidade que tem condições de ser visitada o ano todo, pois possui diferentes atrações turísticas que compreendem diversos públicos. Suas atrações naturais atraem visitantes do mundo todo, e a cidade disponibiliza alguns serviços, como restaurantes temáticos, hotéis, lazer e entretenimento, para melhor atender os turistas.

Além disso, considerando-se aspectos esotéricos e de crenças na energia positiva dos cristais, foi construída na praça central uma pirâmide, cujo interior é revestido com ametista. Outro atrativo para os visitantes é a igreja matriz da cidade, toda revestida de ametista, com alguns cristais de calcita, citrino e quartzo hialino.

O município conta com belezas naturais, como o rio da Várzea e o rio do Mel, com *camping* e áreas verdes. Há também diversas lojas de pedras preciosas e jóias. Outro ponto turístico muito procurado e que pode receber visita são as empresas onde as pedras são beneficiadas com acabamento necessário para serem comercializadas.

O turismo em Ametista do Sul não para por aí! Um dos pontos turísticos mais visitados é o Ametista Parque Museu, que dispõe das mais variadas pedras, e um garimpo subterrâneo, preparado para receber visitantes. A cidade conta também com dois restaurantes subterrâneos, onde os turistas desfrutam de uma deliciosa comida.

Os empreendimentos na cidade são de pura criatividade, além dos minerais, os visitantes podem fazer visita e acompanhar a fabricação de vinhos e cerveja em minas desativas. Os turistas que se deslocam até a cidade de Ametista do Sul podem também visitar minas em atividade onde poderão ver como é o trabalho de um garimpeiro, além de aprender um pouco mais sobre essa atividade. São diversos pontos turísticos que serão apresentados detalhadamente na seção de Ofertas Turísticas.

Vale salientar que um dos eventos mais importantes para o município é a Expopedras, feira que acontece a cada dois anos, geralmente no mês de março, sendo uma exposição-feira de pedras. A Expopedras é uma feira Internacional da Pedra Ametista e tem como objetivo potencializar a indústria e o comércio local de pedras, proporcionando aos seus expositores uma oportunidade de mostrar toda a beleza e a qualidade de seus produtos. A Feira é uma grande vitrine, que visa fazer bons negócios no ramo de gemas, jóias e capelas, com mercado nacional e internacional, que divulga também as atrações turísticas de Ametista do Sul e região. Além da comercialização, a Feira é um canal de contato para futuros negócios, o que a torna um referencial no setor.

Há também outros eventos importantes no município, como Natal Encanto das Pedras, Festa de São Gabriel, Festa de Nossa Senhora de Aparecida.

Destaca-se que o turismo em Ametista do Sul se intensificou a partir do ano de 2008, em virtude de investimentos públicos e privados no município. O aumento da demanda turística levou à valorização dos imóveis e de investimentos privados, tornando a cidade ainda mais atrativa. Vale lembrar que Ametista do Sul ganhou ainda mais visibilidade quando apareceu em uma reportagem no programa Globo Repórter, feita pela TV Globo.

O turismo no município é bastante promissor, suas ações estão centradas no aproveitamento dos atrativos envolvendo pedras preciosas, garimpos desativados, vinhos, gastronomia diversificada e atrativos naturais. O setor turístico vem incrementando a economia local, trazendo diferentes comércios e serviços, o que gera uma significativa quantidade de empregos e renda.

O turismo de Ametista do Sul se destaca por ser único na região, com pontos turísticos que prezam pela qualidade e bem-estar dos turistas e da comunidade local.

7.2 Infraestrutura: Hospedagem e Alimentação

Por meio de um levantamento realizado pela da Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo, no ano de 2021, constatou-se que existe uma oferta gastronômica composta por aproximadamente 30 estabelecimentos. A seguir, são listados alguns estabelecimentos alimentícios que estão no *site* da Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo, que são integrados por bares, restaurantes e padarias:

- Belvedere Mina Restaurante (subterrâneo);
- Restaurante Garimpo;
- Restaurante e Churrascaria Meu Cantinho;
- Restaurante e Churrascaria Macaã;
- Restaurante Ferrari;
- Mina Beer Microcervejaria Artesanal;
- Lancheria do Nile;
- Castro Center Bar e Lancheria;
- Deck Ametista;
- Pedra Café;
- Pizzaria Delizie;

- Pizzaria Drusa;
- Sorveteria Skina;
- Café Casa Colonial;
- Lancheria Ametista;
- Boliche Belvedere Mina;
- Boliche Ametista;
- Sorveteria Sartori;
- Caldo de Cana do Alemão;
- Platter Formaggi;
- Padaria São Gabriel;
- Padaria Nona Gema;
- Padaria da Ivete;
- Padaria Fischer;
- Padaria Mercado Castro.

Ainda referente ao levantamento realizado pela Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo, no ano de 2021, constatou-se a existência de uma oferta de aproximadamente 10 locais de hospedagem. A seguir, alguns hotéis e pousadas listados no *site* da secretaria supracitada.

- Hotel e restaurante Ferrari;
- Hotel das Pedras;
- Hotel Ametista;
- Belvedere Mina;
- Eco Hotel;
- Pousada da Professora Lurdinha;
- Pousada Cristal;
- Pousada São Gabriel;
- Pousada Santa Rita;
- Cabanas Arbor.

Grande parte desses estabelecimentos estão localizados no centro da cidade. Há estabelecimentos que oferecem serviços em conjunto, como hospedagem e restaurantes, ou entretenimento para adultos, como Boliche, alimentação e equipamentos de lazer para crianças, e outros oferecem um maior contato com a natureza (estes estão localizados mais distantes do centro, devido a suas características mais rústicas).

Em dias úteis, o fluxo desses estabelecimentos é composto pela maioria dos consumidores da própria cidade, já nos fins de semana e feriados, a maioria dos clientes são turistas locais, regionais e nacionais.

7.3 Ofertas Turísticas

Com as análises feitas a partir do levantamento de dados da atual Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo, no ano de 2021, é possível apresentar as ofertas turísticas que a cidade de Ametista do Sul tem a oferecer. Ressalta-se que a maioria dos empreendimentos turísticos do município são privados. A seguir, consta o mapa turístico com os pontos marcados e uma descrição sobre cada um.



Igreja Matriz



Fonte: Site da Secretaria do Turismo de Ametista do Sul,2021.

Tem seu nome dedicado ao Arcanjo Gabriel, e seu atrativo maior é ser a única igreja no mundo revestida com pedras preciosas, num total de 40 toneladas do mineral, sendo um ambiente temático com pinturas que relatam passagens bíblicas e uma pia batismal formada por um único geodo, pesando 500 quilos. A motivação maior na construção da igreja é divulgar a riqueza e a beleza das pedras preciosas deixadas por Deus, ao passo que refletem a beleza do município. Também é possível contemplar as belezas da criação de algumas espécies de aves e flores. São mais de 500 variedades de flores e árvores que embelezam a paisagem nos jardins em torno da Igreja.

