

**PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO SUSTENTÁVEL – PDITS
ITAPOÁ**



**605.160. PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO SUSTENTÁVEL –
PDITS ITAPOÁ**

Florianópolis, SC

Dezembro, 2017

CONSELHO DELIBERATIVO SEBRAE/SC

Presidente - Sergio Alexandre Medeiros

Vice-Presidente - Alaor Francisco Tissot

ENTIDADES QUE COMPÕEM O CONSELHO DELIBERATIVO

Agência de Fomento do Estado de Santa Catarina – BADESC

Banco do Brasil S.A.

Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul – BRDE

Caixa Econômica Federal – CAIXA

Fundação Centros de Referência em Tecnologias Inovadoras – CERTI

Federação das Associações Empresariais de Santa Catarina – FACISC

Federação da Agricultura e Pecuária do Estado de Santa Catarina – FAESC

Federação das Associações de Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina –
FAMPESC Federação das Câmeras de Dirigentes Lojistas de Santa Catarina – FCDL

Federação do Comércio do Estado de Santa Catarina – FECOMÉRCIO

Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina – FIESC

Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico Sustentável – SDS

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE

Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial – SENAI/DR-SC

Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC

DIRETORIA DO SEBRAE/SC

Diretor Superintendente - Carlos Guilherme Zigelli

Diretor Técnico - Anacleto Angelo Ortigara

Diretor de Administração e Finanças - Sérgio Fernandes Cardoso

COORDENADORIA REGIONAL NORTE

Gerente Unidade de Atendimento Coletivo - Roberto Tavares de Albuquerque

Unidade de Atendimento Coletivo - Alan D. Claumann

Coordenador Regional Norte - Jaime Arcino Dias Junior

Gestora de Projetos Coletivos - Milena Zimmermann de Freitas



PREFEITURA MUNICIPAL DE ITAPOÁ

Marlon Roberto Neuber – Prefeito

Carlos Henrique Pedriali Nobrega - Vice Prefeito

Claudio Lemonie - Secretário de Turismo e Cultura



EQUIPE TÉCNICA

Bela. Amanda Dias Morasco
MSc Carlos Cappelini
Esp. Jones Augusto Boeck
Dr. Luiz Renato Ignarra
Bela. Michele Laforga Correia Gomes
Bel. Tadeu Monte

Trabalho desenvolvido por:



LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Distribuição dos atrativos turísticos no município de Itapoá.....	22
Figura 2. Distribuição dos atrativos turísticos de Itapoá e região.....	26
Figura 3. Identificação dos corredores turísticos de Itapoá.....	28
Figura 4. Identificação do acesso marítimo e aquaviário de Itapoá.....	29
Figura 5. Mapa com a identificação da população dos principais mercados emissores potenciais de turistas para o município.....	30
Figura 6. Identificação dos órgãos e entidades que atuam na gestão do turismo na região de Itapoá.....	44
Figura 7. Identificação das principais políticas públicas ligadas ao turismo, meio ambiente, cultura e desenvolvimento urbano.....	49
Figura 8. Identificação da localização de Itapoá no Brasil e na região sul do país.....	52
Figura 9. Localização de Itapoá e dos municípios limítrofes.....	53
Figura 10. Identificação dos componentes do espaço turístico de Itapoá.....	56
Figura 11. I Seminário Participativo de Planejamento Estratégico.....	59
Figura 12. Quadro esquemático para identificação das forças internas e externas que interferem no desenvolvimento do trabalho da organização/ grupo.....	60
Figura 13. Modelo ilustrado das categorias de forças externas, tanto positivas quanto negativas, que interferem no desenvolvimento do turismo.....	70

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Síntese dos atrativos de hierarquias superiores dos municípios de Itapoá quando integrado ao centro histórico de São Francisco do Sul.....	25
Tabela 2. Identificação das chegadas de voos ao Aeroporto Internacional Hercílio Luz.....	32
Tabela 3. Identificação das chegadas de voos ao Aeroporto Lauro Carneiro Loyola.....	34
Tabela 4. Identificação das chegadas de voos ao Aeroporto Internacional Ministro Victor Konder.....	35
Tabela 5. Identificação das chegadas de voos ao Aeroporto Internacional Afonso Pena.....	37
Tabela 6. Cálculo da capacidade de suporte das praias de Itapoá.....	39
Tabela 7. Proposta de condição de uso das praias de Itapoá.....	40
Tabela 8. Tabela sintética sobre a infraestrutura básica e serviços gerais de Itapoá.....	41
Tabela 9. Identificação das forças e fraquezas na macro-dimensão Infraestrutura.....	61
Tabela 10. Identificação das forças e fraquezas na macro-dimensão Turismo.....	63
Tabela 11. Identificação das forças e fraquezas na macro-dimensão Política Pública.....	64
Tabela 12. Identificação das forças e fraquezas na macro-dimensão Economia.....	66
Tabela 13. Identificação das forças e fraquezas na macro-dimensão Sustentabilidade.....	67
Tabela 14. Identificação das ameaças e oportunidades econômicas.....	71
Tabela 15. Identificação das ameaças e oportunidades ambientais.....	73
Tabela 16. Identificação das ameaças e oportunidades políticas.....	74
Tabela 17. Identificação das ameaças e oportunidades tecnológicas.....	76
Tabela 18. Identificação das ameaças e oportunidades sociais.....	77
Tabela 19. Identificação das ameaças e oportunidades ligadas ao mercado concorrente.....	78
Tabela 20. Tabela sintética sobre as ações propostas para o desenvolvimento do turismo em Itapoá – Estratégia de Conscientização e Capacitação.....	86
Tabela 21. Tabela sintética sobre as ações propostas para o desenvolvimento do turismo em Itapoá – Estratégia de Integração.....	87
Tabela 22. Tabela sintética sobre as ações propostas para o desenvolvimento do turismo em Itapoá – Estratégia de Legislação.....	89
Tabela 23. Tabela sintética sobre as ações propostas para o desenvolvimento do turismo em Itapoá – Estratégia de Novas Tecnologias.....	90
Tabela 24. Tabela sintética sobre as ações propostas para o desenvolvimento do turismo em Itapoá – Estratégia de Sistema de Informação.....	91
Tabela 25. Tabela sintética sobre as ações propostas para o desenvolvimento do turismo em Itapoá – Estratégia de Formatação de Produtos.....	92
Tabela 26. Tabela sintética sobre as ações propostas para o desenvolvimento do turismo em Itapoá – Estratégia de Promoção.....	94
Tabela 27. Tabela sintética sobre as ações propostas para o desenvolvimento do turismo em Itapoá – Estratégia de Recursos Públicos e Privados.....	95
Tabela 28. Tabela sintética sobre as ações propostas para o desenvolvimento do turismo em Itapoá – Estratégia de Captação de Recursos.....	95
Tabela 29. Tabela sintética sobre as ações propostas para o desenvolvimento do turismo em Itapoá – Estratégia de Infraestrutura.....	96
Tabela 30. Tabela de apresentação da estrutura do Plano de Ação do turismo de Itapoá....	98
Tabela 31. Plano de Ação do turismo de Itapoá – Ações vinculadas à estratégia de Conscientização e Capacitação.....	100

Tabela 32. Plano de Ação do turismo de Itapoá – Ações vinculadas à estratégia de Integração.....	104
Tabela 33. Plano de Ação do turismo de Itapoá – Ações vinculadas à estratégia de Legislação.....	108
Tabela 34. Plano de Ação do turismo de Itapoá – Ações vinculadas à estratégia de Novas Tecnologias.....	111
Tabela 35. Plano de Ação do turismo de Itapoá – Ações vinculadas à estratégia de Sistema de Informações.....	113
Tabela 36. Plano de Ação do turismo de Itapoá - Ações vinculadas à estratégia de Formatação de Produtos.....	116
Tabela 37. Plano de Ação do turismo de Itapoá – Ações vinculadas à estratégia de Promoção	120
Tabela 38. Plano de Ação do turismo de Itapoá – Ações vinculadas à estratégia de Recursos Públicos e Privados.....	125
Tabela 39. Plano de Ação do turismo de Itapoá – Ações vinculadas à estratégia de Captação de Recursos.....	126
Tabela 40. Plano de Ação do turismo de Itapoá – Ações vinculadas à estratégia de Infraestrutura.....	127

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	15
INTRODUÇÃO	17
1 VALIDAÇÃO DA SELEÇÃO DA ÁREA TURÍSTICA	21
1.1 Justificativa da Seleção da Área no Contexto da Estratégia de Desenvolvimento Turístico Estadual ou do Pólo	21
1.1.1 Importância dos atrativos ou recursos turísticos.....	22
1.1.2 Acessibilidade e conectividade.....	26
1.1.3 Nível de uso atual ou potencial.....	39
1.1.4 Serviços básicos.....	41
1.1.5 Quadro institucional e aspectos legais.....	44
1.2 Situação Geográfica em Relação ao Estado e à Região, Contendo o Limite dos Municípios Integrantes e Adjacentes à Área	51
1.3 Mapeamento da área selecionada.....	53
2 ANÁLISE SWOT DO TURISMO DE ITAPOÁ	59
2.1 Diagnóstico do Turismo em Itapoá	60
2.1.1 Análise micro ambiental.....	61
2.1.2 Análise macro ambiental.....	69
2.2 Missão	78
2.2.1 Missão do turismo de Itapoá.....	78
2.3 Visão	79
2.3.1 Visão do turismo de Itapoá.....	79
3 ESTRATÉGIAS PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DO TURISMO EM ITAPOÁ	81
3.1 Promover a capacitação e qualificação da cadeia produtiva do turismo do município	81
3.2 Conscientizar a comunidade de Itapoá sobre a importância do turismo no desenvolvimento econômico e social do município	81
3.3 Integrar o poder público, iniciativa privada e o terceiro setor no desenvolvimento sustentável do turismo	81
3.4 Promover o aperfeiçoamento da legislação e fiscalização relacionada à atividade turística	81
3.5 Instituir um sistema de informação para a gestão pública do turismo de Itapoá	82
3.6 Incentivar a inovação na gestão dos equipamentos e serviços turísticos do município	82
3.7 Formatar produtos e serviços turísticos sustentáveis e inovadores	82
3.8 Requalificar a produção associada ao turismo do município	82
3.9 Desenvolver ações de promoção para a captação de fluxos turísticos o ano todo	82
3.10 Investir recursos suficientes, públicos e privados, para o adequado desenvolvimento do turismo regional	82
3.11 Desenvolver ações para a captação de recursos para investimento no setor	82
3.12 Implantar infraestrutura eficiente e acessível para potencializar a experiência turística no destino	83
3.13 Ampliar o aporte de recursos públicos direcionados a atender a demanda nas principais áreas turísticas do município	83

3.14 Revitalizar a orla marítima do centro turístico e dos conjuntos turísticos da Barra do Saí, Praia Itapoá e Baía da Babitonga.....	83
3.15 Fortalecer as estruturas de segurança do município.....	83
4 PLANO DE AÇÃO: SELEÇÃO DE PROCEDIMENTOS, AÇÕES E PROJETOS.....	85
4.1. Seleção e Priorização das Ações.....	85
4.2 Plano de Ações.....	98
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	131
REFERÊNCIAS.....	133

APRESENTAÇÃO

O presente trabalho faz parte do evento 605.160. **Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS Itapoá** realizado, pelo SEBRAE, no período de julho a dezembro de 2017.

Para o desenvolvimento do trabalho foi realizado inicialmente o **Estudo Preliminar do Plano de Turismo de Itapoá**, que contou com mais de 60 visitas a atrativos, meios de hospedagens e estabelecimentos de alimentos e bebidas, com o intuito de caracterizar e mapear, de forma georreferenciada, a oferta turística do município; além de pesquisa de gabinete para levantamento de informações complementares sobre a infraestrutura básica, análise do quadro institucional da área turística, entre outros.

Ao final destas atividades foi realizado o **I Seminário de Planejamento Participativo**, no dia 11 de setembro de 2017, nas instalações da Casa de Cultura de Itapoá, durante o qual foi apresentado o Diagnóstico Preliminar do Turismo e, posteriormente, foi realizada uma análise participativa de cada aspecto apresentado, com vistas a definir as principais forças e fraquezas do município.

Na sequência foi realizado, no dia 27 de outubro de 2017, o **II Seminário de Planejamento Participativo**, também nas instalações da Casa de Cultura de Itapoá, quando foi definida a Missão, Visão e Fatores Críticos do turismo em Itapoá.

Por fim, a partir do resultado do II Seminário de Planejamento Participativo, foram elaborados os Objetivos Estratégicos e as 79 (setenta e nove) ações que compõe o Plano de Ações do turismo de Itapoá.

Estas ações foram apresentadas, aos representantes da Secretaria Municipal de Turismo e Cultura, Secretaria Municipal da Indústria e Comércio, Secretaria de Meio Ambiente, Assessoria de Gabinete do Prefeito, Associação de Defesa e Educação Ambiental - ADEA, Reserva Volta Velha e Conselho Municipal de Turismo - COMTUR, no dia 23 de novembro de 2017 e posteriormente foram validadas com alterações.

Em conjunto com o relatório ora apresentado, foi produzido um banco de imagens¹ com algumas centenas de fotos; planilhas, em formato Excel, com a compilação de informações sobre a oferta turística de Itapoá; e ainda, um arquivo no formato kml² (formato *Google MyMaps*) com a coordenada geográfica de toda a oferta turística do município.

Com relação ao conteúdo do trabalho, este foi organizado conforme descrito abaixo:

¹Acesso ao banco de imagens no GoogleDrive: goo.gl/tm5iYR

²Acesso ao arquivo kml no GoogleDrive: goo.gl/kDwzim

INTRODUÇÃO

O turismo é uma atividade que tem crescido de forma contínua ao longo das últimas décadas e, por este motivo, se tornou um segmento econômico de extrema importância no processo de desenvolvimento econômico e social de diversas nações ao redor do mundo, em função da geração de trabalho, incentivo ao empreendedorismo, receitas de exportação e o investimento em infraestrutura. De acordo com a Organização Mundial de Turismo – OMT (UNWTO, 2017) a atividade turística no ano de 2017 foi responsável por 10% do Produto Interno Bruto Mundial, empregou 1 em cada 10 trabalhadores, gerou mais de U\$1,4 trilhões (7% do total de exportações mundiais) e promoveu mais de 1,235 bilhão de chegadas internacionais.

Estes índices são resultado de décadas de relevante crescimento do turismo mundial que representava 25 milhões de chegadas internacionais em 1950, atingiu 674 milhões no ano 2000 e 1.235 bilhão em 2016 (UNWTO, 2017).

No mesmo período, segundo a OMT, as receitas geradas pelo turismo passaram de U\$2 bilhões para U\$1,22 trilhão, as quais, somadas aos gastos com transportes, atingem a marca de U\$1,4 trilhão em todo o mundo.

Neste mercado, França, Estados Unidos, Espanha e China são os países com maior participação em número de chegadas internacionais, enquanto em termos de receita, Estados Unidos e Espanha estão no topo da lista. Já no âmbito do turismo emissor, China, Estados Unidos e Alemanha são os principais mercados, além de serem também os mercados com mais gastos no turismo internacional.

No longo prazo, a expectativa é que o turismo cresça a uma taxa média de 3,3% ao ano até 2030, enquanto nos países em desenvolvimento esta taxa deva atingir 4,4% ao ano. Neste período o turismo em países em desenvolvimento deverá passar de 45% (2016) para 57% do mercado mundial (UNWTO, 2017).

Devido a este crescimento acelerado e a previsão de crescimento ao longo dos próximos anos, o Fórum Econômico Mundial - WEF (sigla em inglês), estabeleceu para a 70ª edição do *Travel & Tourism Competitiveness Report 2017*, o tema: “**Pavimentando o caminho para um futuro mais inclusivo e sustentável**” (WEF, 2017), ou seja, um futuro no qual o turismo terá um papel fundamental na valorização dos aspectos históricos e culturais dos destinos; promoverá o desenvolvimento integrado à conservação dos recursos naturais; gerará desenvolvimento econômico e a distribuição de riquezas por toda a área de abrangência dos destinos turísticos e ainda oportunizará que qualquer pessoa, independentemente de sua deficiência ou condição física possa se utilizar do espaço turístico de forma autônoma e segura.

Tais aspectos estão ligados também a algumas tendências que são observadas nos mercados mundiais, entre às quais se destaca a incorporação das inúmeras modificações na forma tanto de consumir produtos turísticos, como na forma de produzir e comercializar esses produtos, baseados no desenvolvimento e uso intensivo das novas tecnologias.

Essa evolução tecnológica levou a um novo conceito de destino turístico, o “*Smart Destination*” ou **Destino Turístico Inteligente**, em português.

Um Destino Turístico Inteligente pode ser conceituado como “um espaço inovador, acessível a todos, apoiado em uma estrutura tecnológica de vanguarda que garante o desenvolvimento sustentável do território turístico e facilita a interação e a integração do visitante com o entorno, incrementando a qualidade de sua experiência no destino” (SEGITTUR, 2015).

Essa evolução tecnológica que se iniciou com as Centrais de Reservas (CRS) e os sistemas globais de distribuição (GDS) teve, na evolução da internet, a semente para o desenvolvimento do *e-commerce*. Hoje, no mundo inteiro, o turismo é o principal serviço comercializado nessa plataforma.

Além disso, o desenvolvimento das redes sociais como *Facebook*, *Twitter*, *Google+* tem provocado grande impacto nos hábitos de consumo dos produtos turísticos. O turista está mais informado, acessa a informação a qualquer momento e compartilha através de redes sociais.

Segundo estudo realizado pelo *Google* (2014), o universo digital (sites de busca, redes sociais e vídeos) é a principal fonte de inspiração para viagens, recurso este utilizado por 65% dos turistas.

De acordo com o mesmo estudo, um em cada três turistas de lazer e um em cada dois turistas de negócios reservam ao menos um dos componentes da viagem por meio de OTA's (sigla em inglês para agências de turismo online), quais sejam diárias de hotel, aluguel de carros, excursões, etc.

Entre os anos de 2015 e 2016 a realização de reservas por meio de equipamentos *mobile* registrou um incremento de 230%, passando de 10% para mais de 30% do total de reservas realizadas no período (WEF, 2017).

O uso das redes sociais tem grande impacto no mercado turístico a tal ponto de ter sido criado o termo “*adprosumer*”. Significa que o turista atual não só consome informações, mas produz informações e compartilha essas informações e, portanto, se percebe que os negócios turísticos não podem estar fora das redes.

As iniciativas embasadas em novos modelos de negócio são numerosas e têm nos Destinos Turísticos Inteligentes uma grande oportunidade para desenvolvimento, pois, o uso

de novas tecnologias promove redução de custos das empresas de turismo e a melhoria da qualidade de seus produtos, ou seja, provoca melhoria da competitividade dessas empresas e, conseqüentemente, dos destinos turísticos, os quais, em função do exponencial desenvolvimento tecnológico, têm condição de concorrer com as ofertas turísticas de todas as partes do mundo.

Neste mercado altamente competitivo o Brasil ocupa a 27ª posição no ranking geral de competitividade, de acordo com o Relatório de Competitividade de Viagens e Turismo, além do 1º lugar no índice de Recursos Naturais e o 8º lugar no índice de Recursos Culturais e Viagens de Negócios, fato que demonstra o potencial dos destinos brasileiros no sentido de organizar sua oferta e promovê-la tanto no mercado doméstico, quanto no mercado internacional (WEF, 2017).

Em especial se destaca o potencial de Itapoá para competir neste mercado em função da atratividade de sua oferta turística natural, sua oferta hoteleira e gastronômica diversificada e sua localização geográfica privilegiada e, desta forma, fortalecer o papel do turismo como um dos principais setores econômicos da economia local.

1 VALIDAÇÃO DA SELEÇÃO DA ÁREA TURÍSTICA

1.1 Justificativa da Seleção da Área no Contexto da Estratégia de Desenvolvimento Turístico Estadual ou do Polo

A oferta turística de um município ou área turística é composta por equipamentos e atrativos turísticos. De acordo com Ignarra (2003) os [equipamentos e] serviços turísticos, são aqueles serviços que atendem quase que exclusivamente os turistas. Para Barreto (2001, p. 52) os “equipamentos turísticos são aquelas instalações básicas para o turismo, sem as quais ele não existe” e por fim, para Beni (2003, p. 331) os equipamentos e serviços turísticos correspondem ao “[...] conjunto de edificações, de instalações e serviços indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística”. Conforme Ignarra (2003) os equipamentos e serviços turísticos compreendem:

- Agenciamento (agências e operadoras de turismo);
- Alimentação (restaurantes, lanchonetes, sorveterias / docerias, cafés / casas de sucos, cervejarias, etc.);
- Comércio turístico (*souvenires*, artesanato, produtos típicos);
- Eventos (organizadores de eventos, prestadores de serviços para eventos);
- Espaços de eventos (centros de convenções e áreas de exposições e feiras);
- Meios de hospedagens (hotéis, pousadas, campings, acampamentos, cama e café, hostel, entre outros);
- Passeios (*city-tour*, cavalo, barco, helicóptero, buggy, etc.);
- Recreação e lazer (áreas de lazer e instalações desportivas, parques de diversões, pistas de esqui, patinação e etc.); e
- Transportes turísticos (aéreo, ferroviário, marítimo, lacustre, rodoviário).

Da mesma forma, o atrativo turístico pode ser caracterizado como todo recurso turístico dotado de infraestrutura capaz de atender as necessidades e exigências dos visitantes e que seja capaz de, individualmente ou em conjunto com outros atrativos turísticos, motivar a visita turística a um determinado local.

De acordo com o Ministério do Turismo (2017) os atrativos turísticos podem ser classificados em:

- Atrativos naturais;
- Atrativos culturais;
- Atividades econômicas;
- Realizações técnicas e científicas contemporâneas; e
- Eventos programados.

Conforme poderá ser observado na sequência, o município de Itapoá possui uma oferta turística relevante, capaz de atrair correntes consideráveis de turistas do mercado regional e nacional, em especial em função da integração da oferta turística de Itapoá à oferta turística de São Francisco do Sul.

1.1.1 Importância dos atrativos ou recursos turísticos

A oferta turística³ original do município de Itapoá é caracterizada por atrativos naturais e culturais. No total existem 3 (três) praias estruturadas ou com potencial para a visitação turística além de outros 15 (quinze) atrativos que compõem a oferta turística local conforme apresentado na figura abaixo.

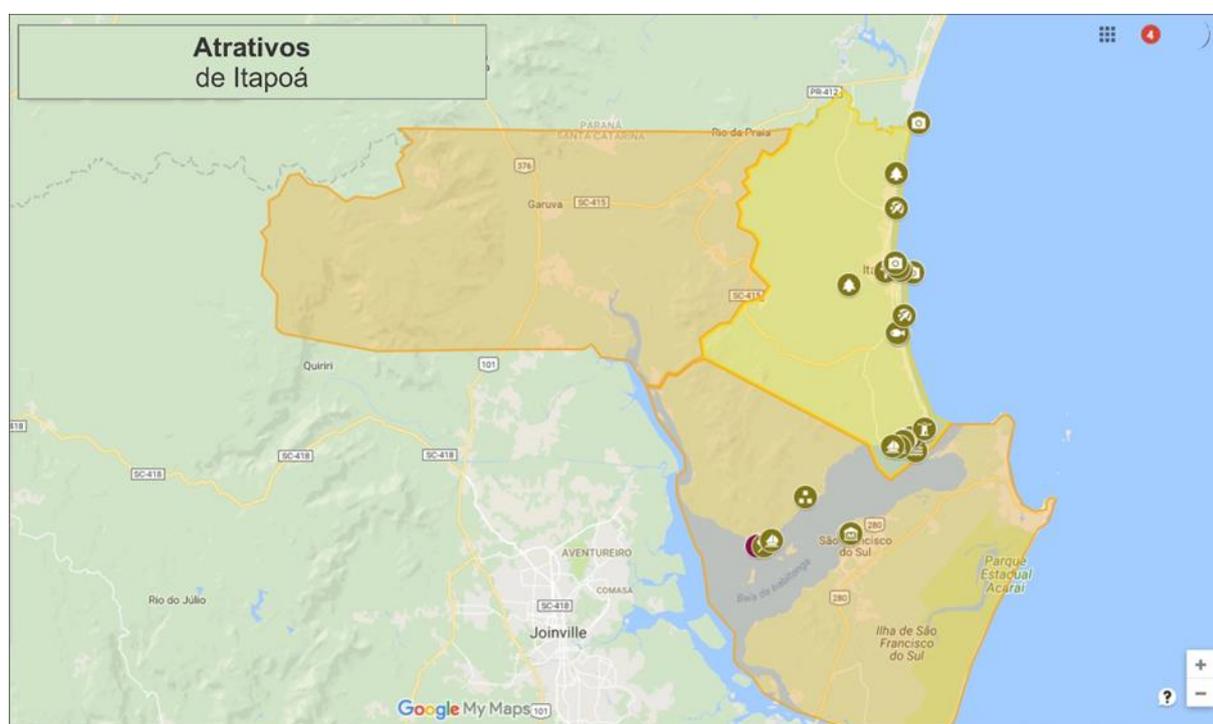


Figura 1. Distribuição dos atrativos turísticos no município de Itapoá.

Fonte: Elaborado pelo autor. *Google My Maps*

Os principais atrativos turísticos do município são as Praias de Itapema do Norte, Itapoá e Barra do Saí, porém é a Baía da Babitonga, localizada no extremo sul do município e a Reserva Ecológica Volta Velha, localizada na área rural do município que possuem o maior poder de atratividade, apesar desta última ainda não receber fluxos consideráveis de visitantes. Sendo assim, a Baía da Babitonga e a Reserva Ecológica Volta Velha são os dois atrativos de hierarquia II em Itapoá, ou seja, são atrativos “[...] com aspectos excepcionais em

³ Informações detalhadas sobre a oferta turística do município podem ser acessadas no **Estudo Preliminar do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS Local**.

um país, capaz[es] de motivar uma corrente atual ou potencial de visitantes dos mercados internos e externos, seja por si só, seja em conjunto com outros atrativos contíguos.” (BOULLÓN, 2002).

A Baía da Babitonga possui aproximadamente 160 km de extensão e é um berçário de vida marinha, considerada a única baía do mundo que abriga uma população residente de toninhas.

Já a Reserva Ecológica Volta Velha, criada em 1992, tem como objetivo principal servir de base para pesquisas científicas e atividades de ecoturismo, além de atividades de educação ambiental.

Itapoá possui também atrativos que podem ser classificados com o grau de hierarquia III, ou seja,

“[...] atrativos com algum aspecto expressivo, capaz de interessar visitantes oriundos de lugares distantes, dos mercados internos e externos, que tenham chegado à área por outras motivações turísticas ou de motivar correntes turísticas locais (atuais ou potenciais).” (BOULLÓN, 2002)

É o caso dos seguintes atrativos:

- Farolete Trincheira
- Porto Itapoá
- Praia da Barra do Saí
- Praia de Itapema do Norte
- Praia de Itapoá

Com relação aos atrativos de categoria III, destacam-se as Praias da Barra do Saí, de Itapema do Norte e de Itapoá, as quais atualmente são os grandes atrativos do município.

Por fim, existem os atrativos de hierarquia IV,

“[...] atrativos sem mérito suficiente para serem incluídos nas hierarquias superiores, mas que formam parte do patrimônio turístico, como elementos que podem complementar a outros de maior hierarquia no desenvolvimento e funcionamento [...] do espaço turístico que, em geral, podem motivar correntes turísticas locais, em particular, a demanda de recreação popular.” (BOULLÓN, 2002)

Nesse grupo pode-se incluir:

- Cachoeira do Casarão
- Capela Nosso Senhor Bom Jesus
- Figueira do Pontal
- Igreja Nossa Senhora do Perpétuo Socorro
- Ilha de Itapeva

- Ilha do Saí Guaçu
- Paróquia Nossa Senhora Imaculada Conceição
- Parque Natural Municipal dos Carijós
- Pesque e Pague Família Ledoux
- Píer do Porto de Itapoá
- Trapiche da Figueira do Pontal – Pontal do Norte
- Praça do Rainha

Além destes atrativos, conforme apresentado no **Estudo Preliminar do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS Itapoá** faz parte da oferta turística do município, os eventos programados e o artesanato local.

O artesanato⁴ de Itapoá possui produtos classificados como trabalhos manuais e artesanato de referência cultural, cujos trabalhos utilizam matéria-prima local, sejam elas recicladas ou naturais, como é caso da utilização do couro de peixe, escamas e conchas para a confecção de peças artesanais.

Nota-se que a oferta de atrativos de Itapoá é ainda pouco diversificada, porém há considerável potencial de desenvolvimento turístico no município. A Reserva Ecológica Volta Velha e a Baía da Babitonga se destacam, juntamente com as Praias de Itapema do Norte e Barra do Saí, como os atrativos de maior potencial, mas percebe-se que a ampliação da atratividade de Itapoá também pode e deveria ser realizada por meio da integração da oferta turística do município com a oferta turística do centro histórico de São Francisco do Sul, de modo a aumentar a gama de atrativos e também equipamentos turísticos.

Neste sentido, de uma oferta de 18 atrativos com apenas 7 atrativos de hierarquia II e III, Itapoá passaria para uma oferta de 24 atrativos, com 13 (treze) atrativos de hierarquia II e III, sendo 6 (seis) atrativos culturais e 7 (sete) atrativos naturais, conforme apresentado na tabela a seguir.

⁴ Informações detalhadas sobre o artesanato local podem ser acessadas no **Anexo 1 do Estudo Preliminar do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS Itapoá**.

Tabela 1. Síntese dos atrativos de hierarquias II e III dos municípios de Itapoá quando integrado ao centro histórico de São Francisco do Sul⁵.

Item	Nome	Cidade	Hierarquia	Categoria de Atrativos			Faixa de preço R\$ / Pessoa	Capac. N. de turistas
				Categoria	Tipo	Subtipo		
1	Baía da Babitonga	Itapoá	3	Atrativos Naturais	Zona Costeira	Baía	0,00	18.400*
2	Centro Histórico	São Francisco do Sul	3	Atrativos Culturais	Conjunto Arquitetônico	Urbano	0,00	N/A
3	Faroete Trincheira	Itapoá	3	Atrativos Culturais	Obras de infraestrutura	Farol	0,00	N/A
4	Igreja Nossa Senhora da Graça	São Francisco do Sul	3	Atrativos Culturais	Arquitetura Religiosa	Igreja	0,00	N/A
5	Museu Diocesano de Arte Sacra	São Francisco do Sul	3	Atrativos Culturais	Museu/Memorial	N/A	3,00	200
6	Museu Histórico	São Francisco do Sul	3	Atrativos Culturais	Museu/Memorial	N/A	3,00	200
7	Museu Nacional do Mar	São Francisco do Sul	3	Atrativos Culturais	Museu/Memorial	N/A	5,00	200
8	Porto Itapoá	Itapoá	3	Atrativos Culturais	Obras de infraestrutura	Porto	0,00	N/A
9	Praia da Barra do Saí	Itapoá	3	Atrativos Naturais	Zona Costeira	Praia	0,00	48.000*
10	Praia de Itapema do Norte	Itapoá	3	Atrativos Naturais	Zonas Costeiras	Praia	0,00	117.500*
11	Praia de Itapoá	Itapoá	3	Atrativos Naturais	Zonas Costeiras	Praia	0,00	96.000*
12	Reserva Ecológica Volta Velha	Itapoá	2	Atrativos Naturais	Unidades de Conservação e similares	Reserva Particular do Patrimônio Natural	0,00	45
13	Vila da Glória	São Francisco do Sul	3	Atrativos Culturais	Comunidades Tradicionais	Outros	0,00	5.000

Fonte: Elaborada pelo autor.

Percebe-se que a integração com a oferta turística de São Francisco do Sul promove a valorização dos produtos turísticos de Ecoturismo, Turismo Cultural, Turismo Náutico e o Turismo de Sol e Mar, pois incorporam à oferta de atrativos de Itapoá, importantes atrativos histórico-culturais do município vizinho, fato que está alinhado com as estratégias definidas na política estadual de turismo do estado, por meio do **Plano Catarina 2020**⁶, uma vez que, de acordo com o Plano, os segmentos mencionados possuem prioridade no que diz respeito a organização da oferta e desenvolvimento de produtos.