Pirâmide Esotérica



Fonte: Site da Secretaria do Turismo de Ametista do Sul,2021.

A pirâmide esotérica é um local para meditação, pois sustenta o poder mágico dos minerais em suas paredes internas, ela também simboliza a ligação entre a terra e o céu. A pirâmide esotérica possui um centro místico mágico e acredita-se que as orações feitas ali serão levadas diretamente às divindades. A parte superior da pirâmide concentra mais energia, enquanto sua base acumula um tipo de energia mais tranquila, mais calma. A base da pirâmide é quadrada e representa a Terra, seus quatro ângulos representam: verdade, inteligência, silêncio e profundidade.

Galeria Capra



Fonte: Site da Secretaria do Turismo de Ametista do Sul,2021.

Um novo conceito de Galeria que conta com belezas naturais raríssimas em Ametista do Sul! Muitas novidades aguardam por você! Atrativos:

- Exposição de geodos de ametista;
- Experiências tecnológicas;
- Energização com fundo infinito;
- Projeção mapeada;
- Tour 360° com realidade aumentada;
- Comércio de gemas e joias.

LP Minerais do Brasil



Fonte: Site da Secretaria do Turismo de Ametista do Sul, 2021.

A LP Minerais do Brasil surgiu com o intuito de trazer ao grande público o que existe de fascinante em pedras preciosas. Com conhecimento especializado no ramo durante décadas, é uma empresa reconhecida internacionalmente como uma das maiores companhias no setor de extração, industrialização e comercialização de pedras. A LP Minerais do Brasil se orgulha por reunir lojas de uma vasta gama desses tipos de minerais já encontrados e catalogados pelo mundo, além do mais, são encontradas peças exclusivas de todo o planeta: Brasil, África, Peru, México. Tudo isso para que você possa se deslumbrar e descobrir o que existe de surpreendente no subsolo do planeta.

Museu do Bambu



Fonte: Site da Secretaria do Turismo de Ametista do Sul,2021.

No Museu do Bambu, você irá fazer uma viagem ao mundo da sustentabilidade e conhecer de perto as infinitas possibilidades que o bambu apresenta, além de desempenhar um papel fundamental no planeta. O Museu foi criado para oferecer ao visitante um amplo e rico acervo com peças produzidas com essa planta. Os visitantes vão conhecer a história e o potencial dessa gramínea, visualizar diferentes espécies, além de saborear o delicioso broto do bambu em conserva e o chá feito da folha, que contém várias propriedades benéficas para a saúde. O acervo contém peças elaboradas de forma artesanal por artesãos do Rio Grande do Sul e de outros estados do Brasil, além de peças vindas de outros países. O acervo atualmente conta com peças variadas, como óculos, relógio, instrumentos musicais, bicicleta, *mouse*, teclado, além de objetos de uso doméstico e de higiene pessoal. Além do espaço para visitação, o Museu conta com uma loja de artigos elaborados com bambu e uma área externa com mudas e plantas cultivadas em vasos feitos de bambu.

Belvedere Mina



Fonte: Site da Secretaria do Turismo de Ametista do Sul, 2021.

O belo panorama do Belvedere Mina impressiona a todos que visitam o município de Ametista do Sul. Localizado em uma região montanhosa de garimpo, o Belvedere é um complexo que conta com os mais variados atrativos turísticos em um único lugar. Conheça mais sobre o processo de extração da pedra ametista, acompanhando de perto um garimpo em atividade até sua industrialização. O visitante terá a oportunidade de percorrer as galerias subterrâneas, conhecendo a técnica de retirada da pedra e também a detonação ao vivo de explosivos dentro da mina. O Complexo possui vários atrativos, entre eles:

- Piscinas Subterrâneas: única no mundo, construída dentro da mina, água aquecida a 30°C em qualquer estação do ano.
- Tirolesa: aventura, 50 metros de altura, percorridos em 400 metros, a velocidade chega a 40km/h, adrenalina, total segurança e visões incríveis.
- Museu de Pedras Gigantes: visita a galerias subterrâneas, com exposição de mais de 30 exemplares de minerais gigantes e exóticos. É possível entrar dentro das pedras preciosas.
- Buggys: *tour* diferenciado em minas preservadas e desativadas, com guias especializados. Passeio incrível, divertido, repleto de adrenalina e muito conhecimento.

- Mina em Atividade: passeio pela mina, oportunidade de ver o trabalho realizado no garimpo, curiosidades sobre o interior da jazida e detonação ao vivo para retirada de minerais.
- Boliche: duas pistas de boliche interativo, mesas de bilhar e bar. O primeiro boliche interativo da região Sul do Brasil. Espaço com *deck*, lojinha de joias preciosas e semipreciosas, artesanatos em pedras.
- Pista de *Kart*: *kart* de modelo Indoor, com motores 6,5 Hp, que proporcionam muita velocidade e adrenalina aos pilotos, com total segurança.
- Chalés: conforto, ambiente climatizado, contato com a natureza, ideal para renovar as energias.
- Café Subterrâneo: carta de cafés que vai desde os clássicos aos requintados. Ambiente agradável, lanches saborosos, drinques e o bom chope.
- Loja de Joias: ambiente preparado dentro da mina, com variados itens de artesanato em pedras, joias, pedras preciosas e semipreciosas.
- Chocolates Ametista: loja de dar água na boca. Variedade de chocolates artesanais, adega subterrânea com vinhos, sucos e espumantes.

CoperAmetista



Fonte: Site da Secretaria do Turismo de Ametista do Sul, 2021.

Fundada no dia 27 de fevereiro de 2007, a CoperAmetista dedica-se à produção de vinhos e suco integral de uva e laranja no Município de Ametista do Sul-RS. Iniciou suas

atividades com 28 famílias associadas e atualmente conta com 48 famílias que se dedicam ao cultivo de uva e laranja. Os vinhos são elaborados em suas mais diversas variedades, entre eles: vinho fino tinto seco e suave, *cabernet sauvignon*, niágara, vinhos de mesa, vinho branco seco e suave, além de sucos de uva e de laranja 100% integrais. Possui uma loja temática junto ao Ametista Parque Museu, com degustação dos produtos e envelhecimento de vinhos em furnas com temperatura reduzida, umidade constante e luminosidade reduzida. Outro ponto de venda é junto a sua sede, na estrada que dá acesso ao museu, no Bairro Aparecida.

Centro de Mineralogia



Fonte: Site da Secretaria do Turismo de Ametista do Sul, 2021.

O Centro de Mineralogia é um espaço em que você poderá conhecer minerais que são encontrados em diversas partes do mundo. As amostras presentes no Centro são catalogadas de acordo com sua origem, ocorrência na natureza, fórmula química e principais usos na indústria e cultura popular. Localiza-se na cidade de Ametista do Sul, região onde está a maior jazida de pedra ametista do mundo.

Ametista Parque Museu



Fonte: Site da Secretaria do Turismo de Ametista do Sul,2021.

No Ametista Parque Museu você tem a oportunidade de conhecer um acervo único e diferenciado, com mais de 2.000 exemplares de pedras preciosas raras. Os visitantes fazem um passeio nas galerias subterrâneas, onde conhecem todo processo de origem e extração das pedras preciosas. No local, o visitante encontra diferentes atrativos, como:

- Passeio Motorizado;
- Mina Beer (Micro Cervejaria);
- Platter Formaggi;
- Tirolesa;
- Mirante;
- Loja Temática da CoperAmetista.

Garimpo em Atividade



Fonte: Site da Secretaria do Turismo de Ametista do Sul, 2021.

O passeio começa com uma trilha em meio a mata nativa, que tem por objetivo proporcionar o contato do visitante com a natureza, levando-o até um garimpo em funcionamento. Um garimpeiro e um guia explicam como funciona todo o processo da retirada de um geodo até sua extração. O passeio conta com uma apresentação geológica sobre a formação da pedra preciosa, bem como sua extração em um ambiente preparado para o turista. Nosso passeio proporciona momentos inesquecíveis!

Mirante das pedras



Fonte: Site da Secretaria do Turismo de Ametista do Sul, 2021.

Mirante das Pedras – Família Trombetta Pedras Direto do Produtor. Pedras naturais, sem industrialização, mantendo toda sua energia e belezas naturais. Contando com uma visita para a mais bela paisagem. Mirante das Pedras, muito mais que um local, uma verdadeira experiência de vida.

Shopping das Pedras



Fonte: Site da Secretaria do Turismo de Ametista do Sul, 2021.

Uma rede de produtores cooperados, com as melhores opções de compra.

Vinícola Ametista



Fonte: Site da Secretaria do Turismo de Ametista do Sul, 2021.

A Vinícola Ametista impressiona com a maior cave subterrânea de envelhecimento de vinhos existente, produto diferenciado e de alto padrão de qualidade. Basicamente, essa é a linha norteadora de um empreendimento que colocou o município de Ametista do Sul na rota dos apreciadores de vinho. Ambiente único no mundo para o cultivo de uva e clima excelente para a maturação tornaram-se diferenciais da Vinícola Ametista. São fabricados vinhos finos e de mesa, os quais são armazenados para envelhecimento em galerias subterrâneas (cerca de 300 metros de profundidade), que dão aos produtos temperatura e umidade excelentes. A experiência de um passeio por galerias repletas de ágatas e ametistas serve para o visitante observar todo o processo inovador, além de ser um convite único de degustação de vinho em um ambiente inesquecível.

Agroindústria São Valentin

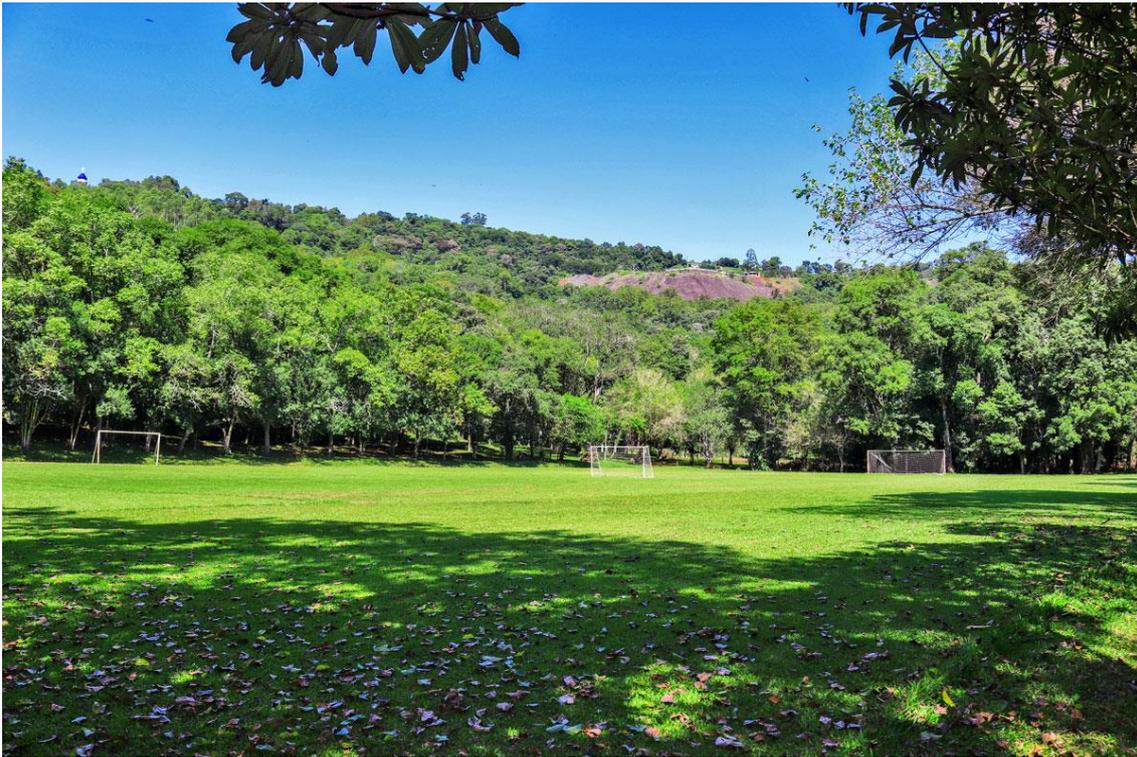


Fonte: Site da Secretaria do Turismo de Ametista do Sul, 2021.

Na Agroindústria São Valentin, o visitante tem a oportunidade de fazer um passeio entre as estufas de morango, passando pela agroindústria de geleias e cerveja artesanal, podendo fazer a degustação de vários tipos de geleias, além de pão caseiro, salame, queijo e sucos. Atrativos:

- Agroindústria familiar;
- Produtos coloniais, Geleias, Vinhos, Sucos;
- Plantação de morangos, Comercialização de seus derivados

Camping São Rafael



Fonte: Site da Secretaria do Turismo de Ametista do Sul, 2021.

O Camping São Rafael está localizado ao lado do Rio do Mel, na comunidade de São Rafael. O local é ideal para você passar momentos de descanso e descontração. Dispõe de churrasqueiras, local para acampamento, campo de futebol, cancha de boxas e bar.

Assim, torna-se possível observar que Ametista do Sul conta com uma variedade de pontos turísticos, pronta para receber turistas o ano inteiro. As informações aqui contidas, referentes a cada ponto turístico, foram retiradas do *site*² da Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo, que, periodicamente, passa por atualizações. Então, sugere-se o acompanhamento do *site* para obter informações atualizadas.