O Plano destaca também que a integração de produtos regionais é uma das principais ações do plano, a qual propõe:

Combinar lugares, eventos e atividades de uma mesma região turística que, quando ofertados em conjunto, permitem uma visão completa da região visitada e traduzem as particularidades de cada uma das diferentes identidades regionais que compõem o mosaico natural e cultural do Estado. (Santa Catarina, 2010)

⁵ A capacidade de uso das praias de Itapoá foi calculada por meio de metodologia proposta por SILVA; BITTENCOURT; SOUZA FILHO; ET. AL. (2012). Ver capítulo 1.1.3.

⁶ Plano Catarina 2020 - Plano de Marketing Turístico do Estado de Santa Catarina.

Ressalta-se ainda o alinhamento com o **Plano de Desenvolvimento Industrial Catarinense - PDIC 2022** (FIESC, 2016), o qual define a “Integração” como um dos fatores críticos para o desenvolvimento do turismo em Santa Catarina.

Desta forma, verifica-se que esta integração é fundamental para ampliar a competitividade turística da região e fomentar o aumento da demanda, da permanência e do gasto médio dos turistas que a visitam.

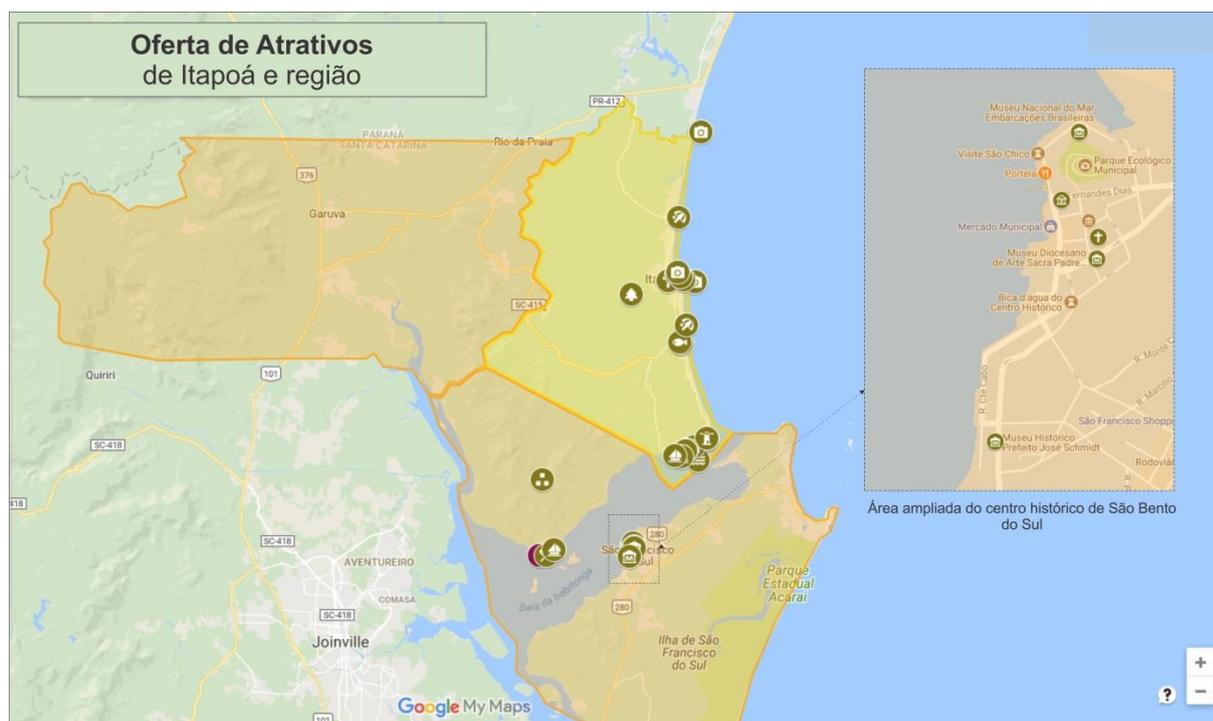


Figura 2. Distribuição dos atrativos turísticos de Itapoá e região.
Fonte: Elaborado pelo autor. *Google MyMaps*.

Por fim, destaca-se a importância do fortalecimento do turismo como forma de ampliar a competitividade de Itapoá, bem como da região turística Caminho dos Príncipes, a qual é uma das regiões mais diversificadas do estado, com ampla oferta de atrativos históricos, naturais e culturais, além de um dos principais polos de desenvolvimento econômico de Santa Catarina.

1.1.2 Acessibilidade e conectividade

Um aspecto essencial de um destino turístico é o grau de acessibilidade do lugar onde se situam, considerado em termos tanto de acessibilidade física e possibilidade de integração da zona no desenvolvimento mais amplo da região ou do país, como de acessibilidade ao mercado, ou seja, sua proximidade dos centros emissores da demanda. Neste sentido percebe-se a situação de destaque de Itapoá em relação aos aspectos citados

acima, seja em função de sua localização e facilidade de acesso, assim como da proximidade do município de centros emissores regionais. Por outro lado, é importante ressaltar que o município está distante dos grandes mercados emissores de turistas (São Paulo, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e Minas Gerais), porém, devido à boa malha aérea destes mercados para os aeroportos que atendem o município, considera-se positivo o acesso e a conectividade.

1.1.2.1 Acesso rodoviário

O acesso ao município de Itapoá pode ser realizado por via rodoviária, via aquaviária e via aérea, esta última por voos com destino aos aeroportos de Florianópolis, Joinville, Navegantes ou Curitiba. A principal via de acesso rodoviário a Itapoá é a SC417, rodovia que integra a BR101, no município de Garuva, ao município de Itapoá.

Com relação a BR101, esta é a principal ligação entre o Rio Grande do Sul, a partir de Porto Alegre a Itapoá, via Florianópolis e também a principal ligação dos Estados do Sudeste, em especial, o Paraná, a Itapoá, via Curitiba. Neste último caso, a partir de Curitiba o acesso se dá por meio da BR376 que volta a se chamar BR101 no estado de Santa Catarina (ver figura a seguir).

No sentido oeste/leste, a principal rodovia utilizada é a BR280, que liga o extremo oeste catarinense até São Bento do Sul, de onde se tem acesso a Itapoá via SC418 e na sequência pela BR101 até Garuva. Por fim, destaca-se novamente a BR280 como principal ligação entre a região de Jaraguá do Sul e a BR101, rodovia que segue no sentido norte até Garuva, de onde se tem acesso a SC417.

A partir da SC417, os principais acessos à oferta turística de Itapoá se dão por meio da SC 416 e Estrada Geral Saí Mirim, no sentido sul/norte ou PR412 e Avenida Saí Mirim, no sentido norte/sul. Já na área urbana, os principais acessos se dão por meio das avenidas Beira Mar 5, Avenida Brasil, Avenida Beiramar, Avenida André Rodrigues de Freitas, Avenida Celso Ramos, Avenida Principal e Avenida XV de Novembro, as quais ligam a região da Figueira do Pontal até a Barra do Saí.

A fim de conceituação, as vias citadas acima podem ser consideradas os principais **corredores turísticos** do município. Os corredores turísticos “são as vias de conexão entre as zonas, as áreas, os complexos, os centros, os conjuntos, os atrativos turísticos, as portas de entrada do turismo receptivo e as praças emissoras do turismo interno, que funcionam como elemento estruturador do espaço turístico (BOULLÓN, 2002 p. 97)”.

É justamente nestas vias que a maior parte dos turistas faz seu deslocamento para acesso e, também, para o deslocamento dentro do município.

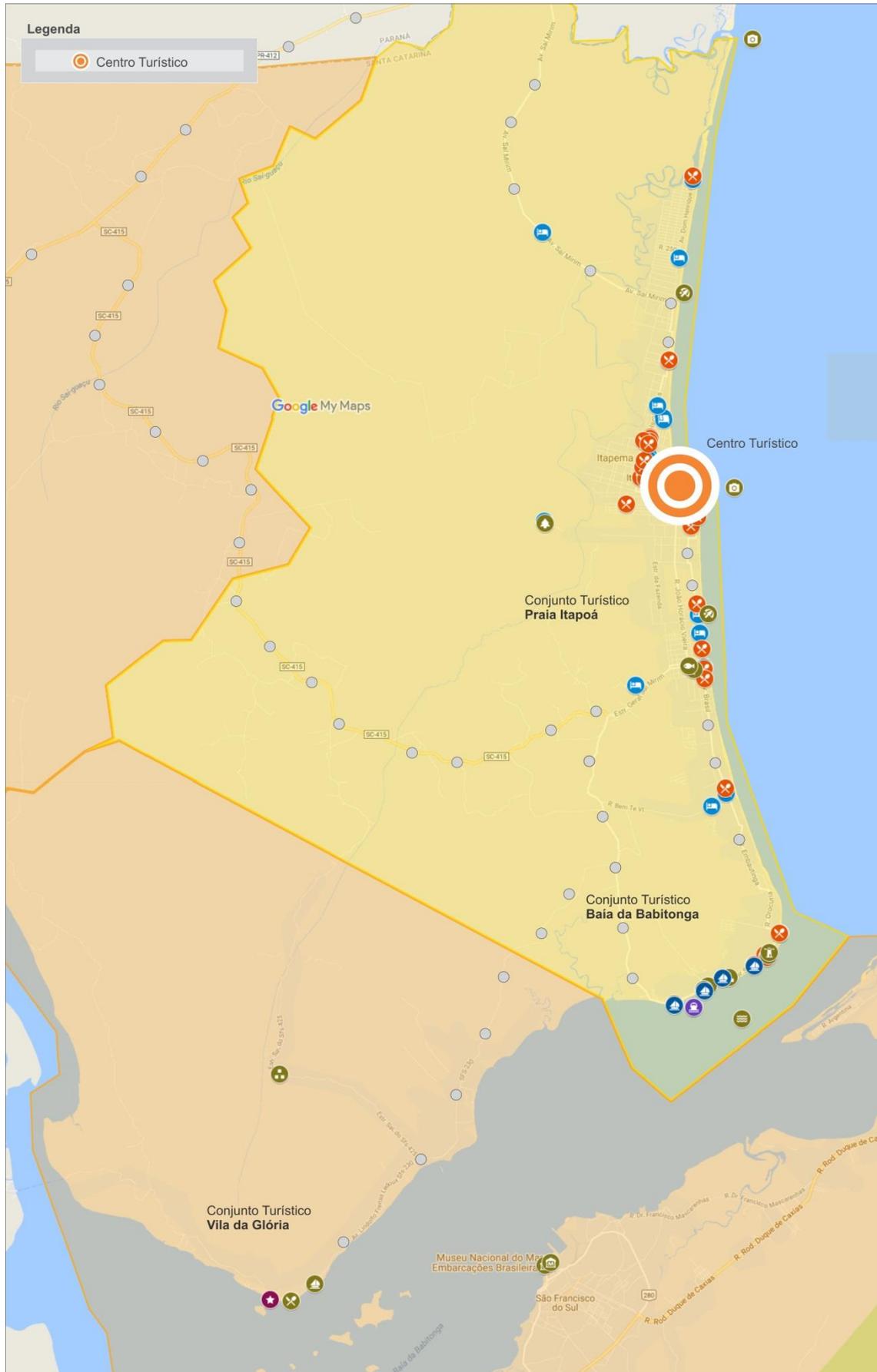


Figura 3. Identificação dos corredores turísticos de Itapoa.
 Fonte: Elaborado pelo autor (2017). *Google MyMaps*.

1.1.2.2 Terminal Rodoviário

Itapoá não possui um terminal rodoviário, mas sim, uma loja que comercializa passagens rodoviárias e que, por consequência, é a parada para embarque e desembarque rodoviário no município.

a) Terminal Rodoviário de Itapoá

Endereço: Rua do Príncipe, 1020– Itapoá/SC

Telefone: (47) 3443 1137

1.1.2.3 Acesso marítimo

O acesso aquaviário ao município de Itapoá se dá principalmente por meio da navegação na Baía da Babitonga, a qual liga o município de Itapoá a Joinville, num trajeto de aproximadamente 26 km. Esta rota é operada pela empresa Marine Bus, com horários regulares disponíveis todo o ano.

Na região do Pontal, existem duas marinas e alguns restaurantes que possuem trapiche, além dos restaurantes da Vila da Glória, que também possuem seus próprios trapiches.

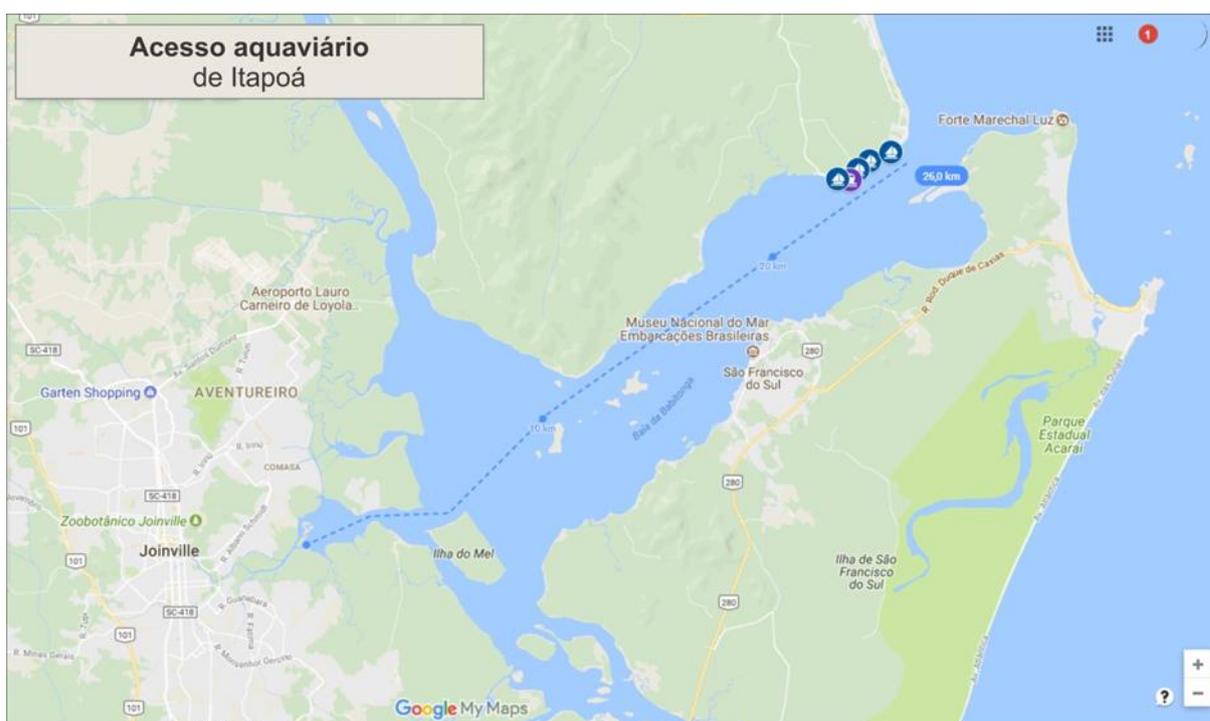


Figura 4. Identificação do acesso marítimo e aquaviário de Itapoá
Fonte: Elaborado pelo autor (2017). *MyMaps*

No município o acesso pode ser realizado por meio do Trapiche da Figueira do Pontal, Píer do Porto de Itapoá, ou ainda por meio da estrutura disponível nas duas marinas (Marina Pontal e Itapoá Marina).

Itapoá possui também um terminal portuário, no entanto, atualmente o porto é utilizado apenas para cargas.

1.1.2.3.1 Acesso aéreo

Itapoá não possui um aeroporto, porém existem 4 (quatro) aeroportos localizados dentro de um raio de menos de 265 km a partir do centro do município. São os aeroportos: Hercílio Luz, localizado no município de Florianópolis; Lauro Carneiro Loyola, localizado em Joinville; Ministro Victor Konder, localizado no município de Navegantes e o Aeroporto Internacional Afonso Pena, localizado no município de Curitiba.



Figura 5. Mapa com a identificação da população dos principais mercados emissores potenciais de turistas para o município.

Fonte: Elaborado pelo autor com *Google Maps*.

1.1.2.3.2 Aeroporto Internacional Hercílio Luz

O Aeroporto Internacional Hercílio Luz (Florianópolis) está localizado a 263 km ao sul de Itapoá.

O acesso a partir do Aeroporto Internacional Hercílio Luz é realizado por meio da BR101 até a saída para Garuva, e em seguida via SC417 até chegar ao município.

O aeroporto está situado na Rodovia Deputado Domício Freitas, 3393, Carianos – em Florianópolis. Possui atualmente (2017) um terminal de passageiros com 9.440 m² e capacidade para atender 4,1 milhões de passageiros por ano. Porém, há uma obra para a construção de um novo terminal de passageiros, com projeção de ampliação para 36.000 m² de área construída e capacidade de atendimento de mais de 10 milhões de passageiros por ano. Com as novas diretrizes do governo federal, o aeroporto passou por um processo de concessão para a iniciativa privada e, após o processo de transição operacional do mesmo, a obra será retomada, com previsão de início em janeiro de 2018.

Telefone: (48) 3331 4000

Status da obra de construção do novo terminal: Reinício em janeiro de 2018.

Término: Sem previsão.

Operam no aeroporto as companhias: Avianca, Azul, Gol e Latam.

De acordo com dados da INFRAERO (2017), o complexo aeroportuário do aeroporto Internacional Hercílio Luz é assim caracterizado:

- Siglas IATA/Infraero: FLN / SBFL
- Sítio Aeroportuário: 9.086.589 m²
- Pátio de Aeronaves: 20.187 m²
- Estacionamento de aeronaves:
 - 9 para aeronaves da aviação regular
 - 5 para aeronaves da aviação geral
- Pista (dimensões – comprimento x largura):
 - 2.300m x 45m e 1.500m x 45m
- Terminal de Passageiros: 9.440 m²
- Capacidade/ano: 4.177.800 passageiros
- Estacionamento de veículos - Capacidade: 539 vagas.

Diariamente, em torno de 41 (quarenta e um) voos pousam no Aeroporto Internacional Hercílio Luz. Estes voos conectam Florianópolis a cidades da região sul e sudeste do Brasil, além de Brasília, no Distrito Federal e Buenos Aires, na Argentina, conforme tabela apresentada abaixo.

Tabela 2. Identificação das chegadas de voos ao Aeroporto Internacional Hercílio Luz.

Item	Cia. Aérea	Voo	Origem	Data	Horário	Escala
1	AZUL	AD2786	Campinas - SP	15/ago	00:05	N/A
2	AVIANCA	AV6319	Chapecó - SC	15/ago	06:55	N/A
3	GOL	G31920	Porto Alegre - POA	15/ago	07:05	N/A
4	TAM	JJ3103	São Paulo - SP	15/ago	08:33	N/A
5	GOL	G32136	Rio de Janeiro - RJ	15/ago	08:56	N/A
6	GOL	G31254	São Paulo - SP	15/ago	09:00	N/A
7	GOL	G31242	Guarulhos - SP	15/ago	09:10	N/A
8	AZUL	AD4318	Porto Alegre - POA	15/ago	09:19	N/A
9	TAM	JJ3875	Brasilia - DF	15/ago	09:30	N/A
10	TAM	JJ3415	Guarulhos - SP	15/ago	09:48	N/A
11	TAM	JJ3413	Rio de Janeiro - RJ	15/ago	10:14	N/A
12	AZUL	AD2978	Campinas - SP	15/ago	10:45	N/A
13	AVIANCA	AV6262	Rio de Janeiro - RJ	15/ago	10:53	N/A
14	GOL	G31244	Guarulhos - SP	15/ago	11:10	N/A
15	GOL	G31256	São Paulo - SP	15/ago	11:45	N/A
16	AVIANCA	AV6174	Guarulhos - SP	15/ago	12:20	N/A
17	AZUL	AD4429	Rio de Janeiro - RJ	15/ago	12:25	Porto Alegre
18	AZUL	AD5728	Guarulhos - SP	15/ago	12:50	N/A
19	GOL	G37690	Buenos Aires - SAEZ	15/ago	13:35	N/A
20	TAM	JJ3185	Guarulhos - SP	15/ago	14:07	N/A
21	AZUL	AD4970	Campinas - SP	15/ago	14:25	N/A
22	GOL	G31258	São Paulo - SP	15/ago	14:35	N/A
23	TAM	JJ3107	São Paulo - SP	15/ago	14:40	N/A
24	AVIANCA	AV6175	Chapecó - SC	15/ago	15:10	N/A
25	AZUL	AD5748	Porto Alegre - POA	15/ago	16:00	N/A
26	GOL	G31940	Guarulhos - SP	15/ago	16:00	N/A
27	AZUL	AD4405	Chapecó - SC	15/ago	16:05	N/A
28	TAM	JJ3109	São Paulo - SP	15/ago	17:05	N/A
29	GOL	G31260	São Paulo - SP	15/ago	17:30	N/A
30	AVIANCA	AV 6260	Guarulhos - SP	15/ago	18:02	N/A
31	GOL	G32138	Rio de Janeiro - RJ	15/ago	18:35	N/A
32	TAM	JJ3113	Guarulhos - SP	15/ago	19:09	N/A
33	AZUL	AD2724	Porto Alegre - POA	15/ago	19:40	N/A
34	AZUL	AD6967	Campinas - SP	15/ago	21:20	N/A
35	GOL	G31252	Guarulhos - SP	15/ago	22:00	N/A
36	TAM	JJ3105	São Paulo - SP	15/ago	22:29	N/A
37	AVIANCA	AV6161	Brasilia - DF	15/ago	22:36	N/A
38	GOL	G31964	São Paulo - SP	15/ago	23:00	N/A
39	AVIANCA	AV6318	Guarulhos - SP	15/ago	23:05	N/A
40	AZUL	AD5364	Guarulhos - SP	15/ago	23:20	N/A
41	TAM	JJ3828	Rio de Janeiro - RJ	15/ago	23:30	N/A

Fonte: Elaborada pelo autor, com base nas informações da INFRAERO (2017)

1.1.2.3.3 Aeroporto de Joinville – Lauro Carneiro de Loyola

O Aeroporto Lauro Carneiro Loyola (Joinville) está a 84,5 km a sudoeste de Itapoá.

O acesso a partir do Aeroporto Lauro Carneiro Loyola é realizado por meio da BR101 até Garuva e, posteriormente pela SC417, sendo este o principal acesso ao município.

O aeroporto de Joinville – Lauro Carneiro de Loyola está localizado na Avenida Santos Dumont, 9.000, possui um terminal de passageiros com 4.000 m² e área de embarque e desembarque doméstico.

Telefone: (47) 3417 4000

Operam no aeroporto as companhias: Azul, Gol e Latam.

De acordo com dados da INFRAERO (2017), o complexo aeroportuário do aeroporto de Joinville é assim caracterizado:

- Siglas IATA/Infraero: JOI / SBJV
- Sítio Aeroportuário: 1.331 milhão de m²
- Pátio de Aeronaves: 15.010 m²
- Estacionamento de aeronaves:
- 4 posições de aviação comercial
- 5 posições de aviação geral, de acordo com a composição.
- Pista (dimensões – comprimento x largura): 1.540 m x 45 m
- Terminal de Passageiros: 4.000 m²
- Capacidade/ano: 0,8 milhão de passageiros
- Estacionamento de veículos - Capacidade: 300 veículos.

Diariamente aproximadamente 8 (oito) voos nacionais são operados no Aeroporto Lauro Carneiro Loyola. Estes voos conectam Joinville às demais regiões brasileiras, via São Paulo, conforme relação apresentada na tabela a seguir.

Tabela 3. Identificação das chegadas de voos ao Aeroporto Lauro Carneiro Loyola

Item	Cia. Aérea	Cia Aérea	Origem	Data	Horário	Escala
1	TAM	JJ3035	São Paulo - SP	15/ago	08:13	N/A
2	GOL	G31288	São Paulo - SP	15/ago	09:15	N/A
3	AZUL	AD4366	Campinas - SP	15/ago	10:05	N/A
4	TAM	JJ3091	São Paulo - SP	15/ago	14:15	N/A
5	GOL	G31292	São Paulo - SP	15/ago	17:15	N/A
6	TAM	JJ3033	São Paulo - SP	15/ago	18:33	N/A
7	AZUL	AD4346	Campinas - SP	15/ago	18:55	N/A
8	AZUL	AD4408	Campinas - SP	15/ago	22:45	N/A

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de dados da INFRAERO (2017)

1.1.2.3.4 Aeroporto Internacional de Navegantes – Ministro Victor Konder

O Aeroporto Ministro Victor Konder (Navegantes) está localizado a 160 km ao sul de Itapoá. O acesso a partir do Aeroporto de Navegantes é realizado por meio da BR470 até a BR101, de onde se segue até a SC417, no município de Garuva, rodovia esta que integra a BR101 a Itapoá.

O aeroporto Internacional Ministro Victor Konder está localizado na Rua Osmar Gaya, 1.297. O aeroporto possui um terminal de passageiros com 5.200 m² e área de embarque e desembarque internacional.

Telefone: (47) 3342 9200.

Operam no aeroporto as companhias: Azul, Gol e Latam.

De acordo com dados da INFRAERO (2017), o complexo aeroportuário do aeroporto Internacional de Navegantes é assim caracterizado:

- Siglas IATA/Infraero: NVT / SBNF
- Sítio Aeroportuário: 680.633,30 m²
- Pátio de Aeronaves: 20.276 m²
- Estacionamento de aeronaves:
6 posições de aviação comercial;
4 posições de aviação de asa rotativa;
6 a 15 posições de aviação geral, de acordo com a composição.
- Pista (dimensões – comprimento x largura): 1.701 m x 45 m
- Terminal de Passageiros: 5.200 m²
- Capacidade/ano: 1,4 milhão de passageiros
- Estacionamento de veículos - Capacidade: 344 veículos.

Diariamente aproximadamente 22 (vinte e dois) voos são operados no Aeroporto Internacional Ministro Victor Konder. Estes voos, conectam cidades do Sul e Sudeste brasileiro, por meio de voos de Porto Alegre, Rio de Janeiro e São Paulo (ver tabela a seguir).

Tabela 4. Identificação das chegadas de voos ao Aeroporto Internacional Ministro Victor Konder.

Item	Cia. Aérea	Voo	Origem	Data	Horário	Escala
1	TAM	JJ3119	São Paulo - SP	15/ago	07:38	N/A
2	GOL	G31278	São Paulo - SP	15/ago	09:05	N/A
3	AZUL	AD4494	Campinas - SP	15/ago	09:30	N/A
4	AZUL	AD2837	Porto Alegre - RS	15/ago	09:40	N/A
5	AVIANCA	AV6104	Guarulhos - SP - SP	15/ago	09:45	N/A
6	TAM	JJ3121	São Paulo - SP	15/ago	11:05	N/A
7	GOL	G31266	Guarulhos - SP - SP	15/ago	11:10	N/A
8	GOL	G31280	São Paulo - SP	15/ago	12:47	N/A
9	AVIANCA	AV6106	Guarulhos - SP - SP	15/ago	14:35	N/A
10	TAM	JJ3934	São Paulo - SP	15/ago	14:45	N/A
11	AZUL	AD4265	Campinas - SP	15/ago	15:25	N/A
12	GOL	G31268	Guarulhos - SP - SP	15/ago	18:10	N/A
13	GOL	G31282	São Paulo - SP	15/ago	18:25	N/A
14	AZUL	AD4449	Porto Alegre - RS	15/ago	18:30	N/A
15	AVIANCA	AV6108	Guarulhos - SP - SP	15/ago	18:50	N/A
16	TAM	JJ3043	São Paulo - SP	15/ago	19:44	N/A
17	GOL	G31284	São Paulo - SP	15/ago	20:25	N/A
18	AZUL	AD5004	Campinas - SP	15/ago	20:35	N/A
19	GOL	G32152	Rio de Janeiro - RJ	15/ago	22:45	N/A
20	TAM	JJ3300	São Paulo - SP	15/ago	23:18	N/A
21	GOL	G31272	Guarulhos - SP - SP	15/ago	23:40	N/A
22	AZUL	AD4160	Campinas - SP	15/ago	23:45	N/A

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de dados da INFRAERO (2017)

1.1.2.3.5 Aeroporto Internacional de Curitiba – Afonso Pena

O Aeroporto Internacional Afonso Pena (Curitiba) está a 126 km ao norte de Itapoá. O acesso desde o Aeroporto Afonso Pena se dá por meio da rodovia BR376 até a entrada de Garuva, e posteriormente pela SC417 até Itapoá.

O aeroporto Internacional Afonso Pena está localizado na Av. Rocha Pombo - Águas Belas, São José dos Pinhais, cidade que faz parte da região metropolitana de Curitiba, situada a 7 km de distância da capital do estado. O aeroporto possui um terminal de passageiros com 112 mil m² e área de embarque e desembarque internacional.

Telefone: (41) 3381 1515

Operam no aeroporto as companhias: Aerolineas Argentinas, Avianca, Azul, Gol e Latam.

De acordo com dados da INFRAERO (2017), o complexo aeroportuário do aeroporto Internacional de Curitiba é assim caracterizado:

- Siglas IATA/Infraero: CWB / SBCT
- Sítio Aeroportuário: 7.362 milhões de m²

- Pátio de Aeronaves:
Principal 1: 90.386 m²
Pátio 2: 34.850 m²
- Estacionamento de aeronaves:
14 pontes de embarque
10 posições remotas – pátio 2
2 posições remotas – pátio 1
- Pista (dimensões – comprimento x largura):
Principal: 2.218 m x 45 m
Auxiliar: 1.798 m x 45m
- Terminal de Passageiros: 112.000 m²
- Capacidade/ano: 14,8 milhões de passageiros
- Estacionamento de veículos - Capacidade: 2.122 veículos

Diariamente, aproximadamente 89 (oitenta e nove) voos nacionais ligam cidades de diversas regiões do Brasil ao Aeroporto Internacional Afonso Pena em Curitiba, a partir de voos oriundos de grandes cidades, tais como: São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Recife, Porto Alegre e Foz do Iguaçu, além de Brasília, no Distrito Federal.

A tabela a seguir apresenta informações referentes aos voos operados no Aeroporto Internacional Afonso Pena.

Tabela 5. Identificação das chegadas de voos ao Aeroporto Internacional Afonso Pena

Item	Cia. Aérea	Voo	Origem	Data	Previsto	Escalas
1	TAM	JJ3335	SP - Guarulhos - SP	10/ago	00:06	N/A
2	TAM	JJ3090	Porto Alegre - RS	10/ago	06:41	N/A
3	TAM	JJ3859	Rio de Janeiro - RJ	10/ago	07:30	N/A
4	TAM	JJ3001	SP - Congonhas - SP	10/ago	07:48	N/A
5	TAM	JJ3157	SP - Guarulhos - SP	10/ago	07:52	N/A
6	GOL	G31130	SP - Congonhas - SP	10/ago	07:53	N/A
7	AZUL	AD9000	Porto Alegre - RS	10/ago	08:00	N/A
8	GOL	G32088	Rio de Janeiro - RJ	10/ago	08:20	N/A
9	AZUL	AD2870	SP - Congonhas - SP	10/ago	08:35	N/A
10	AZUL	AD2853	Cuiabá - MT	10/ago	08:45	Campo Grande
11	TAM	JJ3967	Brasília - DF	10/ago	08:49	N/A
12	GOL	G31120	SP - Guarulhos - SP	10/ago	09:00	N/A
13	AZUL	AD5790	Rio de Janeiro - RJ	10/ago	09:00	N/A
14	GOL	G32122	Rio de Janeiro - RJ	10/ago	09:05	N/A
15	AZUL	AD9238	Londrina - PR	10/ago	09:10	N/A
16	AZUL	AD9141	Maringá - SBMH	10/ago	09:10	N/A
17	TAM	JJ4711	SP - Guarulhos - SP	10/ago	09:22	N/A
18	TAM	JJ3003	SP - Congonhas - SP	10/ago	09:23	N/A
19	AVIANCA	AV6242	SP - Guarulhos - SP	10/ago	09:30	N/A
20	GOL	G31132	SP - Congonhas - SP	10/ago	09:35	N/A
21	AZUL	AD4284	Campinas - SP	10/ago	09:48	N/A
22	GOL	G31134	SP - Congonhas - SP	10/ago	11:07	N/A
23	TAM	JJ3237	SP - Congonhas - SP	10/ago	11:27	N/A
24	GOL	G31122	SP - Guarulhos - SP	10/ago	11:30	N/A
25	AZUL	AD9062	Campinas - SP	10/ago	11:50	N/A
26	GOL	G37660	SP - Guarulhos - SP	10/ago	11:55	N/A
27	AZUL	AD5182	Porto Alegre - RS	10/ago	12:00	Foz do Iguaçu
28	AZUL	AD4156	Porto Alegre - RS	10/ago	12:10	N/A
29	AZUL	AD2973	Foz do Iguaçu - IGU	10/ago	12:20	N/A
30	TAM	JJ3009	SP - Congonhas - SP	10/ago	12:28	N/A
31	AZUL	AD5050	Rio de Janeiro - RJ	10/ago	12:40	N/A
32	AZUL	AD2872	SP - Congonhas - SP	10/ago	12:43	N/A
33	AZUL	AD4133	SP - Guarulhos - SP	10/ago	12:50	N/A
34	AZUL	AD9057	Cascavel - PR	10/ago	12:50	N/A
35	TAM	JJ3337	SP - Guarulhos - SP	10/ago	12:56	N/A
36	AZUL	AD9133	Rio de Janeiro - RJ	10/ago	13:25	N/A
37	AVIANCA	AV6244	SP - Guarulhos - SP	10/ago	13:43	N/A
38	GOL	G36283	Buenos Aires - BUE	10/ago	13:50	N/A
39	AZUL	AZ5048	Porto Alegre - RS	10/ago	14:20	N/A
40	TAM	JJ3331	SP - Guarulhos - SP	10/ago	14:20	N/A
41	AZUL	AD4104	Campinas - SP	10/ago	14:25	N/A
42	TAM	JJ3011	SP - Congonhas - SP	10/ago	15:04	N/A
43	GOL	G31340	SP - Guarulhos - SP	10/ago	15:30	N/A
44	AZUL	AD9008	Maringá - SBMH	10/ago	15:40	N/A
45	AZUL	AZ9191	Foz do Iguaçu - IGU	10/ago	16:15	N/A
46	TAM	JJ3013	SP - Congonhas - SP	10/ago	16:23	N/A
47	AZUL	AZ5200	Campinas - SP	10/ago	16:30	N/A

Item	Cia. Aérea	Voo	Origem	Data	Previsto	Escalas
48	AZUL	AD2833	Cascavel - PR	10/ago	16:40	N/A
49	AZUL	AD5129	Londrina - PR	10/ago	16:40	N/A
50	GOL	G31140	SP - Congonhas - SP	10/ago	16:48	N/A
51	AZUL	AD4243	Campinas - SP	10/ago	17:20	N/A
52	GOL	G32126	Rio de Janeiro - RJ	10/ago	17:28	N/A
53	AZUL	AD9129	Rio de Janeiro - RJ	10/ago	17:30	N/A
54	AZUL	AD2874	SP - Congonhas - SP	10/ago	17:43	N/A
55	GOL	G31124	SP - Guarulhos - SP	10/ago	18:05	N/A
56	TAM	JJ3015	SP - Congonhas - SP	10/ago	18:10	N/A
57	AZUL	AD5113	Porto Alegre - RS	10/ago	18:15	N/A
58	AVIANCA	AV6246	SP - Guarulhos - SP	10/ago	18:28	N/A
59	TAM	JJ3930	Porto Alegre - RS	10/ago	18:37	N/A
60	GOL	G32128	Rio de Janeiro - RJ	10/ago	18:48	N/A
61	GOL	G31142	SP - Congonhas - SP	10/ago	18:53	N/A
62	AZUL	AD4269	Campinas - SP	10/ago	19:05	N/A
63	TAM	JJ3021	SP - Congonhas - SP	10/ago	19:40	N/A
64	TAM	JJ4779	Rio de Janeiro - RJ	10/ago	20:20	N/A
65	AZUL	AD5791	Maringá - SBMH	10/ago	20:25	N/A
66	AZUL	AD2479	Cuiabá - MT	10/ago	20:31	Londrina
67	AZUL	AD5715	Cascavel - PR	10/ago	20:34	N/A
68	AZUL	AD2876	SP - Congonhas - SP	10/ago	20:35	N/A
69	TAM	JJ3809	SP - Guarulhos - SP	10/ago	20:37	N/A
70	GOL	G31988	Porto Alegre - RS	10/ago	20:45	N/A
71	TAM	JJ3151	Brasília - DF	10/ago	20:54	N/A
72	AZUL	AD2852	Porto Alegre - RS	10/ago	21:05	N/A
73	TAM	JJ3019	SP - Congonhas - SP	10/ago	21:08	N/A
74	AZUL	AD9001	Recife - PE	10/ago	21:10	N/A
75	AZUL	AD4361	Campinas - SP	10/ago	21:20	N/A
76	GOL	G32092	Rio de Janeiro - RJ	10/ago	21:25	N/A
77	AZUL	AD6921	SP - Guarulhos - SP	10/ago	21:38	N/A
78	AZUL	AD4026	Campinas - SP	10/ago	21:45	N/A
79	AZUL	AD4237	Rio de Janeiro - RJ	10/ago	21:45	N/A
80	AVIANCA	AV6245	Brasília - DF	10/ago	21:47	N/A
81	GOL	G31148	SP - Congonhas - SP	10/ago	22:05	N/A
82	TAM	JJ3089	SP - Congonhas - SP	10/ago	22:10	N/A
83	GOL	G32134	Rio de Janeiro - RJ	10/ago	22:44	N/A
84	GOL	G31784	Brasília - DF	10/ago	23:09	N/A
85	AZUL	AD9009	Belo Horizonte - MG	10/ago	23:20	N/A
86	GOL	G31918	SP - Guarulhos - SP	10/ago	23:30	N/A
87	AVIANCA	AV6248	SP - Guarulhos - SP	10/ago	23:36	N/A
88	AZUL	AD4092	Campinas - SP	10/ago	23:45	N/A
89	AZUL	AD9136	Foz do Iguaçu - IGU	10/ago	23:50	N/A

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de dados da INFRAERO (2017).

Percebe-se, portanto, que Itapoá possui acesso facilitado em relação a alguns dos principais mercados emissores regionais, tais como Região Metropolitana de Curitiba, Região de Jaraguá do Sul e Joinville e, ainda região do Planalto Norte Catarinense, por meio das rodovias citadas anteriormente. Além disso, o município possui ampla conectividade por meio

do sistema de transporte rodoviário e aéreo, este último em função da proximidade e ampla malha aérea dos aeroportos Hercílio Luz, Lauro Carneiro, Ministro Victor Konder e Afonso Pena.

1.1.3 Nível de uso atual ou potencial

O município de Itapoá possui 257,2 km² porém, apenas uma pequena parcela do território do município é utilizada para fins turísticos, seja em função das características dos atrativos, essencialmente praias, seja ainda em função da infraestrutura turística que, de modo geral, está concentrada na Praia de Itapema do Norte, Praia Itapoá, Barra do Saí e Baía da Babitonga.

Sabendo-se que a oferta de meios de hospedagens é de 21 meios de hospedagens com 306 unidades habitacionais e 925 leitos, ou seja, sabendo-se que a cidade pode hospedar nos meios de hospedagens oficiais aproximadamente 925 pessoas e ainda, sabendo-se que existe uma oferta complementar de 20.777 residências, das quais 15.737 são residências temporárias (IBGE, 2010), e poderiam hospedar pelo menos 78.685 pessoas (15.737 x 5 pessoas) buscou-se identificar qual a capacidade de atendimento turístico do município em relação ao uso de seus atrativos.

As praias de Itapoá, juntas, possuem uma extensão de 24,5 km de comprimento e área total de aproximadamente 901.000 m². De acordo com Silva; Bittencourt; Souza Filho; et. al. (2012), em estudo realizado no litoral da Bahia, a melhor condição de uso da areia da praia seria de 8 a 12 m² por pessoa. No mesmo estudo foram analisadas ainda situações intermediárias (4 a 8 m² por pessoa) e situação grave (1 a 4m² por pessoa). Aplicando a mesma condição de uso para as praias de Itapoá se verifica que a situação ideal seria a de atender um número máximo de 90.100 visitantes no município ou numa situação intermediária, 150.167 visitantes.

Tabela 6. Cálculo da capacidade de suporte das praias de Itapoá.

Avaliação sobre o nível de uso potencial das praias				Condição de Uso		
				Ruim	Ideal	Intermediário
Praias	Comprimento (m)	Largura média (m)	Áreas (m ²)	1 pessoa = 2 m ²	1 pessoa = 10 m ²	1 = 6 m ²
Figueira do Pontal	9.200,00	20,00	184.000,00	92.000	18.400	30.667
Praia da Barra do Saí	5.800,00	50,00	290.000,00	145.000	29.000	48.333
Praia Itapema do Norte	4.700,00	50,00	235.000,00	117.500	23.500	39.167
Praia Itapoá	4.800,00	40,00	192.000,00	96.000	19.200	32.000
Total	24.500,00	40,00	901.000,00	450.500	90.100	150.167

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de dados fornecidos pela SEMAI Itapoá.

A situação mais grave seria uma demanda de 450.500 visitantes quando, neste caso, cada pessoa estaria utilizando aproximadamente 2 m² da praia.

Uma solução para a situação poderia ser alcançada com a definição de condições de uso diferentes para cada uma das praias, principalmente em função do tamanho das mesmas e do ambiente nos quais as praias estão localizadas. As Praias de Itapema do Norte e Itapoá poderiam ter um uso intensivo, com alta concentração de uso, a Praia da Barra do Saí poderia ter uma condição de uso intermediária e a Orla da Baía da Babitonga, devido a pequena faixa de areia, poderia ter uma condição de uso mais restritiva, com baixa concentração de uso.

A tabela abaixo apresenta a proposta de condição de uso das praias de Itapoá.

Tabela 7. Proposta de condição de uso das praias de Itapoá.

Avaliação sobre o nível de uso potencial das praias				Condição de Uso Proposta		
				Ruim	Ideal	Intermediário
Praias	Comprimento (m)	Largura média (m)	Áreas (m ²)	1 pessoa = 2 m ²	1 pessoa = 10 m ²	1 = 6 m ²
Figueira do Pontal	9.200,00	20,00	184.000,00		18.400	
Praia da Barra do Saí	5.800,00	50,00	290.000,00			48.333
Praia Itapema do Norte	4.700,00	50,00	235.000,00	117.500		
Praia Itapoá	4.800,00	40,00	192.000,00	96.000		
Total	24.500,00	40,00	901.000,00	280.233		

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de dados fornecidos pela SEMAI Itapoá.

No modelo de uso proposto acima, as Praias de Itapema do Norte e Itapoá seriam os atrativos que receberiam a maior carga de visitação / m² chegando a um uso potencial de 117,5 mil e 96 mil pessoas respectivamente, o que, somado ao potencial de visitação das demais praias, chegaria a um público potencial de aproximadamente 280,23 mil visitantes, ou seja, um número bastante similar ao registrado nas estimativas de visitantes na alta temporada.

Ressalta-se, porém, que nestes casos hipotéticos a capacidade de atendimento do município seria totalmente extrapolada (925 leitos oficiais e estimativa de 78.685 leitos em casas de segunda residência). Da mesma forma, nota-se que a capacidade instalada nos estabelecimentos de alimentos e bebidas também seriam completamente extrapoladas (4.175 cadeiras, capazes de atender dois clientes por refeição, ou seja, 8.350 clientes).

Percebe-se, portanto, que, haja vista a oferta de casas de segunda residência, o município poderia, à medida que for ampliando a oferta do sistema de abastecimento de água, tratamento de esgoto, coleta de lixo, entre outros, atender um público potencial de 70 a 80 mil pessoas, nos períodos de pico de visitação.

1.1.4 Serviços básicos⁷

Os serviços básicos como: a drenagem, o abastecimento de água, distribuição de energia, esgotamento sanitário, destinação de resíduos sólidos, serviços de saúde e segurança, condicionam a construção e os custos dos equipamentos turísticos. Portanto, tais parâmetros são imprescindíveis para a análise de viabilidade de uma área turística.

No caso do município de Itapoá, destaca-se que o sistema de abastecimento de água é um aspecto classificado como positivo, haja vista que aproximadamente 88% da população está ligada a rede geral de abastecimento de água e aproximadamente 12% da população tem acesso a água por meio de poços e nascentes localizadas dentro ou fora de suas propriedades. Ou seja, se por um lado o sistema de abastecimento não atende a todas as pessoas, quase 100% da população tem acesso à água encanada ou água derivada de poços / nascentes.

Já um fato diferente é representado pelo sistema de tratamento de esgoto, classificado como uma variável negativa. Não há um sistema de saneamento básico no município. Sendo assim, atualmente, 89% dos domicílios possuem fossa séptica, 8,7% da população faz uso de fossa rudimentar e mais de 0,5% da população faz uso de valas.

Nesse sentido, verifica-se uma situação extremamente delicada com relação ao fomento do turismo: o desenvolvimento da atividade turística pode gerar prejuízos, devido a uma sobrecarga do sistema, uma vez que o aumento de turistas acarretará em uma maior demanda de uso do sistema, e assim, por conseguinte, causará prejuízo aos recursos naturais, uma vez que não existe capacidade de tratamento da demanda.

Tabela 8. Tabela sintética sobre a Infraestrutura básica e serviços gerais de Itapoá.

Indicadores	Positivo	Moderado	Negativo
Sistema de abastecimento de água		X	
Sistema de saneamento básico			X
Limpeza Urbana			X
Fornecimento de Energia e Iluminação pública	X		
Sistema de Comunicação			X
Sistema de Saúde		X	
Sistema de Segurança			X

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

⁷ Dados extraídos do Estudo Preliminar do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS Itapoá (2017).

No que tange à Limpeza Urbana, pode-se constatar um amplo serviço de coleta de resíduos orgânicos e não orgânicos em praticamente todas as regiões do município, a coleta é realizada todos os dias, porém em dias alternados em cada região do município. Apesar disso, o serviço foi considerado como um aspecto negativo de Itapoá durante a análise SWOT, pois verificou-se que não há lixeiras para organização dos sacos de resíduos do município o que faz com que os desejos fiquem expostos até que haja coleta.

Com relação à Iluminação Pública verifica-se que existe um sistema de iluminação razoável no município que atende positivamente o território municipal. De modo geral verificou-se que os atrativos de Itapoá possuem uma iluminação razoável, haja vista que devido à grande extensão das praias, poucas são as áreas bem iluminadas. Neste sentido, além da ampliação do sistema de iluminação com lâmpadas de baixo consumo, poder-se-ia instalar geradores individuais de energia, quer sejam movidos a energia solar ou eólica, ao menos nos locais de maior visitação turística e maior consumo.

Quanto ao sistema de comunicação, verifica-se que no município existe cobertura do sistema de telefonia móvel e de internet. Ainda com relação ao sistema de comunicação, foi identificado que existem diversos meios de comunicação no município, entre eles jornais e rádios; o sistema de correspondência postal atende todo o município, assim como a cobertura do sistema de telecomunicações que, quer sejam por meio de antenas externas, antenas parabólicas, sinal via cabo ou sinal via satélite, pode ser recebido em qualquer parte do território municipal. Ainda assim, devido à qualidade do serviço prestado e devido à dificuldade de acesso a telefonia móvel e internet inclusive no centro da cidade, classifica-se o sistema de comunicação como uma variável negativa.

Ainda em relação aos serviços básicos municipais, destaca-se a situação do Sistema de Saúde, classificado como um indicador moderado. Isto se deve ao fato de apesar de existir uma oferta razoável de serviços de saúde, o município não dispõe de um hospital, somente um Pronto Atendimento 24h.

Ainda assim é importante destacar que o município conta com:

- 07 (sete) estabelecimentos privados de saúde;
- 06 (seis) Unidades Básicas de Saúde e ESF; e
- 115 (cento e quinze) profissionais ligados à saúde, no Sistema de Saúde Municipal, segundo o Cadastro Nacional de Estabelecimentos de Saúde (CNES).

Por fim, mas não menos importante, verifica-se que o Sistema de Segurança do município, composto por três departamentos de Polícia e o Corpo de Bombeiros, também é avaliado como um indicador negativo pois, conforme identificado durante a elaboração da Análise SWOT do turismo no município, este não atende as necessidades da população e

turistas, principalmente devido ao baixo número de efetivos. Ressalta-se que ainda que o número de efetivos aumente durante os meses de verão, esta é uma ação pontual e os mesmos não conhecem a cidade, impedindo-os de fornecer um atendimento diferenciado aos visitantes.

Com relação aos departamentos de polícia destaca-se:

a) Polícia Civil

Itapoá possui uma Delegacia de Polícia da Comarca localizada a Rua do Peixe, s/n - Itapema do Norte e vinculada a 2ª - Delegacia Regional de Polícia localizada em Joinville.

Telefone: (47) 3443 3020 / 3443 3040

E-mail: dpitapoa@pc.sc.gov.br

b) Polícia Militar - 5ªRPM/27ºBPM/1ªCia/4ºPel - 4º Pelotão - Itapoá

Endereço: Rua Ana Maria Rodrigues de Freitas,1451 - Itapema do Norte

Telefone: (47) 3481-2184 / 2183 / 2190 / 2181

E-mail: 27b1c4p@pm.sc.gov.br

c) 9º Batalhão de Bombeiros Militares de Itapoá

Endereço: Rua 1580,159 – Centro

Telefone: (47) 3481-2350

O Quartel do Corpo de Bombeiros de Itapoá está instalado na Rua 1580,159 – Centro e possui um efetivo de 11 (onze) militares.

O Corpo de Bombeiros do município possui, como equipamento de infraestrutura:

- 1 (uma) ambulância;
- 1 (um) carro auto bomba/resgate;
- 1 (um) *jet ski*;
- 1 (uma) embarcação motor de popa;
- 2 pranchas;
- 3 viaturas pequenas.

1.1.5 Quadro institucional e aspectos legais

A gestão do turismo na área turística onde se encontra o destino turístico de Itapoá é integrada por órgãos estaduais e entidades de direito privado sem fins econômicos.

O planejamento e gestão do turismo no âmbito estadual estão sob a responsabilidade da Secretaria de Estado de Turismo, Cultura e Esporte – SOL que atua conjuntamente com a SANTA CATARINA TURISMO S/A, uma empresa de economia mista, responsável pelo marketing turismo doméstico e internacional do estado.

Já no âmbito regional a gestão do turismo é promovida pelo **Instituto de Desenvolvimento Turístico da Região Norte de Santa Catarina – Roteiro de Encantos**. Este representa na região a Instância de Governança dos Caminhos dos Príncipes e é responsável, entre outros, por propor, desenvolver e executar ações de planejamento e ordenamento das atividades turísticas da região norte de Santa Catarina, atendendo ao parecer do Fórum de Desenvolvimento Turístico do Norte de Santa Catarina, além de fomentar o desenvolvimento do turismo na região de abrangência, gerando demanda turística.

Por fim, no município de Itapoá a gestão do turismo é realizada pela **Secretaria Municipal de Turismo e Cultura**.

A figura abaixo apresenta a integração dos órgãos e entidades responsáveis pela gestão do turismo na região.



Figura 6. Identificação dos órgãos e entidades que atuam na gestão do turismo na região de Itapoá.

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

1.1.5.1 A Secretaria de Estado de Turismo, Cultura e Esporte - SOL⁸

A Secretaria de Estado de Turismo, Cultura e Esporte é o órgão responsável pela gestão do turismo no estado de Santa Catarina. De acordo com art. 1º do regimento interno da secretaria, compete à Secretaria de Estado de Turismo, Cultura e Esporte - SOL, no âmbito da administração direta, autárquica e fundacional, entre outras:

I planejar, formular e normatizar as políticas integradas de turismo, cultura, esporte e lazer;

II apoiar a ampliação e diversificação da infraestrutura estadual nas áreas de turismo, cultura, esporte e lazer;

III apoiar e incentivar a realização de manifestações e eventos turísticos, culturais, esportivos e de lazer;

IV estabelecer parcerias com órgãos públicos federais, estaduais, municipais e entidades privadas, intercambiando experiências para o desenvolvimento integrado do turismo, cultura, esporte e lazer;

V elaborar estudos e análises específicas sobre as áreas turísticas, culturais e esportivas, visando à proposição de diretrizes para o desenvolvimento integrado do lazer;

VI planejar e coordenar ações voltadas à captação de recursos para financiamento de projetos relativos ao desenvolvimento turístico, cultural, esportivo e de lazer em organismos nacionais e internacionais;

VII elaborar programas, projetos e ações nas áreas de turismo, cultura, esporte e lazer voltados à inclusão de portadores de necessidades especiais e demais segmentos da sociedade;

VIII planejar a promoção do produto turístico catarinense em âmbito nacional e internacional;

IX planejar ações que envolvam o inventário e a hierarquização dos espaços turísticos, culturais, esportivos e de lazer;

X planejar ações de defesa do patrimônio artístico, histórico e cultural do Estado;

XI normatizar e consolidar critérios para estudos e pesquisas de demanda turística;

⁸SANTA CATARINA. **Regimento interno.** SOL. Disponível em: <http://www.sol.sc.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=270&Itemid=136>. Acesso: setembro 2017.

XII planejar e coordenar o Programa de Desenvolvimento do Turismo no Sul do Brasil - PRODETUR SUL/SC;

XIII administrar e controlar o Sistema Estadual de Incentivo ao Turismo, à Cultura e ao Esporte;

XIV estimular a criação e desenvolvimento de mecanismos de regionalização e segmentação do turismo catarinense;

XV compatibilizar as diretrizes estaduais à política nacional de desenvolvimento do turismo;

XVI representar o Estado, por intermédio de convênios, acordos, ou outros meios, com órgãos ou entidades públicos ou privados, nacionais, regionais, estaduais, municipais e internacionais, com vistas no fomento de atividades turísticas, culturais, esportivas e de lazer; e

XVII orientar e apoiar as Secretarias de Estado de Desenvolvimento Regional - SDRs na execução e implementação de atividades e ações relativas aos setores de turismo, cultura, esporte e lazer.

1.1.5.2 Santa Catarina Turismo S/A – SANTUR⁹

A SANTUR é uma empresa de economia mista, vinculada à Secretaria Estadual de Turismo, Cultura e Esporte – SOL, e responsável pela promoção nacional e internacional do turismo de Santa Catarina.

A SANTUR tem sua sede administrativa à Rua Felipe Schmidt, 249 - 9º andar – Florianópolis.

Fone: 55 48 3212-6300 - Fax: 55 48 3212-6315

Email: santur@santur.sc.gov.br

⁹ SANTA CATARINA. **A Santur:** a empresa. SANTUR. Disponível em: < <http://www.santur.sc.gov.br/institucional/a-santur/a-empresa.html> > Acesso: setembro 2013)

1.1.5.3 Instituto de Desenvolvimento Turístico da Região Norte de Santa Catarina - Instância de Governança Caminho dos Príncipes.

O Instituto de Desenvolvimento Turístico da Região Norte de Santa Catarina, é uma pessoa jurídica de direito privado, sem fins econômicos que foi fundado em 12 de março de 2009, com prazo de duração indeterminado, e que para efeitos publicitários e promocionais, usa a designação “ROTEIROS DE ENCANTOS”.

Conforme definido em seu artigo 3º o instituto tem por objetivos principais:

I - Propor, desenvolver e executar ações de planejamento e ordenamento das atividades turísticas da região norte de Santa Catarina, atendendo ao parecer do Fórum de Desenvolvimento Turístico do Norte de Santa Catarina;

II - Fomentar o desenvolvimento do turismo na região de abrangência, gerando demanda turística;

III - Manter intercâmbio técnico e cultural com entidades congêneres em âmbito regional, nacional e internacional, a elas se associando a fim de dar cumprimento aos interesses sociais;

IV - Promover aprimoramento da mão-de-obra do setor de turismo e de eventos, mediante convênios com órgãos e estabelecimentos de ensino e outras entidades, podendo, nestes casos, ser remunerada pelos serviços prestados;

V - Apoiar atividades que, por suas características específicas, contribuam fundamentalmente para a concretização dos objetivos do INSTITUTO;

VI - Incrementar e desenvolver pesquisas para o desenvolvimento do turismo;

VII - Firmar convênios e parcerias para viabilizar o alcance de seus objetivos sociais;

VIII - Colaborar com o poder público e entidades privadas na promoção do destino turístico das cidades abrangidas;

IX - Participar de feiras, eventos e congressos com objetivo de captar eventos e divulgar o destino turístico;

X - Desenvolver campanhas promocionais com o intuito de divulgar a Região;

XI - Promover a equidade social, através do desenvolvimento sustentável.

1.1.5.4 Secretaria Municipal de Turismo e Cultura

A Secretaria Municipal de Turismo e Cultura de Itapoá integra o Modelo de Gestão e a estrutura organizacional da administração pública municipal de Itapoá estabelecida pela Lei complementar municipal nº 008/2004 e alterada em 2017, com a lei complementar 52.

Com relação ao Conselho Municipal de Turismo – COMTUR, este foi criado pela Lei municipal nº 049/1997 de 21 de julho de 1997, conforme definido em seu art. 1º: “fica criado o Conselho Municipal de Turismo, órgão de assessoramento que tem por finalidade auxiliar a Administração na orientação, planejamento e execução em matéria de sua competência, vinculando-se à Secretaria de Turismo.”

O art. 2º da referida lei define que são competências do conselho:

- I - Definir os objetivos e a política de turismo do Município em consonância as diretrizes da SANTUR e dos interesses locais.
- II - Opinar sobre projetos turísticos elaborados para o Município e região participando juntamente com os órgãos Estaduais.
- III - Eleger os membros de sua Diretoria, nos termos previstos em regulamento.
- IV - Elaborar seu Regimento Interno que disciplinará sua organização e funcionamento.
- V - Decidir sobre matérias de sua competência originária.
- VI - Fiscalizar e acompanhar a aplicação de recursos do Fundo de Desenvolvimento do Turismo.

1.1.5.5 Impactos e limitações das políticas públicas e da capacidade de gestão pública sobre o desenvolvimento do turismo no nível local e no conjunto da área turística.¹⁰

O município de Itapoá tem no turismo uma das principais fontes de receitas e em função disso seu arcabouço jurídico procura exprimir essa importância (ver síntese do arcabouço jurídico na imagem a seguir). A Lei Orgânica do Município, além de priorizar as questões relativas à preservação dos recursos naturais e culturais locais, determina que o plano diretor da cidade deverá indicar normas relativas ao desenvolvimento turístico.

A figura a seguir apresenta a identificação das principais políticas públicas ligadas ao turismo, meio ambiente, cultura e desenvolvimento urbano.

¹⁰ Síntese de informações extraídas do Estudo Preliminar do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS Itapoá (2017).

	Turismo	<p>Lei Municipal nº 049/1997 Data: 27 de Julho de 1997 Cria o Conselho Municipal de Turismo.</p> <p>Lei Municipal nº 050/1997 Data: 27 de Junho de 1997 Cria o Fundo de Desenvolvimento do Turismo e dá outras providências.</p> <p>Lei Municipal Nº 680/2016 Data: 25 de Outubro de 2016 Dispõe sobre a Circulação, Transporte e Mobilidade para o Município de Itapoá/SC.</p> <p>Lei Complementar Municipal nº 52/2017 Data: 06 de março de 2017 altera a Lei Complementar Municipal nº 008/2004 de 31 de Março de 2004 que cria a nova estrutura administrativa no Poder Executivo Municipal e dá outras providências.</p>
	Urbanismo	<p>Lei Orgânica de Itapoá</p> <p>Lei Complementar Municipal nº 049/2016 Data: 03 de outubro de 2016. Institui o Código de Obras do Município de Itapoá/SC e dá outras providências.</p> <p>Lei Complementar Municipal nº 021/2008 Data: 20 de maio de 2008. Institui o Zoneamento Econômico Ecológico Municipal – ZEEM e dá outras providências</p> <p>Lei Complementar Municipal nº 048/2016 Data: 28 de setembro de 2016. Institui o Plano Diretor Municipal, estabelece objetivos, diretrizes e instrumentos para as Ações de Planejamento no Município de Itapoá/SC, e dá outras providências.</p> <p>Lei Municipal Nº 676/2016 Data: 29 de setembro de 2016. Dispõe sobre o Zoneamento, Uso e Ocupação do Solo Urbano do Município de Itapoá/SC</p> <p>Lei Municipal nº 682/2016 Data: 01 de Novembro de 2016 Dispõe sobre o Parcelamento do Solo para Fins Urbanos no Município de Itapoá/SC e dá outras providências</p>
	Meio Ambiente	<p>Lei Municipal nº 166/1999 Data: 01 de Junho de 1999 Cria o Conselho Municipal de Defesa do Meio Ambiente do Município de Itapoá.</p> <p>Lei Complementar Municipal nº 017/2007 Data: 03 de dezembro de 2007. Institui o Plano Municipal de Gerenciamento Costeiro - PMGC e dá outras providências</p> <p>Laudo Técnico Diagnóstico sobre os Problemas de Erosão Costeira no Município de Itapoá, Litoral Norte do Estado de Santa Catarina</p> <p>Lei Municipal nº 557/2014 Data: 16 de Dezembro de 2014 Altera a Lei Municipal nº 162/2007, que dispõe sobre o Conselho Municipal de Defesa do Meio-Ambiente - COMDEMA, e dá outras providências.</p> <p>Plano Municipal de Saneamento Básico – PMSB – 2009</p> <p>Plano Municipal de Saneamento Básico (PMSB) - Na Área de Manejo de Águas Pluviais e Drenagem Urbana 2012</p>
	Cultura	<p>Não foram identificadas leis específicas ligadas à cultura.</p>

Figura 7. Identificação das principais políticas públicas ligadas ao turismo, meio ambiente, cultura e desenvolvimento urbano.

Fonte: Elaborado pelo autor.

O código de obras também se preocupa com o turismo ao citar como elementos geradores de tráfego os hotéis e as casas de espetáculos.

A Lei de Zoneamento Ecológico Econômico também se refere ao turismo ao indicar como zonas de interesse do setor as Zonas de Preservação Permanente e as Zonas Especiais, entre outras: de Turismo Náutico, de Ecoturismo e Unidades de Conservação.

A Lei de Gerenciamento Costeiro com seu laudo sobre erosão costeira indica a relação com o turismo ao citar os problemas da ocupação desordenada da faixa costeira, notadamente em função da construção de imóveis de segunda residência. Trata-se de um instrumento valioso para a preservação deste importante atrativo turístico. A privatização do acesso às praias é uma questão que precisa ser tratada nesta legislação, com o intuito de democratizar o acesso a esses atrativos.

O Plano Diretor de Itapoá indica a importância do turismo para o município quando visa impulsionar o desenvolvimento do turismo, especialmente de cunho histórico-cultural, de sol e praia e ecoturismo. A lei reserva o seu Capítulo VI para tratar do desenvolvimento do

turismo. O cumprimento das diretrizes indicadas nesse documento garantirá, sem dúvida, um desenvolvimento sustentável para o município.

A Lei de Zoneamento, Uso e Ocupação do Solo garante várias zonas ao desenvolvimento do turismo como Setor Especial de Turismo e Serviços I – SETS, Zona de Vocação Turística. – ZVT, Zona de Vocação Turismo-Náutico – ZVTN, Zona de Vocação Animação e Entretenimento - ZVAE. Em relação ao uso do solo, em várias macrozonas é indicada a adequação do desenvolvimento de atividades turísticas. Significa dizer que a exploração do turismo, via de regra, é compatível com os objetivos de preservação dos recursos naturais.

A lei que dispõe sobre circulação, transporte e mobilidade do município colocou sob sua regulamentação os transportes turísticos e de fretamento. Cabe observar que a legislação deve buscar a facilitação do estacionamento dos veículos turísticos a fim de assegurar a fluência dos visitantes no município.

A lei que criou o Conselho Municipal de Turismo é muito antiga carecendo de uma atualização em vários aspectos. As atribuições do conselho são muito vagas e precisariam ter maior poder de participar da formulação das políticas públicas do setor. Além disso, sua composição é pouco representativa dos órgãos públicos e privados ligados ao turismo. Há um representante da Secretaria da Saúde e outro da Secretaria de Obras. Estas duas instituições poderiam ser substituídas por representantes da Secretaria da Educação e da Secretaria do Meio Ambiente.

Os representantes da Associação Comercial e Industrial poderiam ser mais bem especificados como representantes do setor hoteleiro e do setor de gastronomia e entretenimento. Além disso, falta a participação de representantes dos trabalhadores do setor, como, por exemplo, representante dos guias de turismo.