² *Site*: www.ametistadosul.tur.br

8. Segmentos Prioritários

A segmentação turística é vista pelo Ministério do Turismo como uma estratégia para estruturação e comercialização de destinos e roteiros turísticos brasileiros. Entende-se que, para que a segmentação do turismo seja efetiva, é necessário conhecer as ofertas do destino, seus atrativos, produtos e serviços (BRASIL, 2010).

Segundo o Ministério do Turismo, a segmentação turística é entendida como “uma forma de organizar o turismo para fins de planejamento, gestão e mercado. Os segmentos turísticos podem ser estabelecidos a partir dos elementos de identidade da oferta e também das características e variáveis da demanda” (BRASIL, 2006).

Destaca-se que segmento é dividir a demanda em grupos de clientes atuais e potenciais que compartilham as mesmas características (LOVELOCK; WRIGHT, 2001). Mas vale ressaltar que os profissionais que atuam no turismo não criam segmentos, apenas identificam e decidem para qual segmento os esforços devem ser direcionados (BRASIL, 2010).

Ametista do Sul, por ser uma cidade com muitos atrativos turísticos, recebe diferentes perfis de turistas, que, no geral, têm expectativas diferentes e motivações diversas para realizarem a visita. Assim, é necessário compreender a demanda dos turistas para que seja possível segmentar e melhorar a oferta para o público que vem até o município.

Para compreender melhor quais segmentos a cidade de Ametista do Sul possui, foi elaborado um questionário e enviado para diferentes grupos da sociedade (COMTUR, Agências de Turismo, Associação do Turismo de Ametista do Sul). Desse modo, tornou-se mais participativa a forma de compreender os diferentes segmentos do turismo de Ametista do Sul.

No intuito de trabalhar dentro dos segmentos já estabelecidos pelo Ministério do Turismo (2006), foram listados os segmentos turísticos prioritários.

Figura 03 – Segmentos prioritários



Fonte: BRASIL, 2010.

Dessa forma, os respondentes do questionário puderam responder sobre quais gamas de segmento acreditam que o município possui e, em paralelo, puderam classificar o nível de desenvolvimento de cada segmento turístico que marcaram na resposta anterior.

A classificação foi realizada para que fosse possível direcionar o planejamento das ações. Os níveis foram: **A DESENVOLVER** – apresenta potencialidade, mas sem estruturação, com falta de recursos humanos, equipamentos e infraestrutura. **A QUALIFICAR** – possui estrutura turística para atender ao mercado, mas necessita melhorar a qualidade dos serviços prestados, bem como de capacitação e qualificação de serviços de pessoal e equipamentos. **QUALIFICADO/PROMOVER** – possui produtos e serviços estruturados e qualificados, aptos para promoção e comercialização no mercado, mas com necessidade de qualificação constante.

A partir do entendimento de como foi aplicado o questionário e quem foram os respondentes, apresentam-se, então, as análises das respostas. A segmentação turística de Ametista do Sul foi definida como: Turismo de Lazer, Turismo de Negócios e Eventos, Turismo de Aventura, Turismo Cultural, Ecoturismo e Turismo de Estudos.

Entende-se o Turismo de Lazer como o turismo que abrange viagens e passeios que têm o propósito de descansar e conhecer novos lugares e que está diretamente relacionado a férias e feriados.

Já o Turismo de Negócios e Eventos são os deslocamentos realizados para trocas comerciais e para participação em eventos. Tal movimentação inclui atividades, como reuniões, exposições comerciais, compra e venda de produtos e serviços. Ou seja, atividades turísticas decorrentes de encontros profissionais.

O Turismo de Aventura é decorrente das práticas de atividades de aventura de caráter recreativo. Esse segmento contempla em sua prática comportamento e atitudes que possam evitar possíveis impactos negativos ao ambiente, ressaltando o respeito e a valorização das comunidades receptoras.

O Turismo Cultural é relacionado às atividades turísticas de vivências do conjunto de elementos do patrimônio histórico e cultural. Caracteriza o grupo de turistas interessados em vivenciar e consumir a cultura local. Esse segmento está em evidência, pois o destino turístico que tem condições de ofertar de forma única os seus produtos, terá maior possibilidade e diferenciação dos demais lugares.

O Ecoturismo é um segmento que utiliza de forma sustentável o patrimônio natural e cultural, incentivando sua conservação e buscando uma consciência ambientalista, promovendo o bem-estar da população. Ou seja, desse grupo fazem parte turistas que buscam a prática da atividade turística de forma sustentável e incentivam a sua conservação.

E por fim, o Turismo de Estudos é um segmento abrangente e possui diversas atividades. É um turismo gerado por atividades e programas de aprendizagem e vivências para fins de qualificação, conhecimento e desenvolvimento pessoal e profissional.

Com base na interpretação de informações e dados da oferta turística, foi possível perceber que cada segmento se encontra em etapas distintas de desenvolvimento. Assim, com a classificação de níveis, torna-se possível compreender melhor o posicionamento e estágio de cada segmento³, como pode ser observado no quadro a seguir.

³ Tabela de análise inspirada no Plano Municipal de Turismo de Pirenópolis – Goiás.

Segmento	Posicionamento da Demanda	Estágio de Desenvolvimento
Turismo de Lazer	Demanda efetiva	A QUALIFICAR
Turismo de Negócios e Eventos	Demanda efetiva	A QUALIFICAR
Turismo de Aventura	Demanda potencial	A QUALIFICAR
Turismo Cultural	Demanda potencial	A DESENVOLVER
Ecoturismo	Demanda potencial	A DESENVOLVER
Turismo de Estudos	Demanda potencial	A DESENVOLVER

Em vista disso, acredita-se que os esforços devem voltar-se para todos os segmentos, com foco nas demandas em potencial. Desse modo, as ações apresentadas neste documento, são direcionadas para esses segmentos e devem ser implementadas para futuras adequações e melhorias.

9. Missão

A missão é o propósito central para o qual o plano foi criado. No caso do Plano Municipal de Turismo de Ametista do Sul, a missão é:

Contribuir para o desenvolvimento turístico de forma cultural, ambiental, social e econômica, a fim de proporcionar qualidade de vida à comunidade local e a satisfação dos visitantes, pautada na qualificação e competitividade de oferta.

10. Visão

A visão expressa o que se espera realizar em determinado tempo, onde se pretende chegar. No caso deste plano, é uma projeção da atividade Turística de Ametista do Sul para o futuro.

Ser reconhecido até 2025, nacional e internacionalmente como a Capital Mundial da Pedra Ametista e por ser um destino de turismo natural e único com infraestrutura adequada e de qualidade.