A Lei que cria o Fundo Municipal de Turismo indica suas possíveis fontes de receitas e, entre elas, poderiam ser acrescentadas as taxas de licença de empresas de entretenimento, de eventos e de transportes turísticos.

A lei que instituiu a nova estrutura do poder executivo do município estabelece entre as atribuições da Secretaria de Turismo e Cultura programar, coordenar e executar a política de preservação do meio ambiente, das praças, jardins, bosques, logradouros, etc. Porém, não parece que esta deva ser uma atribuição da Secretaria de Turismo e sim da Secretaria de Obras e da Secretaria do Meio Ambiente. De outro lado, deveriam ser atribuições da Secretaria de Turismo e Cultura o apoio à capacitação de recursos humanos para o setor, o controle da qualidade dos produtos e serviços turísticos, a captação de investidores para ampliação e qualificação da oferta turística local.

A lei que criou o Conselho de Defesa do Meio Ambiente deixou de lado na sua composição a participação de um representante do setor de turismo. Isso seria importante

dado o número de vezes que a legislação ambiental do município cita suas interfaces com o turismo.

Com relação à gestão pública, pôde-se verificar que existe uma estrutura que atua, sob a gestão da Secretaria de Turismo, no processo de desenvolvimento do turismo, principalmente no nível local, porém destaca-se que por ser uma secretaria recente, os recursos humanos e financeiros são limitados, o que dificulta a geração de resultados mais expressivos com a atuação da mesma.

Com relação à justificativa da seleção da área no contexto da estratégia de desenvolvimento turístico estadual ou do polo, ressalta-se que existem diversas ações coordenadas que têm contribuído efetivamente com o desenvolvimento do turismo na região. No âmbito estadual, verifica-se a atuação da Secretaria de Estado do Turismo, Cultura e Esporte – SOL com vistas a fortalecer as Instâncias de Governança Regionais, fomentar a oficialização do setor por meio das ações do Sistema de Cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor do turismo – CADASTUR, incentivo ao desenvolvimento de segmentos e produtos turísticos, por meio da realização de eventos, capacitações e programas de desenvolvimento (SC Turismo Rural, Estudos de Geoconservação do Geoparque Caminhos dos Cânions do Sul, etc.) entre outros.

No caso da SANTUR, verifica-se a atuação consistente de promoção das regiões turísticas de Santa Catarina e dos segmentos prioritários, por meio de produção de impressos (Revista das Regiões Turísticas), participação em feiras de turismo, participação em eventos técnicos e profissionais, além da promoção do destino em mídia digital, impressa e audiovisual.

Por fim, com relação à atuação da Instância de Governança Caminho dos Príncipes - IGR, destaca-se a organização do processo de planejamento e gestão do turismo regional realizado pela IGR com apoio da Secretaria de Estado do Turismo, Cultura e Esporte, além das diversas ações de promoção institucional da região realizada por meio de materiais impressos, digitais e a participação em feiras e eventos de turismo.

1.2 Situação Geográfica em Relação ao Estado e à Região, Contendo o Limite dos Municípios Integrantes e Adjacentes à Área

O município de Itapoá está localizado no estado de Santa Catarina, na Região Sul do Brasil, a aproximadamente 255 km de Florianópolis, capital do estado, 139 km de Curitiba, no estado do Paraná e 695 km de Porto Alegre, no Rio Grande do Sul (ver figura abaixo).

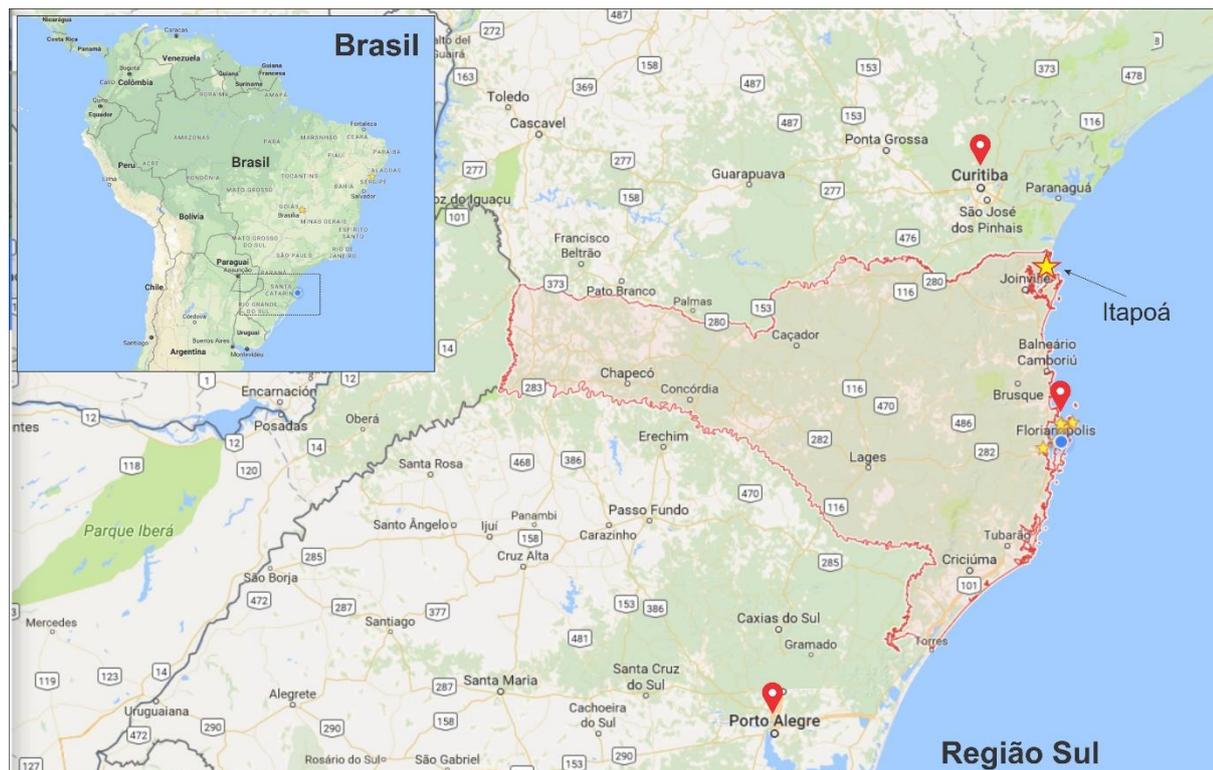


Figura 8. Identificação da localização de Itapoá no Brasil e na região sul do país.

Fonte: Elaborado pelo autor. *Google Maps*.

No estado de Santa Catarina o município de Itapoá encontra-se na região nordeste (extremo litoral norte), a pouco mais de 55 km de Joinville, uma das maiores e mais importantes cidades do estado e inclusive, um dos principais mercados emissores da região.

Com relação aos municípios limítrofes, Itapoá faz divisa ao sul com o município de São Francisco do Sul, a norte com Guaratuba, já território paranaense, a oeste com o município de Garuva e a leste com o Oceano Atlântico.

Além dos municípios que fazem limites com Itapoá, destacam-se também os municípios adjacentes, Araquari, Balneário Barra do Sul, Campo Alegre e Joinville. Destes Joinville tem papel extremamente importante para o desenvolvimento do turismo de Itapoá, tanto como mercado emissor, quanto como oferta integrada ao produto turístico de Itapoá.

Ainda no âmbito dos mercados regionais, destacam-se Jaraguá do Sul e São Bento do Sul, municípios anexos a Campo Alegre e Joinville, os quais são importantes mercados emissores de turistas. Por fim, nota-se também o potencial de São Francisco do Sul, destinos que, assim como Joinville, pode ser integrado ao produto turístico Itapoá.

A figura a seguir apresenta a localização de Itapoá e dos municípios limítrofes e adjacentes.

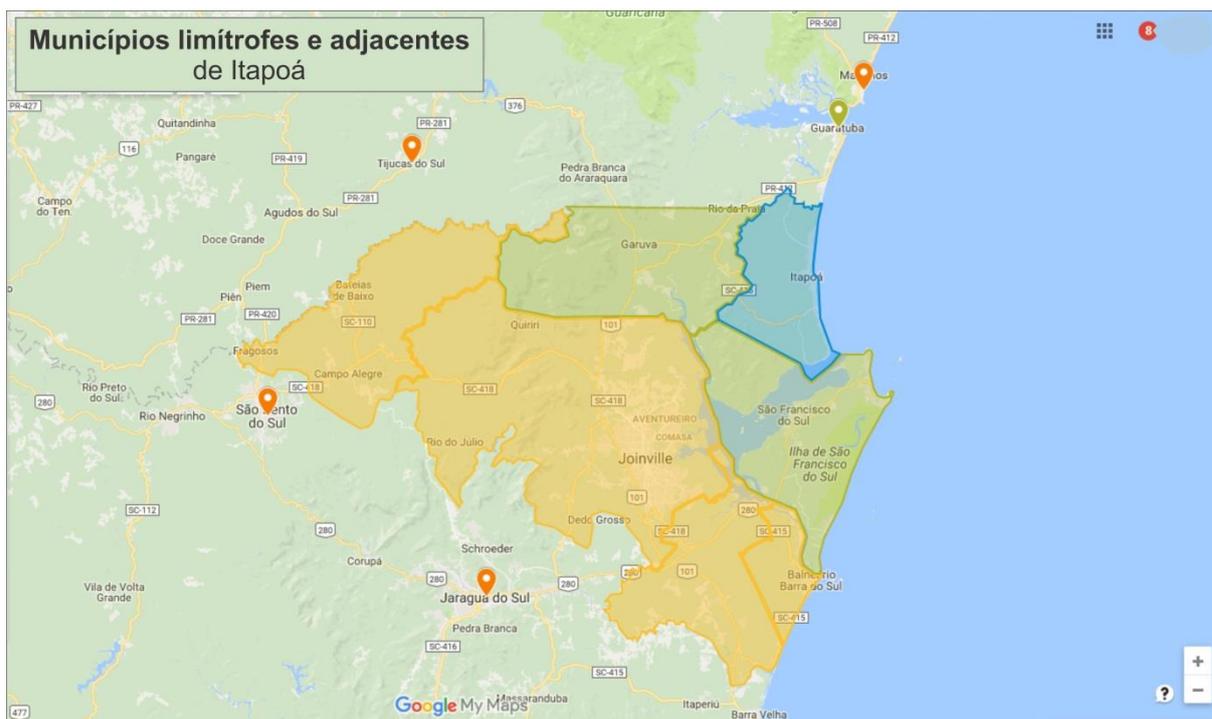


Figura 9. Localização de Itapoá e dos municípios limítrofes.

Fonte: Elaborado pelo autor, com base no *Google Maps*.

1.3 Mapeamento da área selecionada

O zoneamento de Itapoá está definido na Lei Complementar Municipal nº 021/2008 a qual institui o Zoneamento Ecológico Econômico do Município (ZEEM), entre outros.

De acordo com o Art. 8 da referida lei “A área terrestre do município de Itapoá fica subdivida, conforme mapa do Zoneamento Ecológico Econômico do Município, nas seguintes zonas e subzonas”:

- I - Zona de Preservação Permanente - ZPP;
- II - Zona de Uso Restrito - ZUR;
- III - Zona Rural - ZR;
- IV – Zonas Especiais - ZE;
 - a) Portuária;
 - b) Retro portuária e Industrial;
 - c) Interesse Social;
 - d) Urbana;
 - e) Turismo Náutico;
 - f) Ecoturismo;
 - g) Unidades de Conservação.
- V - Zona Urbana - ZU;
 - a) Zona Urbana de Baixa Densidade;

- b) Zona Urbana de Media Densidade;
- c) Zona Urbana de Alta Densidade.

Nota-se, a partir da análise da referida lei, que existem três zonas onde estão permitidos e previstos o desenvolvimento do turismo, quais sejam:

I - Zona de Preservação Permanente - ZPP;

II - Zona de Uso Restrito - ZUR; e

IV – Zonas Especiais - ZE;

Na Zona de Preservação Permanente verifica-se a possibilidade do desenvolvimento de atividades de conservação, pesquisa, educação ambiental, recreação e lazer contemplativo.

Na Zona de Uso Restrito verifica-se a possibilidade de ocupação do território de diversas formas, incluindo a ocupação para recreação, lazer e fins turísticos.

Por fim, nas Zonas Especiais existem subzonas criadas para atender a demanda específica do Turismo Náutico e do Ecoturismo.

Ainda em relação ao zoneamento, verifica-se que praticamente toda a área litorânea do município, onde está localizada a maior parte da oferta turística do de Itapoá, encontra-se nas Zonas Urbanas de Baixa, Média e Alta Densidade, como é o caso, por exemplo, da região de Itapema do Norte, uma das áreas mais frequentadas pelos turistas e onde encontra-se a maior concentração de equipamentos e serviços turísticos e também equipamentos de apoio ao turismo.

Esta região, de acordo com a análise do espaço turístico proposta por Boullón (2002), pode ser caracterizada como sede do **Centro Turístico** do município. De acordo com o Boullón (2002, p.84), o centro turístico é caracterizado como, [...] “todo conglomerado urbano que conta em seu próprio território ou dentro de seu raio de influência com atrativos turísticos de tipo e hierarquia suficientes para motivar uma viagem turística” (ver imagem a seguir).

Destaca-se também a região da Praia de Itapoá, com zoneamento similar a região de Itapema do Norte, onde estão situados alguns restaurantes, o Camping D´Itapoá, a Zakaluk Pousada e a Pousada Itapoá. Esta região, para fins de planejamento, é caracterizada como o **Conjunto Turístico da Praia de Itapoá**. Conforme Boullón (2002, p. 96) os Conjuntos Turísticos são caracterizados pela ocorrência de [...] “agrupamentos com menos de dez atrativos turísticos de qualquer hierarquia e categoria [...], que estão conectados a uma rede de estradas que permite o acesso dos turistas”.

Um segundo conjunto turístico é encontrado na região norte do município, composto pela Praia da Barra do Saí, Barra do Saí Praia Hotel, Hotel e Pousada da Barra e Restaurante Oceano, Ilha do Saí Guaçu, além do Rio saí-mirim e a Barra do Saí. Esta região, para fins de planejamento, é caracterizada como o **Conjunto Turístico da Barra do Saí** e, no zoneamento

do município é composta pelas Zonas Urbanas de Baixa, Média e Alta Densidade, além de Zona de Preservação Permanente e Zona Especial – Ecoturismo.

Já a região sul do município, cujo zoneamento é composto por Zonas Urbanas de Baixa, Média e Alta Densidade e onde encontram-se as estruturas náuticas (Zona Especial – Turismo Náutico), restaurantes, hotéis e alguns dos atrativos do município (Faroete Trincheira, Capela Senhor Bom Jesus, Baía da Babitonga, entre outros) é caracterizada como **Conjunto Turístico da Baía da Babitonga**.

Por fim, apesar de estar situada no território de São Francisco do Sul, destaca-se a região da Vila da Glória, composta por diversos restaurantes, estrutura náutica e ponto de partida e chegada da balsa que faz o trajeto Vila da Glória – Ilha de São Francisco do Sul, a qual pode ser caracterizada como **Conjunto Turístico da Vila da Glória**.

Outro componente do espaço turístico de Itapoá é a **Unidade Turística da Reserva Ecológica Volta Velha**. De acordo Boullón (2002, 95p.) as unidades turísticas são caracterizadas como “[...] concentrações menores de equipamentos que se produzem para explorar intensivamente um ou vários atrativos situados [...] um dentro do outro”. No caso da Reserva Ecológica Volta Velha percebe-se a existência da propriedade (RPPN) onde foram instalados: pousada, Centro de Interpretação Ambiental, trilhas para observação de aves, entre outros, os quais compõe a estrutura/ serviços oferecidos aos visitantes.

2 ANÁLISE SWOT DO TURISMO DE ITAPOÁ

O processo de elaboração do **Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável de Itapoá** teve início em junho de 2017, com a elaboração do Estudo Preliminar para o Desenvolvimento do Turismo Sustentável do município, que consiste em um levantamento de todo o potencial turístico do município, o qual foi apresentado, resumidamente, ao longo do presente trabalho. Neste período foram realizadas diversas visitas *in-loco* para registro e caracterização da oferta turística original (atrativos) e oferta turística derivada (equipamentos e serviços turísticos), além de pesquisas de gabinete para levantamento de informações sobre a infraestrutura básica e aspectos socioambientais do município.

Posteriormente foi realizado, no dia 11 de setembro de 2017, o **I Seminário de Planejamento Participativo**, que contou com a participação de diversos representantes da Secretaria de Turismo – SETUR, servidores da prefeitura municipal, representantes da iniciativa privada, entre outros (ver figura a seguir).



Figura 11. I Seminário Participativo de Planejamento Estratégico.

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

Durante o seminário, foram apresentados sinteticamente os resultados do estudo preliminar e, na sequência, foi realizada a primeira etapa da Análise SWOT - Forças (*Strengths*), Fraquezas (*Weaknesses*), Oportunidades (*Opportunities*) e Ameaças (*Threats*) junto ao grupo presente, para a identificação das principais forças e fraquezas do município de Itapoá, no que tange a atividade turística, baseado nas variáveis estabelecidas pelo

Ministério do Turismo para a análise do Índice de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Turismo Regional.

A Análise SWOT objetiva identificar as forças e fraquezas do turismo no município, além das oportunidades e ameaças para o desenvolvimento da atividade, com o intuito de estabelecer o diagnóstico completo da atividade no destino (ver imagem a seguir).

Análise S.W.O.T



Figura 12. Quadro esquemático para identificação das forças internas e externas que interferem no desenvolvimento do trabalho da organização/ grupo.

A identificação destas forças e fraquezas permite, portanto, a definição de uma série de ações com o intuito de:

- tirar proveito das forças da organização/ grupo/ destino;
- fortalecer os aspectos identificados como fraquezas;
- tirar proveito das forças para investir nas oportunidades identificadas no ambiente externo;
- identificar as ameaças e agir para neutralizá-las ou diminuir a sua interferência no desenvolvimento da organização/ grupo/ destino.

2.1 Diagnóstico do Turismo em Itapoá

O Estudo Preliminar do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável Local foi elaborado de modo a identificar a atual situação do turismo no município, levando em consideração os aspectos relacionados direta e indiretamente com o desenvolvimento da atividade turística, com destaque para os aspectos relacionados à infraestrutura, economia, turismo, políticas públicas e sustentabilidade.

Após a análise dos dados, realizada pela equipe técnica, estes mesmos dados foram compartilhados com a comunidade presente no **I Seminário de Planejamento Participativo** com vistas a realizar, de forma participativa, a Análise Micro Ambiental (Forças e Fraquezas) e classificar cada aspecto identificado em função de seu desempenho (Força Importante, Força menos Importante, Neutro, Fraqueza menos Importante e Fraqueza Importante).

2.1.1 Análise Micro Ambiental

Ao todo 62 (sessenta e duas) variáveis foram analisadas, conforme pode ser observado nas próximas páginas. A tabela a seguir apresenta o desempenho das variáveis que integram a macro dimensão **Infraestrutura**.

Tabela 9. Identificação das forças e fraquezas na macro dimensão Infraestrutura.

Item	Macro-dimensão	Dimensão	Variável	Desempenho (Força - FO e Fraqueza - FA)				
				FO	FO	Neutro	FA	FA
				(+)	(-)		(-)	(+)
1	Infraestrutura	D1. Infra-estrutura geral	Capacidade de Atendimento Médico ao Turista			X		
2			Estrutura Urbana nas Áreas Turísticas				X	
3			Fornecimento de Energia	X				
4			Serviço de Proteção ao Turista				X	
5		D2. Acesso	Acesso Aéreo		X			
6			Acesso Rodoviário		X			
7			Acesso Aquaviário		X			
9			Sistema de Transporte no Destino				X	
10			Proximidade de Grandes Centros Emissivos de Turistas		X			

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

No âmbito da **infraestrutura** pode-se verificar que a força mais importante do município é o fornecimento de energia elétrica, que foi identificado como excelente inclusive nos meses de alta temporada, onde a população flutuante alcança aproximadamente 300 mil pessoas.

Foram considerados aspectos fortes, ainda que não tão relevantes, a facilidade de acesso, tanto aéreo, quanto rodoviário e aquaviário, devido a existência de 4 aeroportos a uma distância de no máximo 270km; rodovias em geral de boa qualidade, mas que poderiam

ser duplicadas; serviço de *ferry* e *jetbus*, que realiza a travessia até São Francisco do Sul, serviços que também foram considerados de boa qualidade e com frequência razoável.

A proximidade de Itapoá a grandes centros emissores de turistas foi identificada também como uma força do município, pois em âmbito regional está de fato muito próxima ao seu maior mercado emissor, Curitiba, porém com relação aos grandes eixos Rio de Janeiro e São Paulo, o município ainda fica pouco competitivo neste quesito.

A capacidade de atendimento médico ao turista foi considerada um aspecto neutro de Itapoá, pois os postos de saúde locais têm conseguido suprir a demanda atual, e com relação a casos mais graves, o atendimento ocorre nos hospitais de Joinville.

Ainda em relação à infraestrutura, foram identificados como aspectos negativos (fraquezas) do município:

- a estrutura urbana nas áreas turísticas, devido a mesma ser bastante precária, com ausência de calçadas na orla, pouca iluminação pública, ausência de bancos e lixeiras, entre outros;
- o serviço de proteção ao turista, devido a maioria do efetivo ser de fora da cidade, durante os meses de verão, e desta forma não conhecerem a cidade, além de a delegacia da polícia civil fechar aos finais de semana;
- o sistema de transporte no destino, pelo sistema de ônibus ser ineficiente e não permitir a utilização, por parte do turista, para se deslocar aos atrativos e equipamentos turísticos do município.

Dando sequência à análise, a tabela a seguir apresenta o desempenho das variáveis que integram a macro dimensão **Turismo**.

Como pode ser verificado a seguir, não foram identificadas forças do município no que tange o turismo.

Foram considerados neutros:

- os aspectos relacionados a espaços para eventos, devido a oferta instalada ser capaz de atender eventos, principalmente sociais, de pequeno e médio porte;
- a capacidade dos meios de hospedagem, representado por 925 leitos, 300 espaços para campings além das casas de veraneio;
- a capacidade dos restaurantes, representado pela quantidade de cadeiras (4.175) e não pela diversificação e qualidade dos mesmos;
- os atrativos naturais, pois foi identificado a oferta local não é tão competitiva em relação a outros destinos concorrentes.

Tabela 10. Identificação das forças e fraquezas na macro dimensão Turismo.

Item	Macro-dimensão	Dimensão	Variável	Desempenho (Força - FO e Fraqueza - FA)				
				FO (+)	FO (-)	Neutro	FA (-)	FA (+)
11	Turismo	D3. Serviços e equipamentos turísticos	Sinalização Turística					X
12			Centro de Atendimento ao Turista (CAT)					X
13			Espaço para Eventos			X		
14			Capacidade dos Meios de Hospedagem			X		
15			Capacidade do Turismo Receptivo					X
16			Estrutura de Qualificação para o Turismo					X
17			Capacidade dos Restaurantes			X		
18			D4. Atrativos	Atrativos Naturais			X	
19		Atrativos Culturais					X	
20		Eventos Programados					X	
21		Realizações Técnicas, Científicas e Artísticas						
22		D5. Marketing	Planejamento de Marketing					X
23			Participação em Feiras e Eventos				X	
24			Promoção do Destino					X
25			Web site do Destino					X

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

Foram considerados aspectos negativos de Itapoá:

- os atrativos culturais, devido à ausência de um patrimônio histórico de relevância;
- os eventos programados, devido à falta de um calendário oficial do município;
- a baixa assiduidade no que diz respeito aos eventos já realizados no município;
- a baixa participação em feiras e eventos, devido à pouca integração entre a secretaria de turismo e os empresários de Itapoá.

Ainda com relação às fraquezas, também foram considerados aspectos negativos:

- a ausência de um Centro de Atendimento ao Turista – CAT;
- a sinalização turística, por ser inexistente;
- a capacidade do turismo receptivo local, devido a não existir, em Itapoá, uma agência de turismo receptivo;
- a estrutura de qualificação para o turismo, devido à falta de oferta de cursos voltados para o setor;

- o planejamento de marketing, pela inexistência de um planejamento neste sentido;
- a promoção do destino, pois apesar de haver ações pontuais e individuais para promover o destino, como por exemplo, ações feitas pelo Recanto do Farol e o vídeo institucional da Associação de Defesa e Educação Ambiental – ADEA, verificou-se uma deficiência no que diz respeito às ações organizadas para promover o destino, tanto por parte do poder público quanto da iniciativa privada; e
- a ausência de um website do destino.

Na sequência a tabela abaixo apresenta o desempenho das variáveis que integram a macro dimensão **Política Pública**.

Tabela 11. Identificação das forças e fraquezas na macro dimensão Política Pública.

Macro-dimensão	Dimensão	Variável	Desempenho (Força - FO e Fraqueza - FA)				
			FO	FO	Neutro	FA	FA
			(+)	(-)		(-)	(+)
Política Pública	D6. Políticas públicas	Estrutura Municipal para Apoio ao Turismo (SETUR)				X	
		Grau de Cooperação com o Governo Estadual					X
		Grau de Cooperação com o Governo Federal			X		
		Planejamento para a Cidade e Atividade Turística			X		
		Grau de Cooperação Público-privada				X	
	D7. Cooperação regional	Governança - IGR			X		
		Projetos de Cooperação Regional				X	
		Planejamento Turístico Regional				X	
		Roteirização					X
		Promoção e Apoio à Comercialização					X
	D8. Monitoramento	Pesquisa de Demanda					X
		Pesquisa de Oferta					X
		Sistema de Estatísticas do Turismo					X
		Medição dos Impactos da Atividade Turística					X
		Sector Específico de Estudos e Pesquisas					X

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

Com relação a esta macro dimensão, destaca-se que não foram identificados aspectos fortes do município.

Com relação aos aspectos neutros, foram identificados:

- o grau de cooperação com o governo federal, pois existem alguns projetos ainda em andamento;
- o planejamento para a cidade e para a atividade turística, devido ao planejamento para a atividade turística estar sendo viabilizado por meio de uma parceria entre o Sebrae e a Prefeitura Municipal de Itapoá, com o desenvolvimento do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável;
- a Governança, pois apesar da atuação da Instância de Governança Caminho dos Príncipes, o município não tem participado das ações que vem sendo desenvolvidas.

Com relação às fraquezas, foram considerados como tal:

- a estrutura municipal para apoio ao turismo, devido a estrutura da secretaria ser limitada e por tratar-se de uma equipe reduzida;
- o grau de cooperação público privada devido à pouca integração entre o poder público e o empresariado local;
- os projetos de cooperação regional, pois apesar de Itapoá já ter participado de projetos regionais, atualmente o município possui pouca participação, assim como em relação ao planejamento turístico regional, pois o município não percebeu efeitos positivos resultantes da participação dos projetos em que atuaram.

Ainda em relação aos aspectos negativos, foram considerados fraquezas:

- o baixo grau de cooperação com o governo estadual;
- a inexistência de roteirização e de ações para a promoção e apoio à comercialização;
- a ausência de pesquisas de demanda e de oferta assim como a inexistência de um sistema de estatísticas para o turismo;
- a ausência de um sistema de medição dos impactos da atividade turística; e
- a inexistência de um setor específico para estudos e pesquisas relacionados ao turismo.

Continuando, a tabela a seguir apresenta o desempenho das variáveis que integram a macro dimensão **Economia**.

Tabela 12. Identificação das forças e fraquezas na macro dimensão Economia.

Item	Macro-dimensão	Dimensão	Variável	Desempenho (Força - FO e Fraqueza - FA)					Grau de importância		
				FO (+)	FO (-)	Neutro	FA (-)	FA (+)	Alta	Média	Baixa
41	Economia	D9. Economia local	Aspectos da Economia Local			X					
42			Infraestrutura de Comunicação					X			
43			Infraestrutura de Negócios					X			
44			Empreendimentos e Eventos Alavancadores			X					
45		D10. Capacidade empresarial	Cap. de Qualificação e Aproveitamento do Pessoal Local		X						
46			Presença de Grupos Nacionais e Int. do Setor de Turismo					X			
47			Concorrência e Barreiras de Entrada	X							
48			Presença de Empresas de Gde Porte, Filiais ou Subsidiárias			X					

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

No âmbito da economia, foram identificados como as forças mais importantes do município os aspectos relacionados à concorrência e barreiras de entrada para novos negócios, porém não foram identificados incentivos para o estabelecimento de novos negócios. Outro aspecto considerado forte é a capacidade de qualificação e aproveitamento do pessoal local, devido à capacidade de investimentos por parte dos empresários em capacitação.

Foram considerados neutros na economia de Itapoá, os aspectos relacionados à economia local, por não haver diferenciais nas empresas locais para que se destaquem neste quesito. Os empreendimentos e eventos alavancadores também foram considerados neutros, devido à pouca relevância dos três maiores empreendimentos locais: Porto Itapoá, Reserva Volta Velha e o loteamento Riviera Santa Marta.

A presença de empresas de grande porte, filiais e/ou subsidiárias foi considerada um aspecto neutro, no entanto, foram identificadas grandes empresas de logística na chamada área retro portuária, entre elas a ATM, Clif e APM *Terminals* (Brasmar).

Com relação aos aspectos negativos da economia de Itapoá, são caracterizadas fraquezas:

- a infraestrutura de comunicação, devido à qualidade de sinal tanto de telefonia móvel quanto de internet móvel ser extremamente precária, o que gera uma série de dificuldades para os empresários, entre elas, a impossibilidade de usar adequadamente maquinetas de cartão de crédito em seus estabelecimentos;
- a infraestrutura de negócios, por existir somente os serviços básicos para a abertura e manutenção de um negócio;
- a inexistência de grupos nacionais e/ou internacionais ligadas ao turismo.

Dando continuidade à análise, a tabela abaixo apresenta o desempenho das variáveis que integram a macro dimensão **Sustentabilidade**.

Tabela 13. Identificação das forças e fraquezas na macro dimensão Sustentabilidade.

Item	Macro-dimensão	Dimensão	Variável	Desempenho (Força - FO e Fraqueza - FA)				
				FO	FO	Neutro	FA	FA
				(+)	(-)		(-)	(+)
49	Sustentabilidade	D11. Aspectos sociais	Acesso à Educação		X			
50			Empregos Gerados pelo Turismo		X			
51			Pol. de Enfrent. e Prevenção à Exp. sexual infanto-juvenil				X	
52			Uso de Atrativos e Equipamentos Turísticos pela População				X	
53			Cidadania, Sensibiliz. e Participação na Ativ. Turística				X	
54		D12. Aspectos ambientais	Estrutura e Legislação Mun. de Meio Ambiente			X		
55			Atividades em Curso Potencialmente Poluidoras				X	
56			Rede Pública de Distribuição de Água			X		
57			Rede Pública de Coleta e Tratamento de Esgoto					X
58			Coleta e Destinação Pública de Resíduos				X	
59		Unidades Conservação no Território Municipal				X		
60		D13. Aspectos culturais	Produção Cultural Associada ao Turismo			X		
61			Patrimônio Histórico e Cultural				X	
62			Estrutura Municipal para Apoio à Cultura			X		

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

No que se refere à sustentabilidade foram identificados como forças, porém não tão relevantes, do município o acesso à educação e os empregos gerados pelo turismo, que representa atualmente aproximadamente 10% dos empregos de Itapoá, porém foi identificado que esta representatividade poderia ser maior, se houvesse alguma ação de mitigação da informalidade existente.

Foram caracterizados como aspectos neutros para o município:

- os aspectos relacionados à estrutura e legislação municipal de meio ambiente, pois apesar da legislação de meio ambiente ser abrangente e favorável ao município, a Secretaria do Meio Ambiente não possui equipe suficiente para fiscalização;
- a rede pública de abastecimento de água, visto que esta atende hoje aproximadamente 95% do município;

- a produção cultural associada ao turismo, devido ao artesanato local ainda não se destacar neste quesito;
- a estrutura municipal de apoio à cultura, por ser ainda bastante deficiente, sendo todas as atividades culturais no município concentradas na Casa de Cultura, o que gera transtornos na organização de outras atividades.

Ainda no que tange a macro dimensão Sustentabilidade, foram identificados diversos aspectos negativos no município.

Com relação aos aspectos sociais, foram caracterizados como fraquezas:

- a ausência de uma política de enfrentamento e prevenção à exploração sexual infanto-juvenil, apesar da identificação tanto pelos empresários quanto pelo poder público, do aliciamento de jovens na área portuária;
- o uso de atrativos e de equipamentos turísticos pela população local, devido à população fazer uso somente da praia e não ter conhecimento de outros atrativos como a Reserva Volta Velha e os sambaquis, além de não utilizarem os restaurantes do município para se alimentarem;
- os aspectos de cidadania e sensibilização quanto a atividade turística, tendo em vista que a população tem muita dificuldade, durante os meses de alta temporada, para utilização da praia e de serviços básicos, devido à alta quantidade de turistas, e desta forma, não enxerga a atividade turística como uma importante fonte de geração de renda e emprego para Itapoá.

No que diz respeito aos aspectos ambientais, foram identificadas como fraquezas as atividades potencialmente poluidoras, representadas principalmente pela atividade agrícola, gerada por meio do uso de fertilizantes em arrozais e bananais, e do Porto Itapoá, sendo que algumas atividades já geraram inclusive ações de compensação ambiental.

A rede pública de coleta e tratamento de esgoto foi considerada um aspecto negativo devido a inexistência deste serviço básico, no entanto há uma empresa que foi contratada via licitação, porém o prazo para execução do trabalho é de até 10 anos; também foram considerados negativos, os aspectos relacionados à coleta e descarte de resíduos e as unidades de conservação no território municipal, esta última por haver ainda poucas áreas do território devidamente protegidas.

Por fim, com relação aos aspectos culturais, foi identificado como uma fraqueza o patrimônio histórico e cultural de Itapoá, devido aos cantos, corais e folclore locais serem pouco consistentes.

A partir destas identificações, percebe-se que Itapoá carece consideravelmente de infraestrutura básica, de forma que atenda as demandas não somente de turistas, mas também da população local. É importante ressaltar também, que não foram identificadas forças que diferenciem Itapoá de outros destinos turísticos na região. A ausência destes

diferenciais indica que o município ainda é muito pouco competitivo no que tange a atividade turística. Do mesmo modo, as forças de pouca relevância também não possuem grande representatividade.

As forças, especialmente as importantes, são fatores que influenciam diretamente o desenvolvimento do turismo e, portanto, devem ser promovidos e incentivados de modo a gerar maior atratividade e maior desenvolvimento do setor. Portanto, destaca-se a importância e necessidade de identificar variáveis com maior potencial de transformação e, em uma parceria entre o poder público e o empresariado local, de fato, transformá-las em forças importantes, a fim de aumentar a atratividade e competitividade do destino.

Por outro lado, as fraquezas importantes são os fatores que mais influenciam negativamente o desenvolvimento do turismo e, portanto, precisam ser eliminadas ou transformadas, por meio de ações conjuntas entre a iniciativa privada e o poder público, para que assim passem a ser também fatores positivos, que contribuam diretamente com o desenvolvimento do turismo em Itapoá.

2.1.2 Análise macro ambiental

A análise macro ambiental do turismo de Itapoá (ameaças e oportunidades) levou em consideração a situação atual do turismo local e, a partir desta verificação, foi realizada uma identificação de forças externas, tanto positivas quanto negativas, que poderiam interferir no desenvolvimento do turismo local.

As ameaças e oportunidades ao desenvolvimento do turismo em Itapoá foram organizadas em função de 06 (seis) categorias: econômicas, ambientais, políticas, tecnológicas, sociais e mercado concorrente (ver figura a seguir).

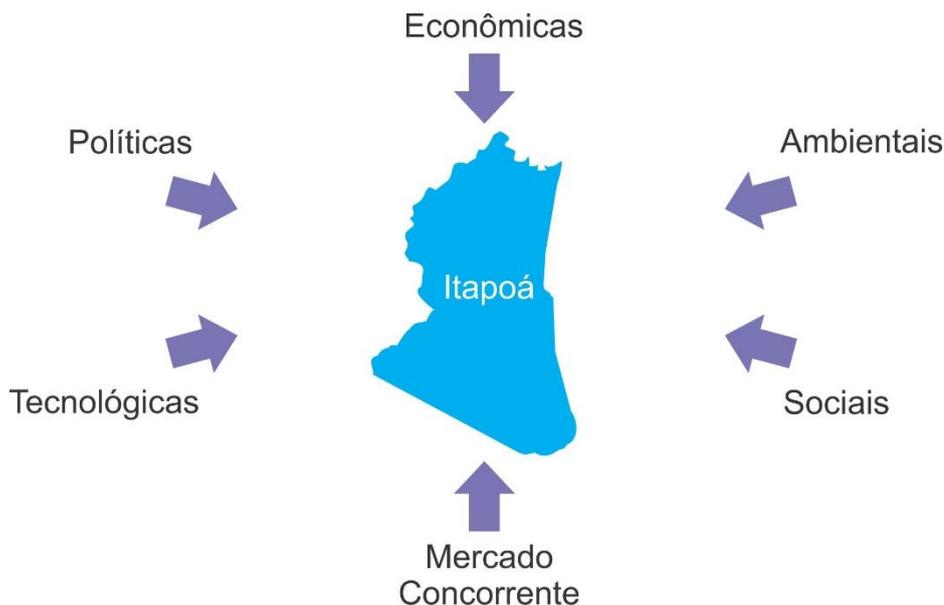


Figura 13. Modelo ilustrado das categorias de forças externas, tanto positivas quanto negativas, que interferem no desenvolvimento do turismo.

Fonte: Elaborado pelo autor.

A identificação de cada uma das ameaças e oportunidades visa facilitar a visualização do cenário no qual o turismo de Itapoá está inserido e, a partir do reconhecimento prévio da análise do microambiente (forças e fraquezas), definir como utilizar as forças do município para potencializar e investir nas oportunidades identificadas e, ao mesmo tempo, utilizar estas mesmas forças e oportunidades para agir sobre as ameaças identificadas no ambiente externo.

Com relação às oportunidades e ameaças relacionadas às **questões econômicas** destaca-se que o cenário econômico favorece as viagens domésticas em virtude da valorização do dólar frente ao real, o alto valor das passagens aéreas internacionais em função da redução das operações das companhias aéreas internacionais no país e também devido a confiança do consumidor ter voltado a subir, de acordo com uma pesquisa da Fundação Getúlio Vargas – FGV publicada na revista Valor Econômico (setembro de 2017). Neste sentido pode-se prever um provável incremento de demanda de turistas viajando pelo Brasil e conseqüentemente para Itapoá.

Com relação às ameaças, no âmbito econômico, ressalta-se que o ambiente de negócios no Brasil foi considerado um dos piores do mundo pelo *World Economics Forum* (WEF, 2017). Este é um aspecto que impacta diretamente na imagem do país, o que pode inibir possíveis investimentos no país e especificamente, no município. Além disso, dificulta a abertura de novos negócios, o que pode influenciar na competitividade do município enquanto

destino turístico, haja vista a necessidade de investimentos na melhoria e também na implantação de novos equipamentos e serviços turísticos no município.

A tabela abaixo apresenta a identificação das ameaças e oportunidades ligadas às **questões econômicas**.

Tabela 14. Identificação das ameaças e oportunidades econômicas.

Matriz de Ameaças e Oportunidades				
Item	Oportunidades	Ações ambientais (P e N)		Ameaças
		Classificação	Descrição	
1	O dólar valorizado estimula a realização de viagens domésticas ao invés de viagens internacionais e favorece a viagem de turistas internacionais com destino ao Brasil.	Econômicas	Forte oscilação da moeda: R\$ 3,37 em dezembro/2016, cai para R\$ 3,14 em março/2017, sobe para 3,29 em julho/2017 e R\$ 3,14 em setembro/2017. (UOL)	
2	Aumento no número de viagens domésticas devido ao alto preço das passagens internacionais.	Econômicas	Alta no valor das passagens internacionais. América do Sul R\$1.200 (ida e volta) e Europa R\$5.000 (ida e volta). (Decolar, Kayak, 2017)	
3	Potenciais turistas podem ter mais confiança para contrair dívidas de viagens.	Econômicas	Confiança do consumidor volta a subir em setembro/17, após três meses de queda, diz FGV (Valor Econômico, 2017)	
4		Econômicas	Aumento de impostos ao longo do ano e previsão de aumento nas alíquotas do IR para 2018 (Globo, ago/2017)	Menor poder aquisitivo da população e possível redução de gastos com viagens.
5	75% dos brasileiros que pretendem viajar nos próximos 6 meses, viajarão para destinos no Brasil (MTUR, 2017)	Econômicas	Segundo sondagem do MTUR, somente 21,7% dos entrevistados possuem intenção de viajar nos próximos 6 meses (Agosto, 2017)	Possível queda na demanda de turistas na temporada de férias de 2017/2018.
6		Econômicas	Ambiente para negócios do Brasil é considerado um dos 10 piores do mundo pelo Fórum Econômico Mundial, devido aos altos impostos, burocracia e ineficiência da legislação do país (WEF, 2017)	Compromete a imagem e inibe possíveis investimentos no país. No município, dificulta a abertura de novos negócios, o que compromete a competitividade do destino e a geração de empregos.

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

Com relação às oportunidades e ameaças relacionadas às **questões ambientais**, destaca-se que a sustentabilidade, assim como a consciência ambiental, são aspectos extremamente valorizados por turistas internacionais e domésticos. Neste sentido, ressalta-se que existem grandes extensões de áreas naturais ainda conservadas no município e, considerando que sejam desenvolvidas ações de estruturação dos atrativos que estão em áreas naturais, bem como a execução de ações que atendam as diretrizes do Projeto Orla, e a adoção de práticas sustentáveis no destino, seja por meio de iniciativas provenientes do poder público ou da iniciativa privada, tornaria o município mais competitivo neste quesito, e conseqüentemente geraria maior demanda de turistas.

Além disso, destaca-se também que os recursos naturais são os maiores potenciais turísticos do Brasil, de acordo com o *World Economics Forum (2017)*, o que reforça ainda mais a importância da conservação dos aspectos naturais existentes no município.

Por outro lado, verifica-se que apesar de o município possuir um razoável arcabouço legal, destaca-se que, devido à falta de fiscalização, o desenvolvimento econômico do município possa gerar impactos negativos no ambiente e consequentemente no desenvolvimento do turismo.

A tabela abaixo apresenta a identificação das ameaças e oportunidades ligadas às **questões ambientais**.

Tabela 15. Identificação das ameaças e oportunidades ambientais.

Matriz de Ameaças e Oportunidades				
Item	Oportunidades	Ações ambientais (P e N)		Ameaças
		Classificação	Descrição	
7	Desenvolver ações para estruturação dos recursos naturais existentes no município e, desta forma, atrair, em conjunto com os municípios da região, os turistas ambientalmente conscientes.	Ambientais	Aumento da conscientização ambiental em todo o mundo.	
8	Itapoá possui extensa linha de costa (Sol e Praia) e conta com a Reserva Volta Velha onde é possível a prática do ecoturismo.	Ambientais	mercado global de viagens – o que inclui aéreas, hotelaria, aluguel de carros, cruzeiros, ferroviários e operadoras – apresentou um crescimento de US\$ 200 bilhões nos últimos anos e alcançou US\$ 1,3 trilhão no ano de 2015. De acordo com a pesquisa, 35% da	
9	Apesar de SC ter muitos pontos impróprios, Itapoá tem no seu ponto de análise de balneabilidade a condição própria para banho, portanto isto pode ser um fator de atração da demanda turística para o município.	Ambientais	71 pontos de análise de balneabilidade de Santa Catarina foram considerados impróprios pela Fatma. (ClicRBS, Janeiro/2017)	Apesar de não haver pontos impróprios para banho em Itapoá a imagem do destino pode ser prejudicada em função do grande número de pontos impróprios para banho em Santa Catarina.
10	Desenvolver ações no âmbito da gestão pública e da gestão privada (empresas) de modo a gerar maior competitividade neste quesito além de gerar uma imagem positiva do destino.	Ambientais	Sustentabilidade é um aspecto cada vez mais valorizado por turistas domésticos e internacionais.	
11	Característica física da cidade e oferta de atrativos está ligada diretamente aos aspectos naturais e desta forma pode gerar atratividade para uma demanda de turistas interessados em atrativos naturais	Ambientais	Brasil é o país com maior potencial turístico em recursos naturais no ranking do Fórum Econômico Mundial (WEF, sigla em inglês, 2017)	
12	Desenvolver e executar ações que atendam as diretrizes do projeto.	Ambientais	Projeto Orla (governo federal) busca responder a uma série de desafios como reflexo da fragilidade dos ecossistemas da orla, do crescimento do uso e ocupação de forma desordenada e irregular, do aumento dos processos erosivos e de fontes contaminantes.	
13		Ambientais	As políticas ambientais brasileiras estão ainda aquém do que deveriam (66º lugar em relação a proteção a biodiversidade e retomada da atividade madeireira em 2015) . WEF, 2017	Apesar do município possuir um arcabouço legal consistente no âmbito da conservação do meio ambiente, é possível que o desenvolvimento econômico, por falta de fiscalização, gere impactos negativos no ambiente e por consequência no turismo.

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

Com relação às oportunidades e ameaças relacionadas às **questões políticas**, destaca-se a possibilidade de acesso a recursos, por meio do FUNTURISMO (Governo Estadual) e SICONV (Governo Federal), para viabilização de projetos relevantes para o desenvolvimento do turismo em Itapoá, como por exemplo, o investimento em obras de infraestrutura, ações de capacitação e divulgação do destino.

Com relação às ameaças, destaca-se principalmente o número reduzido de cadastros no **Sistema de Cadastro Nacional de Empresas de Turismo - Cadastur**, que além de ser obrigatório para as empresas turísticas, a ausência deste torna a operação do empreendimento irregular, dificulta captação de recursos para o município provenientes do Ministério do Turismo e, em âmbito estadual, provenientes do FUNTURISMO, haja vista que o Cadastur é um dos pré-requisitos para a aprovação de projetos e liberação de recursos.

A tabela abaixo apresenta a identificação das ameaças e oportunidades ligadas às **questões políticas**.

Tabela 16. Identificação das ameaças e oportunidades políticas.

Matriz de Ameaças e Oportunidades				
Item	Oportunidades	Ações ambientais (P e N)		Ameaças
		Classificação	Descrição	
14	Aproveitar a oportunidade para melhorar a infraestrutura, capacitação e divulgação do destino.	Políticas	FUNTURISMO e SICONV podem ser utilizados para viabilizar projetos de grande relevância para o turismo de Itapoá.	
15		Políticas	Baixo número de empresas com CADASTUR (somente um cadastro, de guia de turismo)	Dificulta a liberação de recursos por parte do Mtur e também poderá limitar o acesso a recursos do FUNTURISMO (SOL)
16	Fomentar o desenvolvimento, propor incentivos e estimular novos investimentos no turismo do estado e, como consequência, do município.	Políticas	ALESC inicia estudos, no âmbito do projeto "Turismo com Valor", para a criação da Lei Geral do Turismo de Santa Catarina (setembro 2017).	
17		Políticas	Baixo investimento do governo federal em ações de marketing e recursos financeiros para o setor de viagens e turismo. (WEF, 2017)	Dificuldade de acesso aos recursos e ações de marketing realizadas pelo governo federal.
18	Facilidade no processo de entrada, com menor burocracia e menor gasto para emissão de vistos, o que atrai maior número de visitantes para o país, e possivelmente para Itapoá, principalmente pelo ecoturismo ligado à Volta Velha.	Políticas	Emissão de vistos eletrônicos para o Brasil começa em novembro. Expectativa de aumento de 25% de entradas no país. (MTur, 2017)	

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

Com relação às oportunidades e ameaças relacionadas às **questões tecnológicas**, ressalta-se que a tecnologia é imprescindível para o desenvolvimento de destinos turísticos inteligentes e neste sentido, existe uma série de ações que geram oportunidades de Itapoá tornar-se mais competitivo diante de seus concorrentes. Dentre elas, destaca-se a grande população digital no Brasil, o crescimento do uso de aparelhos *mobile* em todo o processo da viagem, incluindo o momento de inspiração, de compra, de informações enquanto o turista está no destino e bem como após a viagem. Todos estes aspectos reforçam a necessidade

de desenvolver estratégias de atuação digital, em relação à promoção e comercialização do destino e dos produtos turísticos.

Da mesma forma destaca-se que a tecnologia é um aspecto que está em constante evolução e seu crescimento é exponencial, portanto, caso não sejam adotadas medidas para que Itapoá possa se aproveitar deste momento, outros destinos o farão, o que poderá promover o aumento da demanda de turistas em mercados concorrentes e, conseqüentemente, a queda na demanda de turistas no destino.

A tabela abaixo apresenta a identificação das ameaças e oportunidades ligadas às **questões tecnológicas**.

Tabela 17. Identificação das ameaças e oportunidades tecnológicas.

Matriz de Ameaças e Oportunidades				
Item	Oportunidades	Ações ambientais (P e N)		Ameaças
		Classificação	Descrição	
19	Criar novo website do destino em formato adequado e integrado as redes sociais para promover o destino, fortalecer a imagem e comercializar os produtos turísticos	Tecnológicas	65% dos viajantes de lazer são inspirados a viajar por fontes online, principalmente mídias sociais, vídeos e ferramentas de busca. Google, 2014	Deixar de atrair parte da demanda do município em função da não utilização adequada da internet para fins promocionais e comerciais.
20	Desenvolver estratégias para divulgação e engajamento de turistas potenciais e em visita ao município.	Tecnológicas	72% do tempo gasto em ambiente digital é mobile (tablets/smartphones). Número duplicou em relação a 2014 (ComScore 2016). Smartphones são utilizados por 78% dos viajantes durante todo o processo de viagem (inspiração, pesquisa, compra, experiência e pós viagem) Google, 2014.	Deixar de atrair parte da demanda do município em função da não utilização adequada das plataformas mobile.
21	Desenvolver estratégias de marketing digital para para atingir esse público e gerar negócios.	Tecnológicas	População digital no Brasil é de 100,3 milhões de pessoas (ComScore, 2016). 62% dos Millenials (18 e 34 anos) são usuários mobile e usuários a partir de 55 anos utiliza somente desktop	A falta destas estratégias ou ainda, a estratégia inadequada, irá permitir que concorrentes desenvolvam estratégias mais eficientes para captar os potenciais turistas.
22	Disponibilizar produtos e serviços em marketplaces de turismo de modo a permitir que o turista compre online.	Tecnológicas	Mercado global de viagens – o que inclui aéreas, hotelaria, aluguel de carros, cruzeiros, ferroviários e operadoras – apresentou um crescimento de US\$ 200 bilhões nos últimos anos e alcançou US\$ 1,3 trilhão no ano de 2015. De acordo com a pesquisa, 35% das compras de viagem ocorrem em ambiente on-line, um crescimento de 10% desde 2011. (Sebrae, 2015)	A falta de presença online torna o destino menos competitivo e pode, no medio prazo ter papel fundamental na retração da demanda de turistas para o município.
23	Desenvolvimento de novos produtos turísticos e estratégias com maior interatividade com o usuário, como ferramenta de comunicação e venda de produtos turísticos da região.	Tecnológicas	Aplicativos de realidade virtual estão entre as maiores tendências tecnológicas no turismo (Thinktur, 2016)	

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

Com relação às oportunidades e ameaças relacionadas a **questões sociais**, destaca-se o título de Santa Catarina como o melhor destino de turismo do Brasil, pela 10ª vez, e a consequente oportunidade de Itapoá se beneficiar desta imagem para atrair visitantes. Também se destaca o mercado potencial de pessoas com algum tipo de deficiência e mobilidade reduzida, representado por mais de 45 milhões de pessoas que poderiam passar a consumir o produto turístico Itapoá caso o destino passe a investir na adaptação de espaços públicos e de uso coletivo.

Por outro lado, se destaca, negativamente, a situação da criminalidade no Brasil e a baixa competitividade mundial em relação à proteção e segurança como aspectos que podem

afugentar a demanda de turistas internacionais, principalmente ecoturistas que fazem parte do nicho de observação de aves.

A tabela abaixo apresenta a identificação das ameaças e oportunidades ligadas às **questões sociais**.

Tabela 18. Identificação das ameaças e oportunidades sociais.

Matriz de Ameaças e Oportunidades				
Item	Oportunidades	Ações ambientais (P e N)		Ameaças
		Classificação	Descrição	
24	Fortalecimento da imagem do destino em função de estar localizado no estado de Santa Catarina.	Sociais	SC 10 vezes eleito o melhor estado de turismo do Brasil (2001 / 2007 a 2013 / 2015 a 2017). Revista Viagem e Turismo.	
25	O estado de Santa Catarina e o município são vistos como destinos seguros e podem atrair parte da demanda que sinta insegurança em viajar para outros mercados.	Sociais	Brasil é considerado um dos países menos competitivos do mundo em relação a Proteção e Segurança (Fórum Econômico Mundial de Viagens e Turismo 2017)	Inibir a viagem de turistas internacionais que tenham interesse em visitar o Brasil e o município (principalmente ecoturistas para observação de aves na Reserva Volta Velha).
26	Estruturar os espaços públicos e fomentar a adaptação dos prestadores de serviços turísticos para atender as necessidades desse público.	Sociais	De acordo com o Censo 2010, 23,9% da população brasileira apresenta algum tipo de incapacidade ou deficiência física. São cerca de 45 milhões de brasileiros.	

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

Com relação às questões ligadas ao **mercado concorrente**, destaca-se que o Brasil é considerado o 8º país mais competitivo do mundo, com relação aos atrativos culturais e o 1º país mais competitivo do mundo, com relação aos atrativos naturais, de acordo com o Fórum Econômico Mundial de Viagens e Turismo (2017). Tais fatos permitem vincular o destino de Itapoá como um destino de Ecoturismo devido à Reserva Ecológica Volta Velha e ao mesmo tempo, vincular Itapoá como um destino complementar de São Francisco do Sul, que possui destaque no Turismo Cultural, especialmente pelo centro histórico e o Museu Nacional do Mar.

Ainda com relação às oportunidades, destaca-se também a importância da sustentabilidade em destinos turísticos, sendo o ano de 2017 eleito, pela ONU, como o ano do turismo sustentável, o que gera uma oportunidade para Itapoá em relação à outros concorrentes, por meio da execução e divulgação de ações que já estão sendo realizadas e estão baseadas no desenvolvimento sustentável do turismo, a exemplo da elaboração do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável, ações de educação ambiental realizadas pela Reserva Volta Velha e outras ações que podem ser desenvolvidas neste sentido.

Tabela 19. Identificação das ameaças e oportunidades ligadas ao mercado concorrente.

Matriz de Ameaças e Oportunidades				
Item	Oportunidades	Ações ambientais (P e N)		Ameaças
		Classificação	Descrição	
27	Vincular o destino como um destino complementar de São Francisco do Sul, o qual é um destino de destaque do Turismo Cultural devido ao centro histórico e ao Museu Nacional do Mar.	Concorrentes	Brasil é considerado o 8º país mais competitivo no aspecto dos Atrativos Culturais e Viagens de Negócios (Fórum Econômico Mundial, 2017)	
28	Vincular o destino de Itapoá como um destino de ecoturismo, principalmente devido a Reserva Volta Velha.	Concorrentes	Brasil é considerado o país mais competitivo do mundo no aspecto dos Atrativos Naturais (Fórum Econômico Mundial de Viagens e Turismo 2017).	
29	Desenvolver estratégias para promover a sustentabilidade no município em função de uma série de ações já em andamento como: Pdits e ações individuais de empresas.	Concorrentes	ONU eleger 2017 como "Ano Internacional do Turismo Sustentável" ONU, 2017	

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

2.2 Missão

A missão organizacional define o motivo da existência da organização/ grupo/ destino, ou ainda, quais são os propósitos centrais da organização/ grupo/ destino?

2.2.1 Missão do turismo de Itapoá

A concepção da missão do turismo de Itapoá partiu da identificação, por meio de *brainstorming*¹¹, do propósito do turismo no destino, na visão dos participantes do **II Seminário de Planejamento Participativo**, realizado na Casa de Cultura de Itapoá, no dia 27 de outubro de 2017. O resultado do brainstorming foi então validado pelo grande grupo e chegou-se ao seguinte resultado:

“Desenvolver o turismo de Itapoá, de forma sustentável, durante todo o ano, com serviços diversificados e de qualidade buscando a satisfação plena do turista”.

¹¹ O *brainstorming* (literalmente: "tempestade cerebral" em inglês) ou tempestade de ideias, mais que uma técnica de dinâmica de grupo, é uma atividade desenvolvida para explorar a potencialidade criativa de um indivíduo ou de um grupo - criatividade em equipe - colocando-a a serviço de objetivos pré-determinados.

2.3 Visão

A visão pode ser compreendida como o objetivo de longo prazo da organização/ grupo/ destino, ou seja, consiste na definição de onde a organização/ grupo/ destino pretender chegar, no prazo de 5 (cinco) ou 10 (dez) anos, desenvolvendo a sua atividade principal.

2.3.1 Visão do turismo de Itapoá

A definição da visão do turismo de Itapoá também ocorreu durante as atividades realizadas no II Seminário de Planejamento Participativo e foi validada pelos presentes com a seguinte redação:

“Ser referência no litoral catarinense, em 2027, em excelência, inovação e sustentabilidade nos serviços turísticos”.

3 ESTRATÉGIAS PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DO TURISMO EM ITAPOÁ

Se a visão pode ser compreendida como o objetivo de longo prazo, as estratégias podem ser compreendidas como objetivos de médio prazo (1 a 3 anos), capazes de conduzir a organização/ destino a atingir a sua visão de longo prazo.

Desta forma, a partir da visão estabelecida para o turismo no município, foram identificados os fatores críticos para o desenvolvimento do turismo e, a partir destes, foram definidas as estratégias para o desenvolvimento do turismo local, conforme descrito a seguir.

Ressalta-se que para cada estratégia definida foi estabelecida uma ou mais metas quantificáveis, as quais permitirão o monitoramento da execução do plano e a avaliação de sua efetividade.

3.1 Promover a capacitação e qualificação da cadeia produtiva do turismo do município.

Meta 1: Capacitar 70% dos prestadores de serviço da cadeia produtiva do turismo.

3.2 Conscientizar a comunidade de Itapoá sobre a importância do turismo no desenvolvimento econômico e social do município.

Meta 1: Conscientizar 100% dos alunos do ensino básico municipal.

Meta 2: Conscientizar 100% do comércio do centro turístico e dos conjuntos turísticos da Barra do Saí, Praia Itapoá e Baía da Babitonga sobre a importância da atividade turística para o desenvolvimento econômico e social da região.

3.3 Integrar o poder público, iniciativa privada e o terceiro setor no desenvolvimento sustentável do turismo.

Meta 1: Executar ações integradas com 50% dos meios de hospedagens e estabelecimentos de alimentos e bebidas do município. (21 mh e 38 a&b)

3.4 Promover o aperfeiçoamento da legislação e fiscalização relacionada à atividade turística.

Meta 1: Rever a legislação municipal e prover a administração pública de instrumentos para a fiscalização da atividade turística e demais setores vinculados.

3.5 Instituir um sistema de informação para a gestão pública do turismo de Itapoá.

Meta 1: Gerar indicadores semestrais sobre a economia do turismo no município.

3.6 Incentivar a inovação na gestão dos equipamentos e serviços turísticos do município.

Meta 1: Ter 100% das empresas turísticas e de apoio ao turismo certificadas pelo Cadastur.

Meta 2: Incorporar o uso de novas tecnologias em 80% das empresas turísticas e de apoio ao turismo de Itapoá

3.7 Formatar produtos e serviços turísticos sustentáveis e inovadores.

Meta 1: Criar 5 novos produtos e 5 novos serviços turísticos sustentáveis e inovadores em Itapoá.

3.8 Requalificar a produção associada ao turismo do município.

Meta 1: Requalificar 50% dos artesãos locais.

3.9 Desenvolver ações de promoção para a captação de fluxos turísticos o ano todo.

Meta 1: Ser inserido no catálogo de 4 operadoras de turismo.

3.10 Investir recursos suficientes, públicos e privados, para o adequado desenvolvimento do turismo regional.

Meta 1: Ampliar em 100% o volume de recursos públicos e privados investidos no desenvolvimento do turismo de Itapoá.

3.11 Desenvolver ações para a captação de recursos para investimento no setor.

Meta 1: Elaborar 20 projetos para captação de recursos para o desenvolvimento do turismo do município.

3.12 Implantar infraestrutura eficiente e acessível para potencializar a experiência turística no destino.

Meta 1: Implantar sinalização de orientação e interpretação turística em 100% dos atrativos turísticos do município.

Meta 2: Implantar infraestrutura acessível em 100% dos atrativos turísticos do município.

Meta 3: Fomentar a adaptação de 50% dos equipamentos turísticos do município de modo a atender as exigências do decreto nº 5296/14 (acessibilidade).

3.13 Ampliar o aporte de recursos públicos direcionados a atender a demanda nas principais áreas turísticas do município.

Meta 1: Oferecer água tratada em 100% do centro turístico e dos conjuntos turísticos da Barra do Saí, Praia Itapoá e Baía da Babitonga.

Meta 2: Implantar o tratamento de esgoto em 100% das áreas do centro turístico e dos conjuntos turísticos da Barra do Saí, Praia Itapoá e Baía da Babitonga.

3.14 Revitalizar a orla marítima do centro turístico e dos conjuntos turísticos da Barra do Saí, Praia Itapoá e Baía da Babitonga.

Meta 1: Revitalizar 50% da orla marítima do município

3.15 Fortalecer as estruturas de segurança do município.

Meta 1: Conscientizar e capacitar 100% do efetivo das forças de segurança do município sobre a atividade turística.

4 PLANO DE AÇÃO: SELEÇÃO DE PROCEDIMENTOS, AÇÕES E PROJETOS

4.1. Seleção e Priorização das Ações

A partir do Planejamento Estratégico Participativo do Turismo, realizado no município, foram definidas 79 (setenta e nove) ações alinhadas às 15 (quinze) estratégias de desenvolvimento sustentável do turismo de Itapoá.

Posteriormente estas ações foram apresentadas, no dia 30 de novembro de 2017, nas instalações da Casa de Cultura de Itapoá, para os representantes da Secretaria Municipal de Turismo e Cultura, Secretaria Municipal da Indústria e Comércio, Secretaria de Meio Ambiente, Assessoria de Gabinete do Prefeito, Associação de Defesa e Educação Ambiental - ADEA, Reserva Volta Velha e Conselho Municipal de Turismo – COMTUR, os quais fizeram suas contribuições e validação do Plano de Ações.

As contribuições propostas foram aprovadas pela Secretaria de Turismo e Cultura; e finalmente, a partir do Plano de Ações validado, foi definido o prazo de execução de cada uma das ações, as quais são apresentadas na sequência.

Inicialmente são apresentadas as 10 (dez) ações da estratégia de Conscientização e Capacitação, das quais 6 (seis) ações são de curto e 4 (quatro) ações são de médio prazo.

Tabela 20. Tabela sintética sobre as ações propostas para o desenvolvimento do turismo em Itapoá – Estratégia de Conscientização e Capacitação.

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por:	Metodologia:			
ESTRATÉGIA	VARIÁVEL	AÇÃO	STATUS	Prazo		
Conscientização e capacitação	Capacitação	Articular com centros de ensino e Sistema S (Senac e Sebrae) e ACINI/CDL a oferta de cursos não regulares que atendam a necessidade de capacitação da mão de obra da cadeia produtiva do turismo.	Não iniciado.	C		
	Capacitação	Articular junto às instituições de ensino um curso técnico de nível médio em turismo.	Não iniciado.		M	
	Capacitação	Capacitar os prestadores de serviços da cadeia produtiva do turismo (atendimento ao cliente, técnica de vendas, manipulação de alimentos, gestão financeira, marketing, etc).	Não iniciado.	C		
	Capacitação	Capacitar o efetivo das forças de segurança do município sobre a atividade turística (atendimento ao turista e oferta turística local).	Verba de R\$60.060,00 do Convênio com a Secretaria de Segurança (Gabinete do Prefeito)	C		
	Conscientização	Elaborar campanha de conscientização sobre a prevenção à exploração sexual infantil no turismo.	Não iniciado.	C		
	Conscientização Comércio	Criar o SELO "Amigo do turismo" e identificar o comércio cujos colaboradores participaram de cursos e palestras sobre a importância da atividade turística para o desenvolvimento econômico e social da região.	Não iniciado.		M	
	Conscientização Escolar	Criar cartilha escolar de conscientização turística.	Não iniciado.	C		
	Conscientização Escolar	Realizar aula / palestra sobre a atividade turística nas escolas do ensino fundamental.	Não iniciado.		M	
	Conscientização Trade	Realizar palestras semestral, direcionadas a públicos específicos do comércio e comunidade, sobre a importância da atividade turística para o desenvolvimento econômico e social da região.	Não iniciado.	C		
	Reconhecimento	Realizar evento anual de reconhecimento e certificação das empresas que cumpriram as exigências do SELO "Eu apoio o turismo".	Não iniciado.		M	

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

A seguir são apresentadas as 12 (treze) ações da estratégia de **Integração**, das quais 6 (seis) ações são de curto e 6 (seis) ações são de médio prazo.