11. Valores

São os princípios dos quais não se pode desvincular para o desenvolvimento da atividade turística:

- Receptividade/hospitalidade;
- Costumes e tradições;
- Respeito à comunidade local;
- Qualidade de produtos e serviços;
- Conservação e valorização da cultura local.

12. Fatores Críticos de Sucesso

Os Fatores Críticos de Sucesso (FCS) são condições que funcionam para alcançar os objetivos e as metas definidos para cumprir sua missão. Sem o FCS, a visão proposta pelo plano pode ficar comprometida. A seguir, os fatores listados por ordem aleatória e não por ordem de relevância:

- Políticas públicas focadas no setor turístico;
- Entidades representativas do setor turístico e poder público comprometidos com o Plano Municipal do Turismo (PMT) e seus resultados;
- Integração, articulação e união entre o poder público e as entidades representativas do setor turístico;
- Continuidade e fiscalização do COMTUR para que as ações estabelecidas no PMT sejam executadas;
- Preservação e valorização da cultura local;
- Preservação e valorização do meio ambiente;
- Infraestrutura básica que garanta o atendimento eficiente das necessidades da comunidade local e dos turistas;
- Entendimento e apropriação do Plano de Turismo para utilizá-lo de forma competitiva no setor;
- Alinhamento de ações de projetos e da comunidade em função da competitividade turística;
- Sensibilização da comunidade local para que as pessoas compreendam a importância da atividade turística para o desenvolvimento da cidade;
- Segurança Sanitária eficiente que garanta a saúde e tranquilidade do turista e dos moradores do município em tempos de pandemia;
- Segurança pública que garanta a integridade física do turista e dos moradores;
- Trânsito ordenado e bem sinalizado;
- Qualidade de todos os serviços prestados;
- Sinalização dos pontos turísticos.

13. Análise do Ambiente – FOFA

Para compreender melhor o ambiente no qual se está inserido, foi utilizada a metodologia de análise SWOT (análise FOFA), que consiste em analisar o ambiente interno e externo. Ambiente interno: Forças (*Strengths*) e Fraquezas (*Weaknesses*), ambiente externo: Oportunidades (*Opportunities*) e Ameaças (*Threats*).

A análise FOFA foi realizada a partir do levantamento de dados, por meio de pesquisa de fontes secundárias, entrevistas individuais com atores do turismo e questionário respondido por diferentes grupos da sociedade (COMTUR, Agências de Turismo, Associação do Turismo de Ametista do Sul). Salienta-se que o questionário foi a opção realizada, já que as oficinas e reuniões presenciais foram suspensas devido à pandemia.

Para facilitar o entendimento, o diagnóstico foi separado por assuntos: Turismo, Infraestrutura, Meio Ambiente e Cultura. Os itens estão listados em ordem aleatória.

13.1 Pontos Fortes/Potencialidades

13.1.1 Turismo

- Exclusividade na região;
- Roteiros dos pontos turísticos, hospedagem e restaurantes;
- Pedras preciosas;
- Energização;
- Exploração de garimpos desativados;
- Quantidade de diversidade dos atrativos turísticos;
- Belezas naturais;
- Minas subterrâneas;
- Maior jazida de pedra ametista do mundo;
- Turismo de experiência;
- Restaurantes subterrâneos;
- Turismo exotérico;
- Vivências únicas;
- Boa infraestrutura dos pontos turísticos;
- Igreja Matriz revestida de pedra ametista;
- União e parcerias;

- Hospitalidade;
- Atrativos naturais;
- Formação geológica;
- Aptidão ao turismo;
- Existência de entidades e associações relacionadas ao turismo;
- Potencial para crescimento do turismo.

13.1.2 Infraestrutura

- Existência de rádio comunitária;
- Existência de mídias com notícias sobre a cidade e região com grande audiência local;
- Telefonia celular que recebe bom sinal de operadoras;
- Disponibilidade de sinal de internet na praça central de Ametista do Sul;
- Parques e Praça organizados;
- Centro de informações turísticas;
- Fácil acesso aos atrativos turísticos;
- Hotéis bem estruturados para receber diferentes perfis de turistas;
- Existência de hospital e postos de saúde;
- Pontos de visitação estruturados;
- Praça Central organizada e próxima à Igreja Matriz.

13.1.3 Meio Ambiente

- Reflorestamento;
- Reaproveitamento inicial dos rejeitos dos garimpos;
- Ecoturismo;
- Implementação de Coleta Seletiva de lixo;
- Rica fauna e flora.

13.1.4 Cultura

- Pontos para comercialização de artesanatos locais;
- Identidade local preservada;
- Qualidade do artesanato local;
- Preservação da história local;

- Existência de museu de pedras preciosas;
- Existência de centro de mineralogia;
- Preservação da cultura dos garimpos;
- Existência de vinícola;
- Festas típicas.

13.2 Pontos Fracos

13.2.1 Turismo

- Falta de profissionais qualificados para trabalharem nos empreendimentos turísticos;
- Falta de integração entre os empreendedores dos pontos turísticos;
- Baixa qualidade de atendimento;
- Horários de atendimento dos pontos turísticos;
- Restaurantes que não abrem em feriados;
- Falta de mão de obra qualificada em todos os setores;
- Falta de engajamento comunitário;
- Falta de placas de sinalização padronizadas;
- Falta de orientação em alguns pontos turísticos;
- Acesso às propriedades rurais deficitários;
- Pouca divulgação;
- Má sinalização;
- Falta de divulgação interna;
- Poucos treinamentos organizacionais;
- Muitos estabelecimentos sem estruturas de acessibilidade;
- Falta de consciência dos empresários referente às normas de vigilância sanitária;
- Difícil acesso em alguns atrativos;
- Crescimento desordenado de empreendimentos;
- Poucos guias capacitados e credenciados;
- Pouca consciência da comunidade local em relação ao turismo;
- Pouca ligação da comunidade local com os atrativos;
- Valorização imobiliária;
- Ausência de calendário de eventos fixos;
- Ausência de incentivo à cultura;

- Ausência de sinalização bilíngue;
- Falta de padronização das placas;
- Falta de auto posto 24 horas;
- Falta de bancos 24 horas.

13.2.2 Infraestrutura

- Falta de investimento;
- Asfaltos em má qualidade no centro da cidade;
- Calçadas não padronizadas e destruídas;
- Falta de paradoro para ônibus;
- Poucos banheiros públicos;
- Sinalização precária de ruas e avenidas;
- Difícil acesso ao município (ligação asfáltica);
- Estradas de chão;
- Estacionamentos precários;
- Pouca opção de alimentação e hospedagem;
- Coleta de lixo desorganizada;
- Falta de táxis e moto táxis;
- Calçadas esburacadas.