Tabela 21. Tabela sintética sobre as ações propostas para o desenvolvimento do turismo em Itapoá – Estratégia de Integração.

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 	Metodologia: 	Prazo		
ESTRATÉGIA	VARIÁVEL	AÇÃO	STATUS	Prazo		
Integração	COMTUR	Realizar o Planejamento Estratégico do COMTUR e definir a responsabilidade de cada Câmara Temática na execução das ações relacionadas ao desenvolvimento sustentável do turismo.	Não iniciado.	C		
	Cadeia Produtiva	Fomentar a comercialização de artesanato típico, por meio de instalação de expositores, nas empresas de turismo e de apoio ao turismo do município.	Não iniciado.	C		
	Comunicação	Comunicar, a toda a cadeia produtiva do turismo, as ações planejadas e em execução por intermédio do COMTUR e fomentar a participação de todos no desenvolvimento das ações.	Não iniciado.	C		
	Cooperação pública	Promover audiência do COMTUR, com representantes das diversas secretarias municipais, de modo a esclarecer o papel de cada um no desenvolvimento sustentável do turismo.	Não iniciado.	C		
	Cooperação pública	Realizar mutirões com a comunidade local para limpeza de praias, pintura de muros, plantio de mudas, entre outros de modo a embelezar a cidade.	Não iniciado.	C		
	Cooperação regional	Estabelecer uma parceria estratégica com São Francisco do Sul (poder público e iniciativa privada) de modo a divulgar e comercializar de forma integrada o turismo dos dois municípios.	Não iniciado.		M	
	Cooperação regional	Identificar as ações de âmbito regional e articular a viabilização por meio de parcerias estratégicas com as entidades regionais.	Não iniciado.		M	
	Governança	Implantar um modelo de governança (Fórum Municipal de Turismo, Associação, Coletivo, Núcleo, Convention Bureau) do turismo do município, integrado ao COMTUR, de modo a fomentar a participação da iniciativa privada no planejamento e gestão do turismo de Itapoá.	Não iniciado.		M	
	Governança Regional	Participar ativamente das reuniões e atividades - feiras, workshops, etc. realizadas pela Instância de Governança Regional - IGR Caminho dos Príncipes.	Não iniciado.	C		
	Integração privada	Fomentar a associação das empresas de turismo e apoio ao turismo à ACINI/CDL, de modo a fortalecer a integração do setor.	Não iniciado.		M	

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 	Metodologia: 	Prazo	
ESTRATÉGIA	VARIÁVEL	AÇÃO	STATUS		
Integração	Monitoramento	Monitorar a participação de cada uma das empresas da cadeia produtiva do turismo nas ações em prol do desenvolvimento do setor.	Não iniciado.	M	
	Porto de Itapoá	Negociar com o Porto de Itapoá o apoio à implantação de infraestrutura nos atrativos de Itapoá.	Não iniciado.	M	

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

Na sequência são apresentadas as 7 (sete) ações da estratégia de **Legislação**, sendo todas elas de curto prazo.

Tabela 22. Tabela sintética sobre as ações propostas para o desenvolvimento do turismo em Itapoá – Estratégia de Legislação.

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 	Metodologia: 			
ESTRATÉGIA	VARIÁVEL	AÇÃO	STATUS	Prazo		
Legislação	Conselho Municipal de Turismo	Atualizar a Lei Municipal nº 049/1997 - artigo 2º detalhando melhor as atribuições do Conselho Municipal de Turismo como as de apoiar a capacitação dos recursos humanos do setor, controlar a qualidade dos produtos turísticos, promover o turismo, captar investimentos, etc. e artigo 3º ampliando a representação da iniciativa privada e alterando os representantes do poder público para incluir o setor de educação e de segurança	Não iniciado.	C		
	Atribuições da Secretaria de Turismo	Reformular a Lei Complementar Municipal nº 008/2004 no que refere às atribuições da Secretaria de Turismo e Cultura, retirando a sua responsabilidade quanto à preservação de praças, jardins, bosques e logradouros	Não iniciado.	C		
	Certificação	Propor a elaboração de Projeto de Lei que cria o certificado "eu apoio o turismo" e regulamenta como as empresas de turismo podem ter acesso ao mesmo. (qualidade, sustentabilidade, inovação, capacitação, acessibilidade, gestão, etc.)	Não iniciado.	C		
	Fundo Municipal de Turismo	Alterar a Lei Municipal nº 050/1997 acrescentando nas fontes de recursos taxas de licença de empresas de eventos, de transporte turístico e de entretenimento	Não iniciado.	C		
	Incentivos	Apresentar na Câmara de Vereadores Projeto de Lei que cria incentivos diversos para investimentos no desenvolvimento sustentável nas Zonas de Interesse Turístico (Zona de Uso Restrito 5,8 e 17; e nas Zonas Especiais).	Não iniciado.	C		
	Locação de casas	Articular com a Secretaria de Planejamento e Urbanismo, Secretaria de Administração e Procuradoria Jurídica do município a regularização e controle do serviço de locação de casas de veraneio.	Não iniciado.	C		
	Participação do Turismo no COMDEMA	Reformular a Lei Municipal nº 557/2014 para incluir no Conselho Municipal de Defesa do Meio Ambiente representantes do setor de turismo	Não iniciado.	C		

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

Dando continuidade são apresentadas as 3 (três) ações da estratégia de **Novas Tecnologias**, sendo todas elas de médio prazo.

Tabela 23. Tabela sintética sobre as ações propostas para o desenvolvimento do turismo em Itapoá – Estratégia de Novas Tecnologias.

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 	Metodologia: 	Prazo	
ESTRATÉGIA	VARIÁVEL	AÇÃO	STATUS		
Novas tecnologias	Benchmarking	Realizar viagem de <i>benchmarking</i> focada em soluções tecnológicas aplicadas ao desenvolvimento sustentável do turismo.	Não iniciado.	M	
	Evento	Criar um <i>hackaton</i> para fomentar o desenvolvimento de soluções tecnológicas aplicadas ao turismo em Itapoá	Não iniciado.	M	
	WIFI	Implantar pontos de wifi, com acesso gratuito, nos principais atrativos turísticos do município.	Não iniciado.	M	

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

Na sequência são apresentadas as 7 (sete) ações da estratégia de **Sistema de Informação**, das quais 4 (quatro) ações são de curto e 3 (três) ações são de médio prazo.

Tabela 24. Tabela sintética sobre as ações propostas para o desenvolvimento do turismo em Itapoá – Estratégia de Sistema de Informação.

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 	Metodologia: 	Prazo		
ESTRATÉGIA	VARIÁVEL	AÇÃO	STATUS	Prazo		
Sistema de Informação	CAT	Implementar um Centro de Atendimento ao Turista - CAT, em área central do município, que ofereça interatividade com o turista, promova a produção associada ao turismo e identifique informações sobre o perfil e hábitos de consumo da demanda para serem inseridas na plataforma de gestão de informações turísticas.	Não iniciado.		M	
	Mapeamento da fauna e flora	Fomentar o mapeamento dos pássaros, mamíferos e flores exóticas da Reserva Natural Volta Velha e a produção de um Guia Digital / Impresso sobre a fauna e flora da Reserva.	Não iniciado.		M	
	Parceria com centros de ensino	Firmar parceria com centros de ensino da região, para a realização de pesquisas aplicadas sobre o turismo no município de Itapoá (perfil e hábitos de consumo da demanda, pesquisa de satisfação, inventário da oferta turística, estudo de capacidade de carga / limites aceitáveis de mudança para as trilhas do município, entre outros).	Não iniciado.		C	
	Pesquisa	Realizar pesquisa e tratamento de informações sobre o turismo no município e disponibilizar as informações para a sociedade.	Não iniciado.		C	
	Plataforma	Criar banco de dados com indicadores de fontes diversas para monitoramento da atividade.	Não iniciado.		C	
	Plataforma	Criar plataforma aberta de gestão de informações turísticas.	Não iniciado.		C	
	WIFI	Captar informações do perfil dos usuários nos pontos de wifi com acesso gratuito	Não iniciado.		M	

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

Dando continuidade são apresentadas as 12 (doze) ações da estratégia de **Formatação de Produtos**, das quais 6 (seis) ações são de curto, 5 (cinco) ações são de médio e 1 (um) ação é de longo prazo.

Tabela 25. Tabela sintética sobre as ações propostas para o desenvolvimento do turismo em Itapoá – Estratégia de Formação de Produtos.

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 	Metodologia: 			
ESTRATÉGIA	VARIÁVEL	AÇÃO	STATUS	Prazo		
Formatação de produtos	Artesanato	Requalificar o artesanato local de modo a valorizar os saberes e fazeres da cultura e Itapoá .	Verba de R\$20.000,00 da Secretaria de Desenvolvimento, Indústria e Comércio para Feiras Livres de Artesanato	C		
	Calendário de Eventos	Estabelecer o Calendário Oficial de eventos do município por meio de Projeto de Lei.	Não iniciado.	C		
	Calendário de Eventos	Requalificar os eventos de fluxo turístico do município e readequá-los a fim de gerar maior atratividade para os turistas.	Verba de R\$45.000,00 da Diretoria de Turismo e de R\$21.840,00 da Diretoria de Cultura	C		
	CAT da Reserva Volta Velha	Incentivar a implantação de Centro de Atendimento ao Turista na Reserva Volta Velha para atender a demanda de ecoturistas na alta e baixa temporada.	Não iniciado.		M	
	Eventos Esportivos	Fomentar e apoiar a realização de eventos esportivos (esportes náuticos e de pesca amadora sustentável) no município	Verba de R\$81.380,00 da Secretaria de Esportes e Lazer para Eventos Esportivos e de Lazer	C		
	Produto / Experiência	Fomentar a criação de experiências / tour guiado de ecoturismo (Reserva Volta Velha, Baía da Babitonga e Barra do Sai), turismo de aventura (Baía da Babitonga e Barra do Sai) e turismo cultural (sambaquis e centro histórico de São Francisco do Sul) integradas à região.	Verba de R\$10.000,00 da Secretaria de Desenvolvimento, Indústria e Comércio para Incentivo à Implantação de Novas Empresas	C		
	Produto / Experiência	Fomentar a criação de experiências diferenciadas ligadas às atividades portuárias.	Não iniciado.		M	
	Produto Gastronômico	Promover cursos de requalificação dos restaurantes para fortalecimento da gastronomia típica de peixes e frutos do mar	Não iniciado.	C		
Produto Museu	Fomentar a criação de um museu (interativo) indígena na Oca da Reserva Volta Velha.	Não iniciado.			L	

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 	Metodologia: 	Prazo		
ESTRATÉGIA	VARIÁVEL	AÇÃO	STATUS	Prazo		
Formatação de produtos	Produto TRAF	Contratar consultoria para o desenvolvimento do Turismo Rural na Agricultura Familiar - Acolhida na Colônia no município de Itapoá (Comunidade de Saí Mirim e Saí Guaçu) integrado ao município de São Francisco do Sul (Vila da Glória).	Verba de R\$5.010,00 da Secretaria de Agricultura e Pesca		M	
	Qualidade	Criar o Programa de Qualidade no Turismo integrado ao Certificado "Eu apoio o turismo".	Não iniciado.		M	
	Sustentabilidade	Incentivar a adoção de práticas sustentáveis nas empresas turísticas e de apoio ao turismo.	Não iniciado.		M	

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

Dando continuidade são apresentadas as 12 (doze) ações da estratégia de **Promoção**, das quais 10 (dez) ações são de curto e 2 (duas) ações são de médio prazo.

Tabela 26. Tabela sintética sobre as ações propostas para o desenvolvimento do turismo em Itapoá – Estratégia de Promoção.

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 	Metodologia: 		
ESTRATÉGIA	VARIÁVEL	AÇÃO	STATUS	Prazo	
Promoção	Branding	Elaborar o Plano de Marketing e criar a marca turística de Itapoá.	Não iniciado.	C	
	Comercialização	Articular a definição de uma Política Comercial para as empresas turísticas e de apoio ao turismo de Itapoá e negociar, com agências receptivas e com agências emissivas e operadoras dos principais mercados emissores, a intermediação da comercialização dos produtos e serviços turísticos do município.	Não iniciado.	C	
	Famtrip e Fampress	Promover a realização de famtrip e fampress para divulgação do destino.	Não iniciado.	C	
	Feiras de Turismo	Definir a participação do Turismo de Itapoá (poder público e iniciativa privada) ao longo do ano, em feiras de turismo realizadas nos principais mercados prioritários do município	Não iniciado.	C	
	Impressos	Criar novo folder e mapa turístico do turismo de Itapoá e inserir, além dos atrativos do município, os principais atrativos da região.	Verba da Diretoria de Turismo de R\$15.000,00	C	
	Impressos	Manter uma distribuição permanente de folderes de Itapoá nos meios de hospedagens de Joinvile, São Francisco do Sul e região.	Não iniciado.	C	
	Material audiovisual	Produzir fotografias e vídeos profissionais para divulgação de Itapoá.	Não iniciado.	C	
	Mídias sociais	Criar campanha de marketing turístico integrado aos meios digitais para engajar os atuais e potenciais turistas na divulgação do turismo de Itapoá e região.	Não iniciado.		M
	Mídias sociais	Criar a fanpage de turismo de Itapoá nas principais redes sociais (Facebook, Pinterest, Instagram e Youtube) com o endereço vsiteitapoá, ou similar, apenas para a divulgação do potencial turístico de Itapoá e região, e comunicação direta com o turista.	Não iniciado.	C	
	OTA's	Incentivar a comercialização de produtos e serviços turísticos de Itapoá nas OTA's (Booking, Expedia, Decolar, Peixe Urbano, entre outros)	Não iniciado.	C	
	Site	Fomentar a inserção de um link do website do destino nos sites das empresas de turismo de Itapoá.	Não iniciado.		M
	Site	Criar novo website de turismo de Itapoá responsivo (adaptável a formatos diferentes de computadores / mobile) e integrado com as redes sociais.	Não iniciado.	C	

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

A seguir são apresentadas as 2 (duas) ações da estratégia de **Recursos Públicos e Privados**, ambas as ações são de médio prazo.

Tabela 27. Tabela sintética sobre as ações propostas para o desenvolvimento do turismo em Itapoá – Estratégia de Recursos Públicos e Privados.

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 	Metodologia: 	Prazo		
ESTRATÉGIA	VARIÁVEL	AÇÃO	STATUS	Prazo		
Recursos públicos e privados	Recursos privados	Articular, por meio do COMTUR, ACINI/CDL de Itapoá e a nova Governança de turismo do município, o incremento do investimento privado no desenvolvimento sustentável do turismo de Itapoá.	Não iniciado.		M	
	Recursos públicos	Articular, com as demais secretarias municipais, o direcionamento de recursos para atender as demandas no centro turístico e conjuntos turísticos do município.	Não iniciado.		M	

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

Na sequência são apresentadas as 3 (três) ações da estratégia de **Captação de Recursos**, sendo todas de curto prazo.

Tabela 28. Tabela sintética sobre as ações propostas para o desenvolvimento do turismo em Itapoá – Estratégia de Captação de Recursos.

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 	Metodologia: 	Prazo		
ESTRATÉGIA	VARIÁVEL	AÇÃO	STATUS	Prazo		
Captação de recursos	Banco de projetos	Criar banco de projetos para aumentar a probabilidade de captação de recursos via editais públicos e privados de fomento ao turismo, meio ambiente, cultura e inovação.	Não iniciado.	C		
	Linhas de financiamento	Identificar linhas de financiamento públicas e privadas para o fomento ao turismo, meio ambiente, cultura e inovação.	Não iniciado.	C		
	Monitoramento	Monitorar a abertura de editais do SICONV e FUNTURISMO para concessão de recursos para o fomento a projetos ligados ao turismo, meio ambiente, cultura e inovação.	Não iniciado.	C		

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

Dando continuidade são apresentadas as 11 (onze) ações da estratégia de **Infraestrutura**, das quais 4 (quatro) ações são de curto, 6 (seis) ações são de médio e 1 (uma) ação é de longo prazo.

Tabela 29. Tabela sintética sobre as ações propostas para o desenvolvimento do turismo em Itapoá – Estratégia de Infraestrutura.

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 	Metodologia: 	Prazo		
ESTRATÉGIA	VARIÁVEL	AÇÃO	STATUS			
Infraestrutura	Acessibilidade	Implantar infraestrutura acessível nos atrativos turísticos de Itapoá	Verba de R\$654.900,00 da Secretaria de Obras e Serviços Públicos para Pavimentação ou Ensaibramento das Vias Públicas		M	
	Acessibilidade	Fomentar a implantação de infraestrutura acessível nos equipamentos turísticos e de apoio ao turismo de Itapoá.	Não iniciado.		M	
	Infraestrutura náutica	Revitalizar e implantar infraestrutura acessível em todos os trapiches do município.	Não iniciado.		M	
	Infraestrutura náutica	Incentivar a instalação, quando legalmente viável, e manutenção de píers/ trapiches nos restaurantes e meios de hospedagens da orla da Baía da Babitonga.	Não iniciado.	C		
	Infraestrutura náutica	Fomentar melhorias e ampliação de infraestrutura e serviços nas marinas de Itapoá.	Não iniciado.		M	
	Mobiliário urbano	Implantar estacionamentos exclusivos para bicicletas integrados a Parklets com ponto de energia e ponto de wifi, com acesso gratuito, no centro turístico e nos conjuntos turísticos	Não iniciado.		M	
	Mobiliário urbano	Implantar lixeiras para coleta seletiva de lixo, no centro turístico e nos conjuntos turísticos da Barra do Saí, Praia Itapoá e Baía da Babitonga.	Verba de R\$928.200,00 da Secretaria de Obras e Serviços Públicos para Limpeza Pública Urbana	C		
	Mobiliário urbano	Reurbanizar as praias do município com a instalação de quiosques, chuveiros, sanitários, <i>playgrounds</i> , aparelhos de ginástica, pontos de acesso a WiFi gratuito, etc.	Não iniciado.		M	
	SETUR	Ampliar a estrutura e o quadro de colaboradores do setor de turismo da Secretaria de Turismo e Cultura (economista, estatístico, programador, profissional de marketing, recepcionistas de turismo/CAT, etc.)	Verba de R\$81.900,00 para Contratação de Estagiários e de R\$10.920,00 para Informática na Gestão Pública no Gabinete do Prefeito	C		
	Serviços públicos	Articular a ampliação da infraestrutura dos sistemas de abastecimento de água, tratamento de esgoto e iluminação pública no centro turístico e nos Conjuntos Turísticos da Barra do Saí, Praia Itapoá e Baía da Babitonga.	Verba de R\$2.035.760,00 da Secretaria de Obras e Serviços Públicos para Iluminação Pública			L

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 	Metodologia: 	Prazo		
ESTRATÉGIA	VARIÁVEL	AÇÃO	STATUS	Prazo		
Infraestrutura	Sinalização	Implantar novo projeto de sinalização de orientação e interpretação turística nos atrativos do município.	Não iniciado.	C		

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

4.2 Plano de Ações

O Plano de Ação é um documento onde é sistematizada a lista de ações a serem executadas para o alcance de determinado objetivo (SEBRAE, 2017)¹². No caso do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS Itapoá, atingir a visão estabelecida por meio do Planejamento Estratégico Participativo: “Ser referência no litoral catarinense, em 2027, em excelência, inovação e sustentabilidade nos serviços turísticos”.

O Plano de Ações descreve, portanto:

- O que fazer. (*What*)
- Por que fazer. (*Why*)
- Como fazer. (*How*)
- Onde executar. (*Where*)
- Quem executará e quem irá apoiar a execução da ação. (*Who*)
- Em que prazo fazer. (*When*)

Um dos modelos utilizados para a elaboração do Plano de Ação é o 5W1H, descrito acima.

O detalhamento do Plano de Ações permite identificar a responsabilidade de cada integrante da Cadeia de Valor do turismo no processo de desenvolvimento do plano, assim todos poderão contribuir na execução de ações que vão levar ao alcance dos objetivos gerais e, conseqüentemente, ao cumprimento da missão e visão.

Tabela 30. Tabela de apresentação da estrutura do Plano de Ação do turismo de Itapoá.

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 		Metodologia: 		
AÇÃO	DESAFIOS	ATIVIDADES	VALOR	RESPONSÁVEIS	PRAZOS	Pré Requisito
O que será feito?	Por que essa tarefa precisa ser executada?	Como deverá ser realizada cada tarefa/etapa?	Quanto deverá custar?	Quem realizará e quem apoiará as tarefas?	Quando cada uma das tarefas deverá ser executada?	A ação depende de alguma outra ação?
Ação Capacitação 1.1. Articular com centros de ensino e Sistema S (Senac e Sebrae) e ACINI/CDL a oferta de cursos não regulares que atendam a necessidade de capacitação da mão de obra da cadeia produtiva do turismo.	Capacitar 70% dos prestadores de serviço da cadeia produtiva do turismo e assim oferecer um serviço de melhor qualidade aos turistas.	1) Identificar as principais demandas de capacitação da cadeia produtiva do turismo; 2) Analisar as soluções oferecidas pelo SENAC, SEBRAE e ACINI/CDL que possam atender as demandas do município; 3) Negociar com o Sistema S a oferta dos cursos.	0 - R\$1.000	Secretaria de Turismo e Cultura. Parceiros: SENAC, SEBRAE e ACINI/CDL	2018	NA

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

¹² <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/voce-ja-tem-o-plano-de-acao-do-seu-negocio,d005844b68257510VgnVCM1000004c00210aRCRD>

Abaixo é apresentado o Plano de Ação do Turismo de Itapoá organizado de acordo com as seguintes linhas estratégicas:

- Conscientização e Capacitação;
- Integração;
- Legislação;
- Novas Tecnologias;
- Sistema de Informações;
- Formatação de Produtos;
- Promoção;
- Recursos Públicos e Privados;
- Captação de Recursos;
- Infraestrutura.

Tabela 31. Plano de Ação do turismo de Itapoá– Ações vinculadas à estratégia de Conscientização e Capacitação.

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 		Metodologia: 		
AÇÃO	DESAFIOS	ATIVIDADES	VALOR	RESPONSÁVEIS	PRAZOS	Pré Requisito
O que será feito?	Por que essa tarefa precisa ser executada?	Como deverá ser realizada cada tarefa/etapa?	Quanto deverá custar?	Quem realizará e quem apoiará as tarefas?	Quando cada uma das tarefas deverá ser executada?	A ação depende de alguma outra ação?
Ação Capacitação 1.1. Articular com centros de ensino e Sistema S (Senac e Sebrae) e ACINI/CDL a oferta de cursos não regulares que atendam a necessidade de capacitação da mão de obra da cadeia produtiva do turismo.	Capacitar 70% dos prestadores de serviço da cadeia produtiva do turismo e assim oferecer um serviço de melhor qualidade aos turistas.	1) Identificar as principais demandas de capacitação da cadeia produtiva do turismo; 2) Analisar as soluções oferecidas pelo SENAC, SEBRAE e ACINI/CDL que possam atender as demandas do município; 3) Negociar com o Sistema S a oferta dos cursos.	0 - R\$1.000	Secretaria de Turismo e Cultura. Parceiros: SENAC, SEBRAE e ACINI/CDL	2018	N/A
Ação Capacitação 1.2. Articular junto às instituições de ensino um curso técnico de nível médio em turismo.	Oferecer um serviço de melhor qualidade aos turistas.	1) Identificar as Instituições de ensino de nível médio da região que oferecem cursos técnicos; 2) Identificar se os municípios limítrofes também possuem interesse no curso; 3) Negociar com as Instituições de ensino a abertura de curso para atender a demanda regional	0 - R\$1.000	Secretaria de Turismo e Cultura. Parceiros: ACINI	2022	N/A
Ação Capacitação 1.3. Capacitar os prestadores de serviços da cadeia produtiva do turismo (técnica de vendas, atendimento ao cliente, gestão financeira, manipulação de alimentos, marketing, serviços de recepção, etc).	Capacitar 70% dos prestadores de serviço da cadeia produtiva do turismo e assim oferecer um serviço de melhor qualidade aos turistas.	1) Realizar Ação Capacitação 1.1 ; 2) Avaliar com empresários a ordem de prioridade na ofertas dos cursos; 3) definir em conjunto com empresários e ofertantes dos cursos, o calendário de cursos; 4) divulgar para os empresários do município.	Sem custo (Valor do curso será pago pelo participante)	Secretaria de Turismo e Cultura. Parceiros: SENAC e SEBRAE	2018	Ação 1.1

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 		Metodologia: 		
AÇÃO	DESAFIOS	ATIVIDADES	VALOR	RESPONSÁVEIS	PRAZOS	Pré Requisito
O que será feito?	Por que essa tarefa precisa ser executada?	Como deverá ser realizada cada tarefa/etapa?	Quanto deverá custar?	Quem realizará e quem apoiará as tarefas?	Quando cada uma das tarefas deverá ser executada?	A ação depende de alguma outra ação?
Ação Capacitação 1.4. Capacitar o efetivo das forças de segurança do município sobre a atividade turística (atendimento ao turista e oferta turística local).	Oferecer melhor atendimento pelas forças de segurança para turistas e comunidade durante a alta temporada.	1) Realizar reunião com o comandante responsável pelo município para viabilizar capacitação. 2) Elaborar conteúdo da palestra de capacitação 3) Identificar e agendar local para realização. 4) Realizar a capacitação.	de 0 a R\$ 1.000	Secretaria de Turismo e Cultura. Parceiros: Polícia Militar	2019	N/A
Ação Capacitação 1.5. Elaborar campanha de conscientização sobre a prevenção à exploração sexual infantil no turismo.	Impedir qualquer possibilidade de exploração sexual infantil no turismo.	1) Estabelecer parceria com a Secretaria de Assistência Social para o desenvolvimento da campanha; 2) Elaborar a campanha com materiais impressos; 3) Apresentar a campanha em reunião do COMTUR; 4) Divulgar a campanha para os prestadores de serviços turísticos. (plaquinha/adeseivo para os estabelecimentos)	R\$1.000 a R\$5.000	Secretaria de Assistência Social para o desenvolvimento da campanha e Secretaria de Turismo e Cultura. Parceiros: ACINI e Empresas turísticas e de apoio ao turismo.	2018	N/A
Ação Capacitação 1.6. Criar o SELO "Amigo do turismo" (Comércio) e identificar o comércio cujos colaboradores participaram de cursos e palestras sobre a importância da atividade turística para o desenvolvimento econômico e social da região.	Promover a integração entre o turismo e o comércio local e conscientizar o comércio sobre a importância do turismo para o desenvolvimento econômico e social do município.	1) Estabelecer critérios para o SELO; 2) Realizar Ação Capacitação 1.9 ; 2) Monitorar a participação das empresas nos cursos e palestras realizados pela Secretaria de Turismo; 3) Elaborar e validar com o COMTUR o nome e logomarca do SELO; 4) Produzir o adesivo; 5) Visitar o comércio e instalar o adesivo.	0 - R\$5.000 (produção da arte)	Secretaria de Turismo e Cultura. Parceiros: ACINI	2021	Ação 1.9

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 		Metodologia: 		
AÇÃO	DESAFIOS	ATIVIDADES	VALOR	RESPONSÁVEIS	PRAZOS	Pré Requisito
O que será feito?	Por que essa tarefa precisa ser executada?	Como deverá ser realizada cada tarefa/etapa?	Quanto deverá custar?	Quem realizará e quem apoiará as tarefas?	Quando cada uma das tarefas deverá ser executada?	A ação depende de alguma outra ação?
Ação Capacitação 1.7. Criar cartilha escolar de conscientização turística.	Conscientizar 100% dos alunos do ensino básico municipal sobre a importância do turismo para o desenvolvimento econômico e social do município.	1) Articular com a Secretaria da Educação a definição da estrutura da cartilha; 2) Elaborar o conteúdo; 3) Revisar; 4) Editorar e produzir o material (digital e/ou impresso).	R\$1.000 a R\$5.000	Secretaria de Turismo e Cultura. Parceiros: Secretaria da Educação	2020	N/A
Ação Capacitação 1.8. Realizar aula / palestra sobre a atividade turística nas escolas do ensino fundamental.	Conscientizar 100% dos alunos do ensino básico municipal sobre a importância do turismo para o desenvolvimento econômico e social do município.	1) Realizar a Ação Capacitação 1.7. ; 2) Capacitar o(s) instrutor(es) e/ou professor(es) que fará(ão) a aula / palestra; 3) Estabelecer com a Secretaria da Educação o calendário de palestras nas escolas do município; 4) Realizar a aula / palestra.	0 a R\$1.000 pelo workshop de capacitação	Secretaria de Turismo e Cultura. Parceiros: Secretaria da Educação e Faculdade de Turismo para capacitação de professores.	2021	Ação 1.7
Ação Capacitação 1.9. Realizar palestras semestrais, direcionadas a públicos específicos do comércio, trade-turístico e comunidade, sobre a importância da atividade turística para o desenvolvimento econômico e social da região, na Câmara de Vereadores, ACINI, e outros.	Conscientizar 100% do comércio do centro turístico e dos conjuntos turísticos sobre a importância da atividade turística para o desenvolvimento econômico e social da região, além do conscientização do trade e comunidade.	1) Definir com o COMTUR temas das palestras; 2) Elaborar conteúdo da palestra; 3) Contratar instrutor ou negociar com profissional da área para realizar a palestra; 4) Divulgar a palestra e o calendário semestral de palestras para o comércio local; 5) Realizar palestra. 6) Avaliar resultados da palestra	0 a R\$1.000 por semestre	Secretaria de Turismo e Cultura. Parceiros: ACINI	2019	N/A

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 		Metodologia: 		
AÇÃO	DESAFIOS	ATIVIDADES	VALOR	RESPONSÁVEIS	PRAZOS	Pré Requisito
O que será feito?	Por que essa tarefa precisa ser executada?	Como deverá ser realizada cada tarefa/etapa?	Quanto deverá custar?	Quem realizará e quem apoiará as tarefas?	Quando cada uma das tarefas deverá ser executada?	A ação depende de alguma outra ação?
Ação Capacitação 1.10. Realizar evento anual de reconhecimento e certificação das empresas que cumpriram as exigências do Certificado "Eu apoio o turismo" (Prestadores de serviços turísticos).	Reconhecer as empresas que estão investindo na melhoria da qualidade dos serviços.	1) Divulgar o evento e os critérios do Selo "Eu apoio o turismo"; 2) Analisar os dados dos inscritos a partir dos critérios do Selo "Eu apoio o turismo"; 3) produzir a arte do Certificado; 4) Imprimir os certificados; 5) Organizar o evento; 6) Fazer a entrega dos certificados; 7) Comunicar o início e previsão de entrega do Certificado do ano seguinte.	R\$10.000 a R\$20.000	Secretaria de Turismo e Cultura. Parceiros: ACINI	2021	Considerar ação 3.3

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

Tabela 32. Plano de Ação do turismo de Itapoá– Ações vinculadas à estratégia de Integração.

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 		Metodologia: 		
AÇÃO	DESAFIOS	ATIVIDADES	VALOR	RESPONSÁVEIS	PRAZOS	PRÉ REQUISITOS
O que será feito?	Por que essa tarefa precisa ser executada?	Como deverá ser realizada cada tarefa/etapa?	Quanto deverá custar?	Quem realizará e quem apoiará as tarefas?	Quando cada uma das tarefas deverá ser executada?	A ação depende de alguma outra ação?
Ação Integração 2.1. Realizar o Planejamento Estratégico do COMTUR e definir a responsabilidade de cada Câmara Temática na execução das ações relacionadas ao desenvolvimento sustentável do turismo.	Definir a responsabilidade de cada integrante no processo de desenvolvimento da atividade turística; orientar o grupo sobre a atuação do COMTUR; e atingir maior eficiência na atuação do COMTUR.	1) Contratar de consultor especializado; 2) Realizar do Seminário de Planejamento Estratégico; 3) Elaborar o relatório de Planejamento Estratégico.	de R\$ 5.000 a R\$ 10.001	Secretaria de Turismo e Cultura. Parceiros: COMTUR	2018	Considerar ação 3.1
Ação Integração 2.2. Fomentar a comercialização do artesanato típico, por meio a instalação de expositores, nas empresas de turismo e de apoio ao turismo do município.	Promover a integração entre a cadeia produtiva do turismo e divulgar a produção artesanal para os turistas.	1) Promover reunião no COMTUR reunião com as associações de artesanato locais e empresários do trade para identificar interessados na parceria. 2) Apoiar e orientar o processo caso necessário. 3) Divulgar nas mídias e site do destino os locais que podem ser encontrados artesanato local.	Sem custo	COMTUR Parceiros: Secretaria de Turismo e Cultura, Associações de Artesanato e empresários do trade turístico de Itapoá.	2019	Considerar Ação 6.1
Ação Integração 2.3. Comunicar, a toda a cadeia produtiva do turismo, as ações planejadas e em execução por intermédio do COMTUR e fomentar a participação de todos no desenvolvimento das ações.	Executar ações integradas com 50% dos meios de hospedagens e estabelecimentos de alimentos e bebidas do município.	1) Criar boletim eletrônico do COMTUR 2) Inserir boletim do COMTUR no Sistema de Informações do Turismo de Corupá 3) Divulgar nas mídias sociais da SETUR.	Sem custo	Secretaria de Turismo e Cultura. Parceiros: COMTUR	A partir da primeira reunião do COMTUR 2019 - permanente	Considerar ação 2.1

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 		Metodologia: 		
AÇÃO	DESAFIOS	ATIVIDADES	VALOR	RESPONSÁVEIS	PRAZOS	PRÉ REQUISITOS
O que será feito?	Por que essa tarefa precisa ser executada?	Como deverá ser realizada cada tarefa/etapa?	Quanto deverá custar?	Quem realizará e quem apoiará as tarefas?	Quando cada uma das tarefas deverá ser executada?	A ação depende de alguma outra ação?
Ação Integração 2.4. Promover audiência do COMTUR, com representantes das diversas secretarias municipais, de modo a esclarecer o papel de cada um no desenvolvimento sustentável do turismo.	Integrar as diversas secretarias municipais.	1) Estabelecer como pauta de reunião ordinária do COMTUR a apresentação do Papel de cada secretaria no desenvolvimento do turismo; 2) Convidar os representantes das secretarias para a reunião; 3) Realizar a reunião; 4) Elaborar ata da reunião.	Sem custo	COMTUR Parceiros: Secretarias convocadas.	2018	Considerar ação 2.1
Ação Integração 2.5. Realizar mutirões com a comunidade local para a limpeza de praias, pintura de muros, plantio de mudas, entre outros, de modo a embelezar a cidade.	Integrar poder público e comunidade nas ações para o desenvolvimento do turismo e de embelezamento do município.	1) Estabelecer parceria com a Secretaria do Meio Ambiente para fortalecer a ação e para orientação com relação ao plantio de mudas corretas. 2) Convocar a população por meio de mídias sociais e publicações nos jornais locais e COMTUR. 3) Realizar a compra de material necessário (sacos de lixo, materiais para pinturas, mudas, etc.) 4) Realizar ação. 5) Divulgar nas mídias sociais da SETUR	de R\$ 5.000 a R\$ 10.000 por mutirão	Secretaria de Turismo e Cultura. Parceiros: Secretaria de Meio Ambiente e COMTUR	2019	N/A
Ação Integração 2.6. Estabelecer parceria estratégica com São Francisco do Sul (poder público e iniciativa privada) de modo a divulgar e comercializar de forma integrada o turismo dos dois municípios.	Aumentar a competitividade de Itapoá enquanto destino turístico.	1) Identificar entidades atuantes no turismo em São Francisco do Sul. 2) Convidar entidades e SETUR de São Francisco para uma reunião para discutir estratégias. 3) Alinhar parceria. 4) Divulgar parceria ao trade turístico dos dois municípios.	Sem custo	Secretaria de Turismo e Cultura. Parceiros: SETUR São Francisco e COMTUR	2021	N/A

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 		Metodologia: 		
AÇÃO	DESAFIOS	ATIVIDADES	VALOR	RESPONSÁVEIS	PRAZOS	PRÉ REQUISITOS
O que será feito?	Por que essa tarefa precisa ser executada?	Como deverá ser realizada cada tarefa/etapa?	Quanto deverá custar?	Quem realizará e quem apoiará as tarefas?	Quando cada uma das tarefas deverá ser executada?	A ação depende de alguma outra ação?
Ação Integração 2.7. Identificar as ações de âmbito regional e articular a viabilização destas ações, por meio de parcerias estratégicas com as entidades regionais.	Promover a ampliação da competitividade do turismo de Itapoá.	1) Identificar no Pdits Itapoá as ações de âmbito regional; 2) Identificar os interlocutores dos municípios da região afetos ao conteúdo da ação; 3) Organizar encontro para apresentar proposta de atuação conjunta.	Sem custo	Secretaria de Turismo e Cultura. Parceiros: COMTUR	2021	N/A
Ação Integração 2.8. Implantar um modelo de governança (Fórum Municipal de Turismo, Associação, Coletivo, Núcleo, Convention Bureau) do turismo do município integrado ao COMTUR, de modo a fomentar a participação da iniciativa privada no planejamento e gestão do turismo de Itapoá.	Integrar os diversos atores da cadeia produtiva do turismo e definir as responsabilidades de cada um no processo de planejamento e desenvolvimento do turismo no município.	1) Contratar consultor especializado; 2) Realizar do Seminário de Planejamento Estratégico; 3) Elaborar o relatório de Planejamento Estratégico.	de R\$ 10.000 a R\$ 25.000	Secretaria de Turismo e Cultura. Parceiros: COMTUR	2021	N/A
Ação Integração 2.9. Participar ativamente de todas as reuniões e atividades realizadas (participação em feiras, workshops, eventos, material de comunicação e etc.) pela Instância de Governança Regional - Caminho dos Príncipes.	Promover a integração e o fortalecimento do turismo da região.	1) Identificar junto à IGR o calendário do ano. 2) Incluir todas as atividades no planejamento da agenda da SETUR. 3) Participar de todas as atividades e reuniões propostas. 4) Elaborar e apresentar relatório semestral em reunião do COMTUR.	de R\$ 5.000 a R\$ 10.000	Secretaria de Turismo e Cultura.	2018	N/A

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 		Metodologia: 		
AÇÃO	DESAFIOS	ATIVIDADES	VALOR	RESPONSÁVEIS	PRAZOS	PRÉ REQUISITOS
O que será feito?	Por que essa tarefa precisa ser executada?	Como deverá ser realizada cada tarefa/etapa?	Quanto deverá custar?	Quem realizará e quem apoiará as tarefas?	Quando cada uma das tarefas deverá ser executada?	A ação depende de alguma outra ação?
Ação Integração 2.10. Fomentar a associação das empresas de turismo e apoio ao turismo à ACINI/CDL de modo a fortalecer a integração do setor.	Promover a integração e o fortalecimento do turismo do município.	1) Estabelecer como pauta de reunião ordinária do COMTUR a apresentação do papel da ACINI/CDL no desenvolvimento do turismo no município; 2) Convidar os gestores das empresas de turismo a participar da reunião; 3) Realizar a reunião; 4) Elaborar ata da reunião.	Sem custo	COMTUR Parceiros: ACINI/CDL	2022	N/A
Ação Integração 2.11. Monitorar a participação de cada uma das empresas da cadeia produtiva do turismo nas ações em prol do desenvolvimento do setor.	Atingir a execução de ações integradas com 50% dos meios de hospedagens e estabelecimentos de alimentos e bebidas do município.	1) Estabelecer processo de monitoramento das empresas do município que participam das ações realizadas pela SETUR; 2) Definir colaborador da SETUR que fará o monitoramento da ação; 3) Elaborar relatório mensal e de monitoramento da participação das empresas nas ações.	Sem custo	Secretaria de Turismo e Cultura. Parceiros: COMTUR	2021	Ação 1.9
Ação Integração 2.12. Negociar com Porto Itapoá o apoio à implantação de infraestrutura nos atrativos turísticos de Itapoá.	Implantar infraestrutura acessível em 100% dos atrativos turísticos do município.	1) Identificar os atrativos que seriam de maior interesse para o município. 2) Convidar o Porto para reunião para negociação.	Sem custo	Secretaria de Turismo e Cultura. Parceiros: Porto Itapoá e Secretaria Municipal de Obras e Serviços Públicos.	2022	N/A

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

Tabela 33. Plano de Ação do turismo de Itapoá– Ações vinculadas à estratégia de Legislação.

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 		Metodologia: 		
AÇÃO	DESAFIOS	ATIVIDADES	VALOR	RESPONSÁVEIS	PRAZOS	PRÉ REQUISITOS
O que será feito?	Por que essa tarefa precisa ser executada?	Como deverá ser realizada cada tarefa/etapa?	Quanto deverá custar?	Quem realizará e quem apoiará as tarefas?	Quando cada uma das tarefas deverá ser executada?	A ação depende de alguma outra ação?
Ação Legislação 3.1. Atualizar a Lei Municipal nº 049/1997 - artigo 2º detalhando melhor as atribuições do Conselho Municipal de Turismo como as de apoiar a capacitação dos recursos humanos do setor, controlar a qualidade dos produtos turísticos, promover o turismo, captar investimentos, etc. e do artigo 3º, ampliando a representação da iniciativa privada e alterando os representantes do poder público para incluir o setor de educação e segurança.	Tornar a atuação do COMTUR mais eficaz e eficiente.	1) Elaborar o anteprojeto de lei; 2) Articular com vereador(es) do município a apresentação do projeto na Câmara; 3) Acompanhar os trâmites do processo.	Sem custo	Secretaria de Turismo e Cultura e Assessoria Jurídica do município.	2018	N/A
Ação Legislação 3.2. Reformular a Lei Complementar Municipal nº 008/2004 no que se refere às atribuições da Secretaria de Turismo e Cultura, retirando a sua responsabilidade quanto à preservação de praças, jardins, bosques e logradouros.	Tornar a atuação da Secretaria de Turismo e Cultura mais eficaz e eficiente no que tange o desenvolvimento da atividade turística.	1) Elaborar o anteprojeto de lei; 2) Articular com vereador(es) do município a apresentação do projeto na Câmara; 3) Acompanhar os trâmites do processo.	Sem custo	Secretaria de Turismo e Cultura e Assessoria Jurídica do município.	2018	N/A
Ação Legislação 3.3. Propor a elaboração de Projeto de Lei que cria o Certificado "Eu apoio o turismo" e regulamenta como as empresas de turismo podem ter acesso ao mesmo. (sustentabilidade, inovação, capacitação, acessibilidade, gestão, etc.)	Conscientizar 100% do comércio do centro turístico e dos conjuntos turísticos sobre a importância da atividade turística para o desenvolvimento econômico e social da região.	1) Elaborar o anteprojeto de lei; 2) Articular com vereador(es) do município a apresentação do projeto na Câmara; 3) Acompanhar os trâmites do processo.	Sem custo	Secretaria de Turismo e Cultura e Assessoria Jurídica do município	2019	N/A

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 		Metodologia: 		
AÇÃO	DESAFIOS	ATIVIDADES	VALOR	RESPONSÁVEIS	PRAZOS	PRÉ REQUISITOS
O que será feito?	Por que essa tarefa precisa ser executada?	Como deverá ser realizada cada tarefa/etapa?	Quanto deverá custar?	Quem realizará e quem apoiará as tarefas?	Quando cada uma das tarefas deverá ser executada?	A ação depende de alguma outra ação?
Ação Legislação 3.4. Alterar a lei municipal nº 050/1997 incluindo como fonte de receitas do Fundo, taxas de eventos, de transporte turístico e de entretenimento.	Gerar recursos para o desenvolvimento do turismo sustentável no município.	1) Elaborar o anteprojeto de lei; 2) Articular com vereador(es) do município a apresentação do projeto na Câmara; 3) Acompanhar os trâmites do processo.	Sem custo	Secretaria de Turismo e Cultura e Assessoria Jurídica do município	2018	N/A
Ação Legislação 3.5. Apresentar na Câmara de Vereadores projeto de lei que cria incentivos diversos para investimentos no desenvolvimento sustentável nas Zonas de Interesse Turístico (Zona de Uso Restrito 5, 8 e 17; e nas Zonas Especiais).	Incentivar investimentos no desenvolvimento sustentável de Itapoá e região.	1) Elaborar o anteprojeto de lei; 2) Articular com vereador(es) do município a apresentação do projeto na Câmara; 3) Acompanhar os trâmites do processo.	Sem custo	Secretaria de Turismo e Cultura e Assessoria Jurídica do município	2019	N/A
Ação Legislação 3.6. Articular com a Secretaria de Planejamento e Urbanismo, Secretaria de Administração e Procuradoria Jurídica do município a regularização e controle do serviço de locação de casas de veraneio.	Gerar recursos para o desenvolvimento do turismo a partir do serviço de locação de casas de veraneio.	1) Elaborar o anteprojeto de lei; 2) Articular com as Secretarias mencionadas sobre a viabilidade do projeto. 3) Articular com vereador(es) do município a apresentação do projeto na Câmara; 4) Acompanhar os trâmites do processo.	Sem custo	Secretaria de Turismo e Cultura e Assessoria Jurídica do município	2019	N/A

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 		Metodologia: 		
AÇÃO	DESAFIOS	ATIVIDADES	VALOR	RESPONSÁVEIS	PRAZOS	PRÉ REQUISITOS
O que será feito?	Por que essa tarefa precisa ser executada?	Como deverá ser realizada cada tarefa/etapa?	Quanto deverá custar?	Quem realizará e quem apoiará as tarefas?	Quando cada uma das tarefas deverá ser executada?	A ação depende de alguma outra ação?
Ação Legislação 3.7. Reformular a Lei nº557/2014, sobre a composição do Conselho Municipal de Meio Ambiente, incluindo entre os membros representantes do turismo.	Integrar o turismo na composição do Conselho Municipal de Meio Ambiente	1) Elaborar o anteprojeto de lei; 2) Articular com vereador(es) do município a apresentação do projeto na Câmara; 3) Acompanhar os trâmites do processo.	Sem custo	Secretaria de Turismo e Cultura e Assessoria Jurídica do município	2018	Ação 2.4

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

Tabela 34. Plano de Ação do turismo de Itapoá– Ações vinculadas à estratégia de Novas Tecnologias.

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 		Metodologia: 		
AÇÃO	DESAFIOS	ATIVIDADES	VALOR	RESPONSÁVEIS	PRAZOS	PRÉ REQUISITOS
O que será feito?	Por que essa tarefa precisa ser executada?	Como deverá ser realizada cada tarefa/etapa?	Quanto deverá custar?	Quem realizará e quem apoiará as tarefas?	Quando cada uma das tarefas deverá ser executada?	A ação depende de alguma outra ação?
Ação Novas Tecnologias 4.1. Realizar viagem de <i>benchmarking</i> focada em soluções tecnológicas aplicadas ao desenvolvimento sustentável do turismo	Incorporar o uso de novas tecnologias em 80% das empresas turísticas e de apoio ao turismo de Itapoá.	1) Identificar destino turístico sustentável no Brasil e/ou exterior referência em inovações tecnológicas aplicadas ao turismo; 2) Contratar empresa / consultor / instrutor para realizar proposta de roteiro e acompanhamento técnico da viagem; 3) Realizar orçamento de viagem; 4) Divulgar para os empresários do município; 5) Realizar a viagem; 6) Elaborar o relatório; 7) Apresentar o relatório ao COMTUR e demais empresários do município.	de R\$10.000 a R\$ 25.000 (contratação de empresa/consultor especializado para proposta) Obs: custo da viagem ???	Secretaria de Turismo e Cultura e COMTUR. Parceiros: ACINI	2023	N/A
Ação Novas Tecnologias 4.2. Criar um <i>hackaton</i> para fomentar o desenvolvimento de soluções tecnológicas aplicadas ao turismo de Itapoá.	Incorporar o uso de novas tecnologias em 80% das empresas turísticas e de apoio ao turismo de Itapoá.	1) Elaborar um pré projeto do evento; 2) Identificar e contatar potenciais parceiros e apoiadores; 3) Contratar empresa organizadora do Hackaton; 4) Elaborar as ações de pré evento; 5) realizar o evento; 6) Realizar ações de pós evento.	R\$ 25.000 a R\$ 50.000 + patrocínios	Secretaria de Turismo e Cultura e Empresa contratada.	2023	N/A

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 		Metodologia: 		
AÇÃO	DESAFIOS	ATIVIDADES	VALOR	RESPONSÁVEIS	PRAZOS	PRÉ REQUISITOS
O que será feito?	Por que essa tarefa precisa ser executada?	Como deverá ser realizada cada tarefa/etapa?	Quanto deverá custar?	Quem realizará e quem apoiará as tarefas?	Quando cada uma das tarefas deverá ser executada?	A ação depende de alguma outra ação?
Ação Novas Tecnologias 4.3. Implantar pontos de WIFI, com acesso gratuito, nos principais atrativos turísticos do município.	Oferecer maior atratividade ao turista; gerar maior divulgação do destino; e captar informações sobre perfil e uso do espaço turístico por parte dos usuários do WIFI.	1) Elaborar projeto de implantação de 20 pontos de wifi, com acesso gratuito, nos principais atrativos turísticos do município; 2) Identificar editais para captação de recursos para inovação no turismo; 3) Cadastrar projeto.	De R\$ 5.000 a R\$ 10.000	Secretaria de Turismo e Cultura.	2021	N/A

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

Tabela 35. Plano de Ação do turismo de Itapoá– Ações vinculadas à estratégia de Sistema de Informações.

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por:	Metodologia:			
						
AÇÃO	DESAFIOS	ATIVIDADES	VALOR	RESPONSÁVEIS	PRAZOS	PRÉ REQUISITOS
O que será feito?	Por que essa tarefa precisa ser executada?	Como deverá ser realizada cada tarefa/etapa?	Quanto deverá custar?	Quem realizará e quem apoiará as tarefas?	Quando cada uma das tarefas deverá ser executada?	A ação depende de alguma outra ação?
Sistema de Informações Ação 5.1. Implementar um Centro de Atendimento ao Turista - CAT, em área central do município que ofereça interatividade com o turista, promova a produção associada ao turismo e identifique informações sobre o perfil e hábitos de consumo da demanda para serem inseridas na plataforma de gestão de informações turísticas.	Atender a necessidade de informação útil e organizada do turista; promover as atividades turísticas e de apoio ao turismo; e promover o artesanato local.	1) Identificar imóvel da prefeitura, no centro do município, que possa receber o CAT; 2) Elaborar projeto do CAT; 3) Identificar edital de concessão de recursos ou viabilizar a implantação do CAT com recursos da Secretaria.	1) captação de recursos 2) recursos próprios: de R\$ 100.000 a R\$ 250.000	Secretaria de Turismo e Cultura.	2021	N/A
Sistema de Informações Ação 5.2. Fomentar o mapeamento dos pássaros, mamíferos e flora exótica da Reserva Volta Velha e a produção de um Guia digital/impresso sobre a fauna e flora da Reserva.	Atender a necessidade de informação útil e organizada do turista e incentivar a visitação à Reserva.	1) Realizar reunião com gestores da reserva para viabilizar mapeamento e discutir informações relevantes para conteúdo do guia. 2) Fazer o mapeamento com registros fotográficos de qualidade 3) Elaborar o guia 4) Realizar a impressão e divulgar no site do destino e da Reserva.	Fomento não gera custo; Mapeamento e produção - custo de R\$ 25.000 a R\$ 50.000	Reserva Volta Velha. Parceiros: Secretaria de Turismo e Cultura e ADEA.	2021	N/A

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 		Metodologia: 		
AÇÃO	DESAFIOS	ATIVIDADES	VALOR	RESPONSÁVEIS	PRAZOS	PRÉ REQUISITOS
O que será feito?	Por que essa tarefa precisa ser executada?	Como deverá ser realizada cada tarefa/etapa?	Quanto deverá custar?	Quem realizará e quem apoiará as tarefas?	Quando cada uma das tarefas deverá ser executada?	A ação depende de alguma outra ação?
Sistema de Informações Ação 5.3. Firmar parceria com centros de ensino da região, para a realização de pesquisas aplicadas sobre o turismo no município de Itapoá (perfil e hábitos de consumo da demanda, pesquisa de satisfação, inventário da oferta turística, estudo de capacidade de carga / limites aceitáveis de mudança para as trilhas do município, entre outros).	Criar um banco de informações sobre a atividade turística no município de modo a subsidiar o planejamento e desenvolvimentos de ações.	1) Definir demandas e metodologia das pesquisas; 2) Contatar as Instituições de Ensino Superior da região e apresentar as demandas de pesquisa de turismo no município; 3) Estabelecer Convênio para a realização das pesquisas; 4) Aplicar pesquisa; 5) Divulgar resultado das pesquisas.	de R\$ 10.000 a R\$ 25.000	Secretaria de Turismo e Cultura e Secretaria de Meio Ambiente Parceiros: Instituições de Ensino	2019	N/A
Sistema de Informações Ação 5.4. Realizar pesquisa e tratamento de informações sobre o turismo no município e disponibilizar as informações para a sociedade.	Criar um banco de informações sobre a atividade turística no município de modo a subsidiar o planejamento e desenvolvimentos de ações; e sensibilizar a população sobre a importância do turismo.	1) Definir demandas e metodologia das pesquisas; 2) Contratar e treinar pesquisadores; 3) Aplicar pesquisa; 4) Tratar as informações; 5) Divulgar resultado das pesquisas.	de R\$ 5.000 a R\$ 10.000	Secretaria de Turismo e Cultura.	2019	N/A
Sistema de Informações Ação 5.5. Criar banco de dados com indicadores de fontes diversas para monitoramento da atividade.	Criar um banco de informações sobre a atividade turística no município de modo a subsidiar o planejamento e desenvolvimentos de ações.	1) Definir demandas; 2) Estabelecer processo de monitoramento de dados da atividade; 3) Capacitar colaborador da SETUR para monitorar os indicadores; 4) Elaborar relatório mensal dos indicadores analisados.	de R\$ 50.000 a R\$ 100.000	Secretaria de Turismo e Cultura. Parceiros: ACINI	2020	Ações 5.3 e 5.4

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 		Metodologia: 		
AÇÃO	DESAFIOS	ATIVIDADES	VALOR	RESPONSÁVEIS	PRAZOS	PRÉ REQUISITOS
O que será feito?	Por que essa tarefa precisa ser executada?	Como deverá ser realizada cada tarefa/etapa?	Quanto deverá custar?	Quem realizará e quem apoiará as tarefas?	Quando cada uma das tarefas deverá ser executada?	A ação depende de alguma outra ação?
Sistema de Informações Ação 5.6. Criar plataforma aberta de gestão de informações turísticas.	Organizar as informações sobre o turismo e permitir que as pessoas tenham acesso a estes dados, inclusive para o desenvolvimento de aplicativos, pesquisas e etc.	1) Contatar os Centros de Inovação da região e discutir a estrutura da plataforma; 2) Elaborar projeto ou articular com os Centros de Inovação a elaboração da estrutura da plataforma; 3) Buscar recurso em editais de inovação ou contratar via edital o desenvolvimento da plataforma.	de R\$ 5.000 a R\$ 10.000	Secretaria de Turismo e Cultura.	2020	Ação 5.5
Sistema de Informações Ação 5.7. Captar informações do perfil dos usuários nos pontos de w ifi com acesso gratuito	Identificar o perfil do turista e o uso que este faz dos atrativos da região.	1) Estabelecer nos Termos e Condições de acesso a rede WIFI gratuita, a divulgação de informações do perfil do usuário.	de R\$ 1.000 a R\$ 5.000	Secretaria de Turismo e Cultura.	2021	Ação 4.3

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

Tabela 36. Plano de Ação do turismo de Itapoá– Ações vinculadas à estratégia de Formação de Produtos.

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 		Metodologia: 		
AÇÃO	DESAFIOS	ATIVIDADES	VALOR	RESPONSÁVEIS	PRAZOS	PRÉ REQUISITOS
O que será feito?	Por que essa tarefa precisa ser executada?	Como deverá ser realizada cada tarefa/etapa?	Quanto deverá custar?	Quem realizará e quem apoiará as tarefas?	Quando cada uma das tarefas deverá ser executada?	A ação depende de alguma outra ação?
Ação Produto 6.1. Requalificar o artesanato local de modo a valorizar os saberes e fazeres da cultura de Itapoá	Requalificar 50% dos artesãos locais.	1) Identificar todos os artesãos do município bem como as técnicas encontradas (ver diagnóstico anexo Pdits Itapoá). 2) Identificar no diagnóstico anexo ao PDITS quais as ações propostas para a requalificação. 3) Contratar consultoria para execução do processo.	de R\$ 10.000 a R\$ 25.000	Secretaria de Turismo e Cultura e Turismo. Parceiros: Associações de artesanato locais.	2018	N/A
Ação Produto 6.2. Estabelecer o Calendário Oficial de eventos do município por meio de Projeto de Lei.	Tornar público a turistas e à cadeia produtiva do turismo, os eventos de fluxo turístico do município e organizar a oferta de novos eventos em Itapoá e região.	1) Elaborar o anteprojeto de lei; 2) Articular com vereador(es) do município a apresentação do projeto na Câmara; 3) Acompanhar os trâmites do processo.	Sem custo	Secretaria de Turismo e Cultura e Assessoria Jurídica do município.	2018	N/A
Ação Produto 6.3. Requalificar os eventos de grande fluxo turístico de modo a valorizar ainda mais a cultura de Itapoá e gerar maior atratividade para os turistas.	Gerar maior atratividade, ampliar a demanda e a permanência de turistas no município e região.	1) Identificar os eventos de maior fluxo turístico. 2) Elaborar projeto de novo formato dos eventos 3) Captar recursos para a realização.	Sem custo	Secretaria de Turismo e Cultura.	2018	N/A

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 		Metodologia: 		
AÇÃO	DESAFIOS	ATIVIDADES	VALOR	RESPONSÁVEIS	PRAZOS	PRÉ REQUISITOS
O que será feito?	Por que essa tarefa precisa ser executada?	Como deverá ser realizada cada tarefa/etapa?	Quanto deverá custar?	Quem realizará e quem apoiará as tarefas?	Quando cada uma das tarefas deverá ser executada?	A ação depende de alguma outra ação?
Ação Produto 6.4. Incentivar a implantação de um Centro de Atendimento ao Turista na Reserva Volta Velha para atender demanda de ecoturistas ao longo do ano (baixa e alta temporada).	Atender a necessidade de informação útil e organizada do turista; promover as atividades turísticas e de apoio ao turismo; e promover o artesanato local.	1) Realizar ação 3.5. 2) Convidar os gestores da Reserva para discutir a viabilidade de implantação.	Sem custo	Secretaria de Turismo e Cultura. Parceiros: COMTUR	2022	Ações 1.9 e 3.5
Ação Produto 6.5. Fomentar e apoiar a realização de eventos esportivos (esportes náuticos e de pesca amadora sustentável) no município.	Gerar maior atratividade, ampliar a demanda e a permanência de turistas no município e região.	1) Identificar quais eventos esportivos estão previstos 2) Apoiar a realização e incentivar que sejam nas modalidades náuticas e de pesca para fortalecer o turismo de Itapoá.	Sem custo	Secretaria de Esportes e Lazer e Secretaria de Turismo e Cultura.	2018	Ação 1.9
Ação Produto 6.6. Fomentar a criação de experiências/ tour guiado de ecoturismo (Reserva Volta Velha, Baía da Babitonga e Barra do Sai), turismo de aventura (Baía da Babitonga e Barra do Sai) e turismo cultural (Sambaquis e centro histórico de São Francisco) integrados à região.	Criar 5 novos produtos e 5 novos serviços turísticos sustentáveis e inovadores em Itapoá.	1) Identificar as agências receptoras que operam na região; 2) Organizar "Visitas de conhecimento" da oferta turística do município e região com as agências; 3) Buscar apoio das empresas turísticas e de apoio ao turismo do município e região para apoiarem as "Visitas de conhecimento" e os produtos de visitação Itapoá e região (experiências turísticas) que venham a ser criados pelas agências.	de R\$ 1.000 a R\$ 5.000	Secretaria de Turismo e Cultura.	2018	Ação 1.9

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 		Metodologia: 		
AÇÃO	DESAFIOS	ATIVIDADES	VALOR	RESPONSÁVEIS	PRAZOS	PRÉ REQUISITOS
O que será feito?	Por que essa tarefa precisa ser executada?	Como deverá ser realizada cada tarefa/etapa?	Quanto deverá custar?	Quem realizará e quem apoiará as tarefas?	Quando cada uma das tarefas deverá ser executada?	A ação depende de alguma outra ação?
Ação Produto 6.7. Fomentar a criação de experiências diferenciadas ligadas às atividades portuárias.	Criar 5 novos produtos e 5 novos serviços turísticos sustentáveis e inovadores em Itapoá.	1) Identificar as agências receptoras que operam na região; 2) Organizar "Visitas de conhecimento" da oferta turística do município com as agências; 3) Buscar apoio das empresas turísticas e de apoio ao turismo do município para apoiarem as "Visitas de conhecimento" e os produtos de visitação a Itapoá(experiências turísticas) que venham a ser criados pelas agências.	de R\$ 1.000 a R\$ 5.000	Secretaria de Turismo e Cultura. Parceiros: Porto Itapoá.	2021	Ação 1.9
Ação Produto 6.8. Promover cursos de requalificação de restaurantes para fortalecimento da gastronomia típica de peixes e frutos do mar.	Melhorar a qualidade Dos serviços de gastronomia do município.	1) Realizar ações 1.1, 1.3 e 1.9 2) Divulgar as ações e melhorias nas mídias da SETUR.	de R\$ 1.000 a R\$ 5.000 por curso	Secretaria de Turismo e Cultura. Parceiros: Sebrae, Senac, ACINI/CDL e COMTUR	2018	Ações 1.1/ 1.3 e 1.9
Ação Produto 6.9. Fomentar a criação de um museu interativo indígena na Oca da Reserva Volta Velha.	Gerar maior atratividade, ampliar a demanda e a permanência de turistas no município e região.	1) Avaliar com os proprietários da Reserva Volta Velha o interesse em criar um espaço interativo junto a OCA; 2) Apoiar elaboração do projeto de implantação de tecnologia interativa para a OCA ou espaço anexo; 2) Identificar editais de apoio a cultura / inovação; 3) Cadastrar o projeto.	de R\$1.000 a R\$ 5.000 - elaboração do projeto para cadastro em Edital.	Secretaria de Turismo e Cultura.	2024	Ação 1.9

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 		Metodologia: 		
AÇÃO	DESAFIOS	ATIVIDADES	VALOR	RESPONSÁVEIS	PRAZOS	PRÉ REQUISITOS
O que será feito?	Por que essa tarefa precisa ser executada?	Como deverá ser realizada cada tarefa/etapa?	Quanto deverá custar?	Quem realizará e quem apoiará as tarefas?	Quando cada uma das tarefas deverá ser executada?	A ação depende de alguma outra ação?
Ação Produto 6.10. Contratar consultoria para o desenvolvimento do Turismo Rural na Agricultura Familiar - Acolhida na Colônia e desta forma ampliar oferta de hospedagem no município (Comunidades de Saí Mirim e Saí Guaçu) integrado a São Francisco do Sul (Comunidade Vila da Glória).	Ampliar a atratividade do destino e a oferta de hospedagem no município.	1) Realizar mapeamento de propriedades rurais potenciais e interessadas em participar. 2) Havendo interesse, contratar a consultoria 3) Realizar visita técnica a Santa Rosa de Lima ou outro município similar. 4) Implementar o projeto 5) Fazer a divulgação ao trade e mídias sociais.	de R\$ 5.000 a R\$ 10.000	Secretaria de Turismo e Cultura. Parceiros: COMTUR	2022	Ação 1.9
Ação Qualidade 6.11. Criar Programa de Qualidade no Turismo integrado ao certificado "eu apoio o turismo" e definir as exigências para que as empresas de turismo possam ter acesso ao mesmo (sustentabilidade, inovação, capacitação, acessibilidade, etc).	Melhorar a qualidade dos serviços oferecidos ao turista.	1) Criar o certificado. 2) Definir as exigências para obtenção 3) Divulgar para o trade 4) Acompanhar se as exigências estão sendo cumpridas 5) Certificar a empresa. 6) Divulgar na fanpage da Secretaria de Turismo.	de R\$ 1.000 a R\$ 5.000	Secretaria de Turismo e Cultura. Parceiros: COMTUR	2021	Ações 1.9 e 3.3
Ação Produto 6.12. Incentivar a adoção de práticas sustentáveis nas empresas turísticas e de apoio ao turismo.	Tornar as empresas turísticas e de apoio ao turismo ambientalmente corretas e desta forma fortalecer a imagem do município como um destino de ecoturismo sustentável.	1) Comunicar às empresas os critérios de sustentabilidade necessários para o acesso ao Certificado "Eu apoio o turismo"; 2) Divulgar a ação para todas as empresas de turismo e apoio ao turismo.	Sem custo	Secretaria de Turismo e Cultura e Turismo, COMTUR e ACINI.	2021	Ação 1.9 e considerar ação 3.3

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

Tabela 37. Plano de Ação do turismo de Itapoá– Ações vinculadas à estratégia de Promoção.