13.2.3 Meio Ambiente

- Gestão de lixo precária;
- Falta de arborização e padronização de canteiros centrais, jardinagem;
- Assoreamento dos riachos pelo despejo de pedras;
- Alta quantidade de rejeito de garimpos;
- Coleta seletiva com deficiências, principalmente no interior;
- Falta de coleta de resíduos especiais;
- Contaminação dos rios e lagos com agrotóxico;
- Sistema convencional de produção agrícola;
- Mau aproveitamento dos rejeitos do Garimpo.

13.2.4 Cultura

- Pouco incentivo de disseminação da cultura local para jovens;

- Ausência de um local que conte a história de Ametista do Sul;
- Inexistência de planejamento e organização de atividades culturais;
- Falta de verba para eventos culturais;
- Uniformização das informações prestadas aos turistas pelos receptivos;
- Pouco incentivo a manifestações culturais locais.

13.3 Oportunidades

- Novos atrativos subterrâneos;
- Eventos nacionais do setor de turismo como oportunidade de divulgação;
- Incentivos do Governo;
- Aproveitamentos de recurso direcionados ao turismo;
- Maiores oportunidades de empregos devido ao crescimento do turismo;
- Crescimento no transporte interno (UBER, táxi, outros meios de locomoção);
- Originalidade no turismo;
- Exclusividade no segmento turístico de pedras e vinhos na região;
- Muitos espaços para criação de novos pontos turísticos diferenciados;
- Rede hoteleira e gastronômica;
- Parcerias entre o poder administrativo e os empresários da área do turismo;
- Potencialidade no turismo rural;
- Potencialidade no turismo religioso;
- Potencialidade no turismo de aventura;
- Crescimento próspero para empreendimentos relacionados ao turismo.

13.4 Ameaças

- Descontinuidade das políticas e de programas do turismo;
- Más condições de acesso ao município;
- Falta de mão de obra especializada e qualificada para atender o setor turístico;
- Pouco investimento público municipal para o turismo;
- Pandemia (COVID-19);
- Falta de incentivo e valorização relacionados aos garimpeiros e garimpos;

- Economia informal;
- Poucos garimpeiros;
- Inexistência de um Plano Diretor na cidade;
- Falta de fiscalização nos projetos turísticos;
- Falta de união no setor;
- Pouca promoção e comercialização dos destinos turísticos de Ametista do Sul;
- Crescimento do turismo de forma desordenada.

14. Objetivos, Estratégias e Ações

Para melhor compreender os objetivos, estratégias e ações a serem listados nesse PMT, foi elaborado um mapa estratégico, que traz a Missão, Visão e Valores do PMT, acompanhado dos objetivos, estratégias e ações a serem tomadas para solucionar ou minimizar as ameaças e pontos fracos diagnosticados aqui, bem como melhorar o aproveitamento das oportunidades e pontos fortes do município.

Entende-se, neste documento, que o objetivo é o lugar para onde se pretende chegar ou alcançar, já a estratégia é o caminho que se pretende seguir para que se possa alcançar os objetivos, e a ação é a atividade desenvolvida em cada estratégia.

Sendo assim, é importante destacar que tudo será listado em ordem aleatória, sem interesse em elencar os objetivos e estratégias prioritários, pois entende-se que tudo é prioridade para a melhoria do turismo na cidade e cada estratégia dependerá de tempos diferentes para que suas ações sejam executadas para atingir os objetivos propostos.

14.1 Mapa estratégico



A partir do mapa estratégico estruturado, agora serão apresentadas as ações que deve ser executadas em cada objetivo e estratégias lançados nesse plano.

Legenda
Ações de Curto Prazo: período de 1 ano
Ações de Médio Prazo: período de 2 anos
Ações de Longo Prazo: período de 3 a 4 anos

OBJETIVO 1 – Preservar a cultura local e o meio ambiente

Estratégia 1 – Criar um espaço que apresente e preserve a história do município

AÇÃO	PRAZO
Criar um espaço na Secretaria de Turismo, para contar a história do município por meio de imagens, preservando, assim, sua história e identidade local.	Curto
Desenvolver um projeto de interiores para esse espaço, zoneando o local e organizando os fatos a serem contados.	Curto
Organizar as fotos e a história do município.	Curto

OBJETIVO 1 – Preservar a cultura local e o meio ambiente

Estratégia 2 – Realizar eventos que divulguem a cultura local

AÇÃO	PRAZO
Desenvolver um livro com a história de Ametista do Sul.	Médio
Criar eventos culturais que envolvam a comunidade local para que se apropriem da cultura local.	Médio
Definir e priorizar projetos culturais para captação de recursos.	Longo

OBJETIVO 1 – Preservar a cultura local e o meio ambiente**Estratégia 3 – Implementar áreas de conservação e ações para conservação do meio ambiente**

AÇÃO	PRAZO
Melhorar a forma de aproveitar os rejeitos do garimpo.	Longo
Qualificar a coleta e a gestão dos resíduos sólidos.	Médio
Urbanizar ruas e avenidas.	Curto

OBJETIVO 2 – Melhorar e adequar a estrutura turística no município e a infraestrutura da cidade**Estratégia 1 – Criar serviços de apoio ao turismo**

AÇÃO	PRAZO
Melhorar rede de internet sem fio na praça central da cidade.	Curto
Criar roteiro municipal de turismo.	Curto
Cobrar uma taxa para ônibus – para o fundo municipal do turismo.	Médio
Criar um calendário de eventos fixos do município.	Curto

OBJETIVO 2 – Melhorar e adequar a estrutura turística no município e a infraestrutura da cidade**Estratégia 2 – Estruturar e qualificar espaços relacionados ao turismo**

AÇÃO	PRAZO
Criar e implementar Sinalização Turística.	Longo
Melhorar vias de acesso aos pontos turísticos.	Longo
Fazer uma rua coberta para realizar eventos e acolher os turistas.	Médio

Implementar projetos de acessibilidade para Portadores de Necessidades Especiais.	Longo
---	-------

OBJETIVO 2 – Melhorar e adequar a estrutura turística no município e a infraestrutura da cidade

Estratégia 3 – Auxiliar na qualificação de melhorias na infraestrutura da cidade

AÇÃO	PRAZO
Revitalizar as calçadas.	Médio
Qualificar a sinalização de trânsito do município.	Longo
Implementar uma guarita para os guardas na praça central (segurança).	Longo
Abrir um caixa 24 horas.	Médio
Realizar manutenção periódica das lixeiras da cidade.	Curto
Auxiliar na construção do plano diretor da cidade.	Longo

OBJETIVO 2 – Melhorar e adequar a estrutura turística no município e a infraestrutura da cidade

Estratégia 4 – Regularizar o uso do subterrâneo no turismo

AÇÃO	PRAZO
Buscar auxílio para regularizar o uso do subterrâneo para fins de turismo.	Médio

OBJETIVO 3 – Fortalecer a promoção e comercialização do município

Estratégia 1 – Planejamento de Marketing

AÇÃO	PRAZO
Elaborar um plano de marketing da cidade baseado em pesquisas sobre ofertas e demandas turísticas, com	Longo

metas, atribuições, melhorias na comunicação e promoção dos produtos turísticos.	
--	--

OBJETIVO 3 – Fortalecer a promoção e comercialização do município

Estratégia 2 – Estruturar um planejamento de promoção e comercialização da cidade

AÇÃO	PRAZO
Realizar eventos e rodas de negócios para que os empresários da área firmem acordos comerciais.	Médio
Promover a cidade junto às agências de turismo	Curto
Implementar horários de funcionamento dos pontos turísticos e divulgá-los.	Curto
Utilizar o roteiro turístico para divulgação.	Curto
Utilizar o calendário fixo de eventos da cidade para divulgação.	Curto
Consolidar a marca única de Capital Mundial da Pedra Ametista, incentivando o seu uso e demonstrando o potencial da cidade.	Longo
Estabelecer uma programação voltada ao visitante, visando fortalecer a comercialização e divulgação dos produtos locais.	Médio
Priorizar a promoção e divulgação das atividades turísticas, cadastradas e licenciadas pelos órgãos competentes.	Curto
Criar campanhas de divulgação, promoção e comercialização de produtos e roteiros turísticos do município, seja nas redes sociais, seja por meio de veiculação de anúncios em diferentes mídias.	Curto

Organizar e articular a Expopedras 2022, como forma de divulgação e comercialização da cidade.	Curto
Participar de outros eventos da região como forma de divulgar a cidade de Ametista do Sul.	Curto
Criar um aplicativo para dispositivos móveis a fim de promover Ametista do Sul e seus pontos turísticos.	Longo
Atualizar o <i>site</i> da Secretaria de Turismo periodicamente.	Curto
Usar as redes sociais para oferecer atendimento aos turistas.	Curto

OBJETIVO 3 – Fortalecer a promoção e comercialização do município

Estratégia 3 – Posicionamento de mercado

AÇÃO	PRAZO
Qualificar o brasão do município como marca turística para aproximar ao mercado.	Médio
Contratar assessoria especializada para criação e desenvolvimento da gestão da marca turística.	Médio

OBJETIVO 4 – Qualificar os serviços e profissionais do turismo

Estratégia 1 – Incentivar a capacitação e qualificação de profissionais do ramo do turismo

AÇÃO	PRAZO
Buscar recursos para criação de cursos profissionalizantes e palestrar para qualificar a mão de obra no setor turístico.	Curto
Realizar capacitações para os profissionais ligados ao turismo.	Curto

Qualificar os agentes receptivos.	Curto
-----------------------------------	-------

OBJETIVO 4 – Qualificar os serviços e profissionais do turismo

Estratégia 2 – Qualificar os serviços turísticos

Estratégia 3 – Sensibilizar e orientar os profissionais do setor

AÇÃO	PRAZO
Fazer uma campanha de conscientização sobre a importância do planejamento para abrir novos empreendimentos.	Curto
Sensibilizar o setor e os prestadores de serviços turísticos sobre a importância da formalização.	Curto
Elaborar materiais divulgando o turismo e os benefícios diretos do setor.	Médio
Sensibilizar os empreendedores do turismo para a importância da utilização e valorização da contratação de mão de obra local qualificada.	Médio

OBJETIVO 5 – Estruturar e diversificar a oferta turística

Estratégia 1 – Aperfeiçoar as ofertas turísticas

AÇÃO	PRAZO
Realizar consultoria para aprimoramento das atividades turísticas nos diversos atrativos.	Médio

OBJETIVO 5 – Estruturar e diversificar a oferta turística

Estratégia 2 – Estruturar eventos como produtos turísticos

AÇÃO	PRAZO
Mapear os eventos da cidade e fazer um calendário oficial do município.	Curto

Formatar a programação da Expopedras 2022 e realizar mini eventos que elevem o potencial do município divulgando a cidade e seus atrativos turísticos.	Curto
Estimular ações de captação de novos eventos (nacionais e internacionais).	Longo

OBJETIVO 6 – Incentivar parcerias públicas e privadas no turismo

Estratégia 1 – Articular parcerias

AÇÃO	PRAZO
Contratar profissional capacitado na prefeitura para que seja responsável pela elaboração de projetos de interesse turístico.	Médio
Criar uma campanha que explique, entre os empresários e a comunidade, o papel da COMTUR.	Curto
Envolver diversas instituições nas atividades e planejamentos das ações turísticas desenvolvidas no município.	Curto

OBJETIVO 6 – Incentivar parcerias públicas e privadas no turismo

Estratégia 2 – Estruturar políticas públicas voltadas ao turismo

AÇÃO	PRAZO
Criar políticas públicas que estabeleçam diretrizes para desenvolvimento no setor turístico.	Longo
Monitorar periodicamente o plano de turismo e revisá-lo a cada ano.	Curto
Promover a cooperação pública e privada em prol do turismo.	Curto
Fortalecer órgãos e entidades relacionados ao turismo.	Curto

Disponibilizar o acesso aos materiais turísticos produzidos, por meio de arquivo para <i>download</i> no <i>site</i> da Prefeitura e da Secretaria de Turismo.	Curto
Incentivar o <i>feedback</i> dos visitantes no <i>site</i> da Secretaria de Turismo, propondo e sugerindo melhorias.	Médio

OBJETIVO 6 – Incentivar parcerias públicas e privadas no turismo

Estratégia 3 – Fortalecer o COMTUR

AÇÃO	PRAZO
Elaborar projetos e novas ações de interesse turístico.	Curto
Reforçar a imagem e importância do COMTUR entre os empresários e comunidade local.	Curto

OBJETIVO 6 – Incentivar parcerias públicas e privadas no turismo

Estratégia 4 – Estimular a relevância da parceria entre o setor público e privado

AÇÃO	PRAZO
Buscar parcerias visando ao apoio para realização de eventos de interesse turístico no município.	Médio
Fomentar a relevância da parceria entre empreendedores do turismo e instituições de apoio para fortalecer as execuções das ações propostas neste plano.	Curto

OBJETIVO 7 – Desenvolver e qualificar estudos e pesquisas de demanda turística

Estratégia 1 – Sistematizar as informações turísticas

AÇÃO	PRAZO
Reunir os estudos e pesquisas ligados ao turismo e disponibilizá-los no <i>site</i> da Secretaria de Turismo.	Médio
Garantir que os resultados das pesquisas sejam divulgados.	Curto

OBJETIVO 7 – Desenvolver e qualificar estudos e pesquisas de demanda turística

Estratégia 2 – Pesquisar anualmente a demanda turística

AÇÃO	PRAZO
Realizar estudo de demanda (perfil do visitante), oferta (produtos e serviços) e fluxo turístico anualmente para avaliar o perfil dos visitantes.	Curto

OBJETIVO 7 – Desenvolver e qualificar estudos e pesquisas de demanda turística

Estratégia 3 – Realizar estudos e pesquisas voltados ao turismo

AÇÃO	PRAZO
Criar bancos de imagens, reportagens, estudos e vídeos do município.	Longo
Atualizar constantemente a oferta de turistas no município.	Curto
Realizar estudos e pesquisas sobre diferentes assuntos na área do turismo.	Médio

15. Considerações Finais

A criação e desenvolvimento do Plano Municipal de Turismo de Ametista do Sul representa um marco para o município, pois se trata do primeiro plano voltado ao turismo, com estratégias e ações que irão auxiliar, organizar e melhorar o turismo do município. Salienta-se que este plano vem em momento oportuno para a cidade, pois o turismo de Ametista do Sul se encontra em um cenário próspero e cheio de oportunidades para crescer cada vez mais.