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 		Metodologia: 		
AÇÃO	DESAFIOS	ATIVIDADES	VALOR	RESPONSÁVEIS	PRAZOS	PRÉ REQUISITOS
O que será feito?	Por que essa tarefa precisa ser executada?	Como deverá ser realizada cada tarefa/etapa?	Quanto deverá custar?	Quem realizará e quem apoiará as tarefas?	Quando cada uma das tarefas deverá ser executada?	A ação depende de alguma outra ação?
Ação Promoção 7.1. Elaborar o Plano de Marketing, criação da marca turística de Itapoá.	Definir as estratégias e ações mais adequadas à promoção e comercialização do turismo de Itapoá; e criar a marca que irá representar o município no mercado turístico.	1) Elaborar escopo do Plano de Marketing; 2) Viabilizar recursos para contratação do serviço; 3) Elaborar edital de contratação do serviço; 4) Conduzir os trâmites burocráticos para a abertura do edital; 5) lançar o edital; 6) Contratar o serviço.	de R\$ 25.000 a R\$ 50.000	Secretaria de Turismo e Cultura.	2019	N/A
Ação Promoção 7.2. Articular a definição de uma Política Comercial para as empresas turísticas e de apoio ao turismo de Itapoá e negociar, com agências receptoras e com agências emissoras e operadoras dos principais mercados emissores, a intermediação da comercialização dos produtos e serviços turísticos do município.	Incluir Itapoá nos catálogos comerciais das agências e operadoras de turismo; e nas Agências de Turismo Online (OTA's - sigla em inglês).	1) Convocar as empresas turísticas e de apoio ao turismo de Itapoá para participar de reunião no COMTUR com a pauta da Política Comercial de empresas turísticas; 2) Realizar reunião e sensibilizar empresas; 3) Negociar com ACINI / SEBRAE apoio para a elaboração da Política Comercial das empresas; 4) Elaborar Catálogo Comercial (digital) do turismo de Itapoá para negociar com agências e operadoras emissoras.	de R\$ 1.000 a R\$ 5.000	Secretaria de Turismo e Cultura. Parceiros: ACINI e Sebrae	2019	Ação 1.9 e considerar a Ação 7.1

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 		Metodologia: 		
AÇÃO	DESAFIOS	ATIVIDADES	VALOR	RESPONSÁVEIS	PRAZOS	PRÉ REQUISITOS
O que será feito?	Por que essa tarefa precisa ser executada?	Como deverá ser realizada cada tarefa/etapa?	Quanto deverá custar?	Quem realizará e quem apoiará as tarefas?	Quando cada uma das tarefas deverá ser executada?	A ação depende de alguma outra ação?
Ação Promoção 7.3. Promover a realização de famtrip e fampress para divulgação do destino.	Estimular a produção de matérias sobre o destino (Fampress); e estimular a comercialização do destino por agências e operadoras dos mercados emissores prioritários.	1) Organizar o itinerário das visitas; 2) Realizar orçamento da viagem (3 dias); 3) Articular com as empresas de turismo e apoio ao turismo, apoio econômico e financeiro para a realização do Fampress e Famtrip; 4) Identificar jornalistas, bloggers, agências de viagens e operadores de turismo ligados ao ecoturismo; 5) Convidar grupo de 10 a 15 pessoas para realizar a viagem (1 grupo de jornalistas) e outro grupo de agentes (viagem separada); 6) Elaborar o relatório; 7) Apresentar o relatório ao COMTUR e demais empresários do município; 8) Monitorar a criação de roteiros e publicação de matérias.	R\$ 20.000 por grupo de 10 pessoas.	Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo e Turismo. Parceiros: ACINI e empresários do município.	2020	Ação 7.2 e considerar ações 6.6/ 6.7/ 6.8 e 6.9
Ação Promoção 7.4. Definir a participação do Turismo de Itapoá (poder público e iniciativa privada) ao longo do ano, em feiras de turismo realizadas nos principais mercados prioritários do município (região turística do Caminho dos Príncipes), região metropolitana de Curitiba e Planalto Norte Catarinense.	Atingir maior eficiência na participação de Itapoá em feiras de divulgação e comercialização de turismo.	1) Analisar o calendário de feiras que a SANTUR e IGR Caminho dos Príncipes propõe participar no início do ano; 2) Identificar as feiras mais adequadas em função de orçamento disponível, mercado emissor e segmento (Ecoturismo e Turismo de Sol e Praia); 3) Definir a participação nas feiras; 4) Articular apoio dos empresários para a participação nas feiras.	Sem custo	Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo e Turismo. Parceiros: ACINI e COMTUR	2018	Considerar as ações 7.1 e 7.2

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 		Metodologia: 		
AÇÃO	DESAFIOS	ATIVIDADES	VALOR	RESPONSÁVEIS	PRAZOS	PRÉ REQUISITOS
O que será feito?	Por que essa tarefa precisa ser executada?	Como deverá ser realizada cada tarefa/etapa?	Quanto deverá custar?	Quem realizará e quem apoiará as tarefas?	Quando cada uma das tarefas deverá ser executada?	A ação depende de alguma outra ação?
Ação Promoção 7.5. Criar novo folder e mapa turístico do turismo de Itapoá e inserir, além dos atrativos do município, os principais atrativos da região.	Atrair maior demanda de turistas para o município.	1) Elaborar o briefing (detalhamento do conteúdo) do folder e mapa; 2) Produzir imagens em alta resolução dos principais atrativos do município e região; 3) Contratar arte gráfica; 4) Produzir os impressos.	Arte gráfica: R\$ 6.000 e Impressos folder e mapas (60 mil unidades): R\$ 10.000	Secretaria de Turismo e Cultura. Parceiros: ACINI	2018	Ação 7.7 e Considerar ação 7.1
Ação Promoção 7.6. Manter distribuição permanente de folderes de Itapoá nos meios de hospedagem de Joinville e São Francisco do Sul.	Atrair maior demanda de turistas para o município.	1) Estabelecer responsabilidade pela distribuição. 2) Manter distribuição quinzenal/mensal nos empreendimentos.	de R\$ 0 a R\$ 1.000/ mês	Secretaria de Turismo e Cultura. Parceiros: ACINI	2018	Considerar ação 7.5
Ação Promoção 7.7. Produzir fotografias e vídeos profissionais para divulgação de Itapoá.	Criar material de divulgação de alta qualidade e atrair maior demanda de turistas para o município.	1) Identificar os atrativos no Pdits Itapoá 2) Realizar 3 orçamentos com fotógrafos. 3) Contratar fotógrafo.	de R\$ 5.000 a R\$ 10.000	Secretaria de Turismo e Cultura.	2018	N/A
Ação Promoção 7.8. Criar campanha de marketing turístico integrado aos meios digitais para engajar os atuais e potenciais turistas na divulgação do turismo de Itapoá e região.	Gerar maior demanda de turistas e excursionistas para o município.	1) Criar plano de divulgação turística nas redes sociais, a partir do Plano de Marketing Turístico (Ação Promoção 1) baseado no calendário de eventos do município, festas regionais, potencial turístico de Itapoá e região; 2) Utilizar imagens produzidas na ação 7.7 e hashtag #visiteltapoá ou #turismoltapoá ou outra hashtag oficial.	Sem custo	Secretaria de Turismo e Cultura.	2021	Considerar ação 7.1

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 		Metodologia: 		
AÇÃO	DESAFIOS	ATIVIDADES	VALOR	RESPONSÁVEIS	PRAZOS	PRÉ REQUISITOS
O que será feito?	Por que essa tarefa precisa ser executada?	Como deverá ser realizada cada tarefa/etapa?	Quanto deverá custar?	Quem realizará e quem apoiará as tarefas?	Quando cada uma das tarefas deverá ser executada?	A ação depende de alguma outra ação?
Ação Promoção 7.9. Criar a fanpage de turismo de Itapoá nas principais redes sociais (Facebook, Pinterest, Instagram e Youtube), com o endereço visiteitapoá ou similar, apenas para a divulgação do potencial turístico de Itapoá e região e para comunicação direta com o turista.	Divulgar o destino e estabelecer comunicação direta com os turistas e assim aumentar a demanda de turistas para Itapoá.	1) Identificar colaborador que será responsável pela página 2) Criar as páginas e mantê-las atualizadas.	Sem custo	Secretaria de Turismo e Cultura.	2018	Considerar Ação 7.1
Ação Promoção 7.10. Incentivar a comercialização de produtos e serviços turísticos de Itapoá nas Agências de Turismo Online - OTA's (Booking, Expedia, Decolar, Peixe Urbano, entre outros)	Ampliar a demanda de turistas, aumentar a receita das empresas de turismo e apoio ao turismo do município e fortalecer a imagem de Itapoá.	1) Realizar Seminário de Turismo / Ecoturismo de Itapoá região e incluir palestra sobre o Mercado de Turismo Online - case do Booking.com ou Peixe Urbano ou outra OTA; 2) Convidar todos os empresários das empresas turísticas e de apoio ao turismo; 3) Buscar apoio da ACINI e Sebrae para a viabilização do evento e oferta de ações integradas ao evento.	de R\$ 1.000 a R\$ 5.000	Secretaria de Turismo e Cultura. Parceiros: ACINI e Sebrae	2019	Ação 1.9 e Ação 7.2
Ação Promoção 7.11. Fomentar a inserção de um link do website do destino nos sites das empresas de turismo de Itapoá.	Melhorar o posicionamento do site de Itapoá na internet e disponibilizar uma maior oferta de informações aos turistas.	1) Criar um "script" para ser inserido nos sites das empresas turísticas para divulgação do site de turismo de Itapoá; 2) Contatar as empresas de turismo e apoio ao turismo e solicitar a inserção do "script" em seus sites.	de 0 a R\$ 1.000	Secretaria de Turismo e Cultura. Parceiros: ACINI e COMTUR.	2021	Ação 1.9

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 		Metodologia: 		
AÇÃO	DESAFIOS	ATIVIDADES	VALOR	RESPONSÁVEIS	PRAZOS	PRÉ REQUISITOS
O que será feito?	Por que essa tarefa precisa ser executada?	Como deverá ser realizada cada tarefa/etapa?	Quanto deverá custar?	Quem realizará e quem apoiará as tarefas?	Quando cada uma das tarefas deverá ser executada?	A ação depende de alguma outra ação?
Ação Promoção 7.12. Criar novo site de Itapoá (responsivo e adaptável a mobile e diferentes computadores desktop) e integrá-lo com as redes sociais.	Melhorar o posicionamento do site de Itapoá na internet e disponibilizar uma maior oferta de informações aos turistas.	1) Elaborar pré projeto do site com conteúdo. 2) Fazer 3 orçamentos. 3) Contratar empresa 4) Divulgar para trade, comunidade e COMTUR, via boletim, mídias sociais e jornal local.	de R\$ 1.000 a R\$ 5.000	Secretaria de Turismo e Cultura.	2019	Considerar ação 7.1

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

Tabela 38. Plano de Ação do turismo de Itapoá– Ações vinculadas à estratégia de Recursos Públicos e Privados.

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 		Metodologia: 		
AÇÃO	DESAFIOS	ATIVIDADES	VALOR	RESPONSÁVEIS	PRAZOS	PRÉ REQUISITOS
O que será feito?	Por que essa tarefa precisa ser executada?	Como deverá ser realizada cada tarefa/etapa?	Quanto deverá custar?	Quem realizará e quem apoiará as tarefas?	Quando cada uma das tarefas deverá ser executada?	A ação depende de alguma outra ação?
Ação Recursos 8.1. Articular, por meio do COMTUR, ACINI e a nova Governança de turismo do município, o incremento do investimento privado no desenvolvimento sustentável do turismo de Itapoá.	Promover a melhoria da qualidade dos produtos e serviços turísticos do município.	1) Identificar as principais demandas da cadeia produtiva do turismo; 2) Articular com os empresários a cooperação financeira para viabilização de parte das ações; 3) Estabelecer Convênio dos empresários com Associações / ONG's para a aplicação dos recursos privados.	Custo de acordo com a atividade a ser realizada.	COMTUR e ACINI. Parceiro: Secretaria de Meio Ambiente e Secretaria de Turismo e Cultura.	2021	Considerar ação 2.3
Ação Recursos 8.2. Articular, com as demais secretarias municipais, o direcionamento de recursos para atender as demandas no centro turístico e conjuntos turísticos do município.	Ampliar o investimento em ações relacionadas direta e indiretamente com o turismo.	1) Realizar reunião com as demais Secretarias Municipais e apresentar o Plano de Ações do Turismo; 2) Apresentar as ações que dependem da participação das demais Secretarias; 3) Apresentar as ações que já estão previstas no orçamento das demais Secretarias e podem contribuir com o desenvolvimento do turismo; 4) Articular com as Secretarias a viabilização de ações centro turístico e conjuntos turísticos do município.	Sem custo	Secretaria de Turismo e Cultura.	2021	Ação 2.4

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

Tabela 39. Plano de Ação do turismo de Itapoá– Ações vinculadas à estratégia de Captação de Recursos.

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 		Metodologia: 		
AÇÃO	DESAFIOS	ATIVIDADES	VALOR	RESPONSÁVEIS	PRAZOS	PRÉ REQUISITOS
O que será feito?	Por que essa tarefa precisa ser executada?	Como deverá ser realizada cada tarefa/etapa?	Quanto deverá custar?	Quem realizará e quem apoiará as tarefas?	Quando cada uma das tarefas deverá ser executada?	A ação depende de alguma outra ação?
Ação Captação 9.1. Criar banco de projetos para aumentar a probabilidade de captação de recursos via editais públicos e privados de fomento ao turismo, meio ambiente, cultura e inovação.	Ampliar a possibilidade de captação de recursos para o fomento ao turismo, meio ambiente, cultura e inovação.	1) Capacitar colaborador da SETUR para realizar projetos de captação de recursos; 2) Definir prioridade de elaboração de projetos; 3) Elaborar projetos. 4) Cadastrar o projeto	R\$1.000 a R\$5.000 por mês (salário do colaborador) + Capacitação: R\$ 5.000 em SICONV	Secretaria de Turismo e Cultura e Secretaria de Administração e Fazenda.	2018	N/A
Ação Captação 9.2. Identificar linhas de financiamento públicas e privadas para o fomento ao turismo, meio ambiente, cultura e inovação.	Ampliar a possibilidade de captação de recursos para o fomento ao turismo, meio ambiente, cultura e inovação.	1) Identificar agências de fomento e empresas que possuem editais e linhas de fomento ao turismo, meio ambiente, cultura e inovação; 2) Monitorar os custos dos empréstimos e critérios para acesso aos recursos de editais; 3) Elaborar e divulgar relatório semestral de monitoramento.	Sem custo	Secretaria de Turismo e Cultura.	2018	N/A
Ação Captação 9.3. Monitorar a abertura de editais do SICONV e FUNTURISMO para concessão de recursos para o fomento a projetos ligados ao turismo, meio ambiente, cultura e inovação.	Identificar editais que possam disponibilizar recursos para a viabilização de projetos do município.	1) Estabelecer processo de monitoramento dos editais do governo estadual, federal, agências de fomento, entre outros; 2) Definir colaborador da SETUR que fará o monitoramento dos editais; 3) Elaborar e divulgar relatório mensal de monitoramento dos editais.	Sem custo	Secretaria de Turismo e Cultura.	2018	N/A

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

Tabela 40. Plano de Ação do turismo de Itapoá– Ações vinculadas à estratégia de Infraestrutura.

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 		Metodologia: 		
AÇÃO	DESAFIOS	ATIVIDADES	VALOR	RESPONSÁVEIS	PRAZOS	PRÉ REQUISITOS
O que será feito?	Por que essa tarefa precisa ser executada?	Como deverá ser realizada cada tarefa/etapa?	Quanto deverá custar?	Quem realizará e quem apoiará as tarefas?	Quando cada uma das tarefas deverá ser executada?	A ação depende de alguma outra ação?
Ação Infraestrutura 10.1. Implantar infraestrutura acessível nos atrativos turísticos de Itapoá.	Implantar infraestrutura acessível em 100% dos atrativos turísticos do município.	1) Elaborar projeto de adaptação de infraestrutura acessível dos atrativos deltaipoá; 2) Realizar três orçamentos; 3) Contratar serviço por meio de edital ou buscar recursos em editais do Governo do Estado / Federal.	R\$ 50.000 a R\$ 100.000	Secretaria de Turismo e Cultura e Secretaria de Obras. Parceiros: Porto Itapoá e Ministério Público de Santa Catarina.	2022	Ação 2.4 e Ação 2.12
Ação Infraestrutura 10.2. Fomentar a implantação de infraestrutura acessível nos equipamentos turísticos e de apoio ao turismo de Itapoá.	Fomentar a adaptação de 50% dos equipamentos turísticos do município de modo a atender as exigências do decreto nº 5296/14 (acessibilidade).	1) Elaborar campanha de conscientização e sensibilização para as empresas (material impresso - cartilha); 2) Vincular ação aos critérios para SELO "eu apoio do turismo" 3) Incluir tema nas palestras de capacitação 1.9	de R\$ 1 a R\$ 5.000	Secretaria de Turismo e Cultura e Secretaria de Obras. Parceiros: ACINI e COMTUR	2023	Ação 1.9 e considerar ação 3.3
Ação Infraestrutura 10.3. Revitalizar e implantar infraestrutura acessível em todos os trapiches do município.	Implantar infraestrutura acessível em 100% dos atrativos turísticos do município.	1) Elaborar projeto de adaptação de infraestrutura acessível dos atrativos de Itapoá; 2) Realizar três orçamentos; 3) Contratar serviço por meio de edital ou buscar recursos em editais do Governo do Estado / Federal.	de R\$ 5.000 a R\$ 10.000 por trapiche	Secretaria de Turismo e Cultura e Secretaria de Obras. Parceiros: Porto Itapoá e Ministério Público de Santa Catarina.	2022	Ação 2.4 e Ação 2.12

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 		Metodologia: 		
AÇÃO	DESAFIOS	ATIVIDADES	VALOR	RESPONSÁVEIS	PRAZOS	PRÉ REQUISITOS
O que será feito?	Por que essa tarefa precisa ser executada?	Como deverá ser realizada cada tarefa/etapa?	Quanto deverá custar?	Quem realizará e quem apoiará as tarefas?	Quando cada uma das tarefas deverá ser executada?	A ação depende de alguma outra ação?
Ação Infraestrutura 10.4. Incentivar a instalação, quando legalmente viável, e manutenção de píers/trapiches nos restaurantes e meios de hospedagem da orla da Baía da Babitonga.	Ampliar a infraestrutura náutica e atrair turistas deste segmento.	1) Identificar junto à Secretaria de Meio Ambiente a viabilidade da instalação de trapiches na Baía da Babitonga. 2) Incluir tema nas palestras de capacitação (ação 1.9) 3) Apoiar processo de instalação caso necessário. 4) Divulgar no website do destino os locais que possuem infraestrutura náutica adequada para receber equipamentos náuticos.	Sem custo.	Secretaria de Turismo e Cultura. Parceiros: Secretaria de Meio Ambiente e ACINI	2019	Ação 2.4 e Ação 1.9
Ação Infraestrutura 10.5. Fomentar melhorias e ampliação de infraestrutura e serviços nas marinas de Itapoá.	Ampliar a infraestrutura náutica e atrair turistas deste segmento.	1) Realizar encontro por meio do COMTUR com os gestores das Marinas para identificar pontos de melhoria. 2) Vincular melhorias ao Certificado de Apoio ao Turismo 3) Apoiar o processo de melhoria caso necessário e estiver ao alcance da SETUR.	Sem custo.	COMTUR e Secretaria de Turismo e Cultura	2021	Ação 1.9
Ação Infraestrutura 10.6. Implantar estacionamentos exclusivos para bicicletas integrados a Parklets com ponto de energia e ponto de w ifi, com acesso gratuito, no centro turístico e nos conjuntos turísticos de Itapoá (identificados no Pdits).	Criar uma imagem inovadora para o destino e oferecer infraestrutura que poderá surpreender os visitantes.	1) Identificar locais no centro turístico e nos conjuntos turísticos para a implantação dos Parklets; 2) Elaborar projeto de Parklet padrão; 3) Orçar a produção e implantação dos Parklets; 4) Realizar os trâmites burocráticos para a contratação; 5) Implantar os Parklets.	Custo do projeto: de R\$ 50.000 a R\$ 100.000 + custo da obra	Secretaria de Obras.	2023	Ação 2.4

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 		Metodologia: 		
AÇÃO	DESAFIOS	ATIVIDADES	VALOR	RESPONSÁVEIS	PRAZOS	PRÉ REQUISITOS
O que será feito?	Por que essa tarefa precisa ser executada?	Como deverá ser realizada cada tarefa/etapa?	Quanto deverá custar?	Quem realizará e quem apoiará as tarefas?	Quando cada uma das tarefas deverá ser executada?	A ação depende de alguma outra ação?
Ação Infraestrutura 10.7. Implantar lixeiras para coleta seletiva no centro turístico e nos conjuntos turísticos Barra do Saí, Baía da Babitonga e Praia Itapoá.	Contribuir com a sustentabilidade no destino.	1) Identificar locais a serem as lixeiras implantadas. 2) Implantar as lixeiras.	Custo coberto pela Secretaria de Obras e Serviços Públicos para Limpeza Urbana (verba disponível: R\$ 928.200,00)	Secretaria de Obras.	2018	Ação 2.4
Ação Infraestrutura 10.8. Reurbanizar as praias do município com a instalação de quiosques, chuveiros, sanitários, <i>playgrounds</i> , aparelhos de ginástica, pontos de acesso a w ifi gratuito, etc.	Revitalizar 50% da orla marítima do município.	1) Discutir viabilidade com a Secretaria de Meio Ambiente. 2) Contratar empresa para elaboração de projeto 3) Realizar a execução em parceria com a Secretaria de Obras.	de R\$ 25.000 a R\$ 50.000 (projeto)	Secretaria de Turismo e Cultura, Secretaria de Meio Ambiente e Secretaria de Obras.	2023	Ação 2.4
Ação Infraestrutura 10.9. Ampliar a infraestrutura tecnológica e o quadro de colaboradores da Secretaria de Turismo e Cultura (economista, estatístico, programador, profissional de marketing, recepcionistas de turismo/CAT, etc.)	Promover a geração de mais resultados por parte da Secretaria de Turismo e Cultura e permitir a gestão do Plano de Desenvolvimento Sustentável do Turismo do município.	1) Negociar com o gabinete do prefeito a ampliação do quadro de colaboradores da Secretaria de Turismo e Cultura com vistas a viabilizar a implantação do Plano de Ações do PDITS; 2) Adquirir um computador para cada colaborador da Secretaria.	de R\$ 25.000 a R\$ 50.000 ao ano por cada novo colaborador.	Secretaria de Turismo e Cultura	2018	N/A
Ação Infraestrutura 10.10. Articular a ampliação da infraestrutura dos sistemas de abastecimento de água, tratamento de esgoto e iluminação pública no centro turístico e nos conjuntos turísticos Barra do Saí, Baía da Babitonga e Praia Itapoá.	Implantar o tratamento de esgoto em 100% das áreas do centro turístico e dos conjuntos turísticos da Barra do Saí, Praia Itapoá e Baía da Babitonga.	Realizar Ação 2.4	Verba disponível da Secretaria de Obras e Serviços Públicos para Iluminação Pública: R\$ 2.035.760,00	Secretaria de Obras.	2026	Ação 2.4

Plano de Ação - Itapoá		Elaborado por: 		Metodologia: 		
AÇÃO	DESAFIOS	ATIVIDADES	VALOR	RESPONSÁVEIS	PRAZOS	PRÉ REQUISITOS
O que será feito?	Por que essa tarefa precisa ser executada?	Como deverá ser realizada cada tarefa/etapa?	Quanto deverá custar?	Quem realizará e quem apoiará as tarefas?	Quando cada uma das tarefas deverá ser executada?	A ação depende de alguma outra ação?
Ação Infraestrutura 10.11. Implantar novo projeto de sinalização turística nos atrativos do município.	Implantar sinalização de orientação e interpretação turística em 100% dos atrativos turísticos do município.	1) Contratar serviço de elaboração do projeto de sinalização de orientação e interpretação turística do município; 2) Orçar a produção e instalação das placas; 3) Apresentar projeto em edital para a captação de recursos.	de R\$ 50.000 a R\$ 100.000	Secretaria de Turismo e Cultura	2020	N/A

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS Itapoá é uma importante ferramenta para o processo de planejamento e desenvolvimento do turismo do município. Este documento é o resultado de aproximadamente 05 (cinco) meses de estudos, reuniões, oficinas e debates com o intuito de se definir o processo de desenvolvimento turístico que se pretende para o município.

O documento está fundamentado por um levantamento completo da oferta turística original e derivada de Itapoá, além da caracterização da infraestrutura e legislação relacionada ao desenvolvimento do turismo.

Como resultados do trabalho, o presente documento apresenta a **Missão, Visão** e as **Estratégias** para o desenvolvimento do turismo municipal e termina com o detalhamento do plano de ações que deve ser implementado para que seja possível cumprir a missão e visão que foram definidas por meio de um processo de planejamento participativo.

Destaca-se que o investimento econômico, financeiro, humano e político, realizado para o desenvolvimento deste documento representa o primeiro estágio deste novo processo de desenvolvimento do turismo no município.

A próxima etapa, que se inicia neste momento, é representada pela implantação e realização das ações definidas no plano e exigirá uma grande integração do poder público, iniciativa privada e comunidade local para que cada ator da sociedade assuma a sua parte da responsabilidade pelo desenvolvimento das ações e participe ativamente do processo de desenvolvimento do turismo.

Destaca-se ainda a importância do **Mapa Conceitual**¹³, documento integrante do PDITS de Itapoá, o qual deve ser utilizado, pelos gestores públicos do turismo, como ferramenta de apoio à gestão das ações previstas no Plano.

Por fim, é importante enfatizar a necessidade de se monitorar o processo de desenvolvimento do turismo no município e, quando necessário, rever, alterar e atualizar o que for necessário.

Se estas ações forem cumpridas, **Itapoá** poderá se orgulhar ao ser reconhecida, em 2017, como uma “[...] **referência no litoral catarinense, em excelência, inovação e sustentabilidade nos serviços turísticos**”.

¹³ Acesso ao Mapa Conceitual Digital por meio do link:
<https://drive.google.com/open?id=1Y3GlbjXNgAN2KcUqqipM-jbSgRksyfRZ>

REFERÊNCIAS

BARRETO, Margarita. **Planejamento e Organização em Turismo**. Campinas: Papyrus, 2001.

BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. 13ª Edição. São Paulo. Ed. SENAC, 2003.

BOULLÓN, Roberto C. **Planejamento do espaço turístico**. Bauru: Edusc, 2002.

BRASIL. **Conceitos básicos e apoio à comercialização de produtos segmentados**. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. MTUR: Florianópolis: 2009, 208 p.

_____. **Ecoturismo**: orientações básicas. Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. – 2. ed. – Brasília: Ministério do Turismo, 2008. 60, p.

_____. **Turismo Náutico**: orientações básicas. Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. – 2. ed. – Brasília: Ministério do Turismo, 2008b. 40, p.

_____. **Turismo de Sol e Praia**: orientações básicas. Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. Brasília: Ministério do Turismo, 2008c. 40, p.

_____. **Turismo Rural**: orientações básicas. Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. Brasília: Ministério do Turismo, 2008d. 52, p.

_____. **Inventariação da Oferta Turística**. Ministério do Turismo. Disponível em: < <http://www.inventario.turismo.gov.br/invtur/jsp/formularios/> >. Acesso de setembro 2017.

CONSELHO NACIONAL DO MEIO AMBIENTE – CONAMA. **Resolução nº 01, de 23 de janeiro de 1986**. Dispõe sobre critérios básicos e diretrizes gerais para o Relatório de Impacto Ambiental – RIMA. Disponível em:

<http://www.mma.gov.br/port/conama/legiabre.cfm?codlegi=23>. Acesso em: 10 ago. 2017.

CLIMATEMPO. **ITAPOÁ**. Disponível em:

<https://www.climatempo.com.br/climatologia/3399/itapoa-sc> > Acesso: agosto de 2017.

FIESC. **Rotas estratégicas setoriais para a indústria catarinense 2022:** Turismo / FIESC, FECOMÉRCIO SC, SEBRAE/SC – Florianópolis: FIESC, 2016. 100P.

GOOGLE. **Travelers Road to Decision.** California: Ipsos MediaCT, 2014.

IBGE. **Cidades:** ITAPOÁ. Disponível em:

<<https://cidades.ibge.gov.br/v4/brasil/sc/itapoa/panorama> – > Acesso: agosto de 2017.

IGNARRA, Luiz R. **Fundamentos do Turismo.** São Paulo: Pioneira, 2003.

INFRAERO. **Aeroportos:** Santa Catarina. Disponível em: <

<http://www4.infraero.gov.br/aeroportos> > Acesso: agosto de 2017.

PMI. **Histórico.** Disponível em: <<http://www.itapoa.sc.gov.br> > Prefeitura Municipal de Itapoá. Acesso: agosto de 2017.

SANTA CATARINA. **A Santur:** a empresa. SANTUR. Disponível em: <

<http://www.santur.sc.gov.br/institucional/a-santur/a-empresa.html> > Acesso: novembro 2017

_____. **Regimento interno. SOL.** Disponível em:

<http://www.sol.sc.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=270&Itemid=136> . Acesso: setembro 2017.

_____. **Plano Catarina 2020** - Plano de Marketing Turístico do Estado de Santa Catarina. SANTUR: Florianópolis, 2010.

SEBRAE. **Santa Catarina em Números:** ITAPOÁ. Florianópolis: Sebrae/SC, 2013. 133p.

_____. **Você já tem o plano de ação do seu negócio.** Disponível em:

<<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/voce-ja-tem-o-plano-de-acao-do-seu-negocio,d005844b68257510VgnVCM1000004c00210aRCRD> > . Acesso: Outubro 2017.

SEGITTUR. **Informe destinos turísticos inteligentes: construendo el futuro.** Madri: Segittur, 2015.

SILVA; BITTENCOURT; SOUZA FILHO; ET. AL. **Capacidade de carga das praias da Costa dos Coqueiros, litoral norte do estado da Bahia, Brasil.** Bahia: UFBA, 2012.

THOMAZI, Sílvia. **Cluster de Turismo.** 2006

VALOR. **Brasil.** Disponível em: <<http://www.valor.com.br/brasil> > Acesso: agosto de 2017.

VIVAGREEN. **Desenvolvimento regional sustentável.** Disponível em:

<<http://www.vivagreen.com.br/?page=empdest&id=188>>. Acesso em: 20 ago 2017.

UNWTO. **Tourism Highlights, 2017 Edition.** United Nations World Tourism Organization. Spain: Madrid, 2017.

WEF. ***The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017: Paving the way for a more sustainable and inclusive future.*** World Economic Forum. Switzerland: Geneva, 2017.