O planejamento estratégico apresentado neste documento é fruto de um processo participativo e traz ações pertinentes para qualificar produtos e serviços turísticos no município. Este plano é o primeiro passo, porém cabe à comunidade ametistense, ao COMTUR e aos parceiros que participaram da construção do PMT a tarefa de articular e monitorar as ações previstas.

Para construção do PMT, levou-se em consideração as características e peculiaridades do município, mostrando a relevância do turismo ametistense, no sentido de originalidade, exclusividade e experiências únicas. Se comparado ao que se pesquisou referente à busca por esse tipo de turismo pós-pandemia, pode-se dizer que Ametista do Sul tem um potencial cada vez maior.

Assim, o plano levou em consideração as principais necessidades referentes ao turismo para qualificá-lo e tornar o destino mais competitivo e propício para a chegada de investidores e novos empreendimentos turísticos, para gerar novos negócios e empregos, melhorando, assim, a fonte de renda da comunidade local.

Nesse sentido, espera-se que esta ferramenta de conhecimentos técnicos transformados em objetivos, estratégias e ações seja implementada em prol do desenvolvimento e fortalecimento do turismo em Ametista do Sul. O plano passa a ser um registro das ações na busca pela competitividade do destino em cenário nacional e internacional. Vale ressaltar que o PMT tem como propósito servir aos visitantes e moradores locais.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério do Turismo. **Segmentação do Turismo**: marcos conceituais. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2006.

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

BRASIL. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. **Segmentação do turismo e o mercado**. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2010.

CATRACA LIVRE. **'Slow-tourism' promove bem-estar, cultura e descanso**. 2020. Disponível em: <https://catracalivre.com.br/equilibre-se/slow-tourism-promove-bem-estar-cultura-e-descanso/>. Acesso em: 10 maio 2021.

CLEMENTE, A. C. F. *et al.* Políticas públicas frente aos impactos econômicos da Covid-19 no Turismo. **Cenário: Revista Interdisciplinar em Turismo e Território**, v. 8, n. 14, p. 73-85, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.26512/revistacenario.v8i14.32210>. Acesso em: 10 mar. 2021.

CORBARI, S. D.; GRIMM, I. J. A pandemia de covid-19 e os impactos no setor do turismo em Curitiba (PR): uma análise preliminar. **Ateliê do Turismo**, v. 4, n. 2, p. 1-26, nov. 2020.

FGV PROJETOS. **Impacto econômico do COVID-19 propostas para o turismo**. 2020. Disponível em: <https://static.poder360.com.br/2020/04/Impacto-Economico-do-Covid-19-Propostas-para-o-Turismo-Brasileiro.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2021.

GOVERNO DO RS. Modelo de Distanciamento Controlado do Rio Grande do Sul. Disponível em: <https://distanciamentocontrolado.rs.gov.br/>. Acesso em: 15 jun. 2021.

IBGE. **Panorama de Cidades – Ametista do Sul, 2020**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/rs/ametista-do-sul.html>. Acesso em: 6 jul. 2021.

KOTLER, P. **Administração em marketing**. 10. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2000.

LOVELOCK, C.; WRIGHT, L. **Serviços**: marketing e gestão. São Paulo: Saraiva, 2001.

O DIA. **Turismo regional é a preferência do brasileiro após pandemia, aponta pesquisa**. O Dia, 2020. Disponível em: <https://odia.ig.com.br/colunas/desbravando/2020/06/5938899-turismo-regional-e-a-preferencia-do-brasileiro-apos-pandemia--aponta-pesquisa.html>. Acesso em: 18 abr. 2021.

OMT – ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

PLANO DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO DO RIO GRANDE DO SUL: 2012-2015. Rio de Janeiro: FGV Projetos, 2012.

PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE PIRENÓPOLIS – GOIÁS, 2012.

PORTERFIELD, C. Setor de turismo no mundo tem prejuízo de US\$ 320 bilhões em cinco meses com coronavírus. **Forbes**, 2020. Disponível em: <https://forbes.com.br/negocios/2020/07/setor-de-turismo-no-mundo-tem-prejuizo-de-us-320-bilhoes-em-cinco-meses-com-coronavirus/>. Acesso em: 5 mar. 2021.

PREFEITURA MUNICIPAL DE AMETISTA DO SUL. Site institucional. Disponível em: <https://ametistadosul.rs.gov.br/>. Acesso em: 12 maio 2021.

SECRETARIA DE TURISMO. Site da Secretaria de Turismo de Ametista do Sul. Disponível em: <https://ametistadosul.tur.br/>. Acesso em: 22 maio 2021.

TESOURO TRANSPARENTE, 2021. Disponível em: www.tesourotransparente.gov.br/temas/estados-e-municipios/transferencias-a-estados-e-municipios. Acesso em: 5 maio 2021.

UNWTO. **World Tourism Barometer May 2020**: Special focus on the Impact of COVID-19. Disponível em: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-05/Barometer_May2020_full.pdf. Acesso em: 4 mar. 2021.

UNWTO. **Glossary of tourism terms**. 2020. Disponível em: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-termsem>. Acesso em: 4 mar. 2021.

VASCONCELOS, D. A. L. Conceitos e modelos em turismo: uma evolução do reducionismo aos sistemas turísticos. **Revista Turismo: Visão e Ação**, v. 7, n. 1 p. 155-171, jan./abr. 2005.

GLOSSÁRIO

COMTUR	Conselho Municipal de Turismo
FCS	Fatores Críticos de Sucesso
FGV	Fundação Getúlio Vargas
IDH-M	Índice de Desenvolvimento Humano-Municipal
OMT	Organização Mundial de Turismo das Nações Unidas
PIB	Produto Interno Bruto
PMT	Plano Municipal de Turismo
SEBRAE	Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
TRLV	Laboratório de Inteligência de Mercado em Viagens